



Universidad  
**Norbert Wiener**

Powered by **Arizona State University**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA**

**Tesis**

Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de  
una institución educativa pública en Lima Metropolitana, 2024

**Para optar el Título Profesional de**  
Licenciada en Psicología

**Presentado por:**

**Autora:** Ramirez Asparrin, Estefani Consuelo

**Código ORCID:** <https://orcid.org/0009-0004-4726-8095>

**Asesor:** Dr. Cruz Telada, Yreneo Eugenio

**Código ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-3770-1287>

**Lima – Perú**

**2025**

 Universidad Norbert Wiener	<b>DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>		
	<b>CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-033</b>	<b>VERSIÓN: 01</b> REVISIÓN: 01	<b>FECHA: 08/11/2022</b>

Yo, **Estefani Consuelo Ramirez Asparrin** egresado de la Facultad de **Ciencias de la Salud** y Escuela Académica Profesional de **Psicología** de la Universidad privada Norbert Wiener declaro que el trabajo de investigación “**Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública en Lima Metropolitana, 2024**”. Asesorado por el docente: **Yreneo Eugenio Cruz Telada** DNI **09946516** ORCID **0000-0002-3770-1287** tiene un índice de similitud de **10 (diez) %** con código **oid: 14912:485962982** verificable en el reporte de originalidad del software Turnitin.

Así mismo:

1. Se ha mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Se autoriza que el trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. El porcentaje señalado es el mismo que arrojó al momento de indexar, grabar o hacer el depósito en el turnitin de la universidad y,
5. Asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión en la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas del reglamento vigente de la universidad.



.....  
 Firma de autor 1  
 Estefani Consuelo Ramirez Asparrin  
 DNI:48074131

.....  
 Firma de autor 2  
 Nombres y apellidos del Egresado  
 DNI: .....



.....  
 Firma  
 Dr. Cruz Telada, Yreneo Eugenio  
 DNI: 09946516

Lima, 10 de junio de 2025.

## DEDICATORIA

A mi madre Pamela, por el apoyo, confianza y ánimos que me brindaba durante estos cinco años de estudios.

A mi hermana Daisy por sus alegrías en momentos difíciles y por darme la calma que necesitaba.

A mis amados abuelos Zoraida y Gumersindo por toda la paciencia y comprensión, sus palabras de aliento hicieron que siguiera avanzando.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por siempre iluminar mi camino, cuidarme y bendecirme, de la misma forma que protege a mis seres más queridos.

A mi familia, siempre con su apoyo, paciencia y consejos hizo la persona que soy ahora y en la cual cada día deseo ser mejor.

A mi querida Universidad Norbert Wiener por la calidad de educación que siempre han ofrecido, con los docentes más calificados y entregados.

A las bellas amistades que formé en la universidad, maravillosas personas que siempre estarán en mi memoria.

A mi asesor, Dr. Yrenero Cruz, por la paciencia y entrega que demostró en cada asesoría.

## ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN .....	xi
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.3. Objetivos de la investigación.....	3
1.4. Justificación de la investigación .....	4
1.5. Limitaciones de la investigación .....	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	6
2.1. Antecedentes de la investigación.....	6
2.2. Bases teóricas .....	10
2.3. Formulación de hipótesis.....	23
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....	25
3.1. Método de la investigación.....	25
3.2. Enfoque de la investigación.....	25
3.3. Tipo de investigación.....	25
3.4. Diseño de la investigación.....	26
3.5. Población, muestra y muestreo .....	26
3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	30
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos .....	34
3.9. Aspectos éticos .....	35
CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	37

4.1. Resultados .....	37
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	50
5.1. Conclusiones .....	50
5.2. Recomendaciones.....	51
REFERENCIAS.....	53
ANEXOS .....	63

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> .....	37
Distribución de variables demográficas.....	37
<b>Tabla 2</b> .....	38
Estadísticos descriptivos de la variable autoestima y sus dimensiones .....	38
<b>Tabla 3</b> .....	39
Estadísticos descriptivos de la variable adicción a las redes sociales y sus dimensiones .....	39
<b>Tabla 4</b> .....	39
Prueba de normalidad .....	39
<b>Tabla 5</b> .....	42
Relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria .....	42
<b>Tabla 6</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Nivel de autoestima en alumnos de secundaria de una entidad educativa .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Tabla 7</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Nivel de adicción a las redes sociales en alumnos de secundaria de una entidad educativa;	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Tabla 8</b> .....	43
Vínculo entre autoestima y obsesión de redes sociales en alumnos de secundaria .....	43
<b>Tabla 9</b> .....	44
Vínculo entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria .....	44
<b>Tabla 10</b> .....	45
Vínculo entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en alumnos de secundaria .....	45



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Distribución de variables demográficas .....	37
<b>Figura 2.</b> Nivel de autoestima en alumnos de secundaria de una entidad educativa; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
<b>Figura 3.</b> Nivel de adicción a las redes sociales en alumnos de secundaria de una entidad educativa ..... <b>Error!</b> <b>Marcador no definido.</b>	

## RESUMEN

El objetivo de esta investigación consistió en determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en alumnos de secundaria de una entidad educativa de Lima Metropolitana, 2024. Por tal razón, se asumió el método hipotético deductivo, enfoque cuantitativo, de tipo básico, diseño no experimental, ceñido en un alcance correlacional, donde las unidades de análisis fueron 105 estudiantes del nivel secundario, mismos que brindaron sus respuestas en torno a los cuestionarios seleccionados. Respecto a los resultados, se evidencia la presencia de una correlación negativa y alta entre autoestima y adicción a las redes sociales, determinado bajo un coeficiente correlativo de -0.805, lo que indica que conforme los índices de autoestima aumentan, la construcción de la adicción a las redes sociales tiende a reducirse. Asimismo, se confirma la presencia de correlaciones negativas entre autoestima y las dimensiones de la variable adicción a las redes sociales son: obsesión por las redes sociales ( $r = -0.737$ ), falta de control ( $r = -0.787$ ) y su uso excesivo ( $r = -0.749$ ).

**Palabras Clave:** Autoestima, adicción, redes sociales, estudiante de secundaria.

## ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between self-esteem and addiction to social networks in high school students of an educational institution in Metropolitan Lima, 2024. For this reason, the hypothetical-deductive method, quantitative approach, basic type, non-experimental design, with a correlational scope, where the units of analysis were 105 high school students, who gave their answers to the selected questionnaires, was assumed. Regarding the results, the presence of a strong negative correlation between self-esteem and addiction to social networks is evidenced, determined under a correlative coefficient of -0.805, which indicates that as self-esteem rates increase, the construction of addiction tends to be reduced. Likewise, the presence of negative correlations between self-esteem and the dimensions of the variable addiction to social networks is confirmed: obsession with social networks ( $r = -0.737$ ), lack of control ( $r = -0.787$ ) and their excessive use ( $r = -0.749$ ).

**Keywords:** Self-esteem, addiction, social networks, high school students.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el uso excesivo de las redes sociales se ha convertido en una preocupación entre los estudiantes del nivel secundario, ya que suele influir en la formación de la autoestima; mientras algunos adolescentes encuentran en estas plataformas un espacio de validación y pertenencia, otros experimentan inseguridad y dependencia de la aprobación digital. En este contexto, la exploración de la adicción a las redes sociales y su vinculación con la autoestima cobra bastante relevancia, por lo que se justifica su análisis en el presente estudio.

Teniendo en consideración estos aspectos, la investigación se estructura en cinco capítulos. En el primer capítulo se expone la problemática de estudio, iniciando con un planteamiento fundamentado en datos estadísticos en el ámbito mundial, nacional y local. Seguidamente, se establecen el problema general y específicos, acompañados del objetivo general y específicos, y la justificación del estudio desde las concepciones teórica, metodológica y práctica. Asimismo, se precisan los alcances y limitaciones del estudio. El segundo capítulo se desarrolla el marco teórico, en el que se examinan los antecedentes investigativos a nivel nacional e internacional, se sustentan las bases teóricas con los modelos teóricos descritos para ambas variables y se definen las hipótesis del estudio.

El tercer capítulo presenta el enfoque metodológico del estudio, detallando el tipo, enfoque y diseño investigativo, la caracterización de la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos empleados para la recopilación de información. Además, se expone el procedimiento para el procesamiento y análisis de datos, junto con las consideraciones éticas que rigen la investigación. El cuarto capítulo comprende el análisis descriptivo de los resultados, la prueba de hipótesis y la discusión correspondiente. Finalmente, el último capítulo describe las conclusiones a las que se llegaron, junto con las recomendaciones para la población evaluada.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

### **1.1. Planteamiento del problema**

La proliferación de internet y las plataformas sociales ha experimentado un notable aumento en los últimos tiempos, propiciando el surgimiento de una modalidad singular de comunicación mediada por la tecnología (Tamarit et al., 2021). No obstante, la dependencia de dispositivos móviles ha emergido como uno de los desafíos conductuales más preocupantes entre los más jóvenes (Xu et al., 2023). De hecho, el 94.9% de adolescentes de 10 a 15 años usa internet para redes sociales, y se estima que el 13.2% de ellos está en riesgo de un uso problemático, mientras que un 2.9% ya presenta un uso claramente desproporcionado (Machimbarrena et al., 2023).

A nivel mundial, las redes sociales impactan significativamente la salud mental de los adolescentes, con el 41.5% comparándose tras visualizar contenido (Savira et al., 2022); en el contexto europeo, específicamente en España, el 18.5% presenta uso problemático de los medios sociales, mientras el 33% muestra adicción compulsiva a internet (Peris et al., 2020; Escobar, 2024). El Instagram afecta la percepción corporal del 32% de adolescentes con baja autoestima (Ludomag, 2024; Barquero, 2024)

La Organización Mundial de la Salud – OMS(2022), reporta que uno de cada cuatro adolescentes padece baja autoestima entre adolescentes de 15 a 19 años, con el 51% teniendo escasos vínculos de confianza (Álvarez, 2020); tal es un caso específico en Ecuador, donde los niveles de autoestima bajos alcanzan el 53.7% (Guzmán & Valle, 2024), mientras en México varían entre 22.1% en mujeres y 31.1% en hombres (Cortaza et al., 2022).

A nivel nacional, se resalta la creciente preocupación sobre la ocupación de redes sociales, debido a que el 33,33% ostenta índices elevados de interacción y el 34.67% muestra índices moderados (Yovera, 2023). Adicionalmente, la autoestima de los

estudiantes en su autoconcepto, autovaloración emerge como otro aspecto de gran inquietud, con una mayoría manifestando rangos medios (53.33%) y bajos (46.67%) (Inca y García, 2022).

Asimismo, en Lima, el 46% de adolescentes de un centro educativo del nivel secundaria mostraron altos índices a redes (Valverde, 2023), donde las plataformas más utilizadas fueron: Instagram (69%), WhatsApp (26.7%) (Salas et al., 2022); por otro lado, en cuanto a la autoestima, los adolescentes presentan un nivel medio (33.93%), lo cual afecta su desempeño académico (38.84%); ello pone en evidencia que estos patrones de comportamiento están generando un impacto negativo en el desarrollo de los estudiantes y en su bienestar (Valerio, 2020).

A nivel local, en un centro educativo estatal limeño, se ha observado que los alumnos lidian con una baja autoestima a causa de la comparación constante en redes sociales, lo cual alimenta sentimientos de inferioridad y una percepción distorsionada de sí mismos; lo que dificulta la seguridad de establecer relaciones interpersonales armoniosas, afectando su satisfacción con el rendimiento académico; esto ha conllevado un uso desmedido con rasgos obsesivos a las plataformas digitales en busca de la aprobación social, generando así una dependencia a las redes, elevando la intensidad y la frecuencia de conexión; así mismo, a raíz de ello, los educandos tienden a descuidar sus estudios y actividades extracurriculares, poca interacción su entorno cercano, generando el uso de redes sociales forma desmedida, propias de las conductas adictivas.

Como consecuencia de ello, se crea un ciclo donde la disminución de la autoestima fomenta aún más la necesidad de mantenerse conectados y obtener aprobación virtual, lo cual tiene una repercusión en la formación de cada educando; ello pone de manifiesto la importancia de implementar estrategias educativas que fomenten la alfabetización digital, el uso responsable de las redes sociales; así como el desarrollo de habilidades

socioemocionales.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿Existe relación entre autoestima y obsesión por las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024?
- ¿Existe relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024?
- ¿Existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Establecer la relación entre autoestima y obsesión por las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.
- Establecer la relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.

- Establecer la relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.

## **1.4. Justificación de la investigación**

### **1.4.1. Teórica**

La indagación buscó ahondar en el conocimiento existente sobre la vinculación de la autoestima y la adicción a las redes sociales en escolares de secundaria. A través de un enfoque teórico. Coopersmith (1967), determina que la familia es un elemento importante para la formación adecuada de la autoestima, donde los padres son factores significativos para los jóvenes, de ellos inician su propio juicio de valor, reconociendo sus cualidades y sus deficiencias, así como enfrentando las críticas y ese valor propio de los adolescentes pueden verse afectados por el excedente empleo de las redes sociales, ya que habitualmente se correlaciona con trastornos afectivos, donde estos espacio virtuales se convierte en un refugio pasajero.(Escrura y salas, 2014). El estudio proporcionó una base conceptual que integró la psicología del desarrollo y la repercusión de las tecnologías digitales, enriqueciendo así el corpus académico y ofreciendo nuevas perspectivas para futuras investigaciones en el entorno del equilibrio mental juvenil.

### **1.4.2. Metodológica**

Desde una perspectiva metodológica, esta indagación empleó instrumentos validados y confiables, tales como escalas estandarizadas para medir tanto la autoestima (Inventario de autoestima de Coopersmith) como el rango de adicción a las redes sociales (Cuestionario de adicciones a las redes sociales), los cuales pasaron por una evaluación de juicio de expertos designados por psicólogos para rectificar su validez; así mismo por el Alfa de Cronbach para su respectiva fiabilidad. Este uso de herramientas psicométricas garantizó la objetividad y

precisión en los datos recopilados, permitiendo encontrar correlaciones significativas entre ambas variables, contribuyendo así a la consolidación de métodos de evaluación más eficaces en contextos escolares.

### **1.4.3. Práctica**

En el entorno práctico, los hallazgos de este estudio ofrecieron datos convenientes para el planteamiento de nuevas tácticas de intervención orientadas a contrarrestar la problemática de la adicción a las redes sociales en jóvenes. Al identificar una posible vinculación de autoestima y adicción a las redes sociales, se pudieron diseñar estrategias preventivas y correctivas que fomenten el bienestar emocional, promuevan el uso responsable de las tecnologías y, en última instancia, contribuyan al progreso general de los escolares de secundaria.

## **1.5. Limitaciones de la investigación**

Uno de las principales limitaciones que se encontró en esta investigación radica en la sinceridad de las respuestas proporcionadas por los estudiantes, dado que los temas involucran aspectos personales y emocionales, es posible que algunos participantes no expresen abiertamente sus verdaderos sentimientos por temor a ser juzgados o por no reconocer plenamente el impacto de su comportamiento. Algunos pueden no ser plenamente conscientes de cómo las redes sociales afectan su autoestima o pueden minimizar su nivel de dependencia.

Por ello, resulta relevante considerar que la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales no se ve influenciada únicamente por el uso de estas plataformas, ya que factores como el entorno familiar, la presión social, la personalidad y experiencias previas también cumplen un rol influenciador para la percepción que pueda tener el adolescente de sí mismo.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### Ámbito nacional

Chapilliquen y Puemape (2023) diseñaron un estudio en Piura que describe la asociación de la adicción a las redes sociales con la autoestima de los jóvenes de una entidad pedagógica. Adoptaron un enfoque direccionado a lo cuantitativo, alcance correlativo, no experimental, donde fueron partícipes 341 educandos a quienes se les administró los cuestionarios pertinentes para su evaluación. Referente al análisis efectuado sobre la adicción, el 51.3% evidencia niveles promedios, especialmente en la obsesión por usarla (58.4%), falta de control (34%) y en el uso excesivo (54.3%). En torno a la autoestima, el 41.1% muestra bajos niveles. En tal sentido, se revelan correlaciones negativas de grado moderado y significativas de autoestima con las dimensiones de adicción: obsesión por el uso ( $r = -0.555$ ), falta de control ( $r = -0.445$ ) y uso excesivo ( $r = -0.539$ ). Concluyendo que ambos componentes se relacionan inversamente, reflejando que un uso excesivo y adictivo de las redes sociales está asociado con niveles más bajos de autoestima en los adolescentes.

En Ayacucho, Bellido (2023) elaboró una indagación enfocándose en relacionar el uso adictivo a las redes sociales con la autoestima de los educandos de un establecimiento educativo. Abordó un enfoque direccionado a lo cuantitativo, de alcance correlativo, ceñido en una indagación no experimental, la cual fue integrada por 212 escolares a quienes se les evaluó mediante los cuestionarios previamente establecidos. Los hallazgos indican que el alumnado presenta niveles medios tanto en la adicción a las redes sociales (63,2%) como en la autoestima (61.3%). Asimismo, se revela una vinculación significativa de ambos componentes ( $r = -0.258$ ), teniendo una amplitud leve e inversa; seguido de las correlaciones de autoestima con las dimensiones de la conducta adictiva: obsesión a las

redes sociales ( $r = -0.235$ ), falta de control ( $r = -0.213$ ) y uso excesivo ( $r = -0.261$ ). En conclusión, cuanto mayor sea el grado adictivo a las redes sociales, menor será la capacidad de los jóvenes para formar una autoestima adecuada.

En Lima, Sal y Benites (2022) concibieron una indagación exponiendo la finalidad de vincular la conducta adictiva a las redes sociales con la autoestima del alumnado de una entidad pedagógica. Postularon un enfoque cuantitativo, de alcance correlativo, no experimental, donde participaron 318 educandos a quienes se le administró los cuestionarios pertinentes a su evaluación. El análisis revela que el 60% de los escolares muestran bajos riesgos para la adicción a las redes sociales, entre tanto que el 30% evidencia riesgos moderados. Por otro lado, el 54% manifiesta una autoestima elevada y el 25% una autoestima baja. Además, se corrobora la existencia de una vinculación favorable de ambos componentes ( $r = -0.312$ ), siendo una vinculación negativa de grado bajo. Concluyendo que la conducta adictiva a las redes sociales se vincula levemente con una menor capacidad para construir una apropiada autoestima.

En Lima, Rufino (2021) efectuó un estudio con el fin de explorar la vinculación de la adicción a las redes sociales con la autoestima de los educandos de un organismo educativo. Asumieron un enfoque direccionado a lo cuantitativo, ceñido en un alcance correlativo, no experimental, donde fueron partícipes 107 escolares a quienes se les evaluó por medio de los cuestionarios correspondientes. Los hallazgos evidencian niveles elevados de autoestima (33.6%) entre los educandos, especialmente en Sí mismo (38.3%), Social (43%), Hogar (43%) y Escuela (35.5%). Respecto a la conducta adictiva a las redes sociales, el 51.4% muestra bajos niveles, esencialmente en la obsesión por las redes (61.7%), así también esta falta de control (52.3%) y en el uso excesivo (33.6%). Concluyendo que, elevados niveles en el conocimiento de sí mismo para una adecuada autoestima, dará lugar a desarrollar una menor capacidad adictiva a las redes sociales.

En Lima, Valdez (2021) desarrolló una pesquisa que describe la asociación entre la adicción a las redes sociales con la autoestima de los educandos pertenecientes a un establecimiento educativo. Adoptó un enfoque cuantitativo, de alcance correlativo, no experimental, la cual fue integrada por 196 escolares, a quienes se les evaluó mediante los cuestionarios establecidos. Conforme a los hallazgos sobre el comportamiento adictivo, el 67.3% muestra niveles medios, siendo evidente en la obsesión por las redes (55.6%), así también en la falta de control (65.3%) y en el uso excesivo (60.2%). En cuanto a la autoestima, el 76.5% presenta bajos niveles, especialmente en la familia (62.8%) y sus emociones (53%). En línea con ello, se expone una vinculación negativa de la autoestima con las dimensiones de adicción a las redes sociales: obsesión por las redes ( $r = -0.357$ ), falta de control ( $r = -0.362$ ) y uso excesivo ( $r = -0.454$ ). En conclusión, el fortalecimiento de la conducta adictiva a las redes sociales conlleva a que los adolescentes no construyan una autoestima pertinente.

### **A nivel internacional**

Soria y Villegas (2024) efectuaron una indagación en Ecuador centrada en asociar la autoestima con las conductas adictivas hacia las redes sociales en los jóvenes de una unidad educativa. Abordaron un enfoque direccionado en lo cuantitativo, de alcance correlativo, no experimental, donde fueron partícipes 406 escolares, quienes fueron evaluados por medio de los cuestionarios pertinentes. Tras el análisis efectuado sobre la autoestima estudiantil, el 40.6% evidencia bajos niveles, el 32.2% niveles elevados y el 27.1% niveles medios. Asimismo, se corrobora la existencia de correlaciones significativas de autoestima con las dimensiones de adicción a las redes sociales, con obsesión por las redes ( $r = -0.114$ ), falta de control ( $r = -0.750$ ) y uso excesivo ( $r = -0.650$ ). Concluyendo que los jóvenes son la población más frágil y susceptible a adoptar conductas adictivas a las redes sociales.

En Argentina, Dulic (2023) diseñó una investigación en la cual exploró el vínculo asociativo de la autoestima y la adicción a las redes sociales en los adolescentes. Asumió un enfoque centrado en lo cuantitativo, de alcance correlativo, ceñido en lo no experimental, donde participaron 98 adolescentes a quienes se le aplicó los cuestionarios respectivos para su evaluación. Tras el hallazgo percibido, el 45.9% manifiesta bajos niveles de autoestima, mientras que el 32.7% evidencia elevados niveles. En tanto, la adicción a las redes sociales, presenta un promedio de 50.79 para quienes se encuentran en riesgo de adquirirla. En ese sentido, se recalca la existencia de una vinculación de grado significativo entre ambos componentes ( $r = -0.269$ ), siendo de magnitud baja y negativa; seguido de las correlaciones de autoestima con las dimensiones de la conducta adictiva, obsesión por las redes ( $r = -0.259$ ), así también la falta de control ( $r = -0.298$ ) y uso excesivo ( $r = -0.215$ ). Concluyendo que la autoestima se vincula inversamente con la capacidad de los educandos para adquirir adicción hacia el empleo de las redes sociales.

En Indonesia, Purnama et al. (2021) concibieron un estudio donde exhiben la finalidad de vincular la adicción a las redes sociales con la autoestima de los jóvenes de zonas rurales. Emplearon un enfoque orientado en lo cuantitativo, de alcance correlativo, ceñido en lo no experimental, la cual fue integrada por 340 educandos a quienes se les valoró mediante los cuestionarios establecidos. Según los hallazgos obtenidos, el 77.6% de los escolares suelen tener una conducta adictiva hacia el empleo de las redes sociales, mientras que, el 57.1% de los jóvenes evidencian baja autoestima. Además, se revela una vinculación entre ambos componentes con un valor correlativo de 0.418, siendo de magnitud moderada y positiva. En conclusión, se establece que una mayor adicción a las redes sociales entre los adolescentes está directamente asociada con una disminución en sus índices de autoestima.

En Indonesia, Ardiana y Tumanggor (2020) elaboraron una indagación teniendo como propósito vincular la adicción a la red social Instagram con la autoestima de los educandos de una entidad educativa. Asumieron un enfoque cuantitativo, de alcance correlativo, no experimental, donde fueron partícipes 87 escolares a quienes se les administró los cuestionarios correspondientes para evaluar su comportamiento adictivo. Los hallazgos evidencian una vinculación negativa de las variables evaluadas ( $r = -0.234$ ), siendo de grado bajo y significativo. En conclusión, a medida que aumenta el comportamiento adictivo hacia el uso del Instagram por parte del alumnado, se contempla una disminución en sus rangos de autoestima.

En Bolivia, Gutiérrez (2020) elaboró una pesquisa exponiendo la finalidad de relacionar la adicción a las redes sociales con la autoestima de los escolares de una unidad educativa. Empleó un enfoque direccionado a lo cuantitativo, de alcance correlativo, ceñido a lo no experimental, la cual fue integrada por 75 educandos a quienes se le administró los cuestionarios descritos previamente. Tras el análisis pertinente sobre la adicción, el 58% muestra niveles moderados, el 17.2% leves y el 14.5% graves. En cuanto a la autoestima, el 47.8% evidencia niveles elevados, el 26% muy elevados y el 24% medios. Además, se revela una asociación negativa con un valor correlativo de  $-0.380$ , siendo de magnitud baja. En conclusión, los educandos con elevados índices de autoestima no llegan a adquirir conductas de adicción hacia las redes sociales.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Autoestima**

Se expresa como la evaluación afectiva que un individuo desarrolla hacia sí mismo, manifestándose a través de sentimientos de aprecio, respeto y confianza. Esta autoevaluación surge a partir de un conocimiento inmenso y objetivo de sus propias capacidades y fortalezas, lo que permite una aceptación integral de su identidad y un

genuino aprecio hacia su ser (Colak et al., 2023).

Se considera también, la suma de la autoconfianza y el acatamiento intrínseco que un sujeto cultiva igualmente, cuya noción se manifiesta en la evaluación crítica que cada uno realiza de su propio ser, permitiéndole afrontar con resiliencia los desafíos que la vida le presenta, así como el reconocimiento inherente a la búsqueda de la felicidad (Cuya y Robles, 2021).

Además, desde la óptica Araoz et al. (2021) se conceptualiza como el conjunto de emociones y experiencias que se originan a partir de las interacciones que los individuos mantienen con su entorno social, así como en la autopercepción de sus habilidades personales; asimismo, a través de ello, estos establecen su confianza y seguridad, fomentando así una identificación sólida con un grupo específico (Araoz et al., 2021).

### **Modelos teóricos de autoestima**

#### **Teoría de autoestima - Coopersmith**

Para Coopersmith (1967), La autoestima es la autoevaluación que una persona con respecto a sí misma; expresa una actitud de aceptación o rechazo, así mismo indica el grado en que la persona se considera útil, significativa, exitosa y valiosa. Cabe mencionar que para la autoestima tiene tres áreas importantes y es mas fuertes cuando tiene un adecuado núcleo familiar. La primera es la aceptación y afecto, lo segundo es tener limites establecidos y conciencias de sus actos y la ultima el respecto a uno mismo y su confianza.

#### **Teoría de autoestima - Rosenberg**

El modelo teórico fue desarrollado por Morris Rosenberg y basa su idea en que la autoestima es un concepto psicológico que abarca diferentes aristas del ser humano, el cual está compuesto por evaluaciones tanto positivas como negativas que las personas hacen de sí mismas; por ello, una forma de medir la percepción de sí mismo de cada individuo, Rosenberg creó una escala de medición, donde a través de afirmaciones, cada individuo

va respondiendo según su percepción; por otro lado, para este enfoque, la autoestima no es un rasgo fijo, sino algo que cambia con las experiencias y las influencias sociales; por ello, en el caso de los adolescentes, este constructo se ve afectado por creencias personales y valores, así como también por la aceptación social y la opinión de su entorno (Valkenburg et al., 2021; Bouih et al., 2022).

Por otra parte, el marco teórico argumenta que la autoestima incide en la habilidad de los adolescentes para enfrentar cualquier situación con confianza y resiliencia; por tanto, una autoestima saludable en esta etapa está asociada con beneficios como una superior complacencia con la vida, un equilibrio de salud mental y comportamientos positivos hacia los demás; en cambio una baja autoestima lleva a problemas emocionales y dificultades en la adaptación social, afectando las relaciones con amigos y familiares; de este modo, lo realizado por Rosenberg desarrolló un herramienta capaz de comprender cómo la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos impacta sus interacciones (Valkenburg et al., 2021; Bouih et al., 2022).

### **Modelo Sociómetro de Autoestima – Leary y Baumeister**

Fue formulada por Mark Leary y Roy Baumeister, y señala que la autoestima funciona como un indicador interno que refleja cómo una persona percibe su aceptación social dentro de su grupo; además, plantea que dicha percepción de sí mismo no es un constructo estático, sino que varía según las interacciones sociales, pues para los adolescentes, que atraviesan una etapa difícil, su autoestima se encuentra en una constante fluctuación según cómo perciben el reconocimiento o rechazo; de esta forma, la autoestima actúa como un “sociómetro”, ayudándoles a ajustar su comportamiento para favorecer la aceptación social (Tchalova et al., 2023).

Asimismo, desde una perspectiva evolutiva, la teoría resalta que la autoestima es parte fundamental para la supervivencia social, ya que la aceptación dentro del grupo ha

sido esencial para el bienestar humano a lo largo de la historia; por ello, en el caso de los adolescentes que constantemente buscan validación, la autoestima puede motivarlos a comportarse de manera que refuercen sus relaciones sociales, fomentando actitudes prosociales y de conformidad con las normas del grupo; no obstante, si la autoestima es baja, es común que adopten conductas defensivas o eviten situaciones sociales que les hagan sentir aún más excluidos (Tchalova et al., 2023).

De esta manera, la importancia del contexto social en la formación de la autoestima es un componente esencial; ya que la autoestima no es solo una valoración de sí misma, sino que está también abarca las relaciones interpersonales y el feedback recibido de los demás; por ende, las dinámicas de comparación social y el reconocimiento del grupo ejercen un rol primordial en la construcción de la autoestima, indicando que los adolescentes son propensos a medir su valía en función de su integración y aceptación dentro de su entorno social; en consecuencia, el modelo describe cómo la búsqueda de aprobación y la exigencia de posesión es una búsqueda constante de la persona por sentirse valorado en la sociedad (Baumeister y Robson, 2021).

### **Modelo de autodeterminación - Deci y Ryan**

Fue concebido por Edward Deci y Richard Ryan, y ofrecieron un enfoque el cual permite comprender el progreso de la autoestima en los jóvenes, destacando la importancia de satisfacer tres necesidades psicológicas: autonomía, competencia y relación; a partir de ello es como los adolescentes alcanzan una autoestima genuina cuando sus acciones son autodeterminadas, es decir, motivadas por sus propios deseos y decisiones, en lugar de imposiciones externas; de este modo, logran desarrollar un sentido de identidad coherente y auténtico, lo que les permite enfrentar la vida con mayor resiliencia (Campero-Oliart et al., 2020).

Bajo este enfoque, la competencia implica dominar habilidades y superar cualquier

problema cotidiano, permitiendo así a los adolescentes sentirse eficaces y exitosos; además, la relación, centrada en establecer vínculos, fomenta un sentido de pertenencia y aceptación; por último, se tiene a la autonomía, que les otorga control sobre sus decisiones, es decir, es la sensación de independencia para que un individuo realice sus actividades por sí solo; de esta forma, cuando los adolescentes logran equilibrar estas tres necesidades, su autoestima se consolida, promoviendo un desarrollo personal saludable y resiliente (Campero-Oliart et al., 2020).

Además, la calidad de la motivación tiene un grado de incidencia en la construcción de la autoestima y en el bienestar general de los adolescentes, pues no todas las formas de motivación son iguales; por ejemplo, la motivación intrínseca es aquella que surge del interés y la satisfacción personal, mientras que la extrínseca se basa en recompensas o presiones externas; en este sentido, es relevante cultivar entornos que no solo satisfagan las necesidades de autonomía, competencia y relación, sino que también promuevan actividades que los adolescentes encuentren intrínsecamente gratificantes; de esta manera, se potencia el desarrollo de una identidad sólida y auténtica en los adolescentes, preparándolos para enfrentar los retos de la vida con mayor confianza (Valero-Valenzuela et al., 2021).

### **Modelo de comparación social - Festinger**

Postula que los individuos tienden a evaluarse a sí mismos en relación con sus pares, un proceso que se intensifica en la era digital, donde las redes sociales se han convertido en plataformas omnipresentes para la comparación social; en cuanto a la autoestima, la comparación social se manifiesta de dos maneras, tanto ascendente, en la que los jóvenes se miden frente a aquellos que perciben como más atractivos o exitosos, como descendentes en la que se propicia una autoevaluación negativa, pues dicho fenómeno se agrava cuando los adolescentes se enfrentan con estándares de belleza

idealizados, promovidos por la cultura mediática y social (Ameen et al., 2022).

Por otro lado, la comparación descendente, que implica evaluar a individuos que parecen estar en una posición inferior, puede ofrecer un alivio temporal a la angustia emocional. Sin embargo, esta forma de comparación rara vez contribuye de manera sustancial al desarrollo de una autoestima sólida, ya que se basa en la percepción de la vulnerabilidad ajena, más que en la apreciación de los propios logros y cualidades (Ameen et al., 2022).

La influencia de las redes sociales se ha convertido en un componente influyente en los adolescentes, donde por lo general se exponen a una avalancha de imágenes que reflejan realidades; por lo general retocadas y distorsionadas, lo cual distorsiona su percepción de la normalidad y lleva a una comparación incesante que erosiona su autoconfianza; además, se ha observado que las interacciones en línea, que frecuentemente carecen de autenticidad, exacerbando la baja autoestima, ya que los adolescentes suelen verse atrapados en un ciclo de validación superficial que no satisface sus necesidades emocionales más recónditas (Ameen et al., 2022).

Por otro lado, la percepción negativa de uno mismo, influenciada por estándares sociales poco realistas, resulta en problemas desfavorables de salud mental; asimismo, las diferencias de género ejercen una presión social, ya que las mujeres tienden a experimentar mayores exigencias en relación con su apariencia física, lo que se traduce en niveles más bajos de autoconfianza en comparación con sus contrapartes masculinas (Ameen et al., 2022).

### **Dimensiones de autoestima**

Las dimensiones propuestas por Coopersmith (1967) presenta cuatro dimensiones, las cuales guardan vínculos entre los mismos y también en sus diversas manifestaciones, configura la percepción que tiene un individuo de sus propias

capacidades y logros; por ello se presentan las dimensiones que componen dicha variable (García, 2023; Pfujo, 2021).

Autoestima de sí mismo general, referido a las actitudes que una persona adopta para evaluar sus propios atributos físicos y psicológicos, lo que implica un sentido de autoconfianza, así como la capacidad de apreciar y reconocer las habilidades individuales. Además, está intrínsecamente asociada con la aceptación de responsabilidades por las propias acciones y se manifiesta con una estabilidad emocional ante los desafíos.

Autoestima social, comprende las cualidades que un individuo exhibe en su entorno social en relación con sus iguales o amistades, así como a las vivencias que experimenta dentro de su entorno más próximo. Además, involucra las expectativas que surgen en torno a la satisfacción derivada de su desempeño escolar.

Autoestima familiar, alude a las vivencias que un sujeto percibe en su interacción con el núcleo familiar, específicamente en el contexto de la convivencia. Se manifiesta a través de las competencias interpersonales que posee la persona para establecer vínculos armoniosos y constructivos con sus familiares, teniendo en cuenta la independencia, los valores y aspiraciones que fundamentan el hogar.

Autoestima escolar, refleja la aptitud estudiantil de los adolescentes que abordan con éxito las tareas de su formación educativa, logrando un rendimiento que supera las expectativas establecidas; de esta forma, se exhibe un juicio más agudo en la valoración de sus logros, demostrando una resiliencia notable ante los contratiempos, lo que les impide claudicar ante las dificultades.

### **2.2.2. Adicción a las redes sociales**

En los últimos tiempos el uso inadecuado de las redes sociales se ha convertido en problemas que afectan las relaciones sociales e interpersonales, familiares, afectivas; el trabajo, el rendimiento en la escuela, etc. Convirtiéndose en un nuevo problema de salud

mental que cada vez es más frecuente en la población (Escurra y salas, 2014)

Se caracteriza por una conducta compulsiva que lleva a un uso excesivo de estas plataformas, ya sea a través de videojuegos o alguna red social, pues dicha necesidad de conexión resulta en la pérdida desmedida de tiempo y afecta desfavorablemente tanto a las relaciones interpersonales, como a las interacciones en pareja y en situaciones sociales (Condori et al., 2023)

Se considera un fenómeno disfuncional que suele vincularse con dificultades en el uso o abuso de estas plataformas, así como con diversas problemáticas de índole personal, social, familiar y educativa; sin embargo, esta adicción carece de las características distintivas comúnmente asociadas a las adicciones comportamentales (Salas et al., 2022).

Además, representa una conducta adictiva hacia la internet, dado que comparten características centradas en el uso de plataformas digitales, lo que se traduce en una preocupación psicológica y en una inversión temporal desproporcionada en el uso de redes sociales, repercutiendo en sus ocupaciones interpersonales (Solis y Quispe, 2022).

### **Modelos teóricos de adicción a las redes sociales**

#### **Modelo de los Componentes – Griffiths**

El modelo de los componentes de Mark Griffiths plantea que la adicción a las redes sociales se sostiene en seis pilares esenciales, cada uno de los cuales configura la dinámica compleja de esta conducta compulsiva (Salas-Blas et al., 2020).

Saliencia, se presenta cuando la actividad adictiva adquiere una relevancia central en la vida del individuo, desplazando otros intereses y ocupaciones. La persona ve sus ideas, pretensiones y conductas absorbidas por esta acción, que pasa a ser el eje de su vida cotidiana.

Modificación del humor, referido a los profundos cambios emocionales que la adicción provoca, cuyos sujetos que se ven inmersos en esta dinámica experimentan un espectro de emociones que van desde una euforia o excitación intensa, hasta un sentimiento de alivio momentáneo, una especie de huida de las tensiones diarias. Este proceso emocional refuerza la dependencia, ya que el individuo busca en la adicción a las redes sociales una vía de escape de su realidad inmediata.

Tolerancia, refleja el incremento progresivo de la necesidad de mayor frecuencia o intensidad en la conducta adictiva (redes sociales). A medida que el cuerpo y la mente se acostumbran a la actividad, el individuo requiere mayores dosis o más tiempo dedicado a dicha conducta para alcanzar el mismo nivel de satisfacción inicial, perpetuando así un ciclo adictivo.

Síndrome de abstinencia, se caracteriza en que la ausencia de la actividad adictiva genera una serie de malestares físicos y psicológicos. Rasgos ansiosos, mal humor, dolor físico y estrés son algunos de los síntomas que experimenta el adicto cuando se ve privado de aquello que le brinda un alivio temporal, lo que refuerza su necesidad de volver al uso de las redes sociales.

Los conflictos a su vez reflejan las diferencias que un individuo experimenta tanto a nivel interpersonal como intrapersonal, y a menudo surgen como una consecuencia directa de la adicción; de esta forma, en el ámbito interpersonal, las relaciones con familiares, amigos o compañeros tienden a deteriorarse, ya que el adicto dedica la mayor parte de su tiempo y energía a su obsesión, relegando los vínculos afectivos a un segundo plano; por otro lado, en el plano intrapersonal, se produce un intenso conflicto interno, donde la persona enfrenta una constante lucha entre el deseo de obtener placer inmediato y la toma de conciencia sobre el progresivo deterioro de su bienestar físico, emocional y social.

Recaída, representa la tendencia recurrente a retomar la conducta adictiva después de haber conseguido períodos de abstinencia, pues dicha vuelta al comportamiento adictivo, pese a los esfuerzos por controlarlo, es un fenómeno frecuente que refleja la tenaz naturaleza de la adicción, capaz de resurgir incluso tras intentos exitosos de superación.

En su conjunto, estos seis componentes esbozan una estructura sólida para comprender la naturaleza multifacética de las adicciones, señalando tanto los factores que las perpetúan como las dificultades inherentes a su tratamiento; de este modo, la interacción entre estos elementos explica por qué las adicciones resultan tan difíciles de erradicar, dado que involucran no solo una dependencia física, sino también emocional y social (Stănculescu y Griffiths, 2022).

### **Modelo de Uso y Gratificaciones – Katz**

Fue formulada por Katz, el cual ofrece un marco para dilucidar las motivaciones subyacentes al uso de las redes sociales, especialmente en el contexto de la creciente adicción a estas plataformas, pues así se sostiene que los usuarios adolescentes se involucran con los medios de comunicación de manera intencionada, buscando satisfacer necesidades y deseos específicos; en concreto, se testifica que el uso de las redes sociales no es un acto fortuito, sino un comportamiento deliberado orientado a la búsqueda de gratificaciones (Kircaburun et al., 2020).

Dentro de este marco, se distinguen dos categorías sustanciales de gratificaciones: las gratificaciones buscadas, referidas a las expectativas que los usuarios tienen respecto a los beneficios que obtendrán, y las gratificaciones obtenidas, que aluden a las necesidades efectivamente satisfechas mediante el empleo de estas plataformas; de este modo, la adicción a dichas plataformas, surge a partir del desarrollo de expectativas por parte de los individuos, quienes tienen una percepción por realista sobre las gratificaciones que obtendrán, lo que conduce a un uso excesivo y compulsivo de estas herramientas

(Kircaburun et al., 2020).

Concerniente a las redes sociales al convertirse en espacios dinámicos para la interacción social, la obtención de indagación y la construcción de redes personales; asimismo, diversos usuarios recurren a ella para mitigar el tiempo libre, socializar o acceder a información relevante; sin embargo, esta búsqueda de gratificaciones desborda los límites saludables, convirtiéndose en un fenómeno adictivo; de este modo, las necesidades individuales, tales como el deseo de validación social y la necesidad de pertenencia, alimentan esta adicción, ya que los usuarios se sienten impulsados a buscar la conformidad de sus pares por medio de las interacciones que estos realizar en dichas plataformas (Kircaburun et al., 2020).

Desde la perspectiva teórica se reconoce que los usuarios de las redes sociales son agentes activos en la búsqueda de satisfacer sus necesidades, pue dicha búsqueda, no exenta de riesgos, donde los factores sociales, psicológicos y culturales ejercen un rol determinante en la manera en que los adolescentes interactúan con estos medios; asimismo, una baja satisfacción en la vida cotidiana y un deseo de conexión interpersonal llevan a los usuarios a sumergirse en el mundo virtual, buscando un alivio temporal a través de la inmediatez que ofrecen las redes sociales (Ferris et al., 2021).

Consecutivamente, la adicción a las redes sociales no solo es un problema individual, sino que también refleja una intersección compleja de influencias psicológicas y sociales; en este sentido, la capacidad de las redes sociales para facilitar interacciones mediadas y fomentar relaciones interpersonales crea un entorno propicio para que los más jóvenes busquen constantemente la satisfacción de sus necesidades emocionales; asimismo, al adoptar un enfoque crítico hacia el uso de estas plataformas, es posible desentrañar las motivaciones y consecuencias que configuran la adicción a las redes sociales, resaltando la relevancia de fomentar un uso consciente y equilibrado en la era

digital (Ferris et al., 2021).

### **Modelo del Ajuste persona/entorno – Pervin**

Fue propuesta por Pervin, y sostiene que tanto la satisfacción como el bienestar de los individuos se ven influenciados por el grado de compatibilidad entre estos y su entorno: asimismo, en el contexto contemporáneo, las redes sociales en línea emergen como una sociedad virtual donde las interacciones no sólo son frecuentes, sino que también están cargadas de expectativas y normas que los usuarios deben interiorizar para integrarse plenamente; pues dicho fenómeno se vuelve particularmente notable en aquellos individuos que experimentan un alto grado de adicción a estas plataformas, quienes, en su afán por pertenecer, tienden a intensificar su participación en comparación con el usuario promedio, sin distinción entre comportamientos activos, como publicar y comentar, o pasivos, como la mera observación (Chen et al., 2022).

Por otra parte, el uso prolongado de internet, especialmente en el ámbito de las redes sociales, está asociado a una sucesión de problemas de salud que oscilan desde la fatiga ocular y la irritabilidad hasta alteraciones del sueño, creando un ciclo pernicioso que afecta tanto la salud mental como física; asimismo, la tendencia hacia un estilo de vida sedentario, fomentada por el tiempo excesivo frente a las pantallas, lo cual trae consigo efectos adversos y desfavorable para el bienestar del adolescente (Chen et al., 2022).

Asimismo, la adicción a las redes sociales se intensifica, los usuarios tienden a incrementar sus comportamientos en línea en un intento por ajustarse a las dinámicas del entorno social digital que habitan, pues dicha búsqueda de validación y aceptación, sin embargo, suele resultar en un deterioro de la salud física, exacerbando la relación entre el empleo de los medios sociales y el bienestar integral, dado que, la búsqueda de un balance en la interacción social digital se convierte en una necesidad apremiante en la era de la información, donde el sentido de pertenencia y la conexión virtual pueden resultar

engañosos, ocultando el riesgo de deterioro físico y afectivo (Chen et al., 2022).

### **Modelo del uso compensatorio de Internet (TCIU) - Kardefelt-Winther**

Se centra en el papel de la psicopatología y las emociones negativas como motores subyacentes del uso problemático de la tecnología; en el contexto de los jóvenes, quienes atraviesan etapas críticas de formación emocional y social, la TCIU sugiere que la utilización excesiva de plataformas digitales suele ser una estrategia de afrontamiento ante la insatisfacción de las necesidades sociales, así como una respuesta a emociones adversas o factores estresantes asociados a las diferentes circunstancias que estos enfrentan en la cotidianidad (Tandon et al., 2021).

Un fenómeno relevante en este ámbito es el Fear of Missing Out (FoMO), una forma de ansiedad que se manifiesta en la percepción de que otros disfrutan de experiencias más enriquecedoras y significativas; de esta forma, los adolescentes que experimentan FoMO se sienten obligados a aumentar su presencia en redes sociales, buscando así compensar la sensación de exclusión y mantener una conexión constante con sus pares; asimismo, dicha conducta lleva a prácticas como el "acecho", donde los adolescentes realizan el seguimiento de perfiles ajenos, en un intento por validar su propio sentido de pertenencia y participación social dentro de estas plataformas (Tandon et al., 2021).

Además, la tendencia a participar en comparaciones sociales se intensifica en el entorno digital, donde los adolescentes no solo se confrontan con las vidas aparentemente perfectas de otros, sino que también se sienten presionados a participar en eventos y actividades que son compartidos en sus redes. Este mecanismo, lejos de proporcionar un alivio emocional, propicia una fatiga psicológica, ya que la constante exposición a las experiencias de los demás resulta agotadora, lo que contribuye a un ciclo de insatisfacción (Tandon et al., 2021).

En síntesis, la TCIU ofrece una visión integral sobre la adicción a las redes sociales

en los adolescentes, subrayando la compleja interacción entre emociones, necesidades sociales y comportamientos tecnológicos. Este enfoque permite una comprensión más matizada de las dinámicas que impulsan el uso problemático de la tecnología y resalta la necesidad de abordar estas cuestiones con sensibilidad y rigor en el ámbito educativo y psicológico (Tandon et al., 2021).

### **Dimensiones de adicción a las redes sociales**

Escurra y Salas (2014) testifican que el constructo tiene dimensiones que puede narrar problemas entre los usuarios y esto no depende de la tecnología en sí misma, sino de cómo se utilizada por los usuarios. La adicción a las redes sociales se manifiesta por medio de las siguientes dimensiones (Bautista-Quispe et al., 2023).

Obsesión por las redes sociales, la cual hace mención de la implicación cognitivo de los individuos, quienes se sienten atraídos por el contenido que estas plataformas ofrecen; lo cual a largo plazo crea una dependencia psicológica, la cual se manifiesta en emociones de inquietud y angustia cuando no es posible conectarse

Falta de control personal, se refiere al uso de plataformas sociales, la cual se ve manifestada en la dificultad que experimentan los usuarios para limitar el tiempo que dedican a estas plataformas, derivando así en la desatención de sus responsabilidades y actividades cotidianas. Uso excesivo de las redes sociales, se caracteriza por la incapacidad de moderar su utilización, lo cual se traduce en períodos prolongados de conexión y en la carencia de autocontrol para dominar las horas dedicadas a estas plataformas; haciendo que estos no tengan el control adecuado para regular su tiempo de uso.

## **2.3. Formulación de hipótesis**

### **2.3.1. Hipótesis general**

Existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.

### **2.3.2 Hipótesis específicas**

- Existe relación entre autoestima y obsesión de redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.
- Existe relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.
- Existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1. Método de la investigación**

Con respecto a la metodología empleada, se optó por un método hipotético deductivo, una fase que facilita la extrapolación de los conocimientos sobre una categoría de fenómenos a otros que pertenecen a la misma clasificación, partiendo de la formulación de una hipótesis considerada verdadera, para que las conclusiones derivadas también mantengan esa misma naturaleza (Quincho et al., 2022). De esta manera, este método permitió la exploración de nuevos horizontes sobre la disciplina estudiada.

### **3.2. Enfoque de la investigación**

En consonancia con ello, se abordó un enfoque cuantitativo, caracterizado por la recopilación sistemática de datos orientada a la verificación de hipótesis, con base en la cuantificación y medición estadística, permitiendo así identificar pautas de conducta y validar teorías preexistentes, por lo que se enfoca en elementos observables y medibles de los fenómenos (Polanía et al., 2020). Por ello, este enfoque favoreció el entendimiento preciso de la realidad evaluada a partir de una perspectiva objetiva.

### **3.3. Tipo de investigación**

Conforme al tipo investigativo, se adoptó una investigación básica, orientada a la generación de conocimientos, ahondando en áreas específicas del saber, sin la necesidad de buscar una aplicación práctica inmediata, pues su esencia radica en su capacidad para descubrir conceptos inexplorados, contribuyendo así al enriquecimiento del acervo teórico en una disciplina determinada (Vásquez et al., 2023). De este modo, el tipo investigativo ahondó en el saber científico priorizando la curiosidad intelectual y el afán del nuevo conocimiento.

### **3.4. Diseño de la investigación**

Además, la indagación asumió un diseño ceñido en lo no experimental, distinguido por la ausencia de manipulación intencionada de las variables, por lo que se enfoca en la observación de los fenómenos en su entorno natural, permitiendo un análisis especificado y la evaluación de sus efectos sin interferencias externas (Moscoso et al., 2022); por tal razón, se buscó comprender la dinámica de los eventos tal como se manifiestan en la realidad, proporcionando una visión auténtica de lo observado.

En ese sentido, se empleó un corte transeccional, que implica el análisis investigativo en un instante específico, permitiendo captar la esencia del fenómeno en un momento particular y proporcionando una visión instantánea de la problemática estudiada (Armijo et al., 2021); por lo cual, resultó valioso para el análisis del estudio sin la complejidad de seguir su evolución a lo largo de un periodo temporal.

Por otro lado, se centró en un alcance correlacional, que consiste en explorar la asociación existente entre dos variables, pretendiendo comprender el patrón de un componente a través de la observación del otro elemento (Arispe et al., 2020).

### **3.5. Población, muestra y muestreo**

#### **3.5.1. Población**

En cuanto a la población, se concibe como un agrupamiento homogéneo de individuos que intervienen rasgos o características distintivas, constituyendo la totalidad de individuos para un estudio concreto, garantizando así que los hallazgos sean representativos y aplicables al contexto investigativo (Arias & Covinos, 2021). Por lo tanto, estuvo constituida por 143 estudiantes de una institución educativa pública situada en Lima Metropolitana.

A partir de lo descrito, se tomó en consideración los siguientes criterios:

**Criterios de inclusión:**

- Educandos matriculados en la I.E. Pedro Labarthe
- Educandos que cursan el 4° grado del nivel secundario.
- Educandos cuyas edades oscilan entre 15 a 18 años.
- Educandos que hayan brindado su consentimiento informado.

**Criterios de exclusión:**

- Educandos que no contesten la totalidad de los ítems.
- Educandos que se encuentren en el turno tarde.
- Educandos que no desean ser partícipes del estudio investigativo.
  - Educandos que presenten una condición de discapacidad que les impida participar del estudio.

**3.5.2. Muestra**

De acuerdo con la muestra analizada, esta constituye un subgrupo que se considera representativo del universo general, cuya información recopilada se extraerá de dicha muestra, permitiendo que la población se delimite en función de la problemática que se examina en el estudio (Arias et al., 2022). De este modo, estuvo comprendido por 105 estudiantes del nivel secundario de una Institución educativa pública.

$$n = \frac{(p \cdot q) \cdot Z^2 \cdot N}{(EE)^2 (N - 1) + (p \cdot q) Z^2}$$

Se aplicó fórmula general para el tamaño de la muestra

**3.5.3. Muestreo**

Asimismo, se abordó un muestreo probabilístico aleatorio, donde la selección de los participantes se basó en una fórmula estadística y procedimientos estandarizados para

garantizar la aleatoriedad de la selección, lo que permite generalizar los resultados del estudio. (Armijo et al., 2021). De esta manera, se accedió a los adolescentes que están fácilmente disponibles, proporcionando así la recolección de datos.

### **3.6. Variables y operacionalización**

Las variables del presente estudio son:

Autoestima

Adicciones a las redes sociales

## Variables y operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Escala valorativa
Autoestima	Coopersmith (1967) Se expresa como la valoración afectiva que un individuo desarrolla hacia sí mismo, manifestándose a través de sentimientos de aprecio, respeto y confianza. Esta autoevaluación surge a partir de un conocimiento inmenso y objetivo de sus propias capacidades y fortalezas (Colak et al., 2023).	Se midió por medio del Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith, (SEI), comprendido por 58 ítems, el cual consta de una serie de alternativas de respuesta encausados en una escala Likert, abordando sus cuatro dimensiones pertinentes.	Sí mismo general	Valoración por las cualidades personales	Dicotómica Ordinal	Baja [0-24]
			Social	Seguridad para establecer Relaciones sociales		Medio bajo [25-49]
			Familiar	Relaciones equilibradas y armoniosas en el entorno familiar		Medio alto [50-74]
			Escolar	Satisfacción con el rendimiento académico		Alto [75-100]
Adicción a las redes sociales	Escurra y Salas (2014) En los últimos tiempos el uso inadecuado de las redes sociales se ha convertido en problemas que afectan las relaciones sociales e interpersonales, familiares, afectivas; el trabajo, el rendimiento en la escuela, etc. Se distingue por una conducta compulsiva que lleva a un uso excesivo de estas plataformas. (Condori et al., 2023).	Se midió por medio del Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), de Escurra y Salas (2014) comprendido por 24 ítems, el cual consta de una sucesión de opciones de respuesta encausados en una escala Likert, abordando sus tres dimensiones correspondientes.	Obsesión por las redes sociales	- Tiempo de conexión - Estado de ánimo - Relaciones interpersonales	Likert (Ordinal)	Bajo [0-36]
			Falta de control personal en el uso de las redes sociales	- Control de tiempo conectado - Intensidad de conexión - Frecuencia de conexión		Medio [37- 64]
			Uso excesivo de las redes sociales	- Necesidad de permanecer conectado - Cantidad de veces conectado		Alto [65 - 120]

### 3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### 3.7.1 Técnica

Para la aplicación de la técnica investigativa, se optó por el uso de la encuesta, procedimiento ampliamente flexible y accesible que facilita la obtención de datos sobre conductas, percepciones, creencias y características demográficas de una muestra objetivo, permitiendo recolectar información de un amplio número de individuos en un breve lapso, lo que optimiza el proceso de análisis (Medina et al., 2023).

En el caso del instrumento, se aplicó el cuestionario, el cual se compone de una agrupación estructurada de preguntas dispuestas de manera secuencial en una tabla, acompañadas de opciones de respuesta previamente establecidas. Este formato estandarizado garantiza que todas las interrogantes converjan en un único propósito, facilitando la recolección de datos uniformes por parte de los encuestados (Arias et al., 2022).

#### 3.7.2 Descripción

Conforme al primer instrumento “Inventario de Autoestima de Coopersmith (SEI)”, estuvieron constituido por 58 interrogantes, distribuidos en 4 dimensiones: Área de sí mismo (26 ítems), Área social (8 ítems), Área escolar (8 ítems) y Área familiar (8 ítems). Estas cuestiones estuvieron estructuradas con las siguientes opciones de respuesta: Verdadero (Tal como a mí) o Falso (No como a mí), utilizando una escala dicotómica para valorar la frecuencia de cada comportamiento observado. Así también, se tiene conocimiento que fue diseñado por Coopersmith (1967), siendo adaptado al contexto peruano por Chahuayo y Díaz (1995). Por tanto, se presenta la siguiente ficha técnica del primer instrumento:

#### **Ficha Técnica:**

- **Nombre:** Inventario de Autoestima de Coopersmith

- **Autor:** Stanley Coopersmith
- **Año:** 1967
- **Adaptación peruana:** Abendaño (2018)
- **Modo de aplicación:** Colectivo e individual
- **Tiempo de aplicación:** Alrededor de 20 a 30 minutos
- **Edad de aplicación:** Individuos con edad entre 11 y 20 años
- **Tipificación:** Muestra de escolares
- **Nº de ítems:** Consta de 58 ítems, con valoración dicotómica en términos de falso y verdad, teniendo cuatro dimensiones (sí mismo general, social, familiar, escolar) y una escala de “mentiras”.
- **Calificación:** La puntuación más alta es equivalente a 100 puntos, y si la puntuación en la escala “mentiras” sobrepasa los 4 puntos, la evaluación se considera inválida. Las puntuaciones se calculan contabilizando cuántos ítems fueron contestados de modo correcto, según la clave, y luego este total se multiplica por 2, sin tomar en consideración la puntuación de “mentiras”. En tal sentido, se fija los siguientes niveles: Baja [0-24], Medio bajo [25-49], Medio alto [50-74] y Alto [75-100].
- **Validación:** Se analizaron las propiedades psicométricas en donde la validez de contenido fue aceptable ( $V > .80$ ), en cuanto la validez por análisis factorial exploratorio fue viable 29 ( $KMO = .860$ ,  $p = 0.000$ ) por Abendaño (2018). Se constató en la indagación que el instrumento fue válido por el método de juicio de expertos, teniendo valoraciones favorables de 3 profesionales.
- **Confiabilidad:** La indagación que fue confiable por medio del muestran que tiene altos indicadores de confiabilidad por consistencia interna obteniendo un Alpha de Cronbach de 0.587.

Acorde al segundo instrumento “Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)”, estará conformado por 24 interrogantes, distribuidos en 3 dimensiones: Obsesión por las redes sociales (10 ítems), Falta de control personal (6 ítems) y Uso excesivo (8 ítems). Estas cuestiones estarán estructuradas con las sucesivas elecciones de contestación: Nunca (N), Rara vez (RV), Algunas veces (AV), Siempre (S) y Casi siempre (CS), utilizando una escala Likert para valorar la frecuencia de cada comportamiento observado. Así también, se tiene conocimiento que fue diseñado por Ecurra y Salas (2014) en Perú en universitarios, siendo adaptado al contexto peruano en adolescentes por Moreno (2018). Por tanto, se presenta la siguiente ficha técnica del primer instrumento:

#### **Ficha Técnica:**

- **Nombre:** Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)
- **Autor:** Migue Ecurra Mayaute  
Edwin Salas Blas
- **Año:** 2014
- **Adaptación peruana:** Moreno (2018)
- **Modo de aplicación:** Colectivo e individual
- **Tiempo de aplicación:** Alrededor de 15 a 20 minutos
- **Edad de aplicación:** Individuos adolescentes
- **Tipificación:** Muestra de escolares
- **Nº de ítems:** Consta de 24 ítems, con valoración Likert en términos de nunca (0) hasta siempre (4), excepto para el ítem 13 que es evaluado de forma contraria; los ítems agrupan en tres dimensiones: uso excesivo, falta de control personal y obsesión por las redes sociales.
- **Calificación:** Las puntuaciones se logran a través de la adición de los ítems y pese a que no hay reglas oficiales, se pueden usar puntajes estándar para su evaluación,

siendo en este caso categorizados en tres niveles: Bajo [ $\leq 36$ ], Medio [37-64] y alto [ $65 \geq 9$ ].

- **Validación:** Moreno (2018) elaboró la validez de constructo a través del método factorial exploratorio, presentando la medida KMO = 0.881 y un nivel de significancia en la Prueba de Barlett de 0.00. P. No obstante se constató en la indagación que el instrumento fue válido por el método de juicio de expertos, teniendo valoraciones favorables de 3 profesionales.
- **Confiabilidad:** Se corroboró en la indagación que fue confiable por medio del coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0,867.

### 3.7.3 Validación

Con respecto a la validez del instrumento de autoestima, Lachira (2013) lo propuso a evaluación de expertos y, tras aplicar la prueba binomial, se obtuvo un valor de  $P = 0.012$ , indicando una concordancia estadísticamente significativa ( $P < 0.05$ ) entre los jueces.

El análisis de validez de contenido del instrumento de adicción a las redes sociales, efectuado por intermedio de la evaluación de expertos, corroboró la adecuación del instrumento, complementado con sólidas evidencias de validez de constructo. Se realizó un análisis factorial exploratorio con rotación Promax, que arrojó un KMO de .95 y una prueba de esfericidad de Bartlett con  $\chi^2 (276) = 4313.8$ ,  $p < .001$ . Este análisis reveló tres factores que exponen el 57.49% de la varianza total (Eскурра & Salas, 2014).

En el presente estudio también se validaron ambos cuestionarios a través del juicio de tres expertos especialistas en el área, quienes evaluaron los instrumentos considerando los criterios de pertinencia, relevancia y claridad; asimismo, los expertos fueron: Mg. Dante Jesus Jacobi Romero (especialista en Educación e Investigación), Mg. Mercedes Inés Ortiz Alcántara (Psicóloga Social) y el Dr. Urbano Katayama Víctor Manuel (Psicólogo educativo); en su conjunto coincidieron en que dichos instrumentos son

aplicables, confirmando así su validez de contenido para el contexto específico de esta investigación.

#### **3.7.4. Confiabilidad**

Respecto a la confiabilidad del inventario de autoestima, el instrumento original mostró índices satisfactorios, fluctuando entre .78 y .92 según las pruebas de test-retest y dos mitades (Coopersmith, 1959). Diversos autores lo han utilizado, como Tarazona (2013), quien reportó un coeficiente Kuder-Richardson 20 de .61 y un Alfa de Cronbach de .79. Finalmente, Lachira (2013) alcanzó una confiabilidad de .60, lo que respalda la robustez estadística del instrumento.

Ante la confiabilidad del cuestionario de adicción a las redes sociales, se observaron coeficientes alfa de Cronbach elevados, que variaron entre .88 para el factor 2 y .92 para el factor 3, indicando una consistencia interna superior a .85, considerada alta (Escrura & Salas, 2014).

Asimismo, en la investigación se trabajó la confiabilidad de ambos instrumentos mediante una prueba piloto, la cual fue conformada por 30 integrantes, donde para el Inventario de Autoestima de Coopersmith se empleó el coeficiente KR-20, obteniéndose un valor de 0.889 para los 50 ítems, lo cual indica una alta consistencia interna; además, respecto al Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS), se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach, alcanzando un valor de 0.867 para los 24 ítems, demostrando también una alta fiabilidad; en concreto se confirma que ambos instrumentos son altamente fiables para su aplicación en el contexto.

### **3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos**

Una vez implementados los instrumentos pertinentes concernientes a las variables examinadas, los datos derivados de las respuestas de los adolescentes fueron sometidos a un proceso analítico utilizando Microsoft Excel 2019, a fin de generar la base de datos

antes de ser transferidos al programa estadístico SPSS para una indagación más detallada y precisa de los datos. Este análisis se efectuó en dos etapas: la descriptiva y la inferencial.

En la fase descriptiva, se elaboraron representaciones gráficas y tabulares que proporcionaron una visualización clara y accesible de las variables de manera independiente, facilitando así su interpretación correspondiente. Para la fase inferencial, se realizó la prueba de normalidad (Kolmogorov-Smirnov) y análisis de correlación (Rho de Spearman), debido a la distribución no normal de los datos y para discernir las relaciones asociativas entre las variables, siendo presentados los hallazgos en tablas correlacionales con su debida interpretación.

### **3.9. Aspectos éticos**

La indagación se efectuó en estricto apego a los lineamientos estipulados en el “Reglamento de Ética de la Investigación” de la Universidad Privada Norbert Wiener (2024). Este marco normativo incluye un conjunto de principios éticos que garantizan un desarrollo investigativo riguroso y responsable, así como la consideración de la conducta ética del indagador, responsabilidad en la autoría y comportamiento científico. Asimismo, se empleó un software especializado para la verificación de originalidad, lo que no solo aseguró la transparencia del trabajo, sino que también resguardó la integridad académica del estudio. Además, para conformidad y transparencia del estudio investigativo, se verificó el consentimiento y asentimiento informado por parte de los padres y adolescentes, respectivamente, asegurando así un manejo ético y adecuado de los datos recolectados por cada uno de los adolescentes evaluados.

Además, se fundamentó en los tres principios delineados en el Informe Belmont, lo que garantizó un enfoque ético y respetuoso hacia todos los participantes, promoviendo un ambiente de transparencia en cada una de las etapas del proceso (Faiad, 2022).

Respeto a las personas, se consideró lo especificado en el código de ética y

deontología del Colegio de Psicólogos del Perú, igualmente se tuvo en cuenta la Declaración de Helsinki en lo que implicó el bienestar del participante como prioridad principal, reconocer y honrar la libertad de decisión de los participantes, cuya elección sea genuinamente autónoma, disponiendo de la capacidad necesaria para decidir sin ningún tipo de coerción. Además, se contó con información clara y comprensible sobre el proceso en el que se involucraron, garantizando así que su consentimiento y asentimiento sea informado y fundamentado.

Beneficencia, se fundamentó en dos directrices esenciales: evitar causar daño y maximizar los beneficios mientras se minimizan las posibilidades de riesgos. Esto implicó que los beneficios de una intervención deben ser mayores que los posibles perjuicios, destacando así la responsabilidad ética de priorizar el bienestar de cada participante.

Justicia, se manifestó en la equitativa distribución de los beneficios generados entre todos los participantes, priorizando la protección de las comunidades más vulnerables. Este principio buscó prevenir la explotación y garantizar que ningún grupo asuma riesgos desmedidos ni sufra repercusiones desproporcionadas.

## CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 4.1. Resultados

#### 4.1.1. Análisis descriptivo de resultados

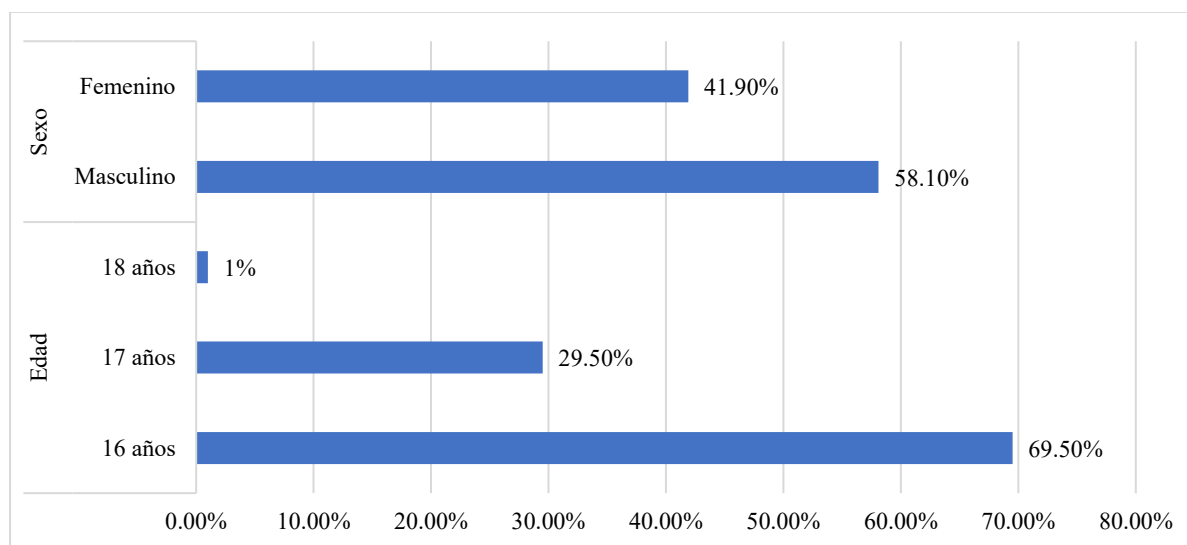
**Tabla 1**

*Distribución de variables demográficas*

Edad	<i>f</i>	%
16 años	73	69.5%
17 años	31	29.5%
18 años	1	1.0%
<b>Sexo</b>		
Masculino	61	58.1%
Femenino	44	41.9%
Total	105	100%

*Nota.* Datos que se obtienen tras la aplicación de un instrumento.

**Figura 1.** *Distribución de variables demográficas*



*Nota.* Datos que se obtienen a partir de la tabla 2.

La tabla 1 y figura 1 muestran que la edad predominante en la población estudiantil es de 16 años, representando el 69.5% (73), en menor proporción, aquellos de 18 años con apenas un 1.0% (1). En cuanto al sexo, predomina el grupo masculino, que constituye el 58.1% (61) del total, mientras que las estudiantes femeninas representan un valor cercano, alcanzando el 41.9% (44).

**Tabla 2***Estadísticos descriptivos de la variable autoestima y sus dimensiones*

	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Autoestima	62	98	76,43	7,194
Autoestima de sí mismo	31	51	39,98	4,149
Autoestima social	8	16	11,91	1,782
Autoestima familiar	8	15	12,09	1,455
Autoestima escolar	9	16	12,45	1,605

*Nota.* Datos obtenidos mediante el software SPSS 27.

La tabla 2 exhibe los estadísticos descriptivos vinculados a la autoestima, la cual registra un valor mínimo de 62 y un máximo equivalente a 98, siendo su media 76.43 con una desviación estándar de 7.194. En cuanto a sus dimensiones, la autoestima de sí mismo destaca con el índice más alto, mostrando un rango entre 31 y 51, una media de 39.98 y una desviación estándar de 4.149. En tanto, la dimensión autoestima familiar se muestra con el menor valor con un rango mínimo de 8 y máximo de 15, alcanzando una media de 12.09 y una desviación estándar de 1.455.

**Tabla 3**

*Estadísticos descriptivos de la variable adicción a las redes sociales y sus dimensiones*

	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Adicción a las redes sociales	30,00	108,00	74,2095	22,24933
Obsesión por las redes sociales	14,00	45,00	31,2667	9,44037
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	8,00	27,00	17,7429	5,25326
Uso excesivo de las redes sociales	8,00	38,00	25,2000	8,69394

*Nota.* Datos obtenidos mediante el software SPSS 27.

La tabla 3 muestra los estadísticos descriptivos asociados a la adicción a las redes sociales, cuyos valores indican un puntaje mínimo de 30 y un máximo de 108, reflejando una media equivalente a 74.20 y una desviación estándar equivalente a 22.24. Entre sus dimensiones, la que destaca con el índice más elevado, abarcando un rango de 14 a 54, una media cuyo valor es 31.26 y una desviación estándar con valor a 9.44 es la obsesión por las redes sociales. Mientras que, la falta de control particular se exhibe las cifras inferiores, con un rango de 8 a 27, una media de 17.74 y desviación equivalente 5.25.

**Tabla 4**

*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Autoestima	0.135	105	0.000
Adicción a las redes sociales	0.162	105	0.000

*Nota.* Datos obtenidos mediante el software SPSS 27.

En la Tabla 4 se aprecian los índices de significancia de ambas variables, los cuales son inferiores a 0.05, tanto para la autoestima (0.000) como para la adicción a las redes sociales (0.000). Estos valores indican que ninguna de estas presenta normalidad, lo que justifica el empleo del coeficiente de Spearman, cuya elección respalda la aplicación de pruebas no paramétricas para el análisis estadístico.

**Tabla 5**

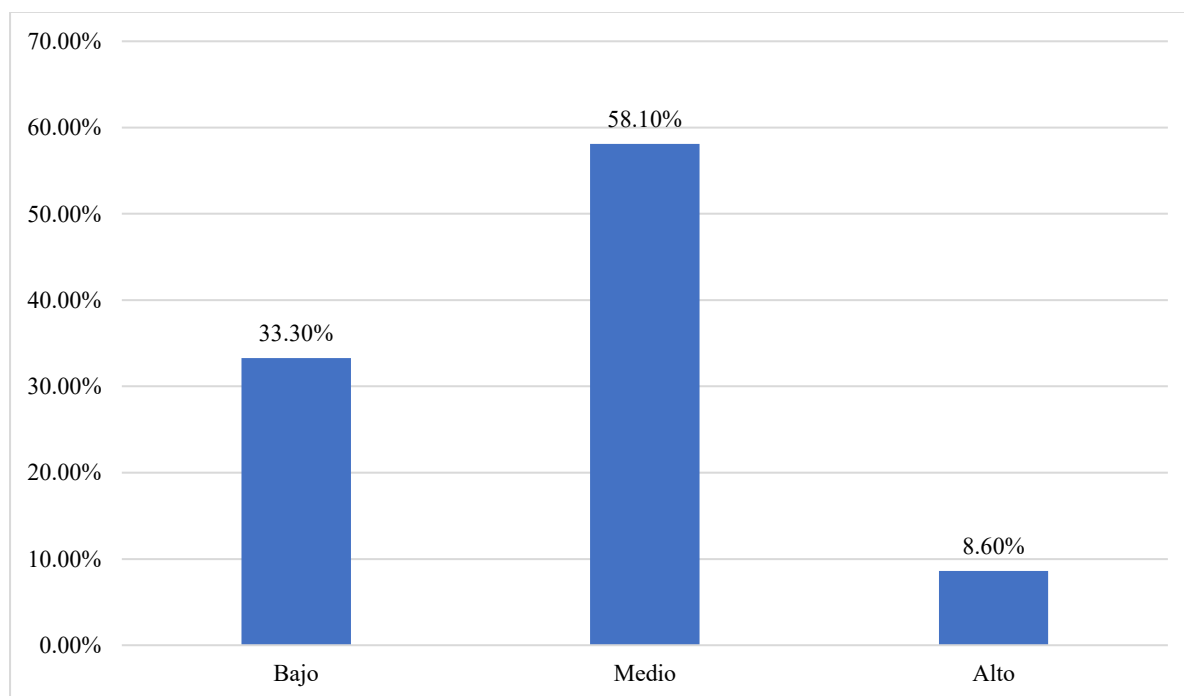
*Nivel de autoestima en alumnos de secundaria de una entidad educativa*

Nivel	F	%
Bajo	35	33.3%
Medio	61	58.1%
Alto	9	8.6%
Total	105	100.0%

*Nota.* Datos obtenidos mediante el software SPSS 27.

**Figura 5**

*Nivel de autoestima en alumnos de secundaria de una entidad educativa*



*Nota.* Datos obtenidos a partir de la tabla 6.

En la tabla 5 y figura 5, Se indica que un 58.1% de los alumnos de secundaria presenta niveles medios de autoestima, mientras que un 33.3% que exhibe niveles bajos, mientras que sólo un 8.6% de los adolescentes alcanza niveles altos.

**Tabla 6**

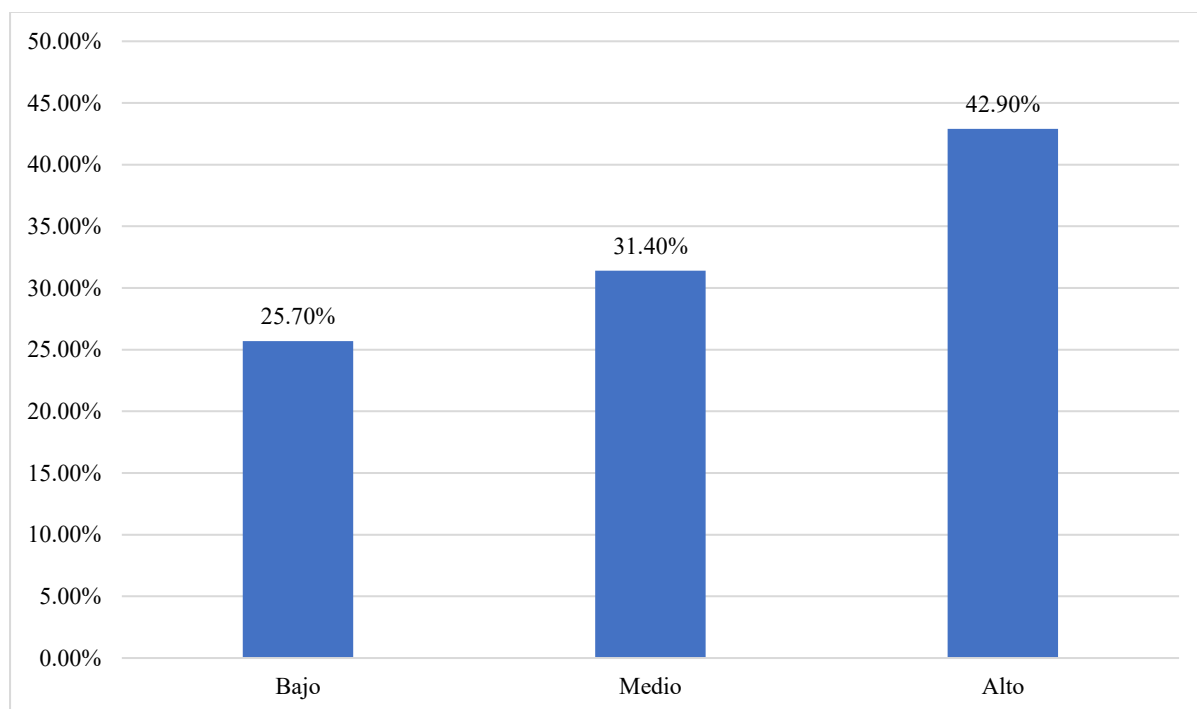
*Nivel de adicción a las redes sociales en alumnos de secundaria de una entidad educativa*

Nivel	F	%
Bajo	27	25.7%
Medio	33	31.4%
Alto	45	42.9%
Total	105	100.0%

*Nota.* Datos obtenidos mediante el software SPSS 27.

**Figura 6**

*Nivel de adicción a las redes sociales en alumnos de secundaria de una entidad educativa*



*Nota.* Datos obtenidos a partir de la tabla 7

Se reportó que el 42.9% de escolares de secundaria evidencia niveles altos asociados a la adicción a las redes sociales, seguidos por un 31.4% que manifiesta niveles intermedios, mientras que únicamente un 25.7% de los adolescentes consigue niveles bajos.

### 4.1.2. Prueba de hipótesis

#### Hipótesis general

Existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024.

#### Hipótesis estadística

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024.

**H<sub>1</sub>:** Si existe relación significativa entre autoestima y adicción a las redes sociales. en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024.

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05 = 5\%$  de error máximo permitido.

Regla de decisión:  $p \geq \alpha \rightarrow$  Se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ).

$p < \alpha \rightarrow$  Se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ).

#### Prueba estadística

#### Tabla 7

*Relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria*

Autoestima y adicción a las redes sociales	Valor	Sig. (bilateral)	N.º de casos válidos
Rho de Spearman	-0.805**	0.000	105

*Nota.* Datos obtenidos mediante el software SPSS 27.

Se evidencia una relación estadísticamente significativa, con un nivel de significancia menor a lo establecido ( $p=0.000<0.05$ ), donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Siendo el coeficiente Rho de Spearman (-0.805) muestra una correlación negativa alta e inversa en ambas variables, conforme a mayor autoestima menor adicción a las redes sociales en los estudiantes.

### Hipótesis específica 1

Existe relación entre autoestima y obsesión de redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública en Lima Metropolitana, 2024.

### Hipótesis estadísticas

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre autoestima y obsesión de redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024.

**H<sub>1</sub>:** Si existe relación entre autoestima y obsesión de redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024.

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05 = 5\%$  de error máximo permitido.

Regla de decisión:  $p < \alpha \rightarrow$  Se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ).

### Prueba estadística

**Tabla 7**

*Relación entre autoestima y obsesión de redes sociales en alumnos de secundaria*

Autoestima y obsesión de redes sociales	Valor	Sig. (bilateral)	N.º de casos válidos
Rho de Spearman	-0.737**	0.000	105

*Nota.* Datos obtenidos mediante el software SPSS 27.

Se exhibió una relación estadísticamente significativa, con un nivel de significancia menor a lo establecido ( $p=0.000<0.05$ ), donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Siendo el coeficiente Rho de Spearman (-0.737) muestra una correlación negativa alta e inversa en entre la autoestima y la dimensión obsesión a las redes sociales, conforme a mayor autoestima menor obsesión a las redes sociales en los estudiantes.

## Hipótesis específica 2

Existe relación entre autoestima y la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública en Lima Metropolitana, 2024.

## Hipótesis estadística

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre autoestima y la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024.

**H<sub>1</sub>:** Si existe relación entre autoestima y la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024.

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05 = 5\%$  de error máximo permitido.

Regla de decisión:  $p < \alpha \rightarrow$  Se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ).

## Prueba estadística

### Tabla 8

*Relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria*

Autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales	Valor	Sig. (bilateral)	N.º de casos válidos
Rho de Spearman	-0.787**	0.000	105

*Nota.* Datos obtenidos mediante el software SPSS 27.

Se exhibió una relación estadísticamente significativa, con un nivel de significancia menor a lo establecido ( $p=0.000<0.05$ ), donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Siendo el coeficiente Rho de Spearman (-0.787) muestra una correlación negativa alta e inversa en entre la autoestima y la dimensión falta de control personal, conforme a mayor autoestima menor falta de control personal en los estudiantes.

### Hipótesis específica 3

Existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública en Lima Metropolitana, 2024

### Hipótesis estadística

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024.

**H<sub>1</sub>:** Si existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024.

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05 = 5\%$  de error máximo permitido.

Regla de decisión:  $p \geq \alpha \rightarrow$  Se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ).

$p < \alpha \rightarrow$  Se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ).

### Prueba estadística

**Tabla 9**

*Relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en alumnos de secundaria*

Autoestima y uso excesivo de las redes sociales	Valor	Sig. (bilateral)	N.º de casos válidos
Rho de Spearman	-0.749**	0.000	105

*Nota.* Datos obtenidos mediante el software SPSS 27.

Se exhibió una relación estadísticamente significativa, con un nivel de significancia menor a lo establecido ( $p=0.000<0.05$ ), donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Siendo el coeficiente Rho de Spearman (-0.749) muestra una correlación negativa alta e inversa en entre la autoestima y la dimensión uso excesivo de las redes sociales conforme a mayor autoestima menor uso excesivo a las redes sociales en los estudiantes.

### 4.1.3. Discusión de resultados

Con el propósito de determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024. A partir de un análisis crítico, se examinan las implicancias de esta relación en el bienestar afectivo de los educandos, explorando cómo la búsqueda constante de aprobación en línea suele devenir en una dependencia nociva que afecta tanto la autopercepción como las dinámicas de interacción interpersonal en la etapa educativa.

El presente análisis parte de la hipótesis general, enfocada en que existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en alumnos de secundaria de una entidad educativa de Lima Metropolitana, 2024. Los hallazgos revelaron una correlación negativa, significativa y de grado alta entre ambas variables ( $r = -0.805$ ), evidenciando que, conforme a una autoestima adecuada tiende a disminuir considerablemente la adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria. Este hallazgo es congruente con los aportes de Sal y Benites (2022), quienes mediante su estudio investigativo de vincular la conducta adictiva a las redes sociales con la autoestima del alumnado de una entidad pedagógica. Identificaron una correlación negativa de baja magnitud ( $r = -0.312$ ). De manera similar, los hallazgos de Bellido (2023) también revelaron una correlación negativa baja ( $r = -0.258$ ) teniendo una amplitud inversa; indicando cuanto mayor sea el grado adictivo a las redes sociales, menor será la capacidad de los jóvenes para formar una autoestima adecuada. En la misma línea, Dulic (2023) mostró una correlación negativa ( $r = -0.269$ ) de grado significativo, tener una autoimagen positiva está asociada a la capacidad de noción de tiempo en las redes sociales en los estudiantes. En ese mismo sentido. De esta manera, los hallazgos descritos se fundamentan en el modelo de comparación social de Festinger, quien señala que los adolescentes se evalúan en relación con sus pares, proceso

intensificado por las redes sociales, donde estas plataformas exponen a los jóvenes a imágenes distorsionadas de la realidad, alterando su percepción de la normalidad y fomentando una comparación constante que deteriora su autoconfianza y autoimagen, dando lugar a que las interacciones en línea, a menudo sean superficiales, y agraven la autoestima al crear un ciclo de validación vacío que no satisface sus necesidades emocionales (Ameen et al., 2022).

En torno a la primera hipótesis específica, se centró en la existencia de la relación entre autoestima y obsesión por las redes sociales en alumnos de secundaria de una entidad educativa de Lima Metropolitana, 2024. Los análisis estadísticos revelaron una correlación negativa alta y significativamente relevante entre ambos componentes ( $r = -0.737$ ), lo que sugiere que, conforme a una autoestima pertinente menos será afectada por los índices de obsesión por las redes sociales y la necesidad de estar en línea entre los estudiantes.

En esta línea de ideas, se encuentra concordancia con el estudio de Chapilliquen y Puemape (2023) quien asoció ambas variables, se revelan correlaciones negativas de grado moderado y significativas de autoestima con las dimensiones de adicción: obsesión por el uso ( $r = -0.555$ ). Concluyendo que ambos componentes se relacionan inversamente. En concordancia con ello, Valdez (2021) expuso una vinculación negativa de autoestima con obsesión por las redes sociales ( $r = -0.357$ ), dando a entender que el fortalecimiento de la conducta adictiva conlleva a que los adolescentes no construyan una autoestima oportuna. De manera similar, Soria y Villegas (2024) confirmaron y subrayaron esta correlación, al encontrar una asociación negativa, aunque muy leve entre los mismos componentes ( $r = -0.114$ ), lo que refuerza la idea de que los educandos de secundaria constituyen el grupo más vulnerable y susceptible a adoptar conductas adictivas hacia las redes sociales. De este modo, los hallazgos presentados encuentran sustento en los principios del modelo de usos y gratificaciones definido por Katz, quien sostiene que los adolescentes se involucran

con los medios de comunicación de manera intencionada, buscando satisfacer sus necesidades y deseos, lo cual se ve reforzado por la búsqueda de validación social y la necesidad de pertenencia, lo cual refuerza su adicción al buscar conformidad a través de "me gusta", comparticiones y comentarios en las redes (Kircaburun et al., 2020).

Acorde a la segunda hipótesis específica, se enfocó la existencia de un vínculo entre autoestima y falta de control individual en el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria de una entidad educativa de Lima Metropolitana, 2024. Los datos reflejaron una correlación negativo alta ( $r = -0.787$ ), lo que sugiere una relación inversa entre ambos componentes. En este sentido, se describe que, construir una autoestima sólida no ve afectada por los índices de falta de control derivados del uso desmedido de las plataformas. Este hallazgo se encuentra en consonancia con las contribuciones de Soria y Villegas (2024), quienes también identificaron una correlación negativa alta entre las variables bajo estudio ( $r = -0.750$ ), dando a entender que tener una adecuada autopercepción ejercen un buen control de estas plataformas. De manera similar, Chapilliquen y Puemape (2023) observaron una asociación negativa, aunque de magnitud moderada ( $r = -0.445$ ) y significativa, entre ambos factores. A su vez, Valdez (2021) reafirmó esta relación al exponer una correlación negativa entre los mismos componentes, aunque en este caso de magnitud baja ( $r = -0.362$ ). Por último, Bellido (2023) corroboró esta tendencia, encontrando una correlación leve ( $r = -0.213$ ), lo que refuerza la idea de que en definitiva existe una vinculación inversa entre la falta de control en la utilización de las redes y la formación de una autoestima saludable en los educandos. En ese sentido, estos hallazgos se sustentan en el modelo del uso compensatorio de Internet de Kardefelt-Winther, quien sugiere que la utilización excesiva de estas plataformas digitales suele ser una estrategia de afrontamiento ante la insatisfacción de las necesidades sociales, provocando que los adolescentes se sientan obligados a aumentar su presencia en redes sociales, buscando así

compensar la sensación de exclusión y mantener una conexión constante con sus pares (Tandon et al., 2021).

En cuanto a la tercera hipótesis específica, aludió a la existencia de una correlación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en alumnos de secundaria de una entidad educativa de Lima Metropolitana, 2024. Los hallazgos señalaron que hubo una correlación negativa, significativa y alta entre ambos componentes ( $r = -0.749$ ), demostrando que, conforme a la capacidad estudiantil para desarrollar una autoestima consistente menos será el tiempo que se utiliza estas redes sociales, lo cual no se reflejará períodos prolongados de conexión. Este hallazgo se alinea con los aportes de Soria y Villegas (2024), quienes, de manera similar, encontraron una asociación negativa pero moderada entre ambas componentes ( $r = -0.650$ ), a su vez, Valdez (2021) reporta un vínculo negativo y significativo entre los mismos componentes ( $r = -0.454$ ), destacando cómo el uso excesivo de las plataformas sociales distorsiona la autoimagen de los educandos. En consonancia, Chapilliquen y Puemape (2023) observan una correlación significativamente moderada y negativa ( $r = -0.539$ ), señalando que una utilización adictiva de las redes sociales se vincula con bajos índices de autoestima en los adolescentes. De esta manera, la teoría que respalda los hallazgos presentados se encuentra en el modelo de Ajuste Persona/Entorno de Pervin, quien sostiene que en el contexto contemporáneo las redes sociales en línea emergen como una sociedad virtual donde las interacciones son constantes, fenómeno que se vuelve particularmente relevante en los adolescentes que experimentan un alto grado de adicción a estas plataformas, ya que, en su afán por pertenecer, tienden a intensificar su participación sin hacer distinción entre comportamientos activos, como publicar y comentar, y comportamientos pasivos, como la simple observación (Chen et al., 2022).

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

**Primera:** se determinó una relación estadísticamente significativa de manera inversa y alta, entre la autoestima y adicción a las redes sociales en los estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024. ( $p=0.000<0.05$ ;  $\rho=-0.805$ ), demostrando que los estudiantes tienen una mayor autoestima menor adicción a las redes sociales.

**Segunda:** se estableció una relación estadísticamente significativa inversa, alta entre la autoestima y obsesión a las redes sociales en los estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024. ( $p=0.000<0.05$ ;  $\rho=-0.737$ ), certificando que el adquirir una autoestima estable menos se verá afectada por sensación constantes de estar en línea.

**Tercera:** se estableció una relación estadísticamente significativa de manera inversa alta entre la autoestima y la falta de control en el uso de las redes sociales en los estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024. ( $p=0.000<0.05$ ;  $\rho=-0.787$ ), justificando percepción positiva de uno mismo está vinculada a una disminución en la dependencia de las plataformas sociales.

**Cuarta:** se estableció una relación estadísticamente significativa inversa alta entre la autoestima y uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2024. ( $p=0.000<0.05$ ;  $\rho=-0.749$ ), certificando que el aumento de la habilidad para formar una autoestima consistente disminuye el periodo prolongado en las redes sociales.

## 5.2. Recomendaciones

Se recomienda que la unidad educativa, mediante sus áreas de psicopedagogía, convivencia, tutoría y bienestar escolar, impulse la implementación de programas de concientización acerca del uso saludable de las redes sociales, orientados a escolares, educadores y parientes familiares, cuyos programas deberían incluir charlas, talleres y recursos educativos que aborden la relación entre la autoestima y el comportamiento en línea, promoviendo un entorno seguro y responsable en el ámbito educativo. Siendo indispensable que la dirección educativa se comprometa a ofrecer el apoyo institucional.

Se sugiere que los psicopedagogos incorporen actividades de bienestar integral que fomenten la reflexión crítica sobre la influencia de las plataformas digitales en la autoestima del alumnado, mediante el uso de estrategias de enseñanza que aborden temas como la autoestima, el bienestar mental y el uso equilibrado de la tecnología. Además, deben estar atentos a los posibles signos de adicción entre los estudiantes, promoviendo una comunicación abierta y empática.

Se recomienda que el área de psicología escolar en coordinación con convivencia escolar, tutoría desarrollen programas de apoyo psicológico individual y grupal que ayuden a los educandos a fortalecer su autoestima y manejar los efectos negativos derivados del uso desmedido de las redes sociales. Estos programas deben ofrecer un enfoque integral, que considere tanto las problemáticas afectivas como las conductuales asociadas a esta problemática, y sean accesibles para todos los estudiantes que necesiten intervención.

Asimismo, se sugiere que el área de psicología impulse actividades preventivas centradas en promover y salvaguardar la salud psicológica de los educandos, con especial énfasis en la gestión de las redes sociales. La capacitación

constante del personal psicopedagógico en nuevas metodologías de intervención psicológica permitirá brindar una respuesta más efectiva frente a los desafíos contemporáneos que enfrentan los adolescentes en relación con su autoestima y el uso de las redes sociales.

## REFERENCIAS

- Abendaño, K. (2018). *Propiedades psicométricas y estandarización del Inventario de Autoestima de Coopersmith escolares de secundaria de Lima Sur: San Juan de Miraflores, Villa María del Triunfo y Villa El Salvador* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio institucional de la Universidad Autónoma del Perú. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/556>
- Álvarez, J. (2020). *La autoestima de los adolescentes en el entorno escolar*. Universidad Nacional de Loja: <https://unl.edu.ec/index.php/noticia/la-autoestima-de-los-adolescentes-en-el-entorno-escolar>
- Ameen, N., Cheah, J., & Kumar, S. (2022). It's all part of the customer journey: The impact of augmented reality, chatbots, and social media on the body image and self-esteem of Generation Z female consumers. *Psychology & Marketing*, 39(11), 2110-2129. <https://doi.org/10.1002/mar.21715>
- Araoz, E., Ramos, N., Uchasara, H., & Araoz, M. (2021). Autoestima y agresividad en estudiantes peruanos de educación secundaria. *AVFT–Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 40(1), 81-87. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4675747>
- Ardiana, R., & Tumanggor, R. (2020). Social media Instagram addiction and self-esteem in high school students. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 478, 290-294. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/ticash-20/125948100>
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación (Primera ed.)*. Arequipa, Perú: Enfoques Consulting EIRL. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>

- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). *Metodología de la investigación: El método ARIAS para desarrollar un proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>
- Arispe, M., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., Arellano, C., & Yangali, J. (2020). *La investigación científica*. Departamentos de Investigación y Postgrados - Universidad Internacional del Ecuador. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4310>
- Armijo, C., Aspillaga, C., Bustos, C., Calderón, A., Cortés, C., Fossa, P., Melipillan, R., Sánchez, A., & Vivanco, A. (2021). *Manual de Metodología de Investigación*. Universidad del desarrollo. <https://vdocuments.mx/manual-de-metodologa-de-investigacin-2021.html?page=1>
- Barquero, C. (2024, octubre 8). *Un 41% de adolescentes ha tenido o cree haber tenido un problema de salud mental en el último año, pero más de la mitad no ha pedido ayuda*. Cadena SER: <https://cadenaser.com/nacional/2024/10/08/un-41-de-adolescentes-ha-tenido-o-cree-haber-tenido-un-problema-de-salud-mental-en-el-ultimo-ano-segun-un-estudio-de-unicef-cadena-ser/>
- Baumeister, R., & Robson, D. (2021). Belongingness and the modern schoolchild: On loneliness, socioemotional health, self-esteem, evolutionary mismatch, online sociality, and the numbness of rejection. *Australian Journal of Psychology*, 73(1), 103-111. <https://doi.org/10.1080/00049530.2021.1877573>
- Bautista-Quispe, J., Velazco, B., Estrada, E., Córdova-Rojas, L., & Ascona, P. (2023). Adicción a las redes sociales y procrastinación académica en adolescentes de educación básica regular. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(3), 509-517. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202023000300509&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202023000300509&lng=es&tlng=es)

- Bellido, L. (2023). *Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Ayacucho, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Continental]. Repositorio Institucional UC. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/13867>
- Bouih, A., Benattabou, D., Nadif, B., Benhima, M., & Benfilali, I. (2022). The Rosenberg Self-Esteem Scale: A Confirmatory Factor Analysis Study. *European Journal of Psychology and Educational Research*, 5(2), 145-160. <https://doi.org/10.12973/ejper.5.2.145>
- Campero-Oliart, A., Lovelace, C., & Levitan, L. (2020). Contexts of communication apprehension and their relation to self-esteem. *Psi Chi Journal of Psychological Research*, 25(1), 42-53. <https://doi.org/10.24839/2325-7342.JN25.1.42>
- Chahuayo, A., & Díaz, B. (1995). *Adaptación y estandarización del Inventario de Autoestima original forma escolar de S. Coopersmith 1967, en estudiantes de educación secundaria de menores de Arequipa*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa], Arequipa, Perú.
- Chapilliquen, K., & Puemape, L. (2023). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas del distrito de La Unión, 2023*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/128054>
- Chen, B., Chen, M., Wu, Y., & Wu, Y. (2022). The relationship of social media addiction with internet use and perceived health: the moderating effects of regular exercise intervention. *Frontiers in Public Health*, 10, 854532. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.854532>

- Colak, M., Bingol, O., & Dayi, A. (2023). Self-esteem and social media addiction level in adolescents: The mediating role of body image. *Indian Journal of Psychiatry*, 65(5), 595-600. [https://doi.org/10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry\\_306\\_22](https://doi.org/10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry_306_22)
- Condori, T., Quispe, A., & Quiro, Y. (2023). Adicción a redes sociales y cansancio emocional en estudiantes universitarios de la carrera de Psicología de una universidad privada en la ciudad de Juliaca, 2022. *Revista Científica De Ciencias De La Salud*, 16(2), 18–32. <https://doi.org/10.17162/rccs.v16i2.1959>
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. [https://openlibrary.org/books/OL5543113M/The\\_antecedents\\_of\\_self-esteem](https://openlibrary.org/books/OL5543113M/The_antecedents_of_self-esteem).
- Cortaza, L., Aguilar, H., Montiel, R., & Morales, Z. (2022). Autoestima e ideación suicida en adolescentes estudiantes de secundaria. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 3(2), 286–296. <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.82>
- Cuya, M., & Robles, H. (2021). Acoso escolar y autoestima en alumnos de segundo de secundaria de una institución educativa del distrito de Lurín. *Avances En Psicología*, 29(2), 233–240. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2021.v29n2.2410>
- Dulic, N. (2023). *Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes de zona oeste del Gran Buenos Aires*. [Tesis de pregrado, Universidad Abierta Interamericana]. Repositorio Institucional UAI. <https://repositorio.uai.edu.ar/handle/123456789/2536>
- Escobar, D. (2024, mayo 2). *Uno de cada tres adolescentes sufrirá adicción a las redes sociales*. <https://www.infobae.com/tecnologia/2024/05/02/uno-de-cada-tres-adolescentes-sufrira-adiccion-a-las-redes-sociales/>
- Escurra, M., & Salas, E. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista de Peruanos de Psicología y Trabajo Social*, 20(1), 73-91.

[https://www.academia.edu/44507765/USO\\_DE\\_REDES\\_SOCIALES\\_ENTRE\\_ESTUDIANTES\\_UNIVERSITARIOS\\_LIME%3%91OS\\_USING\\_SOCIAL\\_NETWORKING\\_AMONG\\_COLLEGE\\_STUDENTS\\_FROM\\_LIMA](https://www.academia.edu/44507765/USO_DE_REDES_SOCIALES_ENTRE_ESTUDIANTES_UNIVERSITARIOS_LIME%3%91OS_USING_SOCIAL_NETWORKING_AMONG_COLLEGE_STUDENTS_FROM_LIMA)

- Faiad, S. (2022). La ética en los ensayos clínicos: de Tuskegee al Informe Belmont. *Oncología Clínica*, 27(2). <https://doi.org/10.56969/oc.v27i2.83>
- Ferris, A., Hollenbaugh, E., & Sommer, P. (2021). Applying the uses and gratifications model to examine consequences of social media addiction. *Social Media Society*, 7(2), 20563051211019003. <https://doi.org/10.1177/20563051211019003>
- García, J. (2023). La autoestima en la expresión oral. *Investigación Valdizana*, 17(3), 141–149. <https://doi.org/10.33554/riv.17.3.1880>
- Gutiérrez, M. (2020). *Adicción de redes sociales y autoestima en estudiantes de 15 a 17 años de una Unidad Educativa Particular de la ciudad de La Paz*. [Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio Institucional UMSA. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/24953>
- Guzmán, E., & Valle, M. (2024). Relación entre autoestima y regulación emocional en adolescentes en un colegio de la ciudad de Loja, Ecuador. *Uniandes Episteme*, 11(2), 203–215. <https://doi.org/10.61154/rue.v11i2.3497>
- Inca, M., & García, L. (2022). Percepción de la imagen corporal relacionado al nivel de autoestima en estudiantes del quinto grado de secundaria de la IE José Toribio Polo, Ica. 2019–2020. *Revista Enfermería la Vanguardia*, 10(2), 44-52. <https://doi.org/10.35563/revan.v10i2.499>
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş., & Griffiths, M. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five of personality traits, social media platforms, and social

- media use motives. *International journal of mental health and addiction*, 18, 525-547. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Ludomag. (2024, septiembre 26). *La UNESCO advierte sobre el impacto de las redes sociales en las jóvenes*. <https://ludomag.com/es/2024/04/26/la-unesco-advierte-sobre-el-impacto-de-las-redes-sociales-en-las-jovenes/>
- Machimbarrena, J., Muela, A., & González, J. (2023, diciembre 25). *¿Son todos los adolescentes adictos a las redes sociales?* El Economista: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Son-todos-los-adolescentes-adictos-a-las-redessociales-20231225-0018.html>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Moreno, S. (2018). *“Propiedades psicométricas del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) en adolescentes del distrito de Comas, 2018”*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo], Repositorio Digital Institucional de la UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/25628>
- Moscoso, M., Moreno, M., & Armijos, R. (2022). *Metodología de la investigación científica y su aplicación en las ciencias agropecuarias*. Dirección de Publicaciones. <http://cimogsys.espoch.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2022-05-17-201333-Metodologi%CC%81a%20de%20la%20investigacio%CC%81n%20cienti%CC%81fica.pdf>
- Peris, M., de la Barrera, U., Schoeps, K., & Montoya-Castilla, I. (2020). Psychological risk factors that predict social networking and internet addiction in adolescents.

- International journal of environmental research and public health*, 17(12), 4598.  
<https://doi.org/10.3390/ijerph17124598>
- Pfuyo, R. (2021). Autoestima según Coopersmith y rendimiento académico - Covid-19 en estudiantes Epime – Untels. *EDU REVIEW. Revisión de Educación y Aprendizaje Internacional Revista Internacional De Educación Y Aprendizaje*, 9(3), 269–282.  
<https://doi.org/10.37467/gkarevedu.v9.2989>
- Polanía, C., Cardona, F., Castañeda, G., Vargas, A., Calvache, O., & Abanto, W. (2020). *Metodología de investigación cuantitativa y cualitativa*. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.uniajc.edu.co/handle/uniajc/596>
- Purnama, H., Darmawati, I., & Mulyatin, W. (2021). Social media addiction and the association with self-esteem among adolescents in rural areas of Indonesia. *KnE life sciences*, 1(1), 671-679. <https://doi.org/10.18502/cls.v6i1.8741>
- Quincho, R., Cárdenas, J., Inga, V., Bada, W., Espinoza, G., & Yangali, H. (2022). *Metodología de la investigación científica: El sentido crítico, ante todo con uno mismo*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.039>
- Rufino, R. (2021). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de la Institución Matemática San Rafael. Carabayllo - Lima 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/73305>
- Sal, R., & Benites, R. (2022). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa pública del distrito de Puente Piedra, Lima, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN. <https://hdl.handle.net/11537/32199>

- Salas, E., Vieira, C., & Manzanares, E. (2022). Adicción a las redes sociales y soledad en estudiantes universitarios limeños. *INFORMACIO PSICOLÓGICA*, 1(123), 2-14. <https://doi.org/10.14635/IPSIC.1926>
- Salas-Blas, E., Copez-Lonzoy, A., & Merino-Soto, C. (2020). ¿Realmente es demasiado corto? Versión breve del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS-6). *Salud Y Drogas*, 20(2), 105–118. <https://doi.org/10.21134/haaj.v20i2.536>
- Savira, R., Rifai, M., & Wahyunengsih, W. (2022). Correlation between TikTok Use and Teenagers' Self Esteem. *Indonesian Journal of Learning Studies (IJLS)*, 2(1), 19-24. <https://www.dmi-journals.org/ijls/article/view/215>
- Solis, J., & Quispe, A. (2022). Apoyo social percibido y riesgo de adicción a las redes sociales en estudiantes de una institución pública de Haquira. *Revista Científica De Ciencias De La Salud*, 14(2), 34–48. <https://doi.org/10.17162/rccs.v14i2.1654>
- Soria, P., & Villegas, N. (2024). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. *PSICOLOGÍA UNEMI*, 8(14), 19-29. <https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss14.2024pp19-29p>
- Stănculescu, E., & Griffiths, M. (2022). Social media addiction profiles and their antecedents using latent profile analysis: The contribution of social anxiety, gender, and age. *Telematics and Informatics*, 74, 101879. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101879>
- Tamarit, A., Schoeps, K., Peris, M., & Montoya, I. (2021). The impact of adolescent internet addiction on sexual online victimization: The mediating effects of sexting and body self-esteem. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 4226. <https://doi.org/10.3390/ijerph18084226>
- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2021). Dark consequences of social media-induced fear of missing out (FoMO): Social media stalking,

- comparisons, and fatigue. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 120931. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120931>
- Tchalova, K., Beland, S., Chanda, M., Levitin, D., & Bartz, J. (2023). Shifting the sociometer: opioid receptor blockade lowers self-esteem. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 18(1). <https://doi.org/10.1093/scan/nsad017>
- Universidad Privada Norbert Wiener. (2024). *Reglamento de Código de Ética e Integridad Científica*. <https://hdl.handle.net/20.500.13053/12052>
- Valdez, M. (2021). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Magdalena del Mar*. [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Institucional UAP. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1287>
- Valerio, S. (2020). Autoestima en relación con la sintomatología depresiva en adolescentes de Lima Norte. *CASUS: Revista de Investigación y Casos en Salud*, 5(3), 106-117. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7770612>
- Valero-Valenzuela, A., Huéscar, E., Núñez, J., León, J., Conte, L., & Moreno-Murcia, J. (2021). Motivación controlada en la autoestima de estudiantes adolescentes en clases de educación física. *Revista Internacional de Investigación Ambiental y Salud Pública*, 18(21), 11602. <https://doi.org/10.3390/ijerph182111602>
- Valkenburg, P., Beyens, I., Pouwels, J., Van Driel, I., & Keijsers, L. (2021). Uso de las redes sociales y autoestima de los adolescentes: Rumbo a un paradigma de efectos mediáticos específico de la persona. *Revista de Comunicación*, 71(1), 56-78. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa039>
- Valverde, T. (2023, Diciembre 3). *Redes sociales: No son drogas, pero son adictivas*. <https://diarioep.pe/redes-sociales-no-son-drogas-pero-son-adictivas/>

- Vásquez, A., Guanuchi, L., R., C., R., V., & Holgado, J. (2023). *Métodos de investigación científica*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/book/105>
- Xu, X., Han, W., & Liu, Q. (2023). Peer pressure and adolescent mobile social media addiction: Moderation analysis of self-esteem and self-concept clarity. *Frontiers in public health*, 11(1), 1115661. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1115661>
- Yovera, A. (2023). Salud mental de adolescentes: Adicción a redes sociales. *Revista de Neurociencia y Salud Pública*, 3(3), 409-417. <https://doi.org/10.46363/jnph.v3i3.2020>

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Diseño metodológico
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024?</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <p>Existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p>	<p><b>Autoestima:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sí mismo general</li> <li>- Social</li> <li>- Familiar</li> <li>- Escolar</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>Básica</p> <p><b>Método de la investigación</b></p> <p>Hipotético-deductivo</p> <p><b>Diseño de la investigación</b></p> <p>No experimental</p>
<p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024?</p> <p>¿Cuál es el nivel de adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024?</p> <p>¿Existe relación entre autoestima</p>	<p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Identificar el nivel de autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p> <p>Identificar el nivel de adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p> <p>Establecer la relación entre</p>	<p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>Existe predominancia de un nivel medio de autoestima en alumnos de secundaria de una entidad educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p> <p>Existe predominancia de un nivel alto de adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p> <p>Existe relación entre autoestima y</p>	<p><b>Adicción a las redes sociales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obsesión por las redes sociales</li> <li>- Falta de control personal en el uso de las redes sociales</li> <li>- Uso excesivo de las redes sociales</li> </ul>	<p><b>Corte:</b></p> <p>Transversal</p> <p><b>Nivel:</b></p> <p>Relacional</p> <p><b>Población</b></p> <p>105 estudiantes de una Institución Educativa Pública.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>105 estudiantes de los dos</p>

---

<p>y obsesión por las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024?</p>	<p>autoestima y obsesión por las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p>	<p>obsesión por las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p>	<p>últimos años del nivel secundario.</p>
<p>¿Existe relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024?</p>	<p>Establecer la relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p>	<p>Existe relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p>	
<p>¿Existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024?</p>	<p>Establecer la relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p>	<p>Existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.</p>	

---



## Anexo 2: Instrumentos

### INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH

#### Instrucciones:

A continuación, hallarás algunas preguntas acerca de las maneras como te comportas o te sientes. Después de cada pregunta tú puedes ver que hay dos espacios en blanco, uno pertenece a la columna de “SI” y la otra columna a la de “NO”. Es decir, que marcarás con una X en el espacio de “SI”, si la pregunta está de acuerdo con la manera en que generalmente actúas o te sientes; y, marcarás con una X el “NO”, cuando la pregunta no diga la manera en que actúas o te sientes. Trabaja rápidamente y no te demores mucho tiempo en cada pregunta. Asegúrate de no dejar de responder ninguna de ellas. Ahora puedes comenzar.

ITEMS	V	F
1. Las cosas generales no me preocupan.		
2. Me resulta muy difícil hablar frente a la clase.		
3. Hay muchas cosas sobre mí mismo (a) que cambiaría si pudiera.		
4. Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades.		
5. Soy una persona divertida.		
6. En casa me fastidio fácilmente.		
7. Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo.		
8. Soy popular entre los chicos (as) de mi edad.		
9. Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos.		
10. Me rindo fácilmente.		
11. Mis padres esperan demasiado de mí		
12. Es bastante difícil ser yo mismo (a).		
13. Mi vida es complicada.		
14. Los (as) chicos (as) generalmente aceptan mis ideas.		
15. Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo (a).		
16. Muchas veces me gustaría irme de casa.		
17. Generalmente me siento aburrido (a) en la escuela.		
18. Físicamente no soy tan simpático (a) como la mayoría de personas.		
19. Si tengo algo que decir, generalmente lo digo.		
20. Mis padres me comprenden.		
21. La mayoría de personas caen mejor de lo que yo caigo.		
22. Generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando.		
23. Generalmente me siento desmoralizado (a) en la escuela.		
24. Generalmente desearía ser otra persona.		

25. No se puede confiar en mí.		
26. Nunca me preocupo de nada.		
27. Estoy seguro (a) de mí mismo (a).		
28. Caigo bien fácilmente.		
29. Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos.		
30. Paso bastante tiempo soñando despierto (a).		
31. Desearía tener menos edad.		
32. Siempre hago lo correcto.		
33. Estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela.		
34. Alguien siempre debe decirme lo que debo hacer.		
35. Generalmente me arrepiento de las cosas que hago.		
36. Nunca estoy contento (a).		
37. Estoy haciendo lo mejor que puedo.		
38. Generalmente puedo cuidarme solo (a).		
39. Soy bastante feliz.		
40. Preferiría jugar con niños (as) más pequeños (as) que yo.		
41. Me gustan todas las personas que conozco.		
42. Me gusta cuando me llaman a la pizarra.		
43. Me comprendo a mí mismo (a).		
44. Nadie me presta mucha atención en casa.		
45. Nunca me llaman la atención.		
46. No me está yendo tan bien en la escuela como quisiera.		
47. Puedo tomar una decisión y mantenerla.		
48. Realmente no me gusta ser un (a) adolescente.		
49. No me gusta estar con otras personas.		
50. Nunca soy tímido (a).		
51. Generalmente me avergüenzo de mí mismo (a).		
52. Los (as) chicos (as) generalmente se la agarran conmigo.		
53. Siempre digo la verdad.		
54. Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz.		
55. No me importa lo que me pase.		
56. Soy un fracaso.		
57. Me fastidio fácilmente cuando me regañan.		
58. Siempre sé lo que debo decir a las personas.		

## CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)

**FINALIDAD:** El presente cuestionario presenta la intención de evaluar la adicción a las redes sociales que presentan los participantes, el cual ha sido elaborado con la única intención de fines investigativos, por tal motivo la información recopilada será empleada para desarrollar el entendimiento científico sobre el tema expuesto y servirá de ayuda para implementar mejores estrategias que fomenten un mayor conocimiento educativo.

**INSTRUCCIONES:** Marcará con una “X” el casillero que más se asemeje a su convivencia familiar, de acuerdo a los ítems propuestos.

Las opciones de respuesta son las siguientes:

Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Rara Vez	Nunca
S	CS	AV	RV	N

ITEMS	S	CS	AC	RV	N
1. Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2. Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3. El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4. Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5. No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6. Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7. Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8. Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9. Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10. Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11. Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12. Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13. Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14. Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15. Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16. Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17. Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18. Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi					

teléfono o a la computadora.					
19. Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20. Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21. Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22. Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23. Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24. Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

### Anexo 3: Validez del instrumento

#### VALIDEZ DEL CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	<b>Variable 1: AUTOESTIMA</b>							
	<b>DIMENSIÓN 1: Sí mismo general</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
1	Las cosas generales no me preocupan							
2	Hay muchas cosas sobre mí mismo (a) que cambiaría si pudiera							
3	Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades.							
4	Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo							
5	Me rindo fácilmente							
6	Es bastante difícil ser yo mismo (a)							
7	Mi vida es complicada							
8	Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo (a).							
9	Físicamente no soy tan simpático (a) como la mayoría de personas							
10	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo							
11	Generalmente desearía ser otra persona							
12	No se puede confiar en mí							
13	Estoy seguro (a) de mí mismo (a)							
14	Paso bastante tiempo soñando despierto (a)							
15	Desearía tener menos edad							
16	Alguien siempre debe decirme lo que debo hacer							
17	Generalmente me arrepiento de las cosas que hago							
18	Generalmente puedo cuidarme solo (a)							
19	Soy bastante feliz							
20	Me comprendo a mí mismo (a)							
21	Puedo tomar una decisión y mantenerla							
22	Realmente no me gusta ser un (a) adolescente							
23	Generalmente me avergüenzo de mí mismo (a)							
24	No me importa lo que me pase							
25	Soy un fracaso							
26	Me fastidio fácilmente cuando me regañan							
	<b>DIMENSIÓN 2: Social</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
27	Soy una persona divertida							
28	Soy popular entre los chicos (as) de mi edad							
29	Los (as) chicos (as) generalmente aceptan mis ideas							
30	La mayoría de personas caen mejor de lo que yo caigo							
31	Caigo bien fácilmente							
32	Preferiría jugar con niños (as) más pequeños (as) que yo							
33	No me gusta estar con otras personas							
34	Los (as) chicos (as) generalmente se la agarran conmigo							
	<b>DIMENSIÓN 3: Familiar</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	

35	En casa me fastidio fácilmente						
36	Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos						
37	Mis padres esperan demasiado de mí						
38	Muchas veces me gustaría irme de casa						
39	Mis padres me comprenden						
40	Generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando						
41	Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos						
42	Nadie me presta mucha atención en casa						
	<b>DIMENSIÓN 4: Escolar</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
43	Me resulta muy difícil hablar frente a la clase						
44	Generalmente me siento aburrido (a) en la escuela						
45	Generalmente me siento desmoralizado (a) en la escuela						
46	Estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela						
47	Estoy haciendo lo mejor que puedo						
48	Me gusta cuando me llaman a la pizarra						
49	No me está yendo tan bien en la escuela como quisiera						
50	Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz						

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

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

<sup>3</sup> **Claridad:** se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.  
*Nota.* Suficiencia: se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable [ x ]

Aplicable después de corregir [ ]

No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador:** Mg. Dante Jesus Jacobi Romero

**DNI:** 10425460

**Especialidad del validador:** Educativa e Investigación

Lima, 25 de noviembre de 2024



Firma del experto informante

### Anexo 3: Validez del instrumento

#### VALIDEZ DEL CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)

<b>Variable 2: ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES</b>							
<b>DIMENSIÓN 1: Obsesión por las redes sociales</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
1	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales						
2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales						
3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más						
4	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales						
5	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales						
6	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales						
7	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales						
8	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja						
9	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo						
10	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado						
<b>DIMENSIÓN 2: Falta de control personal en el uso de las redes sociales</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
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						
<b>DIMENSIÓN 3: Uso excesivo de las redes sociales</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
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						

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

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

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

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

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable [ x ]

Aplicable después de corregir [ ]


No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador:** Mg. Dante Jesus Jacobi Romero

**DNI:** 10425460

**Especialidad del validador:** Educativa e Investigación

Lima, 25 de noviembre de 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jacobi', with a large, stylized flourish extending to the left.

Firma del experto informante

### Anexo 3: Validez del instrumento

#### VALIDEZ DEL CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
<b>Variable 1: AUTOESTIMA</b>								
<b>DIMENSIÓN 1: Sí mismo general</b>								
1	Las cosas generales no me preocupan	X		X		X		
2	Hay muchas cosas sobre mí mismo (a) que cambiaría si pudiera	X		X		X		
3	Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades.	X		X		X		
4	Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo	X		X		X		
5	Me rindo fácilmente	X		X		X		
6	Es bastante difícil ser yo mismo (a)	X		X		X		
7	Mi vida es complicada	X		X		X		
8	Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo (a).	X		X		X		
9	Físicamente no soy tan simpático (a) como la mayoría de personas	X		X		X		
10	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo	X		X		X		
11	Generalmente desearía ser otra persona	X		X		X		
12	No se puede confiar en mí	X		X		X		
13	Estoy seguro (a) de mí mismo (a)	X		X		X		
14	Paso bastante tiempo soñando despierto (a)	X		X		X		
15	Desearía tener menos edad	X		X		X		
16	Alguien siempre debe decirme lo que debo hacer	X		X		X		
17	Generalmente me arrepiento de las cosas que hago	X		X		X		
18	Generalmente puedo cuidarme solo (a)	X		X		X		
19	Soy bastante feliz	X		X		X		
20	Me comprendo a mí mismo (a)	X		X		X		
21	Puedo tomar una decisión y mantenerla	X		X		X		
22	Realmente no me gusta ser un (a) adolescente	X		X		X		
23	Generalmente me avergüenzo de mí mismo (a)	X		X		X		
24	No me importa lo que me pase	X		X		X		
25	Soy un fracaso	X		X		X		
26	Me fastidio fácilmente cuando me regañan	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: Social</b>								
27	Soy una persona divertida	X		X		X		
28	Soy popular entre los chicos (as) de mi edad	X		X		X		
29	Los (as) chicos (as) generalmente aceptan mis ideas	X		X		X		
30	La mayoría de personas caen mejor de lo que yo caigo	X		X		X		
31	Caigo bien fácilmente	X		X		X		
32	Preferiría jugar con niños (as) más pequeños (as) que yo	X		X		X		
33	No me gusta estar con otras personas	X		X		X		

34	Los (as) chicos (as) generalmente se la agarran conmigo	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 3: Familiar</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
35	En casa me fastidio fácilmente	X		X		X		
36	Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos	X		X		X		
37	Mis padres esperan demasiado de mí	X		X		X		
38	Muchas veces me gustaría irme de casa	X		X		X		
39	Mis padres me comprenden	X		X		X		
40	Generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando	X		X		X		
41	Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos	X		X		X		
42	Nadie me presta mucha atención en casa	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 4: Escolar</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
43	Me resulta muy difícil hablar frente a la clase	X		X		X		
44	Generalmente me siento aburrido (a) en la escuela	X		X		X		
45	Generalmente me siento desmoralizado (a) en la escuela	X		X		X		
46	Estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela	X		X		X		
47	Estoy haciendo lo mejor que puedo	X		X		X		
48	Me gusta cuando me llaman a la pizarra	X		X		X		
49	No me está yendo tan bien en la escuela como quisiera	X		X		X		
50	Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz	X		X		X		

¹ **Pertinencia:** el ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **Relevancia:** el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.  
*Nota.* Suficiencia: se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA**

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable [ X ]

Aplicable después de corregir [ ]

No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Mercedes Inés Ortiz Alcántara**  
**DNI: 08753140**

**Especialidad del validador: Psicóloga Social**

27 de noviembre de 2024



Mercedes Ortiz Alcántara  
 CPsP 3799

Magister en Psicología  
 Firma del experto informante

### Anexo 3: Validez del instrumento

#### VALIDEZ DEL CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)

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

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

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

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

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

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA**

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable [  ]

Aplicable después de corregir [  ]

No aplicable [  ]

**Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Mercedes Inés Ortiz Alcántara**

**DNI: 08753140**

**Especialidad del validador: Psicóloga Social**

27 de noviembre de 2024



Mercedes Ortiz Alcántara

CPsP 3799

Magister en Psicología

Firma del experto informante

### Anexo 3: Validez del instrumento

#### VALIDEZ DEL CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
<b>Variable 1: AUTOESTIMA</b>								
<b>DIMENSIÓN 1: Sí mismo general</b>								
1	Las cosas generales no me preocupan	X		X		X		
2	Hay muchas cosas sobre mí mismo (a) que cambiaría si pudiera	X		X		X		
3	Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades.	X		X		X		
4	Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo	X		X		X		
5	Me rindo fácilmente	X		X		X		
6	Es bastante difícil ser yo mismo (a)	X		X		X		
7	Mi vida es complicada	X		X		X		
8	Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo (a).	X		X		X		
9	Físicamente no soy tan simpático (a) como la mayoría de personas	X		X		X		
10	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo	X		X		X		
11	Generalmente desearía ser otra persona	X		X		X		
12	No se puede confiar en mí	X		X		X		
13	Estoy seguro (a) de mí mismo (a)	X		X		X		
14	Paso bastante tiempo soñando despierto (a)	X		X		X		
15	Desearía tener menos edad	X		X		X		
16	Alguien siempre debe decirme lo que debo hacer	X		X		X		
17	Generalmente me arrepiento de las cosas que hago	X		X		X		
18	Generalmente puedo cuidarme solo (a)	X		X		X		
19	Soy bastante feliz	X		X		X		
20	Me comprendo a mí mismo (a)	X		X		X		
21	Puedo tomar una decisión y mantenerla	X		X		X		
22	Realmente no me gusta ser un (a) adolescente	X		X		X		
23	Generalmente me avergüenzo de mí mismo (a)	X		X		X		
24	No me importa lo que me pase	X		X		X		
25	Soy un fracaso	X		X		X		
26	Me fastidio fácilmente cuando me regañan	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: Social</b>								
27	Soy una persona divertida	X		X		X		
28	Soy popular entre los chicos (as) de mi edad	X		X		X		
29	Los (as) chicos (as) generalmente aceptan mis ideas	X		X		X		
30	La mayoría de personas caen mejor de lo que yo caigo	X		X		X		
31	Caigo bien fácilmente	X		X		X		
32	Preferiría jugar con niños (as) más pequeños (as) que yo	X		X		X		
33	No me gusta estar con otras personas	X		X		X		

34	Los (as) chicos (as) generalmente se la agarran conmigo	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 3: Familiar</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
35	En casa me fastidio fácilmente	X		X		X		
36	Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos	X		X		X		
37	Mis padres esperan demasiado de mí	X		X		X		
38	Muchas veces me gustaría irme de casa	X		X		X		
39	Mis padres me comprenden	X		X		X		
40	Generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando	X		X		X		
41	Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos	X		X		X		
42	Nadie me presta mucha atención en casa	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 4: Escolar</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
43	Me resulta muy difícil hablar frente a la clase	X		X		X		
44	Generalmente me siento aburrido (a) en la escuela	X		X		X		
45	Generalmente me siento desmoralizado (a) en la escuela	X		X		X		
46	Estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela	X		X		X		
47	Estoy haciendo lo mejor que puedo	X		X		X		
48	Me gusta cuando me llaman a la pizarra	X		X		X		
49	No me está yendo tan bien en la escuela como quisiera	X		X		X		
50	Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz	X		X		X		

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

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

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

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

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Sí, existe suficiencia

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable [  ]

Aplicable después de corregir [  ]

No aplicable [  ]

**Apellidos y nombres del juez validador:** Dr./Mg. Urbano Katayama, Víctor Manuel

**DNI:** 06646690

**Especialidad del validador:** Psicólogo educativo

25 de noviembre de 2024



\_\_\_\_\_  
Firma del experto informante

### Anexo 3: Validez del instrumento

#### VALIDEZ DEL CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)

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

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

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

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

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

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Sí, existe suficiencia

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable [  ]

Aplicable después de corregir [  ]

No aplicable [  ]

**Apellidos y nombres del juez validador:** Dr./Mg. Urbano Katayama, Víctor Manuel

**DNI:** 06646690

**Especialidad del validador:** Psicólogo educativo

25 de noviembre de 2024

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, positioned above a horizontal line.

Firma del experto informante

#### **Anexo 4: Confiabilidad del instrumento**

##### **Variable “Autoestima”**

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
KR - 20	N de elementos
,889	50

El coeficiente KR-20 de .889, basado en 50 ítems, indica una alta consistencia interna de la variable “Autoestima”; lo cual señala que estos se correlacionan para medir fiablemente el constructo del mismo.

##### **Variable “Adicción a las redes sociales”**

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,867	24

La escala de “Adicción a las redes sociales”, compuesta por 24 preguntas, muestra una alta fiabilidad, como lo indica su Alfa de Cronbach de 0.867, indicando así que los ítems miden de manera coherente dicha variable.

## Anexo 5. Aprobación del comité de ética

### CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Lima, 14 de abril de 2025

Investigador(a)  
Estefani Consuelo Ramirez Asparrin  
Exp. N°:0315-2025

---

De mi consideración:

Es grato expresarle mi cordial saludo y a la vez informarle que el Comité Institucional de Ética e Integridad Científica de la Universidad Privada Norbert Wiener (CIEIC-UPNW) **evaluó y APROBÓ** los siguientes documentos:

- Protocolo titulado: "Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública en Lima Metropolitana, 2024" con **fecha 11/04/2025**.

El cual tiene como investigador principal al Sr(a) Estefani Consuelo Ramirez Asparrin

La APROBACIÓN comprende el cumplimiento de las buenas prácticas éticas, el balance riesgo/beneficio, la calificación del equipo de investigación y la confidencialidad de los datos, entre otros.

El investigador deberá considerar los siguientes puntos detallados a continuación:

1. **La vigencia** de la aprobación es de **dos años** (24 meses) a partir de la emisión de este documento.
2. **Toda enmienda o adenda** se deberá presentar al CIEIC-UPNW y no podrá implementarse sin la debida aprobación.
3. Si aplica, **la Renovación** de aprobación del proyecto de investigación deberá iniciarse treinta (30) días antes de la fecha de vencimiento, con su respectivo informe de avance.

Es cuanto informo a usted para su conocimiento y fines pertinentes.

Atentamente,

Raúl Antonio Rojas Ortega  
Presidente

Comité Institucional de Ética e Integridad Científica  
UPNW



## Anexo 6. Formato de consentimiento informado

### Consentimiento Informado

**Instituciones:** Universidad Privada Norbert Wiener

**Investigador:** Estefani Consuelo Ramirez Asparrin

**Título:** Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública en Lima Metropolitana, 2024

---

#### Propósito del estudio

Lo invitamos a participar en un estudio llamado: “**Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública en Lima Metropolitana, 2024**”. Este es un estudio desarrollado por investigadores de la Universidad Privada Norbert Wiener, de la Facultad de Ciencias de la Salud. El propósito de este estudio es determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024. Su ejecución ayudará a entender cómo ocurren los eventos en la vida real, mostrando una imagen clara y fiel de lo que realmente está pasando.

#### Procedimientos

Si usted decide participar en este estudio, se le realizará lo siguiente:

- Deberá responder 2 cuestionarios con sinceridad
- Para su participación se requiere su conformidad

La encuesta puede demorar unos 45 minutos aproximadamente. Los resultados de los cuestionarios se le entregarán a usted en forma individual o almacenarán respetando la confidencialidad y el anonimato.

#### Riesgos

Su participación en el estudio no ocasionará ningún tipo de riesgo físico, psicológico y/o social.

#### Beneficios

La participación en el presente estudio no implicará el recibimiento de ningún pago o beneficio económico o material. Los beneficios serán estrictamente académicos.

#### Costos e incentivos

Usted no deberá pagar nada por la participación. Tampoco recibirá ningún incentivo económico ni medicamentos a cambio de su participación.

#### Confidencialidad

Nosotros guardaremos la información con códigos y no con nombres. Si los resultados de este estudio son publicados, no se mostrará ninguna información que permita su identificación. Sus archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio.

#### Derechos del paciente

Si usted se siente incómodo durante la encuesta, podrá retirarse de este en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio sin perjuicio alguno. Si tiene alguna inquietud o molestia, no dude en preguntar al personal del estudio. Puede comunicarse con Estefani Consuelo Ramírez Asparrin, al número de teléfono: 931494435 o al comité que validó el presente estudio, Dr. Raúl Antonio Rojas Ortega, presidente del Comité de Ética para la investigación de la Universidad Norbert Wiener, E-mail: [comite.etica@uwiener.edu.pe](mailto:comite.etica@uwiener.edu.pe)

**Consentimiento**

Acepto voluntariamente participar en este estudio. Comprendo qué cosas pueden pasar si participó en el proyecto. También entiendo que puedo decidir no participar, aunque yo haya aceptado y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento. Recibiré una copia firmada de este consentimiento.

Participante

Nombres:

DNI:

Investigador

Nombres: Estefani Ramirez

DNI:48074131

## Anexo 7. Formato de asentimiento informado

### ASENTIMIENTO INFORMADO DEL ESTUDIANTE

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** “Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública en lima metropolitana, 2024”

Estimados estudiantes te invitamos a participar en una investigación que tiene como propósito de la investigación es determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024.

- **PROCEDIMIENTOS:** Si usted acepta participar en el estudio y registra su firma en este consentimiento sucederá lo siguiente:
- **RIESGOS :** Tu participación en esta investigación no implica riesgos físicos, pero es posible que algunos estudiantes experimenten incomodidad al reflexionar sobre su autoestima y el impacto de las redes sociales en su vida cotidiana, lo que podría generar inseguridad o sentimientos de vulnerabilidad; para minimizar estos efectos, se fomentará un espacio de diálogo seguro y confidencial, garantizando que cada respuesta sea tratada con estricta reserva y evitando cualquier forma de estigmatización o discriminación, donde los participantes podrán retirarse en cualquier momento sin que esto implique consecuencia alguna para ellos. Además, se garantizará el anonimato en la recopilación de datos, protegiendo la privacidad y confidencialidad de los participantes.
- **BENEFICIOS QUE SE ANTICIPAN PARA LOS PARTICIPANTES:** Su participación ofrece múltiples beneficios, incluyendo una mayor comprensión sobre el uso excesivo de las redes sociales y su impacto en la autoestima a través de charlas y talleres en los que se abordarán estrategias para reconocer patrones de uso, fortalecer la autopercepción y promover hábitos digitales saludables mediante dinámicas participativas y colaborativas. También se brindarán sesiones de consejería para resolver dudas y orientar a los estudiantes en la aplicación de estos conocimientos en su vida diaria.
- **ALTERNATIVAS A SU PARTICIPACIÓN:** La participación es completamente voluntaria, dado que, los estudiantes tienen la opción de no participar sin que esto afecte su estatus académico o sus relaciones con el personal educativo. Asimismo, aquellos que elijan participar tienen el derecho de retirarse del estudio en cualquier momento sin necesidad de justificación.
- **INFORMACIÓN SOBRE EL ESTUDIO:** Esta investigación tiene como objetivo explorar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria. Por ende, se emplearán cuestionarios para recolectar datos detallados sobre estos aspectos, ya que el estudio busca identificar patrones y correlaciones que puedan ofrecer una visión integral de cómo el uso desmedido de las redes sociales afecta la construcción adecuada de la autoestima.
- **PRIVACIDAD Y CONFIDENCIALIDAD:** Se garantizará la más estricta confidencialidad de toda la información recabada durante el estudio, los datos serán anonimizados y almacenados en condiciones seguras, accesibles únicamente al equipo de investigación autorizado y, una vez concluido el estudio, serán resguardados por un período determinado para su análisis y posteriormente eliminados de forma definitiva mediante protocolos de seguridad que impidan su recuperación.
- **DERECHOS DEL PACIENTE:** Si usted se siente incómodo durante la encuesta, podrá retirarse de este en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio sin perjuicio alguno. Si tiene alguna inquietud o molestia, no dude en preguntar al personal del estudio. Puede comunicarse con Estefani Consuelo Ramírez Asparrin, al número de teléfono: 931494435 o al comité que validó el presente estudio, Dr. Raúl Antonio Rojas Ortega, presidente del Comité de Ética para la investigación de la Universidad Norbert Wiener, E-mail: comite.etica@uwiener.edu.pe

- **ELECCIÓN DE PARTICIPAR:** Los estudiantes tienen plena libertad para decidir si desean participar o no, sin presiones externas. En caso de decidir participar, podrán hacerlo con la certeza de que su decisión no tendrá ningún impacto negativo en su experiencia educativa. Si desea recibir información general sobre lo que se averiguo con el estudio.

Si aceptas participar, te pido que por favor pongas una (X) en el cuadrado de abajo que dice “Sí quiero participar” y escribe tu nombre o inicial.

Si no quieres participar, no pongas ninguna (X), ni escribas tu nombre.

Sí quiero participar

Nombre o iniciales del participante: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Firma del estudiante

\_\_\_\_\_

Firma del investigador

Fecha: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

## Anexo 8. Carta de aprobación de la institución para la recolección de datos

### CARTA DE SOLICITUD DE PERMISO

Lima, 25 de noviembre 2024

**Asunto:** Autorización para aplicación de instrumentos psicológicos.

**A:** I.E. 1120 Pedro Adolfo Labarthe Effio

**Director:** Alfredo Romero Aparco

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted, le saluda Estefani Consuelo Ramirez Asparrin, identificada con el DNI:48074131, Bachiller en psicología por la Universidad Norbert Wiener, de la Facultad de Ciencias de la Salud.

Asu vez, la presente tiene como objetivo solicitar su autorización para llevar a cabo la aplicación de los instrumentos de Autoestima de Stanley Coopersmith y Adicciones a las redes sociales (ARS) a sus estudiantes de 4º de secundaria para desarrollar un estudio llamado: **“AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA EN LIMA METROPOLITANA, 2024”**. Su ejecución ayudará a entender cómo ocurren los eventos en la vida real, mostrando una imagen clara y fiel de lo que realmente está pasando.

La información que se reúna será estrictamente confidencial y no se usará para ningún otro propósito que no sean los objetivos de estudio, posteriormente usted podrá contar con los resultados obtenidos, para los fines que la I.E. considere pertinente.

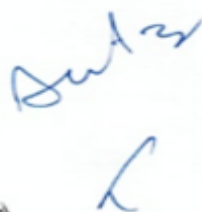
Sin otro particular, me despido de Usted, no sin antes desearle la continuidad y éxitos en la gestión que viene desempeñando.

Atentamente,



Estefani Consuelo Ramirez Asparrin

DNI: 48074131



Mag. Alfredo Romero Aparco  
Director

## Anexo 8. Carta de aprobación de la institución para la recolección de datos



PERÚ

Ministerio  
de Educación

Unidad de Gestión  
Educativa Local N°03

Institución Educativa Emblemática 1120  
"Pedro A. Labarthe "Effio"- La Victoria.

### CONSTANCIA DE AUTORIZACIÓN

Lima, 28 de noviembre del 2024


De mi mayor consideración.

Yo, Alfredo Romero Aparco, mediante la presenta constancia y en calidad de director de la Institución educativa Pedro A. Labarthe Effio, la Victoria , autorizo a la Srta. Estefani Consuelo Ramirez Asparrin , Bachiller en Psicología de la Universidad Norbert Wiener, para que realice su investigación titulada “ **Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa publica de Lima Metropolitana, 2024**”, aplicando los instrumentos psicológicos a los estudiantes de secundaria.

Asimismo, autorizo expresamente el uso de la información con fines académicos, contribuyendo con la comunidad educativa. Sin otro particular, le deseo éxitos en su investigación.

Atentamente.



  
Mag. Alfredo Romero Aparco  
Director

Av. México #2048 – La Victoria – Lima, Perú  
Teléfono: +51 (01) 3237824

## Anexo 9. Informe de asesor de Turnitin

### Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**08.06.25\_TESIS\_ESTEFAN RAMIREZ-PIS  
COLOGÍA.docx**

AUTOR

**Estefany Ramírez**

RECuento DE PALABRAS

**23708 Words**

RECuento DE CARACTERES

**131076 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**100 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**607.8KB**

FECHA DE ENTREGA

**Jun 8, 2025 11:37 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Jun 8, 2025 11:38 PM GMT-5**

#### ● 11% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

#### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

## ● 10% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	<b>repositorio.uwiener.edu.pe</b> Internet	2%
2	<b>repositorio.continental.edu.pe</b> Internet	2%
3	<b>repositorio.usanpedro.edu.pe</b> Internet	<1%
4	<b>hdl.handle.net</b> Internet	<1%
5	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Internet	<1%
6	<b>repositorio.autonomadeica.edu.pe</b> Internet	<1%
7	<b>Universidad Privada San Juan Bautista on 2025-08-19</b> Submitted works	<1%
8	<b>uwiener on 2023-02-15</b> Submitted works	<1%