



Universidad
Norbert Wiener

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

Tesis

Insatisfacción de la imagen corporal, adicción a las redes sociales y autoestima
en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM, Lima – 2025

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Psicología

Presentado por:

Autora: Condori Aroni, Sandy Emilia

Autora: Huaman Lara, Milagros Maria

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9084-8643>

Asesora: Mg. Pajuelo Saavedra, Stefany

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3911-7292>

Lima – Perú

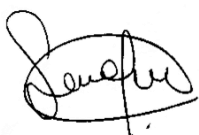
2026

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN		
	CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-033	VERSION: 01	FECHA: 20/05/2026
		REVISIÓN: 01	

Yo, Sandy Emilia Condori Aroni y Milagros María Huamán Lara , egresado de la Facultad de **Ciencias de la Salud** y Programa Académico de **Psicología** de la Universidad privada Norbert Wiener declaro que el trabajo de investigación "Insatisfacción de la imagen corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM, Lima – 2025," Asesorado por la docente: DNI: 71244276 ORCID: **0000-0003-3911-7292** tiene un índice de similitud de 19 % con código 14912:570448079 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.



.....
Sandy Emilia, Condori Aroni
Nombres y apellidos del Egresado
DNI:78878545



.....
Milagros María, Huamán Lara
Nombres y apellidos del Egresado
DNI:72745181



.....
Pajuelo Saavedra Stefany
DNI: 71244276

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN		
	CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-033	VERSION: 01	FECHA: 20/05/2026
		REVISIÓN: 01	

Lima, 20 de 05 de 2026

Es obligatorio utilizar adecuadamente los filtros y exclusión del turnitin: excluir las citas, la bibliografía y las fuentes que tengan menos de 1% de palabras. EN caso se utilice cualquier otro ajuste o filtros, debe ser debidamente **jutificado** en el siguiente recuadro.

La originalidad de la investigación radica en:

1. Contexto geográfico y temporal: Estudio aplicado en adolescentes de SJM, Lima durante 2025, población no evaluada previamente en las fuentes señaladas.
2. Relación entre variables: Se analiza la interacción específica entre insatisfacción corporal, adicción a redes sociales y autoestima en una muestra local, generando datos primarios no reportados en las fuentes coincidentes.
3. Aporte metodológico: Los resultados, discusión y conclusiones son producto del análisis estadístico propio de los datos recolectados, con 0% de similitud en esas secciones según el reporte filtrado sin bibliografía/citas.
4. Así mismo, se justifica que el excedente del 12 % en fuentes primarias, que actualmente alcanza un 16 % frente al máximo permitido de 4 %, se debe a que los términos coincidentes corresponden al marco metodológico propio de una investigación. En ese sentido, se confirma la originalidad de la investigación, sustentando que la fuente identificada (16%) proviene del repositorio uwienner.edu.pe, en el cual los títulos, subtítulos y términos detectados forman parte de la estructura metodológica establecida por la universidad. Asimismo, los demás términos coincidentes corresponden a expresiones de uso común en la redacción de investigaciones académicas.

Dedicatoria

Este importante logro lo dedico, en primer lugar, a Dios, por su guía y fortaleza, que me han permitido alcanzar esta meta en mi formación profesional.

Con todo mi amor, a mis padres, Nolberto y Margarita, por su confianza y apoyo constante; su amor y sacrificio han constituido pilares fundamentales en este camino. A mi hija, Ghiarella, por su paciencia, comprensión y resiliencia en cada momento de ausencia. Asimismo, por ser mi soporte emocional, lugar seguro, apoyo incondicional y por creer firmemente en mis capacidades, mi hermana Jaqui.

Finalmente, a mis hermanos, Rosi y Vlady, por su presencia y respaldo a lo largo de este proceso.

Dedico principalmente este trabajo a Dios, por haberme dado la vida y permitirme llegar a este importante punto de mi formación profesional.

Asimismo, dedico a toda mi familia, y de manera especial a mi papá y a mi hermana mayor, Flor, quienes son el pilar más importante en mi vida y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional. Gran parte de mis logros se los debo a ustedes, incluido este importante paso.

Finalmente, a Cesar, Fray y Ángela, a quienes amo profundamente, por ser inspiración constante y guía para continuar avanzando con perseverancia y compromiso.

Agradecimiento

Expresamos nuestro profundo agradecimiento a la asesora de tesis por su orientación, dedicación y acompañamiento a lo largo de todo el proceso de investigación. Asimismo, agradezco a todas las personas que participaron en el estudio, ya que su colaboración fue esencial para llevar a cabo y culminar satisfactoriamente esta investigación.

Índice general

Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Índice general	v
Índice de tablas	viii
Resumen	ix
Abstract	x
Introducción	xi
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	4
1.2.1 Problema general	4
1.2.2 Problema específicos	4
1.3 Objetivos de la investigación	5
1.3.1 Objetivo general	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 Justificación de la investigación	5
1.4.1 Teórica	5
1.4.2 Metodológica	6
1.4.3 Práctica	6
1.5 Limitaciones de la investigación	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes	8

2.2 Bases Teóricas	13
2.3 Formulación de hipótesis	21
2.3.1. Hipótesis general	21
2.3.2. Hipótesis específicas	21
CAPÍTULO III:METODOLOGÍA	23
3.1 Método de la investigación	23
3.2 Enfoque investigativo	23
3.3 Tipo de investigación	23
3.4 Diseño de la investigación	23
3.5. Población, muestra y muestreo	24
3.6. Variables y operacionalización	26
3.7 Técnicas e instrumentos 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	31
3.8. Procesamiento y análisis de datos	31
3.9. Aspectos éticos	32
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	34
4.1. Aspectos éticos	34
4.1.1 Análisis descriptivo de resultados	34
4.2 Prueba de hipótesis	38
4.1.3 Discusión de resultados	43

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
5.1 Conclusiones	48
5.2 Recomendaciones	49
REFERENCIAS	51
ANEXOS	61

Índice de tablas

Tabla 1	Matriz de operacionalización de variables	26
Tabla 2	Distribución del sexo de los estudiantes	34
Tabla 3	Distribución de la edad de los estudiantes	35
Tabla 4	Distribución del grado de los estudiantes	35
Tabla 5	Distribución de la insatisfacción corporal y sus dimensiones	36
Tabla 6	Distribución de la adicción a las redes sociales y sus dimensiones	37
Tabla 7	Distribución de la autoestima y sus dimensiones	37
Tabla 8	Prueba de ajuste normal de Kolgomorov-Smirnov	38
Tabla 9	Correlación entre la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima	39
Tabla 10	Correlación entre dimensiones de la insatisfacción de la imagen corporal y la autoestima	40
Tabla 11	Correlación entre dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima	41
Tabla 12	Correlación entre las dimensiones de insatisfacción de la imagen corporal y las dimensiones de adicción a las redes sociales	42

Resumen

Esta investigación se presentó bajo el objetivo de analizar la influencia de la insatisfacción de la imagen corporal y la adicción a las redes sociales sobre la autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM. Dicho estudio se presentó con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, correlacional, básico y transversal; de modo que se empleó a 270 estudiantes adolescentes varones o mujeres que cursan el nivel secundario de una institución educativa, quienes fueron encuestados a través del Cuestionario de evaluación de insatisfacción con la imagen corporal, el Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) y la Escala de autoestima de Rosenberg. Los hallazgos indicaron que el 64.1% demostró una severa insatisfacción corporal, el 94.8% manifestó una adicción a las redes sociales media y el 87% una baja autoestima. Además, se comprobó que la insatisfacción de la imagen corporal se correlacionó con la adicción a las redes sociales ($\rho=0.20$; $p=0.00$) y con la autoestima ($\rho=-0.38$; $p=0.00$); mientras que, la autoestima se correlacionó con la adicción a las redes sociales ($\rho=-0.56$; $p=0.00$). Además, la autoestima presentó correlaciones con las dimensiones cognitivo – emocional ($\rho=-0.74$; $p=0.00$) y comportamental ($\rho=-0.87$; $p=0.01$) y perceptivo ($\rho=-0.31$; $p=0.00$) y con las dimensiones obsesión por las redes sociales ($\rho=-0.44$; $p=0.00$), falta de control personal ($\rho=-0.48$; $p=0.01$) y uso excesivo de las redes sociales ($\rho=-0.43$; $p=0.00$). De esta manera, se concluyó que un incremento en la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales reduce ampliamente la autoestima en los adolescentes.

Palabras clave: insatisfacción corporal, adicción, redes sociales, autoestima, adolescentes.

Abstract

This research was conducted to analyze the influence of body image dissatisfaction and social media addiction on self-esteem in secondary school students at an educational institution in San Juan de Miraflores (SJM). The study employed a quantitative, non-experimental, correlational, basic, and cross-sectional design. Two hundred and seventy male and female secondary school students from the institution were surveyed using the Body Image Dissatisfaction Assessment Questionnaire, the Social Media Addiction Questionnaire (ARS), and the Rosenberg Self-Esteem Scale. The findings indicated that 64.1% demonstrated severe body dissatisfaction, 94.8% exhibited moderate social media addiction, and 87% had low self-esteem. Furthermore, body image dissatisfaction was found to be correlated with social media addiction ($\rho=0.20$; $p=0.00$) and with self-esteem ($\rho=-0.38$; $p=0.00$); while self-esteem was correlated with social media addiction ($\rho=-0.56$; $p=0.00$). In addition, self-esteem showed correlations with the cognitive-emotional ($\rho=-0.74$; $p=0.00$), behavioral ($\rho=-0.87$; $p=0.01$), and perceptual ($\rho=-0.31$; $p=0.00$) dimensions, and with the dimensions of social media obsession ($\rho=-0.44$; $p=0.00$), lack of personal control ($\rho=-0.48$; $p=0.01$), and excessive social media use ($\rho=-0.43$; $p=0.00$). Thus, it was concluded that an increase in body dissatisfaction and addiction to social networks greatly reduces self-esteem in adolescents.

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

Introducción

En los adolescentes peruanos, la baja autoestima, adicción a las redes sociales e insatisfacción corporal forman un conjunto de problemas interrelacionados que afectan su estabilidad emocional, la formación de su identidad y su desarrollo social (Torres et al., 2026). La constante exposición a estereotipos y contenidos idealizados en plataformas digitales fomenta la comparación con otros y altera la percepción del propio cuerpo, debilitando la autoestima y promoviendo un uso excesivo de las redes sociales en busca de validación externa (Cerdeña, 2024). Esta combinación de factores aumenta la vulnerabilidad a la ansiedad, complica el control emocional y repercute en sus relaciones diarias, lo que impacta negativamente en su desempeño escolar, la dinámica familiar y la adopción de hábitos saludables, subrayando la importancia de implementar medidas preventivas y educativas desde la escuela, la familia y la comunidad (Estupiñán, 2024).

El documento se estructura en cinco capítulos articulados de forma coherente. El primero expone con amplitud el problema de investigación, incorporando los escenarios global, nacional y local, y delimita de manera precisa los problemas, los objetivos, la justificación y las limitaciones del estudio. El segundo capítulo reúne los antecedentes que sustentan el marco teórico y orientan la formulación de las hipótesis. En el tercer capítulo se detalla rigurosamente la metodología, especificando el método, el tipo y el diseño de estudio, el periodo de ejecución, las propiedades técnicas y la validez psicométrica de los instrumentos, además del procedimiento seguido, las técnicas estadísticas empleadas y los principios éticos considerados. El cuarto capítulo presenta, analiza e interpreta los resultados mediante procedimientos estadísticos e inferenciales. Finalmente, el quinto capítulo sintetiza las principales conclusiones y plantea recomendaciones pertinentes.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

En los adolescentes, la baja autoestima es un problema complejo que está fuertemente influenciado por factores como la insatisfacción corporal y el uso excesivo de las redes sociales. Debido a que, la presión por ajustarse a estándares de belleza poco realistas y la constante comparación con imágenes idealizadas en redes sociales generan sentimientos de insuficiencia y rechazo hacia uno mismo (Roldan y Vargas, 2025). Además, la dependencia de la aprobación externa a través de estas plataformas contribuye a una autoestima débil y condicionada por factores externos (Bastidas, 2023).

En el plano internacional, se halló que el 18 % y el 56.6 % presentó niveles altos de insatisfacción corporal, alcanzando rangos del 10.8 % al 82.5 % en varones y del 19.2 % al 83.8 % en mujeres, según una revisión sistemática de 34 estudios (McCarthy et al., 2022); específicamente, en Brasil, la Encuesta Nacional de Salud Escolar (PeNSE), que incluyó a 159 245 adolescentes, reportó un 30.2 % de insatisfacción con la imagen corporal (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2020), mientras que otro estudio en adolescentes de 11 a 17 años en Salvador identificó una prevalencia del 19.5 %, siendo más alta en mujeres con el 26.6 % sobre varones con el 10 % (Coutinho et al., 2021); además, una

investigación realizada en el sur de Brasil mostró un incremento significativo de este fenómeno en escolares de 14 a 18 años, pasando del 65.2 % al 71.1 % (dos Santos et al., 2021); de manera complementaria, un estudio internacional que incluyó a 21277 adolescentes de países como Australia, Canadá, Chile, México, Reino Unido y Estados Unidos reveló que el 55 % de los encuestados expresó insatisfacción con su cuerpo, siendo el 35% quienes se sentían “más grandes de lo ideal” y el 20 % “más delgados de lo ideal” (Common Sense Media, 2016).

Por otro lado, en relación al Perú, según el Ministerio de Salud reveló que, desde 2022 y en adelante en Perú, entre el 7,3 % y el 11,4 % de más de 9 000 adolescentes en 17 ciudades presentan problemas relacionados con su cuerpo e insatisfacción respecto a cómo se ve, comúnmente comparándose con sus pares (Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado-Hideyo Noguchi, 2022); mientras que en un estudio regional en Tumbes, el 42.9 % de 219 adolescentes de 13 a 18 años manifestó insatisfacción con su imagen corporal a un nivel moderado-alto (Jiménez, 2022). En consiguiente, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2024), el 84.9% de adolescentes de 12 a 15 años tienen uso a redes sociales mediante internet, cifra que se elevó al 86.4% en el grupo de 16 a 17 años; asimismo, el 80 % de adolescentes peruanos entre 13 y 17 años ha sido víctima de al menos un riesgo en línea como el ciberbullying, el acoso sexual o la discriminación producto del uso excesivo y no monitoreado de las redes sociales (MINSA, 2024). En relación a la baja autoestima, el Ministerio de Salud (MINSA, 2021), informó que el 29.6 % de los jóvenes de entre 12 y 17 años enfrentan un riesgo de desarrollar problemas de salud mental o emocional, destacando que la baja autoestima es un factor significativo dentro de este riesgo.

La insatisfacción con la imagen corporal constituye un factor que puede afectar de

manera significativa y negativa la autoestima, particularmente en el período de la adolescencia. Cuando un individuo percibe su cuerpo de forma desfavorable o no cumple con los parámetros estéticos socialmente establecidos, es probable que experimente sentimientos de rechazo hacia sí mismo, lo cual repercute en un deterioro de su autoimagen y autovaloración personal (Areche, 2024). Asimismo, esta percepción distorsionada suele inducir sensaciones de inseguridad, vergüenza y la tendencia a realizar comparaciones constantes con otras personas, incidiendo de manera directa en la capacidad de mantener una valoración positiva de sí mismo y causando una disminución generalizada de la autoestima (Cooper, 2022).

Por otro lado, la adicción a las redes sociales también puede influir negativamente en la autoestima. Estas plataformas frecuentemente muestran contenidos idealizados, filtros de belleza y estilos de vida aparentemente perfectos, lo que fomenta comparaciones sociales en las que el individuo puede sentirse inferior o insuficiente frente a estándares poco realistas (Hospital Clínic de Barcelona, 2024). Además, la búsqueda de validación externa mediante reacciones en redes sociales puede crear una dependencia emocional que afecta la autopercepción si no se reciben las respuestas esperadas, lo que debilita la autoestima de los adolescentes (Ramírez, 2021).

El diagnóstico situacional de la institución educativa evidencia una problemática multidimensional asociada a factores de riesgo psicosocial que inciden en los procesos de aprendizaje y convivencia escolar, en concordancia con el enfoque de desarrollo integral promovido por el MINEDU. Se identificaron condiciones de disfuncionalidad familiar, caracterizadas por estilos de crianza inconsistentes, limitada supervisión parental y déficits en la comunicación intrafamiliar, lo cual impacta en el desarrollo socioemocional de los estudiantes. En el contexto escolar, se reportan dificultades en el logro de competencias,

especialmente en autorregulación, atención y habilidades comunicativas, así como la presencia de conductas disruptivas, violencia escolar y acoso (bullying), afectando el clima escolar. Asimismo, se evidencia un uso problemático de tecnologías digitales y redes sociales, asociado a dificultades en la autorregulación y patrones de dependencia conductual, lo cual se vincula con alteraciones en la construcción de la identidad, la percepción de la imagen corporal y la valoración personal. Los reportes psicológicos institucionales indican un incremento de problemáticas emocionales, dificultades adaptativas y relacionales, así como la persistencia de conductas de riesgo, lo que refleja la necesidad de intervenciones preventivas y promocionales. En este marco, se concluye la urgencia de implementar estrategias integrales orientadas al fortalecimiento de la convivencia escolar, el desarrollo de competencias socioemocionales, la promoción de una autoimagen saludable y el uso responsable de entornos digitales, en articulación con la comunidad educativa.

Considerando lo expuesto previamente, el presente estudio se orienta a indagar acerca de la relación entre las variables, con el propósito de, a partir de los hallazgos obtenidos, diseñar e implementar estrategias de intervención que contribuyan al fortalecimiento de la salud mental.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo se relacionan la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025?

1.2.2 Problema específicos

1. ¿Cómo se relacionan las dimensiones de la insatisfacción corporal y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025?
2. ¿Cómo se relacionan las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la

autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar la relación entre la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Analizar la relación entre las dimensiones de la insatisfacción corporal y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.
2. Analizar la relación entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

Esta investigación posee justificación teórica ya que se tomaron como referencias principales la Teoría Sociocultural de la Imagen Corporal de Thompson et al. (1999), el Modelo Cognitivo-Conductual de la Adicción a Internet de Davis (2001) y el Modelo sociométrico de la autoestima de Rosenberg (1989). Estos marcos conceptuales han sido objeto de un análisis exhaustivo y cuentan con un respaldo empírico robusto en el campo de la psicología, lo cual demuestra su relevancia en diversas áreas de investigación. En consecuencia, este estudio proporciona información actualizada y contextualizada que posibilite la confirmación de la pertinencia, aplicabilidad y trascendencia de dichos enfoques teóricos en el contexto actual, contribuyendo de esta manera al avance y renovación del conocimiento en estas disciplinas.

1.4.2 Metodológica

Los instrumentos que se han escogido cumplen con los criterios psicométricos solicitados y han sido empleados ampliamente en diversas investigaciones, siendo el Cuestionario de evaluación de insatisfacción con la imagen corporal creado por Solano y Cano (2010), el Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) elaborado por Escurra y Salas (2014) y la Escala de autoestima de Rosenberg (Rosenberg, 1989), adaptados a la población adolescente peruana por Yglesias (2017), Chávez (2022) y Richard (2020) respectivamente. El objetivo fundamental de esta investigación radicó en perfeccionar y analizar las características psicométricas de los instrumentos, asegurando tanto su validez como su aplicabilidad en investigaciones futuras, lo que permite su uso efectivo en contextos análogos y contribuye al desarrollo científico en el campo.

1.4.3 Práctica

Los resultados obtenidos en este estudio ofrecen a la institución educativa y a los especialistas en psicología datos precisos y vigentes que faciliten a los responsables del centro la puesta en marcha de programas destinados a promover el bienestar psicológico de los estudiantes. Asimismo, se pueden desarrollar programas dirigidos a fortalecer la autoestima, talleres y charlas enfocados en sensibilizar y disminuir la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen corporal.

1.5 Limitaciones de la investigación

El estudio cuenta con varias limitaciones que deben tenerse en cuenta al interpretar sus resultados en el contexto laboral. En primer lugar, la muestra fue pequeña y estuvo formada exclusivamente a adolescentes de un solo colegio, lo que limita la capacidad de generalizar los hallazgos a otros entornos educativos. Asimismo, los datos se recopilaban a través de cuestionarios autoaplicados, un método que podría haber introducido sesgos

relacionados con la percepción subjetiva de los participantes o con su tendencia a ofrecer respuestas socialmente deseables. También es importante destacar que el tiempo dedicado a la aplicación de los instrumentos pudo provocar fatiga o distracción, afectando la calidad de la información obtenida. Por último, el estudio consideró tres variables y se realizó con un diseño explicativo, lo que aumentó la complejidad del análisis y restringió la profundidad con la que se pudo examinar cada una de las dimensiones.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Nacionales

En el plano nacional, Estrada et al. (2025), se propusieron realizar una investigación con el objetivo de investigar la relación entre la autoestima, insatisfacción corporal y la alimentación emocional en un grupo de adolescentes estudiantes en Cusco. Esta fue una investigación de tipo básica, nivel correlacional, diseño no experimental y enfoque cuantitativo; para ello, se seleccionó una muestra de 297 estudiantes de dicha ciudad, los cuales fueron encuestados mediante la Escala de Autoestima de Rosenberg, el Body Shape Questionnaire (BSQ- 14) y el Cuestionario sobre Alimentación Emocional. Los resultados indicaron que el 60% manifestó un nivel de autoestima moderado, el 11.6% un nivel alto y el 28.3% una autoestima baja; además, el 9.3% presentó una insatisfacción alta, el 11.6% un nivel moderado y el 79% una insatisfacción baja. Por otro lado, la autoestima y la insatisfacción se correlacionaron significativamente ($\rho = -0.43$; $p < 0.05$).

Asimismo, Quispe (2025), ejecutó una investigación con el objetivo de investigar la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en un grupo de adolescentes estudiantes en Cusco. Esta fue una investigación de tipo básica, nivel

correlacional, diseño no experimental y enfoque cuantitativo; para ello, se seleccionó una muestra de 180 estudiantes, los cuales fueron encuestados mediante el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) y el Cuestionario de Evaluación de Insatisfacción con la Insatisfacción de imagen corporal (IMAGEN). Los resultados indicaron que el 42.8% de los estudiantes manifestaron un nivel de adicción a las redes sociales moderado y el 51.1% una adicción alta; además, el 68.3% manifestó una insatisfacción corporal severa, el 17.1% a un nivel marcado y el 9.8% un grado moderado. Por otro lado, la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen corporal se correlacionaron ($\rho=0.60$; $p<0.05$).

En consiguiente, Landeo (2025), ejecutó una investigación con el objetivo de investigar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en un grupo de adolescentes estudiantes en Lima. Se seleccionó a 350 adolescentes, los cuales fueron encuestados mediante el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) y el Cuestionario de Autoestima de Coopersmith. Los resultados indicaron correlación significativa entre las variables de estudio ($\rho=-0.29$; $p<0.05$); asimismo, se encontró relación con las dimensiones: personal ($\rho=-0.35$; $p<0.05$) y académica ($\rho=-0.22$; $p<0.05$), pero no con las dimensiones: social ($\rho=0.05$; $p>0.05$), familiar ($\rho=0.00$; $p>0.05$).

Del mismo modo, Barrera y Ramírez (2024), llevaron a cabo una investigación con el objetivo de investigar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en un grupo de adolescentes estudiantes en Huancayo. Esta fue una investigación de tipo básica, nivel correlacional y enfoque cuantitativo, se seleccionó a 109 estudiante alumno de secundaria, los cuales fueron encuestados mediante el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) y el Cuestionario de Autoestima de Coopersmith. Los hallazgos indicaron que el 25.7% manifestó una autoestima baja, el 42.2% un nivel medio y el 7.3% una autoestima alta; además, el 17.4% demostró una adicción a las redes sociales baja, el 45.9%

una adicción media y el 36.7% un nivel alto de adicción. Por otro lado, la adicción a las redes sociales y la autoestima se correlacionaron significativamente ($p < 0.05$) de manera inversa baja ($\rho = -0.24$); además, la autoestima se correlacionó con la obsesión por las redes sociales ($\rho = -0.17$), falta de control personal ($\rho = -0.29$) y académica ($\rho = -0.21$). Se concluyó que a mayor nivel adicción a las redes sociales se presentará una menor autoestima.

Asimismo, Cerron (2024), investigó a un grupo de adolescentes estudiantes en Lima, con el objetivo de investigar la relación entre la insatisfacción con la imagen corporal y la autoestima. Se seleccionó a 348 adolescentes de secundaria, los cuales fueron encuestados mediante dos cuestionarios validados. Los resultados indicaron que la insatisfacción con la imagen corporal y la autoestima se correlacionaron significativamente ($p < 0.05$) de manera inversa baja ($\rho = -0.48$); asimismo, la autoestima se correlacionó con el área cognitiva-emocional ($\rho = -0.24$), perceptiva ($\rho = -0.25$) y conductual ($\rho = -0.31$). Se concluyó que a mayor insatisfacción con la imagen corporal se presentará una menor autoestima.

Finalmente, Ecurra (2022), estudió a un grupo de adolescentes estudiantes en Lima, con el objetivo de investigar la relación entre la insatisfacción con la imagen corporal y la adicción a las redes sociales. Se seleccionó a 151 adolescentes de secundaria, los cuales fueron encuestados mediante dos cuestionarios validados. Los resultados indicaron una correlación significativa moderada y positiva ($\rho = 0.44$; $p < 0.05$); asimismo, la insatisfacción con la imagen corporal se correlacionó con la obsesión ($\rho = 0.43$; $p < 0.05$), falta de control personal ($\rho = 0.44$; $p < 0.05$) y conductual ($\rho = 0.33$; $p < 0.05$). Se concluyó que a mayor a las redes sociales se presentará una mayor insatisfacción con la imagen corporal.

Internacionales

En el plano internacional, Aguilera et al. (2025), investigaron a un grupo de adolescentes estudiantes en Ecuador, con el objetivo de investigar la relación entre la

adicción a las redes sociales y la autoestima. Se seleccionó a 128 adolescentes, los cuales respondieron dos cuestionarios validados. Los resultados indicaron que el 1.6% manifestó una elevada falta de control, el 71.1% recurrente obsesión por las redes sociales y el 27.3% un uso excesivo de las redes sociales; además, el 93.7% manifestó una autoestima positiva alta y el 6.3% una autoestima negativa predominante. Por otro lado, la adicción a las redes sociales y la autoestima no presentaron una significativa correlación ($\rho=-0.05$; $p>0.05$).

Además, Barbecho (2025), estudió a un grupo de adolescentes estudiantes en Cuenca, con el objetivo de investigar la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen corporal. Se seleccionó a 211 estudiantes, los cuales fueron encuestados mediante el Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) y el Body Shape Questionnaire (BSQ). Los hallazgos indicaron que el 89.6% manifestó un uso ocasional de redes sociales, el 10.4% un uso regular y ningún estudiante manifestó un uso excesivo; además, el 26.% manifestó una insatisfacción leve, el 11.4% un nivel moderado y el 4.3% una insatisfacción marcada. Por otro lado, la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen corporal se correlacionaron significativamente en intensidad moderada e inversa ($\rho=-0.40$; $p<0.05$).

Por su parte, Morán et al. (2025), estudió a un grupo de adolescentes estudiantes en Chile, con el objetivo de investigar la relación entre la insatisfacción con la imagen corporal, autoestima, sintomatología depresiva y estado nutricional. Se empleó a 397 alumnos de ambos sexos de un colegio estatal, los cuales fueron encuestados mediante 4 cuestionarios validados. Los resultados indicaron que el 81.7% presentó una satisfacción corporal y el 18.3% una insatisfacción; además, el 21.3% manifestó una autoestima baja y el 78.7% una autoestima media-alta. Por otro lado, la insatisfacción con la imagen corporal y la autoestima se correlacionaron significativamente ($\rho=-0.38$; $p<0.05$).

Además, Soria y Villegas (2024), estudió a un grupo de adolescentes estudiantes en Ecuador, con el objetivo de investigar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima. Esta fue una investigación de tipo básica, nivel correlacional, diseño no experimental y enfoque cuantitativo; para ello, se seleccionó a 406 escolares de secundaria de ambos sexos de la Unidad Educativa “San Luis Gonzaga”, los cuales fueron analizados a través de dos cuestionarios validados. Los resultados indicaron una correlación entre la autoestima y la obsesión por las redes sociales ($\rho=-0.11$; $p<0.05$) pero no con la falta de control personal ($\rho=-0.75$; $p>0.05$) ni uso excesivo ($\rho=-0.65$; $p>0.05$).

Asimismo, García y Quiles (2024), estudiaron a un grupo de adolescentes estudiantes en España, con el objetivo de investigar la relación entre el uso de las redes sociales y su relación con la insatisfacción con la imagen corporal, la ansiedad y conductas alimentarias. Se seleccionó una muestra de 144 estudiantes adolescentes, los cuales fueron encuestados mediante la Eating Attitudes Test (EAT-26), Body Shape Questionnaire (BSQ), State-Trait Anxiety Inventory (STAI), Test de Adicción a las Redes Sociales (TARS). Los resultados manifestaron que insatisfacción con la imagen corporal manifestó una correlación positiva baja significativa con la adicción a las redes sociales ($r=0.28$; $p<0.05$).

Por otro lado, Echeverry et al. (2024), estudiaron a un grupo de adolescentes estudiantes en Colombia, con el objetivo de investigar la relación entre la imagen corporal, autoestima y hábitos de vida. Se seleccionó una muestra de 176 estudiantes adolescentes, los cuales fueron encuestados mediante la Body Shape Questionnaire (BSQ), la Escala de autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de Prácticas y Creencias Sobre Estilos de Vida Saludables. Los resultados indicaron que la insatisfacción con la imagen corporal no manifestó una correlación significativa con la autoestima ($r=-0.14$; $p>0.05$). Esto derivó en concluir que a insatisfacción con la imagen corporal no se presenta precisamente una menor

autoestima.

En este mismo sentido, Góngora (2023), investigó a un grupo de adolescentes estudiantes en Argentina, con el objetivo de investigar la relación entre la imagen corporal, autoestima y hábitos de vida. Se seleccionó una muestra de 121 estudiantes adolescentes, los cuales fueron encuestados mediante el Inventario EDI-2 de Conductas Alimentarias, el Cuestionario SATAQ-3 sobre ideales de belleza y la escala BAS-2 de Apreciación Corporal. Los resultados indicaron que la insatisfacción con la imagen corporal no manifestó una relación significativa con la autoestima ($r=0.01$; $p>0.05$). Esto derivó en concluir que a insatisfacción con la imagen corporal no se presenta precisamente una menor autoestima.

Finalmente, González y López (2022), investigó a un grupo de adolescentes estudiantes en Argentina, con el objetivo de investigar la relación entre la adicción a las redes sociales, autoestima y hábitos de vida. Esta fue una investigación de tipo básica, nivel correlacional, diseño no experimental y enfoque cuantitativo; para ello, se seleccionó a 170 estudiantes adolescentes, encuestados mediante la Escala de Autoestima de Rosenberg, una escala ad hoc y la Escala de Adicciones a las redes sociales. Los resultados indicaron que la adicción a las redes sociales no manifestó una correlación significativa con la autoestima ($r=0.01$; $p>0.05$). Esto derivó en concluir que a insatisfacción con la imagen corporal no se presenta precisamente una menor autoestima.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1. Insatisfacción de la imagen corporal

Definición

La insatisfacción con la imagen corporal es definida por Bell et al. (1986), como una percepción negativa y distorsionada del propio cuerpo, acompañada de sentimientos de

rechazo, vergüenza o frustración por no ajustarse a los estándares estéticos impuestos socialmente. Asimismo, según Maganto y Cruz (2002), se trata de una valoración desfavorable de la apariencia física que se expresa a través de pensamientos y emociones de descontento corporal, lo cual puede impactar negativamente en la salud mental, especialmente en los adolescentes. Además, para Solano y Cano (2010) la insatisfacción con la imagen corporal es la diferencia entre la imagen corporal que una persona percibe y la que idealiza, situación que puede conducir a conductas riesgosas como dietas extremas o trastornos alimenticios.

Por otro lado, en palabras de Castro-Lemus (2016) se define como una vivencia subjetiva de malestar con el propio cuerpo, influenciada por factores socioculturales como los medios de comunicación y las redes sociales. Finalmente, Santos (2022) señala que la insatisfacción con la imagen corporal representa un aspecto negativo del esquema corporal, que implica una percepción equivocada del cuerpo como defectuoso o poco atractivo, afectando la autoestima y el bienestar emocional.

Teoría Sociocultural de la Imagen Corporal (Thompson et al., 1999)

Esta teoría fue desarrollada por Thompson et al. (1999), en el intento de analizar cómo las influencias sociales contribuyen a la formación de la percepción que las personas tienen de su cuerpo y a la insatisfacción corporal. Esta teoría se basa en el modelo tripartito de influencia, que señala tres fuentes principales de presión social: la familia, los amigos y los medios de comunicación. A partir de ello plantearon los siguientes supuestos:

- *Presiones sociales*: la sociedad establece ciertos estándares de belleza y delgadez que se transmiten a través de los medios, la familia y el grupo de amigos. Estos estándares, que suelen ser culturalmente contruidos y difíciles de alcanzar, crean una norma de perfección corporal que se impone socialmente.

- *Adopción de los ideales*: más allá de simplemente conocer estos estándares, la internalización ocurre cuando las personas aceptan y asumen estos ideales como propios, convirtiéndolos en objetivos personales. Esta internalización representa un riesgo para desarrollar una imagen corporal negativa y puede desencadenar trastornos alimentarios.
- *Comparación social*: las personas tienden a comparar sus cuerpos con los ideales sociales y con los cuerpos de sus pares, lo que puede aumentar la insatisfacción si sienten que no cumplen con esas expectativas.
- *Comentarios y críticas*: los comentarios negativos sobre la apariencia física, como burlas relacionadas con el peso o críticas sobre la alimentación, están estrechamente vinculados a la insatisfacción corporal y a la aparición de trastornos alimentarios, especialmente en mujeres jóvenes.

En relación a la insatisfacción corporal, esta teoría indica que esta se debe a las presiones sociales provenientes principalmente de los medios de comunicación, la familia y el grupo de amigos, quienes promueven ideales de belleza poco realistas, como la delgadez extrema. Estos jóvenes adoptan dichos estándares como propios y se comparan constantemente con ellos, lo que provoca sentimientos de inseguridad, baja autoestima y malestar emocional. Además, las críticas y comentarios negativos del entorno social refuerzan esta visión negativa del cuerpo, incrementando la posibilidad de que aparezcan trastornos alimentarios y problemas psicológicos relacionados con la imagen corporal.

Dimensiones

Se ha seleccionado el Cuestionario de evaluación de la insatisfacción de la imagen corporal (IMAGEN), creado por Solano y Cano (2010) y validado posteriormente en Perú

por Yglesias (2017). Este instrumento identifica tres dimensiones principales:

1. *Cognitiva-Emocional*: se refiere a las creencias, sentimientos y valoraciones que una persona desarrolla sobre su cuerpo, basándose en el análisis de su forma, tamaño y peso, comparándolos con los de otras personas. Además, incluye el deseo de modificar su apariencia física, impulsado por sentimientos negativos.
2. *Perceptiva*: se relaciona con la manera en que una persona interpreta su propio cuerpo o ciertas partes de este, generalmente de forma exagerada y negativa. Aquellos que obtienen puntuaciones elevadas en esta área suelen tener una visión crítica y despectiva de su cuerpo, mostrando poca o ninguna aceptación personal.
3. *Comportamental*: hace referencia a los comportamientos que una persona adopta con el fin de cambiar su cuerpo para alcanzar lo que considera atractivo, buscando así una sensación de satisfacción. También incluye conductas perjudiciales para la salud, como el uso de laxantes, provocar el vómito o llevar un control obsesivo de las calorías consumidas.

2.2.2. Adicción a las redes sociales

Definición

En primer lugar, Griffiths (2000) define la adicción a las redes sociales como un uso excesivo, compulsivo y fuera de control de estas plataformas digitales, que interfiere con las actividades diarias y el bienestar psicológico. Por su parte, Sánchez-Carbonell et al. (2008) señala que se trata de una dependencia psicológica caracterizada por la necesidad constante y urgente de conectarse a redes sociales, lo que provoca ansiedad, irritabilidad y descuido de responsabilidades. Asimismo, para Rodríguez et al. (2012) se entiende como una conducta problemática en la que el individuo prioriza el uso de redes sociales sobre otras áreas importantes de su vida, afectando sus relaciones interpersonales.

En otra línea, Ecurra y Salas (2014) señala que la adicción a las redes sociales constituye una forma de adicción conductual donde el usuario muestra una preocupación excesiva por las redes sociales, pérdida de control y persistencia en su uso a pesar de las consecuencias negativas. Por último, para Valencia et al. (2021) es un comportamiento desadaptativo que implica el uso excesivo de redes sociales como mecanismo de escape o para obtener gratificación emocional, generando dependencia y deterioro en el funcionamiento personal.

Modelo Cognitivo-Conductual de la Adicción a Internet de Davis

El modelo cognitivo-conductual de la adicción a internet, desarrollado por Davis (2001), es una de las teorías más reconocidas para entender el uso excesivo y problemático de Internet, también conocido como uso patológico de internet.

Davis (2001) plantea que el uso problemático de internet no surge como una adicción tradicional, sino como un patrón de comportamientos desadaptativos que se originan a partir de dificultades psicológicas previas. En otras palabras, no es el uso excesivo de internet lo que genera problemas emocionales o sociales, sino que condiciones como la depresión, ansiedad, baja autoestima o sensación de soledad predisponen a las personas a desarrollar pensamientos y conductas inadecuadas relacionadas con el uso de la red.

Uno de los aspectos centrales del modelo son las cogniciones desadaptativas, que se refieren a creencias y pensamientos erróneos sobre uno mismo, el entorno y el propio uso de internet. Estas ideas pueden incluir la creencia de que solo a través de internet se puede lograr éxito social o escapar de problemas emocionales (Davis, 2001). A su vez, estas cogniciones llevan a comportamientos problemáticos, como el uso compulsivo de Internet para manejar estados emocionales negativos o evitar situaciones difíciles en la vida real. Este patrón de uso conlleva consecuencias perjudiciales en diferentes áreas, como el aislamiento social, bajo

desempeño académico o laboral, y la incapacidad para controlar el tiempo dedicado a Internet (Davis, 2001).

El modelo se fundamenta en un enfoque de diátesis-estrés, que indica que la combinación de vulnerabilidades personales y factores estresantes que incrementan la probabilidad de desarrollar un uso patológico de Internet (Davis, 2001). Este enfoque ha sido fundamental para crear instrumentos de evaluación y diseñar intervenciones clínicas basadas en la terapia cognitivo-conductual. Además, se ha encontrado que características como la impulsividad y la depresión están estrechamente relacionadas con los componentes del modelo, especialmente con el uso de Internet como mecanismo para regular el estado de ánimo (Davis, 2001).

Este modelo puede extrapolarse a la adicción a las redes sociales, planteando que este problema surge en personas que presentan vulnerabilidades psicológicas como ansiedad, depresión o baja autoestima, lo que las lleva a desarrollar pensamientos y comportamientos poco adaptativos relacionados con el uso excesivo de estas plataformas. Para estos individuos, las redes sociales se convierten en un espacio preferente para la interacción, especialmente cuando enfrentan dificultades en sus relaciones sociales presenciales, y además funcionan como una herramienta para manejar emociones negativas. Por lo tanto, la adicción a las redes sociales se sostiene en la combinación de creencias erróneas, regulación emocional deficiente y comportamientos compulsivos vinculados a vulnerabilidades psicológicas previas.

Dimensiones

Se ha seleccionado el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS), creado por Ecurra y Salas (2014) en Perú y validado posteriormente por Chávez (2022). Este instrumento identifica tres dimensiones principales:

1. *Obsesión por las redes sociales*: esta dimensión se enfoca en los pensamientos y creencias propias de una persona que está enfocada en las redes sociales constantemente presentando comportamientos compulsivos para ingresar a estas.
2. *Falta de control personal*: esta dimensión se refiere a la ausencia de la capacidad para discernir sobre el mal uso de las redes sociales y la incapacidad de controlar el uso de estas conllevando problemas en diversos ámbitos de la vida.
3. *Uso excesivo de las redes sociales*: esta dimensión se enfoca en el abuso del uso de las redes sociales teniendo en cuenta las horas de uso y el contenido observado.

2.2.3. Autoestima

Definición

La autoestima, según Rosenberg (1989), se concibe como la valoración que un individuo realiza de sí mismo, fundamentada en la percepción de su valor personal, sus habilidades y el grado de aceptación que se tiene. En este sentido, Coopersmith (1995) la interpreta como una construcción psicológica que refleja el sentimiento que una persona experimenta respecto a sí misma, ejerciendo influencia sobre su bienestar emocional, su capacidad para tomar decisiones y sus relaciones sociales.

Por otro lado, Rice (2000) define la autoestima como la evaluación que el individuo efectúa de sí mismo, la cual puede manifestarse de manera positiva o negativa, condicionando así su actitud frente a los desafíos de la vida. Asimismo, Colvin y Rutland (2008) la describen como la percepción que una persona posee acerca de sí misma, constituida a partir de sus experiencias, el contexto social en el que se desenvuelve y el diálogo interno, factores que impactan directamente en su motivación y capacidad de autorregulación. Más recientemente, Pérez (2019) presenta una definición actualizada, señalando que la autoestima es una actitud dirigida hacia uno mismo, sustentada en la autovaloración y el respeto propio, aspectos

esenciales para la estabilidad emocional y el desarrollo personal.

Teoría sociométrica de autoestima de Rosenberg

Morris Rosenberg, sociólogo estadounidense, formuló en 1965 una de las conceptualizaciones más relevantes sobre la autoestima, así como el instrumento de medición más empleado en psicología y ciencias sociales: la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR). Rosenberg (1965) define la autoestima como una actitud que una persona mantiene hacia sí misma, la cual puede ser positiva o negativa, y que se configura a partir de la valoración que realiza de sus propias características. En este marco, la autoestima refleja la forma en que el individuo se valora, respeta y percibe, teniendo en cuenta sus experiencias, logros y relaciones sociales.

Este autor sostiene que la autoestima no constituye un atributo fijo, sino que es una actitud dinámica que se manifiesta en los sentimientos de valía y competencia personal que una persona experimenta. Rosenberg enfatiza la importancia crucial de la autoestima durante la adolescencia, etapa fundamental para la construcción de la autoimagen y el autoconcepto. Sin embargo, tanto su teoría como la escala desarrollada han mostrado aplicabilidad y validez en diferentes edades y contextos culturales.

Desde la perspectiva de Rosenberg (1989), la autoestima se conceptualiza principalmente como un constructo unidimensional, aunque investigaciones posteriores han identificado en su escala dos componentes: la autoconfianza, representando la autoestima positiva, y el autodesprecio, correspondiente a la autoestima negativa. La teoría y el instrumento de Rosenberg han sido ampliamente reconocidos y utilizados en investigaciones e intervenciones en los ámbitos clínico, educativo y social, debido a su simplicidad, confiabilidad y robustez psicométrica. Para este autor, la autoestima es un elemento fundamental para el desarrollo personal y la adaptación social, dado que afecta la motivación,

el bienestar emocional y la calidad de las relaciones interpersonales.

Dimensiones

Se ha seleccionado la Escala de autoestima de Rosenberg, creada por Rosenberg (1989) en Perú y validado posteriormente por Richard (2020). Este instrumento identifica dos dimensiones principales:

1. Autoestima positiva: es la valoración favorable, caracterizada por la confianza personal, el reconocimiento y aprecio de las propias capacidades, una imagen corporal saludable y la aceptación plena de la identidad individual. Las personas con este tipo de autoestima suelen mantener una actitud optimista ante la vida y muestran seguridad al tomar decisiones.
2. Autoestima negativa: consiste en una percepción desfavorable de la propia persona. Quienes la experimentan generalmente carecen de confianza en sus habilidades, enfrentan inseguridades y dudas sobre sí mismos, lo que puede generar sentimientos de inferioridad. Asimismo, suelen tener una imagen corporal negativa y dificultades para aceptarse tal cual son

2.3 Formulación de hipótesis

2.3.1. Hipótesis general

Existe relación entre la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.

2.3.2. Hipótesis específicas

1. Existe relación significativa entre las dimensiones de la insatisfacción corporal y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.

2. Existe relación significativa entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.

CAPÍTULO III:METODOLOGÍA

3.1 Método de la investigación

En esta investigación se utilizó el método hipotético-deductivo, el cual es aquel método que inicia al formular una o más hipótesis, basadas en un concepto teórico preestablecido, que son puestas a prueba mediante un proceso científicos para luego ser extrapoladas a una población mayor (Romero et al., 2024).

3.2 Enfoque investigativo

En relación al enfoque, fue cuantitativo, el cual es una forma de investigar que emplea métodos de recolección numéricos y análisis estadístico para cumplir los objetivos de una investigación (Hernández y Mendoza, 2018).

3.3 Tipo de investigación

El tipo de investigación a emplear fue básico, siendo este un método de estudiar un fenómeno que se basa en el solo hecho de incrementar el conocimiento sobre una o más variables sin aplicar alguna intervención (Hinojosa et al., 2024).

3.4 Diseño de la investigación

En función al diseño, fue no experimental, el cual es definido como un tipo de

investigación que no altera o manipula las variables de manera intencional, sino solo describen el fenómeno en su estado natural (Ñaupas et al., 2014). Asimismo, el nivel o alcance del estudio fue correlacional, el cual es toda aquella investigación que tiene por finalidad evaluar la conexión entre 2 o más variables sin establecer relaciones de causa-efecto (Polanía et al., 2020). Además, el corte que se empleó fue transversal, siendo una forma de recolección de datos basada en un solo momento del tiempo debido a que se aplican los instrumentos una sola vez (Romero et al., 2024).

3.5. Población, muestra y muestreo

Población

La población se puede definir como el conjunto global de elementos, personas o sucesos que son parte de una investigación al presentar propiedades representativas en común (Polanía et al., 2020). De esta manera, la población en esta investigación estuvo compuesta por 901 estudiantes adolescentes varones o mujeres que cursan el nivel secundario de una institución educativa.

Muestra

Se define como una parte representativa de la población que se emplea para realizar una investigación debido a que posee características que lo califican para el estudio (Ñaupas et al., 2014). En este sentido, la muestra en esta investigación estuvo compuesta por 270 estudiantes adolescentes varones o mujeres que cursan el nivel secundario de una institución educativa, y que cumplieron con los criterios de inclusión establecidos para la investigación.

Muestreo

En esta investigación se utilizó el muestreo no probabilístico intencional, definido por Hinojosa et al. (2024), como una forma de seleccionar a los participantes mediante el cual no

todo tienen la misma posibilidad estadística de ser escogidos, ya que se emplean criterios propuestos por el investigador:

Criterios de inclusión:

- Estudiantes de nivel secundario.
- Estudiantes con edades entre 12 y 17 años.
- Estudiantes que asistan al colegio Institución educativa 7035 Leoncio Prado.
- Estudiantes que manifiesten su deseo de ser parte del estudio.

Criterios de exclusión:

- Estudiantes que asistan al nivel primaria.
- Estudiantes que no asistan a clases durante la intervención.

Estudiantes que no completen los cuestionarios.

3.6. Variables y operacionalización

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Escala Valorativa
Insatisfacción de la imagen corporal	Solano y Cano (2010) la insatisfacción con la imagen corporal es la diferencia entre la imagen corporal que una persona percibe y la que idealiza, situación que puede conducir a conductas riesgosas como dietas extremas o trastornos alimenticios	La variable insatisfacción con la imagen corporal será evaluada a través del Cuestionario de evaluación de insatisfacción con la imagen corporal (Solano y Cano, 2010), siendo adaptada a la población adolescente peruana por Yglesias (2017) manteniendo las 3 dimensiones originales	Cognitivo – emocional	- Pensamientos obsesivos sobre la comida y el cuerpo - Emociones de tristeza, ira, angustia o ansiedad al ver su cuerpo - Malestar la mostrar el cuerpo	Ordinal	Mínima Marcada Moderada Severa
			Perceptivo	- Comparación del cuerpo con otros - Sentimiento de ser inferior		
			Comportamental	- Vergüenza - Evita el contacto social		

Adicción a las redes sociales	Escurre y Salas (2014) señala que la adicción a las redes sociales constituye una forma de adicción conductual donde el usuario muestra una preocupación excesiva por las redes sociales, pérdida de control y persistencia en su uso a pesar de las consecuencias negativas	La variable adicción a las redes sociales será evaluada a través del Cuestionario de adicción a las redes sociales (2014), siendo adaptada a la población adolescente peruana por Chávez (2022) manteniendo las 3 dimensiones originales	Obsesión por las redes sociales	- Pensamientos recurrentes para acceder a redes sociales - Distorsiones cognitivas - Ansiedad al no acceder	Ordinal	Baja: 0 - 8 Media: 9 - 16 Alta: 17 – 24
			Falta de control personal	- Incapacidad para regular el tiempo en redes sociales. - Descuidar actividades importantes - Intentos fallidos de controlar el tiempo en redes - Tiempo excesivo en las redes sociales.		Baja: 0 - 4 Media: 5 - 8 Alta: 9 – 12
			Uso excesivo de las redes sociales	- Dificultad para reducir el tiempo de conexión a pesar de querer hacerlo. - Permanecer en redes sociales durante horas, afectando otras áreas de la vida cotidiana.		Baja: 0 - 10 Media: 11 - 21 Alta: 22 - 32
Autoestima	Rosenberg (1989), la define como la valoración que una persona tiene de sí misma, basada en la percepción de su propio valor, habilidades y aceptación	La variable autoestima será evaluada a través de la Escala de autoestima de Rosenberg (1989), siendo adaptada a la población adolescente peruana por Richard (2020) manteniendo las 2 dimensiones originales	Autoestima positiva	- Atributos positivos - Aptitudes - Aprecio propio	Ordinal Muy en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) De acuerdo (3) Muy de acuerdo (4)	Baja: 0 - 15 Media: 16 - 18 Alta: 19 – 20
			Autoestima negativa	- Desvirtuación - Pensamientos de culpa y odio - Menosprecio		Baja: 0 - 13 Media: 14 - 16 Alta: 17 - 20

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.7.1 Técnica

La técnica que se empleó fue la encuesta, definida por Hernández y Mendoza (2018), como una forma de recolección de datos que consiste en administrar un cuestionario entregándolo a los participantes, que completaran las preguntas.

3.7.2 Descripción de instrumentos

Variable 1: Engagement

Título original: Cuestionario de evaluación de insatisfacción con la imagen corporal

Autor: Solano y Cano (2010) - España

Adaptado por: Marita Yglesias (2017) - Perú

Administración: Individual y grupal

Aplicación: Individuos varones o mujeres de 12 años en adelante

Objetivo: Medir la insatisfacción con la imagen corporal

Descripción Posee 38 ítems basados en 3 factores: cognitivo-emocional (1 - 21), perceptivo (22 - 31) y comportamental (32 – 38)- Para ello, utiliza una escala de medición tipo Likert basada en 5 alternativas que inicia en “casi nunca o nunca” (0) hasta “casi siempre o siempre” (4)

Variable 2: Satisfacción laboral

Título original: Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)

Autor: Escurra y Salas (2014)

Adaptado por: Elleen Chávez (2022)

Administración: Individual y grupal

- Objetivo:** Medir el nivel de adicción a las redes sociales
- Descripción** Posee 17 ítems basados en 3 dimensiones: obsesión por las redes sociales, falta de control personal y uso excesivo. Para ello, utiliza una escala de medición tipo Likert basada en 5 alternativas que inicia en “nunca” (0) hasta “siempre” (4)

Variable 3: Autoestima

- Título original:** Rosenberg Self-Esteem Scale
- Título:** Escala de autoestima de Rosenberg
- Autor:** Morris Rosenberg (1989) - E.E.U.U.
- Adaptado por:** Daniel Richard (2020) – Perú
- Administración:** Individual y grupal
- Objetivo:** Medir el nivel de adicción a las redes sociales
- Descripción** Posee 10 ítems basados en 2: autoestima positiva (1 - 5) y autoestima negativa (6-5). Para ello, utiliza una escala de medición tipo Likert basada en 4 alternativas que inicia en “muy en desacuerdo” (0) hasta “muy de acuerdo” (4)

3.7.3 Validación

Cuestionario de evaluación de insatisfacción con la imagen corporal

Se confirmó la validez de criterio mediante la validez convergente, analizando las correlaciones con el Cuestionario BQS. Se encontró una correlación positiva alta y altamente significativa entre las puntuaciones totales ($\rho = 0.71$; $p < 0.01$), así como correlaciones

significativas con valores que oscilaron entre 0.41 y 0.67, todas con un nivel de significancia $p < 0.05$, lo que respalda la validez del instrumento.

Adicionalmente, se obtuvo la validez de constructo mediante un AFC, que confirmó un modelo de tres factores. Los índices de ajuste para el modelo reespecificado presentó mejores ajustes, con una razón X^2/gl de 2.56, RMSEA de 0.055 y GFI de 0.976, además de índices parsimónicos superiores, con un PCFI de 0.852 y un PNFI de 0.889 (Yglesias, 2017).

Cuestionario de adicción a las redes sociales

La validez de contenido se verificó mediante análisis de expertos, alcanzando un índice superior a 0.9, valor considerado adecuado. Posteriormente, un estudio piloto con 48 participantes evaluó propiedades psicométricas, donde la validez de constructo mostró un KMO de 0.95 y significancia de 0.00 en la prueba de esfericidad de Bartlett, permitiendo realizar un Análisis Factorial Exploratorio (AFE). Este análisis generó un modelo trifactorial que explica el 57.49% de la varianza (Escurrea y Salas, 2014).

Adicionalmente, un análisis factorial confirmatorio reciente validó el constructo con índices favorables: TLI=0.90, CFI=0.91 y RMSEA=0.07. Para este modelo se eliminaron 7 ítems, reduciendo el cuestionario a 17 (Chávez, 2022).

Escala de autoestima de Rosenberg

Este instrumento fue adaptado por Richard (2020), quién identificó cargas factoriales se situaron entre 0.61 y 0.78. Posteriormente, llevó a cabo un Análisis Factorial Confirmatorio, obteniéndose valores de RMSEA=0.06, TLI=0.91, CFI=0.94 y PNFI=0.57, los cuales cumplen con los criterios de aceptabilidad establecidos. Estos resultados permiten concluir que el instrumento evaluado es válido para su uso.

3.7.4 Confiabilidad

Cuestionario de evaluación de insatisfacción con la imagen corporal

En cuanto a la confiabilidad, esta se evaluó mediante el método de consistencia interna, obteniéndose un coeficiente omega de 0.91 para la dimensión cognitivo-emocional, 0.83 para la dimensión perceptiva y 0.78 para la dimensión comportamental, lo que indica una confiabilidad muy alta (Yglesias, 2017).

Cuestionario de adicción a las redes sociales

La consistencia interna demostró una confiabilidad global de 0.95 en el estudio original de Ecurra y Salas (2014), además los coeficientes Alfa de Cronbach por dimensión fueron: 0.91 (obsesión por redes sociales), 0.88 (falta de control personal) y 0.92 (uso excesivo), indicando fiabilidad para su aplicación. Complementariamente, Chávez (2022) reportó un coeficiente omega de McDonald de .921, reforzando la confiabilidad del instrumento.

Escala de autoestima de Rosenberg

Se utilizó el método de consistencia interna, obteniéndose un coeficiente alfa de Cronbach de 0.80 para la escala total, 0.81 para la dimensión de autoestima positiva y 0.72 para la dimensión de autoestima negativa. Estos resultados demuestran que el instrumento cuenta con un nivel apropiado de fiabilidad para su uso, tal como lo señala Richard (2020).

3.8. Procesamiento y análisis de datos

El proceso de investigación dio inicio con la gestión de los permisos pertinentes, mediante la elaboración de una carta formal dirigida al director del establecimiento educativo. En este documento se solicitó la autorización necesaria para llevar a cabo el estudio y el acceso a los estudiantes, asegurando así la transparencia y el cumplimiento de

las normativas institucionales. Una vez concedido el permiso, se procedió a la recolección de datos mediante la aplicación presencial de instrumentos que pasaron por rigurosos procesos de validación, como revisiones por expertos y pruebas piloto, con el fin de garantizar tanto la validez como la fiabilidad de los resultados obtenidos.

Posteriormente, durante cada jornada de recolección, que tuvo una duración aproximada de 40 minutos, se proporcionaron instrucciones detalladas sobre el llenado del cuestionario, se explicó claramente el objetivo de la investigación y se enfatizó la importancia de la confidencialidad de las respuestas. Además, se solicitó a los estudiantes su asentimiento informado, asegurando que comprendan plenamente el propósito del estudio, sus derechos y la voluntariedad de su participación, lo que refuerza el compromiso ético del proceso investigativo.

Una vez finalizada la fase de recolección, los datos fueron cuidadosamente registrados en una hoja de cálculo de Excel, verificando exhaustivamente que todos los ítems hayan sido debidamente respondidos para evitar omisiones o errores en el análisis estadístico. Posteriormente, se realizó el análisis estadístico utilizando el software IBM SPSS versión 25, donde los resultados se presentaron en tablas que reflejarán frecuencias y porcentajes, facilitando la interpretación de los hallazgos. Para determinar la normalidad de los datos, se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, identificando una ausencia de distribución normal, de modo que se empleó la prueba de correlación de Spearman.

3.9. Aspectos éticos

El presente estudio se desarrolló conforme a los lineamientos éticos contemplados en la Declaración de Helsinki, velando en todo momento por la salvaguarda de la dignidad y los derechos fundamentales de los participantes. En primer término, se garantizó la autonomía

de cada individuo, posibilitando que cada persona decidiera libremente y de manera voluntaria su participación, con la libertad de retirarse en cualquier momento sin que ello conllevara repercusiones adversas. Este aspecto reconoció la capacidad y el derecho de los participantes para adoptar decisiones informadas respecto a su involucramiento en la investigación. En segundo lugar, se aplicó el principio de justicia, otorgando un trato equitativo y sin discriminación, así como una distribución justa de los beneficios y responsabilidades derivados del estudio. Asimismo, se observó el principio de beneficencia, orientado a promover el bienestar de los participantes y a maximizar los posibles beneficios. Paralelamente, se respetó el principio de no maleficencia, procurando evitar cualquier daño o perjuicio durante el desarrollo de la investigación. Para garantizar el respeto a estos principios, se implementó un proceso de consentimiento informado claro y detallado, donde se describieron los objetivos, procedimientos, riesgos y beneficios del estudio, favoreciendo una participación voluntaria y plenamente consciente.

De igual manera, se aseguró la confidencialidad absoluta de la identidad y datos personales de los participantes, utilizando la información exclusivamente con fines científicos y protegiéndola mediante estrictos protocolos de seguridad. Finalmente, el proyecto fue evaluado y aprobado por el Comité de Ética de la Universidad Privada Norbert Wiener, lo cual garantizó el cumplimiento de las disposiciones éticas vigentes y la protección integral de todos los sujetos involucrados.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Aspectos éticos

4.1.1 *Análisis descriptivo de resultados*

Tabla 2

Distribución del sexo de los estudiantes

Sexo	<i>f</i>	%
Masculino	126	46.7
Femenino	144	53.3
Total	270	100.0

En la tabla 2, se puede visualizar que el 53.3% de los estudiantes encuestados son mujeres y el 46.7% son estudiantes varones.

Tabla 3*Distribución de la edad de los estudiantes*

Edad	<i>f</i>	%
12 años	41	15.2
13 años	40	14.8
14 años	45	16.7
15 años	45	16.7
16 años	50	18.5
17 años	49	18.1
Total	270	100.0

En la tabla 3, se puede visualizar que el 18.5% de los participantes presenta 16 años, el 18.1% presenta 17 años, siguiendo con el grupo de 14 y 15 años que representó el 16.7% respectivamente; además, el 15.2% manifestó tener 12 años y el 14.8% tiene 13 años de edad.

Tabla 4*Distribución del grado de los estudiantes*

Grado	<i>f</i>	%
1ero	57	21.1
2do	47	17.4
3ero	54	20.0
4to	53	19.6
5to	59	21.9
Total	270	100.0

En la tabla 4, se puede visualizar que el grado con mayor cantidad de alumnos fue quinto grado con el 21.9%, seguido del 21.1% que curso el primer grado de secundaria, luego se encontraron los estudiantes de tercer grado con el 20%, posterior los estudiantes de quinto grado con el 19.6% y en último lugar el grupo de segundo grado con el 17.4%.

Tabla 5

Distribución de la insatisfacción corporal y sus dimensiones

Dimensión	Mínima		Marcada		Moderada		Severa	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Cognitivo – emocional	0	0	12	4.4	258	95.6	0	0
Perceptivo	0	0	0	0	15	5.6	255	94.4
Comportamental	0	0	0	0	11	4.1	259	95.9
Insatisfacción corporal	0	0	0	0	97	35.9	173	64.1

En la tabla 5, se puede visualizar que el nivel moderado fue altamente predominante en la dimensión cognitivo – emocional (95.6%), seguido del nivel severo que lideró las dimensiones: perceptivo (94.4%) y comportamental (95.9%). Por último, se encontró que el 64.1% de los estudiantes manifestó una severa insatisfacción corporal y el 35.9% una insatisfacción moderada.

Tabla 6*Distribución de la adicción a las redes sociales y sus dimensiones*

Dimensión	Baja		Media		Alta	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Obsesión por las redes sociales	40	14.8	207	76.7	23	8.5
Falta de control personal	68	25.2	154	57	48	17.8
Uso excesivo de las redes sociales	31	11.5	212	78.5	27	10
Adicción a las redes sociales	6	2.2	256	94.8	8	3

En la tabla 6, se puede visualizar que el nivel medio fue altamente predominante en las dimensiones obsesión por las redes sociales (76.7%), falta de control personal (57%) y uso excesivo de las redes sociales (78.5%). Por último, se encontró que el 2.2% de los estudiantes manifestó una baja adicción a las redes sociales, el 94.8% un nivel medio y el 3% una alta adicción a las redes sociales.

Tabla 7*Distribución de la autoestima y sus dimensiones*

Dimensión	Baja		Media		Alta	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Autoestima positiva	0	0	243	90	27	10
Autoestima negativa	175	64.8	87	32.2	8	3
Autoestima	235	87	35	13	0	0

En la tabla 7, se puede visualizar que el nivel medio fue altamente predominante en la autoestima positiva (90%) y en la autoestima negativa predominó el nivel bajo (64.8%).

Por último, se encontró que el 87% de los estudiantes manifestó una baja autoestima, el 13% un nivel medio y ningún alumno presentó una autoestima alta.

4.2 Prueba de hipótesis

Tabla 8

Prueba de ajuste normal de Kolgomorov-Smirnov

Variables	Estadístico	p
Cognitivo-emocional	.077	.001
Perceptivo	.072	.002
Comportamental	.074	.001
Insatisfacción corporal	.037	.200
Obsesión por las redes sociales	.079	.000
Falta de control personal	.092	.000
Uso excesivo de las redes sociales	.056	.040
Adicción a las redes sociales	.052	.073
Autoestima positiva	.094	.000
Autoestima negativa	.097	.000
Autoestima	.083	.000

En la tabla 8, se puede visualizar que las variables insatisfacción corporal y adicción a las redes sociales manifestaron un nivel de significancia (p) mayor a 0.05; mientras que el resto de los casos analizados presentaron un valor p menor a 0.05. Por esta razón, se empleará estadística no paramétrica para realizar la prueba de hipótesis, en este caso la prueba de correlación de Spearman.

Hipótesis general de la investigación:

Ho: No existe relación entre la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.

H1: Existe relación entre la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.

Tabla 9

Correlación entre la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima

		Insatisfacción corporal	Adicción a las redes sociales	Autoestima
Insatisfacción corporal	Rho de Spearman	1	0.20	-0.38
	Sig.	-	0.00	0.00
Adicción a las redes sociales	Rho de Spearman	0.20	1	-0.56
	Sig.	0.00	-	0.00
Autoestima	Rho de Spearman	-0.38	-0.56	1
	Sig.	0.00	0.00	-

En la tabla 9, se puede visualizar que la insatisfacción corporal se correlaciona significativamente con la adicción a las redes sociales de manera positiva débil ($\rho=0.20$; $p=0.00$) y con la autoestima de manera negativa débil ($\rho=-0.38$; $p=0.00$). Por otro lado, se demostró que la adicción a las redes sociales se correlaciona significativamente con la autoestima en intensidad moderada negativa ($\rho=-0.56$; $p=0.00$). Esto implica que se acepta la hipótesis alterna, es decir que existe relación entre la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM.

Hipótesis específica 1:

Ho: No existe relación significativa entre las dimensiones de la insatisfacción de la imagen corporal y la autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM, Lima - 2025.

H1: Existe relación significativa entre las dimensiones de la insatisfacción de la imagen corporal y la autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM, Lima - 2025.

Tabla 10

Correlación entre dimensiones de la insatisfacción de la imagen corporal y la autoestima

	Autoestima	
	Rho	Sig.
Cognitivo-emocional	-.744	.000
Perceptivo	-.314	.001
Comportamental	-.873	.000

En la tabla 10, se puede visualizar que la autoestima manifiesta correlaciones significativas inversas altas con la dimensión cognitivo – emocional ($\rho=-0.74$; $p=0.00$) y comportamental ($\rho=-0.87$; $p=0.01$), y una correlación débil con la dimensión perceptivo ($\rho=-0.31$; $p=0.00$). De este modo, se rechaza la hipótesis nula, por lo que existe relación significativa entre las dimensiones de la insatisfacción de la imagen corporal y la autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM. Tal es así que, en caso los adolescentes presenten una mayor insatisfacción corporal, su nivel de autoestima disminuirá proporcionalmente.

Hipótesis específica 2:

Ho: No existe relación significativa entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM, Lima - 2025.

H1: Existe relación significativa entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM, Lima - 2025.

Tabla 11

Correlación entre dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima

	Autoestima	
	Rho	Sig.
Obsesión por las redes sociales	-.444	.000
Falta de control personal	-.484	.000
Uso excesivo de las redes sociales	-.434	.008

En la tabla 11, se puede visualizar que la autoestima manifiesta correlaciones significativas inversas moderadas con la dimensión obsesión por las redes sociales ($\rho = -0.44$; $p = 0.00$), falta de control personal ($\rho = -0.48$; $p = 0.01$) y uso excesivo de las redes sociales ($\rho = -0.43$; $p = 0.00$). De este modo, se rechaza la hipótesis nula, por lo que existe relación significativa entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM. Tal es así que, en caso los adolescentes presenten una mayor adicción a las redes sociales, su nivel de autoestima disminuirá proporcionalmente.

Tabla 12

Correlación entre las dimensiones de insatisfacción de la imagen corporal y las dimensiones de adicción a las redes sociales

	Obsesión por las redes sociales		Falta de control personal		Uso excesivo de las redes sociales	
	Rho	Sig.	Rho	Sig.	Rho	Sig.
Cognitivo-emocional	0.30	0.00	0.46	0.00	0.41	0.00
Perceptivo	0.48	0.00	0.38	0.00	0.41	0.00
Comportamental	0.58	0.00	0.40	0.00	0.38	0.00

En la tabla 12, se puede denotar que existe correlación significativa entre las dimensiones de insatisfacción de la imagen corporal y las dimensiones de adicción a las redes sociales.

En este sentido, la obsesión por las redes sociales se correlacionó de manera positiva débil con la dimensión cognitivo – emocional ($\rho=0.30$; $p<0.05$), y de manera positiva moderada con las dimensiones: perceptivo ($\rho=0.48$; $p<0.05$) y comportamental ($\rho=0.58$; $p<0.05$). Por otro lado, la falta de control personal se correlacionó de manera positiva débil con la dimensión perceptivo ($\rho=0.38$; $p<0.05$), y de manera positiva moderada con las dimensiones: cognitivo – emocional ($\rho=0.46$; $p<0.05$) y comportamental ($\rho=0.40$; $p<0.05$). Además, el uso excesivo de las redes sociales se correlacionó de manera positiva débil con la dimensión comportamental ($\rho=0.38$; $p<0.05$), y de manera positiva moderada con las dimensiones: cognitivo – emocional ($\rho=0.41$; $p<0.05$) y perceptivo ($\rho=0.41$; $p<0.05$).

De esta manera, en caso los estudiantes manifiesten pensamientos obsesivos para

ingresar a las redes sociales, dificultades para controlar su uso y una excesiva cantidad de horas de uso; se presentará una alta insatisfacción con su imagen corporal incrementando un inconformidad con su cuerpo, desarrollando pensamientos de minusvalía relacionados con su peso y belleza y conductas disruptivas dirigidas a disminuir su peso y controlar su imagen.

4.1.3 Discusión de resultados

Posterior al procesamiento de los datos, es apremiante realizar una discusión de lo hallado. En relación a la hipótesis general, la cual fue existe relación entre la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria; se pudo encontrar que la insatisfacción corporal se correlaciona significativamente con la adicción a las redes sociales de manera positiva débil ($\rho=0.20$; $p=0.00$) y con la autoestima de manera negativa débil ($\rho=-0.38$; $p=0.00$); además, la adicción a las redes sociales se correlaciona significativamente con la autoestima en intensidad moderada negativa ($\rho=-0.56$; $p=0.00$). En base a lo anterior, es propio indicar que la presencia de una insatisfacción corporal elevada en los adolescentes de dicho colegio implica que se incrementará su adicción a las redes sociales y disminuirá su autoestima; además, en caso su adicción sea elevada su autoestima también será menor.

Dichos resultados son similares a lo que encontraron Estrada et al. (2025) en adolescentes de Cusco, ya que encontraron que la autoestima y la insatisfacción se correlacionaron significativamente ($\rho=-0.43$; $p<0.05$); de la misma forma, en el estudio de Quispe (2025) realizado en el mismo lugar, se demostró que la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen corporal se correlacionaron ($\rho=0.60$; $p<0.05$); del mismo modo, Barbecho (2025) en Ecuador, ya que halló que la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen corporal se correlacionaron significativamente en intensidad

moderada e inversa ($\rho=-0.40$; $p<0.05$); en esta misma línea, Morán et al. (2025) identificaron que la insatisfacción con la imagen corporal y la autoestima se correlacionaron significativamente ($\rho=-0.38$; $p<0.05$). Por otro lado, se opone con lo hallado por Aguilera et al. (2025) en Ecuador, puesto que dichos autores encontraron que la adicción a las redes sociales y la autoestima no presentaron una significativa correlación ($\rho=-0.05$; $p>0.05$); asimismo, en el estudio de Echeverry et al. (2024) realizado en Colombia, hallaron que la insatisfacción con la imagen corporal no manifestó una correlación significativa con la autoestima ($r=-0.14$; $p>0.05$); además, Góngora (2023) en Argentina, pudo evidenciar que la insatisfacción con la imagen corporal no manifestó una relación significativa con la autoestima ($r=0.01$; $p>0.05$); finalmente, González y López (2022) en Argentina, demostró que la adicción a las redes sociales no manifestó una correlación significativa con la autoestima ($r=0.01$; $p>0.05$).

De acuerdo a lo anterior, se puede subrayar que un elevado nivel de insatisfacción con la imagen corporal entre los adolescentes del colegio estudiado no solo promueve una mayor dependencia de las redes sociales, sino que también incide de manera adversa en su autoestima. Esto se debe a la exposición continua a ideales corporales inalcanzables, la comparación social y la necesidad de validación externa mediante interacciones digitales, lo que refuerza distorsiones en la percepción de sí mismos y fomenta sensaciones de inseguridad e inferioridad. Cuando esta dependencia alcanza niveles altos, la autoestima se deteriora aún más, afectando directamente la salud mental al elevar el riesgo de ansiedad, síntomas depresivos, estrés emocional y frustración por no cumplir con los estándares ideales percibidos; en consecuencia, pueden surgir retraimiento, irritabilidad y problemas en la regulación emocional. Adicionalmente, en el plano social, esta dinámica puede erosionar las relaciones interpersonales, pues los adolescentes priorizan las conexiones virtuales sobre las

cara a cara, dependen en exceso de la aprobación en línea y experimentan miedo al rechazo o al escrutinio social, lo que obstaculiza la formación de vínculos saludables, la integración grupal y el impulso del sentido de pertenencia y del desarrollo psicosocial.

Por otro lado, para la hipótesis específica 1, la cual fue existe relación significativa entre las dimensiones de la insatisfacción de la imagen corporal y la autoestima en adolescentes de secundaria; se pudo encontrar que la autoestima manifiesta correlaciones significativas inversas altas con la dimensión cognitivo – emocional ($\rho=-0.74$; $p=0.00$) y comportamental ($\rho=-0.87$; $p=0.01$), y una correlación débil con la dimensión perceptivo ($\rho=-0.31$; $p=0.00$). En base a lo anterior, es propio indicar que la presencia de una autoestima deficiente en los adolescentes de dicho colegio tendrá una relación con niveles altos de insatisfacción corporal tanto a nivel cognitivo – emocional, conductual y en su percepción.

Dicho resultado presenta una similitud con lo que encontró Cerron (2024) en Lima, puesto que se demostró que la autoestima se correlacionó con el área cognitiva-emocional ($\rho=-0.24$), perceptiva ($\rho=-0.25$) y conductual ($\rho=-0.31$), aunque con correlaciones ligeramente más débiles. Es importante mencionar que no se encontraron estudios que demostraron una ausencia de correlación significativa entre las variables.

Por ello, resulta relevante indicar que una autoestima disminuida en los adolescentes de dicha institución se vincula con elevados niveles de insatisfacción corporal en los planos cognitivo, emocional, conductual y perceptivo, además de generar efectos significativos en su salud mental y en su vida social, ya que estos estudiantes tienden a experimentar pensamientos autocríticos persistentes, sentimientos de inseguridad, vergüenza y desvalorización, así como conductas de evitación, aislamiento y control excesivo del peso o de la apariencia, lo que incrementa la probabilidad de presentar ansiedad, depresión y

trastornos de la conducta alimentaria, perjudicando su bienestar psicológico y restringiendo su participación en actividades escolares, recreativas y sociales, dificultando el establecimiento de relaciones interpersonales saludables, aumentando el riesgo de rechazo o acoso y debilitando su sentido de pertenencia, circunstancias que contribuyen a un deterioro progresivo de su adaptación social, su rendimiento académico y su calidad de vida.

Por otro lado, para la hipótesis específica 2, la cual fue existe relación significativa entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria; se pudo encontrar que la autoestima manifiesta correlaciones significativas inversas moderadas con la dimensión obsesión por las redes sociales ($\rho=-0.44$; $p=0.00$), falta de control personal ($\rho=-0.48$; $p=0.01$) y uso excesivo de las redes sociales ($\rho=-0.43$; $p=0.00$). En base a lo anterior, es propio indicar que la presencia de una autoestima deficiente en los adolescentes de dicho colegio tendrá una relación con pensamientos obsesivos sobre redes sociales, incapacidad para control el uso y una frecuencia de uso excesiva.

Al respecto, dicho hallazgo se relacionó con lo encontrado por Barrera y Ramírez (2024) puesto que demostró en Huancayo, que la autoestima se correlacionó con la obsesión por las redes sociales ($\rho=-0.17$), falta de control personal ($\rho=-0.29$) y el uso excesivo de las redes sociales ($\rho=-0.21$). Por otro lado, en el estudio de Soria y Villegas (2024) en Ecuador, se demostró que la autoestima se correlaciona con la obsesión por las redes sociales ($\rho=-0.11$; $p<0.05$) pero no con la falta de control personal ($\rho=-0.75$; $p>0.05$) ni con el uso excesivo ($\rho=-0.65$; $p>0.05$).

finalmente, como análisis exploratorio Post-hoc se halló que las dimensiones de la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales se correlacionaron de manera positiva y significativa. Con las dimensiones de la adicción a las redes sociales, observándose

coeficientes de correlación entre ($\rho=0.30$ y $\rho=0.58$) y ($p<0.005$). Estos resultados mencionan que los adolescentes con mayores niveles de insatisfacción corporal tienden a presentar mayores niveles de obsesión por las redes sociales, dificultades para controlar su uso, y un uso excesivo de estas plataformas.

Dicho hallazgo presenta similitud con lo encontrado por Escurra (2022), donde evidencio una relación positiva significativa entre la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales ($\rho=0.44$; $p<0.005$), así como las correlaciones positivas con las dimensiones de obsesión por las redes sociales ($\rho=0.43$; $p<0.05$), falta de control personal ($\rho=0.33$; $p<0.05$). por otro lado, García y Aquiles (2024) encontraron una correlación positiva baja y significativa entre la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales ($r=0.28$; $p<0.05$), respaldando los resultados obtenidos.

En esta misma línea, es relevante destacar que una baja autoestima en los adolescentes de este colegio se vincula con una preocupación persistente por las redes sociales, una limitada habilidad para controlar su empleo y un apego excesivo a ellas. Esto impacta de manera notable su salud mental, al elevar los niveles de ansiedad, estrés, irritabilidad, inseguridad y el riesgo de síntomas depresivos, al tiempo que fomenta la comparación social, la búsqueda continua de aprobación y sensaciones de desaprobación. Tales alteraciones psicológicas repercuten negativamente en su esfera social, generando aislamiento, el deterioro de las interacciones cara a cara, obstáculos para forjar relaciones saludables, menor participación en tareas académicas y ocio, tensiones familiares, y un menoscabo en las competencias sociales. De este modo, se perpetúa un ciclo vicioso donde el uso disfuncional de las redes sociales agrava la baja autoestima e impide su desarrollo holístico.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Primero. Se comprobó una relación significativa entre la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales ($\rho=0.20$; $p=0.00$), así como con la autoestima ($\rho=-0.38$; $p=0.00$). Asimismo, la adicción a las redes sociales y la autoestima se relacionaron significativamente ($\rho=-0.56$; $p=0.00$).

Segundo. Se demostró una relación significativa inversa entre las dimensiones de la insatisfacción de la imagen corporal: cognitivo – emocional ($\rho=-0.74$; $p=0.00$) y comportamental ($\rho=-0.87$; $p=0.01$) y perceptivo ($\rho=-0.31$; $p=0.00$) y la autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM.

Tercero. Se demostró una relación significativa inversa entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales: obsesión por las redes sociales ($\rho=-0.44$; $p=0.00$), falta de control personal ($\rho=-0.48$; $p=0.01$) y uso excesivo de las redes sociales ($\rho=-0.43$; $p=0.00$) y la autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM.

Cuarto. Como análisis exploratorio post-hoc, se evidencio una relación significativa positiva entre la insatisfacción corporal y adicción a las redes sociales: se encontró que la obsesión por las redes sociales presento una correlación positiva débil con la dimensión cognitivo -emocional ($\rho=0.30$; $p<0.05$) y correlaciones positivas moderadas con las dimensiones perceptiva ($\rho=0.48$; $p<0.48$) y comportamental ($\rho=0.58$ p $0<.05$). asimismo, la falta de control personal y el uso excesivo de las redes sociales se correlacionaron de manera positiva, entre débil y moderada, con las dimensiones cognitivo -emocional, perceptiva y comportamental de la insatisfacción

corporal. Estos hallazgos constituyen evidencia complementaria para futuras investigaciones.

5.2 Recomendaciones

Primero. Para disminuir la insatisfacción con el cuerpo en adolescentes, se recomienda a los docentes del centro educativo, crear espacios educativos que fomenten una imagen corporal saludable, donde se reflexione críticamente sobre los estándares de belleza irreales, se incentive la aceptación del propio cuerpo y se desarrollen habilidades para cuestionar mensajes dañinos provenientes de medios y redes digitales.

Segundo. Para prevenir la adicción severa a las redes sociales, se sugiere a los profesionales de psicología del centro educativo, implementar un programa preventivo sobre el uso responsable de las redes sociales, que incluya métodos de autorregulación, control del tiempo en línea, detección de señales de uso excesivo y fortalecimiento del autocontrol. También es fundamental involucrar a profesores y familias para establecer reglas claras y promover hábitos tecnológicos saludables.

Tercero. Para aumentar la autoestima de los adolescentes, la dirección del centro educativo debe liderar la implementación de un plan de gestión que promueva actividades orientadas al desarrollo de competencias socioemocionales. Estas acciones ayudarán a los estudiantes a reconocer sus habilidades, fortalecer su confianza, practicar pensamientos positivos y alcanzar logros tanto en lo académico como en lo personal. Se recomiendan estrategias grupales, ejercicios de apoyo mutuo y la fijación de objetivos realistas, con asignación de recursos (tiempo, personal y

materiales) y mecanismos de seguimiento para medir su impacto en la auto-percepción estudiantil.

Cuarto. Se recomienda a futuros investigadores profundizar en el estudio de la relación entre las dimensiones de la insatisfacción corporal y adicción a las redes sociales a través de investigaciones particularmente diseñadas para analizar estas variables, con el fin de ampliar la evidencia científica, así mismo desarrollar estrategias de prevención dirigidas a la población adolescente.

REFERENCIAS

- Aguilera, R. P., Gusqui, L. H., Buñay, P. A., Olivo, E. G. y Guamán, J. L. (2025). Adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 24, 1-9. <http://www.revhabanera.sld.cu/index.php/rhab/article/view/59699>
- Areche, R., Escobar, A. J. y Suazo, K. (2024). *Insatisfacción corporal, ansiedad y estilos de afrontamiento en estudiantes de VII ciclo de la I.E. Mariscal Castilla - Huancayo, 2023* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad Continental]. Repositorio digital - Universidad Continental. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/14764/1/IV_FHU_501_TE_Areche_Escobar_Suazo_2024.pdf
- Barbecho, A. A. (2025). *Niveles de adicción a las redes sociales e insatisfacción por la imagen corporal en estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad de Cuenca, período 2024-2025* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad de Cuenca]. Repositorio digital - Universidad de Cuenca. <https://repositorio.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c104614d-dffc-4942-ab4a-f18570ca4725/content>
- Barrea, K. y Ramirez, C. O. (2024). *Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del 4.º año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad Continental]. Repositorio digital - Universidad Continental. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/16572/1/IV_FHU_501_TE_Barrera_Ramirez_2024.pdf
- Bastidas, A. S. (2023). *Autoestima y dependencia emocional en estudiantes de la carrera de*

- psicología de una universidad privada de Huancayo*, 2022 [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad Continental]. Repositorio digital - Universidad Continental.
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/13934/8/IV_FHU_501_TE_Bastidas_Ramos_2023.pdf
- Bedoya, C. (2021). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad de Lima]. Repositorio digital - Universidad de Lima.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13803/Bedoya_Adici%C3%B3n.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Bell, C., Kirkpatrick, W. y Rinn, R. C. (1986). Body image of anorexic, obese and normal females. *Journal of Clinical Psychology*, 42, 431-439. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(198605\)42:3<431::aid-jclp2270420305>3.0.co;2-i](https://doi.org/10.1002/1097-4679(198605)42:3<431::aid-jclp2270420305>3.0.co;2-i)
- Bell, C., Kirkpatrick, W. y Rinn, R. C. (1986). Body image of anorexic, obese and normal females. *Journal of Clinical Psychology*, 42, 431-439. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(198605\)42:3<431::aid-jclp2270420305>3.0.co;2-i](https://doi.org/10.1002/1097-4679(198605)42:3<431::aid-jclp2270420305>3.0.co;2-i)
- Castro-Lemus, N. (2016). Re-conceptualización del constructo de imagen corporal desde una perspectiva multidisciplinar. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 192(781), 1-13. <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2158/2895>
- Cerda, H. G. (2024). *Uso social del TikTok por parte de los adolescentes de la parroquia San Antonio de Bayushig*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio digital institucional Universidad Nacional de Chimborazo.
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/15495/1/Cerda%20V%2C%20Heidy%20G%20%282025%29.%20Uso%20social%20del%20TikTok%20por%20parte.pdf>
- Cerron, M. D. (2024). *Insatisfacción con la imagen corporal y autoestima en adolescentes*

- [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad Peruana Cayetano Heredia]. Repositorio digital - Universidad Peruana Cayetano Heredia. https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/17163/Insatisfaccion_CerronLara_Molly.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chávez, E. J. (2022). *Evidencias psicométricas del cuestionario de adicción a las redes sociales en adolescentes en Trujillo* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad César Vallejo]. Repositorio digital - Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/88881/Ch%c3%a1vez_REJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Clinic Barcelona. (2024, 12 de agosto). La Influencia de las redes sociales en la percepción del cuerpo y la salud mental. <https://www.clinicbarcelona.org/noticias/la-influencia-de-las-redes-sociales-en-la-percepcion-del-cuerpo-y-la-salud-mental>
- Colvin, M. y Rutland, F. (2008). *Is Maslow's Hierarchy of Needs a Valid Model of Motivation*. Louisiana Tech University.
- Common Sense Media. (2016). Children, teens, media, and body image: A Common Sense Media research brief. https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/csm_body-image-research-brief_1.pdf
- Cooper, M. (2022). Insatisfacción corporal, alteración de la imagen corporal, dismorfia corporal: una guía para profesionales sanitarios, cuidadores y medios de comunicación. Children's Hospital of Philadelphia. <https://policylab.chop.edu/blog/body-dissatisfaction-body-image-disturbance-body-dysmorphia-primer-providers-caregivers-and>
- Coopersmith, S. (1995). *The antecedents of self esteem*. Consulting: Psychologist Press.

- Coutinho, T. M., de Almeida, S. S. y Ferreira, M. E. C. (2021). Body image dissatisfaction and associated factors among adolescents. *Revista de Saúde Pública*, 55, 1–9. <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2021055002491>
- Davis, R. A. (2001). Un modelo cognitivo-conductual del uso patológico de Internet. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187–195. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00041-8](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00041-8)
- dos Santos, M. A. B., Conti, M. A. y Ferreira, M. E. C. (2021). Secular trend in body image dissatisfaction among adolescents. *Journal of Health Psychology*, 26(13), 2483–2494. <https://doi.org/10.1177/1359105321995976>
- Echeverry, M. C., Rengifo, N., Murillo, R. D., Rodríguez, M. A., Hernández, R. A. y Rincón, D. M. (2024). Imagen corporal, autoestima y hábitos de vida saludable en estudiantes de Medellín. *Tempus Psicológico*, 7(2), 1-15. <https://doi.org/10.30554/tempuspsi.7.2.4992.2024>
- Escurre, M. y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91. <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a07v20n1.pdf>
- Escurre, Y. (2022). *Imagen corporal y adicción a redes sociales en estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Pedro Gálvez Egúsqiza, Lima - 2022* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad Norbert Wiener]. Repositorio digital - Universidad Norbert Wiener. <https://repositorio.uwiener.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b21fd872-e3b8-4fae-94cc-ca442afa83bb/content>
- Estrada, E. G., Cruz, E. O., Larico, G. R., Cornejo, G., Arias, Y. M., Ramírez, F. R., Ferreyros, J. E., Ruiz, J. O. y Roque, C. E. (2025). Investigando la relación entre la

autoestima, insatisfacción corporal y alimentación emocional en una muestra de estudiantes universitarios: Un estudio correlacional. *Revista Retos*, (62), 420-430.

<https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/110782/80494>

Estupiñán, I. V. (2024). *Impacto que tiene el uso de redes sociales en la autoestima y salud mental de los jóvenes*. [Tesis de pregrado, Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO]. Repositorio digital institucional Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.

<https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/5582e3b0-dc77-420d-9776-2671661a419f/content>

García, S. y Quiles, Y. (2024). Uso de las redes sociales y su relación con la insatisfacción con la imagen corporal, la ansiedad y conductas alimentarias de riesgo en jóvenes.

Psicología, 55(1), 13-25. <https://revistes.ub.edu/index.php/Anuario-psicologia/article/view/45988/43651>

Góngora, V. C. (2023). Actividades en redes sociales, insatisfacción corporal, ideales de belleza y apreciación corporal en mujeres adultas. *Psychology, Society y Education*, 15(2), 19-27. <https://scielo.isciii.es/pdf/pse/v15n2/1989-709X-pse-15-02-19.pdf>

González, N. C. y López, P. (2022). *Influencia de las Redes Sociales en la autoestima de dos generaciones diferentes (Generación Z y Millennials)* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad de La Laguna]. Repositorio digital - Universidad de La Laguna.

<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/28381/Influencia%20de%20las%20Redes%20Sociales%20en%20la%20autoestima%20de%20dos%20generaciones%20diferentes%20%28Generacion%20Z%20y%20Millennials%29.pdf?sequence=1>

Griffiths, M. (2000). Does Internet and computer "addiction" exist? Some case study

- evidence. *CyberPsychology and Behavior*, 3(2), 211-218.
<https://doi.org/10.1089/109493100316067>
- Hernández, R. y Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill Interamericana Editores.
<https://bellasartes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf>
- Hinojosa, J., Manani, J. E. y Catacora, E. (2024). Proyecto de tesis: guía práctica para investigación cuantitativa. Científica Digital.
<https://downloads.editoracientifica.com.br/books/978-65-5360-556-5.pdf>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (IBGE). (2020). Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar: 2019. <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101852.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). Informe técnico: Condiciones de vida en el Perú. Primer trimestre 2024. <https://m.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/condiciones-de-vida/1/#lista>
- Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado-Hideyo Noguchi, MINSA. (2022). Más del 11 % de adolescentes sufre trastornos alimentarios en el país [Comunicado]. Agencia Peruana de Noticias Andina. <https://andina.pe/agencia/noticia-mas-del-11-adolescentes-sufre-trastornos-alimentarios-el-pais-306992.aspx>
- Jiménez, M. L.. (2022). *Conductas alimentarias de riesgo e imagen corporal en adolescentes de 13 a 18 años, Tumbes, 2022* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad Nacional de Tumbes]. Repositorio digital - Universidad Nacional de Tumbes.
<https://repositorio.untumbes.edu.pe/server/api/core/bitstreams/f41e400c-3ed1-4e2f-81fa-10245325336c/content>
- Landeo, R. E. (2025). *Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes de*

- secundaria de una institución educativa de Lima Este, 2024* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio digital - Universidad Nacional Federico Villarreal. <https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/10477/Landeo%20Huaman%2c%20Ruth%20Eliana%20%28FAPS%20-%20T%2c%20aditulo%20profesional%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Maganto, C. y Cruz, S. (2002). La insatisfacción corporal como variable explicativa de los trastornos alimenticios. *Revista de Psicología de la PUCP*, 22(2), 198-223. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/3711/3693>
- McCarthy, H., Sanders, J. y Clarke, K. (2022). A systematic review of the prevalence of body dissatisfaction among adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1104. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031104>
- Ministerio de Salud del Perú. (2021, 10 de octubre). El 29.6 % de adolescentes entre 12 y 17 años presenta riesgo de padecer algún problema de salud mental o emocional. Agencia Andina. <https://andina.pe/agencia/noticia-el-296-por-ciento-adolescentes-entre-12-y-17-anos-presenta-riesgo-padecer-algun-problema-salud-mental-864139.aspx>
- Ministerio de Salud. (2024). Uso indiscriminado de redes sociales está relacionado con trastornos emocionales en adolescentes. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/37622-ministerio-de-salud-ingresa-al-mundo-de-las-redes-sociales>
- Morán, C., Victoriano, M., Parra, J., Ibacache, X., Pérez, R., Sánchez, J., Sáez, K. y Mosso, C. (2024). Insatisfacción corporal, autoestima, sintomatología depresiva y estado nutricional en adolescentes. *Revista Chilena de Pediatría: Andes Pediatría*, 95(1),

- 69-76. <https://www.scielo.cl/pdf/andesped/v95n1/2452-6053-andesped-andespediatr-v95i1-4779.pdf>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Ediciones de la U. https://www.lopezgalvezasesores.com/descargas/metodologia_investigaci%C3%B3n.pdf
- Pérez, H. (2019). Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal. *Alternativas en psicología*, (41), 22-32. <https://alternativas.me/wp-content/uploads/2019/03/2.-Autoestima-teorias-y-su-relacion-con-el-exito-personal.pdf>
- Polanía, C. L., Cardona, F. A., Castañeda, G. I., Alexandra, I., Calvache, O. A. y Abanto, W. I. (2020). Metodología de Investigación Cuantitativa y Cualitativa Aspectos conceptuales y prácticos para la aplicación en niveles de educación superior. Institución Universitaria Antonio José Camacho - Universidad César Vallejo. <https://libros.uniajc.edu.co/index.php/editorial-uniajc/catalog/view/4/4/13>
- Quispe, Y. (2025). *Adicción a redes sociales e insatisfacción de imagen corporal en estudiantes de un colegio de Cusco, 2024* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad Continental]. Repositorio digital - Universidad Continental. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/17443/2/IV_FHU_501_TE_Quispe_Ayrampo_2025.pdf
- Rice, P. (2000). *Adolescencia, desarrollo, relaciones y cultura*. Prentice Hall.
- Richard, D. W. (2020). *Propiedades psicométricas de las Escalas de Autoestima de Rosenberg y de Asertividad de Rathus en estudiantes del nivel secundario del Colegio Unión de Ñaña, Lima, 2019* [Tesis de titulación, Universidad Peruana Unión]. Repositorio institucional - Universidad Peruana Unión.

- https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3090/Daniel_Tesis_E
- Rodríguez, O., Gallego, V., Rodríguez, M. J. y López, M. Á. (2012). Adicción a las nuevas tecnologías. *Psicología de las Adicciones*, 1(1), 2-6.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abu
[so/Articulos/tratamiento%20marihuana%207.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abu)
- Roldan, J. y Vargas, S. T. (2025). *Incidencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes: Comprensión de las dinámicas de interacción y autopercepción* [Tesis de licenciatura en psicología, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD]. Repositorio digital - Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.
<https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/69864/1/Stvargasv.pdf>
- Romero, R., Mayta, D., Ancaya, M. C. E., Tasayco, S. y Berrio, M. L. (2024). Método de investigación científica: Diseño de proyectos y elaboración de protocolos en las Ciencias Sociales. Instituto de Investigación y Capacitación Profesional del Pacífico.
<https://idicap.com/ojs/index.php/editorialeip/article/view/285/303>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press
- Rosenberg, M. (1989). *Society and the adolescent self-image*. Wesleyan University Press.
- Sánchez-Carbonell, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A. y Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno? *Adicciones*, 20(2), 149-159.
<https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122057007.pdf>
- Santos, J. L. (2022). Psicopatología de la imagen corporal. CID - Centro de Investigación y Desarrollo.
<https://biblioteca.ciencialatina.org/wp-content/uploads/2023/05/Psicopatologia-de-la-imagen-corporal.pdf>
- Solano, N. y Cano, A. (2010). IMAGEN: Evaluación de la insatisfacción con la imagen corporal. Manual. TEA Ediciones.

https://web.teaediciones.com/Ejemplos/IMAGEN_Extracto.pdf

Soria, P. A. y Villegas, N. J. (2024). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. *Revista Psicología Unemi*, 8(14), 19-29.

<https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1780/1733>

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M. y Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>

Torres, R. Y., Toledo, P. M., Cuenca, N. E., De la Cruz, C., Yslado, R. M. y Camacho, S. O. (2026). Salud mental en adolescentes peruanos durante y después del confinamiento por COVID-19: un análisis comparativo de la depresión, ansiedad y estrés. *Revista INVECOM*, 6(3), 1 - 11.

<https://revistainvecom.org/index.php/invecom/article/view/4310/5285>

Valencia, R., Cabero, J., Garay, U. y Fernández, B. (2021). Problemática de estudio e investigación de la adicción a las redes sociales online en jóvenes y adolescentes. *Tecnología, Ciencia y Educación*, 18, 99-125. <https://www.tecnologia-ciencia-educacion.com/index.php/TCE/article/view/573/343>

Yglesias, M. (2017). *Propiedades psicométricas del Cuestionario evaluación de la insatisfacción con la imagen corporal en adolescentes de la región norte – Perú* 84. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio digital institucional Universidad César Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/723/yglesias_sm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexos 1. Matriz de consistencia

Título: Insatisfacción de la imagen corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de un centro educativo de SJM, Lima - 2025.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
Problema General: ¿Cómo se relacionan la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025?	Objetivo General: Analizar la relación entre la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.	Hipótesis general: Existe relación entre la insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.		
Problemas específicos: 1. ¿Cómo se relacionan las dimensiones de la insatisfacción corporal y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025? 2. ¿Cómo se relacionan las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025?	Objetivos específicos: 1. Analizar la relación entre las dimensiones de la insatisfacción corporal y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025. 2. Analizar la relación entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.	Hipótesis específicas: 1. Existe relación significativa entre las dimensiones de la insatisfacción corporal y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025. 2. Existe relación significativa entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.	Insatisfacción de la imagen corporal - Cognitivo – Emocional - Perceptivo - Comportamental Adicción a las redes sociales - Obsesión por las redes sociales - Falta de control personal - Uso excesivo de las redes sociales Autoestima - Autoestima positiva - Autoestima negativa	Tipo: Básica, correlacional Método: hipotético-deductivo Diseño: no experimental transversal Población: 901 estudiantes Muestra: 270 estudiantes Instrumento 1: Cuestionario de evaluación de insatisfacción con la imagen corporal Instrumento 2: Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) Instrumento 3: Escala de autoestima de Rosenberg

Anexo 2. Instrumentos de medición

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA INSATISFACCIÓN CON LA IMAGEN CORPORAL (IMAGEN)

INSTRUCCIONES: A continuación, se presentan una serie de frases que hacen referencia a determinados pensamientos, emociones o comportamientos asociados a tu figura. Se trata de que señales con qué frecuencia se den en ti de acuerdo a la siguiente escala

CASI NUNCA O NUNCA	POCAS VECES	UNAS VECES SÍ Y OTRAS NO	MUCHAS VECES	CASI SIEMPRE O SIEMPRE
0	1	2	3	4

¿CON QUE FRECUENCIA TIENES LOS SIGUIENTES PENSAMIENTOS Y EMOCIONES?

Nº	Ítem	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	Creo que si realizase 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	Estoy triste cuando pienso en mi figura					
9	Me siento irritable cuando pienso en mi aspecto físico.					
10	Me enfado 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					

¿CON QUE FRECUENCIA TIENES LAS SIGUIENTES IDEAS?

N°	Ítem	0	1	2	3	4
22	Mi estómago impide que me vea los pies					
23	Mis brazos son gordos					
24	Tengo las mejillas caídas					
25	Mi pecho esta fofo 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 morcillas.					
31	Las facciones de mi cara están deformes debido a mi peso..					

¿CON QUÉ FRECUENCIA REALIZAS LOS SIGUIENTES COMPORTAMIENTOS?

N°	Ítem	0	1	2	3	4
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	Tiro comida para controlar mi peso.					
38	Escondo comida porque quiero controlar mi peso					

Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)

Instrucciones: A continuación, se presentan 17 preguntas referidos al uso de las redes sociales, por favor contesta con sinceridad, no existen respuestas buenas o malas, marca un aspa (X) en el espacio según creas conveniente:

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

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS				
		0	1	2	3	4
		N	RV	AV	CS	S
1	Siento gran necesidad de estar conectado a las redes sociales.					
2	El tiempo que antes destinaba para estar conectado a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
3	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
4	No sé qué hacer cuando quedo desconectado de las redes sociales.					
5	Me siento ansioso cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
6	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
7	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
8	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
9	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
10	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
11	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
12	Permanezco mucho tiempo conectado a las redes sociales.					
13	Estoy atento a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
14	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado a las redes sociales.					
15	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
16	Mis padres, mis amigos o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las redes sociales.					

17	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido.					
----	--	--	--	--	--	--

Escala de autoestima de Rosenberg

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

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

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

Anexo 3: Aprobación del Comité de Ética



COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA E INTEGRIDAD CIENTÍFICA

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Lima, 14 de enero del 2026.

Autor Responsable:

SANDY EMILIA CONDORI ARONI

Exp. N°: 2966-2025

De mi consideración:

Es grato expresarle mi cordial saludo y a la vez informarle que el Comité Institucional de Ética e Integridad Científica (CIEIC) de la Universidad Privada Norbert Wiener evaluó y **APROBÓ** el siguiente proyecto de investigación:

Proyecto Titulado: **“Insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2026”**

Versión Nro. 1, aprobada por el asesor en fecha 20/12/ 2025.

El cual tiene como Autor(es) a:

SANDY EMILIA CONDORI ARONI

MILAGROS MARÍA HUAMÁN LARA

La **APROBACIÓN** otorgada comprende la verificación del cumplimiento de las buenas prácticas éticas, la adecuada evaluación del balance riesgo/beneficio, la idoneidad del equipo de investigación y la garantía de confidencialidad en el manejo de los datos, entre otros aspectos éticos y metodológicos pertinentes.

El investigador deberá considerar los siguientes puntos detallados a continuación:

- La aprobación otorgada por el CIEIC tiene una **vigencia de veinticuatro (24) meses** contados desde la fecha de emisión del presente documento. Esta vigencia es exclusiva para los procedimientos éticos revisados por el Comité y no sustituye ni aplica a los trámites administrativos ante la Oficina de Grados y Títulos.
- La constancia de aprobación por el CIEIC **no garantiza** la **aceptación** por parte de las **instituciones** en las que se planea realizar la investigación.
- En caso de requerir una **enmienda**, entendida como una modificación menor que **no altera de manera sustantiva** el proyecto aprobado, esta deberá ser presentada al CIEIC y no podrá ejecutarse sin su aprobación previa. **Cualquier cambio sustantivo deberá tramitarse como proyecto nuevo** ante el CIEIC.

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

Atentamente,



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

Anexo 4: Formato de consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Instituciones: Universidad Privada Norbert Wiener

Investigadores: Sandy Emilia Condori Aroni y Milagros Maria Huaman Lara

Título: Insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.

Propósito del estudio

Se le invita a ser parte de en un estudio llamado: Insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025, desarrollado por Sandy Emilia Condori Aroni y Milagros Maria Huaman Lara, bachilleres de la Universidad Privada Norbert Wiener con el propósito de analizar la relación entre la insatisfacción de la imagen corporal, la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria de un institución educativa de SJM.

Procedimientos

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

- Cuestionario de evaluación de insatisfacción con la imagen corporal
- Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)
- Escala de autoestima de Rosenberg

La encuesta puede demorar unos 40 minutos. Los resultados se almacenarán respetando la confidencialidad y el anonimato.

Riesgos El participante podría sentirse intimidado por la investigación, podría verse vulnerado sus datos, y podría verse reflejado un impacto psicológico producto de la encuesta.

Beneficios El participante luego de ser parte del estudio, recibirá charlas respecto a la

importancia del autoestima y programas de sensibilización acerca de la insatisfacción de la imagen corporal y la adicción a las redes sociales.

Costos e incentivos

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

Confidencialidad

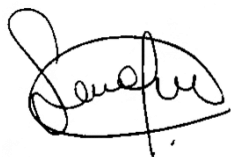
Se almacenará la información con códigos y no con nombres. Si los resultados de este estudio son publicados, no se mostrará ninguna información que permita su identificación. Sus archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio. Se garantizará al 100% la confidencialidad de los datos.

Derechos del paciente

Si usted se siente incómodo durante la encuesta, podrá retirarse de este en cualquier momento. Si tiene alguna inquietud o molestia, no dude en preguntar al personal del estudio. Puede comunicarse con Sandy Emilia Condori Aroni al número 963 990 291 o al comité que validó el presente estudio, Dra. Angélica Karina Minaya Galarreta, presidente del Comité de Ética para la investigación de la Universidad Norbert Wiener, tel. +51 924 569 790. E-mail: comite.etica@uwiener.edu.pe

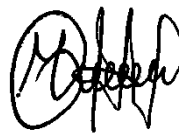
CONSENTIMIENTO

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



Sandy Emilia Condori Aroni

DNI: 72878545



Milagros Maria Huaman Lara

DNI: 72745181

Formato de asentimiento informado

Título de proyecto: Insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2025.

Esta investigación tiene por objetivo analizar la relación entre la insatisfacción de la imagen corporal, la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, mediante la aplicación de 3 cuestionarios.

Hola somos Sandy Emilia Condori Aroni y Milagros Maria Huaman Lara, bachilleres de psicología de la Universidad Privada Norbert Wiener (UPNW). Actualmente analizar la influencia de la insatisfacción de la imagen corporal y la adicción a las redes sociales sobre la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM y para ello queremos pedirte tu participación.

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

- Cuestionario de evaluación de insatisfacción con la imagen corporal
- Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)
- Escala de autoestima de Rosenberg

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

Toda la información que nos proporciones/ las mediciones que realicemos nos ayudarán a conocer más acerca de cómo la insatisfacción de la imagen corporal y la adicción a las redes sociales influyen en la autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa

de SJM.

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

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

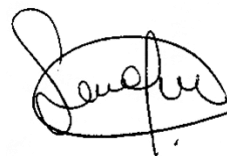
Si no quieres participar, no pongas ninguna (✓), ni escribas tu nombre.

☐ Sí quiero participar

Nombre del participante: _____

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

Sandy Emilia Condori Aroni



Milagros Maria Huaman Lara



Fecha: _____ de _____ de ____.

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



"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"



Lima, 27 de Febrero de 2026

CARTA N°0506-2026-SG-UPNW-CP

Licenciada Yeny Mejía Incahuamán
Directora general
Institución Educativa N° 7035 "Leoncio Prado"
Avenida Edilberto Ramos, 1341 Pamplona Alta, San Juan de Miraflores, Lima, Lima
ASUNTO: Autorización para aplicación de estudio de campo

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted para saludarla cordialmente y a la vez presentar a las estudiantes del Programa Académico de **Psicología**; **Sandy Emilia Condori Aroni y Milagros María Huamán Lara**, con código de matrícula **2021202999 y 2021102673** con la finalidad de solicitar se brinde todas las facilidades pertinentes para que pueda aplicar los instrumentos de recolección de datos a 901 estudiantes adolescentes, varones y mujeres, que cursan el nivel secundario de la Institución Educativa N° 7035 "Leoncio Prado".

Toda la información que solicita a las tesis **Sandy Emilia Condori Aroni y Milagros María Huamán Lara**, para la elaboración de su proyecto de investigación denominado: **"Insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de secundaria de una institución educativa de SJM, Lima - 2026."** dirigido por la asesora de tesis Mg. Stefany Rosalía Pajuelo Saavedra, para la obtención del Título Profesional de Licenciada en Psicología.

Agradeciendo por anticipado su autorización a las tesis para que logre su propósito, hago propicia la ocasión para expresarle los sentimientos de mi consideración y estima personal.

Atentamente,



Firmado digitalmente por:
Khristian Vigil Vega
DNI: 44023157
RUC: 20468246370
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 27/02/2026 Hora: 18:11:44



Universidad
Norbert Wiener

Khristian Vigil Vega
Secretario General

Universidad Privada Norbert Wiener S.A.



Lic. Yeny M. Mejía Incahuamán
DIRECTORA



IE N° 7035
Pamplona Alta - San Juan de Miraflores
UGEL 01 - LIMA SUR

INSTITUCIÓN EDUCATIVA N° 7035
Código Modular: 0541904 Primaria - 0583443 Secundaria
Código Local: 329709
Jirón Puno S/N Mz P Lote 20 Zona A - Sector Leoncio Prado
Pamplona Alta - San Juan de Miraflores

"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

CONSTANCIA DE AUTORIZACIÓN

Yo, Yeny Mery Mejía Incahuaman, identificado(a) con D.N.I 41095888, en mi calidad de Directora de la I.E N° 7035 Leoncio Prado, distrito de San Juan de Miraflores, provincia y departamento de Lima.

Otorgo la AUTORIZACIÓN, a la Sra. Sandy Emilia, Condoei Aroni identificada con D.N.I N°72878345 y Milagros María Huamán Lara, identificada con D.N.I N°72745181, de la escuela profesional de psicología del proyecto académico de titulación de la Universidad Norbert Wiener S.A 20466246370, para que ejecute su investigación titulada "Insatisfacción corporal, adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de un centro educativo de san Juan de Miraflores Lima- 2026" dentro de las instalaciones o utilice la información de nuestra I.E N°7035 Leoncio Prado.

Asimismo, autorizo expresamente el uso de la información con fines académicos, contribuyendo con la comunidad educativa.

Finalmente, respecto al uso del nombre I.E N°7035 Leoncio Prado.

- () Mantener en RESERVA el nombre y/o información sensible y/o cualquier distintivo de la empresa/institución I.E N°7035 Leoncio Prado
- (x) Autorizo mencionar el nombre y/o información y/o cualquier distintivo de la empresa/institución I.E N°7035 Leoncio Prado.

Leoncio Prado, 05 de marzo 2026.


Yeny Mery Mejía Incahuaman
DIRECTORA

Anexo 6: Informe de Turnitin del Asesor

Tesis final - Sandy y Milagros 23-03-2026.docx

 My Files

 My Files

 Universidad Wiener

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::14912:570448079

79 páginas

Fecha de entrega

23 mar 2026, 3:07 p.m. GMT-5

15.905 palabras

94.172 caracteres

Fecha de descarga

23 mar 2026, 3:13 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

Tesis final - Sandy y Milagros 23-03-2026.docx

Tamaño del archivo

1.6 MB

19% 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)
- ▶ Trabajos entregados

Fuentes principales

- 19%  Fuentes de Internet
- 7%  Publicaciones
- 0%  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.

19% 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)
- Trabajos entregados

Fuentes principales

- 19%  Fuentes de Internet
- 7%  Publicaciones
- 0%  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

- 19% Fuentes de Internet
- 7% Publicaciones
- 0% 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	Internet	repositorio.uwiener.edu.pe	16%
2	Internet	repositorio.continental.edu.pe	1%
3	Internet	hdl.handle.net	<1%
4	Internet	repositorio.unfv.edu.pe	<1%
5	Internet	repositorio.upsc.edu.pe	<1%
6	Publicación	Carrasquillo Diaz, Sheritza G.. "Relacion entre el uso adictivo de las redes sociales ...	<1%
7	Internet	dspace.ucuenca.edu.ec	<1%
8	Publicación	Quispe Cayo, José Justino. "Impacto de la adiccion a las redes sociales en el cambi...	<1%
9	Publicación	Celina Ramírez-Vega, Miguel Basauri-Delgado, Salomón Huancahuire-Vega, Jacks...	<1%
10	Publicación	Hinojosa Mamani, Jhonatan. "Influencia de la inteligencia artificial en la elaboraci...	<1%
11	Publicación	Jonatan Baños-Chaparro. "Gestión del tiempo y compromiso académico en estudi...	<1%