



Universidad  
Norbert Wiener

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

**Tesis**

Adicción a redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes  
de un colegio público, Ventanilla 2025

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

**Presentado por:**

**Autora:** Arevalo Romero, Carmen Liz Katherine


**Código ORCID:** <https://orcid.org/0009-0002-1767-3714>

**Asesor:** Dr. Caller Luna, Juan Bautista

**Código ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-6623-246X>

**Lima – Perú**

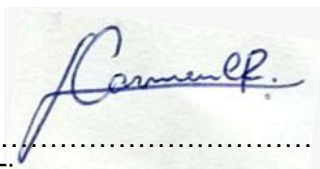
**2026**

 Universidad Norbert Wiener	<b>DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>	
	<b>CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-033</b>	<b>VERSIÓN: 01</b> <small>REVISIÓN: 01</small>
		<b>FECHA: 29/09/2025</b>

Yo, Carmen Liz Katherine Arevalo Romero 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 “Adicción A Redes Social e Insatisfacción de la Imagen Corporal en estudiantes de un Colegio Público, Ventanilla - 2025” Asesorado por el docente: CALLER LUNA, JUAN BAUTISTA, DNI 07143496, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6623-246X>, tiene un índice de similitud de **18 (dieciocho) %** con código 14912:503438748 verificable en el reporte de originalidad del software Turnitin.

Así mismo:

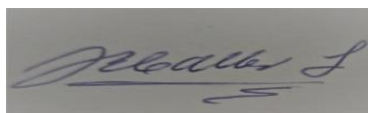
1. Se ha mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Se autoriza que el trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. 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

Carmen Liz Katherine Arevalo Romero  
DNI: 73200947

.....  
Firma de autor 2



.....  
Firma

CALLER LUNA, JUAN BAUTISTA  
DNI: 07143496

Lima, 29 de Septiembre de 2025

## **Dedicatoria**

**Este logro es dedicado a mi familia por su constante apoyo e inspiración, que estuvieron ahí en cada paso y caída, a mí misma por la perseverancia y determinación para alcanzar esta meta.**

### **Agradecimiento**

**A las dos mujeres de mi vida mi mamita y mi madre, les agradezco profundamente por su apoyo , amor y sacrificio , que me ha impulsado en todo momento para cumplir esta meta. Gracias por creer en mí y estar siempre en los momentos importantes.**

## Índice general

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice general .....	iv
Índice de tablas .....	vii
Índice de figuras .....	viii
Resumen .....	ix
Abstract.....	x
Introducción.....	xi
CAPITULO I: EL PROBLEMA .....	1
1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.2.1. Problema general .....	3
1.2.2. Problemas específicos.....	3
1.3 Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1. Objetivo general.....	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 Delimitaciones de la investigación .....	6
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 Antecedentes de investigación.....	7
2.2 Bases teóricas .....	13
2.2.1 Adicción a las redes sociales.....	13
2.2.2 Insatisfacción de la imagen corporal .....	17
2.3 Formulación de hipótesis.....	22
2.3.1 Hipótesis general.....	22
2.3.1 Hipótesis específicas .....	22
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....	23
3.1 Método de la investigación.....	23
3.2 Enfoque de la investigación.....	23
3.3 Tipo de investigación .....	24
3.4 Diseño de investigación.....	24
3.5 Población, muestra y muestreo .....	25
3.6 Variables y Operacionalización.....	26
3.7 Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	28
3.7.1 Técnica.....	28
3.7.2 Descripción de instrumentos.....	28

3.7.3 Validación .....	29
3.7.4 Confiabilidad .....	29
3.8 Procesamiento y análisis de datos .....	30
3.9 Aspectos éticos .....	30
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	32
4.1 Resultados.....	32
4.1.1. Análisis descriptivo de resultados.....	32
4.1.2 Prueba de hipótesis .....	35
4.1.3 Discusión de resultados .....	39
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	45
5.1 Conclusiones.....	45
5.2 Recomendaciones .....	46
REFERENCIAS .....	47
Anexo 1: Matriz de consistencia .....	54
Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos .....	57
Anexo 3: Validez del instrumento .....	61
Anexo 4: Confiabilidad del instrumento .....	63
Anexo 5: Aprobación de Comité de Ética.....	64
Anexo 6: Formato de Asentimiento informado.....	65
Anexo 7: Carta de aprobación de la institución para la recolección de los datos.....	66
Anexo 8: Informe del asesor de Turnitin.....	67

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Datos sociodemográficos de la muestra de estudio .....	32
<b>Tabla 2</b> Distribución de los niveles de Adicción a redes sociales .....	33
<b>Tabla 3</b> Distribución de los niveles de insatisfacción de la imagen corporal.....	34
<b>Tabla 4</b> Prueba de normalidad de la variable adicción a redes sociales .....	34
<b>Tabla 5</b> Prueba de normalidad de la variable insatisfacción de la imagen corporal.....	35
<b>Tabla 6</b> Correlación entre la adicción a redes 2sociales y la insatisfacción de la imagen corporal.....	36
<b>Tabla 7</b> Correlación entre obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal .....	37
<b>Tabla 8</b> Correlación entre falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal .....	38
<b>Tabla 9</b> Correlación entre uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal.....	39

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Diseño de alcance correlacional.....	24
--	----

## Resumen

El objetivo de la investigación fue establecer la relación que existe entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en adolescentes de secundaria de una institución educativa pública de Ventanilla durante el 2025. El estudio se enmarcó en un enfoque cuantitativo, de tipo básico, de diseño no experimental de alcance correlacional. La población estuvo compuesta por 480 estudiantes y la muestra por 309, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Para la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta, utilizando como instrumentos cuestionarios validados de Adicción a Redes Sociales (ARS) y el cuestionario IMAGEN. Los hallazgos descriptivos evidenciaron que el 50.2% de estudiantes presentó un el nivel medio de adicción de redes sociales siendo el nivel predominante, mientras que el 67.3% presento un nivel mínima o ausente de insatisfacción corporal siendo el nivel predominante. En el análisis inferencial, mostró una correlación positiva y moderada entre las variables ( $Rho = .473$ ;  $p < 0.001$ ). De igual modo, se hallaron asociaciones significativas en las dimensiones obsesión por estar conectado ( $Rho = .376$ ), falta de control personal ( $Rho = .435$ ) y uso excesivo de las redes sociales ( $Rho = .417$ ). En conclusión, se determinó que el incremento en la adicción a redes sociales guarda relación directa con mayores niveles de insatisfacción corporal, lo que plantea la necesidad de diseñar estrategias preventivas y programas psicoeducativos que fortalezcan la autoestima y orienten hacia un uso responsable de las plataformas digitales en la etapa escolar.

**Palabras clave:** Adicción, Redes sociales, Estereotipo, Estudiante

### **Abstract**

The objective of the research was to establish the relationship between social media addiction and body image dissatisfaction in high school adolescents from a public educational institution in Ventanilla during 2025. The study was framed within a quantitative approach, of a basic type, with a non-experimental design and correlational scope. The population consisted of 480 students and the sample of 309, selected through non-probability convenience sampling. For data collection, the survey technique was applied, using validated Social Media Addiction (ARS) questionnaires and the IMAGEN questionnaire as instruments. The descriptive findings showed that 50.2% of students presented a medium level of social media addiction being the predominant level, while 67.3% presented a minimal or absent level of body dissatisfaction being the predominant level. In the inferential analysis, a positive and moderate correlation between the variables was shown ( $Rho = .473$ ;  $p < 0.001$ ). Similarly, significant associations were found in the dimensions of obsession with being connected ( $Rho = .376$ ), lack of personal control ( $Rho = .435$ ), and excessive use of social media ( $Rho = .417$ ). In conclusion, it was determined that the increase in social media addiction is directly related to higher levels of body dissatisfaction, which raises the need to design preventive strategies and psychoeducational programs that strengthen self-esteem and guide responsible use of digital platforms during the school years.

**Keywords:** Addiction, Social Media, Stereotype, Student

## **Introducción**

El uso intensivo de redes sociales en los adolescentes se ha convertido en una preocupación, pues influye tanto en sus vínculos interpersonales como en la valoración de su imagen personal. La exposición continua a modelos de belleza idealizados provoca comparaciones que generan insatisfacción, baja autoestima y, en consecuencia, repercusiones negativas en su salud mental y desarrollo socioemocional de los adolescentes.

El primer capítulo de la investigación presenta el problema central, formula la pregunta general y los problemas específicos, y plantea los objetivos de estudio, destacando la justificación en sus dimensiones teórica, metodológica y práctica, así como las delimitaciones de tiempo, espacio y población.

En el segundo capítulo se revisan antecedentes internacionales, regionales y nacionales que permiten comprender la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal, además de exponer las bases conceptuales y teóricas que respaldan la construcción de las hipótesis.

En el tercer capítulo se expone la metodología empleada y se precisa la población total, la muestra y el muestreo utilizado, así como los instrumentos y su proceso de validación y confiabilidad. Asimismo, se expone el procesamiento del análisis de datos y los aspectos éticos.

El cuarto capítulo se centra en la presentación de los resultados descriptivos e inferenciales para responder a los objetivos e hipótesis propuestas. Asimismo, se desarrolla la discusión en base a los resultados hallados.

Finalmente, en el quinto capítulo se exponen las conclusiones obtenidas por cada objetivo y se formulan las recomendaciones correspondientes según los hallazgos obtenidos en la investigación

## CAPITULO I: EL PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento del problema

Se ha vuelto notorio la influencia actual de las redes sociales en los adolescentes y en como perciben la apariencia física. En los últimos años la adicción a redes social a sido más común entre adolescentes, quienes pasan gran parte de su tiempo en las plataformas como Instagram , Facebook y TikTok , esta dependencia no solo llega a afectar su desarrollo cognitivo, sino también su interacción social. La constante exposición a imágenes retocadas, cuerpos idealizados y estándares de belleza pueden generar comparaciones negativas, induciendo insatisfacción en su propia imagen, esto puede llevar a baja autoestima, ansiedad e incluso trastornos alimenticios (TCA), lo que nos lleva a una problemática urgente dentro de un entorno escolar.

En la Oficina Regional de la Organización Mundial de la Salud, (OMS, 2024) evidencian un notable incremento en el uso problemático de redes sociales entre adolescentes, pasando del 7% en 2018 al 11% en 2022. Este aumento genera serias inquietudes respecto al impacto que las tecnologías digitales pueden tener en la salud mental y el bienestar emocional y físico juvenil.

En el contexto mundial, las redes sociales se han convertido en un medio dominante de interacción, especialmente entre adolescentes, quienes las utilizan con mayor frecuencia (Aliverdi et al., 2022). No obstante, el uso descontrolado de internet puede derivar en una adicción, evidenciada por síntomas cognitivos, conductuales y fisiológicos.

En tal sentido, la prevalencia global de la adicción a las redes sociales en la población en general es del 17,42% (Meng et al., 2022).

En las últimas tres décadas, las redes sociales vienen promoviendo ideales físicos que se han convertido en referentes desde edades tempranas. Actualmente, la apariencia física

domina en redes sociales, generando procesos como la comparación social y la internalización de cuerpos idealizados (Jiotsa et al., 2021). Por ello, en países de Europa existe una alta prevalencia de insatisfacción con la imagen corporal, por ejemplo, como países de Etiopía donde se identificaron que el 18,5 % de los adolescentes presentaban insatisfacción corporal, en Rusia el 57 % de los adolescentes manifiestan malestar con su imagen corporal y en Asia se reportan que el 73,5 % de los adolescentes no están satisfechos con su cuerpo (Jebero et al., 2025; Pogodina et al., 2024; Liyanage et al., 2021).

En Latinoamérica, en relación al uso de redes sociales, se identificó una gran cantidad de estudios que reportaron altos niveles de adicción a estos medios digitales en más de un tercio de la población adolescente teniendo problemas psicológicos y de autoestima tanto emocional y físicos (Colonio, 2023). En tal sentido, se pudo evidenciar un aumento sostenido en los niveles de insatisfacción corporal entre adolescentes en esta región. Por ejemplo, en Brasil, Gonzaga et al., (2023) menciona que la mayoría de los jóvenes brasileños manifiestan insatisfacción con su imagen corporal, con una prevalencia del 65,2 % en 2007 y del 71,1 % en 2017/2018, reflejando un incremento del 9,2 % en una década. De manera similar, en Colombia, el 36,77 % de las adolescentes presentan niveles de insatisfacción corporal, acompañados de una baja imagen corporal positiva, fuerte interiorización de ideales de belleza y una notable percepción de presión mediática (Gongora et al., 2024)

En el contexto peruano, Estrada-Araoz et al., (2024) menciona que los adolescentes peruanos pueden llegar a desarrollar niveles moderados de insatisfacción con su imagen corporal. Esto puede reflejar como evidencia de una prevalencia considerable de malestar relacionado con la percepción del propio cuerpo entre los adolescentes peruanos que pueden asociarse a factores externos. En tal sentido, esta masiva y creciente presencia digital se ha visto reflejada en el comportamiento de los jóvenes, evidenciando que la

mayoría de ellos pueden presentar niveles moderados o muy altos de dependencia hacia las redes sociales, lo que confirma una tendencia preocupante en cuanto al uso intensivo de estas plataformas y sus posibles repercusiones en la salud mental y el desarrollo personal de los adolescentes peruanos.

En un colegio público de Ventanilla, se ha evidenciado un aumento preocupante en el empleo desmedido de medios digitales sociales de los alumnos de nivel secundaria, situación que ha coincidido con una creciente insatisfacción con la imagen corporal. Esta constante exposición ha favorecido tener una imagen comparativa social fiada en la apariencia física, especialmente entre las mujeres, generando malestar y afectando negativamente la autoestima. A pesar de la relevancia del problema, la institución educativa aún no implementa estrategias concretas que aborden la asociación del uso descontrolado de redes sociales y la percepción corporal, lo cual representa un riesgo para el bienestar emocional y la salud mental del estudiantado.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es la relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025?

### **1.2.2. Problemas específicos**

#### **Problema específico 1**

¿Cuál es la relación que existe entre la dimensión obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025?

### **Problema específico 2**

¿Cuál es la relación que existe entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025?

### **Problema específico 3**

¿Cuál es la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

### **Objetivo específico 1**

Establecer la relación que existe entre la dimensión obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

### **Objetivo específico 2**

Establecer la relación que existe entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

### **Objetivo específico 3**

Establecer la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

## **1.4 Justificación de la investigación**

### **1.4.1 Teórica**

Este estudio buscó ampliar el marco del conocimiento existentes respecto a la asociación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen corporal en adolescentes, contrastando los hallazgos obtenidos con modelos teóricos propuestos. Al hacerlo, se pretendió identificar concordancias o discrepancias entre la teoría y la realidad observada en el contexto escolar público de Ventanilla, lo que permitirá enriquecer la comprensión de ambas variables en una población específica.

### **1.4.2 Metodológica**

Debido a que, la investigación adoptó un diseño no experimental, por lo que es de suma importancia ya que, se estudiaron las variables en su estado actual, sin intervención alguna del investigador, siendo fundamental para identificar patrones de asociación entre el nivel de uso problemático de redes sociales y la percepción corporal de los adolescentes. Asimismo, el alcance correlacional es apropiado porque permitió determinar la existencia y el grado de relación entre ambas variables, lo que resulta clave para comprender cómo las variables de estudio responden entre sí, lo que permitió realizar recomendaciones con una base sólida.

### **1.4.3 Práctica**

Desde lo práctico, los resultados del estudio fueron evidencia y las recomendaciones como base, sirvieron para que la institución educativa promueva de programas de intervención psicoeducativa orientados a reducir el uso problemático de redes sociales y prevenir los efectos negativos sobre la percepción corporal en adolescentes. Esto cobra especial relevancia en un contexto escolar público, donde se requiere de estrategias que fortalezcan el bienestar emocional y la autoestima de los estudiantes en etapa formativa.

### **1.5 Delimitaciones de la investigación**

#### **Temporal**

Se ejecutó durante el semestre que comprende los meses de junio y julio del año 2025, donde los estudiantes se encuentran en el segundo bimestre de su periodo educativo, siendo un periodo que se encontraba en una mayor actividad académica y social, lo cual es relevante para esta investigación.

#### **Espacial**

El presente estudio se desarrolló en la I.E. N° 5124 “Libertador Simón Bolívar”, ubicada en el Asentamiento Humano Pachacutec – Ventanilla que contiene equipamientos básicos para la población y su índice de peligrosidad es medio ya que existe relativamente zonas inseguras dentro del sector.

#### **Población o unidad de análisis**

La unidad de análisis, fue conformado por estudiantes de una institución educativa de ventanilla de nivel secundario de 3ro a 5to grado que cumplieron los criterios de inclusión y exclusión para el desarrollo de los cuestionarios.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de investigación

En el contexto internacional, Losada et al. (2022) propusieron hallar la influencia del uso de redes sociales en la creencia del ideal de delgadez en mujeres adolescentes de 16 a 19 años residentes en el área metropolitana de Buenos Aires. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativa, con diseño de no experimento, transversal, descriptivo y relacional. Se desarrollaron dos instrumentos validados: el Cuestionario de Frecuencia del Uso de Redes Sociales (elaborado ad hoc) y el Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3 (SATAQ-3), a una muestra no probabilística por conveniencia de 98 mujeres estudiantes. Los resultados evidenciaron un uso intensivo de redes sociales ( $M = 4.01$ ,  $DE = 1.3$ ), siendo el 79 % de las participantes usuarias frecuentes (puntajes 4 y 5). Se encontró una relación significativa, positiva y moderada entre el uso de redes sociales y la internalización del ideal de delgadez ( $r = 0.399$ ;  $p = 0.000$ ); con la dimensión “información” la relación fue moderada ( $r = 0.525$ ;  $p = 0.000$ ) y con la “internalización general” fue baja pero significativa ( $r = 0.261$ ;  $p = 0.009$ ). Se concluye que una mayor exposición a redes sociales está asociada con una mayor adopción de ideales socioculturales de delgadez, lo que resalta la necesidad de estrategias educativas para contrarrestar los efectos negativos de estos contenidos en la percepción corporal adolescente.

Asimismo, Kwon et al. (2022) tuvieron el propósito de examinar la asociación entre la duración del uso de smartphones y los tipos de contenido más frecuentemente consumidos con la distorsión de la imagen corporal y las conductas de pérdida de peso en adolescentes

coreanos. Se estableció un enfoque cuantitativo, de tipo observacional y diseño transaccional, basada en una muestra nacional representativa de 53 133 adolescentes entre 12 y 18 años que participaron en la encuesta Korea Youth Risk Behavior Web-Based Survey 2017. Entre los resultados inferenciales, se encontró que el uso prolongado de smartphones ( $\geq 301$  min/día) se asoció significativamente con una mayor distorsión de la imagen corporal tanto en varones (OR = 1.17; IC95%: 1.07–1.28) como en mujeres (OR = 1.20; IC95%: 1.10–1.30), así como con el uso de estrategias inadecuadas para perder peso (varones: OR = 1.54; mujeres: OR = 2.45). Además, el uso de contenido interactivo (como redes sociales, foros y chats) se relacionó con mayor actividad física en varones, pero con más intentos y estrategias inadecuadas de pérdida de peso en mujeres (OR = 1.34–1.57). Se concluye que tanto el tiempo como el tipo de contenido consumido en smartphones tienen un impacto significativo en la percepción corporal y las conductas asociadas a la pérdida de peso, lo que evidencia la necesidad de incluir estrategias educativas de alfabetización digital que promuevan un uso saludable de estas tecnologías en adolescentes.

Seguidamente, Schreurs & Vandenbosch (2022) tuvieron el objetivo de analizar la relación dentro del individuo entre diversas interacciones en redes sociales centradas en la apariencia y la insatisfacción corporal en adolescentes. Se llevó a cabo un estudio con 1032 estudiantes de escuelas secundarias flamencas como muestra, entre 11 y 22 años ( $M = 14.55$ ;  $DE = 1.65$ ), utilizando un enfoque cuantitativo, de diseño no experimento y tipo relacional intraindividual. Se aplicaron escalas validadas centrado en la apariencia y la insatisfacción corporal mediante una escala de discrepancia entre figura actual e ideal. Los resultados mostraron que no hubo asociaciones significativas dentro del individuo entre la exposición, los “me gusta” o los comentarios y la insatisfacción corporal en el tiempo (rechazando H1–H3). Sin embargo, sí se encontró que un aumento en la publicación de contenido centrado en la apariencia predijo una disminución en la insatisfacción corporal

( $\beta = -.167$ ,  $p < .05$ ). Además, se observaron diferencias de género: los varones mostraron una disminución significativa en la insatisfacción corporal al aumentar la exposición ( $\beta = -.257$ ,  $p < .05$ ), lo que no ocurrió en mujeres. Se concluye que publicar contenido propio relacionado con la apariencia puede tener un efecto afirmativo en la imagen corporal, especialmente en varones, mientras que otras formas de interacción no mostraron impacto significativo. Estos hallazgos sugieren que la relación entre redes sociales e imagen corporal depende del tipo de interacción y del género, y que fomentar publicaciones auténticas podría ser beneficioso para el bienestar de los adolescentes.

Por otro lado, Çimke y Yildırım (2023) tuvieron el propósito de identificar los factores que afectan la percepción de la imagen corporal, la adicción a las redes sociales y la conciencia sobre la apariencia en redes sociales en adolescentes turcos de 12 a 18 años. El enfoque fue cuantitativo, con diseño de no experimento, transaccional y relacional, sobre una muestra de 1667 escolares. Se aplicaron la Escala de Imagen Corporal (BIS), la Escala de Adicción a Redes Sociales para Adolescentes (SMASA) y la Escala de Conciencia sobre la Apariencia en Redes Sociales (ASMC). Los resultados revelaron que el ser mujer, usar filtros, compartir más de tres imágenes al día, y pasar más de 4 horas diarias en redes sociales fueron predictores significativos de mayor adicción, conciencia y percepción negativa de la imagen corporal ( $p < 0.001$ ). Además, el análisis de regresión mostró que los puntajes de BIS y SMASA explicaron el 36% de la varianza en la conciencia sobre la apariencia en redes sociales ( $R^2 = 0.361$ ). Se hallaron correlaciones positivas moderadas entre ASMC y BIS ( $r = 0.532$ ), ASMC y SMASA ( $r = 0.450$ ), y BIS y SMASA ( $r = 0.357$ ), todas con  $p < 0.001$ . En conclusión, el estudio demuestra que la percepción negativa del cuerpo y la adicción a redes sociales predicen significativamente la conciencia sobre la apariencia, sugiriendo la necesidad de intervenciones educativas y programas de alfabetización mediática para mitigar estos efectos en adolescentes.

Finalmente, Sarman y Çiftci (2024) tuvieron como objetivo examinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la conciencia relacionada con la apariencia en redes sociales en adolescentes turcos. Se empleó una metodología cuantitativa, tipo descriptivo-correlacional, con diseño transaccional. La muestra estuvo compuesta por 1009 adolescentes de entre 14 y 18 años, seleccionados mediante muestreo por conglomerados en escuelas secundarias públicas del este de Turquía. Se aplicaron dos cuestionarios de investigación. Los resultados revelaron niveles moderados de adicción a redes ( $M = 15.89$ ;  $DE = 5.45$ ) y conciencia sobre apariencia ( $M = 44.34$ ;  $DE = 18.21$ ). El análisis de correlación de Pearson mostró una relación directa y con significancia de ambas variables ( $r = 0.60$ ;  $p < 0.001$ ), y el modelo de ecuaciones estructurales confirmó que el tiempo de uso diario de redes sociales predice significativamente tanto la adicción ( $\beta = 0.79$ ;  $p < 0.001$ ) como la conciencia sobre la apariencia corporal ( $\beta = 0.96$ ;  $p < 0.001$ ). Además, se observó que las adolescentes mujeres presentaron puntuaciones más altas en ambas escalas. En conclusión, el estudio confirmó que un mayor tiempo de exposición y uso de redes sociales se relaciona con niveles altos de adicción y mayor problema por la apariencia en redes, lo que plantea la necesidad de implementar intervenciones escolares orientadas a un uso consciente y saludable de estas plataformas.

Referente a los antecedentes nacionales, Chanamé y Ramírez (2024) tuvieron como propósito establecer la asociación de la adicción a las redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de una I.E de Chiclayo en el año 2023. Se empleó una metodología de tipo básica, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental, transversal y correlacional-descriptivo. La muestra se estableció 252 estudiantes entre 12 y 17 años, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Se aplicaron dos instrumentos: el Cuestionario (ARS) y el Cuestionario IMAGEN. Entre los principales resultados, se halló una correlación positiva media y significativa entre ambas variables

( $Rho = 0.514$ ,  $p < .001$ ); además, el 38.5 % presentó un nivel alto de adicción y el 42.5 % un nivel severo de insatisfacción corporal. Respecto a las dimensiones, se evidenció una correlación positiva media con la dimensión cognitivo-emotiva ( $Rho = 0.47$ ,  $p < .001$ ), y correlaciones positivas débiles con la dimensión perceptiva ( $Rho = 0.27$ ,  $p < .001$ ) y la comportamental ( $Rho = 0.328$ ,  $p < .001$ ). Se concluye que, se halló una asociación con significancia estadística entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en la muestra estudiada.

Asimismo, Nuñez y Rodríguez (2024) tuvo como propósito, determinar la relación entre el uso de las redes sociales y la imagen corporal en adolescentes de cuarto grado de secundaria en la ciudad de Chiclayo durante el 2022. El estudio se fue de tipo básico, con diseño de no experimento, transaccional y relacional; se desarrolló un muestreo no probabilístico por conveniencia a una muestra de 83 estudiantes entre 14 y 15 años. Para la recopilación de información de datos se utilizó la Escala de Riesgo de Adicción a Redes Sociales e Internet (ERA-RSI) y el Body Shape Questionnaire (BSQ), dichos instrumentos fueron validados y con adecuada confiabilidad. Los resultados mostraron una asociación positiva media entre el uso de redes sociales y la imagen corporal ( $\rho = 0.463$ ,  $p = .000$ ), así como correlaciones similares con las dimensiones insatisfacción corporal ( $\rho = 0.417$ ), malestar con la imagen ( $\rho = 0.410$ ) y devaluación de la figura ( $\rho = 0.418$ ), todas con significancia estadística ( $p < .001$ ). Se concluye que el empleo de redes sociales se asocia significativamente con niveles altos de insatisfacción corporal, malestar y devaluación de la figura, lo que evidencia un impacto negativo en la percepción corporal de los adolescentes.

Seguidamente, Quispe (2024) tuvo que identificar la relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes de una institución educativa privada de Espinar, Cusco, durante el año 2023. Se empleó una metodología de tipo descriptivo–

correlacional, cuantitativa y diseño de no experimento de corte transaccional. La muestra estuvo conformada por 127 estudiantes de ambos sexos, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Para recopilar la información, se empleó el cuestionario ARS y el cuestionario IMAGEN, ambos con validez y confiabilidad adecuadas. Entre los resultados más relevantes, se encontró una correlación positiva significativa entre las dos variables principales ( $p < 0.05$ ), sugiriendo que, a más adicción a redes sociales, mayor es la insatisfacción corporal en los adolescentes evaluados. Asimismo, se observó que las dimensiones obsesión por las redes sociales ( $r=0.32$ ); falta de control personal ( $r=0.38$ ) y uso excesivo de las redes sociales ( $r=0.37$ ) se asocian significativamente con la insatisfacción de la imagen corporal. Se concluye, que se halló una asociación directa y significativa entre el uso excesivo de redes sociales y la apreciación negativa de la imagen corporal, lo que destaca la importancia de diseñar estrategias preventivas desde el entorno educativo y familiar.

Por otro lado, Osorio y Perez (2024) tuvo el propósito establecer la relación entre la insatisfacción de la imagen corporal y las redes sociales, depresión y rasgos de personalidad en adolescentes del primero al quinto año de secundaria de la I.E.P. San Agustín de Huánuco, 2022. Se trató de una investigación observacional, analítica, de enfoque cuantitativo y diseño transversal, con una muestra aleatoria estratificada de 163 estudiantes. Para recolectar los datos, se aplicaron la escala de siluetas y el ERA-RSI. Los resultados indicaron que, no se encontraron relaciones significativas entre la insatisfacción corporal y las redes sociales ( $p = 0.103$ ) ni con la depresión ( $p = 0.231$ ); en contraste, sí se identificó una asociación con significancia entre la insatisfacción corporal y el rasgo de personalidad extraversión ( $p = 0.010$ ), así como con el sexo ( $p = 0.005$ ). En conclusión, la insatisfacción de la imagen corporal está influida significativamente por factores de personalidad y sexo, pero no por redes sociales ni síntomas depresivos.

Finalmente, Escurra (2022) tuvo el fin de establecer la relación entre la imagen corporal y la adicción a redes sociales en estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Pedro Gálvez Egúsqiza, Lima, durante el año 2022. La investigación fue básica, cuantitativa, nivel relacional y diseño de no experimento de corte transaccional. La muestra fue compuesta por 151 alumnos entre 13 y 17 años, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Se aplicaron IMAGEN y el Cuestionario ARS, ambos instrumentos validados y confiables. Los resultados inferenciales indicaron una asociación positiva moderada y significativa entre la imagen corporal y la adicción a redes sociales ( $\rho = 0.445$ ;  $p < 0.01$ ). En cuanto a las dimensiones, se encontró una correlación significativa entre imagen corporal y obsesión por las redes sociales ( $\rho = 0.351$ ;  $p < 0.01$ ), falta de control personal ( $\rho = 0.335$ ;  $p < 0.01$ ) y uso excesivo de redes sociales ( $\rho = 0.362$ ;  $p < 0.01$ ). En conclusión, el estudio evidencia que a más nivel de adicción a las redes sociales se asocia significativamente con más insatisfacción de la imagen corporal, por lo que se recomienda implementar programas preventivos que fomenten el uso saludable de estas plataformas y fortalezcan la autoestima en adolescentes.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Adicción a las redes sociales**

Hassan et al. (2025) define que la adicción a las redes sociales es un patrón de uso excesivo y compulsivo de las plataformas sociales que interfiere con la vida diaria, caracterizado por un deseo intenso de conectarse, dificultad para controlar el tiempo en línea y el uso continuo a pesar de las consecuencias negativas, como la pérdida de control, la interferencia en la funcionalidad académica y social, y la persistencia del comportamiento a pesar de efectos adversos.

Asimismo, Arslan et al. (2025) menciona que un patrón de uso excesivo de redes sociales caracterizado por una fuerte preocupación por estas plataformas, una necesidad incontrolable de usarlas, y el empleo continuo de las mismas a pesar de experimentar consecuencias negativas en la vida diaria. La adicción a las redes sociales es un comportamiento compulsivo y descontrolado caracterizado por el uso excesivo de plataformas digitales, que interfiere negativamente en la vida personal, esta conceptualización se basa en los criterios comunes como la obsesión de estar conectado, alteración del estado de ánimo como la pérdida de control, la saliencia, la tolerancia, el conflicto interpersonal y el uso excesivo de las redes a pesar del daño que puede causar (González et al., 2021).

### **Teoría Cognitivo-Conductual: Beck**

El modelo cognitivo-Conductual propuesto por Beck et al. (2001) explica que las conductas adictivas se mantienen a través de la interacción entre pensamientos disfuncionales, emociones negativas, patrones de conducta desadaptativos y desarraigo social. Este enfoque sostiene que las personas con adicciones poseen esquemas cognitivos disfuncionales y creencias nucleares negativas sobre sí mismas, como la percepción de incapacidad para afrontar el malestar emocional, lo cual las lleva a buscar alivio inmediato mediante el consumo de sustancias o conductas adictivas. Ante situaciones estresantes o emociones intensas, se activan pensamientos automáticos que justifican la conducta adictiva, generando un ciclo de alivio momentáneo seguido de culpa y vergüenza, lo que refuerza la adicción.

### **Teoría del desarraigo social: Bruce**

Bruce (2008) sostiene que la adicción no debe entenderse únicamente como una enfermedad individual, sino como una respuesta a contextos de aislamiento y desconexión

social. A través del experimento "Rat Park", Alexander demostró que los animales mantenidos en ambientes estimulantes, sociales y libres de estrés consumían significativamente menos morfina que aquellos enjaulados y aislados, a pesar de tener igual acceso a la droga. Este hallazgo llevó al autor a concluir que las condiciones de vida empobrecidas y carentes de vínculos significativos aumentan la vulnerabilidad a las conductas adictivas. En este sentido, la adicción se interpreta como una forma de escape frente a un entorno socialmente empobrecido, más que como una mera consecuencia de la exposición a sustancias. Así, Alexander resalta la importancia de los lazos sociales, el sentido de pertenencia y el entorno comunitario en la prevención y tratamiento de las adicciones.

### **Teoría del modelo de adicción a internet: Young**

Desde el punto de vista de una de las pioneras en el estudio de la adicción a Internet. Young (1998) fundamenta que la adicción a Internet es definida como un trastorno del control de impulsos no relacionado con sustancias, que se manifiesta a través de un uso excesivo y problemático de Internet, el cual genera una alteración significativa en la vida del individuo. Esta conducta adictiva se caracteriza por la necesidad compulsiva de conectarse, la pérdida de control sobre el tiempo en línea, el descuido de responsabilidades personales o laborales, y la presencia de malestar o irritabilidad cuando no se puede acceder a la red. Para Young, este tipo de adicción comparte similitudes clínicas con otras adicciones conductuales, como el juego patológico incluyendo síntomas como la pérdida de control sobre el tiempo en línea, la necesidad creciente de conectarse (tolerancia), el malestar o falta de control cuando no se puede acceder (síntomas de abstinencia), y la persistencia en el uso a pesar de las consecuencias negativas.

En este sentido, como primera dimensión obsesión por estar conectado a redes sociales, se distingue por una constante necesidad de estar conectado, manifestando pensamientos

recurrentes y una preocupación intensa cuando no se tiene acceso a las redes sociales. Esta inquietud genera un malestar emocional que puede interferir con otras actividades cotidianas, afectando tanto el bienestar personal como las relaciones sociales (González et al., 2021).

Asimismo, Salas-Blas et al. (2022) infiere que se relaciona con la presencia constante de pensamientos, fantasías e imágenes mentales acerca de lo que ocurre en las redes sociales, incluso cuando no se está conectado a ellas. Esta manifestación cognitiva refleja una atención persistente hacia el entorno digital, donde el individuo imagina conversaciones, publicaciones o eventos que podrían estar desarrollándose en su ausencia.

La segunda dimensión, falta de control en el uso de las redes, hace referencia a una preocupación persistente relacionada con el estado anímico por la falta de control en el uso de las redes sociales, lo que conlleva a generar situaciones de estrés, ansiedad, tristeza y desesperación, repercutiendo en actividades académicas o laborales derivando en una interferencia significativa en la rutina diaria, afectando el rendimiento y la organización del tiempo (González et al., 2021).

En congruencia con Salazar-Concha et al. (2021) infiere que es la incapacidad para autorregular el tiempo dedicado a estar conectado a las redes sociales, lo que conlleva a dejar de lado a las tareas escolares, el trabajo, la socialización o el autocuidado. Esta falta de control se traduce en una conducta impulsiva y reiterativa, donde la conexión digital se convierte en una prioridad, incluso cuando interfiere con las obligaciones diarias.

Finalmente, la tercera dimensión, uso excesivo de las redes, indaga sobre la percepción que tienen los individuos respecto al tiempo prolongado que permanecen conectados a las redes sociales, explorando si consideran este hábito como excesivo, necesario o incluso perjudicial. Asimismo, permite identificar si el uso prolongado genera sentimientos de

culpa, ansiedad o insatisfacción, repercutiendo en el bienestar emocional y las relaciones interpersonales (González et al., 2021).

Por ello, el uso excesivo de las redes sociales contribuye al deterioro de la salud mental, ya que diversos estudios destacan efectos negativos como la depresión, la disminución de la autoestima, el aumento del estrés, la fatiga, la ansiedad, así como alteraciones del sueño y agotamiento emocional (Armaza, 2023).

### **2.2.2 Insatisfacción de la imagen corporal**

Se conceptualiza como las percepciones negativas o descontento de los individuos respecto a su apariencia física, asociadas a menudo con estándares de belleza poco realistas y presiones sociales como virtuales que provocan angustia emocional, baja autoestima y problemas conductuales. Los autores destacan que esta forma desadaptativa de imagen corporal es un precursor importante de diversos trastornos biopsicosociales, como los trastornos de la conducta alimentaria, problemas de salud mental, lo que subraya la necesidad de su detección temprana y de intervenciones preventivas adecuada (Al-Busaidi et al., 2025).

Asimismo, Fastoso et al. (2021) expone que la necesidad de autopresentarse puede ser causada por una discrepancia entre la autoimagen real y la ideal, es decir, una diferencia entre cómo alguien se ve a sí mismo (la autoimagen real) y cómo le gustaría ser visto (la autoimagen ideal). Las investigaciones muestran que los adolescentes son especialmente propensos a tener una discrepancia entre la autoimagen real y la ideal más pronunciada debido a la centralidad de los procesos de formación de la identidad experimentados durante su período de desarrollo influenciados por agentes externos como, medios televisivos, redes sociales o tendencias, causando que las personas buscan presentarse de

maneras socialmente aceptables, por ejemplo, aumentando su atractivo a los ojos de los demás tomando como vía rápida ritmo y de amplia distribución a través de los sitios de redes sociales.

Bajo esta premisa se entiende que el uso de redes sociales es un fenómeno creciente en el cual la exposición frecuente a imágenes idealizadas y estereotipadas del cuerpo en plataformas digitales genera sentimientos de inadecuación, comparación social y disconformidad con el propio cuerpo de las personas internalizando la idea de conseguir la imagen ideal en base a un modelo (Dos Santos et al., 2023).

### **Teoría de la imagen corporal: Schilder**

Schilder (1999) enfatiza que la imagen que una persona tiene de su propio cuerpo no es meramente una percepción física, sino una construcción psíquica compleja que integra sensaciones, experiencias emocionales y relaciones sociales. Según Schilder, el esquema corporal es una representación interna dinámica que se forma a partir de la interacción entre las sensaciones propioceptivas (como el equilibrio y la postura), las percepciones visuales y táctiles, y los factores psicológicos como la autoestima y la identidad. Esta representación del cuerpo influye en la manera en que nos movemos, nos relacionamos con el entorno y nos percibimos a nosotros mismos, siendo fundamental en el desarrollo de la personalidad y en el establecimiento de la conciencia corporal.

Asimismo, según Vaquero-Cristóbal et al. (2013) la imagen del cuerpo es entendida como la representación mental que un ser humano tiene sobre su cuerpo, la cual no siempre guarda relación con su apariencia física real. Esta imagen está influenciada por componentes perceptuales, cognitivos, afectivos y conductuales. Los autores destacan que los estándares culturales actuales, especialmente los modelos prodelgadez, afectan

negativamente la percepción corporal, sobre todo en mujeres adolescentes y jóvenes. Esta presión sociocultural genera insatisfacción con el propio cuerpo, lo cual puede derivar en conductas de riesgo como dietas restrictivas o trastornos de la conducta alimentaria (TCA).

### **Teoría del modelo multidimensional de la imagen Corporal: Cash y Pruzinsky**

Por otro lado, la Teoría del modelo multidimensional de la imagen Corporal propuesta por Cash & Pruzinsky (2004) la imagen corporal como una construcción multidimensional que incluye percepciones, actitudes, pensamientos y comportamientos que una persona desarrolla respecto a su propio cuerpo. Los autores destacan que la imagen corporal no es simplemente una representación física, sino una experiencia subjetiva influenciada por factores psicológicos, sociales y culturales. Esta experiencia puede fluctuar en el tiempo y estar modulada por la interacción entre el contexto sociocultural —como los estándares de belleza y los medios de comunicación y los procesos internos del individuo, como la autoestima, la autoevaluación y las emociones. En este sentido, Cash y Pruzinsky subrayan la importancia de entender la imagen corporal como un fenómeno dinámico que puede impactar significativamente en la salud psicológica y el bienestar general de la persona.

Por ello, Cash (2012), a través de su Modelo Multidimensional Body Image Construct, plantea que la imagen corporal no es un concepto unidimensional, sino una estructura compleja conformada por cuatro dimensiones interrelacionadas: perceptual, cognitiva, afectiva y conductual. La dimensión perceptual se refiere a cómo una persona identifica la forma de su cuerpo; la cognitiva involucra las creencias y pensamientos que tiene sobre su apariencia; la afectiva comprende los sentimientos que genera esa autoevaluación corporal, y la conductual abarca las acciones que resultan de esa percepción, como la evitación o el control de peso. Para operacionalizar esta teoría, Cash desarrolló instrumentos como el Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire (MBSRQ), el cual permite medir de manera precisa las distintas facetas de la imagen corporal en contextos clínicos y de

investigación, facilitando la comprensión de su impacto en la salud psicológica y en la conducta individual.

Solano-Pinto et al. (2017) mencionan que la inconformidad de la imagen corporal está relacionado al desagrado o incomodidad que una persona experimenta respecto a su propio cuerpo. Según la literatura, la presencia de esta insatisfacción es un factor clave que impulsa a los individuos a modificar su apariencia mediante dietas restrictivas o conductas compensatorias y purgativas, por ello, desde la perspectiva de Cash y su Modelo Multidimensional del Constructo de Imagen Corporal se considera tres factores: Cognitivo-emocional, perceptivo y comportamental.

Como primera dimensión, Cognitivo-emocional, se refiere a los pensamientos, creencias y valoraciones que una persona tiene sobre su apariencia física, así como las emociones que estas cogniciones suscitan, por ello, las evaluaciones cognitivas negativas sobre el propio cuerpo pueden generar sentimientos de insatisfacción, vergüenza, ansiedad o tristeza, afectando así el bienestar psicológico y la conducta relacionada con la apariencia (Cash, 2012).

Asimismo, Behar et al. (2021) indica que lo cognitivo se relaciona al momento en que el individuo reflexiona sobre sus pensamientos, auto-mensajes y creencias respecto a su imagen corporal, mientras que lo afectivo les permite adoptar una visión crítica y de desagrado hacia el tamaño de su cuerpo. Por lo general, aunque no de manera absoluta, la percepción distorsionada y la insatisfacción suelen manifestarse de forma simultánea y están estrechamente relacionadas en una misma persona. Esta interacción puede intensificarse en contextos donde predomina la comparación social o la exposición constante a ideales corporales irreales, lo que incrementa el malestar emocional y la búsqueda de cambios físicos poco saludables.

En la dimensión perceptiva, se evalúa la capacidad de una persona para percibir con exactitud su apariencia física, considerando posibles distorsiones en la estimación del tamaño corporal, ya sea del cuerpo en su totalidad o de zonas específicas. Esta evaluación puede realizarse a través de distintos métodos, que van desde el uso de siluetas o figuras simples, hasta herramientas tecnológicas más avanzadas, como programas informáticos que permiten a los individuos modificar imágenes digitales de su propio cuerpo para representar cómo lo perciben (Cash, 2012).

Por otro lado, menciona que el componente perceptivo se refiere al nivel de exactitud con el que una persona percibe y evalúa las proporciones de su propio cuerpo. Las teorías más recientes sobre la insatisfacción corporal destacan la influencia conjunta de los factores cognitivos y emocionales en dicha percepción, lo cual se manifiesta frecuentemente en la sobreestimación del tamaño corporal, acompañada de juicios negativos que reflejan el malestar con la propia imagen (René et al., 2021).

Finalmente, la dimensión comportamental, son actitudes hacia la imagen corporal siendo formas disposicionales de pensar (cogniciones), sentir (afecto o emociones) y comportarse con respecto a un objeto o entidad; en este caso, la propia apariencia física. Estas conductas pueden ser de carácter evitativo, compensatorio o de vigilancia, e incluyen actividades como evitar situaciones sociales, revisar constantemente el cuerpo frente al espejo, realizar ejercicios excesivos o seguir dietas estrictas (Cash, 2012).

Asimismo, el componente comportamental se expresa mediante aquellas acciones que la persona realiza con la intención de alterar su figura corporal, reducir su peso, aliviar el malestar o retomar el control sobre su cuerpo. Las percepciones subjetivas acerca de lo que puede influir en el peso generan una amplia variedad de conductas, que van desde el uso excesivo de la balanza o de prendas ajustadas para monitorear el peso o la silueta corporal,

hasta la conducta opuesta, como evitar el contacto visual o físico con el propio cuerpo (Peinado et al., 2021).

## **2.3 Formulación de hipótesis**

### **2.3.1 Hipótesis general**

**Hi:** Existe relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

**Ho:** No existe relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

### **2.3.1 Hipótesis específicas**

#### **Hipótesis específica 1**

**Hi:** Existe relación entre la dimensión obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

**Ho:** No existe relación entre la dimensión obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

#### **Hipótesis específica 2**

**Hi:** Existe relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

**Ho:** No existe relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

### **Hipótesis específica 3**

**Hi:** Existe relación entre la dimensión uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

**Ho:** No existe relación entre la dimensión uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

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

Fue el hipotético-deductivo, según Bulegon et al. (2021) se basa en la formulación de hipótesis explicativas a partir de la observación de fenómenos, las cuales luego son contrastadas empíricamente mediante la deducción de consecuencias observables o medibles de las variables en una población específica. Por ello, la investigación trabajó con formulación de hipótesis general y específicas, teniendo como finalidad de aceptar o rechazar la hipótesis nula a través del análisis estadístico.

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

Fue cuantitativo, según Vizcaíno et al. (2023) se basa en el uso de cifras y análisis estadísticos, orientándose a examinar los datos de manera precisa, para ello, suele emplear técnicas como entrevistas, observaciones y revisión de documentos, que permiten obtener

información concreta y mensurable. En la investigación, se recopiló datos de manera cuantitativa con cuestionarios tipo Likert, los cuales fueron procesados estadísticamente.

### **3.3 Tipo de investigación**

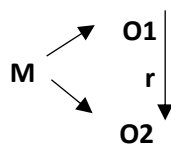
Fue básica, según Reyes (2022) es aquella investigación que se orienta a la generación de nuevos conocimientos teóricos, sin que exista una aplicación práctica inmediata para la resolución de un problema, pero con el potencial de transformar marcos conceptuales existentes o formular nuevas teorías que expliquen el fenómeno de investigación. Por ello, la investigación, en base a sus resultados se pudo contrastar con los modelos teóricos planteados en la investigación, para comprender de mejor manera los hallazgos.

### **3.4 Diseño de investigación**

Fue no experimental, según, Arias-Gonzales y Covinos (2021) en este tipo de diseño, no se introducen estímulos ni condiciones experimentales sobre las variables analizadas, ya que los participantes son observados dentro de su entorno habitual sin que se modifique ninguna circunstancia. Asimismo, fue de corte transversal, debido a que, se recopila la data en un único punto temporal y en una sola ocasión, sin realizar mediciones repetidas a lo largo del tiempo. Finalmente fue de alcance correlacional, porque se busca analizar la relación entre las variables, sin establecer una como dependiente o independiente, formulando hipótesis correlacionales para observar cómo se comporta una en función de la otra. Por ello, la investigación, solo evaluó las variables de estudio tal cual se presentaron sin manipularlas, aplicando un cuestionario en un solo momento específico, con la finalidad de recolectar información cuantificable y determinar si existe o no una relación

### **Figura 1**

*Diseño de alcance correlacional*



*Nota.* Estructura basada en Hernández-Sampieri et al. (2014)

M: Estudiantes de nivel secundaria.

O1: Adicción a redes sociales

O2: Insatisfacción de la imagen corporal

r: relación

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

Respecto a la población, según Rebollo y Ábalos (2022) es el grupo completo de personas o elementos con características comunes que constituyen el objeto principal de análisis en una investigación. Para la investigación la población estuvo constituido por 480 estudiantes del primero al quinto año de secundaria.

La muestra, según Rebollo y Ábalos (2022) es una representación estratégica y cuidadosamente seleccionada de una población, elegida con criterios metodológicos para extraer conclusiones válidas y generalizables, la muestra tiene que ser representativa de la población. En tal sentido, la muestra fue conformado por 309 estudiantes de todas las secciones de tercero a quinto grado de secundaria.

El muestreo empleado fue el no probabilístico por conveniencia, según Arias-Gonzales y Covinos (2021) menciona que este tipo de muestreo, permite seleccionar según lo que resulte más práctico para el investigador, quien decide de forma intencional y no aleatoria la cantidad de participantes que formarán parte del estudio, ya sea por fácil acceso o características específicas de la población.

**Criterios de inclusión:**

- Estudiantes de todas las secciones del tercero al quinto grado de educación secundaria.
- Estudiantes según nómina de matrícula.
- Estudiantes que se encuentren en la institución durante la aplicación del cuestionario.
- Estudiantes que participen voluntariamente.
- Estudiantes que respondan en su totalidad las encuestas.

**Criterios de exclusión:**

- Estudiantes que pertenezcan a grados inferiores a tercer año de secundaria.
- Estudiantes que no figuren en la nómina de matrícula.
- Estudiantes que no hallan asistido el día de la aplicación del cuestionario.
- Estudiantes que no quieran participar voluntariamente.
- Estudiantes que no resuelvan las encuestas en su totalidad.

### 3.6 Variables y Operacionalización

**Tabla 1**

*Operacionalización de la variable Adicción a redes sociales*

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Nº de ítems	Escala de medición	Escala valorativa
La adicción a las redes sociales es un comportamiento compulsivo y descontrolado caracterizado por el uso excesivo de plataformas digitales, que interfiere negativamente en la vida personal, teniendo como criterios comunes a la obsesión de estar conectado, alteración del estado de ánimo como la pérdida de control, la saliencia, la tolerancia, el conflicto interpersonal y el uso excesivo de las redes a pesar del daño que puede causar (González et al., 2021).	Se midió a través de un cuestionario conformado por 11 ítems con 5 alternativas de respuesta tipo escala de Likert, valores que fueron sumados según cada ítem de su respectiva dimensión. Las puntuaciones obtenidas fueron ubicadas según el rango que corresponda dentro de 3 niveles: Bajo [0-14 puntos]; Medio [15-29 puntos]; Alto [30-44 puntos].	Obsesión por estar conectado a las redes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necesidad de conexión</li> <li>- Tolerancia digital</li> <li>- Malestar por desconexión</li> </ul>	1,2,3	Ordinal	(0) Nunca (1) Rara vez (2) Algunas veces (3) Casi siempre (4) Siempre
		Falta de control personal en el uso de las redes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso como regulación emocional</li> </ul>	4,5,6,7		
		Uso excesivo de las redes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiempo excesivo de conexión</li> <li>- Atención constante a las redes sociales</li> </ul>	8,9,10,11		

**Tabla 2***Operacionalización de la variable insatisfacción de la imagen corporal*

<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Nº de ítems</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Escala valorativa</b>
Solano-Pinto et al. (2017) mencionan que la inconformidad de la imagen corporal está relacionado al desagrado o incomodidad que una persona experimenta respecto a su propio cuerpo, considerando tres factores: Cognitivo-emocional, perceptivo y comportamental.	Se midió a través de un cuestionario conformado por 38 ítems con 5 alternativas de respuesta tipo escala de Likert, valores que fueron sumados según cada ítem de su respectiva dimensión. Las puntuaciones fueron ubicadas según el rango que corresponda dentro de 3 niveles: Mínima o ausente [0-50 puntos]; Moderada [51-101 puntos]; Severa [102-152 puntos].	Cognitiva emocional	- Emociones	1,2,3,4,5,6,7,	Ordinal	(0) Casi nunca o nunca (1) Pocas veces (2) Unas veces sí y otras no (3) Muchas veces (4) Casi siempre o siempre
			- Miedo a engordar	8,9,10,11,12,		
			- Planteamiento de cambio	13,14,15,16,17,18,19,20,21		
		Perceptivo	- Incomodidad corporal	22,23,24,25,26		
			- Percepción corporal negativa	6,27,28,29,30,31		
			- Conductas purgativas			
			- Actitudes respecto a la imagen corporal	32,33,34,35,36,37,38		
Comportamental	- Manipulación de alimentos					

### **3.7 Técnicas e instrumento de recolección de datos**

#### **3.7.1 Técnica**

Se utilizó la encuesta, según Casteel y Bridier (2021) se entiende como un método de recolección de información que utiliza un instrumento compuesto por diversas preguntas relacionadas con el tema investigado, con el fin de obtener datos relevantes sobre el fenómeno en análisis.

#### **3.7.2 Descripción de instrumentos**

Como instrumento, se empleó el cuestionario, según Sánchez-Martínez (2020) menciona que el cuestionario está compuesto por un conjunto de preguntas diseñadas para evaluar una o varias variables previamente definidas en el estudio.

##### **Cuestionario Adicción a redes sociales (ARS)**

Fue elaborado por Ecurra y Salas (2014) aplicado a hombres y mujeres peruanos entre edades de 16 a 64 años y adaptado por González et al. (2021) en 744 adolescentes mexicanos entre 17 a 19 años, aplicado de manera individual o colectiva con un plazo de 10 a 15 minutos. El instrumento está constituido por 11 ítems que miden 3 constructos: Obsesión por estar conectado a las redes sociales (1-3 ítems); Falta de control personal en el uso de las redes sociales (4-7 ítems) y Uso excesivo de las redes (8-11 ítems). Asimismo, los niveles de medición fueron: Bajo [0-14], Medio [15-29], Alto [30-44].

##### **Cuestionario Insatisfacción de la imagen corporal (IMAGEN)**

Fue elaborado por Pinto y Cano-Vindel (2010) aplicado a 243 estudiantes españoles a partir de los 12 años el cual fue adaptado al contexto peruano por Yglesias (2017) en una muestra de 966 estudiantes entre los 11 a 17, aplicado de manera individual con un plazo de 15 minutos. El instrumento está constituido por 38 ítems que mide 3 constructos:

Cognitivo-emocional (1-21 ítems); Perceptiva (22-31 ítems); Comportamental (32-38 ítems). Asimismo, los niveles de medición fueron: Mínima o ausente [0-50], Moderada [51-101], Severa [102-152]

### **3.7.3 Validación**

#### **Cuestionario Adicción a redes sociales (ARS)**

Se basó en la adaptación realizada por González et al. (2021) quienes realizaron la validación a través de un análisis factorial exploratorio obteniendo un índice KMO  $\geq .80$ , lo que indica adecuación muestral suficiente. Asimismo, la prueba de esfericidad de Bartlett fue significativa, lo que respalda la factorización, teniendo como resultado a través de método de extracción de ejes principales y rotación oblicua, resulto una estructura de tres factores con 11 ítems, que explicaron un porcentaje adecuado de la varianza. Asimismo, el análisis factorial confirmatorio, detallo los siguientes valores:  $\chi^2/gl = 1.48$ ; GFI = .92; SRMR = .06; RMSEA = .04, indicando un ajuste aceptable del modelo final a los datos.

#### **Cuestionario Insatisfacción de la imagen corporal (IMAGEN)**

Fue realizada por Yglesias (2017) llevó a cabo el análisis factorial confirmatorio, el cual validó la estructura teórica compuesta por tres componentes, obteniendo ajustes apropiados como chi-cuadrado entre grados de libertad ( $X^2/gl$ ) de 2.56, un RMSEA de 0.055 y un GFI de 0.976. Asimismo, los índices de ajuste comparativo reflejaron valores adecuados con un CFI de 0.952 y un NFI de 0.966, mientras que los índices de parsimonia revelaron un PCFI de 0.852 y un PNFI de 0.889, aceptando el modelo teórico.

### **3.7.4 Confiabilidad**

#### **Cuestionario Adicción a redes sociales (ARS)**

Fue a través del Alfa de Cronbach obteniendo como valor para el instrumento total un nivel de  $\alpha = .86$ , mientras que para las dimensiones: Obsesión por estar conectado a las redes sociales ( $\alpha = .76$ ); Falta de control personal en el uso de las redes sociales ( $\alpha = .79$ ) y Uso excesivo de las redes ( $\alpha = .76$ ), obteniendo en todas sus escalas una confiabilidad alta.

### **Cuestionario Insatisfacción de la imagen corporal (IMAGEN)**

Se evaluó a través del coeficiente de omega corregido, en sus tres dimensiones: Cognitivo-emocional ( $\omega=0.91$ ); Perceptiva ( $\omega=0.83$ ); Comportamental ( $\omega=0.78$ ), valores altos y aceptables.

### **3.8 Procesamiento y análisis de datos**

En primer lugar, se gestionó los permisos debidos a la institución educativa para poder para poder aplicar los instrumentos de estudio con la finalidad de recopilar los datos necesarios para la investigación. Una vez obtenido el permiso y de haber aplicado los instrumentos, se realizó la base de datos en el programa Microsoft Excel para eventualmente, exportarlo al programa SPSS V27 con la finalidad de realizar los análisis correspondientes.

El plan de análisis de datos consistió en realizar en primer lugar realizar el análisis descriptivo a través de frecuencias, porcentajes, media, desviación estándar. Posteriormente, se realizó el análisis inferencial donde se determinó emplear el estadístico de rho spearman previo análisis de normalidad a través de la prueba de Kolmogorov lo que permitió resolver los objetivos e hipótesis de investigación, cuyos resultados fueron expresados a través de tablas.

### **3.9 Aspectos éticos**

Asimismo, la investigación siguió aspectos éticos, como regirse al código de ética e integridad científica UPNW-EES-REG-001-2025, establecida por la universidad Norbert Wiener siguiendo los siguientes principios éticos, responsabilidades e integridad científica:

**El principio de autonomía:** Donde se respetó el derecho de cada estudiante de querer o no participar en la investigación de manera voluntaria, por este motivo, se procedió a solicitar el asentimiento informado a los padres detallando el motivo del estudio, siendo claros y precisos.

**El principio de beneficencia:** Los resultados fueron de suma importancia y beneficioso para la institución educativa ya que se aportó información relevante para contribuir al bienestar de los estudiantes. Desde el código de Ética y Deontológico de la Psicología, estipulado por el colegio de Psicólogos del Perú, en el Capítulo VI art. 55 establece que una vez obtenido los datos se deben comunicar de manera clara y rápida. Por ello, una vez concluido el estudio se entregó la información obtenida a la institución educativa (Colegio de Psicólogos del Perú, 2024).

**El principio de no maleficencia:** Se respeto y velo la autonomía física, psicológica y emocional de los estudiantes al momento de la aplicación de los instrumentos, garantizando el anonimato y confidencialidad de los resultados obtenidos.

**Principio de justicia:** No existió ningún acto discriminatorio ni de exclusión en la muestra de estudio respetando género, orientación sexual, nivel socioeconómico y/o otra condición, teniendo la misma oportunidad de participar en el estudio siempre y cuando se cumpla los criterios de inclusión.

**Reconocimiento de contribuciones y autoría:** Se respeto el citado y reconocimiento de autoría de terceros en la información empleada en la investigación.

**Riguridad científica:** Se empleo las normas APA 7º Edición en el citado y referenciado con el fin de evitar el plagio, asegurando la credibilidad y originalidad de los datos empleados en el desarrollo del proyecto de investigación.

## CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 4.1 Resultados

#### 4.1.1. Análisis descriptivo de resultados

**Tabla 1**

*Datos sociodemográficos de la muestra de estudio*

Características		Nº	%
Sexo	Femenino	154	49.8%
	Masculino	155	50.2%
	Total	309	100%
Edad	De 14 a 15 años	158	51.1%
	De 16 a 17 años	151	48.9%
	Total	309	100%
Grado	Tercero	118	38.2%
	Cuarto	118	38.2%
	Quinto	73	23.6%
	Total	309	100%
Con quien vives	Papá	12	3.9%
	Mamá	76	24.6%
	Ambos	209	67.6%
	Abuelos	3	1.0%
	Otros	9	2.9%
	Total	309	100%
Tiempo en redes sociales	De 1 a 2 hora	124	40.1%
	De 3 a 4 años	99	32.0%
	De 5 horas a más	86	27.8%
	Total	309	100%

Nota. Elaborados con datos de las encuestas aplicadas a los estudiantes

En relación con el sexo, se observa un equilibrio entre mujeres (49.8%) y varones (50.2%), lo que evidencia una distribución casi igualitaria. Respecto a la edad, el 51.1% se encuentra entre los 14 y 15 años y el 48.9% entre los 16 y 17 años, lo que refleja una

población mayoritariamente adolescente en etapa media de secundaria. En cuanto al grado de estudios, los alumnos de tercero y cuarto tienen la misma representación (38.2% cada uno), mientras que los de quinto alcanzan el 23.6%, lo cual indica una cobertura más amplia en los grados iniciales de la secundaria. En el ámbito familiar, la mayoría de los estudiantes convive con ambos padres (67.6%), mientras que un 24.6% vive solo con la madre, y porcentajes menores lo hacen con el padre (3.9%), abuelos (1.0%) u otros familiares (2.9%), lo que denota una fuerte presencia de la familia nuclear en la muestra. Finalmente, respecto al tiempo invertido en redes sociales, se aprecia que un 40.1% dedica entre 1 a 2 horas al día, un 32.0% entre 3 a 4 horas y un 27.8% más de 5 horas, lo que evidencia un uso significativo de estas plataformas, con una proporción considerable que supera las tres horas diarias.

## Tabla 2

### *Distribución de los niveles de Adicción a redes sociales*

Niveles	Frecuencia	Porcentajes
Bajo	127	41.1%
Medio	155	50.2%
Alto	27	8.7%
Total	309	100%

Nota. Elaborados con datos de las encuestas aplicadas a los estudiantes

Los resultados muestran que la mayoría se ubica en un nivel medio de adicción, con 155 personas (50.2%), lo cual refleja que más de la mitad de los encuestados presenta una implicación considerable con el uso de estas plataformas. En segundo lugar, 127 participantes (41.1%) se encuentran en un nivel bajo, lo que evidencia un grupo importante de personas que utilizan las redes sociales con moderación, sin que ello represente una afectación significativa en su vida cotidiana. Finalmente, un grupo reducido de 27 participantes (8.7%) se concentra en un nivel alto de adicción, lo que indica que, existe un

sector de la población cuya relación con las redes sociales puede ser considerada problemática y riesgosa.

**Tabla 3**

*Distribución de los niveles de insatisfacción de la imagen corporal*

Niveles	Frecuencia	Porcentajes
Mínima o ausente	208	67.3%
Moderada	77	24.9%
Severa	24	7.8%
Total	309	100%

Nota. Elaborados con datos de las encuestas aplicadas a los estudiantes

Los resultados indican que la mayoría, 208 personas (67.3%), manifiestan un nivel mínimo o ausente de insatisfacción, lo que sugiere una percepción generalmente positiva o aceptable de su cuerpo. En segundo lugar, 77 participantes (24.9%) reportan un nivel moderado de insatisfacción, lo que refleja la existencia de una proporción considerable de personas que experimentan cierto grado de inconformidad con su apariencia física. Finalmente, 24 participantes (7.8%) presentan un nivel severo de insatisfacción, lo que, aunque minoritario, representa un grupo de riesgo que podría enfrentar mayores repercusiones en su bienestar psicológico y social.

**Tabla 4**

*Prueba de normalidad de la variable adicción a redes sociales*

Variables/Dimensiones	Kolmogorov		
	Estadístico	gl	Sig.
Adicción a redes sociales	0.097	309	<0.001
Obsesión por estar conectado a las redes	0.134	309	<0.001
Falta de control personal en el uso de las redes	0.119	309	<0.001
Uso excesivo de las redes	0.084	309	<0.001

Nota. Elaborados con datos de las encuestas aplicadas a los estudiantes

El valor de significancia fue menor a 0.05 por lo tanto, la distribución de las puntuaciones de las variables con sus dimensiones no sigue una distribución normal.

**Tabla 5**

*Prueba de normalidad de la variable insatisfacción de la imagen corporal*

Variables/Dimensiones	Kolmogorov		
	Estadístico	gl	Sig.
Insatisfacción de la imagen corporal	0.141	309	<0.001
Cognitiva emocional	0.102	309	<0.001
Perceptivo	0.253	309	<0.001
Comportamental	0.313	309	<0.001

Nota. Elaborados con datos de las encuestas aplicadas a los estudiantes

El valor de significancia fue menor a 0.05 por lo tanto, la distribución de las puntuaciones de las variables con sus dimensiones no sigue una distribución normal. Por ello al evidenciarse la no normalidad en ambas variables con sus dimensiones se empleo la prueba no paramétrica de rho Spearman para responder a las hipótesis de investigación.

#### 4.1.2 Prueba de hipótesis

##### Hipótesis general

Hi: Existe relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

Ho: No existe relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

- 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 6***Correlación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal*

		Insatisfacción de la imagen corporal
Adicción a redes sociales	Rho de Spearman	,473
	p-valor	<,001
	N	309

Nota. Elaborados con datos de las encuestas aplicadas a los estudiantes

Los resultados evidencian que existe una correlación moderada entre redes sociales y la insatisfacción con la imagen corporal (Rho = .473), asimismo, nivel de significancia fue de  $p < 0.001$  siendo menor a  $\alpha=0.05$ , lo que permitió aceptar la  $H_i$  evidenciando que existe relación significativa. Por otro lado, la correlación es directa, lo que significa que, a mayor nivel de adicción a las redes sociales, también tiende a aumentar el nivel de insatisfacción con la imagen corporal.

### **Hipótesis específica 1**

$H_i$ : Existe relación entre la dimensión obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

$H_o$ : No existe relación entre la dimensión obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

**Tabla 7**

*Correlación entre obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal*

		Insatisfacción de la imagen corporal
Obsesión por estar conectado a las redes	Rho de Spearman	,376
	p-valor	<,001
	N	309

Nota. Elaborados con datos de las encuestas aplicadas a los estudiantes

Los resultados evidencian que existe una correlación baja entre obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción con la imagen corporal (Rho = .376), asimismo, nivel de significancia fue de  $p < 0.001$  siendo menor a  $\alpha=0.05$ , lo que permitió aceptar la  $H_i$  evidenciando que existe relación significativa. Por otro lado, la correlación es directa, lo que significa que, a mayor nivel de obsesión por estar conectado a las redes, también tiende a aumentar el nivel de insatisfacción con la imagen corporal.

### **Hipótesis específica 2**

$H_i$ : Existe relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

$H_o$ : No existe relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

**Tabla 8**

*Correlación entre falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal*

		Insatisfacción de la imagen corporal
Falta de control personal en el uso de las redes	Rho de Spearman	,435
	p-valor	<,001
	N	309

Nota. Elaborados con datos de las encuestas aplicadas a los estudiantes

Los resultados evidencian que existe una correlación moderada entre falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción con la imagen corporal (Rho = .435), asimismo, nivel de significancia fue de  $p < 0.001$  siendo menor a  $\alpha=0.05$ , lo que permitió aceptar la  $H_i$  evidenciando que existe relación significativa. Por otro lado, la correlación es directa, lo que significa que, a mayor nivel de falta de control personal en el uso de las redes, también tiende a aumentar el nivel de insatisfacción con la imagen corporal.

### **Hipótesis específica 3**

$H_i$ : Existe relación entre la dimensión uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

$H_o$ : No existe relación entre la dimensión uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

**Tabla 9***Correlación entre uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal*

		Insatisfacción de la imagen corporal
Uso excesivo de las redes	Rho de Spearman	,417
	p-valor	<,001
	N	309

Nota. Elaborados con datos de las encuestas aplicadas a los estudiantes

Los resultados evidencian que existe una correlación moderada entre uso excesivo de las redes y la insatisfacción con la imagen corporal (Rho = .417), asimismo, nivel de significancia fue de  $p < 0.001$  siendo menor a  $\alpha=0.05$ , lo que permitió aceptar la  $H_1$  evidenciando que existe relación significativa. Por otro lado, la correlación es directa, lo que significa que, a mayor nivel uso excesivo de las redes, también tiende a aumentar el nivel de insatisfacción con la imagen corporal.

#### 4.1.3 Discusión de resultados

Respecto al objetivo general, se evidencio una correlación moderada y directa (Rho = .473) lo que significa que, a mayor adicción a redes sociales, mayor será a insatisfacción de la imagen corporal. Asimismo, nivel de significancia fue de  $p < 0.001$  siendo menor a  $\alpha=0.05$ , permitiendo aceptar la hipótesis alterna indicando la existencia de una relación estadísticamente significativa. Estos hallazgos guardan coherencia con lo hallado por Chanamé y Ramírez (2024), evidenciando una correlación moderada entre adicción a redes sociales y insatisfacción de la imagen corporal (Rho = .514,  $p < .001$ ) en estudiantes de nivel secundaria en Chiclayo. Asimismo, Quispe (2024), en una investigación con adolescentes de Espinar, Cusco, concluyó que a mayor adicción a redes sociales se incrementa la insatisfacción corporal, reforzando la existencia de una relación significativa entre ambas variables ( $p$ -valor =0.000). En el ámbito internacional, Losada et al. (2022)

reportaron que en adolescentes argentinas el uso de redes sociales se relacionó significativamente con la internalización del ideal de delgadez ( $r = 0.399$ ,  $p = 0.000$ ), lo que evidencia un patrón regional donde las plataformas digitales actúan como mediadores de estereotipos que afectan la percepción del cuerpo. Estos resultados evidencian que el uso problemático de redes sociales y la insatisfacción corporal es un problema consistente en contextos escolares peruanos e internacionales.

Por ello, esta evidencia se puede comprender y respaldar a partir del modelo teórico de adicción a internet propuesta por Young (1998) quien menciona que la adicción a Internet y por extensión a las redes sociales como un trastorno del control de impulsos que genera pérdida de control, necesidad compulsiva de conexión y malestar en ausencia de uso. Esta conceptualización ayuda a explicar cómo la exposición excesiva a redes sociales genera dependencia y, en consecuencia, una mayor vulnerabilidad a los contenidos relacionados con estándares de belleza poco realistas. Complementariamente, la teoría multidimensional de la imagen corporal propuesta por Cash y Pruzinsky (2004) sostiene que la percepción del propio cuerpo está influenciada por factores psicológicos y socioculturales, donde las redes sociales actúan como un espacio de comparación social constante. En conclusión, la correlación hallada en el presente estudio refleja cómo la adicción a las redes sociales no solo intensifica la exposición a modelos de belleza estandarizados, sino que también potencia procesos internos de autoevaluación y emociones negativas hacia la propia apariencia.

Respecto al objetivo específico 1, se evidencio una correlación baja y directa ( $Rho = .376$ ) lo que significa que, a mayor obsesión por estar conectado a las redes, mayor será a insatisfacción de la imagen corporal. Asimismo, nivel de significancia fue de  $p < 0.001$  siendo menor a  $\alpha=0.05$ , permitiendo aceptar la hipótesis alterna indicando la existencia de

una relación estadísticamente significativa. Estos resultados coinciden con lo reportado por Ecurra (2022), quien también identificó una correlación positiva baja entre la obsesión por las redes sociales y la percepción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de Lima ( $Rho = .351$ ;  $p < .01$ ), lo cual confirma que el vínculo siendo consistente en distintos contextos educativos. De manera similar, Quispe (2024) en Espinar, Cusco, halló una correlación baja significativa ( $r = .32$ ) entre obsesión por redes sociales e insatisfacción corporal, lo que refuerza la conclusión de que el exceso de conexión virtual puede generar efectos adversos sobre la autopercepción física en los adolescentes escolares.

Estos resultados, son fundamentados por lo planteado por González et al. (2021), quienes sostienen que la obsesión por estar conectado a redes sociales se caracteriza por una necesidad constante de conexión y pensamientos recurrentes relacionados con el uso de estas plataformas, lo que genera malestar emocional y afecta las actividades cotidianas. Bajo esta perspectiva, la correlación hallada en este estudio refleja cómo el estado obsesivo frente a la conexión digital exacerba los procesos de comparación social y autocrítica corporal, que desembocan en insatisfacción con la propia apariencia. Asimismo, los aportes del modelo teórico de sobre la imagen corporal de Schilder (1999) infiere que la construcción psíquica de la imagen corporal permite comprender que no se trata únicamente de una percepción física, sino de una representación interna compleja influida por factores psicológicos y sociales. En conclusión, la obsesión digital actúa como un estímulo que intensifica las experiencias emocionales y comparativas, generando un impacto negativo en el esquema corporal, por ello estos hallazgos, aportan evidencia empírica sobre cómo la obsesión por estar conectado a redes sociales constituye un factor de riesgo en la conformación de una imagen corporal insatisfactoria en adolescentes.

Respecto al objetivo específico 2, se evidencio una correlación moderada y directa ( $Rho = .435$ ) lo que significa que, a mayor falta de control personal en el uso de las redes, mayor será a insatisfacción de la imagen corporal. Asimismo, nivel de significancia fue de  $p < 0.001$  siendo menor a  $\alpha=0.05$ , permitiendo aceptar la hipótesis alterna indicando la existencia de una relación estadísticamente significativa. Estos resultados se asemejan con los hallados por Çimke y Yıldırım (2023) en su estudio en adolescentes de Turkia evidenciaron que pasar más de cuatro horas al día en redes sociales, junto con prácticas como el uso frecuente de filtros o la publicación constante de imágenes, se relacionó significativamente con mayores niveles de adicción y percepción negativa de la imagen corporal, siendo la falta de control uno de los factores correlacionados con la insatisfacción ( $r = 0.357$ ;  $p < 0.001$ ). De manera similar, Escurra (2022) reportó una correlación positiva moderada entre la falta de control personal en redes y la imagen corporal en estudiantes de secundaria en Lima ( $\rho = 0.335$ ;  $p < 0.01$ ), confirmando que la autorregulación deficiente en el uso de redes sociales contribuye a un deterioro en la percepción de la propia apariencia, donde la incapacidad de limitar el uso de redes potencia la exposición a estándares de belleza poco realistas y la comparación social.

Estos resultados se contrastan y refuerzan por el aporte teórico de González et al. (2021) ya que sostienen que la falta de control en el uso de redes sociales genera malestar emocional que puede expresarse en ansiedad, estrés o desesperación, interfiriendo con la vida diaria y el bienestar psicológico. En esa línea, los resultados de este estudio pueden explicarse por la incapacidad de los adolescentes para autorregular el tiempo de conexión, lo que amplifica su exposición a contenidos que refuerzan estándares corporales poco alcanzables. Complementariamente, Vaquero-Cristóbal et al. (2013) señalan que la imagen corporal es una representación mental influida por factores perceptuales, cognitivos y sociales, siendo los modelos prodelgadez promovidos en redes sociales un determinante

crítico de la insatisfacción corporal. Este marco ayuda a entender cómo la falta de control personal incrementa la vulnerabilidad de los adolescentes frente a la presión sociocultural, provocando distorsiones en la percepción del propio cuerpo. En conclusión, las evidencias científicas y las perspectivas teóricas pueden explicar cómo la falta de control en el uso de redes sociales constituye un factor de riesgo para el desarrollo de insatisfacción corporal.

Finalmente, en el objetivo específico 3, se evidencio una correlación moderada y directa ( $Rho = .417$ ) lo que significa que, a mayor uso excesivo de las redes, mayor será a insatisfacción de la imagen corporal. Asimismo, nivel de significancia fue de  $p < 0.001$  siendo menor a  $\alpha=0.05$ , permitiendo aceptar la hipótesis alterna indicando la existencia de una relación estadísticamente significativa. Estos resultados se asemejan con los de Quispe (2024) encontró en estudiantes de secundaria en Cusco, que el uso excesivo de redes sociales se asocia significativamente con la insatisfacción corporal ( $r = .37$ ), corroborando que la sobreexposición a contenidos digitales incrementa la percepción negativa de la apariencia física. De igual modo, Sarman y Çiftci (2024), en un estudio con adolescentes turcos, evidenciaron que el tiempo diario de uso de redes predice tanto la adicción como una mayor conciencia de la apariencia corporal ( $\beta = 0.96$ ;  $p < 0.001$ ), lo que refuerza la idea de que el uso prolongado de estas plataformas constituye un factor de riesgo para el bienestar psicológico y la autopercepción. La coincidencia de los resultados en contextos nacionales e internacionales confirma que el uso excesivo de redes es un fenómeno global con repercusiones significativas en la construcción de la imagen corporal de los adolescentes.

Estos resultados, se fundamentan desde la evidencia teórica, González et al. (2021) quien infiere que el uso excesivo de redes sociales se entiende como la percepción del tiempo prolongado en conexión, que puede generar sentimientos de ansiedad, culpa o

insatisfacción, afectando la vida cotidiana y las relaciones interpersonales. Esta conceptualización ayuda a explicar cómo la falta de regulación en el tiempo de uso intensifica los procesos de comparación social, fomentando una mayor insatisfacción con la propia apariencia. Además, Al-Busaidi et al. (2025) destacan que la insatisfacción corporal constituye un precursor de problemas psicológicos y conductuales, incluyendo trastornos de la conducta alimentaria, lo cual resalta la importancia de detectar y atender de manera temprana este fenómeno. En conclusión, bajo este marco, la correlación hallada en este estudio refleja cómo el uso excesivo de redes sociales potencia la vulnerabilidad emocional y psicológica de los adolescentes frente a estándares de belleza poco realistas.

## CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Conclusiones

- 1 Se evidencio una correlación moderada y directa ( $Rho = .473$ ), lo que indica que a medida que aumenta el nivel de adicción a las redes sociales, también se incrementa la insatisfacción con la imagen corporal. Asimismo, el p-valor hallado fue  $p < 0.001$ , por ello, se aceptó la hipótesis alterna, confirmando la existencia de una relación estadísticamente significativa.
- 2 Se determino una correlación baja y directa ( $Rho = .376$ ), lo que indica que a medida que aumenta la obsesión por estar conectado a las redes sociales, también se incrementa la insatisfacción con la imagen corporal. Asimismo, el p-valor hallado fue  $p < 0.001$ , por ello, se aceptó la hipótesis alterna, confirmando la existencia de una relación estadísticamente significativa.
- 3 Se determino una correlación moderada y directa ( $Rho = .435$ ), lo que indica que a medida que aumenta la falta de control personal en el uso de las redes sociales, también se incrementa la insatisfacción con la imagen corporal. Asimismo, el p-valor hallado fue  $p < 0.001$ , por ello, se aceptó la hipótesis alterna, confirmando la existencia de una relación estadísticamente significativa.
- 4 Se determino una correlación moderada y directa ( $Rho = .417$ ), lo que indica que a medida que aumenta el uso excesivo de las redes sociales, también se incrementa la insatisfacción con la imagen corporal. Asimismo, el p-valor hallado fue  $p < 0.001$ , por ello, se aceptó la hipótesis alterna, confirmando la existencia de una relación estadísticamente significativa.

## 5.2 Recomendaciones

- 1 A las autoridades del Ministerio de Educación, implementar programas nacionales de educación digital y autocuidado en adolescentes, orientados a promover un uso responsable de las redes sociales y a reducir los riesgos asociados con la insatisfacción de la imagen corporal. Asimismo, resulta pertinente incluir lineamientos curriculares que fortalezcan la alfabetización mediática y el desarrollo de una autoestima saludable en el marco de la educación secundaria.
- 2 Al personal directivo de la Institución Educativa, establecer políticas institucionales que regulen y supervisen el uso de dispositivos electrónicos y uso del internet en los entornos escolares. Además, es recomendable impulsar talleres y charlas para estudiantes y padres de familia que aborden la relación entre redes sociales y percepción corporal, con el fin de mitigar los efectos negativos identificados en la investigación.
- 3 Al departamento de psicología de la institución, diseñar e implementar programas de intervención psicológica preventiva y correctiva enfocados en la gestión del tiempo y uso de las redes sociales, la regulación emocional y la aceptación de la propia imagen corporal. Estos programas deben incluir sesiones grupales y acompañamiento individual para atender los casos más críticos y reducir la vulnerabilidad de los adolescentes frente a la adicción digital.
- 4 A la comunidad investigadora en el campo de la psicología, profundizar en el estudio de la relación entre la adicción a redes sociales y la imagen corporal en diferentes contextos y poblaciones, incorporando variables mediadoras o moderados ya sean psicológicas y sociodemográficas, con el propósito de obtener

un panorama más integral sobre los efectos del uso excesivo de las redes sociales en la insatisfacción de la imagen corporal.

## REFERENCIAS

- Al-Busaidi, S., Al-Mahrouqi, T., Al-Omrani, S., Al-Hajri, F., Al-Salahi, A., Jose, S., & Al-Adawi, S. (2025). Body Image Dissatisfaction and Its Associated Factors among Female Students at Sultan Qaboos University, Oman: A Cross-sectional Study. *Saudi Journal of Medicine and Medical Sciences*, 13(2), 106–113. [https://doi.org/10.4103/sjmms.sjmms\\_728\\_24](https://doi.org/10.4103/sjmms.sjmms_728_24)
- Aliverdi, F., Farajidana, H., Tourzani, Z. M., Salehi, L., Qorbani, M., Mohamadi, F., & Mahmoodi, Z. (2022). Social networks and internet emotional relationships on mental health and quality of life in students: structural equation modelling. *BMC Psychiatry*, 22(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/S12888-022-04097-6/TABLES/6>
- Arias-Gonzales, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la Investigación* (1ra Ed). Biblioteca Nacional del Perú. [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias\\_S2.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf)
- Armaza, J. (2023). El riesgo del uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes de Latinoamérica. *Scielo Preprints*. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.5241>
- Arslan, N., Esin, K., & Ayyıldız, F. (2025). A validity and reliability study of the artificial intelligence attitude scale (AIAS-4) and its relationship with social media addiction and eating behaviors in Turkish adults. *BMC Public Health*, 25(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-025-22507-8>
- Beck, A., Wright, F., & Newman, C. (2001). *Cognitive Therapy of Substance Abuse*. Guilford. [https://www.google.com.pe/books/edition/Cognitive\\_Therapy\\_of\\_Substance\\_Abuse/XSWUXLKeVZgC?hl=es&gbpv=1](https://www.google.com.pe/books/edition/Cognitive_Therapy_of_Substance_Abuse/XSWUXLKeVZgC?hl=es&gbpv=1)
- Behar, R., Arancibia, M., & Gaete, M. I. (2021). Body Image Assessment Instruments in Hispanic Latin American Population (Silhouettes). In *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios* (Vol. 11, Issue 1, pp. 90–107). Universidad Nacional Autónoma de México. <https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2020.1.610>

- Bruce, A. (2008). *The Globalization of Addiction: A Study in Poverty of the Spirit*. OUP Oxford.  
[https://www.google.com.pe/books/edition/The\\_Globalization\\_of\\_Addiction/gNreDA-AAQBAJ?hl=es&gbpv=1](https://www.google.com.pe/books/edition/The_Globalization_of_Addiction/gNreDA-AAQBAJ?hl=es&gbpv=1)
- Bulegon, A., Anrejew, A., Roesler, A., Nehring, C., Dos Santos, C., Oliveira, C., & De Oliveira, C. (2021). Ensino de Física por meio de historias em quadrinhos: Uma Abordagem para sala de aula. *Comunicação Científica*, 5(1), 1–153.  
[https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/534/2021/12/Anais\\_cc\\_Ensino-de-Fisica.pdf#page=148](https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/534/2021/12/Anais_cc_Ensino-de-Fisica.pdf#page=148)
- Cash, T. (2012). Cognitive-behavioral perspectives on body image. In *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* (Vol. 1, pp. 334–342). Elsevier Inc.  
<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384925-0.00054-7>
- Cash, T., & Pruzinsky, T. (2004). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. Guilford Press.  
[https://www.google.com.pe/books/edition/Body\\_Image/1ejqwAEACAAJ?hl=es](https://www.google.com.pe/books/edition/Body_Image/1ejqwAEACAAJ?hl=es)
- Casteel, A., & Bridier, N. L. (2021). Describing populations and samples in doctoral student research. *International Journal of Doctoral Studies*, 16, 339–362.  
<https://doi.org/10.28945/4766>
- Chanamé, A., & Ramirez, D. (2024). *Adicción a las Redes sociales e Insatisfacción de la Imagen Corporal en Adolescentes de una Institución Educativa de Chiclayo* [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú].  
<https://hdl.handle.net/20.500.12867/9690>
- Çimke, S., & Yıldırım, D. (2023). Factors affecting body image perception, social media addiction, and social media consciousness regarding physical appearance in adolescents. *Journal of Pediatric Nursing*, 73, e197–e203.  
<https://doi.org/10.1016/j.pedn.2023.09.010>
- Colegio de Psicólogos del Perú. (2024). *CPsP\_CDN Código de ética y deontología*.  
<https://www.cpsp.pe/codigo-de-etica-y-deontologia>

- Colonio, J. (2023). Systematic Review on Addiction to Social Networks in Adolescents between 2020-2022. *PROPÓSITOS Y REPRESENTACIONES*, 11(2). <https://doi.org/10.20511/pyr2023.v11n2.1759>
- Dos Santos, B. S., Fernandes, N. D. V., & Masquio, D. C. L. (2023). Redes sociais e insatisfação com a imagem corporal em estudantes da área da saúde. *Mundo Da Saude*, 47(1). <https://doi.org/10.15343/0104-7809.202347e13742022P>
- Escurra, M., & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de Adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73–91. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>
- Escurra, Y. (2022). *Imagen corporal y adicción a redes sociales en estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Pedro Gálvez Egúzquiza, Lima - 2022* [Tesis de Licenciatura, Universidad Norbert Wiener]. <https://hdl.handle.net/20.500.13053/8531>
- Estrada-Araoz, E. G., Ayay-Arista, G., Pujaico-Espino, J. R., Yupanqui-Pino, E. H., Yupanqui-Pino, A., Ferreyros-Yucra, J. E., Ruiz-Tejada, J. O., & Rivera-Mamani, F. A. (2024). Insatisfacción corporal y los trastornos de la conducta alimentaria en estudiantes de una universidad privada: Un estudio correlacional (Body dissatisfaction and eating disorders in students of a private university: A correlational study). *Retos*, 61, 626–635. <https://doi.org/10.47197/RETOS.V61.110168>
- Fastoso, F., González-Jiménez, H., & Cometto, T. (2021). Mirror, mirror on my phone: Drivers and consequences of selfie editing. *Journal of Business Research*, 133, 365–375. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.002>
- Gongora, V., Martínez, M., Quiroz, N., Mercado, S., & Mebarak, M. (2024). Relación entre la Imagen Corporal Positiva, la insatisfacción corporal, la actividad física, la interiorización de los ideales de belleza y el índice de masa corporal en adolescentes de la Costa Caribe Colombiana. *Psychology, Society and Education*, 41(1). <https://doi.org/10.25115/PSYE.V9I3.1101>
- Gonzaga, I., Ribovski, M., Claumann, G. S., Folle, A., Beltrame, T. S., Laus, M. F., & Pelegrini, A. (2023). Secular trends in body image dissatisfaction and associated

factors among adolescents (2007–2017/2018). *PLOS ONE*, 18(1), e0280520.  
<https://doi.org/10.1371/JOURNAL.PONE.0280520>

González, K., Corominas, R., & Silva, C. (2021). Valoración psicométrica del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) en adolescentes mexicanos. *Revista de Psicología Clínica Con Niños y Adolescentes*, 8(3), 26–34.  
<https://doi.org/10.21134/rpcna.2021.08.3.3>

Hassan, M. M., Orebi, H. A., Salama, B., & Kabbash, I. A. (2025). The association of social media use and other social factors with symptoms of attention-deficit/hyperactivity disorder in Egyptian university students. *BMC Psychiatry*, 25(1). <https://doi.org/10.1186/s12888-024-05988-6>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta Ed.). McGraw Hill.  
<https://drive.google.com/file/d/1Fjufmi0oGY4Zs8EajFiAJYNT2qoecH4k/view>

Jebero, Z., Elias, A., Billo, G., Ayalew, M., Alemayehu, Y., & Moga, F. (2025). Prevalence of body image dissatisfaction and associated factors among high school adolescent in Hawassa city, Ethiopia. *Heliyon*, 11(1), e41401.  
<https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2024.E41401>

Kwon, S., Kim, R., Lee, J. T., Kim, J., Song, S., Kim, S., & Oh, H. (2022). Association of Smartphone Use with Body Image Distortion and Weight Loss Behaviors in Korean Adolescents. *JAMA Network Open*, 5(5), E2213237.  
<https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2022.13237>

Liyanage, G., Karunainathan, T., Jeyarajah, L., Thevatheepan, P., Thavendra, M., & Seneviwickrama, M. (2021). Body image dissatisfaction and its determinants in urban Sri Lankan adolescents. *The Ceylon Medical Journal*, 66(4), 185.  
<https://doi.org/10.4038/CMJ.V66I4.9509>

Losada, A., Stamatiou, S., & Potes, M. (2022). Empleo de redes sociales e internalización del ideal de delgadez en mujeres adolescentes. *Psicoespacios*, 16(28), 1–24.  
<https://doi.org/10.25057/21452776.1454>

Meng, S. Q., Cheng, J. L., Li, Y. Y., Yang, X. Q., Zheng, J. W., Chang, X. W., Shi, Y., Chen, Y., Lu, L., Sun, Y., Bao, Y. P., & Shi, J. (2022). Global prevalence of digital

addiction in general population: A systematic review and meta-analysis. *Clinical Psychology Review*, 92, 102128. <https://doi.org/10.1016/J.CPR.2022.102128>

Núñez, A., & Rodríguez, Y. (2024). *Uso de las redes sociales e imagen corporal en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa de Chiclayo, 2022* [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/9690>

Organización Mundial de la Salud. (2024, April 1). *Los adolescentes, las pantallas y la salud mental*. Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107144>

Osorio, S., & Perez, L. (2024). *Insatisfacción de la imagen corporal en relación a redes sociales, depresión y rasgos de personalidad en adolescentes del primero al quinto año de secundaria de la I.E.P. San Agustín de Huanuco 2022* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. <https://hdl.handle.net/20.500.13080/9923>

Peinado, J., Blanco, H., Ornelas, M., Aguirre, S., & Solano-Pinto, N. (2021). El Papel de Variables Biopsicosociales en la Predicción del Factor Comportamental de la Insatisfacción Corporal. Un Modelo de Ecuaciones Estructurales. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación*, 2(59), 63–75. <https://www.redalyc.org/journal/4596/459669142006/html/>

Pinto, N. S., & Cano-Vindel, A. (2010). *Imagen: evaluación de la insatisfacción de la imagen corporal* (1ra Ed). TEA Ediciones. <https://www.researchgate.net/publication/230577134>

Pogodina, A. V., Astakhova, T. A., Lebedeva, L. N., & Rychkova, L. V. (2024). Body dissatisfaction and associated factors in normal weight adolescents. *Pediatrician*, 15(1), 91–100. <https://doi.org/10.17816/PED15191-100>

Quispe, M. (2024). *Adicción a redes sociales e insatisfacción corporal en estudiantes de una institución educativa privada de Espinar, Cusco* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. <https://hdl.handle.net/20.500.12773/18491>

Rebollo, P., & Ábalos, E. (2022). *Metodología de la Investigación/Recopilación* (1ra Ed). Ciudad Autónoma de Buenos Aires. <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=vbWHEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=metodolog%C3%ADa+de+la+investigacion&ots=9ZIXtRec->

L&sig=UPN3TW2VoNQAEG0HdP8JjoYks-  
Q&redir\_esc=y#v=onepage&q&f=false

- René, J., Jurado, P., Humberto, L., Ornelas, M., & Solano-Pinto, N. (2021). ¿Qué predice la realización de dietas? Dietas, grasa corporal e insatisfacción corporal en un modelo de ecuaciones estructurales. *Terapia Psicológica*, 39, 1–22. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48082021000100081>
- Reyes, E. (2022). *Metodología de la investigación científica* (1ra Ed). Page Publishing. [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=SmdxEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=metodolog%C3%ADa+de+la+investigacion&ots=O05ExwH4g6&sig=ccg\\_hj2DNQ0-jGwqbpG-WPEdLjsQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=SmdxEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=metodolog%C3%ADa+de+la+investigacion&ots=O05ExwH4g6&sig=ccg_hj2DNQ0-jGwqbpG-WPEdLjsQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Salas-Blas, E., Vieira Ipince, C., & Manzanares, E. (2022). Adicción a las redes sociales y soledad en estudiantes universitarios limeños. *INFORMACIÓN PSICOLÓGICA*, 2–14. <https://doi.org/10.14635/ipsic.1926>
- Salazar-Concha, C., Cárdenas, D., & Quinn, J. (2021). Comportamiento en el uso de Redes Sociales en estudiantes de enseñanza media: Los casos de un colegio particular y uno público en Chile. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, 1–15. [https://www.researchgate.net/publication/349220433\\_Comportamiento\\_en\\_el\\_uso\\_de\\_Red\\_Sociales\\_en\\_estudiantes\\_de\\_ensenanza\\_media\\_Los\\_casos\\_de\\_un\\_colegio\\_particular\\_y\\_uno\\_publico\\_en\\_Chile](https://www.researchgate.net/publication/349220433_Comportamiento_en_el_uso_de_Red_Sociales_en_estudiantes_de_ensenanza_media_Los_casos_de_un_colegio_particular_y_uno_publico_en_Chile)
- Sánchez-Martínez, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17), 51–53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- Sarman, A., & Çiftci, N. (2024). Relationship between social media addiction and appearance-related social media consciousness in Turkish adolescents. *Journal of Pediatric Nursing*, 76, 99–105. <https://doi.org/10.1016/j.pedn.2024.02.008>
- Schilder, P. (1999). *The Image and Appearance of the Human Body*. Routledge. [https://www.google.com.pe/books/edition/The\\_Image\\_and\\_Appearance\\_of\\_the\\_Human\\_Bo/L2CNWxKdWhMC?hl=es&gbpv=1](https://www.google.com.pe/books/edition/The_Image_and_Appearance_of_the_Human_Bo/L2CNWxKdWhMC?hl=es&gbpv=1)
- Schreurs, L., & Vandenbosch, L. (2022). Different interactions with appearance-focused social media content and adolescents' body dissatisfaction: A within-person

perspective. *Computers in Human Behavior*, 135.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107364>

Solano-Pinto, N., Cano-Vindel, A., Blanco Vega, H., & Fernández César, R. (2017). Datos psicométricos de la versión abreviada del cuestionario IMAGEN; Evaluación de la insatisfacción corporal. *Nutricion Hospitalaria*, 34(4), 952–960.  
<https://doi.org/10.20960/nh.695>

Universidad Norbert Wiener. (2025). *Reglamento de código de ética e integridad científica*. <https://hdl.handle.net/20.500.13053/12052>

Vaquero-Cristóbal, R., Alacid, F., Muyor, J. M., & López-Miñarro, P. Á. (2013). Imagen corporal; revisión bibliográfica. In *Nutricion Hospitalaria* (Vol. 28, Issue 1, pp. 27–35). <https://doi.org/10.3305/nh.2013.28.1.6016>

Vizcaíno, P. I., Cedeño, R. J., & Maldonado, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723–9762. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.7658](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658)

Yglesias, M. (2017). *Propiedades psicométricas del cuestionario evaluación de la insatisfacción con la imagen corporal en adolescentes de la Región Norte - Perú* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/723>

Young, K. (1998). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 1–20. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Diseño metodológico
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la dimensión obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la dimensión falta</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Establecer la relación que existe entre la dimensión obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p><b>Hi:</b> Existe relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p> <p><b>Ho:</b> No existe relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p><b>HE1</b></p> <p><b>Hi:</b> Existe relación entre la dimensión obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen</p>	<p><b>Adicción a las redes sociales</b></p> <p><b>Insatisfacción de la imagen corporal</b></p>	<p><b>Método:</b> hipotético – deductivo</p> <p><b>Enfoque:</b> cuantitativo</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Básica</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental, transversal, alcance correlacional</p> <p><b>Población:</b> 480 estudiantes de nivel secundaria.</p>

<p>de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025?</p>	<p>Establecer la relación que existe entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p> <p>Establecer la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p>	<p>corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p> <p><b>Ho:</b> No existe relación entre la dimensión obsesión por estar conectado a las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p> <p><b>HE2</b></p> <p><b>Hi:</b> Existe relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p> <p><b>Ho:</b> No existe relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p> <p><b>HE3</b></p>	<p><b>Muestra:</b> 309 estudiantes de todas las secciones del tercero al quinto grado de secundaria.</p> <p><b>Muestreo:</b> No probabilístico por conveniencia</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>
--	---	---	---

		<p>Hi: Existe relación entre la dimensión uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p> <p>Ho: No existe relación entre la dimensión uso excesivo de las redes y la insatisfacción de la imagen corporal facción en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.</p>		
--	--	--	--	--

## Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

### Cuestionario de Adicción a las redes sociales

**Autor:** Escurra y Salas (2014)    **Adaptación:** González et al. (2021)

#### Datos sociodemográficos

Sexo:                      Edad:                      Grado:                      Con quien vives:

#### Que tiempo permaneces en las redes sociales

(Facebook, Instagram, Tik Tok, WhatsApp):

a) 1 a 2 horas \_\_\_\_      b) 3 a 4 horas \_\_\_\_      c) 5 horas a más \_\_\_\_

**Instrucciones:** A continuación, se muestran 11 afirmaciones relacionadas con el uso de las redes sociales. Le pedimos que responda con total honestidad, ya que no existen respuestas correctas o incorrectas, buenas o malas. Marque con un aspa (X) el espacio que mejor refleje lo que usted siente, piensa o hace.

(4)	(3)	(2)	(1)	(0)
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Rara vez	Nunca

N.º	Ítems	(4)	(3)	(2)	(1)	(0)
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	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
5	Me pongo de mal humor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
6	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
7	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
8	Invierto mucho tiempo al día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					

9	Permanezco mucho tiempo conectado(a) en las redes sociales.					
10	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
11	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales					

## Cuestionario de insatisfacción de la imagen corporal

**Autor:** Pinto y Cano-Vindel (2010)

**Adaptación:** Yglesias (2017)

**Instrucciones:** A continuación, encontrarás una serie de enunciados que aluden a ciertos pensamientos, emociones o conductas relacionadas con tu imagen corporal. Te pedimos que indiques con qué frecuencia ocurren en ti, utilizando la siguiente escala:

<b>(0)</b>	<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>	<b>(4)</b>
<b>Casi nunca o nunca</b>	<b>Pocas veces</b>	<b>Unas veces si y otras no</b>	<b>Muchas veces</b>	<b>Casi siempre o siempre</b>

Observa el siguiente ejemplo:

Nº	Ítems	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)
1	No quiero ser una persona gorda		✗			

En el ejemplo, la persona marcó la opción 2, lo cual indica que pocas veces tiene el pensamiento de no querer ser una persona con sobrepeso. Al responder las preguntas, procura hacerlo con la mayor sinceridad posible. Ten presente que tus respuestas son confidenciales y no existen respuestas correctas o incorrectas; simplemente marca con una X la respuesta según tu propio criterio.

N.º	Ítems	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)
1	Debería ponerme a dieta.					
2	Tendría que hacer ejercicio para controlar mi peso.					
3	Es absolutamente necesario que esta delgada o delgado.					
4	Estoy insatisfecha(o) con mi figura corporal.					
5	Si hiciera ejercicio conseguiría disminuir mi peso.					
6	Me da miedo conocer mi peso.					
7	Admiro a las personas o modelos capaces de mantener una figura delgada.					
8	Me pongo triste cuando pienso en mi figura.					
9	Me irrito cuando pienso en mi aspecto físico.					
10	Me molesto cuando mi familia me indica algo sobre mi figura.					
11	Me siento inferior cuando alguien halaga la figura de otras personas.					
12	Me siento gorda o gordo cuando gano algo de peso.					

13	Si engordase no lo soportaría.					
14	Tengo miedo a perder el control sobre mi aspecto físico.					
15	Tengo miedo a engordar.					
16	Cuando como, tengo miedo a perder el control.					
17	Imagino que si fuese una persona delgada estaría segura de mí.					
18	Tengo miedo a tener celulitis.					
19	Me influyen de forma negativa los comentarios sobre mi cuerpo.					
20	Recuerdo de forma negativa las burlas sobre mi aspecto físico.					
21	Pienso que me estoy poniendo gorda o gordo.					
22	Mi estómago impide que me vea los pies.					
23	Mis brazos son gordos.					
24	Tengo las mejillas caídas.					
25	Mi pecho esta flácido y caído.					
26	El roce entre mis piernas me impide andar bien.					
27	Ocupo demasiado espacio en las sillas.					
28	Las dimensiones de mi cuerpo me impiden llevar una vida normal.					
29	Las dimensiones de mi estómago me hacen parecer una foca.					
30	Los rollitos que me salen por la espalda me hacen recordar a las salchichas.					
31	Las facciones de mi cara están deformes debido a mi peso.					
32	Me provocho el vómito para controlar mi peso.					
33	Utilizo laxantes, diuréticos y otras pastillas para controlar mi peso.					
34	Vomito después de las comidas.					
35	Cuento las calorías como si fuese una calculadora.					
36	Intento permanecer de pie para perder peso.					
37	Arrojo la comida para controlar mi peso.					
38	Escondo comida porque quiero controlar mi peso.					

### Anexo 3: Validez del instrumento

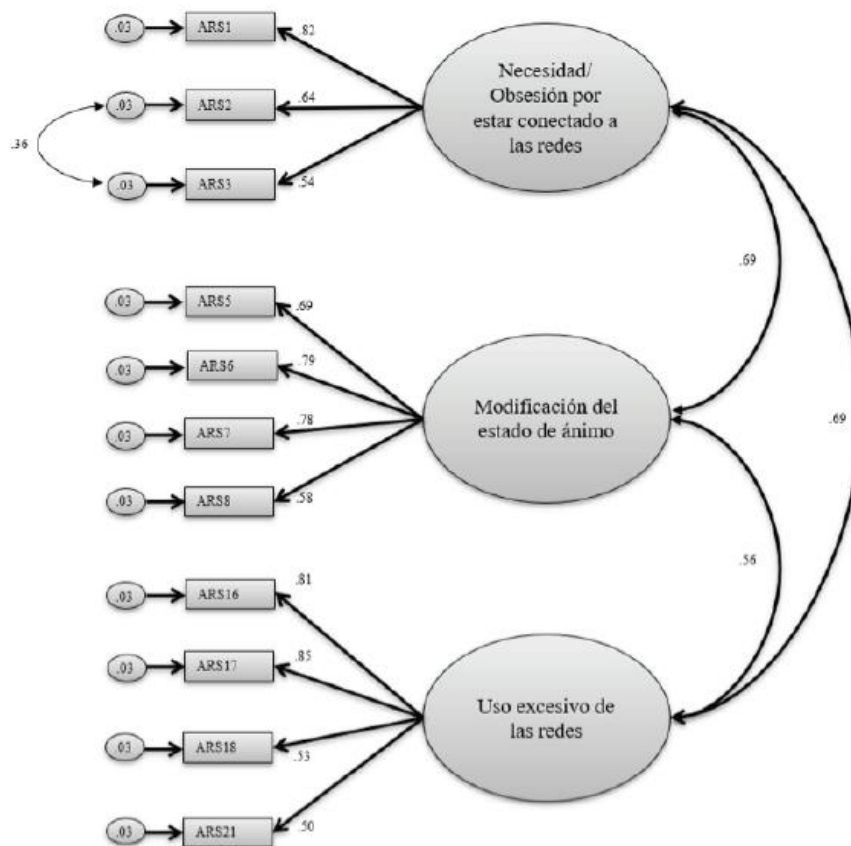
#### Cuestionario de Adicción a las redes sociales

Autor original: Escurra y Salas (2014)

Adaptación: González et al. (2021)

La validez del instrumento fue realizada por el autor fue a través de un modelo de ecuaciones estructurales.

Figura 1. Análisis Factorial Confirmatorio del ARS



Nota. ARS = Cuestionario de Adicción a Redes Sociales

Se muestran las puntuaciones estandarizadas; la redacción de los reactivos se encuentra en la Tabla 1

El análisis del AFC con el método de máxima verosimilitud con tres factores relacionados para probar este modelo. Los índices de ajuste que se obtuvieron son:  $\chi^2(40) = 81.854$ ,  $p < .001$ ;  $\chi^2/g1 = 2.04$ ; CFI = .98; SRMR = .02; RMSEA = .03; GFI = .98. La confiabilidad fue a través del alfa de Cronbach, obteniendo para el instrumento total un valor 0.86, en la dimensión obsesión por estar conectado a las redes 0.76; falta de control personal en el uso de las redes sociales 0.79 y uso excesivo de las redes 0.76.

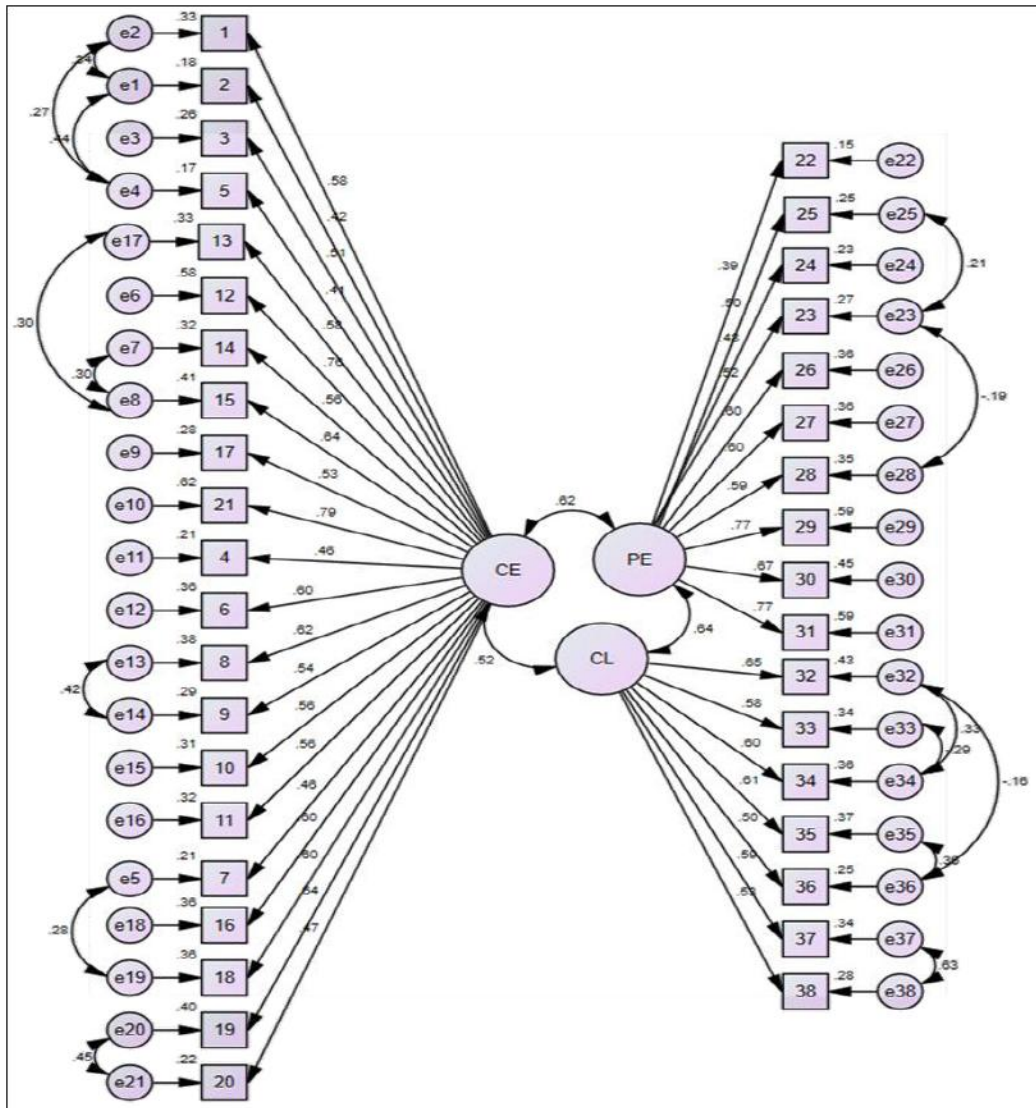
## Cuestionario de insatisfacción de la imagen corporal

**Autor:** Pinto y Cano-Vindel (2010)

**Adaptación:** Yglesias (2017)

La validez del instrumento fue realizada por el autor a través de un modelo de ecuaciones estructurales.

Figura 2. Diagrama de senderos del modelo teórico reespecificado del Cuestionario de Evaluación de la Insatisfacción con la Imagen Corporal.



El análisis del AFC con el método de máxima verosimilitud con tres factores relacionados para probar este modelo. Los índices de ajuste que se obtuvieron son:  $\chi^2 = 1657.31$ ,  $p < .001$ ;  $\chi^2/gf = 2.56$ ; CFI = .952; RMSEA = .05; GFI = .976. La confiabilidad se halló a través del omega corregido: Cognitivo-emocional (0.91); Perceptivo (0.83); Comportamental (0.78).

#### Anexo 4: Confiabilidad del instrumento

##### Consistencia interna del cuestionario Adicción a las redes sociales (ARS)

Sub-escala	Nº ítems	$\alpha$
Obsesión por estar conectado a las redes sociales	3	0.76
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	4	0.79
Uso excesivo de las redes sociales	4	0.76

##### Consistencia interna del cuestionario de insatisfacción de la imagen corporal (IMAGEN)

Sub-escala	Nº ítems	$\omega$
cognitiva - emocional	21	0.91
Perceptivo	10	0.83
Comportamental	7	0.78

## Anexo 5: Aprobación de Comité de Ética



### COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA E INTEGRIDAD CIENTÍFICA

#### CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Lima, 04 de julio de 2025

Investigador(a)  
**Carmen Liz Katherine Arevalo Romero**  
**Exp. N°:1360-2025**

---

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: “ADICCIÓN A REDES SOCIALES E INSATISFACCIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN ESTUDIANTES DE UN COLEGIO PÚBLICO, VENTANILLA 2025” con **fecha 25/06/2025**.

El cual tiene como investigador principal al Sr(a) Carmen Liz Katherine Arevalo Romero

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.
4. La constancia de aprobación por el **CIEIC** no garantiza la aceptación por parte de las instituciones donde pretende ejecutar el trabajo de investigación.

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

Atentamente,



**Mg. Angelica Karina Minaya Galarreta**  
Presidenta  
Comité Institucional de Ética e Integridad Científica  
Universidad Privada Norbert Wiener

## **Anexo 6:** Formato de Asentimiento informado

A continuación, se le entregará un Asentimiento informado que contiene todos los datos necesarios para garantizar que comprenda adecuadamente y pueda decidir libremente si desea participar en esta investigación dentro del campo de la Psicología. Es importante que lea detenidamente cada parte antes de emitir su decisión. Puede tomarse el tiempo que necesite para revisar la información. Si después de ello aún tiene dudas o desea mayor precisión, podrá comunicarse con la investigadora para recibir las aclaraciones pertinentes.

**Título del estudio:** “Adicción a redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de un colegio público, Ventanilla 2025”.

**Objetivo:** Determinar la relación que existe entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de secundaria de un colegio público, Ventanilla 2025.

**Población participante:** Estudiantes de nivel secundaria del distrito de Ventanilla.

**Riesgos y perjuicios:** No existen, la evaluación será anónima y la participación es totalmente voluntaria.

**Entidad responsable:** Universidad Privada Norbert Wiener.

**Investigadora responsable:** Arévalo Romero Carmen Liz Katherine

**Contacto:** 922 419 905

---




Firma del padre o apoderado

Delparticipante

---

Firma de la investigadora

**Anexo 7:** Carta de aprobación de la institución para la recolección de los datos



MINISTERIO DE EDUCACIÓN DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN  
DEL CALLAO INSTITUCIÓN EDUCATIVA

**5124 "LIBERTADOR SIMÓN BOLÍVAR"**

R. D 616-2000-  
AA-III. HIROSHIMA - VENTANILLA

*"Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana"*

C. Pachacutec, 15 de setiembre del 2025

**CARTA DE AUTORIZACIÓN**



Por la presente, la Institución Educativa N.º 5124 "Libertador Simón Bolívar", otorga la autorización a la Srta. Carmen Liz Katherine Arévalo Romero, estudiante de la Universidad Privada Norbert Wiener, para la aplicación de pruebas relacionadas con su trabajo de investigación titulado:

"Adición a redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes del nivel secundaria de un colegio público de Ventanilla, 2025."

Dicho estudio se llevará a cabo con los estudiantes de 3.º, 4.º y 5.º del nivel secundaria de nuestra institución, bajo el compromiso de mantener la confidencialidad, el respeto y la ética profesional correspondientes al desarrollo de la investigación.

Expresamos nuestro apoyo a la Srta. Arévalo Romero en el cumplimiento de los objetivos de su tesis.

Atentamente,






JUAN F. RAMOS QUINONES  
DNI: 32293376  
DIRECTOR

*Scanned by TapScanner*

## Anexo 8: Informe del asesor de Turnitin

# INFORME DE TESIS ADICCION A REDES E INSATISFACCION DE IMAGEN.docx

 My Files  
 My Files  
 Universidad Wiener

### Detalles del documento

Identificador de la entrega  
trn:oid::14912-503438748

Fecha de entrega  
25 sep 2025, 10:55 a.m. GMT-5

Fecha de descarga  
25 sep 2025, 12:22 p.m. GMT-5

Nombre del archivo  
INFORME DE TESIS ADICCION A REDES E INSATISFACCION DE IMAGEN.docx

Tamaño del archivo  
1.1 MB

80 páginas

16.776 palabras

95.586 caracteres




## 18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

### Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

### Fuentes principales

- 14%  Fuentes de Internet
- 7%  Publicaciones
- 15%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.




# 18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

## Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

## Fuentes principales

- 14%  Fuentes de Internet
- 7%  Publicaciones
- 15%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Marcas de integridad

### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## Fuentes principales

- 14% Fuentes de Internet
- 7% Publicaciones
- 15% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Fuentes principales

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

1	Trabajos entregados	Universidad Wiener on 2022-10-05	2%
2	Internet	repositorio.uwiener.edu.pe	2%
3	Internet	hdl.handle.net	2%
4	Internet	repositorio.continental.edu.pe	2%
5	Trabajos entregados	uwiener on 2023-05-05	<1%
6	Trabajos entregados	Universidad Catolica de Trujillo on 2025-07-18	<1%
7	Trabajos entregados	Universidad Wiener on 2025-02-12	<1%
8	Trabajos entregados	uwiener on 2023-12-08	<1%
9	Trabajos entregados	uwiener on 2023-01-24	<1%
10	Trabajos entregados	Universidad Católica de Santa María on 2025-04-15	<1%
11	Trabajos entregados	Universidad Femenina del Sagrado Corazón on 2025-09-15	<1%