

**FACULTAD DE HUMANIDADES**

Escuela Académico Profesional de Psicología

Tesis

**Adicción a redes sociales y autoestima en  
adolescentes del 4.º año de secundaria de una  
institución educativa privada en Huancayo**

Kristhel Barrera Soto  
Carolina Olenka Ramirez Vargas

Para optar el Título Profesional de  
Licenciado en Psicología

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

## **INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**A** : Decana de la Facultad de Humanidades  
**DE** : Dra. Rocío Milagros Coz Apumayta  
Asesor de trabajo de investigación  
**ASUNTO** : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación  
**FECHA** : 28 de noviembre de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

**Título:**

**ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL 4º AÑO DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA EN HUANCAYO**

**Autores:**

1. Kristhel Barrera Soto – EAP. Psicología
2. Carolina Olenka Ramirez Vargas – EAP. Psicología

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 20 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI  NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores  
Nº de palabras excluidas **(20)**: SI  NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI  NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

---

Asesor de trabajo de investigación

## DEDICATORIA

A mi madre, quien ha estado a mi lado tendiéndome la mano y dándome palabras de aliento para culminar mi carrera. Aunque estés en el cielo, esta tesis es un tributo a tu amor y a tu memoria. Nunca me cansaré de darte las gracias y absolutamente todos mis logros son y serán siempre en tu honor.

A mi padre, quien con su dedicación y amor fue la base de mi vida y éxito académico. Este esfuerzo no hubiera sido posible sin su apoyo incondicional y sus sabias palabras. Eres digno de admirar y espero hacerte sentir orgullosa con este logro.

A mi hermana, quien con su aliento y motivación hicieron posible este logro. Gracias por ser mi guía e inspiración en cada paso de mi vida.

Kristhel B.S

A mi madre Isabel por sus sabias palabras a lo largo de todo este camino. Por estar siempre presente brindándome su amor y apoyo incondicional. Sin ti nada de esto hubiera sido posible.

A mi padre Cesar por todos los consejos que me daba cada vez que estaba por rendirme. Por hacerme entender que el esfuerzo y la perseverancia son valores esenciales para toda la vida.

A mis hermanas Vero y Carmen, por ser mi ejemplo a seguir por su amor y apoyo a lo largo de mi trayectoria académica.

Carolina R.V

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, por darnos sabiduría y fuerza; por guiarnos en el trayecto de nuestras vidas y permitirnos alcanzar una de nuestras metas.

A nuestros queridos padres, por inculcarnos una cultura de trabajo y aprendizaje a lo largo de nuestras vidas. Su dedicación y esfuerzo para hacer posible nuestra educación son regalos que valoramos más de lo que las palabras pueden expresar. Esta tesis es un testimonio de su sacrificio y amor.

A nuestra asesora Rocio Milagros Coz Apumayta, por su tiempo, orientación y dedicación durante este proceso académico.

A la Universidad Continental y a todos los docentes que fueron parte de todo nuestro desarrollo educativo.

A la directora de la Institución Educativa ZARATE, por permitirnos realizar el trabajo de investigación en su distinguida institución.

## RESUMEN

En las últimas décadas, Internet ha transformado las interacciones entre adolescentes y ha traído implicaciones serias por el uso excesivo de redes sociales, que afectan particularmente la autoestima. Esta investigación examinó la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes del 4° año de secundaria en Huancayo. Para eso se realizó un estudio no experimental, correlacional y de corte transversal, empleando un muestreo no probabilístico por conveniencia, que utilizó el cuestionario de adicción a redes sociales y el inventario de autoestima de Coopersmith. Se evaluó a 109 estudiantes (media de 15 años), de los cuales 63 eran mujeres (57 %) y 46 varones (42.2 %). Los resultados indican que el 36.7 % de los participantes presentó una alta adicción a redes sociales, y el 25.7 % mostró una autoestima promedio baja. Se halló una correlación negativa baja entre la adicción a redes sociales y la autoestima ( $Rho = -0.246$ ,  $p = 0.025$ ), así como una correlación entre la autoestima y la falta de control personal en el uso de redes ( $Rho = -0.296$ ,  $p = 0.007$ ). No se encontró correlaciones significativas con la obsesión o el uso excesivo. En conclusión, estos resultados subrayan la complejidad de la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes. Destaca la necesidad de más investigaciones en contextos culturales específicos como Huancayo.

**Palabras clave:** Adicción a redes sociales, Autoestima, Adolescentes, Huancayo y Control personal.

## ABSTRACT

In recent decades, the internet has transformed interactions among adolescents, bringing with it serious implications due to the excessive use of social media, particularly affecting self-esteem. This research examined the relationship between social media addiction and self-esteem in 4th-year high school students in Huancayo. A non-experimental, correlational, and cross-sectional study was conducted, using a non-probability convenience sampling method, employing the Social Media Addiction Questionnaire and the Coopersmith Self-Esteem Inventory. A total of 109 students (mean age of 15) were evaluated, of which 63 were females (57 %) and 46 males (42.2 %). The results indicated that 36.7 % of the participants exhibited high social media addiction, and 25.7 % showed low average self-esteem. A low negative correlation was found between social media addiction and self-esteem ( $Rho = -0.246$ ,  $p = 0.025$ ), as well as a correlation between self-esteem and lack of personal control over social media use ( $Rho = -0.296$ ,  $p = 0.007$ ), but no significant correlations were found with obsession or excessive use. In conclusion, these results highlight the complexity of the relationship between social media use and self-esteem in adolescents, emphasizing the need for further research in specific cultural contexts such as Huancayo.

**Keywords:** Social media addiction, Self-esteem, Adolescents, Huancayo and Personal control.

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
INTRODUCCIÓN.....	xi
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1    Planteamiento y formulación del problema.....	1
1.2    Delimitación del problema.....	2
1.2.1    Delimitación temporal.....	2
1.2.2    Delimitación poblacional.....	2
1.2.3    Delimitación espacial.....	2
1.2.4    Delimitación conceptual.....	3
1.3    Formulación del problema.....	3
1.3.1    Problema general.....	3
1.3.2    Problemas específicos.....	3
1.4    Objetivos de la investigación.....	3
1.4.1    Objetivo general.....	3
1.4.2    Objetivos específicos.....	4
1.5    Justificación del estudio.....	4
1.5.1    Justificación teórica.....	4
1.5.2    Justificación práctica.....	4
1.5.3    Justificación metodológica.....	5
1.5.4    Justificación social.....	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	7
2.1    Antecedentes del problema.....	7
2.1.1    Internacionales.....	7
2.1.2    Nacionales.....	8
2.1.3    Locales.....	10
2.2    Bases Teóricas.....	12
2.2.1    Adicción a redes sociales.....	12
2.2.2    Autoestima.....	17



2.3	Definición de términos básicos .....	21
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES .....		23
3.1	Hipótesis.....	23
3.1.1	Hipótesis General .....	23
3.1.2	Hipótesis específicas .....	23
3.2	Identificación de Variables.....	24
3.2.1	Definición conceptual.....	24
3.2.2	Operacionalización de variables.....	24
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		28
4.1	Enfoque de la investigación.....	28
4.2	Tipo de investigación .....	28
4.3	Nivel de investigación .....	28
4.4	Diseño de investigación.....	28
4.5	Población y muestra .....	29
4.5.1	Población.....	29
4.5.2	Tipo de muestreo .....	30
4.5.3	Muestra.....	30
4.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	31
4.6.1	Técnica(s).....	31
4.6.2	Instrumentos .....	31
4.7	Proceso de recolección de datos.....	35
4.8	Proceso de procesamiento de datos .....	36
4.9	Aspectos éticos.....	36
CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....		38
5.1	Datos descriptivos de la muestra y variables.....	38
5.2	Datos estadísticos de la aplicación de pruebas .....	41
5.3	Datos estadísticos en relación con las hipótesis .....	47
5.4	Discusión.....	52
CONCLUSIONES .....		57
RECOMENDACIONES .....		58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		59
ANEXOS .....		66
	Matriz de consistencia .....	66
	Carta de aceptación .....	51
	Instrumentos para utilizar .....	52
	Consentimiento informado .....	58
	Asentimiento Informado.....	60
	Criterio de jueces.....	61

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Operacionalización de la variable: Adicción A Las Redes Sociales.....	24
Tabla 2 Operacionalización de la variable: Autoestima .....	26
Tabla 3 Ficha técnica del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales.....	31
Tabla 4 Ficha técnica del inventario de Autoestima Coopersmith para alumnos .....	32
Tabla 5 Prueba de normalidad. ....	34
Tabla 6 Alfa de Cronbach de los instrumentos para evaluar las variables .....	34
Tabla 7 Descripción de las edades de los evaluados .....	38
Tabla 8 Descripción del sexo de los evaluados .....	39
Tabla 9 Descripción de la sección de los evaluados.....	40
Tabla 10 Niveles de adicción a redes sociales de los evaluados .....	42
Tabla 11 Niveles de autoestima de los evaluados.....	45
Tabla 12 Correlación del puntaje total de la autoestima y de la adicción a redes sociales.....	47
Tabla 13 Correlación del puntaje total de la autoestima y del puntaje de la dimensión de obsesión por las redes sociales .....	48
Tabla 14 Correlación del puntaje total de la autoestima y del puntaje de falta de control personal en el uso de las redes sociales .....	49
Tabla 15 Correlación del puntaje total de la autoestima y del puntaje de la dimensión de uso excesivo de las redes sociales.....	50

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1 Descripción de las edades de los evaluados.....	38
Figura 2 Descripción del sexo de los evaluados.....	40
Figura 3 Descripción de la sección de los evaluados .....	41
Figura 4 Niveles de la dimensión de la obsesión por redes sociales de los evaluados.....	43
Figura 5 Niveles de la dimensión de falta de control personal en el uso de las redes sociales de los evaluados .....	44
Figura 6 Niveles de la dimensión del uso excesivo de las redes sociales .....	44
Figura 7 Niveles de adicción a redes sociales de los evaluados.....	45
Figura 8 Niveles de autoestima de los evaluados.....	46

## INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el surgimiento de Internet ha transformado profundamente las interacciones entre los adolescentes y cambió la manera en que se comunican, socializan y construyen sus identidades. A través de plataformas digitales y redes sociales, los jóvenes tienen acceso a un mundo de información y la posibilidad de conectarse con sus pares de una manera que antes no era posible. Sin embargo, esta revolución digital también ha traído consigo serias implicaciones. El uso excesivo de redes sociales ha sido asociado con una serie de problemas psicológicos, entre los que se destaca el impacto negativo en la autoestima de los adolescentes (Sal y Rosas, 2022).

La constante exposición a imágenes idealizadas y comparaciones sociales puede generar sentimientos de insuficiencia y disminuir la autovaloración entre los jóvenes (Rufino, 2021). Este fenómeno es preocupante, dado que la autoestima es un componente crucial del bienestar emocional y del desarrollo psicosocial durante la adolescencia.

La literatura existente muestra que un uso desmedido de las redes sociales puede llevar a trastornos como la ansiedad, la depresión y, en casos extremos, a pensamientos suicidas. A pesar de la creciente preocupación en torno a este tema, se ha realizado relativamente pocos estudios que aborden de manera integral la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima, tanto a nivel internacional como nacional. La escasez de investigaciones en este campo es notable, especialmente considerando que las redes sociales se han convertido en una parte integral de la vida cotidiana de los adolescentes.

Entre los antecedentes más destacados se encuentran dos estudios significativos. Uno de carácter internacional es el de Burgos (2022), quien encontró una correlación negativa baja entre los constructos estudiados, con un coeficiente de Spearman de  $Rho = -0.254$ . Por otro lado, a nivel nacional se destaca el estudio de Valdez (2021), quien evidenció que de la

población que estudió, el 67 % de los estudiantes presentaba una adicción media, mientras que el 77 % mostraba una baja autoestima. Además, obtuvo una correlación negativa baja entre los constructos, con valores de Spearman que oscilaron entre  $R_s = -0.454$  y  $R_s = -0.164$ .

En cuanto a la motivación, el presente estudio busca establecer si los conocimientos obtenidos en estos estudios previos son aplicables a estudiantes de 4° grado de secundaria en un contexto como el de Huancayo.

Para ello este trabajo se enmarca en un enfoque cuantitativo, de tipo básico y nivel correlacional. Se trata de un estudio no experimental de corte transversal que emplea un muestreo no probabilístico.

Los alcances de este estudio incluyen la exploración de la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes, aportando información relevante que puede ser útil como marco teórico para el desarrollo de programas y políticas educativas en estudiantes de 4° grado de secundaria.

En el capítulo I se abordará la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de 4° año de secundaria en Huancayo. Se contextualizará el fenómeno de la adicción a redes sociales y su impacto potencial en la autoestima de los adolescentes. Además, se justificará la investigación destacando la relevancia de comprender estos aspectos en un contexto local como Huancayo, donde existen pocos estudios específicos al respecto.

En el capítulo II se revisará la literatura existente sobre la adicción a redes sociales y la autoestima. Se analizará teorías relevantes como la de la Autoestima de Coopersmith y la de Ecurra y Salas. Esta revisión teórica proporcionará el marco conceptual necesario para comprender la dinámica entre la adicción a redes sociales y la autoestima en el contexto de Huancayo.

En el capítulo III se planteará hipótesis específicas que exploran la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de 4° año de secundaria en Huancayo. Se definirá conceptualmente las variables clave: la adicción a redes sociales, medida mediante el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), y la autoestima, evaluada utilizando el inventario de Coopersmith para infantes adaptado para el contexto local. La operacionalización precisa de estas variables garantizará la coherencia metodológica del estudio.

En el capítulo IV se describirá la metodología utilizada en la investigación. Se detallará el diseño correlacional, no experimental de corte transversal seleccionado para capturar datos en un momento específico en el tiempo sin manipular variables. Además, se explicará el enfoque de muestreo no probabilístico por conveniencia empleado para seleccionar participantes accesibles entre los estudiantes de secundaria en Huancayo. Se discutirá las técnicas de recolección de datos, incluyendo encuestas estructuradas basadas en el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) y el inventario de autoestima de Coopersmith, previamente adaptado y validado.

En el capítulo V se presenta los resultados obtenidos en la investigación. En primer lugar, se proporciona una descripción detallada de la muestra, destacando características demográficas relevantes y estadísticas descriptivas de las variables clave del estudio, como la adicción a redes sociales y la autoestima. Además, se presenta los resultados de las pruebas estadísticas aplicadas para evaluar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima. Se utilizan análisis de correlación u otras pruebas pertinentes para explorar la naturaleza y la fuerza de estas relaciones. Estos datos proporcionan una base empírica sólida para comprender cómo el uso de redes sociales afecta la autoestima de los adolescentes en el contexto específico de Huancayo.

Finalmente, se discute los resultados en relación con las hipótesis planteadas en el capítulo 3. Se evalúa si los datos recopilados respaldan o contradicen las hipótesis formuladas, proporcionando interpretaciones detalladas y contextualizadas de los hallazgos.

Entre las limitaciones se destacó la necesidad de ajustarse al tiempo y disponibilidad de los estudiantes y del colegio, lo que puede influir en el alcance de la recolección de datos y el desarrollo de la investigación.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento y formulación del problema

En las últimas décadas, el surgimiento de Internet ha revolucionado la forma en que los adolescentes se relacionan entre sí (Bellido, 2023). Sin embargo, este avance tecnológico ha traído consigo serias implicaciones derivadas del uso excesivo de las plataformas sociales, siendo la autoestima uno de los aspectos más vulnerables en las personas afectadas (Sal y Rosas, 2022). La adicción a estas plataformas se caracteriza por una dependencia perjudicial para el individuo (Escrura y Salas, 2014), mientras que la autoestima, definida como la percepción y evaluación que una persona tiene de sí misma, juega un papel crucial en su bienestar emocional y su capacidad para enfrentar los desafíos cotidianos (Coopersmith, 1995).

A nivel global, la adicción a las plataformas sociales se ha convertido en un fenómeno alarmante y extendido entre los jóvenes, quienes son los principales usuarios y dominadores de esta tecnología. Por ejemplo, según un informe de seguridad social publicado por Microsoft en 2023, el 74 % de los adolescentes encuestados admitió haber experimentado algún tipo de riesgo relacionado con el uso de Internet, ya sea en redes sociales o en plataformas de videojuegos (Microsoft Prensa, 2023). Esta problemática también se observa en el Perú, donde el uso de Internet y redes sociales es generalizado, con aproximadamente el 81 % de la población de entre 16 y 81 años que utilizan redes sociales a diario (Statista Research Department, 2023).

Las investigaciones previas han arrojado resultados contradictorios respecto a la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales. Aunque algunos estudios, como el de Rufino (2021), sugieren una asociación entre ambas variables, otros como el de Castillo y María (2018) no encuentran una conexión clara. Esta falta de consenso y las evidencias de



un vacío en el conocimiento resaltan la urgencia de llevar a cabo investigaciones más exhaustivas en este campo.

Por consiguiente, la relevancia de esta investigación radica en comprender cómo la adicción a las redes sociales puede tener un impacto significativo en la autoestima de los adolescentes en Huancayo. La identificación de esta relación no solo ampliará nuestro entendimiento sobre la población adolescente huancaína, sino que también permitirá desarrollar estrategias específicas de intervención y prevención, promoviendo hábitos de estudio saludables y un uso equilibrado de las redes sociales entre los estudiantes.

Por tanto, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo? Esta interrogante ayudará a comprender mejor los desafíos específicos que enfrentan los adolescentes en esta localidad y facilitará el diseño de intervenciones y estrategias preventivas adaptadas a sus necesidades particulares.

## **1.2 Delimitación del problema**

### ***1.2.1 Delimitación temporal***

La investigación se realizó en 4 meses luego de ser aceptada por el comité de ética de humanidades de la Universidad Continental.

### ***1.2.2 Delimitación poblacional***

La investigación se realizó en estudiantes de la Institución Educativa “Zarate”.

### ***1.2.3 Delimitación espacial***

La investigación se realizó en la ciudad de Huancayo, Perú. Esta ciudad cuenta con 545 615 números de habitantes (Municipalidad provincial de Huancayo, 2018).

#### **1.2.4 Delimitación conceptual**

Todos los términos y/o conceptos que se abordaron en esta investigación estuvieron relacionados a la adicción a redes sociales y a la autoestima.

### **1.3 Formulación del problema**

#### **1.3.1 Problema general:**

¿Cuál es la relación de la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo?

#### **1.3.2 Problemas específicos**

- ¿Cuál es la relación de la dimensión de obsesión por las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo?
- ¿Cuál es la relación de la dimensión de la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo?
- ¿Cuál es la relación de la dimensión de uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo?

### **1.4 Objetivos de la investigación**

#### **1.4.1 Objetivo general:**

Establecer la relación de la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.

### **1.4.2 *Objetivos específicos:***

- Determinar la relación de la dimensión de obsesión por las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.
- Determinar la relación de la dimensión de la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.
- Determinar la relación de la dimensión de uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.

## **1.5 Justificación del estudio**

### **1.5.1 *Justificación teórica***

Este estudio permitirá fortalecer el conocimiento sobre la relación entre el uso excesivo de redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° grado de secundaria en la ciudad de Huancayo, Perú. Profundizar en esta relación en un contexto particular proporcionará datos empíricos relevantes, necesarios para evaluar si los patrones observados en otras poblaciones se replican en adolescentes de esta región. Se ha demostrado que el impacto de las redes sociales en variables psicosociales puede variar según el contexto cultural y social (Inglehart & Baker, 2000), lo cual hace fundamental analizar esta interacción en distintos entornos. Con ello, se contribuirá a enriquecer y respaldar las teorías existentes sobre la influencia de las redes sociales en la salud mental juvenil (Ahuanari y Herrera, 2022).

### **1.5.2 *Justificación práctica***

Al examinar cómo el uso excesivo de redes sociales impacta en la autoestima de los adolescentes de 4° grado de secundaria, como lo menciona Rufino (2021), al generar datos empíricos estos pueden ser utilizados por educadores, psicólogos y padres para entender mejor

las dinámicas emocionales que enfrentan los jóvenes en su día a día. Además de que estos hallazgos, al utilizarse como marco teórico, permitirán desarrollar estrategias efectivas que fomenten un uso más saludable de las plataformas sociales en estudiantes de 4° de secundaria.

Generar datos empíricos en distintas áreas es fundamental para que educadores, psicólogos y padres comprendan mejor las dinámicas emocionales que enfrentan los jóvenes en su día a día (Rufino Vargas, 2021). Según Subrahmanyam y Smahel (2011) el contexto digital influye significativamente en el desarrollo de la identidad y autoestima en los adolescentes, lo cual resalta la importancia de analizar esta relación en entornos específicos, como Huancayo, Perú. De esta forma, estos hallazgos podrían usarse como marco teórico para desarrollar estrategias efectivas que promuevan un uso más saludable de las plataformas sociales en estudiantes de 4° de secundaria, en línea con la recomendación de Valkenburg y Peter (2009), de que las intervenciones en salud mental se basen en evidencia contextualizada y específica.

### ***1.5.3 Justificación metodológica***

La justificación metodológica de este estudio radica en la necesidad de comprender cómo el uso excesivo de redes sociales impacta la autoestima en adolescentes de 4° grado de secundaria. Dado que se busca examinar relaciones sin manipular variables, se adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño correlacional no experimental de tipo transversal. Este diseño es apropiado para identificar patrones y correlaciones entre el uso de redes sociales y la autoestima.

Para la evaluación se empleó dos instrumentos validados: el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014), con un coeficiente alfa de 0.82; y el Inventario de Autoestima de Coopersmith, actualizado por Barbarón y Dueñas (2020), con un alfa de 0.80. La selección de estos instrumentos se basó en su alta validez de constructo y

fiabilidad en poblaciones similares, garantizando así una medición precisa y consistente de las variables en estudio.

La implementación de herramientas con estas características fortalece la validez de los hallazgos y su aplicabilidad en contextos educativos y sociales. Esto facilita la generación de intervenciones basadas en evidencia empírica que promuevan el desarrollo psicosocial de los adolescentes, respondiendo a una necesidad crítica en el ámbito académico y social.

#### ***1.5.4 Justificación social***

Este estudio permitirá informar a educadores, padres y responsables de políticas sobre los efectos del uso desmedido de redes sociales en la autoestima de los adolescentes. Al proporcionar evidencia sólida, se facilitará la decisión de implementar programas y estrategias comunitarias que promuevan un uso responsable de estas plataformas, contribuyendo al bienestar emocional y social de los jóvenes. Además, esta comprensión puede ayudar a abordar problemas sociales como el acoso escolar y la ansiedad, creando un entorno más saludable y de apoyo para las nuevas generaciones.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes del problema

##### 2.1.1 Internacionales

Burgos (2022) realizó en Colombia una tesis de pregrado titulada “La adicción a las redes sociales de Instagram y Facebook y su relación con la autoestima en un grupo de adolescentes escolarizados en el municipio de Apartadó”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa del municipio de Apartadó. Para ello realizó una investigación no experimental correlacional de corte transversal. La muestra fue conformada por 92 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) y el test de autoestima de Coopersmith. En los resultados se evidencia que mediante la Rho de Spearman se obtuvo una correlación negativa baja entre los constructos estudiados, ya que se obtuvo  $Rho = -0.254$ .

Gutierrez (2020) realizó en Bolivia una tesis de pregrado titulada “Adicción de redes sociales y autoestima en estudiantes de 15 a 17 años de una Unidad Educativa Particular de la ciudad de La Paz”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de la ciudad de La Paz. Para ello realizó una investigación no experimental descriptivo-correlacional de corte transversal. La muestra fue conformada por 75 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) y el test de autoestima de Coopersmith. En los resultados se evidencia que el 58 % presentó una adicción moderada, mientras que el 47.8 % presentó una elevada autoestima. Mediante la  $r$  de Pearson se obtuvo una correlación negativa baja entre los constructos estudiados, ya que se obtuvo  $r = -0.380$ .

Castillo y María (2018) realizaron en Ecuador una tesis de pregrado titulada “Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de Básica Superior Unidad Educativa "Simón

Rodríguez”, Licán, 2018”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa de la ciudad de Licán. Para ello, realizaron una investigación no experimental descriptivo-correlacional de corte transversal. La muestra fue conformada por 73 personas y se aplicó el cuestionario de uso de redes sociales (RS) y el test de autoestima de Coopersmith. En los resultados se evidencia que el 55 % presentó una adicción moderada, mientras que el 59 % presentó una moderada autoestima. Mediante la  $r$  de Pearson no se obtuvo una correlación entre los constructos estudiados, ya que se obtuvo  $r = -0.180$ ,  $p = 0,75$ .

Soria y Villegas-Villacres (2024) realizaron en Ecuador una tesis de pregrado titulada “Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa en Ecuador. Para ello, realizaron una investigación no experimental descriptivo-correlacional de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 406 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) y la escala de Autoestima de Rosemberg. En los resultados se obtuvo P-valores mayores a .05, lo que evidencia que no hay relación entre las variables estudiadas.

### **2.1.2 Nacionales**

Valdez (2021) realizó una tesis de pregrado titulada “Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa de Magdalena del Mar”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa de Lima. Para ello realizó una investigación no experimental descriptiva-correlacional de corte transversal. La muestra fue conformada por 196 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) y el test de autoestima para escolares de Ruiz Alva. En los resultados se evidencia que el 67 % presentó una adicción media, mientras que el 77 % presentó una baja autoestima. Mediante la Rho de Spearman se obtuvo una

correlación negativa baja entre los constructos estudiados y sus dimensiones, ya que se obtuvo valores menores a  $R_s = -.454$  y mayores a  $R_s = -.164$ .

Bellido (2023) realizó una tesis de pregrado titulada “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa de Ayacucho, 2022”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa de Ayacucho. Para ello realizó una investigación no experimental correlacional de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 212 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) y el test de autoestima de Coopersmith. En los resultados se evidencia que el 63 % presentó una adicción media, mientras que el 63,2 % presentó una moderada autoestima. Mediante la Rho de Spearman se obtuvo una correlación negativa baja entre los constructos estudiados, ya que se obtuvo  $Rho = -0.258$ .

Sal y Rosas (2022) realizaron una tesis de pregrado titulada “Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa pública del distrito de Puente Piedra, Lima, 2022”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa de Lima. Para ello realizaron una investigación no experimental correlacional de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 100 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) y el test de autoestima de Rosenberg. En los resultados se evidencia que el 60 % presentó una adicción baja, mientras que el 54 % presentó una elevada autoestima. Mediante la  $r$  de Pearson se obtuvo una correlación negativa baja entre los constructos estudiados, ya que se obtuvo  $r = -0.312$ .

Iglesias y Minetto (2022) realizaron una tesis de pregrado titulada “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa privada de



Lima Norte”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa de Lima. Para ello realizaron una investigación no experimental descriptivo-correlacional de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 216 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) y el test de autoestima de Rosenberg. En los resultados se evidencia que el 64.8 % presentó una adicción media, mientras que el 52.7 % presentó una moderada autoestima. Mediante la Rho de Spearman se obtuvo una correlación negativa baja entre los constructos estudiados, ya que se obtuvo  $Rho = -0.228$ .

Rufino (2021) realizó una tesis de pregrado titulada “Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de la Institución Matemática San Rafael, Carabayllo - Lima 2021”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa de Lima. Para ello realizó una investigación no experimental correlacional de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 107 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) y el test de autoestima de Coopersmith. En los resultados se evidencia que el 51.4 % presentó una adicción baja, mientras que el 44,9 % presentó una moderada autoestima. Mediante la Rho de Spearman se obtuvo una correlación negativa baja entre los constructos estudiados, ya que se obtuvo  $Rho = -0.362$ .

### **2.1.3 Locales**

Ahuanari y Herrera (2022) realizaron una tesis de pregrado titulada “Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de tercer grado de secundaria de una Institución Pública de Huancayo-2022”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa de Huancayo. Para ello realizó una investigación no experimental correlacional de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 220 personas y se aplicaron el cuestionario de adicción a las redes sociales

(ARS) y el test de autoestima de Coopersmith. En los resultados se evidencia que el 82.7 % presentó una adicción moderada, mientras que el 51.8 % presentó una moderada autoestima. Mediante la Rho de Spearman se obtuvo una correlación negativa baja entre los constructos estudiados, ya que se obtuvo  $Rho = -0.309$ .

Aliaga y Porras (2023) realizaron una tesis de pregrado titulada “Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de nivel secundario de la Institución Educativa de Bryce-Huancayo”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Huancayo. Para ello realizó una investigación no experimental correlacional de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 100 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales de Stephanie Giselle Vargas Valdez y la escala de Rosenberg. En los resultados se evidencia que el 46 % presentó un alto nivel de adicción, mientras que el 44 % presentó una alta autoestima. Mediante la Rho de Spearman se obtuvo una correlación negativa baja entre los constructos estudiados, ya que se obtuvo  $Rho = -0.264$ .

Jesus-Carbajal et al. (2022) realizaron una tesis de pregrado titulada “Bienestar psicológico y uso de redes sociales en estudiantes del Instituto ICT, Huancayo”, cuyo objetivo fue determinar la relación de la adicción a las redes sociales y bienestar psicológico en estudiantes de una institución educativa de Huancayo. Para ello realizó una investigación no experimental correlacional de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 93 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) y una escala de bienestar psicológico. En los resultados, mediante la Rho de Spearman, se obtuvo una correlación negativa moderada entre los constructos estudiados ya que se obtuvo  $Rho = -0.499$ . Además se menciona que indirectamente esto sugeriría que la adicción a redes sociales podría estar relacionada a la autoestima.

Castro (2022) realizó una tesis de pregrado titulada “Adicción a redes sociales en adolescentes de nivel secundaria de una Institución Educativa particular de Huancayo”, cuyo objetivo fue identificar el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Huancayo. Para ello realizó una investigación no experimental descriptiva de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 70 personas y se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS). En los resultados se evidencia que el 64,3 % tiene un riesgo de adicción a las redes sociales, el 64,3 % tiene una alta obsesión, el 67,7 % un bajo control personal y el 61,4 % un uso excesivo. Se concluye que hay altos niveles de adicción a las redes sociales en la mayoría de los estudiantes de la muestra en Huancayo.

## **2.2 Bases Teóricas**

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

#### **2.2.1.1 Teorías**

**Teoría de Usos y Gratificaciones.** Esta teoría se centra en comprender por qué las personas utilizan plataformas de comunicación y cómo satisfacen sus necesidades a través de ellas. Las redes sociales ofrecen diversas gratificaciones que motivan su uso, como expresar opiniones, conocer a otros y entretenerse (Tarullo, 2020). Factores individuales y socioculturales influyen en cómo se utilizan las redes sociales, y cada plataforma ofrece herramientas de interacción específicas que influyen en sus usos y recompensas (Tarullo, 2020).

**Modelo del Estrés Social:** Basado en el Modelo de Psicopatología, este modelo destaca la influencia del funcionamiento familiar en la adicción a las redes sociales (Iglesias y Minetto, 2022). Un entorno familiar adecuado puede mitigar conductas adictivas, mientras que un entorno caótico y estresante puede aumentarlas. Se hace hincapié en la importancia del afrontamiento del estrés y el papel de los cuidadores en la prevención de comportamientos adictivos (Iglesias y Minetto, 2022).

**La Teoría Cognitivo-Conductual:** Según Davis (2001, citado en Iglesias y Minetto, 2022) y Caplan (2002, citado en Iglesias y Minetto, 2022), esta teoría postula que las distorsiones cognitivas y los comportamientos disfuncionales contribuyen al uso excesivo de las redes sociales. Caplan (2002, citado en Iglesias y Minetto, 2022) identifica cuatro componentes clave dentro de esta teoría: la preferencia por la interacción social en línea, la regulación del estado de ánimo, la autorregulación deficiente y la aparición de consecuencias negativas. Estos componentes interactúan entre sí, aumentando la probabilidad de comportamientos adictivos en el uso de las plataformas sociales (Iglesias y Minetto, 2022). Así, la Teoría Cognitivo-Conductual proporciona un marco comprensivo para entender cómo los pensamientos, emociones y comportamientos pueden influir en el uso problemático de las redes sociales, destacando la importancia de abordar tanto los aspectos cognitivos como conductuales en la prevención y tratamiento de la adicción a estas plataformas.

La presente investigación consideró la siguiente teoría, sus dimensiones y el instrumento que se debería de esta:

**Teoría de Escurra y Salas:** Según estos autores, la adicción se manifiesta a través de conductas como la necesidad constante de estar conectado, la sensación de ansiedad al no poder acceder a las redes, y la interferencia en actividades cotidianas, como el estudio o el trabajo. Además, Escurra y Salas (2014) sugieren que el uso excesivo de redes sociales está vinculado a trastornos psicológicos, como la ansiedad y la depresión, ya que los usuarios desarrollan una dependencia emocional hacia las interacciones virtuales. Uno de los aspectos clave de su teoría es que la adicción no se limita únicamente al tiempo de uso, sino que involucra cómo las redes son utilizadas para satisfacer necesidades emocionales, como la búsqueda de validación y reconocimiento social. Este marco teórico enfatiza el rol de las redes como un espacio de interacción que, en ciertos casos, puede sustituir las relaciones interpersonales tradicionales,

generando una dependencia que se asemeja a otras formas de adicción conductual (Escurra & Salas, 2014).

### **2.2.1.2 Dimensiones**

Según Escurra y Salas (2014) se abarcan las siguientes dimensiones:

***Obsesión por las redes sociales:*** Esta dimensión se refiere a un estado mental en el cual una persona experimenta pensamientos recurrentes de utilizar redes sociales (Escurra y Salas, 2014). La obsesión puede manifestarse en una preocupación constante por estar conectado a las redes, verificar constantemente notificaciones o actualizaciones, y sentir una fuerte necesidad de estar presente en plataformas sociales en todo momento (Escurra y Salas, 2014).

***Falta de control personal en el uso de las redes sociales:*** Esta dimensión se relaciona con la incapacidad de una persona para regular o limitar su tiempo y actividades en las redes sociales, a pesar de intentar hacerlo (Escurra y Salas, 2014). La falta de control puede manifestarse en una sensación de estar atrapado en el uso de las redes sociales, dificultad para detenerse o reducir el tiempo dedicado a ellas, y una sensación de dependencia emocional de la validación o interacción en línea (Escurra y Salas, 2014).

***Uso excesivo de las redes sociales:*** Esta dimensión implica un uso prolongado y frecuente de las redes sociales que afecta negativamente la vida diaria de una persona (Escurra y Salas, 2014). El uso excesivo puede incluir pasar largas horas en plataformas sociales, ignorar responsabilidades personales o profesionales debido al tiempo dedicado a las redes, y experimentar consecuencias negativas en la salud física, mental o en las relaciones interpersonales debido al uso desmedido de las redes sociales (Escurra y Salas, 2014).

### **2.2.1.3 Efectos del uso de adicción de redes sociales en los adolescentes**

El estudio de los efectos del uso adictivo de plataformas sociales en adolescentes es de suma importancia debido a la creciente prevalencia de estas plataformas y su impacto en el

desarrollo y bienestar de esta población. Uno de los efectos más destacados es el impacto en la salud mental. El uso excesivo de redes sociales puede contribuir al desarrollo de problemas como la ansiedad, la depresión y la baja autoestima entre los adolescentes (Tarullo, 2020). La constante comparación con los demás, la exposición a contenidos negativos y el riesgo de ciberacoso son factores que pueden desencadenar o exacerbar estos problemas (Tarullo, 2020).

Además de los efectos en la salud mental, el uso adictivo de redes sociales puede tener repercusiones en el rendimiento académico de los adolescentes (Tarullo, 2020). La distracción constante provocada por el uso excesivo de estas plataformas puede interferir con el tiempo dedicado al estudio y la concentración en las tareas escolares (Tarullo, 2020). Esto puede resultar en un bajo desempeño académico, dificultades para cumplir con las responsabilidades escolares y, en casos extremos, el abandono escolar (Tarullo, 2020).

Otro efecto importante es el impacto en las relaciones interpersonales de los adolescentes (Tarullo, 2020). El uso excesivo de redes sociales puede llevar a una disminución en el tiempo dedicado a actividades sociales fuera de línea y a una pérdida de habilidades sociales básicas, como la comunicación cara a cara y la empatía (Tarullo, 2020). Esto puede generar sentimientos de aislamiento y dificultades para establecer y mantener relaciones saludables con sus pares y familiares.

#### **2.2.1.4 Teoría Neurocientífica de la Adicción**

La teoría neurocientífica de la adicción explica los mecanismos cerebrales involucrados en el desarrollo y mantenimiento de conductas adictivas, incluyendo aquellas no relacionadas con sustancias, como la adicción a las redes sociales. Este enfoque conceptualiza la adicción como un trastorno cerebral crónico caracterizado por la compulsión, la búsqueda continua de recompensas y la incapacidad para controlar los impulsos, a pesar de las consecuencias negativas (Koob & Volkow, 2016). Un componente clave en esta teoría es el sistema de

recompensa, el cual se activa mediante la liberación de dopamina en respuesta a estímulos placenteros. Las redes sociales, por ejemplo, pueden activar este sistema de manera similar a las sustancias adictivas, creando un ciclo de retroalimentación que refuerza el comportamiento de uso repetitivo (Brand et al., 2019).

Los circuitos neuronales implicados en la adicción involucran áreas cerebrales como el área tegmental ventral (ATV), el núcleo accumbens y la corteza prefrontal. El ATV es responsable de la liberación de dopamina, mientras que el núcleo accumbens procesa las sensaciones de placer y refuerzo. La corteza prefrontal, encargada de la toma de decisiones y el control de los impulsos, se ve afectada en los individuos con adicción, lo que les impide regular adecuadamente su comportamiento (Koob & Volkow, 2016). Esto sugiere que el uso excesivo de redes sociales podría alterar estos circuitos de manera similar a la adicción a sustancias, generando un deterioro en la capacidad de autorregulación y exacerbando la búsqueda de recompensas inmediatas.

Además, la teoría neurocientífica destaca el papel de la neuroplasticidad en la adicción. El cerebro de los individuos adictos experimenta cambios estructurales y funcionales en respuesta al uso prolongado de sustancias o comportamientos adictivos, como el uso excesivo de redes sociales. Estos cambios pueden incluir una reducción en la actividad de la corteza prefrontal, lo que afecta negativamente el control cognitivo y aumenta la impulsividad (Brand et al., 2014). Al igual que ocurre en las adicciones a sustancias, las personas adictas a las redes sociales muestran patrones de comportamiento similares, como la incapacidad para reducir su uso, el malestar cuando no están conectadas y la interferencia del uso de redes sociales en sus actividades diarias (Koob & Volkow, 2016).

### **2.2.1.5 Principal red social que usan en la actualidad los adolescentes en el Perú**

Instagram se ha consolidado como una de las principales redes sociales entre los adolescentes peruanos en la actualidad. De acuerdo con García (2021), para el año 2020 Perú registró una cifra impresionante de 20 millones de usuarios activos en esta plataforma, representando aproximadamente el 63 % de la población total del país. Del total de usuarios, el 62 % son mujeres y el 38 % restante corresponde a hombres. Además, llama la atención que la edad promedio de los usuarios peruanos de Instagram es de 23 años. Estos usuarios dedican unos 25 minutos diarios en promedio a la plataforma, donde acceden a una amplia variedad de contenido que abarca desde fotografía hasta moda, pasando por belleza, comida, viajes y fitness (García, 2021).

## **2.2.2 Autoestima**

### **2.2.2.1 Teorías**

**Teoría de James:** James (1903) postuló una teoría fundamental sobre la autoestima que ha influido en el pensamiento psicológico desde entonces. Según James, la autoestima surge de la discrepancia entre las aspiraciones de una persona y la forma en cómo se percibe en la realidad (James, 1903). Cuando el yo real se acerca al yo ideal, la autoestima tiende a ser positiva, mientras que, si existe una brecha considerable entre ambos, la autoestima puede ser negativa. James también propuso que el yo total consta de dos componentes interrelacionados: el yo sujeto, que organiza las experiencias personales, y el yo objeto, que representa la imagen que uno tiene de sí mismo (Iglesias y Minetto, 2022).

**Teoría de Rogers:** Rogers (1992) destaca la importancia de la aceptación y el respeto hacia uno mismo para alcanzar la plenitud. Rogers sostiene que muchos individuos sufren de autodesprecio debido a la internalización de estándares externos de valoración, lo que impide el desarrollo de su yo positivo y auténtico (Rogers, 1992). La autorrealización se logra cuando una persona es capaz de conocer y aceptar sus propias potencialidades,



actuando de manera congruente con su verdadero ser. Este proceso de autoconocimiento y aceptación contribuye al fortalecimiento de la autoestima y al bienestar emocional (Ahuanari y Herrera, 2022).

**Teoría de Rosenberg:** Rosenberg (1989) propone una evaluación global de la autoestima, considerando tanto la percepción individual como las creencias sociales sobre el propio valor. Se destaca la importancia de la autoconfianza y el bienestar emocional en la autoestima positiva, así como la tendencia al autodesprecio y la visión negativa de la vida en la autoestima negativa (Rosenberg, 1989). Esta teoría reconoce la influencia del aspecto social en la autoestima, ya que la percepción de uno mismo se ve influenciada por la opinión de los demás (Rosenberg, 1989).

La presente investigación consideró la siguiente teoría, sus dimensiones y el instrumento que se debería de esta:

**Teoría de Coopersmith:** La teoría de la autoestima de Coopersmith (1995) ofrece una visión más profunda del desarrollo de este constructo, definiendo la autoestima como la valoración subjetiva que una persona tiene de su propio valor, basada en la aprobación o desaprobación de sus capacidades. Coopersmith destaca que la autoestima se desarrolla a través de experiencias sociales y familiares, no siendo una característica innata. En su teoría, identifica cuatro factores fundamentales que influyen en la formación de la autoestima: el trato respetuoso recibido, la historia de éxito personal, las aspiraciones individuales y la capacidad para resistir influencias externas negativas.

El trato respetuoso por parte de figuras significativas, como padres o profesores, fomenta un sentido de valía personal, mientras que las experiencias de éxito y logro contribuyen a la autoconfianza. Las aspiraciones individuales también juegan un papel crucial, ya que las metas claras y alcanzables refuerzan la autoestima, mientras que las aspiraciones

inalcanzables pueden reducirla. Finalmente, la capacidad para resistir las influencias externas negativas, como la crítica social, está directamente relacionada con el apoyo social recibido en la infancia, especialmente por parte de la familia (Coopersmith, 1995).

Además, este autor subraya el papel clave de la familia en la formación de la autoestima, afirmando que los niños aprenden a valorarse a sí mismos observando el comportamiento de sus padres y recibiendo retroalimentación directa de ellos. Un ambiente familiar de apoyo, donde los niños se sienten valorados y respetados, fomenta una autoestima positiva, mientras que la crítica excesiva o la falta de afecto puede generar una baja autoestima que persiste hasta la vida adulta (Coopersmith, 1995).

#### **2.2.2.2 Dimensiones**

Coopersmith (1995) menciona que la autoestima tiene las siguientes dimensiones:

**Área "Sí Mismo":** Esta dimensión se refiere a la percepción y evaluación que una persona tiene sobre sí misma. Incluye la autoimagen, la autovaloración y la autoaceptación (Coopersmith, 1995). En esta área, se considera cómo el individuo se ve a sí mismo en términos de su valía personal, habilidades, virtudes y defectos.

**Área "Social":** Esta dimensión aborda la manera en que la persona se relaciona con los demás y cómo percibe esas interacciones (Coopersmith, 1995). Incluye la capacidad para establecer y mantener relaciones saludables, así como la habilidad para comunicarse de manera efectiva, empática y respetuosa con otros individuos en su entorno social.

**Área "Hogar":** Se refiere a la percepción y experiencia del individuo en su ambiente familiar. Incluye la calidad de las relaciones familiares, el nivel de apoyo emocional y la sensación de seguridad y pertenencia en el hogar (Coopersmith, 1995). Esta dimensión también puede considerar aspectos como la estructura familiar, el nivel socioeconómico y el ambiente emocional en el hogar.

**Área "Académica":** Esta dimensión se centra en la percepción del individuo sobre su desempeño y éxito en el ámbito educativo (Coopersmith, 1995). Incluye la autoevaluación de las habilidades académicas, el interés y la motivación hacia el aprendizaje, así como la capacidad para enfrentar y superar desafíos académicos (Coopersmith, 1995).

### **2.2.2.3 Nivel de autoestima en los adolescentes**

El nivel de autoestima en los adolescentes es influenciado por una variedad de factores que incluyen aspectos familiares, sociales, educativos y culturales (Gutierrez, 2020). Entre estos factores se encuentran la calidad de las relaciones familiares, el apoyo emocional recibido, las experiencias de éxito y fracaso, el entorno escolar y la presión social (Gutierrez, 2020). Si bien se ha sugerido que el uso de redes sociales puede afectar la autoestima de los adolescentes, es importante destacar que este impacto puede variar dependiendo del contexto y de cómo se percibe y se maneja la información en línea (Ahuanari y Herrera, 2022). Por ejemplo, mientras que algunas interacciones en redes sociales pueden aumentar la autoestima al proporcionar apoyo social y validación, otras pueden generar comparaciones negativas y sentimientos de insuficiencia. Por lo tanto, es crucial considerar los múltiples factores que influyen en el nivel de autoestima de los adolescentes y reconocer que el papel de las redes sociales puede ser complejo y no necesariamente uniforme en todos los casos (Ahuanari y Herrera, 2022).

### **2.2.2.4 Interacción social y la autoestima.**

Diversas investigaciones han mostrado que las relaciones interpersonales, tanto en contextos físicos como virtuales, influyen significativamente en la autoevaluación de las personas. La teoría del "yo espejo" de Cooley (1902) postula que los individuos construyen su autoimagen basándose en las percepciones que creen que los demás tienen de ellos. Este concepto ha sido ampliado en el ámbito de las redes sociales, donde la retroalimentación —como los "likes" y comentarios— impacta directamente en la autoestima. Estudios recientes

sugieren que las redes sociales pueden actuar como facilitadores para mejorar la autoestima a través de la validación social, aunque también pueden provocar sentimientos de inferioridad si las interacciones no son gratificantes (Valkenburg et al., 2022). En este sentido, las redes sociales se convierten en una herramienta de doble filo que puede tanto fortalecer como debilitar la autoestima, dependiendo de la calidad y naturaleza de las interacciones.

### 2.3 Definición de términos básicos

**Adicción.** La adicción se refiere a una dependencia física o psicológica hacia una sustancia, actividad o comportamiento que produce placer o gratificación, pero que también puede resultar en efectos negativos para la persona y su entorno (Escurrea y Salas, 2014).

**Redes sociales.** Son plataformas en línea que permiten a las personas conectarse, comunicarse y compartir contenido con otras personas, ya sea de forma pública o privada (Escurrea y Salas, 2014).

**Autoestima.** La autoestima se define como valoración de una persona sobre sí misma, reflejada en sentimientos de aprobación o desaprobación hacia su propio ser (Coopersmith, 1995).

**Adolescentes.** Son individuos que se encuentran en la etapa de desarrollo que se sitúa entre la niñez y la adultez temprana, generalmente entre los 10 y los 19 años (Ahuanari y Herrera, 2022).

**Secundaria.** La educación secundaria se refiere al nivel educativo que está en el intermedio de la educación primaria y la educación superior. En la mayoría de los sistemas educativos, la educación secundaria abarca desde el 7° grado hasta 12° grado o los 18 años (Sal y Rosas, 2022).

***Institución Educativa privada.*** Una Institución Educativa privada es un centro de enseñanza que no es gestionado por el gobierno o el Estado, sino por una entidad privada o una organización no gubernamental (Bellido, 2023).

***Interacción social.*** Se define como el proceso mediante el cual los individuos actúan e influyen mutuamente dentro de un contexto social (Lara y Gaibor, 2023).

***Validación social.*** El proceso mediante el cual una persona recibe reconocimiento o aprobación por parte de otros (Bellido, 2023).

## CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 3.1 Hipótesis

#### 3.1.1 *Hipótesis General*

**Hi:** Existe relación estadísticamente significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.

**H0:** No existe relación estadísticamente significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.

#### 3.1.2 *Hipótesis específicas*

- **Hi1:** Existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de obsesión por las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.
- **Hi2:** Existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.
- **Hi3:** Existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.

## 3.2 Identificación de Variables

### 3.2.1 *Definición conceptual*

#### 3.2.1.1 Definición de la adicción a las redes sociales

La adicción a las plataformas sociales se refiere a la dependencia de estas plataformas mediante un patrón de comportamiento compulsivo y excesivo en el uso, lo que interfiere con las actividades diarias y genera malestar tanto en el individuo como en su entorno (Escurra y Salas, 2014).

#### 3.2.1.2 Definición de la autoestima

La autoestima se define como valoración de una persona sobre sí misma, reflejada en sentimientos de aprobación o desaprobación hacia su propio ser (Coopersmith, 1995). Implica la aceptación de las cualidades y defectos individuales, así como la capacidad de quererse, respetarse y aceptarse a uno mismo (Coopersmith, 1995).

### 3.2.2 *Operacionalización de variables*

#### 3.2.2.1 Adicción A Las Redes Sociales

#### **Tabla 1**

*Operacionalización de la variable: Adicción A Las Redes Sociales*

---

**Título:** Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.

---

**Variable de estudio:** Adicción A Las Redes Sociales.

---

**Definición operacional:** Patrón de comportamiento problemático y compulsivo en el uso de plataformas digitales de interacción social.

---

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>
	Tiempo excesivo dedicado al uso		
Obsesión por las redes sociales	de redes sociales en detrimento de las actividades académicas prioritarias.	2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23	Ordinal
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Incapacidad para limitar el tiempo y la frecuencia de uso de las redes sociales.	4, 11, 12, 14, 20, 24	Ordinal
Uso excesivo de las redes sociales	Uso prolongado y frecuente de las redes sociales, dedicando una cantidad significativa de tiempo a navegar, interactuar y	1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21.	Ordinal



---

consumir contenido  
 en plataformas  
 sociales, en  
 detrimento de las  
 responsabilidades  
 académicas

---

*Nota.* Este cuadro está basado en la investigación de Ecurra y Salas (2014).

### 3.2.2.2 Autoestima

**Tabla 2**

*Operacionalización de la variable: Autoestima*

---

**Título:** Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.

---

**Variable de estudio:** Autoestima.

---

**Definición operacional:** Patrón de comportamiento asertivo, participativo en determinadas actividades de intereses y eficaz.

---

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Área “Sí mismo”	Autovaloración y/o consideración de sí mismo(a).	1, 3, 4, 7, 10, 12,	Ordinal
		13, 15, 18, 19, 24,	
		25, 27, 30, 31, 34,	
		35, 38, 39, 43, 47,	
		48, 51, 55 y 56.	

---

Área “Social”	Características y habilidades frente a los demás.	5, 8, 14, 21, 28, 40, 49 y 52.	Ordinal
Área “Hogar”	Características y habilidades en el hogar.	6, 9, 11, 16, 20, 22, 29 y 44.	Ordinal
Área “Académica”	Características y habilidades frente a sus congéneres en la escuela y/o colegio.	2, 17, 23, 33, 37, 42 y 46.	Ordinal
Escala de mentiras	Respuestas para determinar falsedades en la respuesta.	26, 32, 36, 41, 45, 50, 53 y 58.	Ordinal

*Nota.* Este cuadro está basado en la investigación de Barbarón Huamán & Dueñas Pareja (2020).

## **CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **4.1 Enfoque de la investigación**

La investigación se centró en el enfoque cuantitativo, que utiliza instrumentos para análisis estadístico y lograr objetivos (Hernández-Sampieri y Mendoza Torres, 2018). Este enfoque permite observaciones múltiples, evaluación de fenómenos y validación de ideas mediante datos. Ofrece una base sólida para conclusiones objetivas respaldadas por evidencia empírica, contribuyendo al avance del conocimiento en varias áreas de investigación (Hernández-Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

### **4.2 Tipo de investigación**

Esta investigación se clasificó como básica porque su objetivo es ampliar los conceptos teóricos actuales (Hernández-Sampieri y Mendoza Torres, 2018), fortaleciendo las bases teóricas mediante la comparación de resultados con otras investigaciones y el análisis exhaustivo de la literatura científica. Esto conduce a la generación de nuevo conocimiento (Hernández-Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

### **4.3 Nivel de investigación**

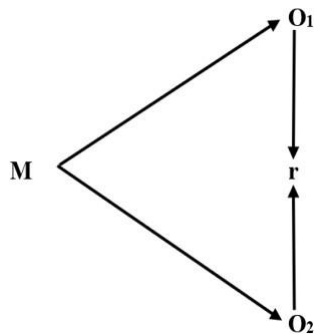
La investigación fue de tipo correlacional, ya que se busca conocer la relación o grado de asociación existente entre las variables puestas en evaluación sin realizarles modificación alguna (Hernández-Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

### **4.4 Diseño de investigación**

El diseño de la investigación fue descriptivo-correlacional, la cual es clasificada como no experimental, ya que no se planteó ningún experimento ni se alteró el ambiente o alguna variable (Sánchez et al., 2018). Simplemente se midieron y analizaron. Y es de tipo transversal

debido a que se buscó recoger los datos en un solo momento y tiempo determinado (Sánchez Carlessi et al., 2018).

Ello se representa en el siguiente gráfico:



Donde:

**M** es Muestra

**O<sub>1</sub>** Autoestima

**O<sub>2</sub>** La adicción a redes sociales

**r** es la relación entre la variable n° 1 y n° 2

## 4.5 Población y muestra

### 4.5.1 Población

Una población se refiere al conjunto completo de personas o elementos que comparten características similares y son el objeto de estudio en una investigación (Sánchez et al., 2018). Para la presente investigación se abordaron 120 estudiantes de 4° grado de nivel secundario de la Institución Educativa privada “Zarate”.

La selección de esta población se basa principalmente en su accesibilidad y la facilidad para interactuar con los participantes.

#### **4.5.2 Tipo de muestreo**

El tipo de muestro fue el no probabilístico por conveniencia, ya que la elección de los participantes que participaron en la presente investigación no dependerá de la probabilidad, sino del entorno, disponibilidad de los participantes y criterios de los investigadores (Sánchez et al., 2018).

##### **4.5.2.1 Criterios de exclusión e inclusión**

###### **Criterios de inclusión**

- Estudiantes entre 14 y 16 años que estén cursando el 4° de secundaria.
- Estudiantes que estén matriculados en la institución educativa al momento de la aplicación del consentimiento informado y/o de las pruebas.
- Estudiantes cuyos padres hayan aceptado que sus hijos sean partícipes de la investigación.

###### **Criterios de exclusión**

- Estudiantes que no comprenden adecuadamente las pruebas debido a algún problema de aprendizaje y/o de salud.
- Estudiantes que no se encuentran presentes en la institución educativa al momento de realizar la aplicación de la evaluación.

#### **4.5.3 Muestra**

La muestra es la representación de la población donde se realizará la observación y/o aplicación del experimento (Sánchez et al., 2018). Para la presente investigación se escogió 109 estudiantes de 4° grado de nivel secundario de la institución educativa privada “Zarate”.

**Unidad de análisis:** Estudiantes de 4° grado de nivel secundario de la Institución Educativa Privada “Zarate”.

## 4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 4.6.1 Técnica(s)

En la presente investigación se usará la encuesta.

**Encuesta.** Es una técnica que sirve para recolectar datos de una muestra representativa de personas (Hernández-Sampieri y Mendoza Torres, 2018). Estos datos son importantes para comprender y estudiar las opiniones, actitudes, comportamientos y otras variables de interés en relación con un tema específico (Hernández-Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

### 4.6.2 Instrumentos

#### 4.6.2.1 Cuestionario de Adicción a Redes Sociales

#### Tabla 3

*Ficha técnica del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales.*

<b>Ficha técnica del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales</b>	
Nombre original	: Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS).
Autor original	: Ecurra Mayaute & Salas Blas (2014).
Adaptación y Validación	: Moreno Alvarez (2018).
Objetivo	: Evaluar el nivel de adicción a las redes sociales.
Población dirigida	: De 13 años en adelante.
Dimensiones	: La escala tiene 3 dimensiones, estas son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obsesión por las Redes Sociales (10 ítems).</li> <li>• Falta de Control Personal (6 ítems).</li> </ul>

- 
- Uso Excesivo de las Redes Sociales (8 ítems).

Administración	: Individual y/o colectiva.
Ítems	: Presenta 24 ítems.
Ámbitos de aplicación	: Clínico y Educativo.
Tiempo de aplicación	: 25 minutos aproximadamente.

---

*Nota.* Este cuadro esta basado en la investigación de Ecurra y Salas (2014).

**Confiabilidad.** En su investigación en 380 adolescentes y a través del coeficiente alfa de Cronbach, Ecurra y Salas (2014) obtuvieron una confiabilidad general mayor a 0.80 de manera general y en cada una de sus dimensiones al reajustar de los 31 primeros ítems a 24. En la actualidad, investigaciones como la de Torres (2021) demuestran que en el Perú aún la prueba muestra una alta confiabilidad en adolescentes, ya que obtuvieron un alfa de cronbrach de 0.96 de maneral general y dimensionalmente valores mayores a 0.82.

**Validez.** Bajo el coeficiente V de Aiken y 3 jueces, se obtuvo como resultado 1. Esto indica que el instrumento presenta una validez de contenido y términos y se puede aplicar en una población adolescente de Huancayo.

#### 4.6.2.2 Inventario de Autoestima Coopersmith para alumnos

##### Tabla 4

*Ficha técnica del inventario de Autoestima Coopersmith para alumnos*

---

<b>Ficha técnica del inventario de Autoestima Coopersmith para alumnos</b>	
Nombre original	: Inventario de Autoestima original Forma Escolar - Coopersmith.
Autor original	: Coopersmith (1967).

Adaptación y Validación	: Panizo (1985)
Objetivo	: Medir las actitudes valorativas de uno mismo.
Población dirigida	: De 8 a 17 años.
Dimensiones	: La escala tiene 5 dimensiones, estas son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Área de sí mismo (26 ítems).</li> <li>• Área social (8 ítems).</li> <li>• Área hogar (8 ítems).</li> <li>• Área académica (8 ítems).</li> <li>• Escala de mentiras (8 ítems)</li> </ul>
Administración	: Individual y/o colectiva.
Ítems	: Presenta 58 ítems.
Ámbitos de aplicación	: Clínico y Educativo.
Tiempo de aplicación	: 25 a 30 minutos aproximadamente.

---

*Nota.* Este cuadro está basado en la investigación de Barbarón Huamán & Dueñas Pareja (2020).

**Confiabilidad.** En la actualidad, investigaciones como la de Barbarón y Dueñas (2020) demuestran que en el Perú aún la prueba muestra una alta confiabilidad en adolescentes, ya que obtuvieron un alfa de cronbrach de 0.80 de maneral general y dimensionalmente.

**Validez.** Bajo el coeficiente V de Aiken y 3 jueces, se obtuvo como resultado 1. Esto indica que el instrumento presenta una validez de contenido y términos y se puede aplicar en una población adolescente de Huancayo.



#### 4.6.2.3 Prueba de normalidad

**Tabla 5**

*Prueba de normalidad.*

<b>Kolmogorov-Smirnova</b>			
<b>Variables</b>	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>
Autoestima	,060	109	,200*
Adicción a redes sociales	,095	109	,017

La tabla 5 muestra los resultados de la prueba de normalidad utilizando el estadístico de Kolmogorov-Smirnov para dos variables: Autoestima y Adicción a Redes Sociales. Para la variable de Autoestima, el estadístico de Kolmogorov-Smirnov es de 0.060 con un p-valor de 0.200, indicando que no hay suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula de normalidad. Sin embargo, para la variable de Adicción a Redes Sociales, el estadístico de Kolmogorov-Smirnov es de 0.095 con un p-valor de 0.017, lo cual sugiere que hay suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula de normalidad. Entonces, como las variables presentan diferentes valores, se concluye con que los datos no siguen una distribución normal.

#### 4.6.2.4 Fiabilidad de las pruebas

**Tabla 6**

*Alfa de Cronbach de los instrumentos para evaluar las variables.*

<b>Alfa de Cronbach</b>	
<b>a</b>	<b>N de ítems</b>

Adicción a redes sociales (ARS)	.904	24
Autoestima Coopersmith para alumnos	.793	58

En la tabla 6 se muestran los valores del coeficiente alfa de Cronbach para los instrumentos utilizados en la evaluación de las variables. Tanto la Adicción a Redes Sociales (ARS) con un coeficiente alfa de .904, basado en 24 ítems, como la Autoestima Coopersmith para alumnos con un coeficiente alfa de .793, basado en 58 ítems, muestran una alta fiabilidad, garantizando que las mediciones realizadas sean confiables y consistentes.

#### 4.7 Proceso de recolección de datos

Se obtuvo la aprobación ética correspondiente. Se prepararon y distribuyeron los formularios de consentimiento informado para los padres y de asentimiento para los participantes, detallando el objetivo, la forma de evaluación, los posibles riesgos y beneficios de la investigación, así como el derecho a retirarse en cualquier momento sin consecuencias negativas. Una vez recibidos los formularios firmados, se procedió con la recolección de datos. Se coordinó con la institución educativa privada en Huancayo para programar sesiones de aplicación del cuestionario de adicción a redes sociales y el inventario de autoestima Coopersmith para los alumnos del 4° año de secundaria.

Durante estas sesiones, se explicó claramente las instrucciones de cada instrumento y se respondió las preguntas de los participantes. Los adolescentes completaron los cuestionarios de manera individual y en un ambiente adecuado para garantizar la privacidad y la confidencialidad de sus respuestas. Una vez recopilados todos los datos, se ingresaron en una tabla de Excel con las variables correspondientes. Luego, se realizó un análisis estadístico

utilizando el software SPSS para identificar posibles correlaciones entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los adolescentes participantes.

#### **4.8 Proceso de procesamiento de datos**

En la investigación primero se redactó el consentimiento informado, el cual fue firmado por los padres y/o estudiantes antes de la aplicación de las pruebas. Posteriormente se procedió a realizar los análisis estadísticos utilizando el programa SPSS para describir la muestra seleccionada y aplicar estadísticos sobre los datos. Se aplicó un análisis de normalidad para determinar si utilizar la correlación de Pearson (R) o la correlación de Spearman (Rho). La muestra no presenta una distribución normal por tal motivo se usó Rho de Spearman (González Betanzos et al., 2017).

#### **4.9 Aspectos éticos**

En esta investigación se siguió todas las normas éticas y de redacción del APA 7 (Sanchez, 2019). Además, se aplicó los principios éticos fundamentales: no maleficencia, justicia y beneficencia (Sánchez Carlessi et al., 2018). En cuanto al principio de justicia, se seleccionó a los estudiantes de forma equitativa, sin discriminación, asegurando que todos los alumnos de 4° año de secundaria de la institución educativa privada en Huancayo tuvieran la misma oportunidad de participar. Esto garantizó que los beneficios del estudio fueran accesibles para todos los participantes, sin sesgos o exclusiones injustificadas.

Finalmente, para promover la beneficencia se buscó maximizar los beneficios tanto para los participantes como para la sociedad. El estudio ofrece información valiosa sobre la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes, lo que puede servir como base para futuras intervenciones educativas y de salud mental. Asimismo, se proporcionó a los participantes una retroalimentación sobre sus resultados, lo que les permitió reflexionar sobre sus propios hábitos y bienestar emocional.

El estudio fue revisado y aprobado por el comité de ética de la Universidad Continental, y cualquier modificación en su desarrollo fue notificada para garantizar el respeto a los estándares éticos. La recolección de datos se llevó a cabo tras la obtención de los consentimientos y en condiciones que aseguraron la privacidad de los participantes. Los datos fueron analizados estadísticamente utilizando el software SPSS, respetando todos los protocolos éticos de manejo de información.

## CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 5.1 Datos descriptivos de la muestra y variables

**Tabla 7**

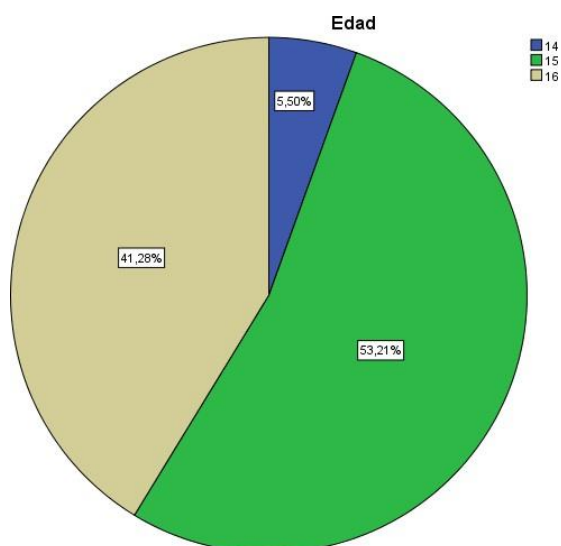
*Descripción de las edades de los evaluados*

Edad	N	%
14	6	5.5
15	58	53.2
16	45	41.3
<b>Total</b>	109	100

La Tabla 7 muestra la distribución de las edades de los evaluados. Se destaca que 6 personas (5.5 %) tenían 14 años, mientras que la mayoría, 58 personas (53.2 %), tenían 15 años. Además, 45 personas (41.3 %) tenían 16 años. Con una D.E. de +/- 0.586

**Figura 1**

*Descripción de las edades de los evaluados*



En la figura 1 se representa esta distribución en forma de gráfico circular para visualizar claramente los porcentajes de cada grupo de edad. El grupo más grande en el gráfico está compuesto por los evaluados de 15 años, que representan el 53.2 %. Los evaluados de 16 años conforman el segundo grupo más grande, con un 41.3 %. Por último, el grupo de 14 años es el más pequeño, comprendiendo solo el 5.5 % del total de la muestra.

**Tabla 8**

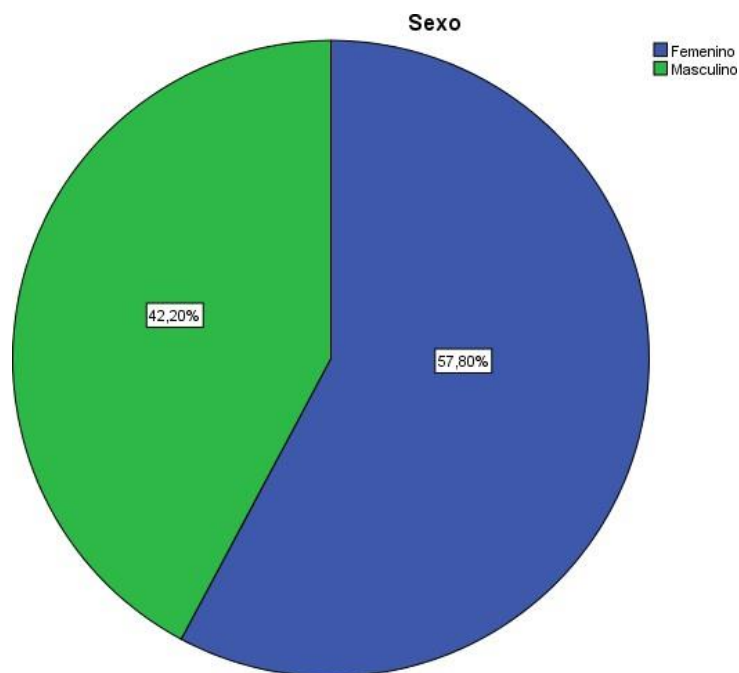
*Descripción del sexo de los evaluados.*

<b>Sexo</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Femenino	63	57.8
Masculino	46	42.2
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100</b>

En la tabla 8 se describe la distribución por sexo de los evaluados. Un total de 63 personas, lo que representa el 57.8 % del grupo evaluado, son de sexo femenino. Por otro lado, 46 personas, equivalente al 42.2 %, son de sexo masculino. En conjunto, se evaluó a 109 personas, completando así el 100 % de la muestra.

**Figura 2**

*Descripción del sexo de los evaluados.*



En la figura 2 se representa esta distribución en forma de gráfico circular. El gráfico muestra que el 57.8 % de los evaluados son mujeres, mientras que el 42.2 % son hombres. Esto ilustra claramente la proporción de cada sexo dentro del grupo evaluado, destacando una ligera mayoría de mujeres en comparación con los hombres.

**Tabla 9**

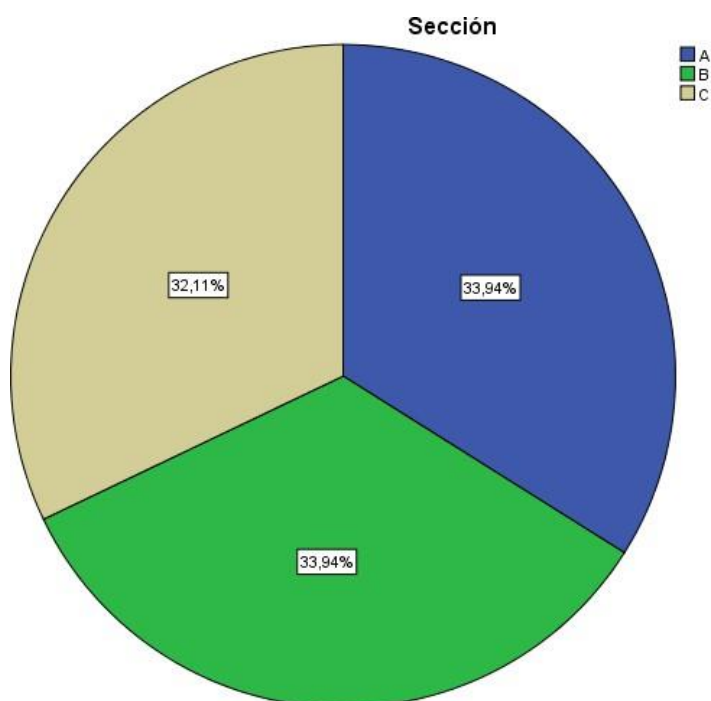
*Descripción de la sección de los evaluados.*

Sección	N	%
A	37	33.9
B	37	33.9
C	35	32.1
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100</b>

En la tabla 9 se presenta la distribución de los evaluados según la sección a la que pertenecen. La sección A y B tienen la misma cantidad de evaluados, cada una con 37 personas, lo que representa el 33.9 % del total de la muestra para cada una. Por otro lado, la sección C cuenta con 35 personas, equivalente al 32.1 %. En conjunto, se evaluó a 109 personas, completando así el 100 % de la muestra.

### Figura 3

*Descripción de la sección de los evaluados.*



En la figura 3 se muestra esta distribución mediante un gráfico circular. El gráfico refleja que tanto la sección A como la sección B tienen el mismo porcentaje de evaluados, cada una con un 33.9 %. La sección C representa el 32.1 % de los evaluados.

## 5.2 Datos estadísticos de la aplicación de pruebas

A continuación, se muestra los resultados obtenidos acerca de la primera variable:



**Tabla 10***Niveles de adicción a redes sociales de los evaluados.*

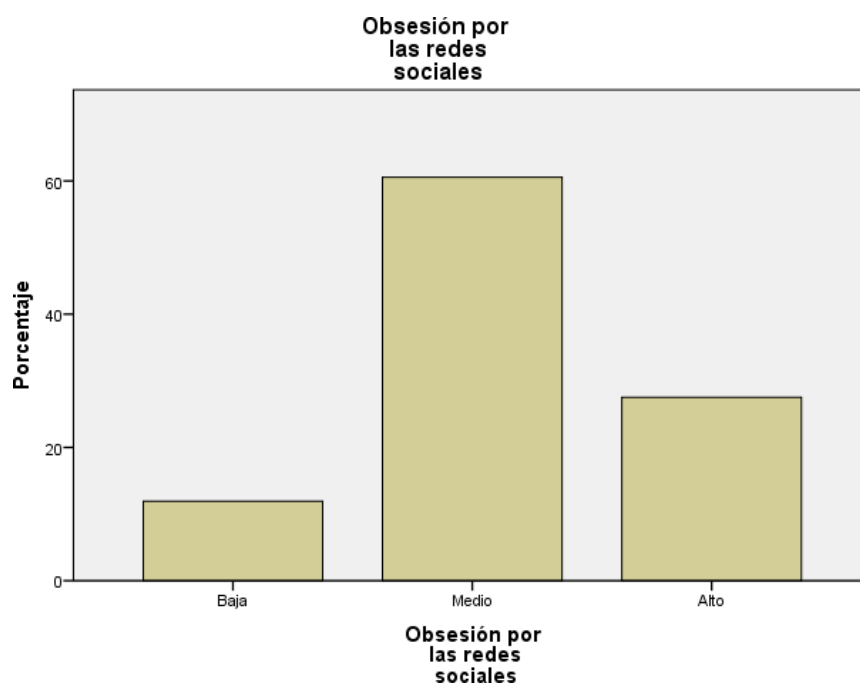
	<b>Dimensiones</b>	<b>Niveles</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Adicción a las redes sociales	Obsesión por las redes sociales	Bajo	13	11.9
		Medio	66	60.6
		Alto	30	27.5
	<b>Total</b>		<b>109</b>	<b>100</b>
	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Bajo	31	28.4
		Medio	47	43.1
		Alto	31	28.4
	<b>Total</b>		<b>109</b>	<b>100</b>
	Uso excesivo de las redes sociales	Bajo	20	18.3
		Medio	27	24.8
Alto		62	56.9	
<b>Total</b>		<b>109</b>	<b>100</b>	
Puntaje Total	Bajo	19	17.4	
	Medio	50	45.9	
	Alto	40	36.7	
<b>Total</b>		<b>109</b>	<b>100</b>	

En la tabla 10 se presenta los niveles de adicción a redes sociales de los evaluados, divididos en varias dimensiones. En cuanto a la obsesión por las redes sociales, 13 personas (11.9 %) presentan un nivel bajo, 66 personas (60.6 %) tienen un nivel medio, y 30 personas

(27.5 %) muestran un nivel alto. En la dimensión de falta de control personal en el uso de las redes sociales, 31 personas (28.4 %) tienen un nivel bajo, 47 personas (43.1 %) un nivel medio, y otras 31 personas (28.4 %) presentan un nivel alto. Para el uso excesivo de las redes sociales, 20 personas (18.3 %) están en el nivel bajo, 27 personas (24.8 %) en el nivel medio, y 62 personas (56.9 %) en el nivel alto. Finalmente, al considerar el puntaje total de adicción a redes sociales, 19 personas (17.4 %) tienen un nivel bajo, 50 personas (45.9 %) un nivel medio, y 40 personas (36.7 %) un nivel alto.

#### Figura 4

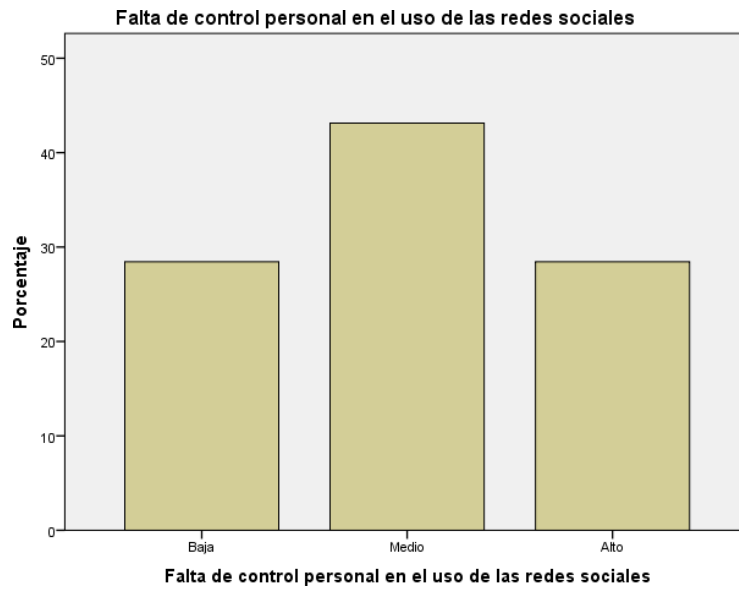
*Niveles de la dimensión de la obsesión por redes sociales de los evaluados.*



En la figura 4 se evidencia que en la obsesión por las redes sociales, 11.9 % presenta un nivel bajo, 60.6 % tiene un nivel medio, y 27.5 % muestra un nivel alto.

**Figura 5**

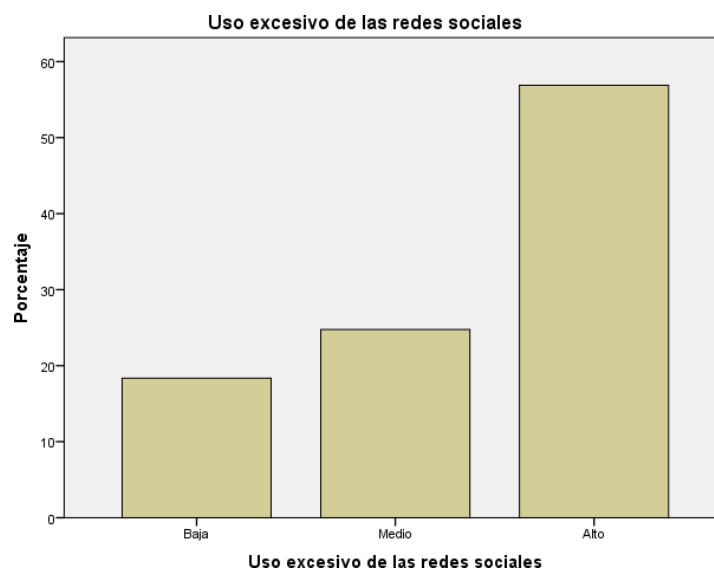
*Niveles de la dimensión de falta de control personal en el uso de las redes sociales de los evaluados.*



En la figura 5 se muestra que en la dimensión de falta de control personal en el uso de las redes sociales, 28.4 % tiene un nivel bajo, 43.1 % un nivel medio, y 28.4 % presenta un nivel alto.

**Figura 6**

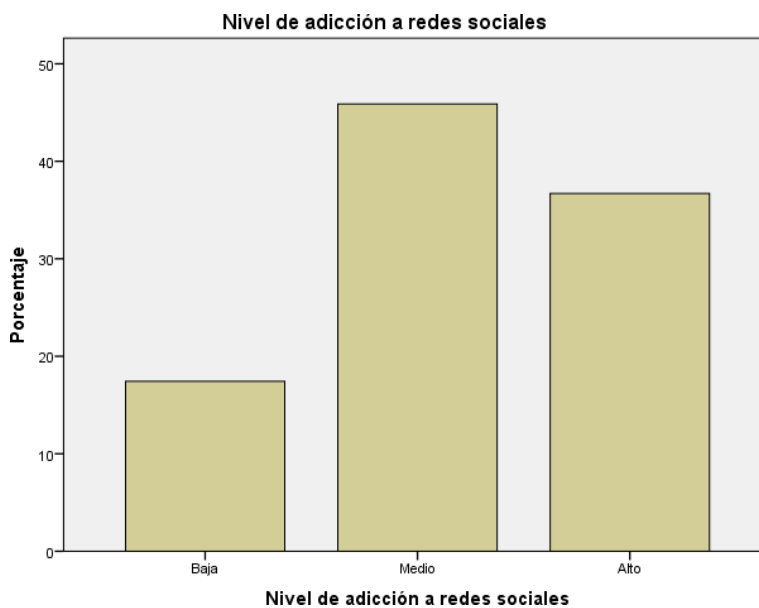
*Niveles de la dimensión del uso excesivo de las redes sociales.*



En la figura 6 se muestra que en la dimensión del uso excesivo de las redes sociales, 18.3 % está en el nivel bajo, 24.8 % en el nivel medio, y 56.9 % en el nivel alto.

### Figura 7

*Niveles de adicción a redes sociales de los evaluados.*



En la figura 7 se evidencia que, del puntaje total de adicción a redes sociales, 17.4 % tiene un nivel bajo, 45.9 % un nivel medio y 36.7 % un nivel alto.

Por otro lado, ahora se muestra los resultados obtenidos de la segunda variable:

### Tabla 11

*Niveles de autoestima de los evaluados.*

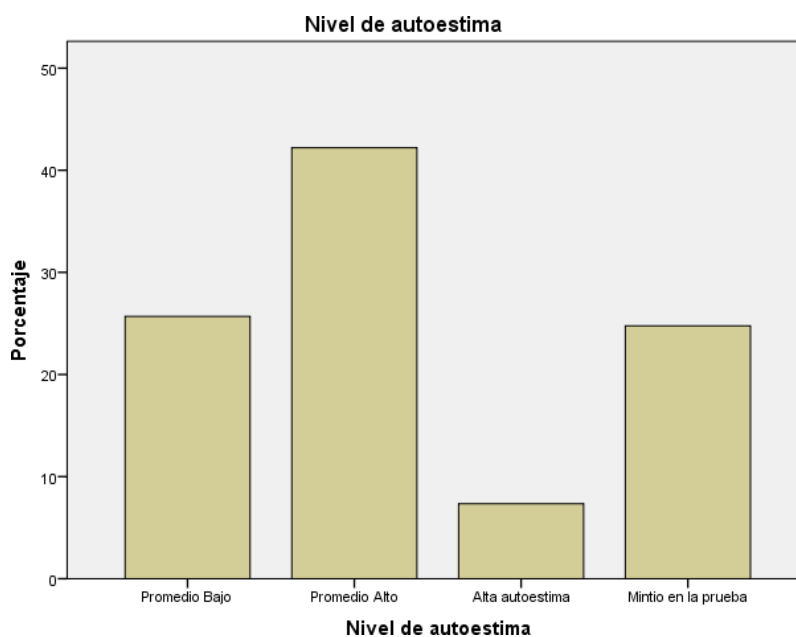
	Niveles	N	%
Autoestima	Promedio Bajo	28	25.7
	Promedio Alto	46	42.2
	Alta autoestima	8	7.3
	Mintió en la prueba	27	24.8

<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100</b>
--------------	------------	------------

En la tabla 11 se presentan los niveles de autoestima de los evaluados. Se observa que 28 personas, lo que representa el 25.7 % del total, tienen un nivel de autoestima promedio bajo. Un grupo mayor, compuesto por 46 personas (42.2 %), tiene un nivel de autoestima promedio alto. Solo 8 personas, es decir, el 7.3 % del total, muestran una alta autoestima. Además, se detectó que 27 personas, equivalente al 24.8 %, mintieron en la prueba.

### Figura 8

*Niveles de autoestima de los evaluados.*



En la figura 8 se representa esta distribución mediante un gráfico de barras. El gráfico muestra que el porcentaje más alto corresponde al nivel de autoestima promedio alto (42.2 %), seguido por el porcentaje de quienes mintieron en la prueba (24.8 %), el nivel de autoestima promedio bajo (25.7 %) y, por último, el nivel de alta autoestima (7.3 %).

### 5.3 Datos estadísticos en relación con las hipótesis

A continuación se presenta los resultados obtenidos en relación con las hipótesis, utilizando una muestra de 83 personas. Esto se debe a que 27 de los 109 participantes invalidaron su prueba de autoestima, lo que impidió realizar la correlación correspondiente.

En la hipótesis general se planteó:

**Hi:** Existe relación estadísticamente significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.

**H0:** No existe relación estadísticamente significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.

**Tabla 12**

*Correlación del puntaje total de la autoestima y de la adicción a redes sociales.*

		<b>Adicción a redes sociales</b>
	Rho de Spearman	-,246
<b>Autoestima</b>	Sig. (bilateral)	,025
	N	83

En la tabla 12 se presenta los resultados de la correlación entre el puntaje total de la autoestima y el puntaje total de la adicción a redes sociales, utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman. El coeficiente de correlación obtenido es de -0.246, con un valor de significancia (p-valor) de 0.025.

Estos resultados indican que existe una relación negativa y significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en los adolescentes evaluados. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna ( $H_i$ ).

En cuanto a la primera hipótesis específica, se planteó lo siguiente:

**$H_{i1}$ :** Existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de obsesión por las redes sociales de la adicción de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.

**$H_{01}$ :** No existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de obsesión por las redes sociales de la adicción de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.

### Tabla 13

*Correlación del puntaje total de la autoestima y del puntaje de la dimensión de obsesión por las redes sociales.*

		<b>Dimensión de obsesión por las redes sociales</b>
	Rho de Spearman	-,173
<b>Autoestima</b>	Sig. (bilateral)	,018
	N	83

En la tabla 13 se presenta los resultados de la correlación entre el puntaje total de la autoestima y el puntaje de la dimensión de obsesión por las redes sociales, utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman. El coeficiente de correlación obtenido es de -0.173, con un valor de significancia (p-valor) de 0.018.

Estos resultados indican que existe una relación negativa y significativa entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna ( $H_{i1}$ ).

En cuanto a la segunda hipótesis específica, se planteó lo siguiente:

**H<sub>i2</sub>:** Existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de la falta de control personal en el uso de las redes sociales de la adicción de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.

**H<sub>02</sub>:** Existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de la falta de control personal en el uso de las redes sociales de la adicción de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.

#### **Tabla 14**

*Correlación del puntaje total de la autoestima y del puntaje de falta de control personal en el uso de las redes sociales.*

		<b>Dimensión de falta de control personal en el uso de las redes sociales</b>
	Rho de Spearman	-,296
<b>Autoestima</b>	Sig. (bilateral)	,007
	N	83

En la tabla 14 se presenta los resultados de la correlación entre el puntaje total de la autoestima y el puntaje de la dimensión de falta de control personal en el uso de las redes



sociales, utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman. El coeficiente de correlación obtenido es de -0.296, con un valor de significancia (p-valor) de 0.007.

Estos resultados indican que existe una relación negativa y significativa entre la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima en los adolescentes evaluados. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna ( $H_{i2}$ ).

En cuanto a la tercera hipótesis específica, se planteó lo siguiente:

**H<sub>i3</sub>:** Existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de uso excesivo de las redes sociales de la adicción de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.

**H<sub>03</sub>:** No existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de uso excesivo de las redes sociales de la adicción de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.

### Tabla 15

*Correlación del puntaje total de la autoestima y del puntaje de la dimensión de uso excesivo de las redes sociales.*

		<b>Puntaje de la dimensión de uso excesivo de las redes sociales</b>
<b>Puntaje total de la autoestima</b>	Rho de Spearman	-,212
	Sig. (bilateral)	,049
	N	83

En la tabla 15 se presenta los resultados de la correlación entre el puntaje total de la autoestima y el puntaje de la dimensión de uso excesivo de las redes sociales, utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman. El coeficiente de correlación obtenido es de -0.212, con un valor de significancia (p-valor) de 0.049.

Estos resultados indican que existe una relación negativa y significativa entre el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en los adolescentes evaluados. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna ( $H_{I3}$ ).

## 5.5 Discusión

Abarcando el objetivo general, se encontró una correlación estadísticamente significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo. Utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman, se obtuvo un valor de -0.246 con un p-valor de 0.025, basado en 83 observaciones. Debido a que 27 evaluados mintieron en la prueba de autoestima, no se pudo incluir su información en el análisis de correlación.

Estos resultados corroboran hallazgos similares en investigaciones previas realizadas por Burgos (2022) en Colombia y Valdez (2021) en Perú. Burgos también encontró una correlación negativa baja ( $Rho = -0.254$ ) en adolescentes escolarizados en Colombia, mientras que Valdez reportó correlaciones negativas que variaban entre -0.454 y -0.164 en estudiantes de Lima.

Esta relación inversamente proporcional podría explicarse por el uso excesivo de redes sociales, ya que estas plataformas fomentan la comparación social negativa, lo que genera insatisfacción personal y una percepción distorsionada de uno mismo (Vogel et al., 2014). Según la teoría de la comparación social, los individuos tienden a compararse con otros en contextos donde perciben una jerarquía social, y las redes sociales amplifican esta tendencia al mostrar versiones idealizadas de la vida de los demás (Festinger, 1954).

Además, la búsqueda constante de validación externa mediante "me gusta" y comentarios puede disminuir la autovaloración interna, generan una dependencia psicológica en la aprobación social (Andreassen et al., 2017). Esto limita el tiempo y la calidad de las interacciones cara a cara, fundamentales para el desarrollo de la autoestima durante la adolescencia, una etapa crucial para la construcción de la identidad (Erikson, 1968).

Abarcando el primer objetivo específico, se encontró una correlación estadísticamente significativa entre la dimensión de obsesión por las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo. Ya que utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman, se obtuvo un valor de -0.173 con un p-valor de 0.018, basado en 83 observaciones.

Comparando con otros estudios, como con el de Valdez (2021) realizado en Perú, existe consonancia ya que esta investigadora encontró un  $r = -.357$  y un P-valor de 0.00. En tal sentido, el hallazgo en la presente investigación podría atribuirse a que la dimensión de obsesión por las redes sociales resulta lo suficientemente robusta como para impactar significativamente la autoestima en la muestra de adolescentes estudiados en Huancayo.

La literatura sugiere que la obsesión por las redes sociales no afecta de manera uniforme a todos los individuos. Algunos estudios como el de Valkenburg et al. (2022) han encontrado que factores contextuales, como el entorno cultural y social, moderan esta relación. Además, investigaciones previas como la de Orben et al. (2019) han indicado que la autoestima se ve influenciada por una interacción compleja entre variables personales y ambientales, lo que puede explicar por qué, en ciertos contextos, la obsesión por las redes no ejerce un impacto tan profundo.

En este caso, las particularidades culturales de los adolescentes de Huancayo, como las redes de apoyo familiar y las normas sociales locales, podrían presentar un contexto muy similar a la literatura planteada, ya que los resultados se asemejan los antecedentes encontrados. Sin embargo, para tener un conocimiento sólido surge la necesidad de llevar a cabo más investigaciones en diferentes contextos para profundizar en cómo la obsesión por las redes sociales interactúa con la autoestima en poblaciones diversas.

Abarcando el segundo objetivo específico, con los datos obtenidos se observó una correlación estadísticamente significativa entre el puntaje total de la autoestima y el puntaje de la dimensión de falta de control personal en el uso de las redes sociales, utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman. El coeficiente de correlación obtenido es de -0.296, con un valor de significancia (p-valor) de 0.007, basado en 83 observaciones.

Comparando con otros estudios, como con el de Bellido (2023) realizado en Perú, existe hallazgos similares ya que este investigador encontró un  $Rho = -0,213$  y un P-valor de 0.002. Este hallazgo en la presente investigación se debe, probablemente, a que la falta de control personal en el uso de las redes sociales puede llevar a comportamientos adictivos que impactan negativamente en la percepción de uno mismo y, por ende, en la autoestima.

La literatura sugiere que la falta de autocontrol en el uso de redes sociales incrementa el riesgo de dependencia y adicción, lo que afecta negativamente el bienestar psicológico, incluida la autoestima (Andreassen et al., 2017). La teoría del uso problemático de redes sociales plantea que la pérdida de control personal sobre el uso de estas plataformas genera una dependencia en la retroalimentación social, lo que disminuye la autovaloración interna y aumenta la vulnerabilidad a problemas de autoestima (Ryan et al., 2014).

Además, estudios recientes confirman que los adolescentes, al estar en una etapa crítica de desarrollo de su identidad, son más susceptibles a los efectos negativos del uso desmedido de redes sociales en su autoimagen y autoconcepto (Valkenburg et al., 2022).

Finalmente, abarcando el tercer objetivo específico, con los datos obtenidos se observó una correlación estadísticamente significativa entre la dimensión de uso excesivo de las redes sociales y la autoestima, utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman. El coeficiente de correlación obtenido es de -0.212, con un valor de significancia (p-valor) de 0.049, basado en 83 observaciones.

Comparando con otros estudios, como con el de Ahuanari y Herrera (2022) realizado en Perú, existen hallazgos similares, ya que este investigador encontró un  $Rho = -.237$  y un P-valor de 0.000. Este hallazgo en la investigación podría atribuirse a varias razones.

Teóricamente, los resultados podrían deberse a varios factores psicológicos y sociales que explican la relación entre el uso excesivo de redes sociales y la autoestima. Uno de los enfoques relevantes es la teoría de la comparación social de Festinger, la cual sostiene que las personas tienden a evaluar su valor personal mediante la comparación con otros (Aliaga y Porras, 2023). En el contexto de las redes sociales, esta comparación puede volverse desfavorable, ya que las plataformas suelen exponer a los usuarios a una realidad idealizada de los demás, afectando negativamente la autoestima al sentirse inadecuados o menos exitosos en comparación (Rufino, 2021).

Otro aspecto importante es que el uso excesivo de redes puede desplazar otras actividades gratificantes y fundamentales para el desarrollo de la identidad y la autoestima en esta etapa de vida, como la interacción cara a cara y la práctica de habilidades sociales.

El presente estudio ofrece un valioso aporte al conocimiento sobre la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima, especialmente en una población específica como los estudiantes de 4° año de secundaria en la ciudad de Huancayo.

Si bien investigaciones previas han identificado una correlación negativa entre estas variables, este trabajo pone de relieve matices importantes en cuanto a las diferentes dimensiones que intervienen en dicha relación, como la obsesión por las redes, el uso excesivo y la falta de control personal.

Estos hallazgos permiten una comprensión más profunda de cómo la adicción a redes sociales afecta de manera particular a los adolescentes de Huancayo, un contexto que hasta ahora ha recibido poca atención en la literatura. Además, el estudio subraya la importancia de

factores culturales y sociales que podrían moderar los efectos de las redes sociales en la autoestima, lo cual sugiere la necesidad de continuar investigando en diferentes contextos geográficos y culturales para obtener una visión más completa de estas interacciones.

De este modo, la investigación contribuye a enriquecer el campo académico y práctico, proporcionando información relevante que puede fungir como guía para el desarrollo de estrategias de intervención y promoción del bienestar psicológico en adolescentes.

## CONCLUSIONES

Se estableció una relación negativa y significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo, donde existe una relación directa y significativa entre las variables dado que el coeficiente de correlación de Spearman fue  $Rho = -0.246$  y p-valor fue  $p = 0.025$ . Esto indica que a mayor uso de redes sociales, menor es la autoestima.

Se determinó una relación negativa y significativa entre la dimensión de obsesión por las redes sociales y la autoestima en los adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo, donde existe una relación directa y significativa dado que el coeficiente de correlación de Spearman fue  $Rho = -0.173$  y p-valor fue  $p = 0.018$ . Esto indica que a mayor obsesión por las redes sociales, menor es la autoestima.

Se determinó una relación negativa y significativa entre la dimensión de falta de control personal y la autoestima en los adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo, donde existe una relación directa y significativa dado que el coeficiente de correlación de Spearman fue  $Rho = -0.296$  y p-valor fue  $p = 0.007$ . Esto indica que a mayor falta de control personal, menor autoestima.

Se determinó una relación negativa y significativa entre la dimensión de uso excesivo de redes sociales y la autoestima en los adolescentes de 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo, donde existe una relación directa y significativa, dado que el coeficiente de correlación de Spearman fue  $Rho = -0.212$  y p-valor fue  $p = 0.054$ . Esto indica que a mayor uso excesivo de redes sociales, menor es la autoestima.



## RECOMENDACIONES

Se recomienda lo siguiente:

En primer lugar, se sugiere realizar investigaciones adicionales empleando el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), ya que al examinar cómo sus diversas dimensiones se relacionan o no con otros fenómenos psicológicos y sociales, podría enriquecer la literatura actual sobre el impacto de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes. Este enfoque permitiría una comprensión más detallada de los distintos aspectos del uso de redes y su influencia en variables como la autoestima, ansiedad o bienestar.

Asimismo, se recomienda llevar a cabo estudios correlacionales adicionales entre la adicción a redes sociales y la autoestima en una muestra más amplia y diversa, no limitada a estudiantes de secundaria. Este tipo de investigación ampliada contribuiría a validar y generalizar los hallazgos en un contexto más amplio, permitiendo obtener una visión más precisa y representativa del impacto del uso de redes sociales en distintos grupos de adolescentes y jóvenes.

Por último, sería beneficioso que estos conocimientos encontrados se apliquen en el desarrollo de teorías y enfoques que consideren el contexto cultural de Huancayo. De igual manera, en caso de que la institución educativa desee implementar un programa o intervención para mejorar el bienestar emocional de los estudiantes, se recomienda utilizar los datos de esta investigación como referencia para diseñar estrategias que tomen en cuenta las particularidades de la población local.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahuanari Baroni, E. R., & Herrera Arteaga, N. D. (2022). *Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de tercer grado de secundaria de una Institución Pública de Huancayo-2022* [Tesis de grado, Universidad Peruana Los Andes].  
<https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/4410>
- Aliaga, G., & Porras, C. (2023). *Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de nivel secundario de la Institución Educativa de Bryce- Huancayo 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Roosevelt].  
<https://repositorio.uroosevelt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14140/1949/TESIS%20ALIAGA%20PAREDES%20-%20PORRAS%20HIDALGO.pdf?sequence=1>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors, 64*, 287–293. <https://doi.org/10.1016/J.ADDBEH.2016.03.006>
- Barbarón Huamán, G. S., & Dueñas Pareja, R. (2020). Autoestima y resiliencia en estudiantes de nivel secundario de una Institución Educativa Estatal de la provincia de Huancavelica – 2020 [Tesis de grado , Universidad Peruana Los Andes]. In *Universidad Peruana Los Andes*. <http://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/1825>
- Bellido Quicaño, L. E. (2023). Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Ayacucho, 2022 [Tesis de grado, Universidad Continental]. In *Universidad Continental*.  
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/13867>
- Brand, M., Young, K. S., & Laier, C. (2014). Prefrontal control and internet addiction: a theoretical model and review of neuropsychological and neuroimaging findings.

*Frontiers in Human Neuroscience*, 8(MAY).

<https://doi.org/10.3389/FNHUM.2014.00375>

Burgos, K. F. (2022). *La adicción a las redes sociales de Instagram y Facebook y su relación con la autoestima en un grupo de adolescentes escolarizados en el municipio de Apartadó*. [Tesis de grado, Universidad de antioquia].

<https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/31959>

Castillo Gonzales, M. E., & María Dolores, C. Y. (2018). *Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de Básica Superior Unidad Educativa "Simón Rodríguez", Licán, 2018* [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo].

<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5354>

Castro, J. (2022). *Adicción a redes sociales en adolescentes de nivel secundaria de una institución educativa particular de Huancayo - 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Los Andes]. <https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/4804>

Cooley, C. H. (1902). *Human Nature and the Social Order*. Scribner's Sons.

Coopersmith, S. (1995). *The Antecedents of Self Esteem Consulting*. Psychologist Press.

Erikson, E. (1968). *Identidad: juventud y crisis*. W. W. Norton & Company.

Escurra, M., & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73–91.

[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272014000100007&lng=es&nrm=iso&tlng=pt)

[48272014000100007&lng=es&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272014000100007&lng=es&nrm=iso&tlng=pt)

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>

García, J. (2021). *Uso de Instagram en Perú*. <https://www.iedge.eu/instagram-en-peru-2020-por-javier-garcia>

González Betanzos, F., Escoto Ponce de León, M. del C., & Chávez López, J. K. (2017). *Estadística aplicada en Psicología y Ciencias de la salud* (1st ed., Vol. 1). <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=c75ZDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP6&dq=estadistica+aplicada+a+la+psicologia&ots=w9aXPCehNY&sig=TQUXZWq0aFxdSYm9ssFGAHASSLA#v=onepage&q&f=false>

Gutierrez Apala, M. B. (2020). *Adicción de redes sociales y autoestima en estudiantes de 15 a 17 años de una Unidad Educativa Particular de la ciudad de La Paz* [Tesis de grado, Universidad Mayor de San Andrés]. <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/24953>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (Mcgraw-Hill Interamericana Editores, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Mcgraw-Hill Interamericana Editores.

Iglesias Garcia, A. M., & Minetto Alcadio, G. A. (2022). *Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte* [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30119>

Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values\*. <https://doi.org/10.1177/000312240006500103>, 65(1), 19–51. <https://doi.org/10.1177/000312240006500103>

James, W. (1903). *The varieties of religious experience: A study in human nature*. Green and Co.

- Jesus-Carbajal, O., Vivar-Bravo, J., Perez, Y. D. F., Huerta, C. R. M., Paucar, G. E. M., Ruiz, O. N. V., & Añazco, C. Q. (2022). Bienestar psicológico y uso de redes sociales en estudiantes del Instituto ICT, Huancayo. *Horizontes. Revista de Investigación En Ciencias de La Educación*, 6(22), 147–162.  
<https://doi.org/10.33996/REVISTAHORIZONTES.V6I22.323>
- Koob, G. F., & Volkow, N. D. (2016). Neurobiology of addiction: a neurocircuitry analysis. *The Lancet. Psychiatry*, 3(8), 760. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(16\)00104-8](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(16)00104-8)
- Lara Moran, L. Z., & Gaibor González, I. Á. (2023). Funcionalidad familiar y su relación con el bienestar subjetivo en estudiantes de bachillerato. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 987–996.  
<https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.311>
- Microsoft Prensa. (2023). *El 74% de los adolescentes encuestados en el Informe de Seguridad Online de Microsoft afirma haber experimentado algún riesgo en Internet.*  
<https://news.microsoft.com/es-es/2023/02/07/el-74-de-los-adolescentes-encuestados-en-el-informe-de-seguridad-online-de-microsoft-afirma-haber-experimentado-algun-riesgo-en-internet/>
- Municipalidad provincial de Huancayo. (2018). *Evaluación del plan de desarrollo provincial concertado PDPC 2017-2024.*  
[http://documentos.munihuancayo.gob.pe/documentos/2019/transparencia/plan\\_evaluacion\\_PDPC\\_anual2018.pdf](http://documentos.munihuancayo.gob.pe/documentos/2019/transparencia/plan_evaluacion_PDPC_anual2018.pdf)
- Orben, A., Dienlin, T., & Przybylski, A. K. (2019). Social media's enduring effect on adolescent life satisfaction. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 116(21), 10226–10228.

<https://doi.org/10.1073/PNAS.1902058116/ASSET/91E6F1AE-931D-48DE-840E-F7033E90FF71/ASSETS/GRAPHIC/PNAS.1902058116FIG02.JPEG>

Panizo, M. (1985). *Autoestima y Rendimiento escolar en 5° y 6° grado de primaria* [Tesis de grado.]. Pontificia Universidad Católica del Perú,.

Rogers, C. (1992). *El proceso de convertirse en persona*. Paidós.

Rosenberg, A. (1989). *Society and the adolescent self-image*. Wesleyan University Press.

Rufino Vargas, R. N. (2021). Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de la Institución Matemática San Rafael. Carabayllo - Lima 2021 [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. In *Repositorio Institucional - UCV*.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/73305>

Ryan, T., Chester, A., Reece, J., & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133.

<https://doi.org/10.1556/JBA.3.2014.016>

Sal y Rosas Benites, R. (2022). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa pública del distrito de Puente Piedra, Lima, 2022* [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte].

<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/32199>

Sanchez, C. (2019). *Normas APA – 7ma (séptima) edición*. <https://normas-apa.org/>

Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística* (Vol. 1).

Soria, P., & Villegas-Villacres, N. de J. (2024). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. *PSICOLOGÍA UNEMI*, 8(14), 19–29.

<https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss14.2024pp19-29p>

- Statista Research Department. (2023). *Redes sociales: frecuencia de utilización en Perú en 2023*. <https://es.statista.com/estadisticas/1412986/uso-de-redes-sociales-por-frecuencia-en-peru/>
- Subrahmanyam, K., & Smahel, D. (2011). Digital Youth: The Role of Media in Development. In *Health (San Francisco)*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6278-2>
- Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Revista Prisma Social*, 29, 222–239. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3558/4193>
- Torres López, S. (2021). Propiedades psicométricas del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) en estudiantes de nivel secundario de Lima norte, 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. In *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/70513>
- Valdez Panduro, M. N. (2021). Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Magdalena del Mar [Tesis de grado, Universidad autónoma del Perú ]. In *Repositorio Institucional*. <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1287>
- Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Current Opinion in Psychology*, 44, 58–68. <https://doi.org/10.1016/J.COPSYC.2021.08.017>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Social Consequences of the Internet for Adolescents. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x>, 18(1), 1–5. <https://doi.org/10.1111/J.1467-8721.2009.01595.X>

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222.

<https://doi.org/10.1037/PPM0000047>



## ANEXOS

## Matriz de consistencia

<b>Título preliminar:</b> Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo.				
<b>Problemas</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>	<b>Diseño metodológico</b>
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>	<b>Adicción a las redes sociales</b>	<b>Población:</b>
¿Cuál es la relación de la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo?	Establecer la relación de la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.	Existe relación estadísticamente significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.	La adicción a las plataformas sociales se refiere a la dependencia de estas plataformas mediante un patrón de comportamiento compulsivo y excesivo en el uso, lo que interfiere con	Para el presente estudio se abordó adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.  <b>Muestra:</b> Para la presente investigación se escogieron 109 estudiantes

			las actividades diarias y genera malestar tanto en el individuo como en su entorno (Escurra & Salas, 2014).	de 4° grado de nivel secundario de la institución educativa privada “Zarate”.
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>	<b>La autoestima</b>	<b>Técnica y tipo de muestreo:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la relación de la dimensión de obsesión por las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar la relación de la dimensión de obsesión por las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>H<sub>1</sub>:</b> Existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de obsesión por las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una</li> </ul>	<p>Se define como valoración de una persona sobre sí misma, reflejada en sentimientos de aprobación o desaprobación hacia su propio ser (Coopersmith, 1995).</p>	<p>Muestreo no probabilístico intencional.</p> <p><b>Técnica de recolección de datos:</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumento de recolección de datos:</b></p> <p>Para el presente estudio se utilizarán el cuestionario</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la relación de la dimensión de la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo?</li> <li>• ¿Cuál es la relación de la dimensión de uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la relación de la dimensión de la falta de control personal y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.</li> <li>• Determinar la relación de la dimensión de uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año</li> </ul>	<p>Institución Educativa Privada en Huancayo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Hi<sub>2</sub></b>: Existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión de la falta de control personal y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.</li> <li>• <b>Hi<sub>3</sub></b>: Existe relación estadísticamente significativa entre la</li> </ul>		<p>de adicción a redes sociales e inventario de autoestima de Coopersmith.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------

<p>adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo?</p>	<p>de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.</p>	<p>dimensión de uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo.</p>		
<p><b>Bibliografía de sustento para la justificación y delimitación del problema</b></p>			<p><b>Bibliografía de sustento usada para el diseño metodológico</b></p>	
<p>Burgos, K. F. (2022). <i>La adicción a las redes sociales de Instagram y Facebook y su relación con la autoestima en un grupo de adolescentes escolarizados en el municipio de Apartadó</i>. [Tesis de grado, Universidad de Antioquia].</p> <p>Ahuanari Baroni, E. R., &amp; Herrera Arteaga, N. D. (2022). <i>Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de tercer grado de secundaria de una</i></p>			<p>Barbarón Huamán, G. S., &amp; Dueñas Pareja, R. (2020). <i>Autoestima y resiliencia en estudiantes de nivel secundario de una Institución Educativa Estatal de la provincia de Huancavelica – 2020</i> [Tesis</p>	

<p><i>Institución Pública de Huancayo-2022</i> [Tesis de grado, Universidad Peruana Los Andes].</p> <p>Rufino Vargas, R. N. (2021). Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de la Institución Matemática San Rafael. Carabayllo - Lima 2021 [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. In <i>Repositorio Institucional - UCV</i>.</p> <p>Municipalidad provincial de Huancayo. (2018). <i>Evaluación del plan de desarrollo provincial concertado PDPC 2017-2024</i>.</p>	<p>de grado, Universidad Peruana Los Andes]. In <i>Universidad Peruana Los Andes</i>.</p> <p>Escorra Mayaute, M., &amp; Salas Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). <i>Liberabit</i>, 20(1), 73–91.</p> <p>González Betanzos, F., Escoto Ponce de León, M. del C., &amp; Chávez López, J. K. (2017). <i>Estadística aplicada en Psicología y Ciencias de la salud</i> (1st ed., Vol. 1).</p> <p>Hernández-Sampieri, R., &amp; Mendoza Torres, C. P. (2018). <i>Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta</i>. (Mcgraw-Hill Interamericana Editores, Ed.; 1st</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>ed., Vol. 1). McGraw-Hill Interamericana Editores.</p> <p>Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., &amp; Mejía Sáenz, K. (2018). <i>Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística</i> (Vol. 1).</p> <p>Sanchez, C. (2019). <i>Normas APA – 7ma (séptima) edición</i>.</p> <p>Torres López, S. (2021). Propiedades psicométricas del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) en estudiantes de nivel secundario de Lima norte, 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. In <i>Repositorio Institucional - UCV</i>.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Carta de aceptación

### CARTA DE ACEPTACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Estimadas investigadoras principales:

Carolina Olenka Ramírez Vargas

Kristhel Barrera Soto

Reciban un cordial saludo. La directora de la Institución Educativa Privada "Zárate", donde se llevará a cabo el estudio titulado "Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del 4° año de secundaria", tiene el placer de comunicarle su aprobación para la ejecución del proyecto mencionado.

Como institución esperamos que este proyecto también sea evaluado por el Comité de Ética de su institución, al cual ustedes, investigadoras, pertenecen.

Sin otro particular, quedamos a su disposición.

Atentamente.



*Jessica Ventura Y.*  
Mg. Jessica Ventura Y.  
Directora  
**Colegios Zárate**  
Jessica Ventura Yupanqui

## Instrumentos para utilizar

### CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES (ARS)

Autores: Miguel Escurra y Edwin Salas (2014)

Validado por Torres López (2021)

#### INSTRUCCIONES

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

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

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



11	Pienso en todo lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13	Me es difícil desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectandome de las redes sociales.					
17	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

## INVENTARIO DE AUTOESTIMA ORIGINAL FORMA ESCOLAR COOPERSMITH INSTRUCCIONES

María Isabel Panizo (1985)

Marque con un aspa (X) debajo de V o F, de acuerdo a los siguientes criterios.

V cuando la frase SI coincide con tu forma de ser o pensar y F si la frase NO coincide con tu forma de ser o pensar.

### NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS O INCORRECTAS

ÍTEMS		SI	NO
1	Generalmente los problemas me afectan muy poco.		
2	Me cuesta mucho trabajo hablar en público.		
3	Si pudiera cambiaría muchas cosas sobre mí.		
4	Puedo tomar una decisión fácilmente.		
5	Soy una persona simpática.		
6	En mi casa me enojo fácilmente.		
7	Me cuesta trabajo acostumbrarme a algo nuevo.		
8	Soy popular entre las personas de mi edad.		
9	Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos.		
10	Me doy por vencido fácilmente.		
11	Mis padres esperan demasiado de mí.		
12	Me cuesta mucho trabajo aceptarme como soy.		

13	Mi vida es complicada.		
14	Mis compañeros casi siempre aceptan mis ideas.		
15	Tengo mala opinión de mí mismo(a).		
16	Muchas veces me gustaría irme de casa.		
17	Con frecuencia me siento a disgusto en mi grupo.		
18	Soy menos guapo(a) o bonita que la mayoría de la gente.		
19	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo.		
20	Mi familia me comprende.		
21	Los demás son mejor aceptados que yo.		
22	Generalmente siento como si mi familia me estuviera presionando.		
23	Generalmente me siento desmoralizado en mi grupo.		
24	Muchas veces me gustaría ser otra persona.		
25	Se puede confiar muy poco en mí.		
26	Nunca me preocupo por nada.		
27	Estoy seguro de mí mismo.		
28	Me aceptan fácilmente.		
29	Mi familia y yo la pasamos bien juntos.		

30	Paso bastante tiempo soñando despierto(a).		
31	Desearía tener menos edad.		
32	Siempre hago lo correcto.		
33	Estoy orgulloso de mi rendimiento como estudiante en la escuela.		
34	Alguien siempre tiene que decirme lo que debo hacer.		
35	Generalmente me arrepiento de las cosas que hago.		
36	Nunca estoy contento(a).		
37	Estoy haciendo lo mejor que puedo.		
38	Generalmente puedo cuidarme sola.		
39	Soy bastante feliz.		
40	Preferiría estar con niños menores que yo.		
41	Me gustan todas las personas que conozco.		
42	Me gusta cuando me invitan a la pizarra.		
43	Me entiendo a mí mismo.		
44	Nadie me presta mucha atención en casa.		
45	Nunca me reprenden.		
46	No me está yendo tan bien en los estudios como yo quisiera.		

47	Puedo tomar una decisión y mantenerla.		
48	Realmente no me gusta ser un adolescente.		
49	No me gusta estar con otras personas.		
50	Nunca soy tímido(a).		
51	Generalmente me avergüenzo de mí mismo.		
52	Los chicos generalmente se la agarran conmigo.		
53	Siempre digo la verdad.		
54	Mis profesores me hacen sentir que no soy suficientemente capaz.		
55	No me importa lo que me pase.		
56	Soy un fracasado.		
57	Me fastidio fácilmente cuando me reprenden.		
58	Siempre sé lo que debo decir a las personas.		

## **Consentimiento informado**

### **Consentimiento Informado para padres de los participantes de la Investigación**

Estimado/a Padre/Madre/Tutor/a,

Nos dirijo a usted en calidad de investigadoras responsables del estudio titulado "Adicción a Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes del 4° Año de Secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo", a llevarse a cabo en el año 2024. Agradecemos sinceramente su disposición para participar en este proyecto.

#### **Propósito del Estudio:**

El propósito de esta investigación es examinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes del 4° año de secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo durante el año 2024.

#### **Consentimiento Informado para los Participantes:**

Invitamos cordialmente, a su menor hijo(a), a participar de manera voluntaria en este estudio. Su participación implicará completar cuestionarios relacionados con la adicción a redes sociales y la autoestima, lo cual tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo.

Su participación en esta investigación es completamente voluntaria y anónima. La información que proporcione será tratada con absoluta confidencialidad y se utilizará exclusivamente para fines investigativos. No se divulgará su identidad en ningún informe o publicación resultante de este estudio.

#### **Procedimientos del Estudio:**

Consistirá en completar cuestionarios sobre adicción a redes sociales y autoestima.

La duración estimada para la participación no excederá los 30 minutos.

#### **Riesgos:**

La participación en este estudio no implica riesgos para su salud ni su integridad física o emocional.

#### **Beneficios:**

Al participar en este estudio, contribuirá al conocimiento sobre la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes. Además, los resultados obtenidos serán tratados de manera confidencial y se utilizarán únicamente con fines académicos.

#### **Costos y Compensación:**

No se requerirá ningún pago ni compensación por su participación en este estudio.

#### **Confidencialidad:**

Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y se utilizarán únicamente con propósitos de investigación. No se compartirá su información personal con terceros.

#### **Derechos del Participante:**

Si decide participar, tiene el derecho de retirarse en cualquier momento sin ninguna consecuencia negativa. También se le proporcionará una copia de este consentimiento informado para su referencia.

Por favor, indique su decisión respecto a su participación marcando la opción correspondiente:

Acepto participar voluntariamente en la investigación.

No acepto participar en la investigación.

---

Firma del Padre/Madre/Tutor/a

Fecha:

Nombre:

Gracias por su atención y colaboración en este importante estudio.

**CONTACTO DE LOS INVESTIGADORES:**

Carolina Olenka Ramírez Vargas

Teléfono: 971259679

Correo Electrónico: 70345920@continental.edu.pe

Kristhel Barrera Soto

Teléfono: 968277027

Correo Electrónico: 73460606@continental.edu.pe

## **Asentimiento Informado**

### **Asentimiento informado para participantes de la Investigación**

Estimado/a Estudiante,

Me dirijo a usted como estudiante de 4° año de secundaria de la Institución Educativa Privada en Huancayo. Soy el responsable de la investigación titulada "Adicción a Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes del 4° Año de Secundaria de una Institución Educativa Privada en Huancayo", la cual se llevará a cabo en el año 2024. Agradezco sinceramente su disposición para participar en este proyecto.

#### **Propósito del Estudio:**

El propósito de esta investigación es examinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de su grado durante el año 2024.

Por favor, indique su decisión respecto a su participación marcando la opción correspondiente:

Acepto participar voluntariamente en la investigación.

No acepto participar en la investigación.

---

Firma del Estudiante

Fecha:

Nombre:

#### **CONTACTO DE LOS INVESTIGADORES:**

Carolina Olenka Ramírez Vargas

Teléfono: 971259679

Correo Electrónico: 70345920@continental.edu.pe

Kristhel Barrera Soto

Teléfono: 968277027

Correo Electrónico: 73460606@continental.edu.pe



## Criterio de jueces

Juez 1:

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

A QUIEN CORRESPONDA:


Por medio del presente documento, Yo Uribarri Oré, Melanny, en mi calidad de juez en la investigación “**Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo**” he llevado a cabo la revisión y valoración de los instrumentos titulados “**Inventario de autoestima de Coopersmith**” y “**Cuestionario de adicción a redes sociales**” en una **población de adolescentes de 4° grado de secundaria.**

A continuación, detallo mi veredicto como juez frente a los instrumentos:

1	2	3	4
Inadecuado	Regular	Aceptable	Excelente

Instrumento	Coherencia	Relevancia	Redacción del ítem
Inventario de autoestima de Coopersmith	4	4	4

Instrumento	Coherencia	Relevancia	Redacción del ítem
Cuestionario de adicción a redes sociales	4	4	4

  
Melanny Uribarri Oré  
PSICOLOGA  
C.P. 17125

Huancayo, Perú – 05 de julio del 2024

Juez 2:

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

A QUIEN CORRESPONDA:

Por medio del presente documento, Yo Herrera Puga, Elizabeth Rosa, en mi calidad de juez en la investigación **“Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo”** he llevado a cabo la revisión y valoración de los instrumentos titulados **“Inventario de autoestima de Coopersmith”** y **“Cuestionario de adicción a redes sociales”** en una **población de adolescentes de 4° grado de secundaria.**

A continuación, detallo mi veredicto como juez frente a los instrumentos:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Inadecuado	Regular	Aceptable	Excelente

<b>Instrumento</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Redacción del ítem</b>
Inventario de autoestima de Coopersmith	4	4	4

<b>Instrumento</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Redacción del ítem</b>
Cuestionario de adicción a redes sociales	4	4	4



Elizabeth R. Herrera Puga  
PSICÓLOGA  
C.Ps.P. N° 34154

Huancayo, Perú – 05 de julio del 2024

Juez 3:

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

A QUIEN CORRESPONDA:

Por medio del presente documento, Yo Chamorro Mendoza, Sol Veralucía, en mi calidad de juez en la investigación “**Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del 4° año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo**” he llevado a cabo la revisión y valoración de los instrumentos titulados “**Inventario de autoestima de Coopersmith**” y “**Cuestionario de adicción a redes sociales**” en una **población de adolescentes de 4° grado de secundaria.**

A continuación, detallo mi veredicto como juez frente a los instrumentos:

1	2	3	4
Inadecuado	Regular	Aceptable	Excelente

Instrumento	Coherencia	Relevancia	Redacción del ítem
Inventario de autoestima de Coopersmith	4	4	4

Instrumento	Coherencia	Relevancia	Redacción del ítem
Cuestionario de adicción a redes sociales	4	4	4

  
  
Lic. Sol Veralucía Chamorro Mendoza  
PSICOLOGA  
C.Ps.P: 37157

Huancayo, Perú – 05 de julio del 2024