

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Carrera de **PSICOLOGÍA**

“RELACIÓN ENTRE ADICCIÓN A LAS REDES
SOCIALES Y CELOS EN UN GRUPO DE
UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE
CAJAMARCA, EN EL AÑO 2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Psicología

Autoras:

Jhulisa Alexandra Soriano Tacilla

Lilian Yuleisi Vasquez Diaz

Asesora:

Lic. Yessenia Melissa Marquina Hernandez

<https://orcid.org/0000-0002-2892-9909>

Cajamarca - Perú

JURADO EVALUADOR

| | | |
|---------------------------|---|------------------------|
| Jurado 1 Presidente(a) | Jonathan Alexander Orbegoso Villalba | 29402 |
| | Nombre y Apellidos | Nro. Colegiatura o DNI |

| | | |
|----------|--|------------------------|
| Jurado 2 | Mariela Cristina Vásquez Zelada | 17497 |
| | Nombre y Apellidos | Nro. Colegiatura o DNI |

| | | |
|----------|-----------------------------------|------------------------|
| Jurado 3 | Cynthia Daniela Peña Muñoz | 17497 |
| | Nombre y Apellidos | Nro. Colegiatura o DNI |

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo de investigación a nuestros padres por brindarnos su apoyo y cariño incondicional, así mismo a nuestros familiares por ser nuestra inspiración para salir adelante y luchar por nuestras metas.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primeramente a Dios por brindarnos salud, fortaleza y permitirnos llegar a esta etapa de nuestra formación profesional, seguidamente agradecemos a nuestros seres queridos por ser nuestra guía y apoyo, les agradecemos de todo corazón.

Tabla de contenido

| | |
|---------------------------------------|----|
| JURADO CALIFICADOR | 2 |
| DEDICATORIA | 3 |
| AGRADECIMIENTO | 4 |
| TABLA DE CONTENIDO | 5 |
| ÍNDICE DE TABLAS | 6 |
| ÍNDICE DE FIGURAS | 7 |
| RESUMEN | 8 |
| CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN | 9 |
| 1.1. Realidad problemática | 9 |
| 1.2. Formulación del problema | 15 |
| 1.3. Objetivos | 16 |
| CAPÍTULO II: METODOLOGÍA | 17 |
| CAPÍTULO III: RESULTADOS | 22 |
| CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES | 27 |
| REFERENCIAS | 32 |
| ANEXOS | 36 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| <u>Tabla 1. Prueba de Normalidad de la variable Adicción a las Redes Sociales.....</u> | 24 |
| <u>Tabla 2. Prueba de normalidad de la variable celos</u> | 24 |
| <u>Tabla 3. Correlación entre las variables de estudio</u> | 25 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| <u>Figura 1. Esquema del tipo de investigación.....</u> | 18 |
| <u>Figura 2. Nivel de la variable de adicción a las redes sociales.....</u> | 22 |
| <u>Figura 3. Niveles de celos en grupo de universitarios de Cajamarca.....</u> | 233 |

RESUMEN

El objetivo general fue determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y los celos en un grupo de universitarios de la Ciudad de Cajamarca, en el año 2021. La población elegida fueron 100 jóvenes entre 18 a 24 años, de género masculino y femenino. Se utilizó el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) que evaluó tres dimensiones: Obsesión por las redes sociales, Falta de control personal por las redes sociales y Uso excesivo de las redes sociales, conformado por 24 ítems. El segundo instrumento Inventario Multidimensional de Celos de Diaz-Loving, Rivera y Flores (1989) que evaluó cinco dimensiones: Emocional/dolor, Enojo, Egoísmo, Confianza e Intriga, conformado por 40 ítems. Esta investigación es de tipo correlacional, con diseño no experimental de corte transversal con un enfoque cuantitativo. El análisis de datos se realizó mediante el programa IBM SPSS Statistics 27. Los resultados muestran una correlación positiva entre la variable celos con la variable adicción a las redes sociales ($r=,216$). Se concluyó una relación directa entre la variable adicción a las redes sociales y la variable celos.

PALABRAS CLAVES: Adicción, redes, sociales, Celos, Universitarios.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

El mundo está en constante cambio, donde la influencia tecnológica se apodera de los jóvenes universitarios, puesto que influye de manera directa en gran parte a dicha población, ya que se ve reflejado en la vida cotidiana, especialmente en las formas de comunicación utilizadas por la juventud, la cual ha cambiado sus maneras de interacción y sus relaciones interpersonales con la sociedad, es por ello que Ceme (2014) en su investigación hace mención que el uso de redes sociales se puede convertir en una adicción para los jóvenes, y esto genera un impacto en las relaciones de parejas por ser de fácil acceso, donde los factores que influyen son: falta de comunicación, desequilibrio emocional y baja autoestima, ocasionando así conflictos de parejas que algunas veces son el motivo por la cual se dan las rupturas amorosas, además las redes sociales se caracterizan por ser una red de conversación privada, lo que en algunas ocasiones puede iniciar una relación secreta.

Un estudio publicado en la revista *Cyber Psychology and Behaviour Journal* (2019), concluye que 28 millones de parejas en el mundo han podido romper su relación por culpa de plataformas como Facebook o WhatsApp. Otro aspecto que menciona es que las relaciones interpersonales se han visto perjudicadas, sobre todo la confianza, ya que el 40% de parejas ocultan que tiene una relación en redes sociales, lo que ha provocado que más de la mitad de los usuarios revisen el celular, computadora o tablet de su pareja (55.7%).

Por otro lado, en la actualidad se puede observar que los celos presentan una realidad preocupante, ya que este es considerado como un factor negativo en las relaciones de pareja de jóvenes, debido a que los celos comienzan a ser problemáticos cuando denotan una pérdida de la realidad o se tornan opresores contra la persona amada, es por ello que Díaz-Loving et al. (1986), en su investigación mencionan que los celos son un fenómeno complejo que interactúa con los pensamientos, emociones, cogniciones y comportamientos, causando

diferentes reacciones fisiológicas y psicológicas en el individuo, por ello los celos de pareja son entendidos como una emoción esperada, donde el uso de redes sociales puede ser un factor influyente, ya que para Rodríguez (2019) las relaciones de pareja se crean, mantienen, se disuelven o están en constante cambio, a través de las mediaciones tecnológicas, que dan lugar a las redes sociales, la cual estas plataformas facilitan la interacción con más personas dando lugar a posibles sospechas de infidelidad, pero que no necesariamente conllevan a una. Además, según Torres y García (2020), indican que frente a la emergencia sanitaria por Covid-19 que atraviesa el mundo, las redes sociales han incrementado de manera muy notable su número de usuario, donde existe mayor hiperconectividad, siendo Instagram una de las plataformas más utilizadas durante la pandemia actual.

En el Perú, un estudio realizado por Mamani y Mamani (2019), se identificó que las redes sociales están al alcance de cualquiera, permitiendo que los jóvenes adquieran información a detalle sobre las actividades que cada persona realiza dentro de las plataformas virtuales, pero esta información quizá sea ambigua y los usuarios pueden interpretarla como válida, ocasionando molestias, disgustos y finalmente celos. Así mismo, se logró identificar que la mayoría de los estudiantes universitarios presentan niveles medios de celos que corresponde al 24.9% de la población estudiada, es decir, los jóvenes temen a perder frente un rival, en una situación real o imaginaria. También, se observa en los resultados que los varones tienen un nivel alto de celos del 30.7% y las mujeres tienen un nivel alto de celos del 22.1%. Finalmente, se evidenció niveles altos en cuanto al factor intriga por parte del género femenino, ya que obtiene un 25% en comparación al masculino que es 10.2%.

Ante esta inquietante realidad, se han planteado diversos estudios. Tales como, a nivel internacional Gómez (2020), en su investigación "Celos relacionados con el uso de las redes sociales", explica que, de una muestra de 142 encuestados de nacionalidad español, en

cuanto a la variable celos, un 45,8% (n=65) de la muestra no se consideraba celoso frente al 9,9% (n=14) y al 44,4% (n=63) de la muestra que se consideraba celoso o un poco celoso respectivamente. De los sujetos celosos de la muestra, solo el 3,5% (n=5) consideraba que no estaban justificados esos celos. En cuanto a los grupos de redes sociales más utilizadas se observó que WhatsApp, Facebook e Instagram eran utilizadas por un 25,4% (n=36) de la muestra, seguido por el grupo WhatsApp, Instagram y Twitter con el 16,2% (n=23) y WhatsApp, Facebook, Instagram y Twitter con el 12,7% (n=18) de los sujetos. Además, el 26,1% (n=37) reconocía que usaba las redes sociales entre 2h-3h al día, seguido por el 20,4% (n=29) que las usaba entre 3h-4h diarias, y finalmente el análisis correlacional de esta investigación evidencia una correlación negativa débil entre el uso de las redes sociales y los celos ($p=0,01$), demostrando que existe una relación entre el uso de las redes sociales y los celos, puesto que se observa que a mayor uso de las redes sociales menor es la cantidad de celos.

Por otro lado, Marín y Gutiérrez (2019), en su investigación “Emociones relacionadas con los celos de pareja producidos por el uso de Facebook”, tienen como muestra a 90 jóvenes entre los 18 y 30 años de edad, habitantes de Medellín, Colombia, donde se explica que, entre los aspectos que más inseguridad emocional genera el uso de Facebook está el hecho de que la pareja pueda comunicarse con otras personas, sin considerar la importancia del momento o la distancia física. Sumado a la posibilidad de que, este tipo de interacciones digitales, llegue a generar un vínculo de sentimientos románticos o intenciones sexuales hacia alguien más.

En el Perú no ha sido la excepción en cuanto a la relación que mantiene las redes sociales con los celos, puesto que, Mamani y Mamani (2019) en su investigación denominada, “Relación entre el uso de las redes sociales y los celos de pareja en estudiantes

del primer año de cinco facultades de una universidad de Lima Este”, en la cual participaron 261 estudiantes de cinco universidades diferentes y de sexo tanto femenino como masculino entre las edades de 16 a 18 años, se indica que no existe una relación significativa entre las variables celos de pareja y redes sociales. Asimismo, hace referencia que existe una relación leve y altamente significativa entre el factor enojo y redes sociales.

Por otro lado, Bustamante y Hanco (2017) en su tesis, denominada “Celos y Facebook en los estudiantes de la escuela profesional de psicología”, considera como muestra a los estudiantes de psicología de la Universidad Nacional de San Agustín que han tenido o mantienen una relación de pareja sentimental, donde se obtuvo como resultado el valor $X^2=8,450$ con una significancia estadística de 0,046 siendo $p < 0.05$, mostrando que existe una relación significativa entre los niveles de celos de los estudiantes de la Escuela de Psicología y los niveles de consecuencias que conlleva al uso de Facebook en la relación de pareja.

Según Tello (2020) define los celos como sentimientos de molestias, ira o temor en la relación sentimental, producto de una sospecha real o imaginaria de infidelidad que siente una persona por su pareja. Es decir, los celos se manifiestan ante una posible separación de la pareja, en la cual forman parte los estados afectivos con relación al miedo de la pérdida sentimental. Además, están relacionados con la manera de pensar, sentir y actuar ante una situación de amenaza en la relación amorosa, esta expresión o respuesta se pueden relacionar mediante componentes internos y externos, propios de la persona. Sin embargo, los sentimientos de celos son mecanismos para mantener activa y controlada la relación sentimental.

Por ello, los celos pueden ser destructivos y degradantes para quienes los sienten, ya que generan conflictos en la pareja, así como insatisfacción en la experiencia de la relación

(Cortés & Gutiérrez, 2019). Asimismo, los celos dan lugar a sentimientos como dolor, enojo, egoísmo, falta de confianza e intriga (Baldeon, 2019).

Asimismo, esta variable Celos comprende 5 dimensiones que son:

El factor emocional / dolor que se refiere a una reacción emocional manifestada como parte del amor, que aparece como respuesta ante situaciones concretas, como una posible traición, la pérdida de la pareja o el interés de esta por una tercera persona (Ochoa, 1998).

El Factor enojo, Díaz-Loving et al. (1989) consideran a dicha factor a modo de desagrado o antipatía contra la pareja cuando ella o él no le proporciona atención, y suele tener más tiempo con otras personas. En este caso la apreciación acerca de la pareja es debido a un elemento cognitivo, que se manifiesta de un modo emocional mediante el enojo y la posibilidad de pérdida, al presentarse un rival.

Factor egoísmo se refiere a la percepción que se ve matizada por la necesidad de que la pareja no ayude a nadie, no conviva o pase demasiado tiempo con otras personas. Entonces, el egoísmo es considerado como una pertenencia, donde el sujeto piensa que solo le pertenece a él y solo él tiene el derecho de no compartir a su pareja (Ochoa, 1998).

Factor confianza, Díaz-Loving et al. (1989), consideran que es una forma de reacción manifestada por los celos, surge independientemente del género, mediante un resultado del aprendizaje social, la cultura y/o el lugar donde la persona se haya desarrollado.

Factor intriga hace referencia cuando la persona se siente abrumado por saber qué hace su pareja en su ausencia, así como la curiosidad por saber qué dice y que trama cuando no la puede ver. En consecuencia, este factor se exterioriza tras la perturbación, por sospechar o proyectar ideas recurrentes a infidelidades y abandono (Ochoa, 1998).

En cuanto a la adicción a las redes sociales Araujo (2016), indica que las plataformas virtuales suelen satisfacer necesidades básicas psicológicas de los jóvenes, por ejemplo, el hacerse visibles, reafirmar la identidad ante el grupo, divertirse o estar conectados a los amigos. Además, las redes sociales cuentan con características que las hacen más atractivas para los jóvenes puesto que se puede hacer intercambio de mensajes, fotos y videos, sin embargo, muchas veces los jóvenes presentan una pérdida del control sobre el uso constante de las redes sociales a pesar de sus consecuencias adversas.

Por su parte Humbert (2016), indica que la adicción a las redes sociales viene a ser aquellos comportamientos donde el sujeto prioriza única y exclusivamente el constante uso de sus redes, dejando de lado aquellas actividades que son importantes para el desempeño diario de cada persona.

Asimismo, la variable adicción a las redes sociales se divide en 3 dimensiones que son:

Obsesión por las redes sociales, es una forma de dependencia psicológica o conductual de las plataformas virtuales de las redes sociales (Padilla y Ortega, 2017).

Falta de control personal por las redes sociales, se puede definir como la falta de capacidad consciente de regular los impulsos de manera voluntaria y adaptativa (Padilla y Ortega, 2017).

Uso excesivo de las redes sociales, es cuando se produce una inclinación desmedida respecto al uso de la tecnología y que limita nuestra libertad, por la gran dependencia que provoca (Pedrero et al., 2018).

La justificación del presente estudio de investigación, contiene información relevante sobre la relación existente entre ambas variables, los celos y la adicción a las redes sociales,

porque permite identificar cuáles son los niveles de celos de pareja en relación al nivel de adicción a redes sociales que predominan en los estudiantes universitarios de la ciudad de Cajamarca, ya que es importante identificar las situaciones imaginarias o reales que se pueden estar intensificando o generando malestar en los jóvenes universitarios, para así ser evitadas u orientadas a pensamientos más racionales, con el fin de promover el bienestar mental ya sea para la persona quien siente celos, como para quien es objeto de ellos, de igual manera la investigación se centra en la problemática actual, ya que se evidencia el poco control del uso de redes sociales en los jóvenes, que conlleva a repercusiones, donde una de ellos son los celos de pareja, además teniendo en cuenta lo mencionado por Del Barrio y Fernández (2014), en donde hacen referencia que los jóvenes de hoy son los ciudadanos de mañana y de ellos dependerá nuestra sociedad futura, en vista de que la tecnología rodea su vida cotidiana, y es ahí la importancia que tiene para toda la sociedad, la educación de nuestros estudiantes universitarios. Por otro lado, se realiza la presente investigación con el fin de servir de apoyo para posteriores investigaciones o para complementar los conocimientos de estudiantes y profesionales de ciencias de la salud, del mismo modo para personas interesadas en el tema de investigación.

Después de haber descrito la realidad problemática en la sociedad, surge la necesidad de plantear la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación que existe entre la adicción a redes sociales y los celos en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021? Además, se plantean como preguntas específicas ¿Cuál es el nivel de adicción a las redes sociales en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021? ¿Cuál es el nivel de los celos en una relación de pareja en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021?

En definitiva, el objetivo principal de la presente investigación es determinar la relación que existe entre la adicción a las redes sociales y los celos en un grupo de universitarios de la Ciudad de Cajamarca, en el año 2021, asimismo los objetivos específicos son: Identificar el nivel de adicción a las redes sociales en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021; identificar el nivel de los celos en una relación de pareja en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021.

Por otro lado, es importante plantear una hipótesis en la presente investigación, ya que es una investigación correlacional, donde Hernández et al. (2017) menciona que el hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial, que viene a ser el alcance inicial del estudio. De igual manera las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional, explicativo, o descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho. Por ende, la hipótesis a considerar en la presente investigación es que, existe una relación directa entre la adicción a las de redes sociales y celos en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021, ya que las redes sociales pueden representar un riesgo para las parejas, puesto que incitan a establecer encuentros físicos o virtuales con otros usuarios con quienes comparten las mismas redes sociales. Asimismo, mediante estas se puede generar vínculos afectivos, los cuales en ocasiones culminan en encuentros sexuales ya sean físicos o a través de cualquier dispositivo que permita tener comunicación online, llegando a ser causal de celos en una relación de pareja (Gómez, 2020). Por otro lado, se considera la hipótesis nula que señala que no existe una relación directa entre la adicción a las redes sociales y celos en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021, ya que los celos de pareja, es una emoción compleja, por ende, se ve intervenida por diversas variables, que no incluye solamente las redes sociales (Mamani y Mamani, 2019).

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

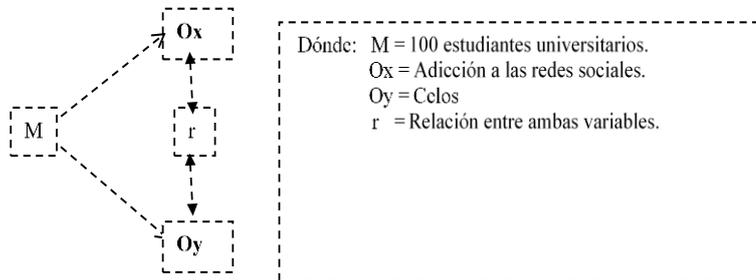
El enfoque considerado para la presente investigación fue el cuantitativo, el cual según Hernández et al. (2004) es analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos. Por lo tanto, esta investigación tiene dicho enfoque, ya que se utilizó la recolección de datos, para obtener a través de preguntas de investigación un porcentaje el cual nos permite realizar el proceso de interpretación respecto a las variables, adicción a las redes sociales y celos, además se utilizó para comprobar la hipótesis que se ha planteado con antelación.

Por otra parte, cabe recalcar que el diseño es, no experimental, puesto que, según Agudelo et al. (2008), la investigación no experimental viene a ser aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Además, Grajales (2000), comenta que, “cuando el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos, entonces se desarrolla una investigación no experimental” (p,3). Frente a ello, esta investigación no presenta manipulación de ninguna de las dos variables, solo se analizó de acuerdo a como se desarrollan en su contexto natural. También, esta investigación presenta un corte transversal puesto que, según Rodríguez y Mendivelso (2018), el diseño de corte transversal se clasifica como un estudio observacional que tiene como objetivo primordial el identificar la frecuencia de una condición en la población estudiada en un momento determinado.

Por ende, la investigación se enmarca dentro del tipo correlacional, puesto que según Hernández et al. (2017) afirma que es un tipo de investigación orientada a evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos en un contexto dado. Por esta razón se midió y analizó el grado de relación que existe entre la variable adicción a las redes sociales con la variable celos.

Figura 1.

Esquema del tipo de investigación



La población seleccionada en la presente investigación, fueron todos los jóvenes universitarios de alguna universidad de la ciudad de Cajamarca, tanto hombres como mujeres, de cualquier carrera profesional que se encuentren en diferentes ciclos y cuyas edades son entre 18 a 24 años de edad.

Con la finalidad de poder determinar la muestra se empleó el método no probabilístico, puesto que López (2004) lo define como muestras no aleatorias, es decir la elección de los sujetos depende del investigador, ya que se requiere una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características específicas. Por ello la población elegida en la investigación son 100 jóvenes entre 18 a 24 años de edad, de género masculino y femenino, que estudien en alguna universidad de la ciudad de Cajamarca del año 2021, esta muestra se eligió, ya que los jóvenes son los que utilizan más las redes sociales y se encuentran en una etapa de enamoramiento, además frente a la emergencia sanitaria de COVID 19, se presentó la dificultad de obtener permisos de una sola universidad en particular y de forma presencial, por lo que se logró contactar a solo 100 universitarios a través de las redes sociales, haciendo publicaciones en Facebook y WhatsApp. Por otro lado, se considera el subtipo intencional o deliberado, donde el investigador decide según los objetivos, los elementos que integrarán la muestra, considerando aquellas unidades supuestamente típicas de la población que se desea conocer (López, 2004). Además para determinar la muestra se tuvieron en cuenta los siguientes criterios de inclusión: El rango de edad entre los 18 a los 24 años, que sean estudiantes universitarios, que sean de ambos sexos, que hayan tenido o estén en una relación sentimental y que estudien en una universidad de la Ciudad de Cajamarca, por otro lado los criterios de exclusión: Que no concluyan con las pruebas aplicadas, que respondan al azar, que no hagan uso de las redes sociales y que no hayan mantenido una relación sentimental.

Para la presente investigación se utilizó una serie de técnicas e instrumentos que permitieron obtener, analizar los datos de la investigación y la relación entre las variables, la cual fueron aplicados de forma virtual frente a la pandemia por COVID 19. De modo que se utilizó la técnica encuesta, permitiendo recaudar datos importantes sobre la población objetivo de la investigación, por tal motivo cabe recalcar que Caparó (2016) define a la encuesta como la técnica de recogida de datos más empleada para la investigación, que permite llegar a un mayor número de participantes, acceder a una muestra estadísticamente significativa y facilita el análisis. Es por ello que se utilizaron dos instrumentos.

El cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) - Miguel Escurra Mayaute y Edwin Salas Blas (Anexo5), está compuesto por 24 ítems con cinco opciones de respuesta según la estructura de Likert, el cuestionario está dividido en 3 dimensiones. Dimensión 1: Obsesión por las redes sociales: Compuesta por los ítems: 2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22 y 23. Dimensión 2: falta de control personal por las redes sociales: Compuesta por los ítems: 4, 11, 12, 14, 20 y 24 y 3. Dimensión 3: Uso excesivo de las redes sociales: Compuesta por los ítems: 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18 y 21, además está dirigido a adolescentes y jóvenes con estudios universitarios, y cuenta con puntajes normativos. Por otro lado, el puntaje total cuenta con una confiabilidad de $\alpha = .907$. Asimismo, el cuestionario fue adaptado por Escurra y Salas (2014), de la Universidad Nacional Mayor de san Marcos, para su aplicación en el ámbito peruano con un Alfa de Cronbach de 0,832; donde puede ser aplicado de manera individual o colectiva con una duración aproximada de 10 a 15 minutos. Asimismo, fue adaptado por Deza y Díaz (2016) para su aplicación en el ámbito cajamarquino con un Alfa de Cronbach de 0,879.

En la investigación, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad del cuestionario de adicción a las redes sociales, dando como resultado una confiabilidad buena de ,830.

Inventario Multidimensional de Celos de Diaz-Loving et al. (1989) (Anexo 7): Evalúa la incomodidad y desconcierto que percibe la persona cuando este observa la interacción de su pareja con otra persona. El instrumento tiene 40 ítems distribuido en una escala Likert, con 5 alternativas de respuestas que van desde "completamente en desacuerdo" a "completamente de acuerdo". Colocando 1 para la primera opción y 5 para la última opción de respuesta. Asimismo, evalúa cinco factores: dimensión emocional / dolor (9 ítems), dimensión enojo (11 ítems), dimensión egoísmo (8 ítems), dimensión confianza (8 ítems) y

dimensión intriga (4 ítems). De igual manera dicho instrumento mide las características personales, es decir que la propia persona pueda percibir los celos. Para calcular la validez, se realizó un análisis factorial confirmatorio donde quedaron 5 factores o dimensiones que evidenciaron el 50.7% de la varianza final de la prueba. Para la selección de los reactivos se eligieron aquellos que tuvieran un índice de carga factorial superior a .30. Se evidencia que para el factor emocional se halló una varianza de 26.2, en el factor enojo se encontró una varianza de 8.5, en el factor egoísmo se tuvo una varianza de 6.4, mientras que la varianza del factor confianza fue de 5.1 y en el factor intriga tuvo un 4.5. Para hallar la confiabilidad de la prueba y para corroborar su consistencia interna de cada una de las dimensiones, hallaron el coeficiente de alfa d Cronbach. Donde el primer factor que es el emocional/dolor arrojó un .78, el factor enojo obtuvo un valor de .79, la dimensión egoísmo logró .81 y por último el factor intriga alcanzó .75 (Díaz et al.,1989). Por otra parte, la adaptación del instrumento fue realizada por Bautista (2017), donde se tuvo como muestra ah 627 estudiantes de un Instituto Tecnológico de Educación Superior (Trujillo), cuyas edades oscilaban entre 18 y 30 años del distrito de La Esperanza, para su validez se analizó en base a la consistencia interna mediante el análisis factorial confirmatorio, donde alcanzaron índices de ajuste para los 40 ítems mayores a .95 pero con un SRMR, superior a .05.

En la presente investigación, se trabajó un estudio piloto adaptando los instrumentos a un entorno virtual, donde se tuvo como muestra a 30 estudiantes universitarios de la Ciudad de Cajamarca en el año 2021, entre las edades de 18 a 24 años y que hayan tenido o estén en una relación sentimental, donde se determinó el Alfa de Cronbach de 0,939 indicándose una alta confiabilidad para el Inventario Multidimensional de Celos de Diaz-Loving (Anexo 2), por otro lado se determinó el Alfa de Cronbach de 0,905 indicándose una alta confiabilidad para el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) (Anexo 3).

Para la primera fase se presentó una dificultad para acceder a las universidades de manera presencial, por ello, para la recolección de datos se realizó la adaptación de los cuestionarios por variable en un link virtual, la cual se trabajó con el programa Google forms. Para la segunda fase se realizó un anuncio por redes sociales (Facebook y WhatsApp), en la cual se tuvo en cuenta los criterios de inclusión y exclusión. Para la tercera fase se puso en contacto con las personas que desean participar con su consentimiento y cumplan con los criterios de inclusión, la cual la captación de los participantes tomo un tiempo aproximado de 20 días. Una vez culminado el plazo asignado para la captación de los participantes, se

pasó a la cuarta fase donde se enviaron los links de los cuestionarios a través de Facebook o WhatsApp a cada participante. Finalmente se pasó a trabajar los resultados con todas las respuestas de aquellas personas que habían llenado.

Para el análisis de datos y la relación entre las variables de adicción a las redes sociales y celos, se empleó el programa Excel, en el que se creó una base de datos con todas las respuestas de cada participante. Del mismo modo para el análisis descriptivo de los datos cuantitativos se consideró los formatos de ambos cuestionarios, además, la forma de calificar y la base teórica que nos brinda cada cuestionario para realizar la interpretación correspondiente a cada instrumento, también se utilizó el software estadístico SPSS Statistics 27, el cual permitió analizar los datos obtenidos mediante los instrumentos, identificar tablas y gráficos, para así aclarar la relación entre las variables, asimismo para determinar la normalidad en la distribución de los datos, se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnova, identificando si las variables son paramétricas o no paramétricas, teniendo en cuenta que se aplicó la prueba a 100 estudiantes, y como resultado arrojó datos con distribución diferente a la normal en cuanto a la variable adicción a las redes sociales y una distribución normal para la variable celos, por lo que se empleó estadística no paramétrica, haciendo uso de la prueba estadística de rho de Spearman para corroborar la hipótesis planteada en la investigación.

Para la presente investigación se tuvo en cuenta algunos principios estipulados en el Código de ética y Deontología del Psicólogo Peruano, como el principio del artículo 25, el cual establece que en cualquier proceso de investigación los psicólogos deben priorizar los beneficios sobre los riesgos para las personas y considerar que su bienestar psicológico sobrepasa los intereses de la ciencia y la sociedad. Otro principio es el artículo 57, donde se indica que la exposición oral, escrita, audiovisual o que implique otra tecnología, de casos clínicos o ilustrativos con fines didácticos o de comunicación o de divulgación científica deberá hacerse de modo que no sea posible la identificación de la persona, grupo o institución de que se trate (De psicólogos del Perú, 2017). Por otro lado, se toma en cuenta el principio de beneficencia que trata del deber ético de buscar los intereses de quienes participan en una investigación, con el fin de obtener los máximos beneficios y minimizar los posibles riesgos de los cuales deriven posibles daños o lesiones y finalmente el principio de respeto a las personas, donde abarca la totalidad de su ser con sus circunstancias sociales, culturales, económicas, étnicas, ecológicas, entre otros, es decir, el respeto implica prestar atención y

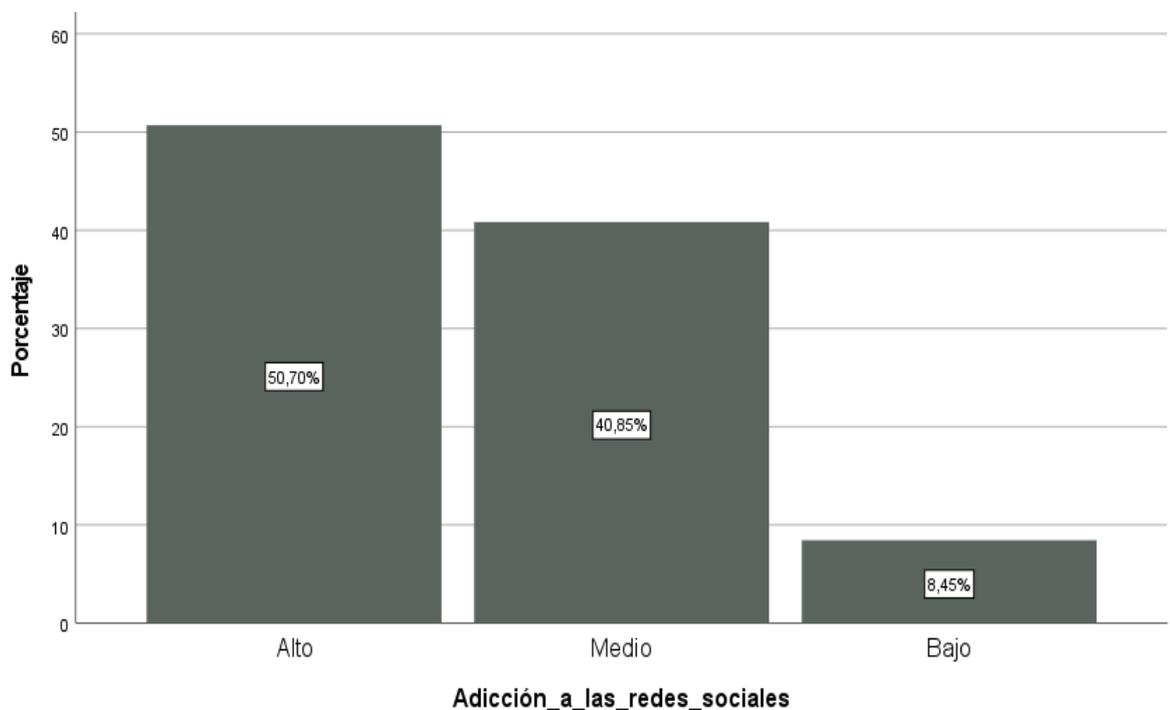
apreciar el valor de la otra persona, sus miedos, expectativas y proyectos de vida (Hoyos, 2000).

CAPÍTULO III: RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de la investigación de acuerdo a los objetivos planteados, partiendo desde los objetivos específicos descriptivos, hasta el objetivo general correlaciona y teniendo en cuenta la muestra de estudio que estuvo conformada por 100 jóvenes universitarios de la ciudad de Cajamarca, del año 2021. Asimismo, para el análisis de datos y la relación entre las variables se utilizó el programa IBM SPSS Statistics 27 en el que se creó una base de datos que permitió realizar todos los cálculos necesarios para la presente investigación.

Figura 2.

Nivel de adicción a las redes sociales en un grupo de universitarios de Cajamarca

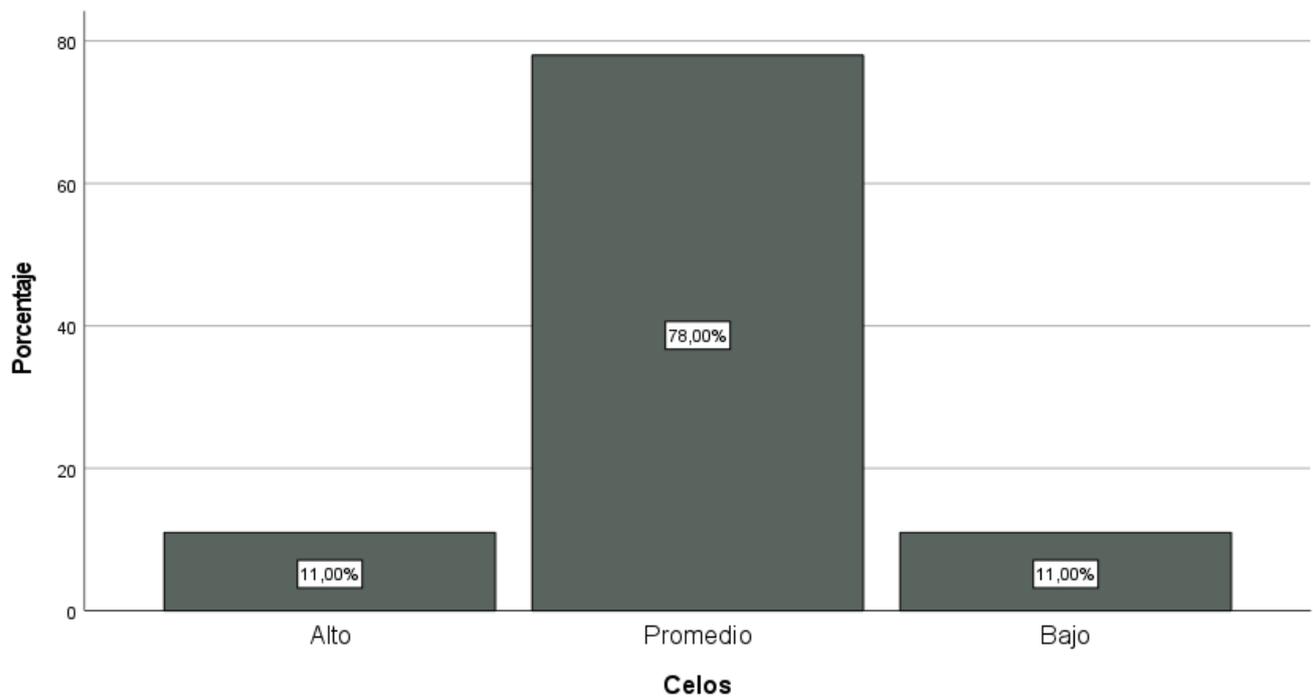


En la Figura 2, se muestra que de los 100 estudiantes universitarios que fueron parte de la población de estudio, mantienen un nivel alto en cuanto a adicción a las redes sociales que

corresponde al 50,70%, así mismo el nivel medio que presentan es de un 40,85% y finalmente prevalece en ellos un nivel bajo de 8,45%, en general los estudiantes universitarios presentan mayor posibilidad de tener adicción a las redes sociales puesto que es el nivel alto lo que predomina en ellos.

Figura 3.

Niveles de celos en un grupo de universitarios de Cajamarca



En la Figura 3, se muestra que de los 100 estudiantes universitarios que fueron parte de la población de estudio, mantienen un nivel alto en cuanto a la variable celos que corresponde al 11,00%, así mismo mantienen un nivel promedio de 78,00% y finalmente presentan un nivel bajo de celos que corresponde al 11,00%, por lo que podemos deducir que los jóvenes estudiantes presentan en mayor medida celos a nivel promedio que no es muy excesivo ni muy ausente.

Tabla 1.

Prueba de Normalidad de la variable Adicción a las Redes Sociales

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|------------------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
| | Estadístico | Gl | Sig. | Estadístico | Gl | Sig. |
| Adicción_a_las_redes_s | ,112 | 100 | ,003 | ,939 | 100 | ,000 |

ociales

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 1, se observa la prueba de normalidad de las dimensiones de la variable Adicción a las Redes Sociales, donde se aplicó las encuestas a 100 estudiantes universitarios, tomando en cuenta la prueba Kolmogorov-Smirnov^a, además se identificó que el nivel de su significancia es menor a 0,05 lo que significa que es una distribución diferente a la normal, o simplemente es una distribución no paramétrica.

Tabla 2.

Prueba de normalidad de la variable celos

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|-------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
| | Estadístico | Gl | Sig. | Estadístico | Gl | Sig. |
| Celos | ,078 | 100 | ,143 | ,975 | 100 | ,054 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 2, se observa la prueba de normalidad de la variable Celos, donde se aplicó las encuestas a 100 estudiantes universitarios, tomando en cuenta la prueba Kolmogorov-Smirnov^a, además se identificó que el nivel de significancia es mayor a 0,05 lo que significa que es una distribución normal.

Análisis de correlación de las variables

De acuerdo a los objetivos e hipótesis planteada, se toman como referencia las siguientes hipótesis para determinar la relación existente entre las variables celos y adicción a las redes sociales:

H1: existe una relación directa entre la adicción a las de redes sociales y celos en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021.

H0: No existe una relación directa entre la adicción a las de redes sociales y celos en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021.

El resultado fue el siguiente:

Tabla 3.

Correlación entre las variables de estudio en un grupo de universitarios de Cajamarca

| | | Adicción_a_ Celos las_redes_so ciales | |
|----------|-------------------|---|----------------|
| Rho | de Adicción_a_las | Coefficiente | de 1,000 ,216* |
| Spearman | redes_sociales | correlación | |
| | | Sig. (bilateral) | . ,031 |
| | | N | 100 100 |
| | Celos | Coefficiente | de ,216* 1,000 |
| | | correlación | |
| | | Sig. (bilateral) | ,031 . |
| | | N | 100 100 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

En la tabla 3, se observa que se obtuvo un $p= 0,031$, que es menor a $0,05$, es decir, es una relación de intensidad baja pero están relacionadas de manera directa puesto que es una relación significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) que indica que existe una relación directa y significativamente estadística entre la variable celos y la variable Adicción a las Redes Sociales, donde la variable Celos se relaciona positivamente con la variable Adicción a las Redes Sociales, identificando una correlación de Spearman, esto indica que cuanto mayor adicción a las redes sociales presenten los universitarios de la ciudad de Cajamarca, mayor será la manifestación de los celos.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En el presente estudio se planteó la determinación de la relación entre la adicción a las redes sociales y los celos en un grupo de universitarios de la Ciudad de Cajamarca, en el año 2021, en este sentido se encontró que, existe una relación positiva entre ambas variables de estudio ($p=0,216^*$), lo que significa que, mientras más uso de redes sociales exista más aumentarán los celos en las parejas. Estos resultados son contrarios a los expresados por Mamani y Mamani (2019), quienes encontraron que no existe relación entre las variables celos y adicción a las redes sociales, esta diferencia se puede explicar por los rangos de edad y el lugar de procedencia, ya que la investigación de Mamani y Mamani se realizó con estudiantes universitarios de 16 a 18 años de edad y en la ciudad de Lima, mientras que la presente investigación se realizó con estudiantes universitarios de 18 a 24 años de edad y de la ciudad de Cajamarca, teniendo en cuenta que, Alayo (2017) refiere que cada lugar tiene sus propias costumbres, sus propias normas familiares o su propio tipo de comunicación, siendo algunos más liberales que otros, por ejemplo, los jóvenes de la costa tienden a salir a diferentes horas de sus casas, manifiestan sus dudas y expresan lo que sienten sin temor a ser rechazados, mientras que, los jóvenes de la sierra tienden a ser más temerosos, comparten menos tiempo con los amigos, pueden molestarse y sentir celos con más facilidad. Asimismo, Gómez (2020), en su investigación “Celos relacionados con el uso de las redes sociales” identificó resultados contrarios a la presente investigación, ya que evidencia una relación negativa débil, donde a mayor uso de las redes sociales menor es la cantidad de celos, esta diferencia también se puede explicar por los rangos de edad, puesto que su población es de 18 a 60 años, en donde identificaron que las redes sociales son menos usadas cuanto más edad se tiene, es decir que las redes sociales también importan durante la etapa de envejecimiento, pero ya no de la misma manera en la que suele importarle a los jóvenes.

Por otro lado, los datos del presente estudio son similares a los de Bustamante y Hanco (2017), quienes afirmaron que existe una relación significativa positiva entre las variables celos y las redes sociales como Facebook, esta semejanza se puede presentar porque los jóvenes universitarios aún no cuentan con la experiencia y el conocimiento para manejar los celos y tener un adecuado control emocional en sus relaciones. Además, Velázquez (2013) afirma que las redes sociales como Facebook puede ocasionar miedos o inseguridades, generando comportamientos hostigantes hacia su pareja como revisar la hora de su última conexión, averiguando quién le envía mensajes, le da un me gusta a sus fotos u otros. Así mismo, Cortés y Gutiérrez (2019) en su investigación “Emociones relacionadas con los celos de pareja producidos por el uso de Facebook” identifico resultados similares, puesto que para ellos en su estudio identificaron que existe relación entre celos y el uso de Facebook, planteando que las redes sociales como Facebook causa sentimientos de inseguridad relacionados a los celos, lo que puede conllevar al control y la vigilancia de la pareja.

Cabe mencionar que, en los últimos años ha incrementado el uso de redes sociales, frente a la COVID 19, pues según el INEI (2020) en el primer trimestre del año 2020, el 81,2% de la población hizo uso diario de Internet y redes sociales. Comparando así con el año 2021, en el mismo periodo se identificó un 88,5% de la población que accede a Internet y redes sociales, (INEI, 2021). En este sentido, Padilla y Ortega (2017), explican que hay una adicción a las redes sociales cuando existe un incremento u obsesión para su uso, acompañado de la falta de control personal y una inclinación desmedida respecto al tiempo de uso. Por tal razón, las diversas plataformas de Internet y los dispositivos móviles potencian la interacción digital dentro y fuera de la pareja, generando repercusiones en cada uno, como la expresión amorosa, pero también la vigilancia, los celos, la emergencia de

“normas” para regular el uso de tecnologías propia y del otro, la gestión y el descubrimiento de secretos, y las expectativas de transparencia y privacidad (Rodríguez, 2019).

Por otro lado, las limitaciones que se presentaron durante el proceso de la investigación son, en primer lugar, la actual coyuntura sanitaria por COVID 19, por la cual se ha tomado medidas de prevención para evitar su propagación en todo el mundo, siendo una de ellas la suspensión de las clases presenciales, limitando así la accesibilidad a la población objetivo, por tal motivo la presente investigación solo se realizó con 100 estudiantes universitarios que fueron contactados a través de las redes sociales. En segundo lugar, se presentó como limitación, la escasa estandarización de instrumentos sobre Adicción a las Redes Sociales, por lo cual, se eligió un instrumento utilizado en tesis que desarrollan la variable Adicción a las Redes Sociales y que tenía poca información lo cual conllevó a buscar información extra en otras fuentes sobre dicho instrumento.

La presente investigación, tiene como aporte principalmente los datos teóricos, lo cual ayuda a comprender mejor las variables Adicción a las redes sociales y Celos en estudiantes universitarios de la ciudad de Cajamarca en el año 2021, ya que en la actualidad las redes sociales forman parte en la vida de las personas y especialmente en los jóvenes, además, la presente investigación sugiere la posibilidad de hacer nuevas correlaciones con otras variables de estudio como infidelidad o uso de redes sociales, de la misma manera se presenta la confiabilidad actual de los instrumentos y su adaptación para aplicar en el Perú. Por otro lado, como aporte práctico se justifica que la investigación busca generar autorreflexión en los estudiantes universitarios para mantener relaciones sentimentales más saludables, también la información brindada puede favorecer a profesionales de la salud mental especializados en terapia de pareja, en donde se presenten casos que tengan relación con las variables de estudio, igualmente para aquellas personas interesadas en el tema.

Conclusiones

Se llega a la conclusión que, existe una relación positiva entre la adicción a las redes sociales y los celos en un grupo de universitarios de la Ciudad de Cajamarca para el año 2021, por cuanto a mayor uso de redes sociales mayor será el sentimiento de celos en este grupo de jóvenes, debido a que la falta de control para usar las redes sociales genera desconfianza y malestar, dando lugar a los celos de pareja, por lo que es recomendable generar talleres de orientación en el manejo controlado de las redes sociales para que no afecte en el manejo de las emociones.

Por otra parte, existe un alto nivel de adicción a las redes sociales (50,70%) en los universitarios de 18 a 24 años de Cajamarca, teniendo en cuenta que los estudiantes universitarios suelen percibir las redes sociales como algo importante y parte de su vida cotidiana, siendo el medio más usado para establecer contactos, por lo cual se confirma la necesidad de controlar su uso desmedido para mitigar la obsesión y falta de control existente en este grupo de jóvenes.

Además, se muestra una prevalencia del nivel medio de celos en los estudiantes universitarios (78,00%), lo que supone que este nivel medio puede incrementarse o disminuir frente al uso excesivo de redes sociales, teniendo en cuenta que los celos de pareja, son una emoción compleja, que al presentarse de forma excesiva puede desagradables, por tanto, al controlar la adicción de redes sociales es probable que baje el nivel de celos encontrado en este grupo de universitarios y para ello se requiere de la auto reflexión y autocontrol.

Por otro lado, al ser un estudio correlacional y al haber identificado la relación que existe entre las variables de estudio Celos y Adicción a las redes sociales, recomendamos que se vuelva a realizar la investigación de forma presencial y posterior a la pandemia, para identificar si prevalece la correlación de las variables celos y adicción a las redes sociales.

REFERENCIAS

- Agudelo, G., Aignerren, M., & Restrepo, J. R. (2008). Experimental y no-experimental. *La Sociología en sus Escenarios*, 1–46.
- Alayo Castillo, F. E. (2017). Celos y Variables Sociodemográficas en Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Trujillo.
- Araujo Robles, E. D. (2016). Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 10(2), 48-58.
- Bautista, E.L. (2017). Propiedades psicométricas del inventario multidimensional de celos. [Tesis de licenciatura]. Universidad César Vallejo.
- Baldeon Caballero, A. A. (2019). *Factores asociados a los celos en estudiantes de la academia "Pedro Paulet", del distrito de Lima Cercado, en el periodo 2019* [Tesis de licenciatura]. Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Bustamante Carpio, M. L., & Hanco Zuñiga, Z. R. (2017). *Celos y facebook en los estudiantes de la escuela profesional de psicología* [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional de San Agustín.
- Caparó, E. V. (2016). Validación de cuestionarios. *Odontología Activa Revista Científica*, 1(3), 71-76.
- Ceme Moreira, R. L. (2014). *La adicción a Las Redes Sociales y Su Influencia En Las Relaciones Conyugales De 20 a 30 Años De Edad En El Barrio Santa Mónica* [Tesis de pregrado]. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta.
- De psicólogos del Perú, C. (2017). Código de ética y deontología.

- Del Barrio, F. & Fernández, I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 3(1), 571-576.
- Deza M. & Díaz Z. (2016). Adicción a las redes sociales y habilidades sociales en un grupo de adolescentes de la ciudad de Cajamarca.
- Díaz-Loving, R., Rivera, S., & Flores, M. (1989). Desarrollo y análisis psicométrico de una medida multidimensional de celos. *Revista Mexicana de Psicología*, 111-119.
- Díaz-Loving, R., Rivera, S., & Flores, M. (1986). *Celos: Reacciones ante la posible pérdida de la pareja*. *La Psicología Social en México*, 26-30.
- Escurre M., & Salas B. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91.
- Gómez Martínez, P. (2020). *Celos relacionados con el uso de las redes sociales* [Tesis de pregrado]. Universidad de Almería.
- Grajales, T. (2000). Tipos de investigación. <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Hernández S. Fernández C. & Baptista L. (2017). Definición conceptual o constitutiva.
- Hernández S. Fernández C. & Baptista L. (2017). Alcance de la Investigación.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2004). *Metodología de la investigación*. Panamericana Formas e Impresos S.A.
- Hoyos, J. G. O. (2000). Principios éticos de la investigación en seres humanos y en animales. *Medicina (Buenos Aires)*, 60(2), 255-258.
- Informática, I. N. (2019). Indicadores de violencia familiar y sexual, 2012-2019. 82.

Humbert, M. (28 de febrero de 2016). *Uso, abuso y adicción ¿Hablamos de lo mismo?*. CDN

Psiquiatría y psicología. <https://www.drhumbert-psiQUIATRIA.es/uso-abuso-y-adiccion-hablamos-de-lo-mismo/>

INEI (2020). Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación en los hogares, Perú.

INEI (2021). Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación en los hogares, Perú.

Journal, C. P. (2019). Influencia de las plataformas como Facebook y WhatsApp.

Monje, J. B., Fernández, A. R., Basterretxea, J. J., & Pedrosa, I. (2013). Adicción a las redes sociales: creación y validación de un instrumento de medida. *Revista de Investigación y Divulgación en Psicología y Logopedia*, (1), 2-8.

López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto cero*, 9(08), 69-74.

Lorenzo-Romero, C., Gómez-Borja, M. Á., & Alarcón-del-Amo, M. D. C. (2011). Redes sociales virtuales: ¿de qué depende su uso en España? *Innovar*, 21(41), 145-158.

Mamani Bravo, J. A., & Mamani Uruchi, J. A. (2019). *Relación entre el uso de las redes sociales y los celos de pareja en estudiantes del primer año de cinco facultades de una universidad de Lima Este* [Tesis de título profesional]. Universidad Peruana Unión.

Marín-Cortés, A., & Gutiérrez, J. D. (2019). Emociones relacionadas con los celos de pareja producidos por el uso de Facebook. *Global Media Journal México. Revista Mexicana de Psicología*, 6(2), 111-119.

Ochoa, S. (1998). *Validez de Constructo y Confiabilidad del Inventario Multidimensional de Celos* [Tesis de Maestría]. Universidad de Colima.

Pedrero P. Ruiz S. Rojo M. Llanero L. Pedrero A. Morales A. & Puerta G. (2018).

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC): uso problemático de internet, videojuegos, teléfonos móviles, mensajería instantánea y redes sociales mediante el MULTICAGE-TIC. *Adicciones*, 30(1), 19-32.

Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista Médica Sanitas*, 21(3), 141-146.

Rodríguez Salazar, T. (2019). “Internet en las relaciones de pareja establecidas: un panorama desde la investigación internacional”. En Ana Josefina Cuevas (Coord.). *Intimidación y relaciones de pareja: exploraciones de un campo de investigación*. Ciudad de México: Juan Pablo Editores, Universidad de Guadalajara, 293-329.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Pilar, L. B. (2003). *Metodología de la Investigación*, Tercera Edición McGraw Hil Interamericana.

Padilla C. & Ortega J. (2017). Adicción a las redes sociales y sintomatología depresiva en universitarios. *Casus*, 2(1), 47-53.

Tello Talexio, L. A. D. L. (2020). *Dependencia emocional, autoestima y celos en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana* [Tesis de bachillerato]. Universidad San Ignacio de Loyola.

Torres, E. & García, S. (2020). *Influencers y coronavirus. Los contenidos sobre la pandemia COVID-19 en las publicaciones de prescriptores de redes sociales en España (2020): el caso de Instagram*. *Quaderns del CAC*, 46, 81-91.

Velaez, J. (2013). *Relaciones saludables*. (2a. ed). Santander. Colombia

ANEXOS

Anexo N°1

Matriz de consistencia

| MATRIZ DE CONSISTENCIA | | | | | |
|--|--|--|-------------------------------|---|---|
| Formulación del problema | Hipótesis | Objetivos | Variables | Metodología | Población |
| ¿Cuál es la relación que existe entre la adicción a las redes sociales y los celos en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021? Además, se | Existe una relación directa entre la adicción a las redes sociales y celos en estudiantes universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021 | Objetivo general: Determinar la relación que existe entre la adicción a las redes sociales y los celos en estudiantes universitarios de la Ciudad de | Adicción a las redes sociales | Tipo de investigación: Correlacional. Diseño de investigación: No experimental. Técnica: Encuesta. Instrumentos: Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales Y Inventario | Población: Todos los jóvenes universitarios de alguna universidad de la ciudad de Cajamarca, tanto hombres como mujeres, de cualquier |

| | | | | | |
|---|--|---|--------------|--|---|
| <p>plantean como preguntas específicas ¿Cuál es el nivel de adicción a las redes sociales en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021? ¿Cuál es el nivel de los celos en una relación de pareja en un grupo de universitarios de la ciudad de</p> | | <p>Cajamarca, en el año 2021.</p> | | <p>Multidimensional de Celos. Análisis de datos: Programa Excel (base de datos con todas las respuestas de cada participante), método de Spearman</p> | <p>carrera profesional que se encuentren en diferentes ciclos y cuyas edades son entre 18 a 24 años de edad.</p> |
| | | <p>Objetivo específico: Identificar el nivel de adicción a las redes sociales en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca,</p> | <p>Celos</p> | <p>(correlación de variables), Word office 2019(informe).</p> | <p>Muestra: 100 jóvenes universitarios de cualquier universidad de la ciudad de Cajamarca, tanto hombres como mujeres,</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| <p>Cajamarca, en el año 2021?.</p> | | <p>en el año 2021. Identificar el nivel de celos en una relación de pareja en un grupo de universitarios de la ciudad de Cajamarca, en el año 2021. Establecer la relación entre la variable adicción a las redes sociales con los celos de un grupo de universitarios de la ciudad</p> | | | <p>además de cualquier carrera profesional y que se encuentren en diferentes ciclos.</p> |
|--|--|--|--|--|---|

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | de Cajamarca, en el año 2021. | | | |
|--|--|--|--|--|--|

| Variables | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores |
|--------------------------------------|--|---|--|--|
| Adicción a las redes sociales | Obsesión por las redes sociales, es una forma de dependencia psicológica o conductual de las plataformas de las redes sociales (Padilla et al., 2017). | Esta variable se enfoca en las conductas que establecen un esquema de conductas abarcando la obsesión, falta de control y uso excesivo en | Obsesión por las redes sociales | Tiempo de conexión, estado de ánimo, relaciones interpersonales. |
| | Falta de control personal por las redes sociales, se puede definir como la falta de capacidad | relación a las redes sociales, por ello se ha considerado utilizar el cuestionario de | Falta de control personal por las redes sociales | Control de tiempo conectado, intensidad, frecuencia. |

| | | | | |
|--|---|--|---|--|
| | <p>consciente de regular los impulsos de manera voluntaria y adaptativa (Padilla et al., 2017).</p> | <p>adicción a las redes sociales (ARS).</p> | | |
| | <p>Uso excesivo, es cuando se produce una inclinación desmedida respecto al uso de la tecnología y que limita nuestra libertad, por la gran dependencia que provoca (Pedrero et al., 2018).</p> | | <p>Uso excesivo de las redes sociales</p> | <p>Necesidad de permanecer conectado, cantidad de veces conectado.</p> |
| | <p>El dolor, es una reacción emocional manifestada como parte del amor, que aparece como respuesta ante</p> | <p>Esta variable se refiere a la interacción de pensamientos, sentimientos y acciones que se</p> | <p>Factor emocional / dolor</p> | <p>Traición, infidelidad, depresión, ansiedad.</p> |

| | | | | |
|--------------|--|---|--------------|---------------------------------------|
| Celos | <p>situaciones concretas, como una posible traición, la pérdida de la pareja o el interés de esta por una tercera (Ochoa, 1998)</p> | <p>presentan cuando se percibe una amenaza hacia algo que se considera propio, esto puede ser medido a través de un</p> | | |
| | <p>Díaz-Loving et. al. (1989) plantean el enojo, a modo de desagrado o antipatía contra la pareja cuando ella o él no le proporciona atención, suele tener más tiempo con otras personas. En este caso la apreciación acerca de la pareja es debido a un</p> | <p>cuestionario, en este caso se utilizará el cuestionario Inventario Multidimensional de Celos.</p> | Factor enojo | Resentimiento, ira, agresión, engaño. |

| | | | | |
|--|---|--|-----------------------|---|
| | <p>elemento cognitivo, que se manifiesta de un modo emocional mediante el enojo y la posibilidad de pérdida, al presentarse un rival.</p> | | | |
| | <p>El egoísmo es la percepción que se ve matizada por la necesidad de que la pareja no ayude a nadie, no conviva o pase demasiado tiempo con otras personas. Entonces, el egoísmo es considerado como una pertenencia, el</p> | | <p>Factor egoísmo</p> | <p>Necesidad de pertenencia, control de la pareja, influencia de amigos</p> |

| | | | | |
|--|---|--|-------------------------|---|
| | <p>sujeto piensa que solo le pertenece a él y solo él tiene el derecho de no compartir a su pareja (Ochoa, 1998)</p> | | | |
| | <p>Díaz-Loving et. al. (1989), consideran la confianza es una forma de reacción manifestada por los celos, surge independientemente del género, mediante un resultado del aprendizaje social, la cultura y/o el lugar donde la persona se haya desarrollado</p> | | <p>Factor confianza</p> | <p>Satisfacción, nuevas amistades, respeto.</p> |

| | | | | |
|--|--|--|-----------------------|--|
| | <p>Hace referencia cuando la persona se siente abrumado por saber qué hace su pareja en su ausencia, así como la curiosidad por saber qué dice y que trama cuando no la puede ver. En consecuencia, este factor se exterioriza tras la perturbación, por sospechar o proyectar ideas recurrentes a infidelidades, abandono (Ochoa, 1998)</p> | | <p>Factor intriga</p> | <p>Imaginación, curiosidad, Sospechas.</p> |
|--|--|--|-----------------------|--|

Escala: Confiabilidad del instrumento celos.

| Alfa de Cronbach | basada en | Alfa de elementos | Cronbach estandarizados | N de elementos |
|------------------|-----------|-------------------|-------------------------|----------------|
| ,939 | | ,937 | | 40 |

Anexo N°3

Escala de Confiabilidad del instrumento adicción a las redes sociales

| Alfa de Cronbach | de Alfa de Cronbach | de N de elementos |
|------------------|---------------------|-------------------|
| ,905 | ,912 | 24 |

Anexo N°4

Análisis estadístico de la variable Celos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Alto | 7 | 23,3 | 23,3 | 23,3 |
| | Promedio | 22 | 73,3 | 73,3 | 96,7 |
| | Bajo | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) en su adaptación virtual



Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)

Estudiantes universitarios de la ciudad de Cajamarca de 18 a 24 años

 yuli221299@gmail.com (no se comparten)
[Cambiar cuenta](#)

 Se restableció el borrador

Acepto participar voluntariamente en el presente cuestionario con la finalidad de contribuir en la investigación “ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y CELOS EN UN GRUPO DE UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, EN EL AÑO 2021”.

Si

No

[Borrar la selección](#)

[Siguiente](#) [Borrar formulario](#)

Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)

Instrucciones

A continuación se te formula una serie de situación en las que debes responder de la forma que más se parezca a tu realidad.

NOTA: No hay respuestas buenas o malas.

La información que se obtenga será de uso confidencial

Iniciales de nombres y apellidos *

Tu respuesta

Edad *

Tu respuesta

Sexo *

- Femenino
- Masculino

Grado de instrucción *

Tu respuesta

1. Siento una gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

2. Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

3. El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

4. Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

5. No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

6. Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

7. Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

8. Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

9. Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

10. Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

11. Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

12. Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

13. Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

14. Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

15. Aún cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

16. Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

17. Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

18. Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

19. Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

20. Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

21. Aún cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

22. Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

23. Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a). *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

24. Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social. *

- Siempre
- Casi Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

[Atrás](#)

[Enviar](#)

[Borrar formulario](#)

Anexo N°6

Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) en su forma original

CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES (ARS)

A continuación se te formula una serie de situación en las que debes responder de la forma que más se parezca a tu realidad.

NOTA: No hay respuestas buenas o malas.

La información que se obtenga será de uso confidencial.

| Ítem | Preguntas | Siempre | Casi Siempre | A veces | Rara Vez | Nunca |
|------|--|---------|--------------|---------|----------|-------|
| 1 | Siento una gran necesidad de permanecer conectado (a) a las redes sociales. | | | | | |
| 2 | Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales. | | | | | |
| 3 | El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más. | | | | | |
| 4 | Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales. | | | | | |
| 5 | No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales. | | | | | |
| 6 | Me pongo de malhumor si no puedo | | | | | |

81

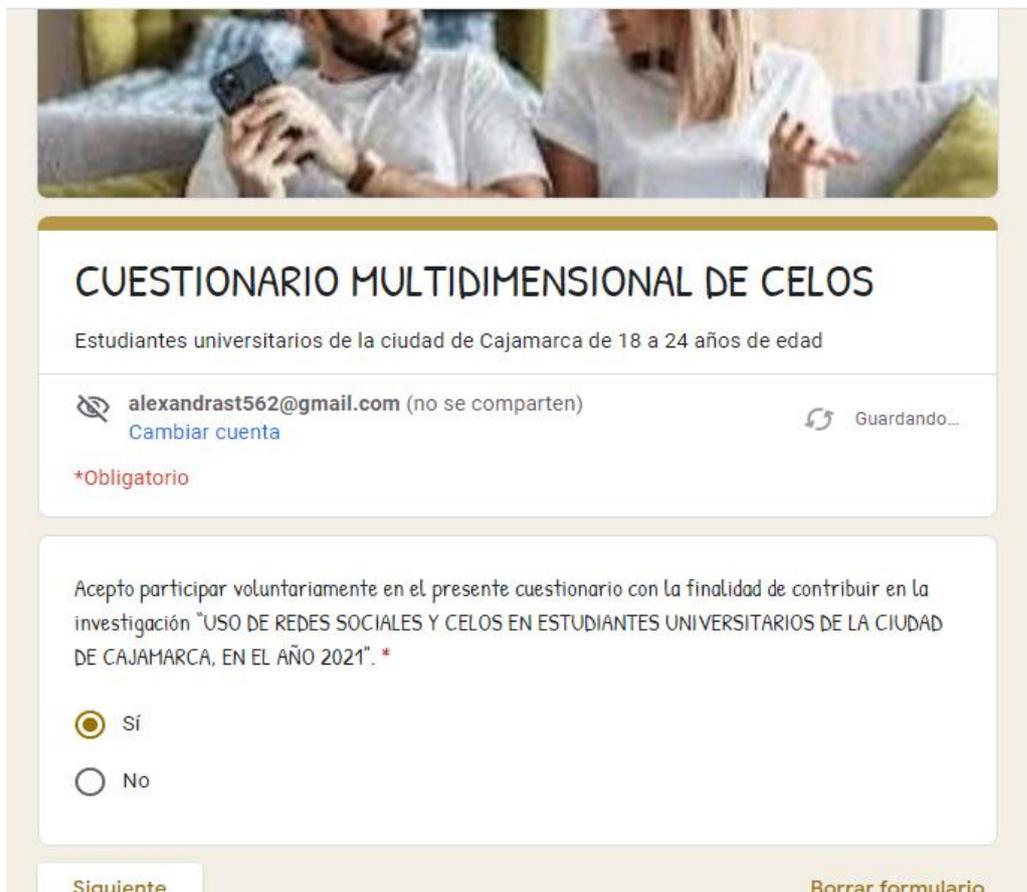
| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| | conectarme a las redes sociales. | | | | | |
| 7 | Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales. | | | | | |
| 8 | Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja. | | | | | |
| 9 | Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.. | | | | | |
| 10 | Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado. | | | | | |
| 11 | Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales. | | | | | |
| 12 | Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales. | | | | | |
| 13 | Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días. | | | | | |
| 14 | Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales. | | | | | |
| 15 | Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| | pensar en lo que sucede en las redes sociales. | | | | | |
| 16 | Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales. | | | | | |
| 17 | Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales. | | | | | |
| 18 | Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora. | | | | | |
| 19 | Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales. | | | | | |
| 20 | Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales. | | | | | |
| 21 | Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales. | | | | | |
| 22 | Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales. | | | | | |
| 23 | Cuando estoy en clase sin conectar con | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| | las redes sociales, me siento aburrido(a). | | | | | |
| 24 | Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social. | | | | | |

Anexo N°7

Cuestionario Inventario Multidimensional de Celos de Diaz-Loving, Rivera y Flores (1989) en su adaptación virtual



CUESTIONARIO MULTIDIMENSIONAL DE CELOS

Estudiantes universitarios de la ciudad de Cajamarca de 18 a 24 años de edad

 alexandrast562@gmail.com (no se comparten)
[Cambiar cuenta](#)  Guardando...

*Obligatorio

Acepto participar voluntariamente en el presente cuestionario con la finalidad de contribuir en la investigación "USO DE REDES SOCIALES Y CELOS EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, EN EL AÑO 2021". *

Sí
 No

[Siguiente](#) [Borrar formulario](#)

Cuestionario Multidimensional de celos

Instrucciones

A continuación, encontraras una serie de afirmaciones frente a los celos, nos interesa saber qué piensas al respecto, para lo cual solicitamos tu cooperación, responde a cada afirmación seleccionando la alternativa de acuerdo a tu experiencia. Por favor no deje ningún reactivo sin contestar. Recuerda que no existen respuestas correctas o incorrectas ¡Muchas gracias!

Iniciales de nombres y apellidos *

Tu respuesta _____

Edad *

Tu respuesta _____

Sexo *

- Femenino
 Masculino

Grado de instrucción *

Tu respuesta _____

Estado civil *

Tu respuesta _____

1. Si me traicionara mi pareja, pasaría mucho tiempo antes de que el dolor desapareciera. *

- Completamente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Completamente en desacuerdo

2. Si mi pareja me fuera infiel me sentiría muy desdichado(a). *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

3. Si me engañara mi pareja sería de lo más devastador que me pudiera ocurrir. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

4. Me deprimó cuando pienso lo que pasaría si pierdo a mi pareja. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

5. Me sentiría muy mal si mi pareja se fuera con otro(a). *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

6. Me pondría ansioso(a) al saber que mi pareja estuviera interesada (O)más por otra persona que por mí. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

7. Cuando mi pareja se está divirtiendo en una fiesta y yo no estoy ahí, me siento deprimido. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

8. Sentiría ganas de morirme si mi pareja me dejara. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

9. Mis emociones ciegan los hechos de la situación cuando siento celos. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

10. Me enoja cuando mi pareja habla bien de alguien del sexo opuesto. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

11. Me molesta cuando alguien abraza a mi pareja. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

12. Mis emociones ciegan los hechos de la situación cuando siento Celos. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

13. Me siento mal cuando veo que mi pareja besa a alguien del sexo opuesto que yo no conozco. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

14. Siento resentimiento hacia las personas que reciben más atención que yo. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

15. Soy muy posesivo(a). *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

16. Me enojaría mucho si mi pareja se pusiera muy contento(a) de la posibilidad de ver a un antiguo amigo(a) del sexo opuesto. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

17. Si mi pareja se mostrará amable con alguien del sexo opuesto, sentiría celos. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

18. Cuando mi pareja habla sobre experiencias felices de su pasado, me siento triste de no haber sido parte de ellas. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

19. Tiendo a criticar al novio (a) que tuvo mi pareja. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

20. Me molesta que mi pareja se divierta cuando yo no estoy. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

21. Me sería difícil perdonar a mi pareja si ésta me fuera infiel. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

22. Me molesta cuando mi pareja coquetea con alguien. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

23. Me molesta que mi pareja tenga una conversación íntima con alguien del sexo opuesto. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

24. Resisto cuando mi pareja pasa demasiado tiempo con sus amigas (os) en vez de conmigo. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

25. Me desagrada cuando mi pareja pasa más tiempo en sus entretenimientos que conmigo. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

26. Me sentiría muy mal si mi pareja se fuera con otro(a). *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

27. No me gusta que mi pareja pase mucho tiempo con sus amistades. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

28. Me sentiría muy molesto(a) si en un baile no me está prestando suficiente atención mi pareja. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

29. Me satisface ayudar a un amigo. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

30. Me es fácil hacer amistades. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

31. Me hace sentir bien el saber que alguien se interesa por mí. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

32. Trato de entender el comportamiento de mi pareja aun cuando algo me disgusta. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

33. Todos necesitan alguien en quien confiar. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

34. Me siento contento(a) cuando a mi pareja le cae bien uno(a) de mis con amigo(a)s. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

35. Generalmente yo confío en los demás. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

36. Me gusta que mi pareja haga nuevas amistades. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

37. Me he imaginado que mi pareja trama cosas a mis espaldas. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

38. Siento mucha curiosidad por saber lo que hace mi pareja cuando sale con amigo(a)s de su mismo sexo. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

39. Siento mucha curiosidad por saber lo que habla mi pareja cuando sale con amigo(a)s de su mismo sexo. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

40. Se me haría muy sospechoso el que mi pareja fuera a ayudar alguien del sexo opuesto con su trabajo. *

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

[Atrás](#)

[Enviar](#)

[Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Ficha Técnica del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)

| | |
|----------------------------------|--|
| Nombre Original | Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales |
| Procedencia | Perú |
| Autores | Miguel Escurra y Edwin Salas (2014) |
| Adaptación para Cajamarca | Nataly Deza y Milagros Díaz (2016) |
| Administración | Individual y Colectiva. Hombres y Mujeres de 18 años en adelante. |
| Duración | 15 minutos aproximadamente. |
| Significación | Detección y evaluación de la adicción a las redes sociales. |
| Confiabilidad | Alfa de Cronbach con 0,907 |
| Puntuación | Escala de Lickert del 1 a 5 |
| Usos | Clinico, educativo y de investigación. |
| Materiales | Cuestionario de adicción a las redes sociales, lápiz/lapicero. |

Según Deza y Díaz (2016), estas son las puntuaciones para la evaluación global del cuestionario (ARS):

| | Puntuación | Nivel |
|--|-------------------|--------------|
| Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales | 21 – 35 | Bajo |
| | 36 – 49 | Medio |
| | 50 – 63 | Alto |

*Ficha Técnica del Cuestionario Inventario Multidimensional de Celos de Díaz-Loving, Rivera y Flores
(1989)*

FICHA TÉCNICA: Inventario Multidimensional de Celos

- **Autor:** Díaz-Loving, et al. (1989).
- **Adaptado en Perú por:** Boulangger et. Al. (2013).

Para su adaptación en Perú, la población estuvo compuesta por 3,500 jóvenes entre 17 y 25 años del nivel superior en la ciudad de Piura, para demostrar su confiabilidad utilizaron dos métodos; el Alfa Cronbach, el cual presentó un resultado total de 0.91 y el método de dos mitades donde se presentaron valores entre: 0.85 y 0.84 con una correlación entre formas de 0.83.
- **Forma de Administración:** Individual y grupal.
- **Ámbito de Aplicación:** El cuestionario es aplicable para personas jóvenes y adultos.
- **Duración:** 15 a 20 minutos (aprox.)
- **Descripción del cuestionario:** El instrumento está constituido por 40 ítems que son de tipo cerrado de opción múltiple. Permite conocer el nivel de celos, a través de la evaluación de cinco factores: dolor, enojo, egoísmo, confianza e intriga.

- Calificación:** Las preguntas son cerradas con un lenguaje claro y sencillo para que el participante marque una opción, con la cual se identifique. Las respuestas se califican en escala de Likert, es una estructura que presenta un conjunto de ítems en forma de proposiciones positivas, sobre hechos y fenómenos sociales o naturales de la realidad, es necesario que cada ítem contenga una graduación escalonada de respuestas que van desde los valores 1 al 5, que se detallan a continuación:

Tabla. 2: Escala de Calificación del Cuestionario

| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--------------------------|------------|--------------------------------|---------------|-----------------------------|
| Completamente de acuerdo | De acuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | En desacuerdo | Completamente en desacuerdo |

- Baremo:** Tabla que permite la baremación que a su vez sirve para efectos de interpretación de los resultados de la variable de la investigación, está ordenado por rangos y contempla todos los valores desde el mínimo hasta el máximo que se puede obtener como puntaje de evaluación de las dimensiones y del cuestionario en general.

Tabla. 3: Baremo de interpretación de la variable

| Escala | I | II | III-IV | V | Total |
|----------|-------|-------|--------|-------|---------|
| Bajo | 9-19 | 11-24 | 8-17 | 4-8 | 40-89 |
| Promedio | 20-32 | 25-39 | 18-28 | 9-14 | 90-145 |
| Alto | 33-45 | 40-55 | 29-49 | 15-20 | 146-200 |

Anexo N° 10

Matriz Excel de base de datos

