



**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 alumnos de una
institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024

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

Presentado por:

Autora: Avila Alayo, Erika Rocio

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1805-1506>

Asesor: Mg. Valenzuela Moreno, Erick Jesús

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7485-9593>

Lima – Perú


2025

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

Yo, AVILA ALAYO, ERIKA ROCIO 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 alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024” Asesorado por el docente: Mg. Valenzuela Moreno, Erick Jesús DNI 47171615 ORCID 0000-0002-7485-9593 tiene un índice de similitud de **20 (veinte)** % con código oid:14912:471764984 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
 ERIKA ROCIO AVILA ALAYO
 DNI: 71906129

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



.....
 Firma
 Erick Jesús Valenzuela Moreno
 DNI: 7171615

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada con mucho amor y cariño. A Dios por darme la vida. A mi familia por su apoyo incondicional. A mi asesor de tesis por su guía y orientación. A mis amigos por su motivación.

Agradecimiento

A Dios por darme la vida, la fuerza y sabiduría para cumplir cada una de mis metas. También agradezco a mi familia por siempre apoyarme y motivarme para continuar estudiando.

Agradezco a mi asesor de tesis Mg. Erick Valenzuela Moreno por su paciencia, enseñanza y acompañamiento en todo el proceso de investigación. Su presencia en mi vida ha hecho posible este logro.

Índice general

Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Índice general	v
Índice de tablas	viii
Resumen	ix
Abstract	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	4
1.2.1 Problema general	4
1.2.2 Problemas específicos	4
1.3 Objetivos de la investigación	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Justificación de la investigación	5
1.4.1 Teórica	5
1.4.2 Metodológica	5
1.4.3 Práctica	5
1.5 Limitaciones de la investigación	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes de la investigación	6
2.2 Bases Teóricas	10
2.3 Formulación de hipótesis	18

2.3.1. Hipótesis general	18
2.3.2. Hipótesis específicas	19
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	19
3.1 Método de investigación	19
3.2 Enfoque investigativo	19
3.3 Tipo de investigación	20
3.4 Diseño de la investigación	20
3.5. Población, muestra y muestreo	20
3.6. Variables y operacionalización	22
3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
3.7.1 Técnica	24
3.7.2 Descripción	24
3.7.3 Validación	25
3.7.4 Confiabilidad	26
3.8. Procesamiento y análisis de datos	27
3.9. Aspectos éticos	27
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	28
4.1 Resultados	28
4.1.1 Análisis descriptivos de resultados	28
4.1.2 Prueba de hipótesis	30
4.1.3 Discusión de resultados	34
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	39
5.1 Conclusiones	39
5.2 Recomendaciones	39
REFERENCIAS	41

ANEXOS

Anexos 1. Matriz de consistencia

Anexo 2. Instrumentos

Anexo 3: Aprobación del Comité de Ética

Anexo 4: Formato de consentimiento informado

Anexo 5: Carta de aprobación de la institución para la recolección de los datos

Anexo 6: Informe del asesor de Turnitin

Índice de tablas

Tabla 1	Matriz de operacionalización de variables	22
Tabla 2	Baremación de la Escala de autoestima de Rosenberg	24
Tabla 3	Baremación del Cuestionario de adicción a las redes sociales	25
Tabla 4	Frecuencia y porcentaje de las variables demográficas	28
Tabla 5	Frecuencia y porcentaje de la autoestima y dimensiones	29
Tabla 6	Frecuencia y porcentaje de la adicción a las redes sociales y dimensiones	29
Tabla 7	Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	30
Tabla 8	Correlación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales	31
Tabla 9	Correlación entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales	32
Tabla 10	Correlación entre la autoestima y la falta de control personal	33
Tabla 11	Correlación entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales	34

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo principal evaluar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, 2024. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo con un método hipotético-deductivo, bajo un diseño no experimental de tipo básico, con alcance correlacional y de corte transversal. Para la recolección de datos, se aplicó la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) a una muestra conformada por 182 alumnos de 1° a 5° de secundaria pertenecientes a la institución educativa mencionada. Los hallazgos revelaron que la autoestima no presentó una correlación significativa con la adicción a las redes sociales ($\rho = 0.50$; $p > 0.05$); del mismo modo, tampoco se correlacionó con las dimensiones: obsesión por las redes sociales ($\rho = 0.50$; $p > 0.05$), falta de control personal ($\rho = 0.50$; $p > 0.05$) y uso excesivo de las redes sociales ($\rho = 0.50$; $p > 0.05$). En conclusión, se estableció que la presencia de adicción a las redes sociales en los estudiantes no se relaciona a una disminución en su autoestima.

Palabras clave: adicción, autoestima, adolescentes y redes sociales.

Abstract

The main objective of this study was to evaluate the relationship between self-esteem and social media addiction in students of an educational institution in Metropolitan Lima, 2024. The research adopted a quantitative approach with a hypothetical-deductive method, under a basic non-experimental design, with a correlational and cross-sectional scope. For data collection, the Rosenberg Self-Esteem Scale (EAR) and the Social Media Addiction Questionnaire (ARS) were applied to a sample made up of 182 students from 1st to 5th grade of secondary school belonging to the aforementioned educational institution. The findings revealed that self-esteem did not present a significant correlation with social media addiction ($\rho = 0.50$; $p > 0.05$); Similarly, it was not correlated with the following dimensions: obsession with social media ($\rho = 0.50$; $p > 0.05$), lack of personal control ($\rho = 0.50$; $p > 0.05$), and excessive use of social media ($\rho = 0.50$; $p > 0.05$). In conclusion, it was established that the presence of social media addiction in students is not related to a decrease in their self-esteem.

Keywords: addiction, social media, self-esteem, adolescents.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se realizó con la intención de indagar acerca de las variables autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes peruanos. Para ello se planteó este estudio dividido en los siguientes capítulos:

El capítulo inicial abarcó la introducción y la contextualización del problema, proporcionando una descripción detallada de los objetivos de la investigación, la justificación del estudio y las limitaciones superadas.

En el segundo capítulo, se llevó a cabo un análisis de antecedentes tanto a nivel nacional como internacional, se expusieron los fundamentos teóricos que sustentan la investigación y se establecieron las hipótesis del estudio.

El tercer capítulo estuvo dedicado a la metodología, donde se especificó el enfoque, diseño, tipo y alcance de la investigación, además de detallar la población analizada, el procedimiento de selección de la muestra y la estrategia de recolección de datos. Asimismo, se presentaron los instrumentos empleados, junto con sus propiedades psicométricas.

En el cuarto capítulo, se expusieron los resultados obtenidos, los cuales incluyeron análisis descriptivos e inferenciales utilizados para la comprobación de las hipótesis, seguidos de la discusión correspondiente.

Finalmente, el quinto capítulo presentó las conclusiones del estudio y las recomendaciones planteadas.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

El uso excesivo de redes sociales por parte de los adolescentes es un problema creciente en nuestra sociedad actual que expone a diversas dificultades a este grupo (Armaza, 2023). Al respecto, la Organización de las Naciones Unidas ([ONU], 2024) refiere que el 79% de los adolescentes tienen acceso al internet y redes sociales, de los cuales el 65% presentó un uso excesivo de las mismas, además indica que el 80% de los adolescentes se han sentido en peligro de explotación infantil de personas que conocieron por redes sociales. Por su parte, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia ([UNICEF], 2022) señala que el 30% de los adolescentes en el mundo presentan dificultades respecto al uso de las redes sociales y el internet, dado que 9 de cada 10 adolescentes utilizan redes sociales todos los días, descuidando sus actividades académicas, relaciones sociales y deteriorando sus lazos familiares.

Por otro lado, a nivel regional, la sede de la UNICEF en Uruguay (2020), indica que es importante que los adultos guíen, enseñen y apoyen a los adolescentes para que puedan tomar decisiones que fomenten su independencia y protejan su seguridad en internet. En esta misma línea, el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social de Paraguay (2023) manifiesta que es prioritario controlar el uso de las redes sociales en los adolescentes a menos de 2 horas al día, dado que se ha evidenciado que un uso excesivo conlleva dificultades como alteración del

sueño, irritabilidad y problemas de autoestima. De igual forma, en Brasil, se ha identificado como el segundo país donde las personas pasan la mayor parte de su día conectadas a internet, con un promedio de 9 horas por día, de los cuales 5 horas están dedicadas al uso excesivo de las redes sociales (Rodrigues et al., 2020).

El problema de las redes sociales ha sido investigado en todo el mundo, por ejemplo, en el estudio de Palencia (2023) realizado en 74 alumnos adolescentes en España, se evidenció que el 54% utiliza algún tipo de red social, de los cuales el 20.3% utiliza las redes sociales por la noche desvelándose, el 17.6% utiliza las redes sociales en situaciones que no corresponden y el 32.4% refiere que utiliza las redes para escapar de la realidad. Asimismo, en la investigación de Varona y Hermosa (2020) en adolescentes de la ciudad de Oviedo, se encontró que el 76% utiliza las redes sociales todos los días, siendo Instagram la red social más utilizada (90.2%) y solo el 8.1% de los estudiantes afirma que es supervisado por sus padres.

Por otro lado, en el Perú, se evidenció en el estudio de Torres (2022) evidenció que, de un grupo de 240 estudiantes de Lima, el 51.95% presentó una alta adicción a las redes sociales y el 41.9% un grado moderado de adicción. Asimismo, en la investigación de Cruz (2019) ejecutada en 200 adolescentes en Pimentel, el 36% permanece conectado todo el tiempo, seguido del 22% que lo utiliza 1 a 2 veces durante el día.

En consecuencia, la autoestima se refiere a la valoración y percepción que una persona tiene de sí misma, siendo también el juicio que una persona hace sobre su propio valor como individuo, tanto en términos emocionales como de habilidades y competencias (Roa, 2013). Por ello, es claro indicar que la autoestima y la adicción a las redes sociales se interrelacionan entre sí; por un lado, las redes sociales pueden afectar la autoestima de las personas al exponerlas constantemente a comparaciones sociales y estándares irreales de belleza, éxito o popularidad (Collantes, 2023); por otro lado, las personas con baja autoestima pueden recurrir excesivamente a las redes sociales en busca de validación externa, likes o comentarios positivos

para sentirse valoradas o aceptadas, lo que puede convertirse en un patrón adictivo (Herrera et al., 2010).

En este sentido, la baja autoestima también se constituye como un problema de gran envergadura en la comunidad educativa. Al respecto, Velázquez et al. (2024) encontró que el 35% de los estudiantes en una escuela en México presentó un nivel bajo de autoestima, seguido del 25% que evidenció un grado moderado; del mismo modo, Pucha (2024) manifestó que, de un grupo de adolescentes ecuatorianos, el 37.9% presentó un nivel de autoestima muy bajo, seguido del 20.6% que evidenció un nivel bajo, el 31% un grado normal y solo 3 de cada 10 estudiantes manifestó una autoestima desarrollada.

En relación al plano nacional, Ugarte (2024), halló que el 71.1% de los estudiantes adolescente de secundaria en un colegio de Lima, presentaron un grado de autoestima muy bajo y el 16.7% un nivel bajo de autoestima; de la misma manera, en el estudio de Diaz y Huamán (2024) encontraron que el 47% de los estudiantes manifestaron una autoestima baja y el 46.8% presentó síntomas que lo ubicaron en una autoestima moderada.

De este modo, se puede indicar que existe una relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales. Esto a causa que una autoestima baja puede motivar a los jóvenes a utilizar en exceso las plataformas digitales en busca de aceptación y reconocimiento externo, lo que repercute negativamente en su salud emocional (González y López, 2022). De esta manera, los adolescentes con una percepción negativa de sí mismos suelen depender de los "me gusta", los comentarios y la comparación constante con otros usuarios, lo que incrementa sus sentimientos de inseguridad, ansiedad social y necesidad de aprobación; por lo que, puede llevar a que desarrollen un comportamiento adictivo hacia las redes sociales, afectando su crecimiento personal, su desempeño académico y sus relaciones sociales (Cervilla, 2024).

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo se relacionan la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024?

1.2.2 Problemas específicos

1. ¿Cuál es el nivel de autoestima en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024?
2. ¿Cuál es el nivel de adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024?
3. ¿Cómo se relacionan la autoestima y la obsesión por las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024?
4. ¿Cómo se relacionan la autoestima y la falta de control personal en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024?
5. ¿Cómo se relacionan la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Evaluar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Analizar el grado de autoestima en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.
2. Analizar el grado de adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.
3. Determinar la relación entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales en

alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

4. Determinar la relación entre la autoestima y la falta de control personal en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.
5. Determinar la relación entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

Se basó en una investigación minuciosa y detallada de los principios científicos apropiados para las variables, con el objetivo de mejorar la comprensión de estas, así como de investigaciones previas que proporcionaron un marco científico adecuado. En este contexto, se tomaron en cuenta el Modelo de Autoestima de Rosenberg y el Modelo de Adicción de Sensibilidad e Incentivo de Robinson y Berridge como bases teóricas para sustentar las variables de estudio.

1.4.2 Metodológica

En relación con la metodología, se emplearon instrumentos adecuados a la población adolescente peruana. Estos incluyeron la Escala de Autoestima de Rosenberg adaptada al Perú por Richard (2020) y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales elaborado por Escurra y Salas (2014). La elección de estos instrumentos se debió a su facilidad de aplicación y rapidez en la ejecución. De esta manera, se corroboró la idoneidad de dichos instrumentos para su aplicación y ejecución en futuras investigaciones.

1.4.3 Práctica

Entender la conexión entre estas variables resultó ser fundamental para incrementar la salud mental de los adolescentes, así como su bienestar emocional. Este estudio aportó al ámbito científico y social al ofrecer una investigación fiable y actualizada sobre las variables de estudio en los estudiantes, lo que permitirá desarrollar programas de prevención y/o

intervención acerca de las redes sociales, así como charlas dirigidas a los padres sobre cómo orientar y supervisar el adecuado uso de las redes sociales.

1.5 Limitaciones de la investigación

Las limitaciones incluyeron el tamaño y la composición de la muestra, lo que pudo afectar la generalización de los resultados a otras poblaciones. Además, el estudio se basó en instrumentos que podrían abrir la posibilidad a la deseabilidad social de los participantes; por último, factores externos como el contexto sociocultural y la inestabilidad emocional pudieron influir en los resultados.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Internacionales

Soria y Villegas (2024) desarrollaron un estudio para evaluar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes adolescentes en Ecuador. Optaron por una muestra de 406 estudiantes del colegio “San Luis de Gonzaga” en Quito, a quienes se les administraron la Escala de autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de adicción a las redes sociales de (ARS). Se encontró que la autoestima se correlacionó con la dimensión obsesión por las redes sociales ($r=-0.11$; $p=0.02<0.05$), pero no con las dimensiones falta de control personal ($r=-0.75$; $p=0.13<0.05$) y uso excesivo de las redes sociales ($r=-0.65$;

$p=0.19<0.05$). De esta manera, se concluyó que a mayor autoestima menor adicción a las redes sociales en los estudiantes.

Cuenca (2023) desarrolló una investigación con el objetivo de analizar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en jóvenes de Argentina. Optaron por una muestra de 136 alumnos de una institución educativa de Paraná, a quienes se les administraron la Escala de autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de adicción a las redes sociales de (ARS). Se encontró que la autoestima se correlacionó de manera significativa e inversa con las dimensiones: obsesión por las redes sociales ($r=-0.24$; $p=0.04<0.05$), falta de control personal ($r=-0.24$; $p=0.04<0.05$) y uso excesivo de las redes sociales ($r=-0.26$; $p=0.04<0.05$). De esta manera, se concluyó que a mayor autoestima menor adicción a las redes sociales en los estudiantes.

Vidal *et al.* (2022) desarrollaron una investigación con el objetivo de analizar la relación entre la adicción a las redes sociales, rendimiento académico, hábitos de estudio y la autoestima en estudiantes de Chile. Optaron por una muestra de 110 alumnos segundo y tercero de secundaria de una institución educativa de la provincia de Concepción, a quienes se les administraron la Escala de autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de adicción a las redes sociales de (ARS). Se encontró que la autoestima se correlacionó de manera significativa e inversa con la adicción a las redes sociales ($r^2=-0.13$; $p<0.01$). De esta manera, se concluyó que a mayor autoestima menor adicción a las redes sociales en los estudiantes.

Rodríguez (2022) desarrolló una investigación con el objetivo de analizar la relación entre la adicción a las redes sociales y los problemas de autoestima en estudiantes argentinos. Optaron por una muestra de 109 estudiantes de tercero de secundaria de una institución educativa de la provincia de Buenos Aires, a quienes se les administraron la Escala de autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de adicción a las redes sociales de (ARS). Se encontró que la autoestima se correlacionó de manera significativa e inversa con la adicción a

las redes sociales ($r=-0.21$; $p<0.01$); así como con la dimensión obsesión por las redes sociales ($r=-0.32$; $p<0.01$) pero no con la falta de control personal ($r=-0.12$; $p<0.05$) y uso excesivo de las redes sociales ($r=-0.1126$; $p<0.05$). De esta manera, se concluyó que a mayor autoestima menor adicción a las redes sociales en los estudiantes.

Cobis y Viloría (2022) desarrolló un estudio para evaluar la prevalencia de la adicción a las redes sociales en alumnos de Venezuela. Optaron por una investigación cuantitativa, no experimental y correlacional; con una muestra de 123 estudiantes adolescentes del municipio de San Francisco, administrando el Cuestionario de adicción a las redes sociales de (ARS). Se encontró que el 65% indicaron presentar un nivel moderado de obsesión por las redes sociales, el 100% evidenció una falta de control elevada, el 98% un alto uso excesivo y el 79% una alta adicción a las redes sociales. De esta manera, se concluyó que la adicción a las redes sociales constituye un problema de salud pública y educativa.

Nacionales

Chapilliquen y Puemape (2023) desarrollaron un estudio para evaluar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en alumnos de Piura. Optaron por una muestra de 341 adolescentes del distrito de la Unión, a quienes se les administró el Cuestionario de adicción a las redes sociales de (ARS) y la Escala de autoestima de Rosenbeg. Se encontró que la autoestima se correlacionó con la adicción a las redes sociales de manera inversa significativa y moderada ($\rho=-0.56$; $p<0.01$); de igual manera con las dimensiones: obsesión por las redes sociales ($\rho=-0.55$; $p<0.01$), falta de control personal ($\rho=-0.44$; $p<0.01$) y uso excesivo de las redes sociales ($\rho=-0.53$; $p<0.01$). De esta manera, se concluyó que si los estudiantes presentan mayor nivel de autoestima disminuirá la adicción a las redes sociales.

Flores (2023) desarrolló una investigación con el objetivo de evaluar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Lima. Optaron por una muestra de 100 estudiantes de 4° grado de secundaria de un colegio de Lima Metropolitana, a quienes

se les administró el Cuestionario de adicción a las redes sociales de (ARS) y el Inventario de autoestima de Coopersmith. Se encontró que la autoestima se correlacionó con la adicción a las redes sociales de manera inversa significativa y moderada ($\rho=-0.42$; $p<0.01$); de igual manera con las dimensiones: obsesión por las redes sociales ($\rho=-0.52$; $p<0.01$), falta de control personal ($\rho=-0.43$; $p<0.01$) y uso excesivo de las redes sociales ($\rho=-0.39$; $p<0.01$). De esta manera, se concluyó que si los estudiantes presentan mayor nivel de autoestima disminuirá la adicción a las redes sociales.

Alvarez y Castro (2023) desarrollaron una investigación con el objetivo de evaluar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Cajamarca. Optaron por una muestra de 79 estudiantes de 2° y 3° grado de secundaria de un colegio de dicha ciudad, a quienes se les administró el Cuestionario de adicción a las redes sociales de (ARS) y el Inventario de autoestima de Coopersmith. Se encontró que la autoestima se correlacionó con la adicción a las redes sociales de manera inversa significativa y fuerte ($\rho=-0.99$; $p<0.01$); de igual manera con las dimensiones: obsesión por las redes sociales ($\rho=-0.83$; $p<0.01$), falta de control personal ($\rho=-0.75$; $p<0.01$) y uso excesivo de las redes sociales ($\rho=-0.90$; $p<0.01$). De esta manera, se concluyó que si los estudiantes presentan mayor nivel de autoestima disminuirá la adicción a las redes sociales.

Sal y Rosas (2022) desarrolló un estudio para evaluar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en alumnos del distrito de Puente Piedra. Optaron por una muestra de 100 estudiantes de 2° y 3° grado de secundaria de un colegio, a quienes se les administró el Cuestionario de adicción a las redes sociales de (ARS) y la Escala de autoestima de Rosenberg. Se encontró que la adicción a las redes sociales se correlacionó con la autoestima de manera inversa significativa y débil ($\rho=-0.31$; $p<0.01$); de igual manera con las dimensiones: autoestima positiva ($\rho=-0.25$; $p<0.01$) y autoestima negativa ($\rho=-0.28$; $p<0.01$). De esta manera, se concluyó que si los estudiantes presentan mayor nivel de

autoestima disminuirá la adicción a las redes sociales.

Valdez (2021) desarrolló una investigación con el objetivo de evaluar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes del distrito de Magdalena del Mar. Optaron por una muestra de 96 estudiantes del nivel secundario de la I.E.E. “San Martín de Porres”, a quienes se les administró el Cuestionario de adicción a las redes sociales de (ARS) y el Test de Autoestima para Escolares de Ruiz. Se encontró que la adicción a las redes sociales se correlacionó con la autoestima de manera inversa significativa y moderada ($\rho=-0.50$; $p<0.01$); de igual manera con las dimensiones: obsesión por las redes sociales ($\rho=-0.35$; $p<0.01$), falta de control personal ($\rho=-0.36$; $p<0.01$) y uso excesivo de las redes sociales ($\rho=-0.45$; $p<0.01$). De esta manera, se concluyó que si los estudiantes presentan mayor nivel de autoestima disminuirá la adicción a las redes sociales.

2.2 Bases Teóricas

Autoestima

Definición

La autoestima, según diversos teóricos, representa la evaluación subjetiva global que una persona realiza sobre su propio valor como individuo. Para Rogers (1961) la define como una actitud afectiva hacia el yo, incluyendo sentimientos de aceptación o rechazo, moldeada por experiencias pasadas y percepciones de logros personales. Por su parte, según Rosenberg (1965) es la percepción general que abarca aspectos físicos, emocionales, sociales y cognitivos, influenciando la forma en que uno se ve a sí mismo y se relaciona con los demás.

Del mismo modo, Coopersmith (1967) la define como el sentimiento de identidad y valor propio que se desarrolla a través de las interacciones con figuras significativas en la vida de uno, influyendo en la autoimagen y confianza en sí mismo. En esta línea, Branden (1994) entiende la autoestima como la capacidad de aceptarse y respetarse a uno mismo, cultivando una relación positiva consigo mismo. Según Harter (1999) la conceptualiza como un sentido

de competencia y valía personal en diferentes dominios de la vida, afectando la motivación y el bienestar emocional. Asimismo, Crocker y Park (2004) la autoestima puede entenderse como la percepción subjetiva de valía personal y aceptación social, que se ve influenciada por la calidad de las relaciones interpersonales y las experiencias de pertenencia en grupos sociales. Recientemente, Orth y Robins (2014) conceptualizan la autoestima como una valoración equilibrada y realista de sí mismo, que integra tanto las fortalezas como las debilidades de una persona.

Importancia de la autoestima en la adolescencia

La autoestima juega un papel fundamental en el desarrollo adolescente, ya que afecta diversos aspectos de la vida de un joven y su capacidad para enfrentar los desafíos y transiciones de esta etapa crucial (Zamora, 2012). A continuación, se explica la importancia de la autoestima en la adolescencia:

- **Desarrollo de la identidad personal:** La autoestima influye en la formación de la identidad personal, ayudando a los adolescentes a desarrollar una imagen clara y positiva de quiénes son. Una autoestima saludable les permite aceptar y valorar sus características únicas, fortalezas y debilidades, lo que contribuye a una identidad más sólida y coherente.
- **Afrontamiento de desafíos y adversidades:** Tener confianza en sí mismos y en sus habilidades les permite manejar el estrés, resolver problemas y tomar decisiones de manera más efectiva. Por otro lado, los adolescentes con baja autoestima pueden experimentar dificultades para afrontar situaciones difíciles y pueden ser más propensos a desarrollar problemas de salud mental como la ansiedad o la depresión.
- **Relaciones interpersonales:** Los jóvenes con una autoestima positiva tienden a establecer relaciones más saludables y satisfactorias, basadas en el respeto mutuo y la empatía. Tienen más probabilidades de establecer límites personales adecuados y de

mantener relaciones cercanas y significativas con amigos, familiares y compañeros.

- **Rendimiento académico y metas personales:** Los adolescentes con alta autoestima suelen esforzarse más en sus estudios y actividades extracurriculares, buscando alcanzar sus objetivos con determinación y perseverancia. Por el contrario, los adolescentes con baja autoestima pueden experimentar dudas sobre sus capacidades y tener menos confianza en su potencial académico y profesional.

Dimensiones

Se ha elegido la Escala de autoestima de Rosenberg como instrumento de medición, esta fue adaptada para Perú por Richard (2020), manteniendo las mismas dimensiones de la escala original:

1. **Autoestima positiva:** se refiere a una evaluación saludable y equilibrada de uno mismo, basada en una valoración realista y positiva de las propias habilidades, características y logros. Las personas con una autoestima positiva se sienten generalmente seguras de sí mismas, aceptan sus imperfecciones con comprensión y tienen una actitud positiva hacia sus capacidades para enfrentar desafíos y alcanzar metas.
2. **Autoestima negativa:** se refiere a una evaluación crítica y desfavorable de uno mismo, caracterizada por sentimientos de inferioridad, auto juicio severo y falta de confianza en las propias capacidades. Las personas con baja autoestima tienden a centrarse en sus defectos y percibirse de manera negativa, lo que puede llevar a emociones como la ansiedad, la depresión y la evitación de situaciones que desafíen su autoconcepto.

Modelo de autoestima de Rosenberg

El modelo de autoestima de Rosenberg, propuesto por Morris Rosenberg en su libro "Society and the Adolescent Self-Image" (1965), es uno de los marcos teóricos más influyentes para comprender la autoestima. Este modelo se centra en la evaluación subjetiva sobre su propio valor y capacidad como individuo. A continuación, se presenta los componentes de la

autoestima para Rosenberg:

1. **Autoevaluación:** es el proceso mediante el cual una persona realiza juicios sobre su valía personal, basándose en comparaciones internas con estándares y criterios personales. En el modelo de Rosenberg, la autoevaluación es fundamental para la formación de la autoestima, ya que refleja la percepción subjetiva que una persona tiene sobre sí misma en términos de competencia, habilidades y valor personal.
2. **Autoimagen:** se refiere a la representación mental que una persona tiene de sí misma, incluyendo aspectos físicos, emocionales, sociales y cognitivos. Según Rosenberg, la autoimagen está estrechamente relacionada con la autoestima, ya que influye en la forma en que una persona se ve a sí misma y se evalúa en comparación con los estándares internos y externos.
3. **Autoaceptación:** implica la disposición de una persona para aceptar y valorar positivamente aspectos importantes de sí misma, incluso aquellos que podrían considerarse como defectos o limitaciones. En el modelo de Rosenberg, la autoaceptación contribuye a una autoestima saludable al promover una actitud compasiva y amorosa hacia uno mismo, independientemente de las imperfecciones percibidas.

El modelo de autoestima de Rosenberg destaca la importancia del contexto sociocultural en la formación de la autoestima al reconocer cómo las interacciones familiares, educativas y comunitarias moldean la percepción que una persona tiene sobre sí misma y su valía personal. Además, este modelo es especialmente relevante para comprender el desarrollo de la autoestima durante la adolescencia, una etapa crucial donde los jóvenes experimentan cambios significativos en su identidad y autoimagen.

Adicción a las redes sociales

Definición

Según Young (1998) la adicción a las redes sociales es una condición psicológica caracterizada por un uso compulsivo de las plataformas sociales, con una pérdida de control sobre el tiempo y la energía invertidos en estas actividades, lo que resulta en conflictos interpersonales y deterioro en otras áreas de la vida. Asimismo, Ryan et al. (2014) indican que se trata de un síndrome que se manifiesta como un patrón adictivo hacia el uso continuo de las redes sociales, a pesar de las consecuencias negativas que pueda acarrear en la vida del individuo. Por su parte, Andreassen *et al.* (2016) señalan que la adicción a las redes sociales es por un patrón de comportamiento compulsivo y problemático hacia el uso excesivo de plataformas de redes sociales, lo que resulta en dificultades significativas en el funcionamiento personal, social o laboral del individuo.

Del mismo modo, Kuss y Lopez-Fernandez (2016) manifiestan que la adicción a las redes sociales es una condición psicológica donde el individuo experimenta una necesidad persistente y creciente de participar en actividades en línea a través de redes sociales, a menudo en detrimento de las responsabilidades y relaciones personales. Por su parte, Kuss y Griffiths (2017) la conceptualizan como una incapacidad persistente para controlar el uso de las redes sociales conduce a consecuencias negativas en términos de salud mental, funcionamiento social, productividad ocupacional y bienestar general. Finalmente, Marino y Gini (2018) refieren que se trata de una dependencia psicológica hacia un uso compulsivo y descontrolado de las redes sociales, interfiriendo significativamente en las actividades diarias y relaciones personales.

Características de la adicción a las redes sociales

Tal como se espera, la adicción a las redes sociales presenta una dinámica similar a la adicción a sustancias psicoactivas, a continuación, se presenta las características propuestas por Turel (2015):

- **Comportamientos compulsivos:** los comportamientos compulsivos en el contexto de

la adicción a las redes sociales se refieren al uso excesivo y repetitivo de estas plataformas, a pesar de experimentar consecuencias negativas en diferentes áreas de la vida. Las personas con comportamientos compulsivos pueden pasar largos períodos de tiempo en las redes sociales, a menudo sacrificando el tiempo dedicado a otras actividades importantes como el trabajo, el estudio o las interacciones sociales cara a cara.

- **Uso problemático:** el uso problemático se caracteriza por la incapacidad para controlar el tiempo dedicado a estas plataformas y la tendencia a priorizarlas sobre otras responsabilidades diarias. Las personas con uso problemático pueden sentirse impulsadas a revisar constantemente sus perfiles, actualizar su estado o interactuar con otros en línea, lo que puede generar estrés, ansiedad y disminución del bienestar emocional debido a la falta de equilibrio en sus actividades cotidianas.
- **Síntomas de abstinencia:** Los síntomas de abstinencia en relación con la adicción a las redes sociales pueden incluir ansiedad, irritabilidad, agitación o malestar emocional cuando se limita o se interrumpe el acceso a las plataformas sociales. Las personas que dependen demasiado de las redes sociales pueden experimentar una sensación de vacío o pérdida al desconectarse, y pueden tener dificultades para concentrarse en otras actividades fuera del mundo en línea.
- **Motivaciones subyacentes:** Las motivaciones subyacentes del uso excesivo de las redes sociales pueden variar según la persona, pero a menudo incluyen la búsqueda de validación social, el escapismo emocional o la evitación de emociones negativas. Algunas personas utilizan las redes sociales como una forma de obtener reconocimiento y atención de los demás, mientras que otras pueden recurrir a ellas como una distracción o una vía para evitar enfrentar problemas o dificultades emocionales en la vida real.
- **Factores de riesgo y protectores:** Los factores de riesgo pueden incluir baja

autoestima, soledad, ansiedad social, experiencias traumáticas pasadas o acceso ilimitado a dispositivos tecnológicos. Por otro lado, los factores protectores pueden involucrar un fuerte apoyo social offline, habilidades de afrontamiento efectivas, una identidad sólida fuera de las redes sociales y un uso equilibrado de la tecnología.

Dimensiones

Se ha elegido el Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) como instrumento de medición, este fue creado en el año 2014 por Ecurra y Salas, presentando las siguientes dimensiones:

1. Obsesión por las redes sociales: se refiere a un patrón de comportamiento caracterizado por un uso compulsivo, excesivo y constante de plataformas de redes sociales. Las personas que experimentan obsesión por las redes sociales pueden dedicar una cantidad significativa de tiempo a navegar por sus perfiles, publicar actualizaciones, buscar validación social a través de "likes" o comentarios, y experimentar ansiedad o malestar si no pueden acceder a sus cuentas.
2. Falta de control personal: se refiere a la incapacidad moderar una conducta específica, incluso cuando este comportamiento tiene consecuencias negativas. La falta de control personal podría manifestarse como la dificultad para limitar el tiempo dedicado a estas plataformas, a pesar de reconocer sus efectos negativos en otras áreas de la vida como el trabajo, las relaciones personales o la salud mental.
3. Uso excesivo de las redes sociales: se refiere a un consumo desproporcionado y frecuente de plataformas como Facebook, Instagram, Twitter u otras. Este comportamiento se caracteriza por pasar largos períodos de tiempo en las redes sociales, incluso en situaciones inapropiadas o en momentos que deberían dedicarse a otras actividades importantes. El uso excesivo puede afectar negativamente la productividad, las interacciones sociales cara a cara y el bienestar emocional.

Modelo de Adicción de Sensibilidad e Incentivo de Robinson y Berridge

El Modelo de Adicción de Sensibilidad e Incentivo (ASI) es una teoría que busca explicar cómo se desarrolla y se mantiene la adicción a las drogas y otros comportamientos adictivos. Fue propuesto por Terry E. Robinson y Kent C. Berridge en 2003 como una alternativa al enfoque tradicional de la adicción centrado únicamente en la tolerancia y la dependencia física. Este modelo se basa en dos procesos principales que interactúan: la sensibilización y la incentivación.

- **La sensibilización:**

- La sensibilización en el contexto de la adicción se refiere al proceso mediante el cual el cerebro se vuelve más sensible y reacciona de manera más intensa a las drogas o estímulos adictivos con el tiempo.
- Este fenómeno ocurre a nivel neurobiológico, específicamente en el sistema de recompensa del cerebro. Las drogas adictivas, como la cocaína o la metanfetamina, estimulan la liberación de neurotransmisores como la dopamina en áreas clave del cerebro que están asociadas con el placer y la motivación.
- Con el uso repetido de drogas, especialmente en dosis altas o en situaciones de estrés, el sistema de recompensa puede experimentar cambios neuroadaptativos. Esto conduce a una mayor sensibilidad y reactividad a los efectos de la droga, lo que se manifiesta como un aumento en los deseos y la motivación para consumirla.

- **La incentivación:**

- La incentivación se refiere a los procesos que hacen que un individuo busque activamente la droga o el comportamiento adictivo.
- En el modelo ASI, la incentivación se relaciona estrechamente con el aprendizaje asociativo. A medida que una persona consume repetidamente una

droga en ciertos contextos o situaciones, el cerebro comienza a asociar esos estímulos ambientales con la experiencia de recompensa inducida por la droga.

- Estas asociaciones condicionadas se fortalecen con el tiempo, lo que significa que los estímulos relacionados con la adicción (como lugares, personas o actividades) adquieren una poderosa capacidad para desencadenar deseos intensos de consumir la droga, incluso en ausencia directa de la sustancia.

En términos prácticos, el modelo ASI sugiere que la adicción se desarrolla y persiste debido a la combinación de estos procesos. La sensibilización lleva a un aumento en la recompensa percibida de la droga o el comportamiento adictivo, mientras que la incentivación crea un impulso persistente para buscar y consumir la sustancia o llevar a cabo el comportamiento adictivo. Una implicación importante de este modelo es que el proceso de sensibilización puede explicar por qué muchas personas experimentan una progresión en la gravedad de su adicción a lo largo del tiempo, así como una mayor vulnerabilidad a las recaídas incluso después de períodos de abstinencia.

En conjunto, la sensibilización y la incentivación crean un ciclo de refuerzo positivo que impulsa la adicción. La sensibilización aumenta la recompensa percibida de la droga, mientras que la incentivación genera un deseo persistente de buscar y consumir la sustancia adictiva. Estos procesos se refuerzan mutuamente, lo que puede explicar por qué las adicciones tienden a volverse más graves con el tiempo y por qué es tan difícil para las personas superarlas incluso después de períodos de abstinencia.

2.3 Formulación de hipótesis

2.3.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

2.3.2. Hipótesis específicas

1. Existe relación significativa entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024
2. Existe relación significativa entre la autoestima y la falta de control personal en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.
3. Existe relación significativa entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Método de investigación

El método fue hipotético-deductivo, el cual se refiere a un procedimiento de investigación científica que consiste en formular hipótesis específicas sobre fenómenos naturales o sociales, para luego realizar pruebas empíricas que permitan confirmar o refutar estas hipótesis, utilizando la lógica deductiva para derivar conclusiones a partir de observaciones y datos recopilados (Tarrillo et al, 2024).

3.2 Enfoque investigativo

El enfoque fue cuantitativo, este es un método de investigación que se centra en la

recolección y análisis de datos numéricos para describir, explicar o predecir fenómenos, utilizando técnicas estadísticas y matemáticas, con el objetivo de obtener resultados generalizables a partir de muestras representativas (Hadi et al., 2023).

3.3 Tipo de investigación

El tipo de investigación del estudio fue básica pura, el cual se refiere a una categoría o clasificación general dentro de un conjunto de variables o fenómenos, que puede ser utilizada como punto de partida para un análisis más detallado o específico (Tarrillo et al, 2024).

3.4 Diseño de la investigación

Fue de diseño no experimental, el cual se caracteriza por la observación y recopilación de datos en un entorno natural, sin intervenir ni manipular variables, buscando describir y analizar relaciones existentes entre variables tal como se presentan en la realidad (Tarrillo et al, 2024). Asimismo, fue de nivel correlacional, ya que este implica el estudio de la relación entre dos o más variables, sin establecer una relación causal directa, a través de la medición de la fuerza y dirección de la asociación entre ellas mediante coeficientes como el de correlación (González, 2018). Además, fue de corte transversal, siendo este un diseño de investigación que recolecta datos en un solo punto en el tiempo, permitiendo examinar una muestra representativa de una población en un momento específico (Jiménez, 2020).

3.5. Población, muestra y muestreo

Población

La población se refiere al conjunto completo de individuos, elementos o entidades que comparten características específicas y que son objeto de estudio en una investigación, representando el universo al cual se busca generalizar los resultados (Hadi et al., 2023). En esta investigación la población estuvo compuesta por 346 alumnos de 1° a 5° de secundaria pertenecientes a una institución educativa de Lima Metropolitana.

Muestra

La muestra es un subconjunto representativo de la población que se selecciona para participar en un estudio, con el propósito de obtener conclusiones válidas y generalizables sobre la población a partir de la observación y análisis de datos recopilados de esta muestra (Gómez, 2019). En esta investigación, se empleó una muestra compuesta por 182 alumnos de 1° a 5° de secundaria que pertenecen a una institución educativa de Lima Metropolitana, hallados mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(N-1) + Z^2pq}$$

$$n=182$$

Muestreo

Se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio simple, siendo una manera de seleccionar a los participantes de una investigación en la cual todos tienen la misma posibilidad de ser elegidos y se utiliza estrategias de selección basadas en el azar (Hadi et al., 2023).

3.6. Variables y operacionalización

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Escala Valorativa
Autoestima	Según Rosenberg (1965) es la percepción general que abarca aspectos físicos, emocionales, sociales y cognitivos, influenciando la forma en que uno se ve a sí mismo y se relaciona con los demás.	La medición se realizará mediante la Escala de autoestima de Rosenberg, adaptado para Perú por Richard (2020)	Autoestima positiva	<ul style="list-style-type: none"> - Importancia - Características - Habilidad - Actitud - Feliz 	Ordinal 1. Muy en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. De acuerdo 4. Muy de acuerdo	Baja: 0 a 15 Media: 16 a 18 Alta: 19 a 20
			Autoestima negativa	<ul style="list-style-type: none"> - Dignidad - Fallo - Estima - Sin valor - Malevolencia 		Baja: 0 a 13 Media: 14 a 16 Alta: 17 a 20

			Obsesión por las redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Pensamientos sobre redes sociales. - Sentimientos de inquietud cuando no se utiliza redes sociales. - Inquietud al no acceder a las redes sociales. 		<p>Bajo: 0 a 7 Medio: 8 a 19 Alto: 20 a 40</p>
Adicción a las redes sociales	<p>Kuss y Griffiths (2017) la conceptualizan como una incapacidad persistente para controlar el uso de las redes sociales conduce a consecuencias negativas en términos de salud mental, funcionamiento social, productividad ocupacional y bienestar general.</p>	<p>La medición se realizará mediante el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales elaborado en Perú por Ecurra y Salas (2014)</p>	Falta de control personal	<ul style="list-style-type: none"> - Dificultad para resistir el impulso de usar redes sociales. - Descuido en el rendimiento académico. 	<p>Ordinal</p> <ol style="list-style-type: none"> 0. Nunca 1. Rara vez 2. Algunas veces 3. Casi siempre Siempre 	<p>Bajo: 0 a 6 Medio: 7 a 13 Alto: 14 a 24</p>
			Uso excesivo de las redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Problemas para mantener el uso de redes sociales bajo control. - Incapacidad para reducir el tiempo dedicado a las redes sociales. - Uso prolongado de las redes sociales. 		<p>Bajo: 0 a 8 Medio: 9 a 16 Alto: 17 a 32</p>

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.7.1 Técnica

La técnica elegida fue la encuesta, la cual es un método de recolección de datos que utiliza preguntas estructuradas y estandarizadas para recopilar información de una muestra de individuos sobre sus opiniones, actitudes o comportamientos en relación con un tema específico (Castro, 2020).

3.7.2 Descripción

Escala de autoestima de Rosenberg

La Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR), desarrollada por Morris Rosenberg en 1989 y validada por Daniel William Richard Pérez en 2020, es un instrumento de evaluación diseñado para medir el nivel de autoestima en individuos. Puede administrarse de manera individual o colectiva, en aproximadamente 15 minutos, y está destinado para hombres y mujeres de 12 años en adelante. La escala consta de 10 ítems distribuidos en autoestima positiva (1 a 5) y autoestima negativa (6 a 10). Cada ítem se evalúa utilizando una escala tipo Likert de 4 puntos, que va desde "Muy en desacuerdo" (1) hasta "Muy de acuerdo" (4). Se calcula sumando los puntajes de cada ítem, lo que da como resultado un puntaje final que oscila entre 10 y 40, indicando así el nivel de autoestima del evaluado. Los puntajes de conversión para la corrección de la prueba son los siguientes:

Tabla 2

Baremación de la Escala de autoestima de Rosenberg

Dimensión / Variable	Baja	Media	Alta
Autoestima positiva	0 a 15	16 a 18	19 a 20
Autoestima negativa	0 a 13	14 a 16	17 a 20
Autoestima	0 a 28	29 a 33	34 a 40

Cuestionario de adicción a las redes sociales

El Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS), desarrollado por Miguel Ecurra y Edwin Salas en 2014, es una herramienta diseñada para medir el grado de adicción a las redes sociales. Puede ser administrado de forma individual o colectiva en aproximadamente 20 minutos, y está dirigido a hombres y mujeres de 12 años en adelante. El cuestionario consta de 24 ítems distribuidos en tres factores: obsesión por las redes sociales (2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23), falta de control personal (4, 11, 12, 14, 20, 24) y uso excesivo (1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21). Los participantes responden utilizando un formato tipo Likert, donde las opciones van desde "nunca" (0) hasta "siempre" (4), excepto para el ítem 13, que se evalúa de manera inversa. Los puntajes de conversión para la corrección de la prueba son los siguientes:

Tabla 3

Baremación del Cuestionario de adicción a las redes sociales

Dimensión / Variable	Bajo	Medio	Alto
Obsesión por las redes sociales	0 – 7	8 - 19	20 – 40
Falta de control personal	0 – 6	7 - 13	14 – 24
Uso excesivo de las redes sociales	0 – 8	9 - 16	17 – 32
Adicción a las redes sociales	11 - 22	23 - 46	47 – 96

3.7.3 Validación

Escala de autoestima de Rosenberg

Se evaluó la validez de constructo fue medida en la población adolescente de una institución educativa privada del distrito de Chosica, mediante un índice KMO de 0.84, con un nivel de significancia de 0.00, lo que condujo a la realización de un Análisis Factorial Exploratorio que identificó un modelo de dos factores explicando el 54.3% de la variabilidad en el constructo de Autoestima, mostrando cargas factoriales que variaban

entre 0.61 y 0.78. Posteriormente, se llevó a cabo un Análisis Factorial Confirmatorio, donde se obtuvieron los siguientes valores: RMSEA=0.06, TLI=0.91, CFI=0.94 y PNFI=0.57, los cuales se consideran indicadores aceptables. En conclusión, se considera que el instrumento es válido para su aplicación (Richard, 2020).

Cuestionario de adicción a las redes sociales

Se llevó a cabo una evaluación de la validez de contenido mediante el análisis de expertos de los ítems, alcanzando un índice superior a 0.9, lo cual se considera apropiado. Posteriormente, se realizó un estudio piloto para examinar las propiedades psicométricas del cuestionario. En este contexto, la validez de constructo fue evaluada mediante análisis factorial, obteniéndose un índice KMO de 0.95 y un nivel de significancia en la prueba de esfericidad de Bartlett de 0.00. Estos resultados indicaron que era factible realizar un Análisis Factorial Exploratorio, revelando un modelo de tres factores que explica el 57.49% de la varianza (Escrura y Salas, 2014).

3.7.4 Confiabilidad

Escala de autoestima de Rosenberg

Se evaluó la confiabilidad del instrumento utilizando el método de consistencia interna, mostrando un coeficiente alfa de Cronbach de 0.80 para la escala total, 0.81 para la dimensión de autoestima positiva y 0.72 para la dimensión de autoestima negativa. Estos resultados indican que el instrumento es fiable y adecuado para su uso (Richard, 2020).

Cuestionario de adicción a las redes sociales

Se comprobó mediante el análisis de consistencia interna que el instrumento tiene una confiabilidad general de 0.95 según el coeficiente Alfa de Cronbach, con valores específicos de 0.91 para la dimensión de obsesión por las redes sociales, 0.88 para falta de control personal y 0.92 para el uso excesivo de las redes sociales. Estos resultados

indican que el cuestionario es confiable para ser utilizado en evaluaciones (Escurra y Salas, 2014).

3.8. Procesamiento y análisis de datos

Se comenzó por coordinar con el director del centro escolar a fin de obtener el permiso para realizar la investigación en dicho lugar. Después de obtener la autorización, se procedió a recopilar los datos mediante pruebas impresas utilizando los instrumentos previamente aprobados. Una vez recogida la información, esta fue introducida en una hoja de cálculo Excel, asegurándose de que estuviera completa y correctamente llenada; posteriormente, los datos fueron transferidos al software estadístico SPSS.

El análisis estadístico se inició generando las tablas de frecuencia y porcentajes para realizar un análisis estadístico descriptivo; asimismo, se empleó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para evaluar la normalidad, dado que la muestra superaba los 50 participantes, resultando en una ausencia de normalidad al presentar un nivel de significancia inferior a 0.05; por tal razón, se empleó la prueba de correlación de Spearman para realizar la contrastación de hipótesis.

3.9. Aspectos éticos

Se consideraron tanto los aspectos favorables como desfavorables de participar en el estudio en relación con el respeto, permitiendo al encuestado la libertad de decidir si deseaba colaborar con la investigación. Se dio prioridad al bienestar emocional de los participantes, garantizando que los intereses de la investigación no prevalecieran sobre los del encuestado; además, se les ofreció un asentimiento y consentimiento informado para su participación. Se buscó mantener un equilibrio emocional entre los estudiantes implicados en el estudio; además, el propósito benevolente de la investigación fue promover el bienestar de los encuestados para que pudieran responder adecuadamente a las preguntas, sin que la justicia impusiera restricciones en cuanto a los participantes.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Análisis descriptivos de resultados

Tabla 4

Frecuencia y porcentaje de las variables demográficas

Variable	<i>f</i>	%
Sexo		
Masculino	85	46.7
Femenino	97	53.3
Edad		
12 años	5	2.7
13 años	42	23.1
14 años	33	18.1
15 años	36	19.8
16 años	44	24.2
17 años	22	12.1
Grado		
Primer grado	35	19.2
Segundo grado	36	19.8
Tercer grado	34	18.7
Cuarto grado	41	22.5
Quinto grado	36	19.8

Según la tabla 4, se observa que el 53.3% de los estudiantes son mujeres y el 46.7% restante son varones; además, el grupo etario con mayor prevalencia fueron los estudiantes con 16 años (24.2%), seguido del grupo de 13 años (23.1%). Por otro lado, el cuarto grado englobó a la mayoría de estudiantes (22.5%), seguido del segundo y quinto grado (19.8%).

Tabla 5

Frecuencia y porcentaje de la autoestima y dimensiones

Variable	Baja		Media		Alta	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Autoestima positiva	129	70.9	44	24.2	9	4.9
Autoestima negativa	120	65.9	47	25.8	15	8.2
Autoestima	144	79.1	35	19.2	3	1.6

Según la tabla 5, se observa que la mayoría de los estudiantes presentaron un nivel de autoestima positiva baja con el 70.9%, resultado similar respecto a la autoestima negativa (65.9%); finalmente, el 79.1% presentó un nivel bajo de autoestima general, seguido del 19.2% con un nivel medio y solo 1.6% evidenció una alta autoestima.

Tabla 6

Frecuencia y porcentaje de la adicción a las redes sociales y dimensiones

Variable	Bajo		Medio		Alto	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Obsesión por las redes sociales	34	18.7	128	70.3	20	11
Falta de control personal	48	26.4	112	61.5	22	12.1
Uso excesivo de las redes sociales	48	26.4	104	57.1	30	16.5
Adicción a las redes sociales	41	22.5	109	59.9	32	17.6

Según la tabla 6, se observa que el nivel medio fue el predominante en las dimensiones: obsesión por las redes sociales (70.3%), falta de control personal (61.5%) y uso excesivo de las redes sociales (57.1%); además, en relación a la adicción a las redes sociales, el 59.9%

manifestó un nivel medio, seguido del 22.5% que evidenció una adicción baja y tan solo el 17.6% demostró una adicción alta.

Tabla 7

Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

Variables	K-S	Sig.
Autoestima	.118	.000
Obsesión por las redes sociales	.119	.000
Falta de control personal	.066	.050
Uso excesivo de las redes sociales	.068	.042
Adicción a las redes sociales	.057	.200

Según la tabla 7, se observa que la variable autoestima y las dimensiones obsesión por las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales manifestaron una ausencia de normalidad ($p < 0.05$); mientras que, la dimensión falta de control personal y la variable adicción a las redes sociales presentaron una normalidad ($p \geq 0.05$). Es así que, se empleará la prueba de correlación de Spearman para llevar a cabo la prueba de hipótesis debido a que se concluyó usar estadística no paramétrica.

4.1.2 Prueba de hipótesis

Hipótesis general:

Existe relación significativa entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

Hipótesis estadística

Ho: No existe relación significativa entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

H1: Existe relación significativa entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05 = 5\%$ de margen máximo de error

Regla de decisión: $p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p < \alpha \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula H_0

Tabla 8

Correlación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales

		Adicción a las redes sociales
Autoestima	Rho de Spearman	-0.05
	Sig. (p)	0.50

Según la tabla 8, se observa que la autoestima y la adicción a las redes sociales no se correlacionan significativamente debido a la presencia de un valor de significancia superior al límite ($\rho = -0.05$; $p = 0.50 > 0.05$). Es por ello, que no se rechaza la hipótesis nula, es decir que no existe relación significativa entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana. Esto se traduce en que, en caso los estudiantes presentan un nivel de autoestima bajo no evidenciaran una adicción a las redes sociales o viceversa.

Hipótesis específica 1:

Existe relación significativa entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

Hipótesis estadística

H_0 : No existe relación significativa entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

H_1 : Existe relación significativa entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05 = 5\%$ de margen máximo de error

Regla de decisión: $p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p < \alpha \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula H_0

Tabla 9*Correlación entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales*

		Obsesión por las redes sociales
Autoestima	Rho de Spearman	-0.03
	Sig. (p)	0.67

Según la tabla 9, se observa que la autoestima y la obsesión por las redes sociales no se correlacionan significativamente debido a la presencia de un valor de significancia superior al límite ($\rho = -0.03$; $p = 0.67 > 0.05$). Es por ello, que no se rechaza la hipótesis nula, es decir que no existe relación significativa entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana. Esto se traduce en que, en caso los estudiantes presentan un nivel de autoestima bajo no evidenciaran una obsesión por las redes sociales o viceversa.

Hipótesis específica 2:

Existe relación significativa entre la autoestima y la falta de control personal en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

Hipótesis estadística

H_0 : No existe relación significativa entre la autoestima y la falta de control personal en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

H_1 : Existe relación significativa entre la autoestima y la falta de control personal en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05 = 5\%$ de margen máximo de error

Regla de decisión: $p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p < \alpha \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula H_0

Tabla 10*Correlación entre la autoestima y la falta de control personal*

		Falta de control personal
Autoestima	Rho de Spearman	-0.01
	Sig. (p)	0.85

Según la tabla 10, se observa que la autoestima y la falta de control personal no se correlacionan significativamente debido a la presencia de un valor de significancia superior al límite ($\rho = -0.01$; $p = 0.85 > 0.05$). Es por ello, que no se rechaza la hipótesis nula, es decir que no existe relación significativa entre la autoestima y la falta de control personal en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana. Esto se traduce en que, en caso los estudiantes presentan un nivel de autoestima bajo no evidenciaran una falta de control personal o viceversa.

Hipótesis específica 3:

Existe relación significativa entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

Hipótesis estadística

H_0 : No existe relación significativa entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

H_1 : Existe relación significativa entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05 = 5\%$ de margen máximo de error

Regla de decisión: $p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0

$p < \alpha \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula H_0

Tabla 11*Correlación entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales*

		Uso excesivo de las redes sociales
Autoestima	Rho de Spearman	-0.06
	Sig. (p)	0.38

Según la tabla 11, se observa que la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales no se correlacionan significativamente debido a la presencia de un valor de significancia superior al límite ($\rho=-0.06$; $p=0.38>0.05$). Es por ello, que no se rechaza la hipótesis nula, es decir que no existe relación significativa entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana. Esto se traduce en que, en caso los estudiantes presentan un nivel de autoestima bajo no evidenciaran un uso excesivo de las redes sociales o viceversa.

4.1.3 *Discusión de resultados*

Respecto a la discusión del estudio, para la hipótesis general, se encontró que la autoestima y la adicción a las redes sociales no se correlacionan significativamente debido a la presencia de un valor de significancia superior al límite ($\rho=-0.05$; $p=0.50>0.05$); esto se traduce en que, en caso los estudiantes presentan un nivel de autoestima bajo no evidenciaran una adicción a las redes sociales o viceversa. En este sentido, según Rosenberg (1965) la autoestima es la percepción general que abarca aspectos físicos, emocionales, sociales y cognitivos, influenciando la forma en que uno se ve a sí mismo y se relaciona con los demás. Por su parte, Kuss y Griffiths (2017) definen la adicción a las redes sociales como una incapacidad persistente para controlar el uso de las redes sociales conduce a consecuencias negativas en términos de salud mental, funcionamiento social, productividad ocupacional y bienestar general.

El hallazgo anterior es similar a lo encontrado por Valdez (2021), en su estudio

realizado en adolescentes de Lima, debido a que también se identificó una ausencia de correlación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima ($\rho=-0.50$; $p>0.05$). Por otro lado, difiere de lo hallado por Vidal *et al.* (2022), en su investigación en adolescentes chilenos, al encontrar una correlación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales ($r=-0.13$; $p<0.01$); del mismo modo, Rodríguez (2022), indagó esta relación en adolescentes argentinos, identificando la misma correlación, pero con intensidad mayor ($\rho=-0.32$; $p<0.01$).

En este sentido, si la autoestima de un grupo de adolescentes no se correlaciona con la adicción a las redes sociales, esto sugiere que la autoestima de estos jóvenes no se ve significativamente afectada por el uso excesivo de dichas plataformas. Esto implica que, independientemente del tiempo que pasen en redes sociales o del grado de dependencia que presenten, su percepción sobre su propio valor y capacidades no varía de manera predecible. En otras palabras, algunos adolescentes con alta autoestima pueden presentar un uso problemático de redes sociales, mientras que otros con baja autoestima pueden no desarrollar adicción, lo que indica que otros factores, como el entorno social, el apoyo familiar o la personalidad, podrían estar más relacionados.

En función a la hipótesis específica 1, se encontró que la autoestima y la obsesión por las redes sociales no se correlacionan significativamente debido a la presencia de un valor de significancia superior al límite ($\rho=-0.03$; $p=0.67>0.05$); esto se traduce en que, en caso los estudiantes presentan un nivel de autoestima bajo no evidenciaran una obsesión por las redes sociales o viceversa. En este sentido, Escurra y Salas (2014) indican que la obsesión por las redes sociales se refiere a un patrón de comportamiento caracterizado por un uso compulsivo, excesivo y constante de plataformas de redes sociales.

Lo anterior es similar a lo encontrado por Chapilliquen y Puemape (2023), en su estudio realizado en adolescentes de Piura, debido a que también se identificó una ausencia de correlación entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima ($\rho=-0.10$; $p>0.05$). Por

otro lado, difiere de lo hallado por Soria y Villegas (2024), en su investigación en adolescentes ecuatorianos, al encontrar una correlación entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales ($r=-0.11$; $p<0.05$); del mismo modo, Rodríguez (2022), indagó esta relación en adolescentes argentinos, identificando la misma correlación, pero con intensidad mayor ($\rho=-0.32$; $p<0.01$).

Al respecto, si la autoestima de un grupo de adolescentes no se correlaciona con la obsesión por las redes sociales, esto sugiere que la autoestima de estos jóvenes no se ve significativamente afectada por la presencia de pensamientos obsesivos orientados a usar las redes sociales. Esto se traduce en que, independientemente de cuánto tiempo pasen en redes sociales o del nivel de apego que desarrollen hacia ellas, su percepción de sí mismos no se ve afectada de manera significativa. Esto podría indicar que otros factores, tienen un peso mayor en la construcción de su autoestima, y que la obsesión por las redes sociales no es un determinante clave en su autoconcepto ni en la valoración que hacen de sí mismos.

Respecto a la hipótesis específica 2, se encontró que la autoestima y la falta de control personal no se correlacionan significativamente debido a la presencia de un valor de significancia superior al límite ($\rho=-0.01$; $p=0.85>0.05$); esto se traduce en que, en caso los estudiantes presentan un nivel de autoestima bajo no evidenciaran una falta de control personal o viceversa. En este sentido, Escurra y Salas (2014) indican que la falta de control personal se refiere a la incapacidad moderar una conducta específica, incluso cuando este comportamiento tiene consecuencias negativas.

Lo mencionado anteriormente es comparable a lo encontrado por Valdez (2021), en su estudio realizado en adolescentes de Lima, debido a que también se identificó una ausencia de correlación entre la falta de control personal y la autoestima ($\rho=-0.36$; $p>0.05$). Por otro lado, difiere de lo hallado por Alvarez y Castro (2023), en su investigación en adolescentes de Cajamarca, al encontrar una correlación significativa alta inversa entre dichas variables ($r=-$

0.75; $p < 0.05$); del mismo modo, Flores (2023), indagó esta relación en adolescentes limeños, identificando la misma correlación, pero con intensidad menor ($\rho = -0.43$; $p < 0.01$).

Al respecto, si la autoestima de un grupo de adolescentes no se correlaciona con la falta de control personal, esto sugiere que el nivel de autoestima de los jóvenes no está necesariamente influenciado por la percepción de control que tienen sobre sus propias acciones o circunstancias. En otras palabras, un adolescente puede tener una autoestima alta o baja independientemente de si siente que tiene el control sobre su vida. Esto podría indicar que otros factores, tienen un peso mayor en la construcción de la autoestima en esta etapa del desarrollo.

Finalmente, para la hipótesis específica 3, se encontró que la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales no se correlacionan significativamente debido a la presencia de un valor de significancia superior al límite ($\rho = -0.06$; $p = 0.38 > 0.05$); esto se traduce en que, en caso los estudiantes presentan un nivel de autoestima bajo no evidenciaran un uso excesivo de las redes sociales o viceversa. En este sentido, Ecurra y Salas (2014) indican que el uso excesivo de las redes sociales se refiere a un consumo desproporcionado y frecuente de plataformas como Facebook, Instagram, Twitter u otras, caracterizado por pasar largos períodos de tiempo en las redes sociales.

Este resultado se alinea con lo hallado por Chapilliquen y Puemape (2023), en su estudio realizado en adolescentes de Piura, debido a que también se identificó una ausencia de correlación entre el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima ($\rho = -0.13$; $p > 0.05$). Por otro lado, difiere de lo hallado por Cuenca (2023), en su investigación en adolescentes de Argentina, al encontrar una correlación significativa alta inversa entre dichas variables ($r = -0.26$; $p < 0.05$); del mismo modo, Rodríguez (2022), indagó esta relación en adolescentes argentinos, identificando la misma correlación, pero con intensidad menor ($\rho = -0.11$; $p < 0.01$).

En este sentido, si la autoestima de un grupo de adolescentes no se correlaciona con el uso excesivo de las redes sociales, esto sugiere que la frecuencia con la que utilizan estas

plataformas no influye significativamente en la percepción que tienen de su propio valor personal. Esto implica que otros factores, como el entorno familiar, las relaciones interpersonales o las experiencias escolares, podrían tener un mayor impacto en su autoestima. Además, la ausencia de correlación indica que, dentro de este grupo específico, algunos adolescentes pueden usar redes sociales de manera intensiva sin que ello afecte negativamente su autoestima, mientras que otros con un uso moderado pueden experimentar variaciones en su autopercepción por razones distintas a la tecnología.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Primero. La autoestima y la adicción a las redes sociales no manifestaron correlación significativa en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana ($\rho = -0.05$; $p = 0.50 > 0.05$).

Segundo. La autoestima y la obsesión por las redes sociales no manifestaron correlación significativa en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana ($\rho = -0.03$; $p = 0.67 > 0.05$).

Tercero. La autoestima y la falta de control personal no manifestaron correlación significativa en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana ($\rho = -0.01$; $p = 0.85 > 0.05$).

Cuarto. La autoestima y el uso excesivo de las redes sociales no manifestaron correlación significativa en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana ($\rho = -0.06$; $p = 0.38 > 0.05$).

5.2 Recomendaciones

Primero. Hacia los miembros de la comunidad educativa, se recomienda implementar programas de intervención psicoeducativa que fomenten el desarrollo de una autoimagen positiva en los adolescentes mediante actividades de reflexión,

refuerzo positivo y dinámicas grupales centradas en la identificación y valoración de sus fortalezas personales.

Segundo. Hacia los padres de familia, se sugiere establecer normas claras sobre el uso de dispositivos electrónicos en el hogar y promover actividades recreativas alternativas que refuercen las interacciones sociales cara a cara, permitiendo a los adolescentes desarrollar habilidades de socialización fuera del entorno digital y reducir la dependencia a las redes sociales.

Tercero. Hacia el ministerio de educación y la UGEL, se recomienda implementar campañas de concienciación dentro de las escuelas sobre los efectos negativos de las redes sociales en el rendimiento académico y la salud mental; además, establecer horarios restringidos para el uso de dispositivos móviles durante la jornada escolar con el fin de fomentar la concentración y el aprendizaje activo.

Cuarto. Hacia los psicólogos escolares del centro educativo, se sugiere diseñar talleres de inteligencia emocional que incluyan técnicas de regulación emocional, resolución de conflictos y manejo del estrés, de manera que los adolescentes adquieran estrategias efectivas para controlar impulsos, gestionar sus emociones de manera saludable y mejorar su conducta en distintos contextos.

Quinto. Hacia futuros investigadores, se recomienda que exploren la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes, considerando factores como la presión social y la funcionalidad familiar, lo que permitirá comprender mejor los impactos de la tecnología en el bienestar psicológico y diseñar estrategias más efectivas de intervención. Además, se sugiere ampliar la muestra y replicarla en población similares como estudiantes de educación superior o adolescentes de sectores rurales

REFERENCIAS

- Alvarez, A. A. y Castro, B. N. (2022). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes del nivel secundario de una institución educativa de la ciudad de Cajamarca, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. Repositorio institucional - Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/2962/TESIS%20CON%20ANTIPLAGIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S. y Griffiths, M. D. (2016). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors, 64*, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Armaza, J. F. (2023). El riesgo del uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes de Latinoamérica. *In SciELO Preprints*. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.5241>
- Branden, N. (1994). *The six pillars of self-esteem*. Bantam Books.
- Castro, A. (2020). *Encuestas: metodología y aplicación en investigación social*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Cervilla, A. (2024). *Influencia de las redes sociales en el bienestar emocional y rendimiento académico de los adolescentes* [Tesis de licenciatura en psicología, Pontificia Universidad Católica Argentina]. Repositorio institucional - Pontificia Universidad Católica Argentina. <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/19264/1/influencia-redes-sociales.pdf>
- Chapilliquen, K. L. y Puemape, L. M. M. (2023). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas del distrito de La Unión, 2023* [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional - Universidad César Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/128054/Chapilliquen_LKL-Puemape_RLMM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cobis, M. y Vilorio, E. (2022). Adicción a las redes sociales en adolescentes. *Revista de Psicología de la Universidad Rafael Urdaneta*, 2(1), 18-33.
<https://asociacionvenezolanadesociologia.org/wp-content/uploads/2022/11/Adiccion-a-las-redes-sociales-en-adolescentes.pdf>

Collante, K. D. y Tobar, A. (2023). Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 848-860.
<https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/300/297>

Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. Freeman.

Crocker, J. y Park, L. E. (2004). The costly pursuit of self-esteem. *Psychological Bulletin*, 130(3), 392-414. <https://10.1037/0033-2909.130.3.392>

Cruz, L. C. (2019). *Adicción a las redes sociales y habilidades sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Particular de la Ciudad de Tarapoto 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio institucional - Universidad Señor de Sipán.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6895/Cruz%20Livia%20Cristina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cuenca, V. M. (2023). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de Paraná* [Tesis de titulación, Universidad Católica Argentina]. Repositorio institucional - Universidad Católica Argentina.
<https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/17688/1/relacion-entre-adiccion-redes.pdf>

Cvetkovic, A., Maguiña, J. L., Soto, A., Lama, J. y Correa, L. E. (2021). Estudios transversales.

Revista de Salud Pública, 21(1), 179-185.

<http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v21n1/2308-0531-rfmh-21-01-179.pdf>

Díaz, N. R. y Huamán, C. M. (2024). *La autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa pública, 2024* [Tesis de bachiller en psicología, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio institucional - Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/13334/Diaz%20Carranza%2c%20Nayeli%20%26%20Huaman%20Becerra%2c%20Cintya.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Escurra, M. y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91. <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a07v20n1.pdf>

Flores, O. L. (2023). *Adicción a las redes sociales y la autoestima de los adolescentes de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2023* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional - Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/125282/Flores_MOL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2020). Redes sociales y adolescentes: lo que tenés que saber. UNICEF. <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/redes-sociales-y-adolescentes-lo-que-tenes-que-saber>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (8 de febrero de 2022). Los adolescentes están muy ligados a la tecnología, pero ¿sabemos cómo la utilizan? UNICEF. <https://www.unicef.es/noticia/adolescentes-y-tecnologia-como-la-utilizan>

Gómez, M. (2019). *Muestreo en investigación social: diseño y técnicas de selección*. Editorial Círculo Rojo.

González, N. C. y López, P. (2022). *Influencia de las Redes Sociales en la autoestima de dos*

generaciones diferentes (Generación Z y Millennials) [Tesis de grado en psicología, Universidad de La Laguna]. Repositorio institucional - Universidad de La Laguna. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/28381/Influencia%20de%20las%20Redes%20Sociales%20en%20la%20autoestima%20de%20dos%20generaciones%20diferentes%20%28Generacion%20Z%20y%20Millennials%29.pdf?sequence=1>

González, P. (2018). Niveles de investigación correlacional: concepto y aplicación en ciencias sociales. *Revista Investigación Social*, 25(2), 45-60. <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-135806/12%20metodologc3ada-1-garcia-y-martinez.pdf>

Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, R. y Arias, J. (2023). Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.073>

Harter, S. (1999). *The construction of the self: A developmental perspective*. Guilford Press.

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

Kuss, D. J. y Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://10.3390/ijerph14030311>

Kuss, D. J., y Lopez-Fernandez, O. (2016). Internet addiction and problematic Internet use: A systematic review of clinical research. *World Psychiatry*, 15(1), 34-48. <https://10.5498/wjp.v6.i1.143>

López, E. (2018). *Definición y alcance del concepto de población en investigación social*. Editorial Universitaria.

- Marino, C. y Gini, G. (2018). *Social networking addiction: An overview of preliminary findings*. In N. Montag y M. Reuter (Eds.), *Internet Addiction* (pp. 119-141). Springer, Cham.
- Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social de Paraguay. (16 de marzo de 2023). OMS recomienda evitar exponer a niños menores de dos años de vida a pantallas. <https://www.mspbs.gov.py/portal/27094/oms-recomienda-evitar-exponer-a-nintildeos-menores-de-dos-antildeos-de-vida-a-pantallas.html>
- Organización de las Naciones Unidas. (7 de mayo de 2024). La seguridad de la infancia y la juventud en la red. ONU. <https://www.un.org/es/global-issues/child-and-youth-safety-online>
- Orth, U. y Robins, R. W. (2014). The development of self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 381-387. <https://10.1177/0963721414547414>
- Palencia, D. (2023). *Trabajo fin de grado: adicción a las redes sociales* [Tesis de grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio institucional - Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/62541/TFG-G6448.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pucha, D. R. (2024). *Áreas de la autoestima presentes en estudiantes de primero y segundo de bachillerato de la unidad educativa particular Carlos Crespi II en Cuenca. Septiembre 2023 – febrero 2024* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio institucional - Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/26990/1/UPS-CT011191.pdf>
- Richard, D. W. (2020). *Propiedades psicométricas de las Escalas de Autoestima de Rosenberg y de Asertividad de Rathus en estudiantes del nivel secundario del Colegio Unión de Ñaña, Lima, 2019* [Tesis de titulación, Universidad Peruana Unión]. Repositorio institucional - Universidad Peruana Unión.

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3090/Daniel_Tesis_Especialidad_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Roa, A. (2013). La educación emocional, el autoconcepto, la autoestima y su importancia en la infancia. *EDETANIA*, 44, 241-257.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4596298>

Robinson, T. E., y Berridge, K. C. (2003). The Incentive Sensitization Theory of Addiction: Some Current Issues. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B, Biological Sciences*, 363(1507), 3137–3146. <https://doi.org/10.1098/rstb.2008.0093>

Rodrigues, S. A., Borges, L., Barboza, M. O. y Leira, L. R. (2020). ¿Cómo influyen las redes sociales en la salud mental?. *Rev. Eletrônica Saúde Mental Álcool Drog.*, 16(1), 1-3.
http://pepsic.bvsalud.org/pdf/smad/v16n1/es_v16n1a01.pdf

Rodríguez, A. y Pérez, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 1-26.
<https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>

Rodriguez, B. M. (2022). *Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima* [Tesis de titulación, Universidad Abierta Interamericana]. Repositorio institucional - Universidad Abierta Interamericana.
<https://dspaceapi.uai.edu.ar/server/api/core/bitstreams/98e08c3c-0742-4ceb-881a-29b308d233f5/content>

Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Houghton Mifflin.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.

Rosenberg, M. (1989). *Society and the adolescent self-image*. (2°ed.). Wesleyan University Press.

Ryan, T., Chester, A., Reece, J. y Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review

- of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148.
<https://10.1556/JBA.3.2014.016>
- Sal y Rosas, 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 licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional - Universidad Privada del Norte.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32199/Sal%20y%20Rosas%20Benites%20Ruth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Soria, P. A. y Villegas, N. D. J. (2024). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. *Revista Psicología UNEMI*, 8(14), 19-29.
<https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1780/1733>
- Tarrillo, O., Mejía, J., Dávila, J., Pintado, C., Tapia, C., Chilón, W. y Vélez, S. B. (2024). Metodología de la investigación una mirada global Ejemplos prácticos. CID - Centro de Investigación y Desarrollo. <https://biblioteca.ciencialatina.org/wp-content/uploads/2024/07/Metodologia-de-la-investigacion-una-mirada-global.pdf>
- Torres, J. B. (2022). *La soledad y la adicción a las redes sociales en adolescentes* [Tesis de licenciatura, Universidad Continental]. Repositorio institucional - Universidad Continental.
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11499/2/IV_FHU_501_TE_Torres_Donayres_2022.pdf
- Turel, O. (2015). Quitting the use of a habituated hedonic tool: The case of social networks. *Decision Support Systems*, 79, 105-112. doi:10.1016/j.dss.2015.08.011
- Ugarte, A. A. (2024). *Autoestima y habilidades sociales durante la nueva normalidad en discentes del nivel primaria de un colegio, Ate – 2024* [Tesis de maestría en psicología educativa, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional - Universidad César

Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/151729/Ugarte_BAAJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valdez, M. N. (2021). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Magdalena del Mar* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio institucional - Universidad Autónoma del Perú. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1287/Valdez%20Panduro%2c%20Martha%20Nancy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Varona, M. N. y Hermosa, R. (2019). Percepción y uso de las redes sociales por adolescentes. *RqR Enfermería Comunitaria*, 8(1), 18-30. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7645513.pdf>

Velázquez, N., Elizalde, L. F., Ruiz, A., Villa, F., Pérez, N. G. y Castillo, R. (2024). Autoestima en Niñas, Niños y Adolescentes que Viven en una Institución del Gobierno de México. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 4168-4176. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9762/14398>

Vidal, D., Foreman, S. N. y Molina, B. P. (2022). Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comunas de la Provincia de Concepción, Chile. *Revista perspectivas*, (39), 107-126. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8537419.pdf>

Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology y Behavior*, 1(3), 237-244. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>

Zamora, M. J. (2012). *El desarrollo de la autoestima en educación infantil* [Tesis de maestría, Universidad Internacional de la Rioja]. Repositorio institucional - Universidad Internacional de la Rioja. https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/972/2012_11_15_TFG_ESTUDIO

_DEL_TRABAJO.pdf

ANEXOS

Anexos 1. Matriz de consistencia

Título: Autoestima y adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Diseño metodológico
<p>Problema General: ¿Cómo se relacionan la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el nivel de autoestima en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024? ¿Cuál es el nivel de adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024? ¿Cómo se relacionan la autoestima y la obsesión por las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024? ¿Cómo se relacionan la autoestima y la falta de control personal en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024? ¿Cómo se relacionan la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024? 	<p>Objetivo General: Evaluar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Analizar el grado de autoestima en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024. Analizar el grado de adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024. Determinar la relación entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024. Determinar la relación entre la autoestima y la falta de control personal en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024. Determinar la relación entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024. 	<p>Hipótesis general: Existe relación significativa entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Existe relación significativa entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024 Existe relación significativa entre la autoestima y la falta de control personal en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024. Existe relación significativa entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024. 	<p style="text-align: center;">Autoestima</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoestima positiva - Autoestima negativa <p style="text-align: center;">Adicción a las redes sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uso excesivo de las redes sociales - Obsesión por las redes sociales - Falta de control personal 	<p>Tipo: Básica, correlacional</p> <p>Método: hipotético-deductivo</p> <p>Diseño: no experimental transversal</p> <p>Población: 346 estudiantes</p> <p>Muestra: 182 estudiantes</p>

Anexo 2. Instrumentos

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Este cuestionario tiene por objeto evaluar el sentimiento de satisfacción que la persona tiene de sí misma. Por favor, conteste las siguientes frases con la respuesta que considere más apropiada. Por favor marque con una X dentro del recuadro la declaración que mejor se ajuste a su realidad, en función a la siguiente escala:

1	2	3	4
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo

	ÍTEM	1	2	3	4
1	Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás				
2	Estoy convencido de que tengo cualidades buenas				
3	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente				
4	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a				
5	En general estoy satisfecho/a de mí mismo/a				
6	Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a				
7	En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a				
8	Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo				
9	Hay veces que realmente pienso que soy un inútil				
10	A veces creo que no soy buena persona				

CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES (ARS)

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

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

Si respondió NO, entregue el formato al encuestador

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

En mi casa () En mi trabajo () En las cabinas de internet ()

En las computadoras de la universidad () A través del celular ()

¿Con qué frecuencia se conecta a las redes sociales?

Todo el tiempo me encuentro conectado () Una o dos veces por día ()

Entre siete a 12 veces al día () Dos o tres veces por semana ()

Entre tres a Seis veces por día () Una vez por semana ()

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

10 % o Menos () Entre 11 y 30 % () Entre el 31 y 50 % ()

Entre el 51 y 70 % () Más del 70 % ()

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

SI () NO ()

¿Qué es lo que más le gusta de las redes sociales?:

.....

A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existieren respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

Siempre **S** Rara vez **RV**
 Casi siempre **CS** Nunca **N**
 Algunas veces **AV**

Nº	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8.	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12.	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13.	No 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 redessociales.					
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: Aprobación del Comité de Ética



COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA E INTEGRIDAD CIENTÍFICA

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Lima, 03 de marzo de 2025

Investigador(a)
Erika Rocío Avila Alayo
Exp. N°:0290-2025

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 de Lima Metropolitana, Lima-2024" con fecha 14/02/2025.

El cual tiene como investigador principal al Sr(a) Erika Rocío Avila Alayo.

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 4: Formato de consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Instituciones: Universidad Privada Norbert Wiener

Investigadores: Erika Rocio Avila Alayo

Título: “Autoestima y adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024”

Propósito del estudio

Se le invita a ser parte de en un estudio llamado: “Autoestima y adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024”, desarrollado por Erika Rocio Avila Alayo bachiller de la Universidad Privada Norbert Wiener con el propósito de determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y autoestima en alumnos.

Procedimientos

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

- Instrumento 1: Escala de autoestima de Rosenberg
- Instrumento 2: Cuestionario de adicción a las redes sociales

La encuesta puede demorar unos 30 minutos. Los resultados se almacenarán respetando la confidencialidad y el anonimato.

Riesgos El participante no estará expuesto a ningún riesgo

Beneficios El participante no recibirá ningún beneficio o compensación económica

Costos e incentivos

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

Confidencialidad

Se almacenará 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.

Si tiene alguna inquietud o molestia, no dude en preguntar al personal del estudio. Puede comunicarse con: Erika Rocio Avila Alayo al número +51 966 400 034 o al comité que validó el presente estudio, Dra. Yenny M. Bellido Fuentes, presidenta del Comité de Ética para la investigación de la Universidad Norbert Wiener, tel. +51 924 569 790. E-mail: comite.etica@uwiener.edu.pe

CONSENTIMIENTO

Acepto voluntariamente participar en este estudio. Comprendo qué cosas pueden pasar si participo 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.



Erika Rocio Avila Alayo

DNI: 71906129

Formato de asentimiento informado

Título de proyecto: Autoestima y adicción a las redes sociales en alumnos de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024.

Esta investigación tiene por objetivo determinar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos, mediante la aplicación de 2 cuestionarios

Hola mi nombre es Erika Rocio Avila Alayo y soy bachiller de psicología de la Universidad Privada Norbert Wiener (UPNW). Actualmente se está realizando un estudio de investigación para conocer acerca de la relación entre relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos para ello quiero pedirte tu participación.

Tu participación en el estudio consistiría en completar los siguientes cuestionarios:

- Instrumento 1: Escala de autoestima de Rosenberg
- Instrumento 2: Cuestionario de adicción a las redes sociales

Tu participación en el estudio es voluntaria, es decir, aun cuando tus papá o mamá y/o apoderado hayan dicho que puedes participar, si tú no quieres hacerlo puedes decir que no. Es tu decisión si participas o no en el estudio. También es importante que sepas que, si en un momento dado ya no quieres continuar en el estudio, no habrá ningún problema, o si no quieres responder a alguna pregunta en particular, tampoco habrá problema.

Toda la información que nos proporciones/ las mediciones que realicemos nos ayudarán a conocer más acerca de cómo la autoestima y la adicción a las redes sociales en alumnos.

Esta información será confidencial. Esto quiere decir que no diremos a nadie tus respuestas (O RESULTADOS DE MEDICIONES), sólo lo sabrán las personas que forman parte del equipo de este estudio.

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

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

Sí quiero participar

Nombre del participante: _____

Nombre y firma de la persona/investigador que obtiene el asentimiento:

Erika Rocio Avila Alayo



Fecha: _____ de _____ de _____.

Anexo 5: Carta de aprobación de la institución para la recolección de los datos



"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

Carabayllo, 10 de diciembre del 2024

Asunto: Solicito autorización para aplicación de instrumentos psicométricos en la institución educativa "Solidaridad Perú Alemana"

Sra. Pérez Chumbe Ysabel Jenny

Directora de la I.E. N° 7238 "Solidaridad Perú Alemana"

Presente:

De mi mayor consideración,

Me es grato dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y presentarme, soy Erika Rocío Avila Alayo, identificada con DNI N° 71906129. Actualmente, egresada de la Universidad Norbert Wiener de la facultad ciencias de la salud de la carrera de psicología identificada con código: A2019100549, quien se encuentra desarrollando un trabajo de investigación titulada: "Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Lima Metropolitana, Lima-2024", para ostentar el título académico de Licenciatura en Psicología.

En ese sentido, le agradeceré que me brinde las facilidades que el caso amerita para realizar la presente investigación, con previa coordinación con los docentes que están a cargo de primero a quinto de secundaria, con el fin de aplicar 2 instrumentos psicométricos, considerando un tiempo de 30 minutos como máximo para el desarrollo de cada evaluación por aula.

Sin otro asunto particular, me despido de usted renovándole mi especial consideración y respeto.

Avila Alayo Erika Rocío
DNI: 71906129
Cel: 966400034

Mg. Valenzuela Moreno Erick



Pérez Chumbe Ysabel Jenny

Anexo 6: Informe del asesor de Turnitin

● 20% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 16% Base de datos de trabajos entregados
- 8% 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	hdl.handle.net Internet	7%
2	repositorio.ucv.edu.pe Internet	2%
3	Universidad Wiener on 2025-04-26 Submitted works	2%
4	Universidad Alas Peruanas on 2023-07-31 Submitted works	1%
5	repositorio.uwiener.edu.pe Internet	1%
6	repositorio.continental.edu.pe Internet	1%
7	Universidad Alas Peruanas on 2020-10-12 Submitted works	<1%
8	Universidad Peruana Cayetano Heredia on 2024-07-01 Submitted works	<1%