



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

TESIS

**“ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN
ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIA DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA WILLIAM
PRESCOTT, ILO 2023”**

PRESENTADO POR

BACH. CINTHYA NICOLE RODRIGUEZ ACHIRE

BACH. GIANELLA ALEJANDRA LOPEZ ALMENDRE

ASESOR

MGR. HENRY NILTON MUÑOZ YAÑEZ

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

MOQUEGUA-PERÚ

2024



Universidad José Carlos Mariátegui

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, en calidad de Jefe de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias, certifica que el trabajo de investigación () / Tesis (X) / Trabajo de suficiencia profesional () / Trabajo académico (), titulado **“ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA WILLIAM PRESCOTT, ILO 2023”** presentado por el(la) Bachiller **CINTHYA NICOLE RODRIGUEZ ACHIRE Y GIANELLA ALEJANDRA LÓPEZ ALMENDRE**, para obtener el grado académico () o Título profesional (X) o Título de segunda especialidad () de: **LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**, y asesorado por el(la) **MGR. HENRY NILTON MUÑOZ YAÑEZ**, designado como asesor con RESOLUCIÓN DIRECTORAL No 144-2023-DG-UJCM-FILIAL ILO, fue sometido a revisión de similitud textual con el software TURNITIN, conforme a lo dispuesto en la normativa interna aplicable en la UJCM.

En tal sentido, se emite el presente certificado de originalidad, de acuerdo al siguiente detalle:

Programa académico	Aspirante(s)	Trabajo de investigación	Porcentaje de similitud
Psicología	CINTHYA NICOLE RODRIGUEZ ACHIRE Y GIANELLA ALEJANDRA LÓPEZ ALMENDRE	ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA WILLIAM PRESCOTT, ILO 2023	30 % (28 de noviembre de 2024)

El porcentaje de similitud del Trabajo de investigación es del **30 %**, que está por debajo del límite **PERMITIDO** por la UJCM, por lo que se considera apto para su publicación en el Repositorio Institucional de la UJCM.

Se emite el presente certificado con fines de continuar con los trámites respectivos para la obtención de grado académico o título profesional o título de segunda especialidad.

Moquegua, 28 de noviembre de 2024



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI
FACULTAD DE CIENCIAS

Dr. JAVIER PEDRO FLORES AROCUTIPA
Jefe de la Unidad de Investigación

ÍNDICE DE CONTENIDO

PÁGINA DEL JURADO	2.
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE CONTENIDO	6
INDICE DE TABLA Y FIGURAS	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	12
1.2 Definición del problema	15
1.3 Objetivos de la Investigación	16
1.4 Justificación y limitaciones de la investigación	16
1.5 Variables.....	18
1.6 Hipótesis de la investigación	19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	21
2.1 Antecedentes de la investigación	21
2.2 Bases teóricas.....	24
2.3 Marco conceptual.....	33
CAPÍTULO III: MÉTODO	35
3.1 Tipo de investigación	35
3.2 Diseño de investigación	35
3.3 Población y muestra	36
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
3.5 Técnicas de procesamientos y análisis de datos.....	39
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	40
4.1 Presentación de resultados por variables	40
4.2 Contrastación de hipótesis	45
4.3 Discusión de resultados	46
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
5.1 Conclusiones	52

5.2 Recomendaciones	53
BIBLIOGRAFÍA.....	56
ANEXOS.....	65

ÍNDICE DE TABLA Y FIGURAS

Tabla 1 Relación entre adicción a las redes sociales y autoestima	38
Tabla 2 Nivel de Adicción a las redes sociales	39
Tabla 3 Nivel de Autoestima	40
Tabla 4 Relación entre adicción a redes sociales y autoestima con el sexo del estudiante	41
Tabla 5 Relación de adicción a redes sociales y autoestima acorde a la edad del estudiante	42
Tabla 6 Prueba de Normalidad	43
Tabla 7 Correlación de adicción a redes sociales y autoestima.	44
Figura 1 Relación entre nivel de autoestima y nivel de adicción a las redes sociales	38
Figura 2 Nivel de adicción a las redes sociales	39
Figura 3 Nivel de autoestima	40

RESUMEN

La adicción a las redes sociales puede manifestarse por pasar largas horas navegando por plataformas dando lugar a una dependencia excesiva ocasionado problemas en la autoestima por búsqueda de validación social, comparación con los demás y necesidad de sentirse aceptado y valorado en línea. Por ende, la investigación plantea como objetivo determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023. Usando una metodología de enfoque cuantitativo, tipo básica, con un nivel correlacional y diseño no experimental; con una muestra de 191 estudiantes de 12 a 17 años utilizando el Inventario de Autoestima Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS). Los resultados revelaron una correlación negativa baja de -0.179 , con un nivel de significancia de 0.013 , lo que confirma la hipótesis de estudio; además, un 12% de los alumnos con baja autoestima mostraron un alto nivel de adicción. En conclusión, se establece que existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima, destacando que un nivel más alto de autoestima se asocia con una menor adicción a las redes sociales.

Palabras clave: Autoestima, Adicción a redes sociales, estudiantes de secundaria.

ABSTRACT

Addiction to social networks can manifest itself by spending long hours surfing platforms resulting in excessive dependence causing problems in self-esteem by seeking social validation, comparison with others and the need to feel accepted and valued online. Therefore, the objective of this research is to determine the relationship between addiction to social networks and self-esteem in high school students of the "William Prescott" Private Educational Institution Ilo 2023. Using a quantitative approach methodology, basic type, with a correlational level and non-experimental design; with a sample of 191 students from 12 to 17 years old were surveyed using the Coopersmith Self-Esteem Inventory and the Social Network Addiction Questionnaire (ARS). The results revealed a low negative correlation of -0.179, with a significance level of 0.013, which confirms the study hypothesis; in addition, 12% of the students with low self-esteem showed a high level of addiction. In conclusion, it is established that there is a significant relationship between social network addiction and self-esteem, highlighting that a higher level of self-esteem is associated with lower social network addiction.

Key words: Self-esteem, social network addiction, high school students.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la autoestima es uno de los pilares en la educación y formación durante la adolescencia, siendo así, una etapa compleja donde el adolescente desarrolla actitudes y capacidades para convertirse en adulto; por ello, durante esta etapa complicada, la autoestima puede ser afectada y los adolescentes se vean inmersos por pensamientos catastróficos, ansiedad, depresión, trastornos alimenticios, aislamiento, que los conlleven a una mayor utilización de las redes sociales, así también la utilización de las redes sociales puede parecer idealizar un patrón de mujer y hombre perfectos, una vida perfecta, creada en un perfil social, donde no muestran una realidad, sólo una apariencia idealizada, donde los adolescentes desarrollan una perspectiva, que los conduce a alcanzar sus ideales y ser perfectos, manteniendo así una imagen irreal de sí mismo y perjudicando su nivel de autoestima (Toledo, 2022). Un estudio sobre la regulación emocional y el uso problemático de las redes sociales asociado al efecto mediador en la sintomatología depresiva, España 2022, evidenció que los déficits de regulación emocional se deben a un factor antecedente del uso problemático de las redes sociales que generan la presencia de sintomatología depresiva en adolescentes (Granados et al; 2020). Además, otra investigación sobre la correlación entre autoestima y la dependencia de las redes sociales en adolescentes, Lima 2021, encontró que existe una conexión significativa entre el uso compulsivo de las redes sociales y la falta de autoestima donde se encontró que la falta de autoestima explica la adicción a las redes sociales, sin embargo, los hallazgos también indican que el uso compulsivo de las redes puede explicar la baja autoestima cuando está influenciado por problemas emocionales, además de la influencia de variables como: el funcionamiento familiar, el conflicto inter-parental percibido, la soledad, el narcisismo, la esperanza, los problemas emocionales, la inteligencia emocional y la desconexión escolar (Bedoya, 2021).

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

Las redes sociales son una herramienta valiosa para la salud pública cuando se utilizan como canales efectivos de información e interacción, entre sus beneficios se encuentran: promover y posicionar recursos digitales, crear contenido original y único, aumentar el alcance e impacto de los sitios web, facilitar y monitorear la interacción con los usuarios, diversificar la comunicación con otras redes de salud y usuarios, crear espacios para la enseñanza y el intercambio científico, y fortalecer la construcción colectiva y transdisciplinaria del conocimiento en la sociedad de la información (Alonso et al., 2018).

Sin embargo, la adicción a las redes sociales es una situación problemática que afecta cada vez más a individuos de todas las edades, correspondiente al crecimiento exponencial de las plataformas de redes sociales y su fácil acceso a través de dispositivos móviles, muchas personas se ven atrapadas en un ciclo adictivo que puede tener graves repercusiones en su bienestar emocional, social y físico (Alarcón & Salas, 2022).

Por lo tanto, el uso habitual del Internet se convierte en un escape ante situaciones desagradables para los usuarios, en especial los adolescentes, en quienes se observa un deterioro en la vida social y sus lazos afectivos, así como el reemplazo de actividades antes gratificantes y la constante preocupación cuando no están conectados a Internet (Hernández et al., 2019).

En un informe sobre el impacto de la tecnología en la adolescencia, se reveló que aproximadamente 1 de cada 3 adolescentes presenta un uso problemático del internet y las redes sociales, mientras que uno de cada 5 adolescentes muestra una

mayor predisposición a los videojuegos; reportando que el uso excesivo de estas tecnologías, con una supervisión insuficiente, impacta negativamente en el desarrollo académico, así como también su valoración personal (UNICEF, 2021).

De acuerdo al INEI (2022), un informe técnico sobre los Hogares, dio a conocer que en el primer trimestre del año, se tuvo un crecimiento significativo en el acceso a Internet en la población peruana de 6 años y más, 73% de cada 100 personas tenían acceso a Internet, lo que representa un aumento de 5,1 puntos porcentuales en comparación con el año 2021 (67,4%) y un incremento de 17,7 puntos porcentuales en comparación con el año 2019 (54,8%), cuyas edades con mayor predominancia en el acceso a Internet se presentaron en los grupos de 6 a 11 años (52,0% a 59,7%) y de 12 a 18 años (79,7% a 85,8%).

Si bien la adicción a redes sociales no cumple con los criterios diagnósticos planteado con el DSM-5, existe un efecto sobre el estado de ánimo, la tolerancia y retraimiento, por lo cual existen evidencias de que el uso excesivo de las redes sociales está relacionado con la baja autoestima, en consecuencia, genera mayor riesgo de depresión y ansiedad, debido a que los adolescentes interactúan sin una razón o propósito sin contenido (Penberthy, 2021).

Por lo tanto, es notorio que los problemas del acceso al internet están siendo más utilizados por los niños y adolescentes, quienes también se ven afectados en relación a su autoestima, sus relaciones interpersonales, así como la comunicación con sus padres y/o docentes, estos adolescentes muestran actitudes de aprobación y desaprobación (Huamán, 2021).

Una investigación realizada en Lima 2021, sobre relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de la institución matemática San Rafael Carabayllo, reportó que la autoestima se ve afectada por el uso excesivo de las redes sociales, se utilizó un diseño no experimental correlacional con enfoque cuantitativo, empleando el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Escurra y Salas, además el Inventario de autoestima como instrumentos de medición, siendo una muestra de 107 adolescentes de primero a quinto de secundaria, 42 varones y 65 mujeres, con edades entre 12 y 17 años; los resultados revelaron una relación estadísticamente significativa y negativa entre la

adicción a las redes sociales y el nivel de autoestima de los estudiantes; es decir, a mayor adicción a las redes sociales, menor es la autoestima de los adolescentes (Rufino, 2021).

Por otro lado, en el contexto de nuestra localidad, un estudio sobre la adicción a internet en estudiantes pertenecientes al primer y segundo año de secundaria de la institución educativa Modelo de San Antonio Moquegua 2020, con una muestra de 191 estudiantes, se evidencio que los niveles de adicción a internet prevalecen principalmente en el rango muy bajo a medio, siendo el rango medio el más frecuente con un 54,5% de casos, asimismo, mediante un análisis inferencial utilizando el estadístico U de Mann-Whitney, se identificaron diferencias significativas en los niveles de adicción según el grupo etario, mientras que no se encontraron diferencias significativas en función del género, además, se observaron diferencias significativas en los niveles de adicción de acuerdo con el grado de estudio de los estudiantes (Calizaya, 2020).

Es así que la autoestima, se considera como un fenómeno actitudinal creado por fuerzas sociales y culturales, considerado como un proceso de comparación que involucra valores y discrepancias, se relaciona con la percepción de sí mismo en comparación con los valores personales, desarrollados a través del proceso de socialización (Rosenberg, 1965).

En ese entender, la autoestima conforma nuestra personalidad, la sustenta y le otorga un sentido, es resultado de la historia de cada persona, no es innata; es el resultado de una larga secuencia de acciones y sentimientos que se van sucediendo en el transcurso de nuestros días (Roa, 2013).

Por otra parte, el Instituto Nacional de Salud Mental (2021) reportó que 13877 casos fueron atendidos por salud mental (incluida violencia, depresión, baja autoestima y otros) mientras, en el periodo 2019 aumentó a un total de 14606, en el 2020 y en el 2021 alcanzó el total de 313455 casos; incrementando los casos de violencia familiar que principalmente se encuentran adolescentes que presentan baja autoestima.

Es en esta realidad, que se tiene otro estudio, sobre la influencia del nivel de autoestima en los hábitos de estudio en estudiantes de primer año de secundaria de cinco Instituciones Educativas Públicas de la UGEL Tacna 2019, en la que se evidenció que el nivel de autoestima encontrado en 235 estudiantes es normal (36,49%), 282 estudiantes presentan un nivel de autoestima muy bajo (45,79%) y 127 estudiantes tienen un nivel elevado de autoestima (29,72%). (Tipo, 2019).

Por lo descrito anteriormente, es necesario e imprescindible que la problemática sobre las redes sociales y autoestima debe ser investigada, es así que en la I.E. William Prescott, se pudo observar de acuerdo a las experiencias de las prácticas pre- profesionales realizadas, problemas con relación al uso de las redes sociales, en los estudiantes de secundaria que influyen en su comportamiento, expresiones de valoración personal, así mismo, el reporte de informes documentarios, de docentes y padres de familia, manifiestan su preocupación al respecto, por lo que nos planteamos la siguiente interrogante ¿Cuál es la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa privada “William Prescott” Ilo - 2023?

1.2 Definición del Problema

1.2.1. Problema General.

¿Cuál es la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023?

1.2.2. Problemas Específicos.

- PE01: ¿Cuál es el nivel de adicción a las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023?
- PE02: ¿Cuál es el nivel de autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023?
- PE03: ¿Cuál es la relación entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función del sexo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023?

- PE04: ¿Cuál es la relación entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función de la edad en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General.

Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- OE01: Determinar el nivel de adicción a las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.
- OE02: Determinar el nivel de autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.
- OE03: Determinar la relación entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función del sexo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.
- OE04: Determinar la relación entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función de la edad en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

1.4 Justificación y Limitaciones de la Investigación

Esta investigación se justifica a nivel teórico, porque los resultados obtenidos brindarán información relevante sobre las variables de las redes sociales y autoestima, desde diferentes perspectivas teóricas, y aportará a la ciencia en psicología, serán de utilidad para futuros estudios, con la finalidad de prevenir y disminuir la aparición de dichas variables.

En el marco metodológico, estará fundamentada por la utilización y validación de los instrumentos utilizados autoestima y ARS, consideradas como válidas y confiables, utilizando y procesando los datos obtenidos del cuestionario, lo que ayudará a comprender la relación entre las variables.

En el nivel práctico, los resultados de la investigación servirán para proponer la implementación de nuevas estrategias preventivas y promocionales, que ayuden a la institución educativa a prevenir, controlar y disminuir la presentación de estas variables en los alumnos dentro del contexto educativo.

La finalidad y aporte de la investigación en la entidad educativa, es promover la ejecución de talleres como; fortaleciendo la autoestima, prevenir el uso y manejo responsables de las redes sociales.

1.5 Variables

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Autoestima	Coopersmith define a la autoestima como toda autoevaluación subjetiva que tiene una finalidad tanto aprobatoria como desaprobatoria, donde valorará cada respectivo logro, capacidad y virtud (Coopersmith, 1968)	La variable de Autoestima será medida mediante el Inventario de Autoestima Coopersmith - forma escolar elaborada por Stanley. Consta de 58 preguntas que serán respondidas a través de un SI o NO.	Sí mismo general (1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 24, 25, 27, 30, 31, 34, 35, 38, 39, 43, 47, 48, 51, 55, 56 y 57)	Capacidades propias	Ordinal
			Social-Pares (5, 8, 14, 21, 28, 40, 49, 52)	Percepción sobre las relaciones sociales	
			Hogar-Padres (6, 9, 11, 16, 20, 22, 29, 44)	Condiciones del círculo familiar	
			Escuela (2, 17, 23, 33, 37, 42, 46, 54)	Nivel de confianza para asumir distintas responsabilidades	

Nota: Elaboración propia.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Adicción a las redes sociales	Eскурra y Salas (2014) describen la adicción a redes sociales como un estado de hiperalerta en la actividad en entornos virtuales, incluyendo participación excesiva en publicaciones, comentarios, chats y otras interacciones no presenciales.	La variable adicción a las redes sociales será medido mediante el cuestionario de adicción a las redes sociales (Eскурra y Salas 2014) Consta de 24 preguntas, donde se puntúa en Siempre (S) = 3, Casi siempre (CS) = 2, A veces (AV) = 1 y Nunca (N) = 0, por otro lado, sólo el ítem 13 se puntúa inversamente.	Obsesión a las redes sociales (2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23)	Está relacionado al uso incontrolado y continuo de las redes sociales.	Ordinal
		Falta de control personal (4, 11, 12, 14, 20, 24)	Está relacionado a la preocupación por la interrupción en el uso de las redes sociales.		
			Uso excesivo de las redes sociales (1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21)	Se refiere a las dificultades para controlar el uso las redes sociales, indicando el exceso del tiempo de uso.	

Nota: Elaboración propia.

1.6 Hipótesis De La Investigación

1.6.1. Hipótesis General.

H1. - Existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

HO. - No existe relación significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

1.6.2. Hipótesis Específicas.

Existe un nivel de adicción significativo a las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

No existe un nivel de adicción significativo a las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

Existe un nivel de autoestima significativo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

No existe un nivel de autoestima significativo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

Existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función del sexo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

No existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función del sexo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

Existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función de la edad en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

No existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función de la edad en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes De La Investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales.

Weiss, I. (2018). Realizó una investigación sobre redes sociales y la autoestima en jóvenes, en Argentina, donde tuvo como objetivo determinar el vínculo específico entre el uso excesivo de la Red Social Instagram y la autoestima de los jóvenes que tengan entre 18 y 24 años, con una muestra no probabilística ,donde se aplicó el instrumento de la Escala de Rosenberg (EAR), se obtuvo como resultado que el 76% de los jóvenes ingresa más de 5 veces y que 46% pasa más de 5 horas semanales en Instagram; y según la encuesta, se expuso que el 72% de los jóvenes poseía una autoestima alta, el 22% una autoestima media y solamente el 6% podría ser catalogado dentro de la autoestima baja, obteniendo como resultados obtenidos en esta investigación no hay una relación o vínculo entre el uso excesivo de Instagram y la baja autoestima dentro de esta Red Social.

Collantes, K. (2023). Realizaron un estudio sobre la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios de los primeros dos ciclos, en Ecuador, donde participaron 280 alumnos, entre 17 a 20 años, a quienes se les aplicó el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), la Escala de Ansiedad Manifiesta en Adultos (AMAS-A) y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los hallazgos revelan una asociación inversa entre los grados de dependencia a las redes sociales y sus facetas, como ocupación ($\rho = -0.281$), alteración del estado de ánimo ($\rho = -0.402$), recaída ($\rho = -0.310$) y conflicto ($\rho = -0.386$), con los niveles de autoestima. Además, no se observa una disparidad significativa en cuanto a la comparación entre géneros

con respecto a los niveles de adicción ($p > 0.05$). Por último, se concluye que existe una relación directa entre la disminución de la autoestima en estudiantes universitarios y una mayor tendencia hacia la adicción a las redes sociales ($-0,212$; $p=0,000$).

2.1.2. Antecedentes Nacionales.

Rufino. (2021). Realizó una investigación sobre la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria, en Lima, donde tuvo por objetivo establecer la relación entre las variables en 107 estudiantes, donde se aplicó el cuestionario ARS (Cuestionario de adicción a las redes sociales) y el cuestionario Inventario de autoestima Coopersmith, se utilizó una metodología correlacional y transversal, obteniendo como resultado que hay una relación estadísticamente significativa del tipo negativo entre la adicción de las redes sociales y autoestima ($r=-0,362$; $p=0,000$), por otro lado, se determinó que existe un nivel medio de autoestima en los estudiantes (44,9%) y un nivel medio de adicción a redes sociales (43,9%); también se relaciona indicando que ante un buen nivel de análisis a si mismo, menor será el desarrollo a la adicción a las redes sociales.

Ahuanari y Herrera (2022). Realizó una investigación sobre la autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de tercer grado de secundaria de una institución pública, en Huancayo, donde tuvo como objetivo determinar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en 220 estudiantes donde se aplicó el cuestionario Autoestima de Coopersmith y cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), se utilizó una metodología correlacional, obteniendo como resultado que hay un nivel medio de adicción a redes sociales en un 82.7%, y un 51.8% indicó un nivel regular en su autoestima; además, existe un 44,1% de estudiantes quienes tienen un nivel promedio alto de autoestima presentan un uso medio o moderado en la adicción a las redes sociales; por ende, confirmo que existe una relación inversa baja entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en estudiantes de tercer grado de secundaria ($r=-0,309$; $P=0,000$).

Carrasco (2021). Realizó una investigación sobre la Adicción a Redes Sociales en Adolescentes de 3ro y 4to de Secundaria, en Lima y Arequipa, donde tuvo como objetivo determinar el nivel de adicción a las redes sociales en 914

estudiantes donde se aplicó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS), se utilizó un diseño no experimental descriptivo-correlacional, obteniendo como resultado que el 46,8% de los estudiantes tienen un alto nivel de adicción a las redes sociales, 35,2% presentan un nivel medio y por último el 17,9% muestran un nivel bajo en adicción a las redes sociales.

Grimaldo, M. (2019). Realizó una investigación sobre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de nivel secundario de 3er y 5to de secundaria en un institución pública, en Lima, donde tuvo como objetivo hallar la relación entre redes sociales y autoestima en los estudiantes de la institución educativa, lo cual, se contó con la participación de 500 alumnos cuyas edades oscilan entre 13 y 17 años de edad evaluados por el test de adicción a redes sociales de escurra, autoestima por el test de Coopersmith, se utilizó un diseño no experimental, básico de corte transversal, cuantitativo y descriptivo-correlacional. Los resultados indican que no se observaron divergencias notables en términos de sexo y nivel educativo en lo que respecta a la autoestima, en contraste, se identificaron disparidades significativas según el nivel de adicción a las redes sociales (ARS); además, se observó una correlación de -0.299, con un valor p de 0.000 entre las variables mencionadas. Concluyendo una relación significativa entre ambas variables.

2.1.3. Antecedentes Regionales.

Calizaya (2020) realizó una investigación, tuvo como objetivo determinar el nivel de adicción internet en alumnos de primero y segundo de secundaria en la institución educativa modelo San Antonio, en Moquegua, conformada por una muestra de 191 estudiantes donde se aplicó el cuestionario “Test de adicciones al internet (TAI)”, se utilizó un diseño de investigación no experimental - descriptivo. Teniendo como conclusiones que hay un nivel de adicción medio en un 54,5% en los estudiantes.

Mamani (2022) realizó una investigación sobre la relación entre dinámica familiar y autoestima en alumnas de 1ro de secundaria del Colegio Santa Fortunata, en Moquegua, con una muestra no probabilística, se aplicó el inventario de autoestima de Stanley Coopersmith (SEI) y la escala de clima social en la familia

(FES), obteniendo como resultado que el 23.7% muestran una autoestima baja, 37.6% muestran una autoestima media, el 38.7% una autoestima alta.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1. Adicción a las Redes Sociales.

2.2.1.1. Definición de Redes Sociales.

Según la Teoría de la Comunicación de Shannon y Weaver (1949), se basaba en conceptos como fuente, transmisor, señal, canal, receptor y destino, aunque esto se aborda desde una perspectiva técnica, estos elementos pueden traducirse en procesos psicológicos en términos de cómo las personas perciben, codifican, transmiten y decodifican información, de esta misma forma funcionan las redes sociales, donde se utilizan algoritmos para identificar comunidades y predecir comportamientos.

Por lo tanto, las redes sociales son una de las herramientas online más fundamentales empleados en la sociedad, especialmente entre los jóvenes, de manera que algunos comienzan a describir a las nuevas generaciones como la "generación muda", ya que interactúan principalmente a través de texto escrito en redes sociales, por ello las instituciones educativas han adoptado las tecnologías móviles para el área administrativa y organizacional, informar a las familias y facilitar la colaboración entre docentes y estudiantes, impulsadas por la disponibilidad de dispositivos móviles y conexiones inalámbricas en los centros educativos. Esto ha generado un crecimiento significativo en la educación. (Marin & Cabero 2019).

2.2.1.2. Historia del Internet.

El término "internet" es un acrónimo de las palabras en inglés "Interconnected Networks" y tuvo sus inicios en la década de 1960 durante la Guerra Fría. En ese momento, Estados Unidos estableció una red militarizada de comunicación con el propósito de responder rápidamente a posibles ataques rusos. El físico-matemático Joseph Licklider predijo en 1962 que habría un día en el que se crearía una red de computadoras más grande que conectaría a todo el mundo. Más de una década después, en 1975, Bill Gates

expresó la idea de "un ordenador en cada oficina, en cada casa". Hoy en día, ambos pronósticos se han hecho realidad, ya que tenemos una red que une a millones de usuarios en todo el mundo a través de sus computadoras y dispositivos móviles. Este proceso comenzó en 1969 cuando la agencia de defensa estadounidense "Arpanet" instaló la primera red con cuatro computadoras. En 1985, la red continuó expandiéndose cuando la NSF (National Science Foundation) creó su propia red con fines académicos y científicos. Para 1990, ya había cien mil computadoras interconectadas, y desde entonces, el crecimiento ha sido exponencial (Bisso, 2019).

2.2.1.3. Adicción a Redes de Interacción Social.

Para West y Brown cuando una actividad se ha convertido en adicción hay una falta control en la cantidad de tiempo invertida en el mismo, así como y se repite esporádicamente. (2013).

La persona que sufre adicción a internet, se caracteriza por tiempos de conexión muy prolongados con fines recreativos a lo largo de cada día, que pueden llevarle a descuidar otras áreas importantes de su vida como el trabajo, las relaciones sociales, la alimentación, el descanso, etc. (Cía, 2013)

La descripción de adicción a redes sociales, podría implicar una preocupación excesiva e impulsos descontrolados para acceder y permanecer en las plataformas de redes sociales, un aislamiento de su entorno habitual y ciertos trastornos de tipo cognitivo y emocional (Granados, Quintana & Rey 2020).

2.2.1.4. Aspectos Negativos del Uso de las Redes Sociales.

En 2010 en el libro "The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains", realizado por Nicholas Carr, con el objetivo de explorar las redes sociales, el uso del intermitente y como está afectando el cerebro, es así como, Carr señala que la capacidad para mantener la atención sostenida, plasticidad cerebral, la memoria a largo plazo y la reflexión está siendo gravemente afectada por el abuso de las redes sociales.

La Unicef España en el año 2021 demostró que el abuso de las redes sociales está asociado con la depresión, déficit atencional, insomnio, bajo rendimiento académico y abandono escolar., en consecuencia, ha sido asociado a trastornos psicosociales, debido a la exposición directa sin restricción parental no solo se ven expuestos a violencia que aumenta su comportamiento agresivo, se ven expuestos a los siguientes peligros:

- Grooming: Es el conjunto de estrategias que una persona adulta desarrolla para ganar la confianza de una persona joven a través del internet, con el objetivo de abusar sexualmente de ella.
- Cyberbullying: La ciber violencia se refiere a la forma en la que las redes sociales se utilizan con el objetivo de ejercer violencia a distintos grupos de personas.
- Sexting: Es una práctica que consiste en compartir videos y/o imágenes de contenido sexual por medio de las redes sociales.
- Conducta adictiva a internet: Consiste en un patrón de comportamiento caracterizado por la pérdida del control del uso del internet.

2.2.1.5. Redes Sociales y Adolescentes.

El uso del teléfono móvil, las redes sociales y la navegación por internet ha supuesto un cambio radical en las formas de relacionarse de la mayoría de las personas, y en especial de los jóvenes, ellos se caracterizan por priorizar la gratificación inmediata, aumentar su percepción de invulnerabilidad ante el peligro y sentir curiosidad por nuevas vivencias; lo que les hará más susceptibles a practicar conductas de riesgo, así es como tienen mayor dificultad en el control de impulsos, son más influenciados que los medios de comunicación y la publicidad, el Internet estimula un mayor número de regiones cerebrales, aumenta la memoria de trabajo, produce una mayor capacidad de aprendizaje perceptual y permite hacer frente a varios estímulos de manera simultánea (Unicef España 2021).

A su vez, favorece el intercambio de información, el contacto con familiares o personas que viven en otros puntos geográficos o el acceso a una amplia variedad de conocimiento en diferentes campos, de esta forma las redes sociales tienen gran capacidad de convocatoria, jugando así un papel importante en la creación de ciertos movimientos sociales, sin embargo, el uso inadecuado de las redes sociales entre los más jóvenes puede constituir riesgos a nivel psicológico y social, ya que la adolescencia es una etapa que se caracteriza por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales, muchas de ellas generadoras de crisis y conflictos (Varona y Hermosa, 2020).

2.2.1.6. Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Peralta y compañía (2023) profundiza que el impacto positivo que ejercen la TIC en las plataformas educativas y otras diversas áreas de conocimiento. Ayudarían a reforzar la educación dentro del país, así como las relaciones dentro de la comunidad educativa de cada respectiva institución, por supuesto también tiene sus complejidades, como la readaptación de los docentes a plataformas digitales y sus capacitaciones.

2.2.1.7. Modelo de Adicción a Internet.

La teoría desarrollada por la psicóloga clínica Kimberly S. Young en la década de 1990 tiene como objetivo principal la comprensión y explicación del comportamiento adictivo asociado al uso excesivo de Internet, así mismo este enfoque teórico se fundamenta en la integración de conceptos psicológicos y teorías de adicción previamente consolidadas, los cuales han sido adaptados para su aplicación en el ámbito de la tecnología de la información y la comunicación (TIC), por lo que se erige como un marco conceptual que busca abordar de manera integral los mecanismos subyacentes a la adicción a Internet, considerando factores individuales, cognitivos y situacionales que pueden influir en su desarrollo y mantenimiento.

2.2.1.8. Modelo Teórico Biopsicosocial de Griffiths.

La teoría desarrollada por Griffiths nos ofrece comprender la adicción desde una perspectiva holística. Este enfoque considera factores biológicos, psicológicos y sociales que contribuyen al desarrollo y mantenimiento de las adicciones, por ello se destaca la interacción entre predisposiciones genéticas, procesos mentales y entorno social en el surgimiento de la adicción. Este modelo se aplica a diversas formas de adicción, como el uso problemático de sustancias y comportamientos adictivos, incluida la dependencia de las tecnologías de la información y la comunicación, así ofrece un marco integral para comprender y abordar la adicción desde una perspectiva multidisciplinaria.

2.2.1.9. Modelo Teórico de Adicción a Redes Sociales.

Escurra y Salas (2014) describen la adicción a las redes sociales como un estado de alerta constante y una participación desmedida en entornos virtuales. Este estado implica una implicación continua en diversas actividades en línea, tales como publicaciones, comentarios, chats y otras formas de interacción no presencial, superando los niveles de tiempo y frecuencia considerados normales. Las personas que padecen esta adicción presentan una preocupación desproporcionada por su actividad digital, lo que afecta negativamente su vida diaria, y experimentan serias dificultades para controlar y reducir su uso de las redes sociales. Los indicadores para una adicción son:

- **Uso incontrolado y continuo de las redes sociales:** Se refiere a la incapacidad de las personas para limitar el tiempo dedicado a las redes, lo que lleva a un uso excesivo que interfiere con otras actividades diarias.
- **Preocupación por la interrupción en el uso de las redes sociales:** Mide el grado de ansiedad y malestar que experimentan los individuos cuando no pueden acceder o utilizar las redes sociales, reflejando una dependencia emocional.

- Dificultad para controlar el uso de las redes sociales: Indica la pérdida de control sobre la cantidad de tiempo dedicado a las redes, lo que resulta en un uso excesivo y desmesurado, a pesar de conocer las consecuencias negativas.

2.2.2. Autoestima.

2.2.2.1. Definición de Autoestima.

Coopersmith, (1999) define la autoestima como la evaluación que hace el sujeto respecto de sí, y que está relacionada significativamente a la satisfacción personal, y al funcionamiento afectivo; considerando de este modo a la autoestima como una actitud de aprobación o desaprobación hacia sí mismo. Esta definición, presentada por Coopersmith, es la que será considerada en la presente investigación.

La expresión autoestima es referida por primera vez por William James (1890) como la relación entre la realidad de una persona y sus pretensiones, de modo que se podría considerar como la medida en que una persona se valora a sí mismo de acuerdo a sus expectativas.

En opinión de Maslow, citado por Santrock (2002), la mayoría de las personas que no han desarrollado un alto nivel de estima, nunca llegan a autorrealizarse. De Mezerville (2004), menciona que Abraham Maslow ha sido uno de los representantes de la psicología humanista quien más ha difundido el papel que la autoestima desempeña en la vida de la persona, al incluirla dentro de su conocida jerarquía de necesidades, existen dos tipos de necesidades de estima, la propia y aquella que proviene de las otras personas y es así que ambas necesidades las ubica jerárquicamente por encima de las necesidades fisiológicas, las de seguridad personal y las de amor y pertenencia.

La imagen mental que cada persona tiene de sí mismo es la definición de autoconcepto, por ello, el efecto de comparar dicha representación en nuestras mentes con la imagen de aquello que en realidad queremos ser

vendrá a ser lo que se conoce como autoestima (Bermúdez, Pérez y Sanjuán, 2003).

Para Ana García (2013) la autoestima es la actitud hacia uno mismo, la cual se conforma por 3 componentes; cognitivo, afectivo y conductual; el componente cognitivo habla sobre un grupo de ideas, conceptos, creencias y opiniones sobre uno mismo, el componente Afectivo comprende el valor que uno se atribuye y por último el componente conductual se constituye principalmente por el esfuerzo para alcanzar el respeto.

Desde la perspectiva de Enrique y Muñoz (2014) la autoestima si bien es un conjunto de valoraciones y percepciones hacia uno mismo, nos son relegadas por los demás, influyendo incluso en nuestra forma de ser, actuar y relacionarnos con el mundo.

2.2.2.2. Bases de la Autoestima.

Siguiendo la perspectiva de Coopersmith (1990), se argumenta que el desarrollo del autoconcepto en las personas se fundamenta en cuatro aspectos:

- a) La percepción del amor y consideración que reciben, así como la aprobación de personas significativas, lo cual implica un delicado equilibrio entre la influencia del entorno familiar y el contexto social, especialmente marcado en la actualidad por el uso de las TIC.
- b) La habilidad para desempeñar tareas que se consideren importantes; donde las TIC incentivarían distintos tipos de competencias orientado hacia los intereses positivos o negativos de los jóvenes.
- c) La adhesión a las normas de ética y de moral, un aspecto que se fortalece principalmente en el ámbito familiar.
- d) El grado de influencia que las personas ejercen sobre si mismas y sobre los demás, donde las TIC también desempeñan un rol significativo al permitir a los jóvenes compartir experiencias y expresiones de vida.

Por lo tanto, se plantea que la autoestima no es estática ni inalterable, sino que es dinámica y susceptible de cambios, que puede disminuir, aumentar o mantener. (Válek, 2007).

2.2.2.3. Dimensiones de la Autoestima.

Dimensión Personal:

Según Coopersmith (1967), la dimensión personal indica la valoración de uno mismo y el desarrollo de una visión a largo plazo como las aspiraciones, estabilidad, confianza, buenas habilidades y atributos personales. De la misma manera, poseen consideración de sí mismo en comparación a otros y deseos de mejora. En la subescala propuesta por el autor mencionado, se explica que la dimensión personal se encuentra adecuadamente desarrollada cuando la persona muestra la habilidad de construir defensas hacia la crítica, designación de hechos, opiniones, valores u orientaciones favorables hacia sí mismo.

Dimensión Familiar:

Según Coopersmith (1967), la autoestima se encuentra constituida por los sentimientos y emociones, principalmente y en un inicio frente a las personas más cercanas en el hogar. Los primeros comentarios que se reciben son de los miembros de la familia. De modo que la autovaloración es influenciada por las dinámicas que se tienen con estas personas, es decir, si es que se tiene una relación positiva y asertiva, la autoestima o valoración sobre sí mismo será más alta, de lo contrario si es que la retroalimentación que brinda la familia es de corte negativo u hostil, no se sentirá valioso ni reconocido.

Dimensión Académica:

La autoestima en el plano académico según la perspectiva de Coopersmith (1967) implica la capacidad que posee la persona para resolver problemas de manera eficaz a través de distintas estrategias, capacidades, entre otros en ámbitos como el estudiantil, de trabajo, etc. De esta forma, se puede afirmar que para desarrollar un puntaje alto en la autoestima académica

es muy importante que la persona utilice las inteligencias múltiples y elementos de su vida cotidiana para la resolución de problemas en este campo.

Dimensión Social:

La dimensión social, según lo que propone Coopersmith (1967), está referida a las personas cercanas y conocidas que tenga el individuo, de forma que la interacción con los demás implica una influencia en la autoestima de la persona, es decir, que las habilidades sociales como la aceptación, rechazo, simpatía o antipatía del grupo generan un impacto positivo o negativo en la persona.

2.2.2.4. Componentes de la Autoestima.

Los componentes de la autoestima según (García 2013):

- **Componente Cognitivo:** Se refiere al conocimiento que una persona tiene sobre sí misma y cómo procesa la información sobre sí misma que recibe a través de los sentidos, es decir, la autoestima se forma en parte a partir de pensamientos, ideas y creencias.
- **Componente afectivo:** Se refiere a los sentimientos, emociones y estados de ánimo que tiene una persona en relación consigo misma, en relación con su “yo”. Es decir, la autoestima también está en parte formada por una carga afectiva o afectiva debida a las capacidades cognitivas o conocimientos y pensamientos que una persona tiene sobre sí misma.
- **Componente conductual:** Se refiere a cómo un individuo actúa y se comporta en relación con las creencias y sentimientos que tiene sobre sí mismo.

2.2.2.5. Formación de la Autoestima.

Según García (2013) la formación de la autoestima surge a partir de lo que experimentamos durante nuestra infancia, constituida principalmente por los siguientes aspectos:

- Vinculación: Se refiere al sentimiento de satisfacción del niño al establecer vínculos con personas importantes para él, así como un sentimiento de pertenencia.
- Singularidad: Se refiere al sentimiento de valor sobre sí mismo al reconocer y que otros reconozcan sus atributos o cualidades, así como ser respetado.
- Poder: Consecuencia de que el niño disponga de los medios, oportunidad y capacidad para modificar circunstancias de su vida.
- Pautas de guía: Modelo que al infante le ayude a establecer su escala de valores, objetivos, metas e ideales.

2.2.2.6. Teoría del Socio Metro de la Autoestima.

Según Leary y Baumeister (2000) la formación de la autoestima surge de como la percepción de uno mismo está influenciada por las evaluaciones de los demás en el entorno social, las personas tienen una necesidad básica de ser aceptadas y valoradas por los demás, lo que afecta su autoestima, esto sugiere que las personas tienen una sensibilidad particular a las evaluaciones negativas de los demás, lo que puede afectar significativamente su autoestima y bienestar emocional, por lo tanto el entorno de las redes sociales, donde las personas comparten y reciben comentarios sobre sí mismas, es plausible que la autoestima se vea influida por las interacciones en línea, esto puede ser aplicado en el contexto de la exposición a comparaciones sociales y evaluaciones de los demás en plataformas digitales puede afectar la autoimagen y la autoevaluación de las personas de manera similar a como lo harían las interacciones cara a cara en el mundo real, aunque el alcance y la velocidad de estas interacciones pueden ser diferentes.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1. Autoestima.

Coopersmith define a la autoestima como toda evaluación subjetiva que tiene una finalidad tanto aprobatoria como desaprobatoria, donde valorará cada respectivo logro, capacidad y virtud (Coopersmith, 1968).

2.3.2. Adicción a redes sociales.

Se define como un patrón de comportamiento compulsivo y problemático en el uso de las redes sociales, así como la necesidad constante de conectarse y no ser interrumpido (Escorra y Salas, 2014).

2.3.3. Redes Sociales.

Es un medio social virtual online donde individuos comparten intereses sea por videos, imágenes, textos, etc. (Aguilar 2011).

2.3.4. Adicción.

Se define como un estado en la que una persona experimenta una propensión muy fuerte y carente de control por consumir drogas, repetir actividades lúdicas compulsivas, y usar objetos llegando al daño de sí mismo y de los otros en el medio social (Martinez y Moreno, 2017).

2.3.5. Adolescencia.

Transición del desarrollo entre la niñez y la adultez que conlleva importantes cambios físicos, cognoscitivos y psicosociales (Papalia, 2012).

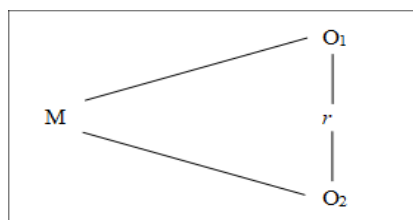
CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1 Tipo De Investigación

La presente investigación se enfocó en un método cuantitativo, de diseño no experimental y corte transversal; ya que, tiene como propósito medir la realidad de las variables planteadas de forma objetiva y estructurada. Finalmente se usó un alcance correlacional, debido a que, se asoció dos variables del estudio, que permitirá conocer la relación entre ambas variables (Hernández et al., 2014).

3.2 Diseño De Investigación

La presente investigación es de diseño no experimental, se observaron los fenómenos del entorno sin intervenir en ellos, además no se manipularon las variables de la población.



Donde:

M: Muestra.

O1: Variable A.

O2: Variable B

r: Relación de las variables de estudio

3.3 Población y Muestra

Según Hernández et al. (2014) refiere que la población es el total absoluto de los individuos en estudio. Por lo que, en el presente trabajo, la población está conformada por 191 estudiantes del nivel secundario, pertenecientes a la Institución Educativa Privada “William Prescott”.

Del mismo modo según Hernández et al. (2014) explica que, la muestra es una representación significativa de la población, asimismo, la muestra censal concierne a toda la población por la facilidad de acceder a ella, en consecuencia, la muestra estuvo conformada por 191.

Criterios de inclusión:

- Estudiantes varones y mujeres, que se encuentran matriculados.
- Estudiantes que cuentan con consentimiento informado firmado por su apoderado/tutor que desean ser parte de la investigación.
- Estudiantes menores de 17 años

Criterios de exclusión:

- Estudiantes varones y mujeres, que no se encuentran matriculados.
- Estudiantes que no tengan consentimiento informado por el apoderado/tutor y/o no deseen participar en la investigación.
- Estudiantes mayores de 17 años

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En esta investigación se empleó la técnica psicométrica que, según Ander-Egg (1987), se encarga del análisis de las características psicológicas obtenidas de los individuos de una población estudiada (pp. 293-294). Además, Ander-Egg (2011) la identifica como una técnica utilizada en las ciencias sociales, refiriéndose a la psicometría como una de estas técnicas (pp. 117-118).

Los instrumentos que se emplearon serán descritos a continuación, los mismos cumplen con los requisitos de validez y confiabilidad. La validez determina

si los ítems evalúan correctamente lo que la prueba pretende medir y la confiabilidad determina si el instrumento de medición funciona correctamente independientemente de ser aplicada en reiteradas ocasiones y condiciones (Abanto, 2015).

3.4.1. Instrumento N. 1: Cuestionario Adicción a Redes Sociales (ARS).

Nombre : Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)

Autor : Miguel Escurra Mayaute y Edwin Salas Blas (2014)

Adaptación : Sandra Raquel Moreno Álvarez (2018)

Administración: Individual o grupal; para marcar

Aplicación : Adolescentes y adultos jóvenes

Finalidad : Medir los niveles de adicción a redes sociales

Nº de Ítems : 24 preguntas

Confiabilidad : Se halló la consistencia interna mediante el Alfa de Cronbach el cual se evidencia un resultado de 0.922 lo que significa que tiene un grado alto de confiabilidad (>0.70).

Validez : Los autores presentaron una validez del contenido, de tres jueces que encontraron un puntaje promedio de 0.80 esto quiere decir que todas las preguntas son claras, relevantes y precisas, en relación a la validez de constructo se utilizó la prueba de Bartlett 0.881 que refleja una validez alta.

Validez y confiabilidad trabajadas: Para el proceso de validez, los autores de la investigación, concluyeron que todos los ítems presentaron claridad en la redacción y además son muy relevantes para poder validar el instrumento. De igual forma para la confiabilidad realizaron una prueba piloto a 20 participantes, donde sus resultados se efectuaron con el Alfa de Cronbach cuyo índice de confiabilidad corresponde a 0,808, dónde quiere decir que tiene un nivel alto debido a la cercanía de la unidad por lo tanto el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) es muy confiable.

3.4.2. Instrumento N. 2: Inventario de Autoestima (Coopersmith).

Nombre : Inventario de Autoestima Coopersmith forma escolar

Autores : Stanley Coopersmith (1967)

Adaptación : Katheryn Johanna Abendaño Miranda (2018)

Administración: Individual y colectiva

Duración : De 15 a 20 min

Aplicación : De 11 a 20 años

Finalidad : Medir el nivel de autoestima del alumno.

Nº de Ítems : 58 preguntas

Confiabilidad : Se establece la confiabilidad a través de la consistencia interna quien usó Alpha de Cronbach donde al final evidenció un puntaje de 0,587 ubicándose dentro de un nivel aceptable.

Validez : Los autores presentaron una validez del contenido mediante la “V” de Aiken donde previamente fue sometida a criterios expertos, donde sacaron un coeficiente de 0,80 y 1,00 en todos los 58 ítems y por constructo utilizaron la prueba de esfericidad de Bartlett que sacó diferencias significativas con un puntaje 0,860.

El instrumento cuenta con 25 preguntas segmentadas en las 6 dimensiones del test.

Validez y confiabilidad trabajadas: En primer lugar, para el proceso de validez los autores utilizaron la técnica llamada juicio de expertos, y concluyeron que la mayoría de reactivos son claros, entendibles y se dirigen en evaluar la variable. Por otro lado, para la confiabilidad, de forma previa realizaron una prueba piloto de 20 estudiantes, con un Alfa de Cronbach para verificar el índice de confiabilidad, con un puntaje de 0,765, esto quiere decir que está muy cercano a la unidad, lo cual se concluye que tiene un nivel de confiabilidad mediana que es aceptable para poder trabajar con los estudiantes.

3. 5 Técnicas de Procesamientos y Análisis de Datos

Tratándose de un proyecto de investigación de tipo descriptivo correlacional, se recurrirá a las técnicas estadísticas descriptivas para organizar los datos numéricos obtenidos, para poder analizar y mostrar la interpretación de datos encontrados y así elaborar las tablas, gráficos, diagramas, etc. que nos llevará a visualizarlas tendencias encontradas.

Para procesar los datos se empleó el programa estadístico IBM SPSS Windows Versión XXI, con el que se logrará realizar las tareas para el procesamiento de datos, dicho programa nos facilitará para la realización del contraste de hipótesis, calculando la prueba de correlación de Rho-Spearman, la cual por medio del valor de significancia o P-valor establece la existencia de la relación, y dado el coeficiente de correlación se explica el grado de fortaleza de dicha relación.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Presentación De Resultados Por Variables

4.1.1. Objetivo General.

Tabla 1

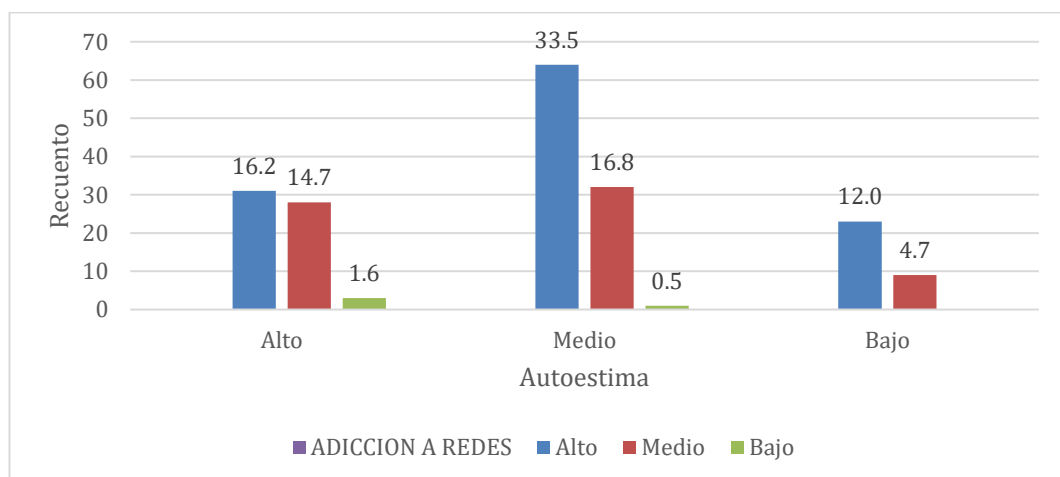
Relación entre autoestima y adicción a las redes sociales

		Adicción a redes sociales			Total
		Alto	Medio	Bajo	
Autoestima	Alto	16,2%	14,7%	1,6%	32,5%
	Medio	33,5%	16,8%	0,5%	50,8%
	Bajo	12,0%	4,7%	-	16,8%
Total		61,8%	36,1%	2,1%	100,0%

Nota. Se detalla la relación entre los niveles de las variables.

Figura 1

Relación entre nivel de autoestima y nivel de adicción a las redes sociales



Nota. Se detalla grafico de barras de la relación entre los niveles de las variables.

En la tabla 1 y figura 1, se evidenció que, el 33,5% de alumnos que poseen un nivel de autoestima medio, presentaron un nivel de adicción a redes sociales alto, indicando que algunos estudiantes recurren a las redes sociales como una forma de compensar o satisfacer necesidades de validación social, afectando así su autoestima; asimismo, el 16.2% de alumnos que presentaron un nivel de adicción a redes sociales alto, también presentaron un nivel de autoestima alto, sugiere la posibilidad de que algunos alumnos utilicen las redes sociales de manera saludable como una herramienta de estudio, sin embargo, un 12% de alumnos presentó un nivel de autoestima bajo y presentaron un nivel de adicción a redes sociales alto, indica que el uso excesivo de las redes sociales puede ser una forma de escapismo o evasión de problemas subyacentes de autoestima o dificultades emocionales y a su vez provocando su disminución en la autoestima.

4.1.2. Objetivos Específicos

Tabla 2

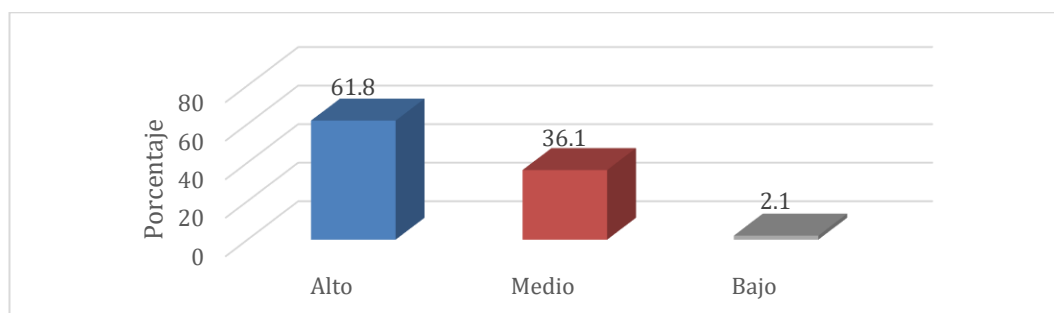
Nivel de Adicción a las redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje
Adicción a las redes sociales	Alto	118	61,8
	Medio	69	36,1
	Bajo	4	2,1
	Total	191	100,0

Nota. Se detallan los niveles de la variable adicción a las redes sociales.

Figura 2

Nivel de Adicción a las redes sociales



Nota. Se detalla grafico de barras de los niveles de la variable adicción a las redes sociales.

En la tabla 2 y la figura 2, se evidenció un significativo 61,8% de los estudiantes experimentó un nivel de adicción a redes sociales alto, un 36,1% mostró un nivel de adicción medio y un reducido 2,1% reveló un nivel de adicción a las redes sociales bajo. Indicando que la mayoría de los estudiantes experimentan una marcada propensión a un nivel de adicción a las redes sociales alto, que puede deberse a la facilidad de acceso a dispositivos electrónicos, la presión social y la falta de actividades alternativas.

Tabla 3

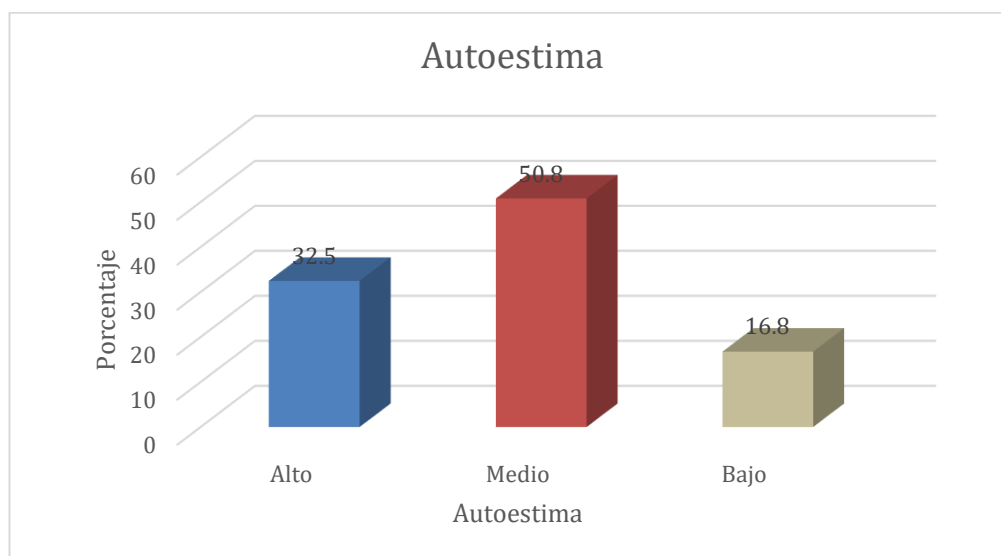
Nivel de Autoestima

		Frecuencia	Porcentaje
Autoestima	Alto	62	32,5
	Medio	97	50,8
	Bajo	32	16,8
	Total	191	100,0

Nota. Se detallan los niveles de la variable autoestima.

Figura 3

Nivel de autoestima



Nota. Se detalla grafico de barras de los niveles de la variable autoestima.

En la tabla 3 y la figura 3, se evidenció que el 50,8% de los estudiantes manifestaron un nivel de autoestima media, seguido por un 32,5% con un nivel de autoestima alta, y un 16,8% con un nivel de autoestima baja. Estos datos sugieren que la mayoría de los participantes muestran una tendencia marcada hacia la

autoestima media, debido a factores como la comparación social, la búsqueda de validación en entornos digitales y la influencia de estándares de belleza y éxito promovidos en plataformas virtuales.

Tabla 4

Relación entre adicción a redes sociales y autoestima con el sexo del estudiante

Variables			Sexo		Total
			Masculin	Femenin	
Adicción a redes sociales	Alto	Autoestima Alto	11,0%	15,3%	26,3%
		Autoestima Medio	33,9%	20,3%	54,2%
		Autoestima Bajo	11,9%	7,6%	19,5%
	Total		56,8%	43,2%	100,0%
	Medio	Autoestima Alto	15,9%	24,6%	40,6%
		Autoestima Medio	24,6%	21,7%	46,4%
		Autoestima Bajo	7,2%	5,8%	13,0%
	Total		47,8%	52,2%	100,0%
	Bajo	Autoestima Alto	50,0%	25,0%	75,0%
Autoestima Medio		25,0%	0%	25,0%	
Total		75,0%	25,0%	100,0%	

Nota. Se detalla la tabla cruzada para identificar la correlación correspondiente.

En la tabla 4, se evidenció que, en el nivel de adicción a redes sociales alto, un 33,9% de estudiantes masculinos y 20,3% de estudiantes femeninas, poseen un nivel de autoestima media; el 11,0% de alumnos y el 15,3% de alumnas poseen un nivel de autoestima alta; y el 11,9% de varones y el 7,6% de mujeres obtuvo un nivel de autoestima baja. Asimismo, dentro del grupo del nivel de adicción a redes sociales medio, un 24,6% de alumnos y el 21,7% de alumnas tienen un nivel de autoestima media, el 15,9% de varones y el 24,6% de mujeres poseen un nivel de autoestima alta; y el 7,2% estudiantes masculinos y 5,8% de estudiantes femeninas, posee un nivel de autoestima baja.

Finalmente, dentro del nivel de adicción a redes sociales baja, al 50,0% de estudiantes varones y el 25,0% mujeres, se relacionan con un nivel de autoestima alta, mientras que el 25% de alumnos tiene un nivel de autoestima media. Por ende, se puede inferir que existe una relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima de acuerdo al sexo de los estudiantes, ya que se percibe una tendencia en la que los estudiantes varones muestran un mayor porcentaje con un alto nivel

de adicción a las redes sociales y una autoestima de nivel intermedio, mientras que las estudiantes femeninas tienden a tener una proporción ligeramente mayor con un alto nivel de autoestima.

Tabla 5

Relación del nivel de adicción a redes sociales y autoestima acorde a la edad del estudiante

Variables				Edad			
				12-13 años	14-15 años	16-17 años	Total
Adicción a redes sociales	Alto	Autoestima	Alto	7,6%	12,7%	5,9%	26,3%
			Medio	16,1%	22,9%	15,3%	54,2%
			Bajo	6,8%	11,0%	1,7%	19,5%
		Total	30,5%	46,6%	22,9%	100,0%	
	Medio	Autoestima	Alto	11,6%	23,2%	5,8%	40,6%
			Medio	18,8%	23,2%	4,3%	46,4%
			Bajo	4,3%	2,9%	5,8%	13,0%
	Total			34,8%	49,3%	15,9%	100,0%
	Bajo	Autoestima	Alto	75,0%	0%	0%	75,0%
			Medio	25,0%	0%	0%	25,0%
Total			100,0%	0%	0%	100,0%	

Nota. Se detalla la tabla cruzada para identificar la correlación correspondiente.

En la tabla 5, se evidenció un nivel de adicción a redes sociales alto en relación con el nivel de autoestima media (54,2%), este vínculo varía según la edad, siendo del 16,1% para estudiantes de 12 a 13 años, del 22,9% para aquellos de 14 a 15 años y del 15,3% para los de 16 a 17 años. Además, es relevante señalar que, en el grupo con nivel de adicción a redes sociales medio, refleja una relación con un nivel de autoestima media, que representa el 46,4%, que se distribuye entre alumnos de 12 a 13 años (18,8%), de 14 a 15 años (23,2%) y de 16 a 17 años (4,3%). En cuanto al nivel de adicción a redes sociales bajo, destaca su relación con un nivel de autoestima alto, especialmente en estudiantes de 12 a 13 años, donde alcanza el 75%. Por ende, indica una relación entre la adicción a redes sociales y los niveles de autoestima en función de la edad del estudiante, donde los más jóvenes presentan un nivel de autoestima y orientados a una alta y media adicción a redes sociales.

4.2 Contratación de Hipótesis

Se realizó la prueba de normalidad, detallada en la tabla 6 para comprender el comportamiento de los datos y seleccionar la prueba adecuada para la verificación de hipótesis, acorde al estadístico Kolmogorov-Smirnov. Esta elección se basó en el hecho de que la muestra de estudio fue 191 alumnos que supera a los 50 individuos. Asimismo, se eligió usar la prueba de correlación Spearman ya que las variables son no paramétricas ($\text{sig.} \geq 0,05$)

Tabla 6

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnova		
	Estadístico	gl	Sig.
Autoestima	,266	191	,000
Adicción de las redes sociales	,393	191	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Se detalla la prueba de normalidad como primer paso para elegir la prueba de correlación correspondiente.

4.2.1 Hipótesis General

H0: No existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

H1: Existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

Asimismo, para determinar la aceptación o negación de la hipótesis de estudio se empleó el criterio de decisión siguiente:

Si $p(\text{sig.}) < 0,05 =$ se rechaza H0 y se acepta H1

Si $p(\text{sig.}) \geq 0,05 =$ se acepta H0 y se rechaza H1

Tabla 7*Correlación de adicción a redes sociales y autoestima.*

			Adicción a redes sociales	Autoestima
Rho de Spearman	Adicción a redes sociales	Coeficiente de correlación	1,000	-,179
		Sig. (bilateral)	.	,013
		N	191	191
	Autoestima	Coeficiente de correlación	-,179	1,000
		Sig. (bilateral)	,013	.
		N	191	191

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Se muestra la prueba de hipótesis y correlación para las variables.

En la tabla 7, de acuerdo a la hipótesis general, se observan los datos de correlación Spearman con una significancia de 0,013 menor a 0,05, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, asimismo, el coeficiente de correlación de -,179 que indica que las variables se correlacionan de grado negativa baja. Con lo que se concluye que, existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.

4. 3 Discusión de Resultados

En relación al propósito general de examinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria en la Institución Educativa Privada "William Prescott" de Ilo en 2023, se identificaron resultados significativos tanto en el análisis descriptivo como en el inferencial. Se encontró que el 33,5% de los estudiantes con un nivel medio de autoestima exhibieron un alto grado de adicción a las redes sociales, mientras que el 16,2% de aquellos con una alta adicción a las redes sociales mostraron una baja autoestima. Además, se observó una correlación negativa baja de -0,179, con un nivel de significancia de 0,013, lo que indica una relación estadísticamente significativa entre estas dos variables.

Estos hallazgos están respaldados por la Teoría de la Comunicación de Shannon y Weaver (1949), que postula que las redes sociales utilizan algoritmos para identificar comunidades y predecir comportamientos. Asimismo, con la

definición que destaca la importancia de las redes sociales en la sociedad contemporánea, especialmente entre los jóvenes, quienes a menudo se comunican principalmente a través de texto escrito en estas plataformas (Marin & Cabero, 2019).

Los resultados obtenidos también están en línea con investigaciones previas, concordando con Ahuanari y Herrera (2022) que encontraron una significativa correlación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en estudiantes de tercer grado de secundaria ($r=-0,309$; $P=0,000$). Además, coincide con Collantes (2023) llegó a la conclusión de que existe una relación directa entre la disminución de la autoestima en estudiantes universitarios y una mayor tendencia hacia la adicción a las redes sociales ($-0,212$; $p=0,000$).

Asimismo, concuerda con el estudio de Rufino (2021) que señaló una correlación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima ($r=-0,362$; $p=0,000$), sugiriendo que un buen análisis de uno mismo está asociado con un menor desarrollo de la adicción a las redes sociales. Sin embargo, los resultados del objetivo general difieren de los obtenidos por Weiss (2018), quien no encontró una relación entre el uso excesivo de Instagram y la baja autoestima dentro de esta red social.

En relación al primer objetivo específico de este estudio, que consiste en determinar el nivel de adicción a las redes sociales en estudiantes de secundaria, se encontraron resultados significativos. Un notable 61,8% de los estudiantes mostró un alto grado de adicción a las redes sociales, mientras que un 36,1% exhibió un grado medio de adicción y un reducido 2,1% reveló una baja adicción a estas plataformas.

Estos hallazgos están alineados con la definición de adicción a internet proporcionada por Cía (2013), quien describe a la persona adicta como aquella que dedica largos periodos de tiempo diarios a la navegación recreativa por internet, descuidando otras áreas importantes de su vida. Además, coinciden con lo mencionado por Unicef España (2021), que señala que la navegación por internet ha transformado las formas de interacción social, especialmente entre los jóvenes, quienes tienden a priorizar la gratificación inmediata y a sentir curiosidad por

nuevas experiencias, lo que los hace más propensos a participar en comportamientos de riesgo.

En cuanto a los antecedentes de estudio, se observa una concordancia con los resultados de Weiss (2018), quien encontró que el 76% de los jóvenes consultados ingresaban a Instagram más de 5 veces al día, y que el 46% dedicaba más de 5 horas semanales a esta red social. Además, el 72% de los jóvenes tenía una autoestima alta, el 22% una autoestima media y solo el 6% una autoestima baja. Estos hallazgos también coinciden con los resultados de Carrasco (2021), quien informó que el 46,8% de los estudiantes presentaban un alto nivel de adicción a las redes sociales, así como con los resultados de Rufino (2021), quien identificó un nivel medio de adicción a las redes sociales en el 43,9% de los participantes.

Respecto al segundo objetivo específico, el nivel de autoestima, los resultados obtenidos revelan que el 50,8% de los estudiantes mostraron una autoestima intermedia, seguido por un 32,5% con una autoestima alta, y un 16,8% con una autoestima baja. Estos resultados se fundamentan en la concepción de autoestima presentada por Coopersmith (1999), quien la describe como la valoración que un individuo realiza de sí mismo, estrechamente ligada a la satisfacción personal y al funcionamiento emocional. Además, Coopersmith (1967) subraya la importancia de cultivar una autoestima académica elevada, asociada con la efectiva utilización de las inteligencias múltiples y la aplicación de habilidades para resolver problemas académicos.

Por otro lado, coinciden con investigaciones anteriores, con los resultados de Rufino (2021) que identificó un nivel medio de autoestima en los estudiantes (44,9%). Al igual que, con lo obtenido por Ahuanari y Herrera (2022) observaron que el 51,8% de los estudiantes mostraron un nivel regular de autoestima. Asimismo, coincide con los hallazgos de Mamani (2022), quien reportó que el 23,7% de los estudiantes exhibían una autoestima baja, el 37,6% una autoestima media, y el 38,7% una autoestima alta.

En relación al tercer objetivo específico de este estudio, que se enfoca en identificar la relación entre el nivel de adicción a las redes sociales y la autoestima según el sexo de los estudiantes de secundaria, se observaron que el 33,9% de los

estudiantes masculinos y el 20,3% de las estudiantes femeninas con un nivel alto de adicción a las redes sociales poseen una autoestima intermedia. Por otro lado, el 50,0% de los estudiantes varones y el 25,0% de las estudiantes mujeres con un nivel bajo de adicción a las redes sociales presentan una autoestima alta, mientras que el 25% de los alumnos tienen una autoestima intermedia.

Estos hallazgos se alinean con las definiciones proporcionadas por Enrique y Muñoz (2014), quienes destacan que la autoestima influye en la forma en que nos percibimos y nos relacionamos con el mundo. Además, coinciden con Bermúdez, Pérez y Sanjuán (2003), quienes señalan que la adolescencia, una etapa marcada por cambios significativos, juega un papel crucial en la formación del autoconcepto y, por ende, de la autoestima; encontrando que los estudiantes masculinos tienen mayor tendencia a la adicción de redes sociales.

Los resultados obtenidos difieren con el estudio de Collantes, K. (2023) que no encontró diferencias significativas entre géneros en cuanto a los niveles de adicción; sin embargo, coincide que encontró una correlación negativa significativa entre la alteración del estado de ánimo que suele ser distinto entre alumnas que alumnos y la autoestima. Además, difiere con los resultados descriptivos con Grimaldo, M. (2019) que informó que no hubo divergencias notables en términos de sexo educativo en lo que respecta a la autoestima.

Respecto al cuarto objetivo específico sobre la relación entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función de la edad en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada. Se observó que un alto nivel de adicción a las redes sociales está asociado principalmente con un nivel intermedio de autoestima (54,2%), y esta asociación varía según la edad de los estudiantes. Por ejemplo, para aquellos de 12 a 13 años, el 16,1% presenta un alto nivel de adicción, mientras que para los de 14 a 15 años este porcentaje aumenta al 22,9%, y para los de 16 a 17 años disminuye al 15,3%. Por otro lado, se encontró que un bajo nivel de adicción está relacionado con un alto nivel de autoestima, especialmente en estudiantes de 12 a 13 años, donde alcanza el 75%.

Lo antes mencionado, se encuentra respaldado por la definición de Varona y Hermosa (2020), quienes señalan que el uso inadecuado de las redes sociales en

los jóvenes puede acarrear riesgos a nivel psicológico y social, especialmente durante la adolescencia, una etapa marcada por importantes transformaciones biológicas, psicológicas y sociales. Además, la teoría de Maslow, citada por Santrock (2002), sugiere que el desarrollo de una alta autoestima está relacionado con el proceso de autorrealización, un aspecto que puede estar influenciado por la edad.

Los resultados también guardan similitudes con estudios anteriores, como el de Collantes, K. (2023) que encontró una asociación inversa entre los niveles de dependencia a las redes sociales y la autoestima, lo cual podría estar relacionado con la edad de los estudiantes, ya que la ocupación deriva en gran medida de este factor. Además, concuerda con los hallazgos de Ahuanari y Herrera (2022) muestran una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de tercer grado de secundaria, que se encuentran dentro del rango de edad de 12 a 14 años. De manera similar, coincide con Carrasco (2021) encontró que el nivel de adicción a las redes sociales varía según la edad de los adolescentes de tercer y cuarto grado.

Por lo tanto, la autoestima definida como la evaluación que realiza el individuo sobre sí mismo, juega un papel fundamental en la forma en que los estudiantes interactúan con las redes sociales, lo cual afecta la percepción de uno mismo, la satisfacción personal y el funcionamiento emocional, lo cual puede influir en la forma en que los estudiantes utilizan y se ven afectados por las redes sociales. Por otro lado, acorde a las comparaciones realizadas la adicción a las redes sociales puede ser considerada como un comportamiento problemático que puede surgir como resultado de diversos factores, incluidos los aspectos psicológicos y sociales.

Además, pese a que muy pocas investigaciones mencionan la relación de las variables en base a la edad y el género, se puede contrastar que también pueden influir en esta relación, observando que los estudiantes más jóvenes tienen una mayor tendencia a presentar niveles altos de adicción a las redes sociales y autoestima intermedia, lo cual puede estar relacionado con la etapa de desarrollo en la adolescencia y la búsqueda de identidad. Del mismo modo, se identificaron

diferencias en función del género, donde los estudiantes masculinos tienden a presentar niveles ligeramente más altos de adicción a las redes sociales en comparación con las estudiantes femeninas.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Primera.

Se concluye que existe relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023, demostrado con un p valor de 0,013 y un grado de correlación negativa baja de -0,179; asimismo, un 12% de los alumnos con baja autoestima mostraron un alto nivel de adicción. Se determina que a mayor autoestima en los alumnos son menos propensos a la adicción a las redes sociales; además, el uso excesivo de las redes sociales podría ser una forma de evadir problemas subyacentes de autoestima o dificultades emocionales.

Segunda.

Se evidencia un nivel considerable de adicción a las redes sociales entre los estudiantes de secundaria en la Institución Educativa Privada “William Prescott” en Ilo 2023, dado que un notable 61,8% de los alumnos experimentó una alta adicción a las redes sociales, debido a la fácil accesibilidad a dispositivos electrónicos, la presión social y la ausencia de actividades alternativas.

Tercera.

Se concluye que en los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” en Ilo 2023, existe un nivel de autoestima significativo, siendo que el 50,8% manifiesta una autoestima intermedia; sin embargo, demuestra que los participantes pueden ser influenciados por fenómenos como la comparación social y la búsqueda de validación en entornos digitales.

Cuarta.

Se concluye que existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las redes sociales y la autoestima en función del sexo entre los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” en Ilo 2023, ya que se demuestra que los estudiantes varones (33.9%) muestran una mayor propensión hacia un alto nivel de adicción a las redes sociales y una autoestima de nivel intermedio, mientras que las estudiantes femeninas, mostraron un porcentaje inferior (20,3%).

Quinta.

Se evidencia una relación significativa entre el nivel de adicción a las redes sociales y la autoestima en función de la edad entre los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” en Ilo 2023, destacando que los estudiantes más jóvenes, especialmente aquellos de 12 a 13 años, muestran una relación notable entre un bajo nivel de adicción a las redes sociales y una alta autoestima, alcanzando un 75%, resaltando que los estudiantes más jóvenes tienden a mostrar una mayor propensión hacia redes sociales.

5. 2 Recomendaciones

Primera.

Se recomienda a la dirección educativa implementar programas que promuevan el desarrollo de la autoestima en los estudiantes en colaboración con los docentes, con especial atención en aquellos que presenten signos de baja autoestima y alta adicción a las redes sociales. Se sugiere la realización de talleres y actividades que fomenten la reflexión sobre la autoimagen y el manejo saludable de las redes sociales como herramienta de comunicación, evitando su uso excesivo como vía de escape emocional.

Segunda.

Se sugiere a la dirección educativa promover la concientización sobre los efectos negativos a la adicción a las redes sociales entre los estudiantes, incluyendo campañas de sensibilización, charlas informativas y la implementación de políticas escolares que regulen el uso de dispositivos electrónicos durante el horario escolar, así como la promoción de actividades del uso correcto de redes sociales para que

aprendan a utilizar las redes sociales de manera consciente evitando su uso como único medio de validación social y buscando alternativas saludables para satisfacer sus necesidades emocionales.

Tercera.

A la dirección educativa, se recomienda desarrollar e implementar programas pedagógicos orientados al fortalecimiento de la autoestima, los cuales promuevan la autoaceptación y el desarrollo de habilidades sociales fuera del ámbito digital. Estos programas deberán basarse en enfoques empíricos y metodológicas participativas que permitan a los estudiantes reflexionar sobre su propio valor personal y fomentar relaciones interpersonales saludables. Asimismo, se sugiere realizar un seguimiento continuo de los resultados para evaluar su impacto en el bienestar emocional y el rendimiento académico de los alumnos.

Cuarta.

Se recomienda a la dirección educativa implementar estrategias de apoyo diferenciadas y adaptadas a las necesidades de cada grupo, considerando las particularidades de género en el uso de las redes sociales. Para los estudiantes varones, es recomendable desarrollar intervenciones que promuevan un uso equilibrado y consciente de las redes sociales, junto con actividades que fortalezcan su autoestima de manera más profunda y sostenida. Para las estudiantes femeninas, las estrategias podrían enfocarse en reducir los efectos negativos que las dinámicas de las redes pueden tener en su autopercepción y promover un desarrollo emocional positivo.

Quinta.

Se recomienda a la dirección educativa tener en cuenta la influencia de la edad en la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima, para que adapten sus estrategias pedagógicas según las características y necesidades específicas de cada grupo de edad, brindando un enfoque diferenciado que promueva el desarrollo de una autoestima saludable y el uso responsable de las redes sociales.

Sexta.

Se exhorta a los padres a prestar especial atención a la interacción entre el uso de las redes sociales y la autoestima de sus hijos. Es esencial que establezcan límites claros en cuanto al tiempo y la frecuencia de uso de estas plataformas, así como también a fomentar un refuerzo positivo de la autoestima de los jóvenes. Este enfoque integral puede lograrse mediante la participación en talleres específicos sobre el tema, orientación parental, o mediante la asistencia a programas educativos diseñados para abordar estas preocupaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Abanto, W. (2015). Diseño y desarrollo del proyecto de investigación. Universidad César Vallejo.
- Ahuanari, E. Herrera, N. (2022). Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de tercer grado de secundaria de una institución pública de Huancayo. (Título profesional de psicología). Universidad peruana los andes. <https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/4410/TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alarcón-Allaín, G.F. y Salas-Blas, E. (2022). Adicción a Redes Sociales e Inteligencia Emocional en estudiantes de educación superior técnica. *Health and Addictions / Salud y Drogas*, 22(1), 152-166. doi: 10.21134/hajj.v22i1.640 Vol. 22. Núm. 1, 152-166 2022 HEALTH AND ADDICTIONS/SALUD Y DROGAS DOI: 10.21134/hajj.v22i1.640 Recibido: 12/02/2021 / Aceptado: 21/01/2022 ISSN 1578-5319 - ISSNe 1988-205X.
- Alonso Galbán, P., Hernández Vidal, O., & Alfonso Sánchez, I. R. (2018). Empleo de las redes sociales en el Sistema Nacional de Salud cubano. *Revista Cubana de Información En Ciencias de La Salud*, 29(2), 0-0. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S23071132018000200004.
- Ander-Egg, E. (1987). Técnicas de investigación social (21.^a ed.). Buenos Aires.
- Ander-Egg, E. (2011). Aprender a investigar. Nociones básicas para la investigación social (1.^a ed.). Recuperado de <http://abacoenred.com/wp->

content/uploads/2017/05/Aprender-a-investigar-nociones-basicas-Ander-Egg-Ezequiel-2011.pdf.pdf

Bedoya Denegri, C. (2021). Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes. Universidad de Lima.

Bermúdez, J., Pérez, G. y Sanjuán., S. (2003). Psicología de la Personalidad. Teoría e Investigación. Recuperado de <https://www.librosuned.com/LU4884/Psicolog%C3%ADa-de-la-personalidad--Vol--I--Teor%C3%ADa-e-investigaci%C3%B3n.aspx>.

Bisso Andrade, A. (2019). Adicción a Internet: una amenaza emergente contra la salud pública. Revista De La Sociedad Peruana De Medicina Interna, 26(2), 51-52. <https://doi.org/10.36393/spmi.v26i1.328>

Calizaya, J. (2020). Nivel de adicción a internet en alumnos de primero y segundo de secundaria en la Institución Educativa Modelo San Antonio. Moquegua-2020. PE.

Carr, N. (2010). The Shallows: What the Internet Is Doing to Our. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/pdf/105/10516855010.pdf>

Carrasco Riveros, T. A., & Pinto Chávez, M. N. (2021). Adicción a redes sociales en adolescentes de 3ro y 4to de secundaria de Lima y Arequipa. Universidad Femenina del Sagrado Corazón.

Cabrera, C. J. (2020). Nivel de adicción a internet en alumnos de primero y segundo de secundaria en la Institución Educativa Modelo San Antonio. Moquegua-

2020 [UNIVERSIDAD JOSE CARLOS MARIATEGUI].
<http://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/1918>

Celaya, J. (2011). La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online (1st ed.). Grupo Planeta (GBS).

Cia, A. (2013). Las adicciones no relacionadas a sustancias (DSM-5, APA, 2013): un primer paso hacia la inclusión de las Adicciones Conductuales en las clasificaciones categoriales vigentes. *Rev Neuropsiquiatr*, 76, (4), 210-217.

Coopersmith, S. (1967). Inventario de autoestima original forma escolar. Estandarizado por Panizo M. (1988). Procedimiento de traducción doble (back translation). Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Lima-Perú.

Coopersmith, S. (1968). Antecedents of self-esteem. W.H. Freeman.

Collantes, K. (2023) Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios [Tesis de grado, universidad Técnica de Ambato]
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/38032>

Enrique, M., & Muñoz, R. (2014). El problema de la autoestima basado en la eficacia.
<https://www.semanticscholar.org/paper/e6246d53867e43c2bc97e7c1271982f8746ac1fd>.

Coopersmith, S. (1990). Inventario de Autoestima. Palo Alto. California: Consulting Psychologists.

- Enrique, M., & Muñoz, R. (2014). El problema de la autoestima basado en la eficacia. *Revista de Investigación de Psicología Social*.
- García, A. R. (2013). EL EDUCACIÓN EMOCIONAL, EL AUTOCONCEPTO, LA AUTOESTIMA Y SU IMPORTANCIA EN LA INFANCIA. *Edetania. Estudios y propuestas socioeducativos.*, 44, 241–257. <https://revistas.ucv.es/edetania/index.php/Edetania/article/view/210>.
- Gracia Granados, B., Quintana-Orts, C. L., & Rey Peña, L. (2020). Regulación emocional y uso problemático de las redes sociales en adolescentes: el papel de la sintomatología depresiva. *African journal of rhetoric*, 20(1), 77–86. <https://doi.org/10.21134/haaj.v20i1.473>
- Griffiths, M. (2005). A ‘components’ model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Grimaldo, M. (2019) Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador. [Tesis de grado, Universidad Autónoma del Perú]. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/905>
- Hernández, R., Hernández, C., & Batista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw-Hill .
- Hernández, J., Ortiz, M., Martínez, J., Ramírez, A. y Miramontes, A. (2019). Adicción a Internet: el caso de adolescentes de cinco escuelas secundarias de México. *Enseñanza e Investigación en Psicología, Número Especial*, 34-45. <https://www.revistacneip.org/index.php/cneip/article/view/55>

Huaman, Y. (2021). Relación entre autoestima y resiliencia en beneficiarios de los comedores populares de Yanamilla, Ayacucho-2021. Tesis. Obtenido de <http://repositorio.udaff.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11936/222/Tesis%20-%20Yamila.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). El 72, 5% de la población de 6 y más años de edad del país accedió a internet en el primer trimestre de 2022. Gob.Pe. <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-111-2022-inei.pdf>.

Instituto Nacional de Salud Mental. (2021). Las emergencias psiquiátricas van en incremento en el instituto nacional de salud mental. gob.pe. <https://www.insm.gob.pe/oficinas/comunicaciones/notasdeprensa/2021/017.html>

Kemp, S. (2020, February 18). Digital 2020: Peru. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-peru?rq=peru>.

Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 32, 1-62.

Mamani, P. (2022). Relación entre dinámica familiar y autoestima en alumnas de Iro de secundaria del Colegio Santa Fortunata de Moquegua 2020 [Universidad José Carlos Mariátegui]. <http://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/1553>

Martínez, B. y Moreno, D. (2017). Dependencia de las redes sociales virtuales y violencia escolar en adolescentes. *International Journal of Developmental and*

Educational Psychology, 2(1), 105 -
114. doi:10.17060/ijodaep.2017.n1.v2.923

Marín-Díaz, V., y Cabero-Almenara, J. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 22(2), pp. 25-33. doi: <http://dx.doi.org/10.5944/ried.22.2.24248>

Padrón, Z. J. T. (2022). Redes sociales e ideal de belleza. Ull.Es. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/29285/Redes%20social%20e%20ideal%20de%20belleza.%20Sexualizacion%20en%20imagenes%20de%20Instagram..pdf?sequence=1>

Panorama del escenario digital del Perú 2021. (n.d.). ComScore, Inc. Retrieved July 12, 2023, from <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2022/Panorama-del-escenario-digital-del-Peru-2021>.

Papalia, D. E., Feldman, R. D., & Martorell, G. (2012). Desarrollo humano.

Penberthy, J. (2021). The science behind social media addictiveness and its consequences. The Cavalier Daily. <https://www.cavalierdaily.com/article/2021/06/the-science-behind-social-media-addictiveness-and-its-consequences>

Peralta, L. Ganoa, M. Luna, M. Bazan, M. (2023, enero 11). Vista de Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en educación secundaria: Una revisión sistemática. Edu.ec. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/ree/article/view/4083/4222>.

Polo Romero, C. S., y Ruiz Honorio, O. I. (2021). Funcionamiento familiar, autoestima y consumo de alcohol en adolescentes, Huamachuco. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo). Repositorio Digital Universidad Nacional de Trujillo. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/16283>

Santrock, John. (2002). Psicología de la educación. México: Mc Graw Hill.

Shannon, C., & Weaver, W. (1949). Shannon and Weaver model of communication.

https://www.academia.edu/10192542/Shannon_and_Weaver_model_of_communication.

Tipo, C. (2019). Influencia del nivel de autoestima en los hábitos de estudio de los estudiantes de primer año de secundaria de cinco Instituciones Educativas Públicas de la UGEL Tacna en el año 2019 [Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann]. <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/4195>.

UNESCO. (2021). IMPLEMENTACIÓN DE LA EDUCACIÓN REMOTA. Gob.Pe.https://www.minedu.gob.pe/conectados/pdf/autoridades/guia3_desarrollo_competencias_08_07_21.pdf

Unicef (2021). Impacto de la tecnología en la adolescencia. Unicef.es. <https://www.unicef.es/publicacion/impacto-de-la-tecnologia-en-la-adolescencia>.

Ururi Garcia , F. E. (2018). Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de nivel secundario de una institución educativa estatal. Tacna. Universidad Alas Peruanas.

https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12990/4432/Tesis_Redes_Autoestima_Estudiantes.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rufino Vargas, R. N. (2021). Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de la Institución Matemática San Rafael. Carabayllo - Lima. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73305/Rufino_VRN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Válek, M. (2007). Autoestima y Motivaciones Sociales en Estudiantes de Educación Superior. (Trabajo de Grado Magister). Universidad Rafael Urdaneta. Maracaibo. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/971/index.htm>

Varona-Fernández MN, Hermosa-Peña R. (2020). Percepción y uso de las redes sociales por adolescentes. RqR Enfermería Comunitaria (Revista de SEAPA). 2020 Mayo; 8 (1): 18-30.

Weiss, I. (2018). Redes sociales 2.0 la autoestima de los jóvenes. (Licenciatura en comunicación social). Universidad de San Andrés. <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16636/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.L.%20Com.%20Weiss%2C%20Isabel%20Mar%20C3%ADa.pdf>

West, R., & Brown, J. (2013). Theory of addiction (2da. Ed.). Chichester, Inglaterra: John Wiley & Sons. [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=sWtwAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=West,+R.,+%26+Brown,+J.+\(2013\).&ots=Lw7xU2lhKQ](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=sWtwAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=West,+R.,+%26+Brown,+J.+(2013).&ots=Lw7xU2lhKQ)

[&sig=ZUsBq0h6k9rGLvUbX8DuMib4nfY#v=onepage&q=West%2C%20R.%2C%20%26%20Brown%2C%20J.%20\(2013\).&f=false](#)

William, J. (1890). The principles of psychology. Harvard UP: Cambridge.

Young, K. S. (s/f). CLASIFICACIÓN DE LOS SUBTIPOS, CONSECUENCIAS Y CAUSAS DE LA ADICCIÓN A INTERNET. Behavioralpsycho.com. Recuperado el 7 de abril de 2024, de https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2020/04/09.Young_13-2oa.pdf

ANEXOS

Matriz de Consistencia

TITULO: “Adicción a Redes Sociales y Autoestima en Estudiantes del Nivel Secundaria de la I.E.P. William Prescott, Ilo 2023”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL		Sí mismo general	Capacidades propias
-¿Cuál es la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023?	-Determinar la relación que existe entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.	H1. - Existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023. HO. - No existe relación significativa entre la adicción a	Autoestima	Social- Pares	Percepción sobre las relaciones sociales
				Hogar-Padres	Condiciones del círculo familiar
				Escuela	Nivel de confianza para asumir distintas responsabilidades

		redes sociales y la autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.			
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS		Obsesión a las redes sociales	Está relacionado al uso incontrolado y continuo de las redes sociales.
-¿Cuál es el nivel de adicción a las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023?	-Determinar el nivel de adicción a las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.	-Existe un nivel de adicción significativo a las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.	Adicción a las redes sociales	Falta de control personal	Está relacionado a la preocupación por la interrupción en el uso de las redes sociales.
				Uso excesivo de las redes sociales	Se refiere a las dificultades para controlar el uso las redes sociales, indicando el exceso del tiempo de uso.

<p>-¿Cuál es el nivel de autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023?</p> <p>-¿Cuál es la relación entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función del sexo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023?</p>	<p>-Determinar el nivel de autoestima en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.</p> <p>-Determinar la relación entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función del sexo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.</p>	<p>-No existe un nivel de adicción significativo a las redes sociales en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.</p> <p>-Existe un nivel de autoestima significativo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.</p>			
---	---	---	--	--	--

<p>-¿Cuál es la relación entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función de la edad en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023?</p>	<p>-Determinar la relación entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función de la edad en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.</p>	<p>-No existe un nivel de autoestima significativo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.</p> <p>-Existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función del sexo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>Privada “William Prescott” Ilo 2023.</p> <p>-No existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función del sexo en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.</p> <p>-Existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>redes sociales y autoestima en función de la edad en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa Privada “William Prescott” Ilo 2023.</p> <p>-No existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las redes sociales y autoestima en función de la edad en los estudiantes del nivel secundaria de la Institución Educativa</p>			
--	--	---	--	--	--

		Privada “William Prescott” Ilo 2023.			
METODO Y DISEÑO		POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
Tipo de investigación	Básica	Población muestra: 191 estudiantes		Técnica	Psicométrica
Diseño de investigación	No experimental- Transversal			Instrumento	<ul style="list-style-type: none"> - Inventario de Autoestima Coopersmith forma escolar - Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)
Nivel de investigación	Correlacional			Tratamiento estadístico	IBM SPSS Windows XXI