



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL

ESCUELA PROFESIONAL DE TRABAJO SOCIAL



ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA IES JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI APLICACIÓN UNA - PUNO 2022

TESIS

PRESENTADA POR:

BRIHTSEYDA CONDEMAITA BARRIENTOS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TRABAJO SOCIAL

PUNO - PERÚ

2024



BRIHTSEYDA CONDEMAITA BARRIENTOS

ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA IES JOSÉ CARL

My Files

My Files

Universidad Nacional del Altiplano

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::8254:412667920

Fecha de entrega

4 dic 2024, 3:34 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

4 dic 2024, 3:39 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DEpdf

Tamaño de archivo

1.5 MB

109 Páginas

24,924 Palabras

137,390 Caracteres





17% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 12 palabras)

Fuentes principales

- 14% Fuentes de Internet
- 8% Publicaciones
- 13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

- Texto oculto**
1 caracteres sospechosos en N.º de página
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

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

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

Firmado digitalmente por PALOMINO
COILA Martha Rosario FAU
20145498170 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04-12-2024 20:13:00 -05:00



Firmado digitalmente por PALOMINO
COILA Martha Rosario FAU
20145498170 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04-12-2024 20:13:58 -05:00





DEDICATORIA

A mi amado Padre celestial, porque es mi fuente de vida, su amor incondicional ha guardado de mí y de mi familia cada día, sus bendiciones y misericordia son abundantes; único es Él, su nombre es ¡JESÚS!

A mis padres Teófilo e Hilda, quienes con mucho amor y esfuerzo me brindaron educación para verme lograr profesionalmente, además anhelan el logro de mis metas, objetivos y sueños en todos los ámbitos de mi vida; pero en particular dedico este trabajo a mi papá, quien me acompañó en mis estudios desde muy pequeña y sé que mis éxitos alegraron, alegran y alegrarán su corazón.

A mi tío Oswaldo, quien me motivó con insistencia a poder optar mi título profesional, asimismo a algunos familiares que inicialmente me alentaron para encaminarme laboralmente. Y no podía dejar de mencionar a una persona que significa mucho en mi vida.

¡A mí por supuesto! porque jamás me di por vencida, sé lo que tuve que atravesar en todos mis procesos y renacer una vez más. Hoy puedo disfrutar mis logros porque el esfuerzo tiene grandes recompensas.

Bríhtseyda Condemaíta Barrientos.



AGRADECIMIENTOS

Quiero manifestar mi gratitud a todas las personas que intervinieron directa e indirectamente en la realización de esta tesis, los tengo muy presentes y considerable aprecio.

A la Universidad Nacional del Altiplano, alma máter de la Región en Educación Superior, y la Facultad de Trabajo Social por el acogimiento y formación durante los años de preparación profesional.

A mis Docentes por impartirme las enseñanzas, conocimientos, consejos y experiencias que aportaron en mi formación.

A mi Asesora quien me direccionó de manera certera con sus aportes para la culminación de esta tesis.

Brihtseyda Condemaíta Barrientos.



ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE ANEXOS	
ACRÓNIMOS	
RESUMEN	15
ABSTRACT.....	16
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	24
1.2.1. Pregunta general.....	24
1.2.2. Preguntas específicas.....	24
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.3.1. Hipótesis General	24
1.3.2. Hipótesis Específicas.....	24
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	25
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
1.5.1. Objetivo General	27
1.5.2. Objetivos Específicos.....	27



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	28
2.1.1.	A nivel internacional	28
2.1.2.	A nivel nacional	30
2.1.3.	A nivel local	31
2.2.	MARCO TEÓRICO	34
2.2.1.	Teorías de Adicción a las Redes Sociales	34
2.2.2.	Redes sociales	37
2.2.3.	Tipos de redes sociales.....	38
2.2.4.	Adicción a las redes sociales	39
2.2.5.	Dimensiones de la adicción a las redes sociales	41
2.2.5.1.	Obsesión por las redes sociales	42
2.2.5.2.	Falta de control personal en el uso de las redes sociales.....	44
2.2.5.3.	Uso excesivo de las redes sociales	46
2.2.6.	Autoestima	48
2.2.6.1.	Niveles de la autoestima.....	49
2.3.	MARCO CONCEPTUAL	50
2.3.1.	Adicción	50
2.3.2.	Adicción a internet	50
2.3.3.	Atractivo de las redes sociales	51
2.3.4.	Falta de control.....	51
2.3.5.	Frecuencia de uso de redes sociales	51
2.3.6.	Obsesión	52
2.3.7.	Redes sociales	52



2.3.8. Uso de las redes sociales 53

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO.....	54
3.2. TIPO Y MÉTODO DE ESTUDIO	55
3.2.1. Enfoque de investigación	55
3.2.2. Tipo de investigación	55
3.2.3. Método de investigación	55
3.2.4. Diseño de investigación	56
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE DATOS	56
3.3.1. Técnica	56
3.3.2. Instrumento.....	56
3.3.3. Escalamiento Likert.....	59
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO	60
3.4.1. Población.....	60
3.4.2. Muestra.....	60
3.5. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO.....	62
3.5.1. Prueba estadística	63
3.5.2. Nivel de significancia.....	64
3.5.3. Análisis de resultados.....	64
3.5.4. Regla de decisiones para la prueba de hipótesis	65
3.5.5. Correlación de Spearman	65



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	67
4.1.1. Resultado para el objetivo general	67
4.1.2. Resultado para el objetivo específico 1	71
4.1.3. Resultado para el objetivo específico 2.....	74
4.1.4. Resultado para el objetivo específico 3.....	78
4.2. DISCUSIÓN	81
4.3. COMPROBACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.....	83
4.3.1. Prueba de hipótesis general	83
4.3.2. Prueba de hipótesis específica 1	84
4.3.3. Prueba de hipótesis específica 2.....	85
4.3.4. Prueba de hipótesis específica 3.....	87
V. CONCLUSIONES.....	89
VI. RECOMENDACIONES	92
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	94
ANEXOS.....	102

ÁREA: Desarrollo humano y calidad de vida

TEMA: Adicción a las redes sociales y autoestima

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 13 de diciembre del 2024



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Distribución del número de estudiantes por grado para la muestra de estudio de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno, 2022.	62
Tabla 2 Prueba de normalidad	63
Tabla 3 Adicción a las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno, 2022.	67
Tabla 4 Obsesión por las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno, 2022.	71
Tabla 5 Falta de control personal en el uso de las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno, 2022.	74
Tabla 6 Uso excesivo de las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno, 2022.	78
Tabla 7 Prueba de correlación de Rho Spearman entre adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno, 2022	83
Tabla 8 Prueba de correlación de Rho Spearman entre obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno, 2022	85
Tabla 9 Prueba de correlación de Rho Spearman entre falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno, 2022.	86



Tabla 10	Prueba de correlación de Rho Spearman entre uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui	
	UNA - Puno, 2022	87



ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Localización en el mapa, de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno	54



ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1 Operacionalización de variables.....	102
ANEXO 2 Matriz de consistencia.....	105
ANEXO 3 Cuestionario sobre uso de redes sociales y autoestima.....	106
ANEXO 4 Declaración jurada de autenticidad de tesis.....	108
ANEXO 5 Autorización para el depósito de tesis en el repositorio institucional.....	109



ACRÓNIMOS

ARS:	Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales
DSM-IV-TR:	Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales, Cuarta Edición, Texto Revisado
ENAHO:	Encuesta Nacional de Hogares
IES:	Institución Educativa Secundaria
INEI:	Instituto Nacional de Estadística e Informática
RS:	Redes Sociales
RSV:	Redes Sociales Virtuales
SPSS:	Statistical Package for the Social Sciences.
TIC:	Tecnologías de la Información y la Comunicación
TRI:	Teoría de Respuesta al Ítem
UIT:	Unión Internacional de Telecomunicaciones



RESUMEN

La presente investigación titulada “Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022”; tiene como objetivo general: Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022. El estudio se enmarca dentro del enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo - correlacional, el diseño es no experimental de corte transversal. La población de estudio está constituida por 314 estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno, para el recojo de datos, se utilizó el muestreo estratificado porcentual aleatorio simple, cuya muestra de estudio es de 173; la técnica utilizada es la encuesta y el instrumento el cuestionario de escala de tipo Likert para las variables del estudio. El procesamiento de la información se desarrolló con el paquete estadístico SPSS 25 y para la comprobación de las hipótesis se relacionó las variables con el RHO Spearman, al mismo tiempo, se halló el significado de dicha relación. Los resultados de la investigación revelaron una correlación Rho Spearman de 0,319** entre ambas variables, con un valor de Sig. (bilateral) $p = 0,000 < 0,05$ o para un 95% de nivel de confianza; por lo que, se concluye que existe relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022. Además, los resultados revelaron que el 30.1% de los encuestados tiene más prevalencia en el uso excesivo de las redes sociales y presentan una autoestima media.

Palabras clave: Adicción, Autoestima, Redes Sociales.



ABSTRACT

The present research entitled "Addiction to social networks and its relationship with the self-esteem of the students of the IES Jose Carlos Mariategui Application UNA - Puno 2022"; has as general objective: To determine the relationship between addiction to social networks and the self-esteem of the students of the IES Jose Carlos Mariategui Application UNA - Puno 2022. The study is framed within the quantitative approach, descriptive-correlational type, the design is non-experimental cross-sectional. The study population is constituted by 314 students of the IES Jose Carlos Mariategui Application UNA - Puno, for data collection, simple random stratified percentage sampling was used, whose study sample is 173; the technique used is the survey and the instrument is the Likert-type scale questionnaire for the variables of the study. The processing of the information was developed with the SPSS 25 statistical package and for hypothesis testing the variables were related to the Spearman RHO, and at the same time, the significance of this relationship was found. The results of the research revealed a Rho Spearman correlation of 0.319** between both variables, with a value of Sig. (bilateral) $p = 0.000 < 0.05$ or for a 95% confidence level; Therefore, it is concluded that there is a significant relationship between addiction to social networks and the self-esteem of the students of the IES Jose Carlos Mariategui UNA Application - Puno 2022. Furthermore, the results revealed that 30.1% of those surveyed have a higher prevalence of excessive use of social networks and have average self-esteem.

Keywords: Addiction, Self-esteem, Social Networks.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La globalización trajo consigo una nueva era digital, accediendo a una comunicación en tiempo real y sin interferencias desde cualquier parte del mundo, asimismo, nos permite conocer los distintos eventos que ocurren alrededor del mundo con una rapidez asombrosa; las redes sociales y la adicción a ella también son parte de esta era digital, convirtiéndose en una manera sencilla, fácil y rápida para comunicarse, en este sentido, todos pueden acceder a la utilización de estos conductos virtuales, y con sus propias ventajas y desventajas atraen a la población más joven, quienes por su fácil adquisición la utilizan diariamente. En nuestro contexto nacional, las estadísticas sobre el incremento de adicción a las redes sociales no parecen disminuir, por el contrario estas cifras se han intensificado por el avance tecnológico y la era digital, su necesidad de consumo ha evolucionado considerablemente hasta este periodo, ciertamente en la actualidad el uso desmedido de las redes sociales han puesto en alerta la situación de vulnerabilidad de la población en general, inquietando sobre todo a la población más lozana entre, niños, adolescentes y jóvenes; algunas de las señales que el individuo presenta es el perder la noción del tiempo transcurrido en las redes sociales y la falta de limitación del mismo que se designa a su uso. Respecto a este escenario, los psicólogos peruanos, Ecurra y Salas (2014), mencionan algunos comportamientos adictivos a las redes sociales tales como: estar permanentemente alertas a lo que sucede en los espacios virtuales, verificar la computadora o el celular a cada momento, participar en conversaciones ya sean virtuales o contestar mensajes en momentos inapropiados (durante una cena, en clases, reunión familiar e incluso en una celebración religiosa, etc.).



De esta forma, los beneficios de la tecnología al alcance de los jóvenes crean ventajas y desventajas muy marcadas que deben estar al control de personas adultas, siendo en muchos casos las personas adultas quienes aún no pueden tener control total de las mismas, razón por la cual he decidido hacer este estudio que tiene como objetivo general: Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022; por lo que, mi estudio se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I: Describe la introducción y el planteamiento del problema, la formulación del problema, la hipótesis de la investigación, justificación del estudio y objetivos de la investigación.

Capítulo II: Consta de los antecedentes de la investigación; a nivel internacional, nacional y local. También se consigna los fundamentos de la revisión de la literatura; comprendidos por el marco teórico y conceptual, los cuales están fundamentados por teorías científicas que corroboran la investigación.

Capítulo III: Abarca lo siguiente: ubicación geográfica del estudio, paradigma, tipo, diseño y método de investigación, población y muestra de estudio, técnicas e instrumentos de recojo de datos.

Capítulo IV: Presenta los resultados de la investigación, basado en las variables, dimensiones e indicadores estudiados; asimismo, consigna la discusión y la comprobación de las hipótesis.

Capítulo V: Plasma las conclusiones de la investigación realizada.

Capítulo VI: Concierno las recomendaciones derivadas de los resultados de la investigación.



Capítulo VII: Compone el material bibliográfico utilizado. Y, por último, se adjuntan los anexos aplicados en la investigación.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día, el progresivo uso masivo del internet, impulsado por diferentes actividades diarias, ha generado cierta dependencia generalizada, en especial en el ámbito de las redes sociales. Estas plataformas que en un inicio fueron creadas para hacer más fácil la comunicación y el intercambio de información, han evolucionado de forma gradual hasta convertirse en una necesidad indispensable en la vida cotidiana. Por ello, cada vez más adolescentes sin importar su cultura, nivel socioeconómico, se incorporan a las redes sociales. Aunque tenga grandes ventajas, su uso excesivo, especialmente de los adolescentes, ha ocasionado gran preocupación relacionado con trastornos psicológicos y emocionales (Doğan, Karakul, Akgül, Öztornaci, et al., 2022).

Los adolescentes, en especial, están enfrentados a desafíos significativos, ya que, la adicción a las redes sociales vistas a través de problemas como: el aislamiento, la ansiedad por la conexión constante, y la pérdida de conciencia del tiempo mientras se está en la pantalla, causa olvido sobre la realización de otras actividades y obligaciones, asimismo, se desarrolla una sensación de miedo frente a relaciones interpersonales presenciales, que pueden llegar a niveles descontrolados, como el comunicarse solo a través de las redes sociales (Bajaña & García, 2023). Este fenómeno se ve agravado por el fácil acceso a estas plataformas mediante dispositivos móviles, y más aún que las suscripciones se han ido incrementando a nivel mundial, dado que, el número de líneas suscritas a este grado se ha incrementado desde el 2017 al 2023 de 7.7 mil millones a 8.89 mil millones de suscripciones a telefonía celular móvil, lo que significa que hay más



teléfonos móviles que habitantes, según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT, 2023).

En el Perú, según las estadísticas aplicadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), basado a la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG, 2021) se revelaron los siguientes datos para el segundo trimestre del 2021. En el 94.7% de los hogares del país existe al menos un miembro que cuenta con un teléfono móvil, el 52,5% de los hogares del país tiene conexión a Internet, el 87,0% de la población de 6 y más años de edad que usa Internet lo hace a través de un celular (con y sin plan de datos), el 95,0% de la población navega en Internet para comunicarse, el 82,3% accede para realizar actividades de entretenimiento (juegos de videos, películas o música), el 78,4% para obtener información, y finalmente el 91,6% de la población de 12 a 18 años acceden a Internet, esto los ubica como los mayores usuarios del servicio.

“Los principales consumidores de las nuevas tecnologías son los adolescentes, siendo el sector de la población que se instaura con mayor facilidad a estas tecnologías” (Doğan, Karakul, Akgül, Özgüven, et al., 2022). De igual manera, es el grupo de mayor riesgo en lo que refiere al uso de las redes sociales a través del teléfono móvil, ya que no cuentan con una fuerte capacidad de autocontrol convirtiéndose en una población de mayor vulnerabilidad y terminan influenciados por campañas de publicidad (Giraldo, et al., 2021). En este sentido, el uso de redes sociales cambia el comportamiento de los jóvenes y adolescentes, asimismo, cambia la forma de sociabilización, reduciendo la interacción entre padres e hijos en el entorno familiar (Regalado, et al., 2022).

En la región de Puno, según el Censo Nacional de Población y Vivienda 2017 del INEI, 30,924 hogares contaban con acceso a internet, con una tasa de crecimiento promedio anual de 24.1%, de igual manera en 296,087 hogares, donde algún miembro



del hogar contaba con un teléfono móvil, con una tasa de crecimiento promedio anual de 13.2%. Estas cifras estadísticas son alarmantes, ya que, la socialización familiar y social se ha visto afectada, por lo cual las interacciones entre individuos se está deteriorando, la comunicación es de manera virtual antes que presencial, se está perdiendo la sensibilidad en mostrar las emociones frente a determinadas situaciones como: estados de ánimo, reacciones, expresividad, talento humano, entre otros; esto genera, sedentarismo, baja autoestima, estrés, ansiedad, depresión, dependencia emocional o de aceptación social, inclusive afectaciones psicológicas.

Kokoç y Göktaş (2024) mencionan que, “la adicción a las redes sociales es una dependencia psicológica que a su vez muestra síntomas conductuales, afectivos y de pensamiento, siendo caracterizado principalmente por la falta de control en su uso” Con referencia a ello, Ochoa, et al. (2023) señala que “la adicción a las redes sociales es un patrón de conducta caracterizado por la falta de autocontrol”. La persona adicta según Cuquerella y García (2024), se centra en los beneficios obtenidos inmediatamente, sin tener en cuenta las consecuencias negativas a largo plazo como pueden ser aislamiento y descuido del relacionamiento personal, de los deberes académicos e inclusive del descuido de la salud e higiene personal entre otros.

En la Institución Educativa José Carlos Mariátegui de Puno, el uso excesivo de redes sociales se ha convertido en una problemática notable que afecta a los estudiantes, especialmente en lo que respecta a su autoestima. Sin embargo, el problema no radica en el acceso a las redes sociales, sino la forma de uso que se le da, tal es así que los adolescentes presentan una tendencia a permanecer más tiempo conectados a las redes sociales. Los estudiantes dedican una cantidad significativa de tiempo a plataformas como Facebook, TikTok, WhatsApp, Instagram y YouTube, siendo Facebook y TikTok las más



utilizadas, lo que se refleja en un claro descenso de la calidad de sus relaciones interpersonales a nivel familiar, académico y social.

A nivel familiar, el uso desmedido de los celulares está afectando la comunicación entre sus miembros, pues existe una disminución de las conversaciones cara a cara, donde los padres e hijos prefieren comunicarse a través de mensajes en lugar de interactuar directamente, asimismo, el uso de estos dispositivos se observa en momentos importantes como la hora de las comidas, reuniones familiares, en la realización de los deberes del hogar y en momentos recreativos. A nivel académico, se ve manifestada en la afectación del rendimiento académico, el descuido de sus actividades escolares, la disminución en la capacidad de concentración, la fácil distracción en horas de clases, el incumplimiento de tareas, calificaciones más bajas, asumen actitudes rebeldes, muestran indisciplina y en ocasiones faltan a clases. A nivel social, los adolescentes usan constantemente sus móviles en las diversas actividades y tienden a desconectarse de la realidad, la utilización sin control está produciendo un aislamiento social, sus relaciones son cada vez más superficiales, hacen la manipulación de estos dispositivos cuando toman el transporte público, al caminar por la calle, o al realizar algún encargo sin prever por su seguridad; si bien estas plataformas ofrecen oportunidades para conectarse y compartir información, su uso descontrolado lleva a las condiciones ya mencionadas.

Este comportamiento, también, plantea preocupaciones sobre sus efectos en el bienestar físico y emocional de los estudiantes, ya que el tiempo excesivo en estas plataformas no solo les genera desvelo e insomnio. Por lo que, suelen presentar malestares en su salud como dolores de cabeza, de espalda, de cuello, problemas visuales y otros malestares generales. Además, evidencian pérdida del sentido del tiempo cuando se está navegando por sitios virtuales, sumando a problemas como la ansiedad por estar conectados, tienden a aburrirse fácilmente, muestran malhumor si no tienen acceso a las



redes, exteriorizándose como más estresados y deprimidos; tal como se visibiliza en esta población estudiantil. Ahora bien, la creciente dependencia de la validación externa que ofrecen estos medios genera que muchos de estos adolescentes busquen aprobación en el espacio virtual, lo que repercute en su autoestima, la cual se encuentra en un nivel medio, que se ve manifestada en momentos de duda y autocrítica sobre la percepción que tienen de sí. La constante comparación con estándares irrealistas o una vida idealizada en redes sociales afecta la forma en que se perciben a sí mismos, provocando un anhelo que asemeje su estilo de vida a formas de verse, hablar, vestir, comportarse, etc., a las figuras que los adolescentes siguen día tras día en sus cuentas de redes sociales; lo que a su vez es un indicador de áreas que requieren atención y necesitan ser repotenciadas por sus educadores y padres.

Los docentes y padres han expresado preocupaciones sobre el impacto de las redes sociales en el comportamiento de los estudiantes. Manifiestan que sus hijos se comunican con frecuencia mediante internet con sus amistades, compañeros o en algunos casos desconocen con quienes mantienen comunicación. Asimismo, observan que la interacción positiva con sus compañeros y el establecimiento de relaciones saludables fuera del entorno digital se han visto afectados. Este panorama, que afecta a gran parte de los estudiantes, pone en evidencia la necesidad urgente de abordar el fenómeno de la adicción a las redes sociales y su asociación en la autoestima de los adolescentes. Además, plantea la importancia de investigar los aspectos críticos acerca del uso excesivo de estas plataformas, que pueden llevar a problemas emocionales y académicos, así como a comportamientos adictivos en los adolescentes. Todo esto con el fin de promover un entorno educativo más propicio.



1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Pregunta general

- ¿En qué medida se relaciona la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?

1.2.2. Preguntas específicas

- ¿De qué manera se relaciona la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?
- ¿Cómo se relaciona la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?
- ¿Cómo se relaciona el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis General

- Existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

1.3.2. Hipótesis Específicas

- Existe relación significativa entre la obsesión por las redes sociales y la



autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación
UNA - Puno 2022.

- La falta de control personal en el uso de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.
- El uso excesivo de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La presente investigación se centra en la adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui de Puno, en el año 2022, un tema de creciente relevancia en la sociedad actual. El motivo para llevar a cabo este estudio surge de la observación de que el uso excesivo de plataformas digitales ha aumentado significativamente entre los adolescentes, lo que plantea interrogantes sobre su vínculo a nivel de la autoestima, así como su lazo emocional y social.

La adicción a las redes sociales se ha convertido en un fenómeno global, especialmente en adolescentes. Este grupo etario es particularmente vulnerable a las influencias externas y las redes sociales pueden desempeñar un papel crucial en la formación de su identidad y autoestima. Por ello, es fundamental conocer y comprender cómo esta situación de uso desmedido, falta de control y obsesión puede afectar el bienestar emocional, familiar y académico de los estudiantes, así como repercutir en la percepción que tienen de sí mismos, lo cual ayudará a desarrollar estrategias que promuevan una administración más saludable en las plataformas sociales.



A pesar de la creciente atención que recibe el tema de las redes sociales, existe una falta de estudios específicos que analicen la relación directa entre la adicción a estas plataformas y la autoestima en contextos educativos de la ciudad de Puno. Muchos estudios se centran en el uso general de redes sociales, pero pocos abordan la conexión en aspectos de percepción y valoración personal como la autoestima. Esta investigación busca llenar ese vacío, proporcionando datos empíricos que puedan ser utilizados por educadores, padres y estudiantes para entender mejor este fenómeno.

El estudio se llevó a cabo en un colegio local, donde se contó con el acceso a una población estudiantil dispuesta a participar. Se utilizaron métodos cuantitativos, como encuestas estructuradas y escalas validadas para medir tanto el nivel de adicción a las redes sociales como la autoestima. La viabilidad se vio respaldada por la disponibilidad de recursos necesarios y el tiempo adecuado para realizar un análisis exhaustivo.

Los resultados de esta investigación no solo contribuirán al conocimiento académico sobre el tema, sino que también ofrecerán recomendaciones prácticas para abordar la adicción a las redes sociales en el entorno escolar. Se espera que los resultados ayuden a diseñar programas de intervención que fomenten una autoimagen positiva entre los estudiantes y promuevan un uso equilibrado de las redes sociales.

Este estudio es pertinente y necesario, dado que aborda un problema contemporáneo significativo que afecta a una gran parte de la población estudiantil. Al responder preguntas clave sobre cómo la adicción a las redes sociales tiene un nexo significativo en la autoestima, se espera proporcionar información valiosa que pueda ser utilizada para mejorar el bienestar emocional y social de los estudiantes.

Por consiguiente, la investigación propuesta aportará al desarrollo teórico al abordar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes,



un tema determinante que interactúa en su bienestar emocional, familiar, académico y social. Los hallazgos ofrecerán una comprensión más profunda sobre cómo las redes sociales se asocian con la autoestima y generarán conciencia entre los responsables de la toma de decisiones en los diversos ámbitos sobre la necesidad de abordar estos problemas de manera integral. Además, el estudio facilitará el desarrollo de estrategias más efectivas para prevenir y tratar el uso desmedido y sin control de las redes sociales, que puede conducir a la adicción en los adolescentes. Esto permitirá implementar intervenciones específicas que mitiguen los efectos negativos asociados con esta problemática.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo General

- Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar la relación entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.
- Analizar la relación de la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.
- Establecer la relación del uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. A nivel internacional

Coiran, et al. (2022), en su tesis titulada “Influencia de las Redes sociales en la Autoestima en estudiantes de la Institución Educativa Agropecuaria”, se propusieron como objetivo: Determinar la influencia que generan las redes sociales en la autoestima de los alumnos del grado once de la I.E. Agropecuario (p. 8). La investigación corresponde a un enfoque metodológico cuantitativo, hipotético – deductivo, de diseño correlacional (p. 23). Alguno de los resultados a los que llegaron incluyen: “el 64.66% se encuentra en un nivel moderado de influencia de las redes sociales en la autoestima, mientras que el restante, que son 8 de los estudiantes, equivalen a un 39.87% que no presentan ningún nivel de influencia” (p. 29).

Ardila, et al. (2022), en su investigación titulada “Adicción a las redes sociales de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Villavicencio”, donde se tuvo el siguiente objetivo: Analizar los niveles de adicción a las redes sociales en estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Villavicencio (p. 14). Es una investigación enmarcada en el enfoque cuantitativo, con tipo de investigación descriptivo (p. 34). Los principales hallazgos a los que llegaron fueron: los niveles de adicción en los estudiantes de la universidad Cooperativa, sede Villavicencio, se encuentran en un nivel moderado, considerando que el 52% presenta un nivel moderado y el 42% un nivel leve, mientras que solo el 1% refleja



un nivel severo de adicción. En el desarrollo de este estudio, se pudo identificar un nivel referente al factor obsesión por las redes sociales, concerniente a las respuestas de los encuestados al factor falta de control personal en el uso de las redes sociales se refleja indicios que demuestran niveles moderados en este apartado; sin embargo, no se revela indicios significativos para considerar a los estudiantes como adictos a las redes sociales (p. 51).

Portillo, et al. (2021), en su investigación titulada “Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios”, tuvo por objetivo: Establecer la relación entre la adicción a las redes sociales, la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios (p. 1). La metodología consideró lo siguiente: participaron 100 alumnos, 36 hombres y 64 mujeres, 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 (p. 142). Llegaron a los siguientes resultados: los análisis de varianza efectuados muestran que la adicción a las redes sociales se relaciona de forma negativa con el nivel de autoestima, y de forma significativa, con el nivel de ansiedad; de manera que, los estudiantes con mayor adicción a dichas redes manifiestan también un mayor nivel de ansiedad (p. 145).

Mamani (2018), en su investigación titulada “Autoconcepto y adicción a las redes sociales en los estudiantes de 16-18 años del Colegio la Merced”, tuvo como objetivo: Establecer la relación entre el auto concepto y la Adicción a las Redes Sociales en los estudiantes de 16-18 años del colegio la merced de La Paz – Bolivia. La investigación fue de tipo descriptiva correlacional transaccional. Los resultados obtenidos del coeficiente de correlación de Pearson indican que los



estudiantes de nivel secundario que presentan mayores niveles de autoconcepto no tienden a tener niveles moderados o graves de adicción a redes sociales.

2.1.2. A nivel nacional

Flores (2021), investigó sobre: “Adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes adolescentes de una institución educativa pública de Lima Metropolitana, 2021”, se propuso como objetivo: Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los adolescentes de una institución pública de Lima norte (p. 8). Esta investigación se desarrolla teniendo como base el paradigma positivista; mientras que el tipo de investigación es básica y el diseño no experimental (p. 15). La investigación concluye en lo siguiente: a medida que los jóvenes desarrollan un incremento a la dependencia a las redes sociales, sus niveles de autoestima tienden a ser más reducidos” (p. 36).

Ravello (2021), en su investigación titulada “Relación entre redes sociales y autoestima en los estudiantes de quinto grado de educación primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote – 2018”, se formula como objetivo: Establecer la relación entre las redes Sociales y la autonomía en los estudiantes del Quinto grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada San José – Chimbote -2018 (p. 18). La investigación concluye señalando que: el estudio demuestra que la relación entre las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del Quinto grado de Educación Primaria posee una significancia aproximada; por lo tanto, el uso de redes sociales mantiene relación significativa con la autoestima” (p. 68).

Chapilliquen y Puemape (2023), en su tesis titulada “Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de Instituciones Educativas del distrito de



la Unión, 2023”, tienen como objetivo: Determinar la relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en los adolescentes de la institución Educativa del distrito de La Unión. Esta investigación es de tipo descriptiva – correlacional y de diseño no experimental (p. 13). Se llegó a la siguiente conclusión: hay correlación negativa moderada entre la adicción a redes sociales y autoestima en los adolescentes de la IE. de La Unión, lo que significa que, si el nivel de adicción a redes sociales es elevado, la autoestima que presenten los adolescentes disminuirá; así como también, si el nivel de autoestima es mayor, menor será el nivel de adicción a redes sociales (p. 31).

Valdez (2018), en su tesis titulada “Adicción a Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de Nivel Secundario de una Institución Privada” de la Universidad Católica de Santa María, se tuvo como objetivo: Determinar y analizar la relación entre los niveles de adicción a redes sociales y la autoestima de los estudiantes del nivel secundario (p. 8). La investigación considera una metodología del tipo descriptivo – correlacional, porque buscó la asociación entre ambas variables (p. 31). La conclusión fue la siguiente: existe una alta correlación inversa significativa entre ambas variables; es decir, a menor nivel de autoestima, mayor será la tendencia hacia la adición a redes sociales (p. 60).

2.1.3. A nivel local

Chaiña (2022), en su investigación titulada “Uso de las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la Escuela Profesional de Educación Primaria de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno 2020”, se propuso como objetivo: Establecer la relación del uso de las redes sociales en la autoestima de los estudiantes de la Escuela Profesional de Educación Primaria (p.



19). La metodología de esta investigación pertenece al tipo correlacional, de estudio transversal; además, se considera como metodología, el uso de técnicas e instrumentos, donde se aplicó la encuesta para la variable redes sociales y el instrumento de Rosenberg para la variable autoestima (p. 46). La investigación presenta cinco conclusiones, entre ellas: se determinó que el uso continuo de las redes sociales es más común en las personas con autoestima alta, confirmando que los estados de ánimos influyen en el uso continuo de las redes sociales, determinando un grado de autoestima sobrevalorado lo que demuestra la prevalencia de su selfi ideal ante la sociedad; sin embargo, el uso de las redes sociales no afecta las relaciones interpersonales (p. 90).

Cari Bellido (2022), en su tesis titulada “Adicción a Redes Sociales y Habilidades Sociales, en estudiantes de la Institución Educativa José Carlos Mariátegui Aplicación de la ciudad de Puno, 2022”, donde tiene como objetivo general: Determinar la relación entre adicción a las redes sociales y habilidades sociales, en estudiantes de la Institución Educativa José Carlos Mariátegui Aplicación de la ciudad de Puno, 2022 (p. 19). Se realizó un estudio descriptivo correlacional con un diseño no experimental transaccional y se empleó el método deductivo y descriptivo (p. 56). La conclusión fue que: a mayor adicción a las redes sociales, menores serán las habilidades sociales. Además, se observó que el 26% de los estudiantes tiene un promedio bajo en habilidades sociales, lo que indica la necesidad de incrementar y fortalecer estas habilidades. Lo mismo se halló en sus dimensiones: asertividad, autoestima, toma de decisiones y en comunicación con nivel promedio; esto indica que al encontrarse con habilidades de promedio bajo son propensos a caer en adicción a redes sociales (p. 109).



Olivera (2018), en su tesis titulada “Síndrome del FOMO en los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria “José Carlos Mariátegui” Aplicación de la UNA – Puno en el año escolar 2017” de la Universidad Nacional del Altiplano, se propuso como objetivo: Determinar el nivel de síndrome del FOMO que se manifiesta en los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria “José Carlos Mariátegui” Aplicación de la UNA – Puno en el año escolar 2017. El tipo de investigación es básico y la conclusión de la investigación es la siguiente: el nivel de síndrome del FOMO que se manifiesta en los estudiantes obtuvo una valoración final de 32 puntos, que corresponde a la escala de nivel bajo (20 – 39), en la Institución Educativa Secundaria “José Carlos Mariátegui” Aplicación de la UNA – Puno en el año escolar 2017.

Ccopa y Turpo (2022), en su tesis titulada “Adicción a las Redes Sociales y Habilidades Sociales en adolescentes de la Institución Educativa Politécnico Huáscar de Puno, 2022”, con el siguiente objetivo general: Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y las habilidades sociales en los adolescentes de la Institución Educativa Politécnico Huáscar de Puno. La investigación es de tipo descriptivo - correlacional, con un diseño no experimental de corte transversal; la población de estudio fue de 130 adolescentes seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Se concluyó que: existe relación entre ambas variables, ya que la chi-cuadrada calculada es mayor a la chi-cuadrada tabulada. Los porcentajes se presentan de la siguiente manera: el 10.8% tiene una adicción alta a las redes sociales y un promedio bajo en habilidades sociales, el 24.6% de la población total presenta un promedio bajo en habilidades sociales; y el 39.2% presenta una adicción media a las redes sociales.



2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Teorías de Adicción a las Redes Sociales

- **Modelo teórico de Ecurra y Salas**

La teoría que fundamenta la adicción a las redes sociales, según Ecurra y Salas (2014) en su cuestionario ARS, se basa en la adaptación de criterios de adicción a sustancias al contexto de las redes sociales, con un enfoque que identifica tres dimensiones clave y sólidas propiedades psicométricas que caracterizan este fenómeno.

- Obsesión por las Redes Sociales:** Este factor se refiere a la tendencia de los individuos a pensar constantemente sobre lo que ocurre en las redes sociales y a sentir preocupación cuando no pueden acceder o estar conectados a ellas. Las personas que presentan esta característica suelen sentir una necesidad irresistible estar al tanto de las actualizaciones, publicaciones y actividades de otros usuarios.
- Falta de Control Personal:** Esta dimensión refleja la incapacidad de los individuos para regular la cantidad de tiempo dedicado a la conexión de las redes sociales, lo que implica una falta de autocontrol sobre el tiempo pasado en línea. Esto afecta sus responsabilidades y otras áreas importantes de su vida.
- Uso Excesivo de las Redes Sociales:** Se caracteriza por el tiempo excesivo y la exposición prolongada a las redes sociales. Los individuos pueden sentir que necesitan estar conectados continuamente y tienden a pasar más tiempo del necesario en estas



plataformas. Presentan dificultades para reducir o finalizar su uso, lo que resulta perjudicial para sus actividades cotidianas y relaciones interpersonales.

El cuestionario ARS se inspira en el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales Cuarta Edición, Texto Revisado (DSM-IV-TR).

- **Trastornos del Control de Impulsos:**

Los trastornos del control de impulsos son un grupo de condiciones psiquiátricas caracterizadas por la dificultad de una persona para resistir impulsos que pueden resultar perjudiciales para sí misma o para otros.

Escurra y Salas se basan en los criterios del DSM-IV-TR para el trastorno del control de impulsos, que incluye patrones de comportamiento compulsivo que pueden llevar a la adicción. Esto es esencial para entender cómo las conductas relacionadas con el uso excesivo de redes sociales pueden ser clasificadas como trastornos adictivos (Benites Narcizo, G. E., 2018).

En el contexto de la adicción a las redes sociales, el DSM-IV-TR se utiliza para adaptar criterios diagnósticos de adicciones a sustancias a comportamientos relacionados con el uso excesivo de plataformas sociales (González Alcántara, Corominas Tortolero, & Silva, 2021).

Criterios del DSM-IV-TR aplicados a la adicción a Redes Sociales:

- **Obsesión:** Evaluar si los individuos muestran pensamientos recurrentes sobre el uso de redes sociales.



- **Falta de Control:** Medir la incapacidad para limitar el tiempo dedicado a estas plataformas.
- **Uso Excesivo:** Determinar si el tiempo invertido interfiere con actividades diarias y relaciones personales.

El desarrollo del instrumento de medición crea un cuestionario o escala que incluya preguntas basadas en los criterios adaptados. Este instrumento puede utilizar una escala tipo Likert (por ejemplo, de 1 a 5) para que los participantes califiquen la frecuencia con la que experimentan cada uno de los síntomas.

- **Teoría de Respuesta al Ítem (TRI):**

La TRI desarrollada a partir de los trabajos de Georg Rasch (1960) y Allan Birnbaum (1968), ha sido posteriormente refinada y expandida por otros investigadores en el campo de la psicometría. Esta teoría permite descomponer el constructo de adicción en dimensiones específicas, como el uso excesivo, la falta de control personal y la obsesión por las redes sociales. Esto ayuda a medir con mayor precisión los niveles de adicción entre los usuarios (Abal, F. J. P., Piccini, S., Sanchez Gonzalez, J. F., & Lozzia, G., 2021).

La TRI se aplica en el estudio de la adicción a las redes sociales para evaluar y validar instrumentos de medición, como el ARS desarrollado por Ecurra y Salas (Suárez-Perdomo, Garcés-Delgado, García-Álvarez, & Ruiz-Alfonso, 2023).

El ARS evalúa tres dimensiones fundamentales:



- **Obsesión por las redes sociales:** Compromiso mental y pensamientos recurrentes sobre el uso de estas plataformas.
- **Falta de control personal:** Dificultad para regular el tiempo dedicado a las redes sociales, lo que puede llevar al descuido de otras responsabilidades.
- **Uso excesivo:** Indicadores de que el tiempo invertido en redes sociales interfiere con la vida diaria.

La aplicación de la TRI ha permitido ajustar el cuestionario eliminando ítems que no se comportaban adecuadamente, mejorando así la calidad del instrumento final (Abal, F. J. P., Piccini, S., Sánchez González, J. F., & Lozzia, G. 2021). Esto asegura que el ARS sea efectivo en la identificación de individuos con problemas relacionados con el uso excesivo de redes sociales. La TRI es fundamental en el estudio de la adicción a las redes sociales, ya que proporciona un marco robusto para desarrollar, validar y ajustar instrumentos de medición. Su enfoque en la relación entre los ítems y los rasgos latentes permite una evaluación más precisa y útil del fenómeno adictivo en contextos contemporáneos.

2.2.2. Redes sociales

Las Redes Sociales (RS) son estructuras complejas que involucran la interacción de los usuarios, dividiéndose en dos tipos principales: las RS convencionales (como sistemas de correos) y las Redes Sociales Virtuales (RSV), que mantienen la estructura de las convencionales, pero con dinámicas más fluidas, las RSV forman parte integral de la vida cotidiana, con alrededor de 3 mil millones de usuarios, principalmente adolescentes y jóvenes adultos, siendo



Facebook e Instagram las más utilizadas. El aumento en dispositivos móviles ha impulsado su uso, pero su constante utilización tiene aspectos positivos y negativos. Mientras algunos encuentran beneficios en estudio y trabajo, otros experimentan impactos negativos en salud mental, como insomnio y ansiedad (Aguirre, et al. 2022, p. 2).

2.2.3. Tipos de redes sociales

Cuando hablamos de redes sociales, se hace referencia a diferentes plataformas que sirven para satisfacer los criterios que las personas buscan, en especial para posibilidad de comunicarse con otras personas, como amigos, compañeros, familiares e incluso desconocidos. La capacidad de entablar conversaciones, compartir videos, fotografías y obtener interacción en cada publicación son aspectos fundamentales (Sarmiento, 2020, p. 9).

Según, Sarmiento (2020), “las redes sociales más populares y utilizadas por los jóvenes, adolescentes e incluso adultos, son los siguientes” (p. 10).

- **Facebook.** Reconocida por su facilidad para compartir contenido, subir fotos ilimitadas, crear cuentas fácilmente y facilitar la integración de mensajes y correos electrónicos. A pesar de no haber sido inicialmente concebida como una herramienta educativa, se ha convertido en una opción preferida para los adolescentes. Actualmente Facebook es la red social que más usuarios tiene en el mundo (p. 10).
- **Tik Tok.** Ha ganado popularidad entre los adolescentes, destacando por sus videos cortos y creativos, convirtiéndose en una de las tres plataformas principales más utilizadas durante la coyuntura actual. Aunque



inicialmente centrada en entretenimiento, Tik Tok también ha sido utilizada en proyectos escolares (p. 13).

- **Instagram.** Es una red social basada en imágenes, experimenta un rápido crecimiento y se ha vuelto muy popular ente las nuevas generaciones. Diseñada para su uso móvil, permite a los usuarios tomar fotos directamente desde su dispositivo y compartirlas en línea, utilizando hashtags para categorizar el contenido. Con más de 1.000 millones de usuarios activos, se ha convertido en una plataforma influyente (p. 11).
- **YouTube.** Es una plataforma de video en línea que permite a los usuarios subir, compartir y ver contenido audiovisual. Desde su lanzamiento en 2005, se ha convertido en el sitio más popular de su tipo, albergando millones de videos sobre una amplia variedad de temas, desde entretenimiento hasta educación. YouTube se ha consolidado como una herramienta esencial para el marketing digital y la comunicación social.
- **WhatsApp.** Es una plataforma de mensajería instantánea que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes de texto, voz, imágenes, videos y documentos a través de Internet. Está diseñada para facilitar la comunicación constante, proporcionando notificaciones instantáneas que generan una sensación de inmediatez en las respuestas.

2.2.4. Adicción a las redes sociales

La adicción a las redes sociales, según Inquilla, Quispe y Rodríguez (2022), implica una pérdida de autocontrol debido a la dependencia desarrollada. Esta dependencia también lleva a síntomas de abstinencia, como ansiedad, ira y desesperación, cuando se enfrenta la imposibilidad de acceder a estas plataformas; la adicción a las redes sociales desde la postura de Ecurra y Salas indican que la



adicción a las redes sociales es una forma de adicción sin sustancias, manifestada por comportamientos incontrolables, y a pesar de que el uso de las redes sociales pueda reducir el estrés, se desarrolla una dependencia psicológica similar a la necesidad de sustancias como el alcohol para sentirse bien (p. 24).

Según De la Cruz (2014), la adicción a las redes sociales se manifiesta como un hábito conductual de dependencia psicológica al uso excesivo de estas plataformas, especialmente en adolescentes. A pesar de que los padres, profesores y centros educativos buscan prevenir este problema, también se ven afectados por un grado de adicción a las redes sociales, aunque estas se utilicen en el contexto educativo. A pesar de que el uso correcto de las redes sociales implica un involucramiento en el crecimiento exponencial de información para beneficiar el conocimiento y la interrelación, se observa un aumento en uso adictivo asociado con la satisfacción con la vida y la autoestima de los adolescentes (p. 13).

Por su lado, el Centro de Investigación y Tratamiento de Adicciones (CITA, 2020) considera que la dependencia de las redes sociales es una enfermedad mental que se desarrolla con más frecuencia entre los jóvenes de todo el mundo; las redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y los sistemas de mensajería, como WhatsApp son atractivos para los jóvenes porque su actividad involucra una interacción inmediata. El uso de las redes sociales tiene uso social para comunicarse en un área conocida, pero esto sin control educativo puede rasgar la realidad de algunas personas, especialmente cuando hablamos sobre jóvenes adolescentes. La dependencia de las redes sociales asociadas con la mayoría de los jóvenes tiene brechas emocionales y en última instancia, asume redes sociales o registros poco realistas. El uso nace bajo un principio positivo, pero el problema se produce cuando el resto de la obligación de la vida social



normal (estudiar o trabajar, hacer deporte u otras aficiones, salir con amigos o relacionarse con la familia). Además, los últimos estudios han descubierto que el abuso de las redes sociales provoca alejamiento del entorno de la vida real, causando niveles altos de ansiedad, que afecta la autoestima y, en última instancia, puede causar la pérdida de autocontrol de habilidad.

El Dr. Fábregas, psiquiatra especialista en adicciones del centro CITA, explica que cuando hablamos de adicciones a redes sociales suele haber un problema subyacente que debe tratarse psicológicamente también. La timidez excesiva, baja autoestima, rechazo de la imagen corporal, depresión o hiperactividad son solo algunos ejemplos que pueden manifestarse tras la adicción.

Para Ortega (2018) citado en (Cari Bellido, 2022), refiere que la adicción a las redes sociales es una relación de dependencia que alguien desarrolla hacia estas plataformas virtuales de interacción con otros, aunque en realidad hay algo más que esto. Las personas que se obsesionan con las redes sociales no piensan todo el rato en el placer que el uso de la red social les hace sentir, sino en lo que se consigue a través de esa plataforma. Al respecto Vizcarra, (2018) señala que “una red social en Internet es un grupo de personas conectadas entre sí, que tienen el objetivo de crear conexiones sociales. No obstante, hay que tener cuidado, este mundo virtual puede terminar absorbiéndolo y convertirlo en un adicto”.

2.2.5. Dimensiones de la adicción a las redes sociales

Inicialmente los ítems se diseñaron de acuerdo con los indicadores del DSM-IV-TR para adicción a sustancias, adaptándolos al constructo estudiado por (Escurrea y Salas, 2014), quienes consideran 3 factores, entre ellos: la obsesión por



las redes sociales, la falta de control personal por el uso de las redes sociales y el uso excesivo de las redes sociales; a continuación, detallamos cada uno de estos:

2.2.5.1. Obsesión por las redes sociales

De acuerdo con Alor (2023), la obsesión por las redes sociales es el primer factor que identifican (Escrura y Salas, 2014), quienes mencionan lo siguiente:

Se determina obsesión a aquella acción de estar fantaseando y al pensamiento permanente que tiene la persona sobre las RS, asimismo, la preocupación la cual es producida por el uso excesivo a esta plataforma, además de presentar una ansiedad al no lograr ingresar a las RS. (p. 27).

Por otro lado, Carballeira (2018), indica a los adolescentes como aquello que cada vez priorizan más las nuevas tecnologías para comunicarse con amigos y conocidos, y aunque la mayoría sigue prefiriendo relacionarse cara a cara, un alto porcentaje ya elige los mensajes de texto como su forma preferida de comunicación, transformándose en una verdadera obsesión en las redes sociales.

Tiempo de uso de redes sociales. Tiene relación con la necesidad de permanecer en las redes sociales, lo cual indica que una parte significativa de las decisiones y el comportamiento de las personas no se origina en su propio juicio, si no en la observación de cómo se comportan y expresan opiniones quienes les rodean. La necesidad de validación de la realidad propia se intensifica especialmente en individuos que experimentan inseguridad llevándolos a buscar la aprobación de los demás, como en situaciones en las que se preguntan, por ejemplo, ¿me



queda bien este vestido? Este deseo de aceptación social está estrechamente vinculado con el fenómeno de superación por asociación. En casos en los que las personas no pueden alcanzar logros notables por sus propios medios, optan por unirse a grupos exitosos para experimentar una sensación de victoria compartida. Un ejemplo claro de esto es convertirse en hincha de un equipo de fútbol, donde la emoción de un partido y la alegría de la victoria se experimentan sin la necesidad de participar físicamente en el juego durante los agotadores 90 minutos. Hoy en día, plataformas como Twitter e Instagram ofrecen el entorno ideal para dinámica de superación por asociación; este fenómeno se refleja en la participación en conversaciones y la exhibición de logros o experiencias en estas redes sociales, donde las interacciones y la validación de otros usuarios cumplen el papel de satisfacer la necesidad de pertenencia y éxito compartido (Montoro, 2018).

Conexión a redes sociales. El pensar en las redes sociales persiste incluso mientras se realizan otras actividades, tal como menciona Ehmke (2021). Los adolescentes demuestran habilidades excepcionales para mantenerse ocupados durante extensos periodos, extendiéndose más allá de las horas escolares y la hora de dormir; durante la realización de tareas o incluso cuando están en línea, los jóvenes emplean sus celulares, dedicándose a actividades como el envío de mensajes, compartir contenido, provocar y desplazarse sin cesar por la pantalla.

El problema radica en que esta adicción puede resultar en el deterioro o incluso pérdida de relaciones interpersonales en diversos ámbitos, ya sea en la institución, en el círculo de amigos, en lo amoroso;



la persona adicta tiende a priorizar su tiempo en las redes sociales en lugar de dedicarlo a las personas que lo rodean (Expósito, et al., 2024).

Actitud hacia el uso de redes sociales. Experimenta ansiedad al no poder conectarse a las redes sociales es un aspecto destacado. Estudios como Status Of Mind de la Royal Society for Public Health señalan que el uso excesivo de redes sociales, especialmente superando las dos horas diarias, contribuye al aumento de casos de ansiedad y depresión en la población joven; por otro lado, las mujeres son más susceptibles que los hombres, posiblemente debido a problemas de autoestima, lo que las hace más dependientes de la validación social (Montoro, 2018).

2.2.5.2. Falta de control personal en el uso de las redes sociales

“Se refiere a explorar las preocupaciones con el manejo de las redes sociales por parte de la persona, junto con la dilatación de distintas responsabilidades que impactan de manera notoria su desempeño académico”. (Escurrea y Salas citado en Alor, 2023, p. 26). Además, la falta de control de impulsos contribuye un componente destacado en el análisis de conductas adictivas no vinculadas a sustancias; lo que resulta especialmente relevante para comprender la inclinación del individuo adicto hacia la búsqueda prioritaria de gratificaciones y placeres inmediatos, a menudo relegando la consideración de las consecuencias a medio o largo plazo (Guzmán & Gélvez, 2023).

Prioridad por el uso de redes sociales. La reflexión constante sobre lo que podría estar sucediendo en las redes sociales es una dinámica común. Se plantea la pregunta de cómo afectaría recibir un hipotético “no



me gusta” en comparación con la gratificación de un “me gusta”. Se destaca que la respuesta revela que el impacto emocional negativo es considerable más potente que el positivo. Cuando los usuarios experimentan una relación emocional intensa, como enojo, se vuelven propensos a abandonar la red. Es por esta razón que las plataformas a redes sociales dedican considerables esfuerzos y recursos para evitar que los usuarios encuentren contenido perturbador (Montoro, 2018).

Por otro lado, el descuido de los estudios de debido a la conexión constante a las redes sociales, afecta significativamente a la población estudiantil. Este aspecto se manifiesta cuando, en lugar de dedicarse al estudio para preparar un examen, los estudiantes optan por permanecer conectados, resultando en un bajo rendimiento académico y, por consiguiente, en falta de interés en su propio proceso de aprendizaje cognitivo; este comportamiento también forma parte de las consecuencias que las redes sociales tienen en los adolescentes. En algunos casos, los jóvenes incluso prefieren ausentarse de sus clases para permanecer conectados desde sus hogares, especialmente cuando carecen de supervisión parental (Condori, et al., 2023).

Autocontrol en el uso de redes sociales. Según Díaz, et al., (2018), los grupos más susceptibles de sufrir pérdida de autocontrol son la población adolescente y universitaria. Y aunque el sujeto es consciente de que debe controlar su uso desmedido a las redes sociales, éste simplemente pierde la voluntad inicial.



2.2.5.3. Uso excesivo de las redes sociales

Este aspecto está vinculado al periodo durante el cual la persona emplea las redes sociales, así como la duración de su actividad en ellas, sin evidenciar una disminución en el tiempo dedicado al uso excesivo de las redes sociales. Así también, uno de los desafíos fundamentales se encuentra en el riesgo de distracción que plantean las redes sociales (Cuquerella & García, 2024). Estas plataformas tienen el potencial de volverse adictivas, consumiendo; si no se utiliza de manera equilibrada; el exceso de participación en redes sociales puede interferir con el tiempo dedicado al estudio, teniendo un impacto negativo en el rendimiento académico, además, surge la preocupación acerca de la calidad y la validez de la información compartida en las redes sociales dada la facilidad con la que cualquier individuo puede publicar contenido, se vuelve decisivo que los estudiantes desarrollen la capacidad de distinguir entre información confiable y falsa (Guzmán & Gélvez, 2023).

Necesidad de satisfacción por las redes sociales. Los adolescentes muestran una marcada inclinación a permanecer conectados en las redes sociales. Asimismo, la principal motivación de contar con redes sociales es para conectarse o registrarse en alguna red social, radica en la curiosidad por ver las publicaciones de amigos o familiares, así como en la búsqueda de información sobre los eventos actuales. Además, cuando estas plataformas capturan nuestra atención, también pueden afectar nuestra felicidad al distraernos de la consecución de objetivos vitales, dando lugar a lo que se conoce como trastorno de déficit de intención. Este fenómeno genera una sensación ilusoria de satisfacción temporal,



relajación y alivio en el individuo (Doğan, Karakul, Akgül, Öztornaci, et al., 2022).

Dedicación al uso de redes sociales. Es necesario mencionar que el perder la noción del tiempo al acceder a las redes sociales; si bien es cierto que las redes sociales desempeñan un papel productivo, e incluso crucial, en la sociedad actual, caracterizada por la tecnología y la comunicación instantánea; también, pueden convertirse en una fuente de problemas cuando los usuarios no controlan el tiempo que pasan en línea. Incluso en la compañía de otras personas, la necesidad constante de revisar el celular, que es el medio más usado para estar conectado, muestra un indicador de alerta sobre el uso excesivo de estas redes (Cobis & Viloría, 2022, p. 20).

Asimismo, el invertir mucho tiempo del día conectado a las redes sociales; tiene relación con los “me gusta”, estos funcionan como recompensas variables intermitentes, actuando como estímulos de aprobación que refuerzan las conductas de los usuarios, incentivándolos a buscar cada vez más respuestas positivas para alimentar su propio ego o aumentar su popularidad. Cano, et al. (2022) señala que, los comportamientos repetitivos pueden llevar a una forma de consumo que eventualmente puede desarrollar adicción, ocasionando en el adolescente ansiedad y estrés, más conocido como el “miedo a perderse algo” (Fear of Missing Out (FoMO), por sus siglas en inglés).

También, permanecer mucho tiempo en las redes sociales, impacta de forma negativa en la productividad, ya que el cerebro busca

constantemente actividades que lideren dopamina, y las redes sociales proporcionan una vía fácil para ello. Durante la jornada laboral, al estudiar, estas plataformas se convierten en obstáculos, dificultando el cumplimiento de las responsabilidades diarias. Aunque sabemos que debemos realizar tareas obligatorias, la adicción a la distracción en las redes sociales a menudo nos lleva a postergarlas, generando sentimientos de culpa por no aprovechar el tiempo de manera más productiva (Centella, et al., 2024).

2.2.6. Autoestima

Según Morris Rosenberg (1965), la autoestima se define como una actitud positiva o negativa que una persona tiene hacia sí misma. En su enfoque, la autoestima se considera un fenómeno actitudinal influenciado por factores sociales y culturales. Rosenberg sostiene que la autoestima se desarrolla a través de un proceso de comparación entre el "yo real" y el "yo ideal", donde una menor discrepancia entre estos dos aspectos resulta en una mayor autoestima. Esto implica que la percepción de uno mismo en relación con los valores personales y las expectativas sociales juega un papel crucial en la formación de la autoestima.

La escala de autoestima de Rosenberg, que consta de diez ítems, se utiliza ampliamente para medir este constructo, evaluando tanto sentimientos de respeto como de aceptación personal. Esta escala ha demostrado ser un instrumento confiable y válido en diversas poblaciones y contextos culturales, lo que resalta la importancia de la autoestima en el bienestar psicológico general.

La autoestima es un constructo psicológico que se ha estudiado desde diversas perspectivas en los últimos años. Según Antonio Duro Martín (2021), la



autoestima se conceptualiza como un sistema dinámico que se actualiza constantemente a través de las interacciones del individuo con su entorno.

En su modelo teórico, Duro propone que la autoestima resulta de la comparación entre el "yo modelo" (la imagen ideal de uno mismo) y el "yo percibido" (la percepción real de uno mismo). Este enfoque destaca la influencia de experiencias previas y procesos cognitivos en la formación y mantenimiento de la autoestima. Además, el modelo sugiere que las experiencias vividas influyen en cómo las personas evalúan su valía personal y cómo responden emocionalmente a sus logros y fracasos. Esta perspectiva no solo proporciona una comprensión más profunda de la autoestima como un fenómeno dinámico, sino que también tiene aplicaciones prácticas en la psicoterapia, donde se pueden desarrollar intervenciones específicas para abordar problemas relacionados con la autoestima (Duro Martín, 2021).

2.2.6.1. Niveles de la autoestima

- a) **Autoestima elevada.** Según Branden (1998), una autoestima elevada está orientada hacia la consecución de logros y metas desafiantes. Cuanto más robusta sea la autoestima de una persona, mejor estará preparada para enfrentar los obstáculos y retos que se presenten en su vida. Además, es probable que estas personas sean más comunicativas y se sientan libres para expresar sus pensamientos y emociones. En resumen, a mayor autoestima, mayor será la disposición para establecer relaciones saludables y gratificantes.



- b) Autoestima media.** Según Rosenberg (1973), una autoestima media se caracteriza porque el individuo no se percibe como superior a los demás, ni tampoco se acepta completamente a sí mismo. Aunque sus comportamientos suelen ser positivos, mostrando optimismo y la capacidad de aceptar críticas, también tienden a experimentar inseguridades respecto a su valor personal y pueden depender de la aprobación de los demás.
- c) Autoestima baja.** Según Branden (1998), una autoestima baja tiende a buscar la seguridad en lo familiar y evita las exigencias. Cuanto más baja sea nuestra autoestima, menores serán nuestras expectativas y aspiraciones. Además, aumentará la necesidad de "demostrarnos" a nosotros mismos, lo que puede llevar a que nuestra comunicación sea más confusa, evasiva e inapropiada, debido a la falta de claridad sobre nuestros propios pensamientos y emociones.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Adicción

“Son caracterizadas por dominar la voluntad de una persona acerca de una dependencia a una sustancia, relación o actividad” (Martín & Medina, 2021, p. 57).

2.3.2. Adicción a internet

Kokoç y Göktaş (2024), señala que la adicción a internet está caracterizada por aquella incapacidad de una persona para desconectarse de la red, perdiendo el control sobre su uso y desarrollando de esa forma una dependencia que se



convierte en incomodidad, fatiga y disfuncionalidad en las actividades diarias de esa persona. Así mismo, se conoce también como la inhabilidad de poder poner límites al uso de internet, el cual crea malestar significativo en la persona.

2.3.3. Atractivo de las redes sociales

El acceso a Internet resulta particularmente atractivo para los jóvenes porque ofrece soluciones inmediatas, interactividad y una variedad de actividades que generan recompensas rápidas. Su uso puede ser beneficioso cuando se equilibra con otras actividades esenciales para el bienestar, como practicar deportes, estudiar, mantener relaciones familiares y sociales, entre otras, sin embargo cuando su uso se torna excesivo, puede provocar consecuencias negativas como ansiedad, aislamiento, baja autoestima y pérdida de control, lo que denota un abuso que impacta significativamente la calidad de vida del individuo (Carranza, 2020).

2.3.4. Falta de control

Es la incapacidad consciente para regular voluntaria y adaptativamente los impulsos, con el objetivo de alcanzar un mayor equilibrio personal y relacional. Esta falta de regulación hace que las personas con trastorno de control impulsivo sean más propensas a mostrar conductas instintivas, independientemente de las consecuencias que esas conductas puedan tener (Psicoglobal, 2020).

2.3.5. Frecuencia de uso de redes sociales

El aumento en la frecuencia del uso del Internet trajo consigo un incremento de la frecuencia de uso de las redes sociales. Según Carranza (2020), en enero del 2020 se reportaron un total de 3.800 millones de usuarios de redes



sociales, con un aumento del 9% (321 millones de nuevos usuarios) en comparación con el año anterior, con un tiempo de conexión promedio de 2 horas y 24 minutos al día por persona. Asimismo, las redes sociales preferidas por el usuario son Facebook, el cual lideró la lista en el año 2020 con 2.449 millones de usuarios, seguido de YouTube con 2.000 millones, WhatsApp con 1.600 millones, Facebook Messenger con 1.300 millones, Instagram con 1.000 y TikTok con 800 millones.

2.3.6. Obsesión

La característica esencial del trastorno obsesivo-compulsivo es la presencia de obsesiones o compulsiones de carácter recurrente, lo suficientemente graves como para provocar pérdidas de tiempo significativas (por ejemplo, el individuo dedica a estas actividades más de 1 hora al día) o un acusado deterioro de la actividad general o un malestar clínicamente significativo (Guzmán & Gélvez, 2023).

2.3.7. Redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que facilitan la interacción, comunicación y el intercambio de contenido entre personas y grupos mediante dispositivos conectados a internet. Estas herramientas permiten la creación de perfiles personales, la publicación de contenido multimedia y la participación en comunidades virtuales, lo que las convierte en un espacio clave para la conexión social y profesional en la actualidad (Meneses, 2021).



2.3.8. Uso de las redes sociales

La revolución digital crece a pasos agigantados alrededor de todo el mundo. Beltrán, et al. (2024), mencionan que el uso de las redes sociales promueve la comunicación bidireccional, permitiendo a los usuarios interactuar mediante comentarios, mensajes y reacciones. Asimismo, la importancia del uso de las redes sociales radica, en que estas facilitan la comunicación, forma comunidades, promociona negocios, da visibilidad a causas sociales. Usadas de la mejor forma puede inclusive formar parte de herramientas estratégicas en marketing digital y creación de marca, donde los usuarios son tanto consumidores como creadores de contenido.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

El trabajo de investigación se realiza en la Institución Educativa Secundaria José Carlos Mariátegui del departamento, provincia y ciudad de Puno, que se halla ubicado en el Jr. Jorge Basadre s/n, ciudad universitaria de la UNA Puno.

Los principales límites de la ciudad de Puno son:

- Por el Este: Con el Lago Titicaca y el país de Bolivia.
- Por el Oeste: Departamento de Moquegua.
- Por el Norte: Provincia de San Román y Huancané.
- Por el Sur: Provincia de El Collao.

Figura 1

Localización en el mapa, de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno



Nota: Extraído de [mieducativo.com/Google maps](http://mieducativo.com/Google%20maps)



3.2. TIPO Y MÉTODO DE ESTUDIO

3.2.1. Enfoque de investigación

La investigación adopta un enfoque cuantitativo, que sigue un proceso estructurado y secuencial. Comienza con la delimitación de una idea, lo que permite formular objetivos y preguntas de investigación. Luego, se revisa la literatura y se desarrolla un marco teórico. A partir de las preguntas, se establecen hipótesis y se definen variables. Se elabora un plan para probar las hipótesis, se miden las variables en un contexto específico y se analizan los datos con métodos estadísticos, culminando en la extracción de conclusiones (Hernández, et al., 2014, p. 4).

3.2.2. Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo descriptivo y correlacional. Los estudios correlacionales tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico. En ocasiones solo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables (Hernández, et al., 2014, p. 93). En este caso, la investigación se centra en medir las variables "Adicción a las redes sociales" y "Autoestima".

3.2.3. Método de investigación

Se utilizó el método hipotético - deductivo, según Hernández Sampieri (2014), es un enfoque que se utiliza para formular y probar hipótesis en el contexto de la investigación científica. Este método se basa en la idea de que se pueden hacer conjeturas sobre la naturaleza de un fenómeno y luego deducir



consecuencias observables que pueden ser verificadas a través de la recolección de datos. Su característica principal es por ir de lo general a lo particular. En este contexto, se analizaron las relaciones entre variables para determinar su correlación.

3.2.4. Diseño de investigación

La investigación responde al diseño no experimental de corte transversal, teniendo en cuenta que no se buscó explicar causas ni efectos, pues se enfocó en determinar la relación que existe entre las variables “Adicción a las redes sociales y la autoestima”. Hernández, et al. (2014), mencionan que “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (p. 154).

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE DATOS

3.3.1. Técnica

Arias (2012), menciona que “se entenderá por técnica de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (p. 67). La técnica es **la encuesta**, que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica y que además utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación.

3.3.2. Instrumento

“Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar



información” (Arias, 2012, p. 68). El instrumento es **el cuestionario**, lo cual es una herramienta de investigación, conjunto de cuestiones o preguntas que deben ser contestadas en un examen, prueba, test, encuesta, etc., su construcción, aplicación y tabulación poseen un alto grado científico y objetivo. Para la presente investigación se hizo uso de:

El **Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)**, de sus autores (Ecurra Mayaute y Salas Blas, 2014) de su Artículo científico “Construcción y Validación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales” basado en el DSM-IV-TR y TRI; posee prominente nivel de validez y confiabilidad, el cual está conformado por 3 dimensiones: a) Obsesión por las redes sociales, b) Falta de control personal en el uso de las redes sociales y c) Uso excesivo de las redes sociales, y a su vez consta de 24 ítems referidos al uso de las redes sociales. La escala de medición utilizada en este estudio es de tipo Likert, que se presenta de la siguiente manera: (1) Siempre, (2) Casi siempre, (3) A veces, (4) Casi nunca y (5) Nunca. A continuación, se presenta un cuadro de estimación de los parámetros de los ítems según sus dimensiones.

DIMENSIÓN	ÍTEM	ENUNCIADO
OBSESIÓN POR LAS REDES SOCIALES	2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.
	3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.
	5	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.
	6	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.
	7	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.
	13	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.



	15	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.
	19	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.
	22	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.
	23	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).
FALTA DE CONTROL PERSONAL EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES	4	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.
	11	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.
	12	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.
	14	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.
	20	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.
	24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.
USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES	1	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.
	8	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.
	9	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.
	10	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.
	16	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.
	17	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.
	18	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.
	21	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.



Y la **Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)**, de su autor (Morris Rosenberg, 1965); este instrumento psicológico posee gran nivel de validez y fiabilidad, siendo ampliamente utilizado para medir la autoestima, además, está constituido por 10 ítems: 5 son afirmaciones direccionadas positivamente y 5 negativamente para controlar el efecto de la aquiescencia autoadministrada. De los ítems 1 al 5, las respuestas de A a D se puntúan de 4 a 1. De los ítems del 6 al 10, las respuestas de A a D se puntúan de 1 a 4. Su escala de medición es de tipo Likert y se presenta de la siguiente manera: (A) Muy de acuerdo, (B) De acuerdo, (3) En desacuerdo, (4) Muy en desacuerdo. El baremo de esta escala es la siguiente:

- De 30 a 40 puntos: **Autoestima elevada**; considerada como autoestima normal.
- De 26 a 29 puntos: **Autoestima media**; no presenta problemas de autoestima graves, pero es conveniente mejorarla.
- Menos de 25 puntos: **Autoestima baja**; existen problemas significativos de autoestima.

3.3.3. Escalamiento Likert

Hernández, et al. (2014), describen el escalamiento Likert como una herramienta de medición que consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones a los participantes, quienes deben expresar su reacción eligiendo una opción en una escala, típicamente de cinco puntos, con valores numéricos. Esto permite calcular una puntuación total sumando las respuestas, facilitando la evaluación de actitudes o percepciones sobre un tema específico.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO

3.4.1. Población

La población de estudio estuvo constituida por 314 estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno. Sus principales características son las siguientes: tienen entre 12 a 17 años, pertenecen a un colegio mixto donde un poco más de la mitad son del género masculino, provienen en un 40% de familias nucleares, 40% de familias monoparentales y 20 % de familias extendidas. Proceden mayormente de los barrios urbano marginales de la zona norte y distritos de la ciudad de Puno, incluyendo San José, Uros Chulluni, Costanera, Vallecito, Bellavista, LLavini, Huáscar, Yanamayo, Totorani, Laykakota, Salcedo, Cancharani, Platería, Atuncolla y Paucarcolla.

3.4.2. Muestra

Para Hernández, et al. (2014), identifica la muestra como el subconjunto de la población establecida del que se recogen los datos relevantes para el estudio. Para el recojo de datos, se utilizó el muestreo estratificado porcentual aleatorio simple, con una muestra de 173 estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno, de los cinco niveles académicos, considerando cada grado y sección A, B y C.

Para hallar la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$



Variabes:

K 1.96

e 5%

p 0.5

q 0.5

N 314

Confianza	91%	92%	93%	94%	95%	96%	97%	98%	99%
K	1.64	1.7	1.75	1.81	1.96	2.05	2.17	2.33	2.58

Donde:

K : Factor probabilístico dado por el nivel de confianza, con el que se decida trabajar

p*q : Varianza de la proporción

e : Error máximo permitido

N : Población

Reemplazando:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 314}{(5\%^2 \times (314 - 1)) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{301.5656}{1.7429}$$

$$n = 173.025$$

Hallando en la fórmula presentada, obtenemos un resultado de 173.025; sin embargo, las personas son enteras, por lo que no puede haber decimales; es decir, que para el presente estudio que tiene como población 314 estudiantes, se tuvo como muestra un total de 173 estudiantes.

Tabla 1

Distribución del número de estudiantes por grado para la muestra de estudio de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

	Grado escolar	Cantidad de alumnos	Muestra estratificada por grado escolar	
Muestra por grado	1° A	25	14	
	1° B	25	14	
	1° C	23	13	
	2° A	22	12	
	2° B	21	11	
	2° C	24	14	
	3° A	30	16	
	3° B	29	16	
	4° A	26	15	
	4° B	29	16	
	5° A	30	16	
	5° B	30	16	
		TOTAL	314	173

Nota: Nómina de estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022

Posteriormente, se extrajo la muestra de cada grado de una forma proporcional, con la finalidad de obtener resultados reales y convincentes, considerando que se redondeó los resultados específicos, puesto que las personas no pueden expresarse en decimales, como las muestras aleatorias estratificadas.

3.5. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO

Esta investigación se llevó a cabo a través del programa estadístico SPSS versión 25, el cual facilitó el procesamiento de los datos de la presente. Este programa se utilizó para validar el instrumento y probar la hipótesis general como las específicas.

3.5.1. Prueba estadística

La prueba estadística es la no paramétrica ya que corresponde a una distribución ordinal. Por ello, se contrasta la hipótesis general y las específicas. Además, en esta investigación se considera el coeficiente de correlación Rho Spearman a un nivel de significancia de 0,05.

Tabla 2

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a (n>50)			Shapiro-Wilk (n≤50)		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Adicción a las redes sociales	.087	173	.003	.960	173	.000
Autoestima	.113	173	.000	.954	173	.000
Obsesión por las redes Sociales	.145	173	.000	.913	173	.000
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	.093	173	.001	.983	173	.032
Uso excesivo de las redes Sociales	.117	173	.000	.913	173	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo

Corrección de significación de Lilliefors

H₀: Los datos siguen una distribución normal (Hipótesis Nula)

H₁: Los datos no siguen una distribución normal (Hipótesis Alterna)

Entonces: si p-valor (significativa) < 0.05, se rechaza la **H₀** (Hipótesis Nula)

- Como la significancia es 0,003; entonces se acepta la **H₁**, lo que significa que los datos de la variable Adicción a las redes sociales no siguen una distribución normal, para un 95% de nivel de confianza.
- Como la significancia es 0,000; entonces se acepta la **H₁**, lo que significa



que los datos de la variable Autoestima no siguen una distribución normal, con un nivel de confianza del 95%.

- Como la significancia es 0,000; entonces se acepta la H_1 , lo que quiere decir que los datos para la dimensión Obsesión por las redes sociales no sigue una distribución normal, para un nivel de confianza del 95%.
- Como la significancia es 0,001; entonces se acepta la H_1 , lo que indica que los datos de la dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales no sigue una distribución normal, para un nivel de confianza del 95%.
- Como la significancia es 0,000; entonces se acepta la H_1 , lo que indica que los datos de la dimensión Uso excesivo de las redes sociales no sigue una distribución normal, para un nivel de confianza del 95%.

3.5.2. Nivel de significancia

El nivel de significancia es del 5% (viene incorporado por defecto en el paquete (SPSS) y es equivalente a un 95% de nivel de confianza, por lo tanto α (0,05).

3.5.3. Análisis de resultados

Para el análisis estadístico de los resultados, se utilizó la prueba estadística Rho de Spearman, cuya fórmula es:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$



Donde:

D : La diferencia entre los rangos pareados de cada par de variantes X_i, Y_j .

n : Tamaño de muestra

ρ : Coeficiente de correlación de Spearman

Y : Variable dependiente

X : Variable independiente

3.5.4. Regla de decisiones para la prueba de hipótesis

El nivel de significancia es del 5% ($\alpha=0.05$), que equivale a un nivel de confianza del 95%. Entonces la regla de decisión la consideramos de la siguiente forma:

- $p < 0.05$, se rechaza la H_0 : considerando que no existe relación significativa (Hipótesis Nula).
- $p > 0.05$, no se rechaza la H_1 : considerando que existe relación significativa (Hipótesis Alterna).

3.5.5. Correlación de Spearman

La correlación Rho de Spearman, se simboliza como ρ , son medidas de correlación para variables en un nivel de medición ordinal (ambas), de tal modo que los individuos, casos o unidades de análisis de la muestra pueden ordenarse por rangos. Son coeficientes utilizados para relacionar estadísticamente estacas tipo Likert por aquellos investigadores que las consideran ordinales. (Hernández, et al., 2014, p. 322). El coeficiente de correlación Rho Spearman toma el valor que está entre +1 y -1:



- 1.00= Correlación negativa perfecta
- 0.90= Correlación negativa muy fuerte
- 0.75= Correlación negativa considerable
- 0.50 = Correlación negativa media
- 0.25= Correlación negativa débil
- 0.10= Correlación negativa muy débil
- 0.00 = No existe correlación alguna entre las variables**
- +0.10 = Correlación positiva muy débil
- +0.25 = Correlación positiva débil
- +0.50 = Correlación positiva media
- +0.75 = Correlación positiva considerable
- +0.90 = Correlación positiva muy fuerte ´
- +1.00 = Correlación positiva perfecta

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presentan mediante tablas los resultados obtenidos sobre la investigación, “Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022”, en estas tablas se describen el mayor y menor porcentaje significativo y la correlación de Spearman que demuestra el grado de significancia entre ambas variables.

4.1.1. Resultado para el objetivo general

Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Tabla 3

Adicción a las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Adicción a las redes sociales	Autoestima						Total	
	Autoestima baja		Autoestima media		Autoestima elevada			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Obsesión por las redes sociales	2	1.2%	4	2.3%	9	5.2%	15	8.7%
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	5	2.9%	27	15.6%	31	17.9%	63	36.4%
Uso excesivo de las redes sociales	2	1.2%	52	30.1%	41	23.7%	95	54.9%
TOTAL	9	5.2%	83	48.0%	81	46.8%	173	100.0%

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo



En los resultados de la Tabla 3, se muestran que 30,1% de los encuestados hace un uso excesivo de las redes sociales siendo el comportamiento más prevalente y tienen una autoestima media. Este resultado sugiere que más de la mitad de los encuestados dedica una cantidad considerable de tiempo a las redes, reflejándose en la necesidad de satisfacción por el uso de éstas, la gran urgencia de permanecer conectados, estar atentos a las alertas que llegan desde estos medios, inclusive conectándose con disimulo en horas de clases, todo ello les produce sensaciones de alivio y relajación, además la mucha dedicación a la navegación por estas plataformas hace que pierdan el sentido del tiempo, creando considerable inversión de su permanencia en la conexión a las redes sociales reflejando dificultades para establecer límites en su uso, lo cual puede impactar en otras áreas de su vida. Con relación a la autoestima de nivel medio que manifiestan los estudiantes indica que existe inestabilidad emocional, pero con áreas susceptibles de mejora y en ocasiones pueden mostrar actitudes de superioridad o inferioridad frente a otros, con esto no se evidencia problemas graves de autoestima, pero existe la necesidad de mejorarla. Por otra parte, se puede observar que, el 1,2% presentan obsesión por las redes sociales, siendo asociado con una autoestima baja. Lo que indica que una proporción reducida de estudiantes podría estar experimentando síntomas más graves relacionados con la dependencia de estas plataformas, lo que los llevaría a enfrentar dificultades significativas en su percepción personal y su interacción con las redes sociales.

Los resultados indican que los estudiantes de esta institución educativa están expuestos a las tres dimensiones de la adicción a las redes sociales: obsesión, falta de control personal y uso excesivo. Este último aspecto muestra la mayor concentración porcentual, ya que los adolescentes tienden a utilizar las redes



sociales en exceso, siendo Facebook y TikTok las más usadas debido a su accesibilidad y facilidad de uso, ya que ofrecen diversas funcionalidades y son atractivos para ellos, además han captado su atención pues son personalizables al gusto de los adolescentes y las utilizan como espacios para interactuar, comunicarse, crear y compartir contenido. Así, el uso excesivo de las redes sociales entre los estudiantes se manifiesta en la necesidad de satisfacción que experimentan al estar conectados a diversas plataformas en el ciberespacio, el simple acto de ingresar y conectarse a estos medios sociales les produce alivio y les relaja. Además, permanecen atentos a las notificaciones que reciben y, en ocasiones, se conectan discretamente durante las horas de clases a través de sus teléfonos celulares. La autoestima de este grupo poblacional se sitúa en un nivel medio, lo que resalta la necesidad de optimizar este aspecto. Los adolescentes están en una etapa crucial de autodescubrimiento y son especialmente sensibles a las tendencias en los medios sociales, imitando patrones de conducta de figuras que idealizan un estilo de vida aparentemente óptimo. Por lo tanto, el desarrollo de una autoestima elevada o baja será impactada de cómo gestionen su uso de las redes sociales, que corren el riesgo de convertirse en una adicción.

Al respecto, Chira (2020), analizó cómo se expresa la adicción a las redes sociales en estudiantes de un colegio nacional de Huancavelica. Los resultados evidenciaron que la adicción a las redes sociales está asociada con características como la obsesión, la falta de control personal y uso excesivo, que corresponden a las dimensiones de esta adicción; por lo tanto, concluye que:

Los estudiantes presentan características de adicción a las redes sociales (obsesión, falta de control personal y uso excesivo), asociadas a las diversas facilidades que ofrecen estos medios virtuales, tales como la información, la



comunicación simultánea y la distracción. Se identificaron tres elementos relacionados con la adicción a las redes sociales, estas son: obsesión por las redes sociales, la cual está vinculada a la modificación en el estado de ánimo, síntomas de abstinencia, ansiedad y desinterés por la vida social referido a la interacción familiar. En cuanto al control personal, se asocia con la irresponsabilidad académica y el descuido de las actividades extraescolares y en el ámbito familiar, el deterioro de la relación e interacción con los miembros de la familia. Finalmente, el uso excesivo de las redes sociales genera dependencia en los estudiantes, caracterizada por la necesidad de ingresar a estos medios y la pérdida de noción de tiempo relacionada con el tiempo que se destina para su uso.

Por su parte, Chapilliquen y Puemape (2023), también abordan la relación entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales y la autoestima. Sus hallazgos indican que, a medida que disminuye la autoestima, la adicción a las redes sociales tiende a aumentar, y viceversa, lo que evidencia una correlación negativa e implica que un mayor nivel de adicción se asocia con una menor autoestima. Por otro lado, factores como la modificación del estado de ánimo y el uso excesivo de las redes sociales presentan una correlación positiva con la autoestima. Esto implica que los deseos incontrolables de acceso a las redes sociales, el uso excesivo y la incapacidad para controlar su uso están vinculados con la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos y con el juicio de valor que le otorgan a esa autopercepción, ya sea positiva o negativa (p. 31).

De igual manera, Valdez (2018), en su investigación hecha a estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Privada Niño de la Paz de la ciudad de Arequipa 2018, indican una correlación inversa entre la autoestima y la adicción a las redes sociales. En el estudio, se observó que el 67.3% de los

participantes presentaba un nivel medio de dependencia a las redes sociales, lo que refuerza la idea de que una autoestima baja está asociada con un uso problemático de internet. Esto significa que, a menor nivel de autoestima, mayor será la tendencia hacia la Adicción a Redes Sociales, de esta forma, menciona que los adolescentes que presentan bajos niveles de autoestima tienden a ser los que más adicción a internet desarrollan. De este modo, los niveles bajos de autoestima influyen en la adicción a internet, que podemos entender como un fenómeno complejo que depende también de los estímulos externos de cada adolescente.

4.1.2. Resultado para el objetivo específico 1

Identificar la relación entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Tabla 4

Obsesión por las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Obsesión por las redes sociales	Autoestima						Total	
	Autoestima baja		Autoestima media		Autoestima elevada			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Tiempo de uso de redes sociales	1	0.6%	1	0.6%	4	2.3%	6	3.5%
Conexión a redes sociales	5	2.9%	18	10.4%	24	13.9%	47	27.2%
Actitud hacia el uso de redes sociales	3	1.7%	64	37.0%	53	30.6%	120	69.4%
TOTAL	9	5.2%	83	48.0%	81	46.8%	173	100.0%

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo



En la Tabla 4, se observa que el 37% de los encuestados presentan actitudes hostiles hacia el uso de las redes sociales asociados con una autoestima media. Esta relación se evidencia en las posturas negativas que los estudiantes exhiben cuando no pueden conectarse a las redes sociales, tales como malhumor, ansiedad y aburrimiento; lo cual se ve reflejado en la impaciencia que muestran al no estar conectados, la angustia por mantenerse al tanto de lo que ocurre en estos medios y el deseo constante de recibir las últimas novedades publicadas en estas plataformas. Estas conductas están relacionadas con una autoestima de nivel medio, lo que se traduce en una valoración inconstante que los estudiantes tienen de sí mismos, lo que puede llevar a una dependencia emocional de las plataformas digitales. Además, su corta edad juega un papel crucial, ya que su desarrollo emocional aún está en proceso, lo que provoca inestabilidad en sus estados de ánimo y puede influir en sus reacciones y comportamientos frente a diferentes situaciones, aumentando su necesidad de conectarse constantemente a las redes sociales para buscar validación y satisfacción personal. Por otro lado, el 2,9% de los adolescentes muestra una conexión entre el uso de redes sociales y una autoestima baja. Este grupo experimenta pensamientos recurrentes y una sensación de desorientación al quedar desconectados, sin saber cómo actuar frente a ello. Aunque algunos intentan desconectarse intencionalmente por varios días, a menudo se encuentran atrapados en un ciclo de preocupación constante sobre lo que ocurre en las redes sociales, descuidando de sus relaciones con familiares y amigos. Dado que su nivel de autoestima es bajo, es crucial abordar esta situación de manera continua para ayudarles a lograr un equilibrio más saludable en su relación con las redes sociales.



Las redes sociales pueden volverse adictivas y muchos adolescentes desarrollan una obsesión por ellas, exponiendo sus vidas, ideas y pensamientos en un intento de ser populares y no quedarse atrás. Aquellos que abusan de estos espacios sociales suelen experimentar problemas de concentración, comportamientos disruptivos y bajo rendimiento escolar. Por lo tanto, es muy importante mantener un control adecuado sobre el uso de las redes sociales y asegurarse de que sus responsabilidades no sean descuidadas. Sin embargo, en la era moderna, el uso de dispositivos móviles y redes sociales es inevitable y necesario para adaptarse a las exigencias sociales. Estas herramientas, aunque útiles, pueden ser un arma de doble filo, afectando directamente la autoestima de los individuos, especialmente en los adolescentes, quienes se encuentran en el auge de su formación personal, suelen poseer una conducta vacilante y carecen de seguridad en su autovaloración, por lo que tienden a depender de la aceptación social.

En algunas circunstancias que afectan sobre todo a los adolescentes, Internet y los recursos tecnológicos pueden convertirse en un fin y no en un medio. Si hay una obsesión enfermiza por adquirir la última novedad tecnológica (por ejemplo, en móviles o en soportes de música) o las redes sociales se transforman en el instrumento prioritario de comunicación y de dedicación de tiempo, el ansia por estar a la última o por comunicarse virtualmente puede enmascarar necesidades psicológicas ocultas (Echeburúa & Requesens, 2012).

Además, según Álvaro (n.d.) “Algunas personas no son capaces de estar sin conexión a internet y miran cada dos minutos las novedades de las redes sociales, por lo que, en el momento que se quedan sin batería o sin cobertura pueden sentir estrés o ansiedad”. Por lo que, para Carballeira (2018), los

adolescentes cada vez priorizan más las nuevas tecnologías para comunicarse con amigos y conocidos, y aunque la mayoría sigue prefiriendo relacionarse cara a cara, un alto porcentaje ya elige los mensajes de texto como su forma preferida de comunicación, transformándose en una verdadera obsesión en las redes sociales.

4.1.3. Resultado para el objetivo específico 2

Analizar la relación de la falta de control personal en el uso de redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Tabla 5

Falta de control personal en el uso de las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Autoestima						Total	
	Autoestima baja		Autoestima media		Autoestima elevada			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Prioridad por el uso de redes sociales	6	3.5%	14	8.1%	34	19.7%	54	31.2%
Autocontrol en el uso de redes sociales	3	1.7%	69	39.9%	47	27.2%	119	68.8%
TOTAL	9	5.2%	83	48.0%	81	46.8%	173	100.0%

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo

Como se puede apreciar en la tabla 5, el 39,9% de los encuestados se propone ejercer autocontrol en el uso de las redes sociales y presenta una autoestima media. Los estudiantes de esta institución educativa enfrentan dificultades sobre el dominio propio de sus actividades en el manejo de las plataformas virtuales, ya que intentan, sin éxito, moderar sus hábitos de uso prolongado e intenso, asimismo reconocen que la frecuencia y magnitud de su



interacción con las redes sociales constituyen un problema. Este grupo poblacional se encuentra en pleno acrecentamiento de su personalidad en la que la formación de su identidad y el crecimiento de su autoestima están estrechamente ligados a las actividades que realizan dentro y fuera del aula. Dado que presentan una autoestima media, es crucial implementar estrategias que les ayuden a optimizar este aspecto, promoviendo una autoevaluación más positiva, que contribuirá a su bienestar emocional y a un mejor manejo de sus interacciones en las redes sociales. Por otra parte, el 3,5% de los encuestados presentan prioridad por el uso de redes sociales y manifiestan una autoestima baja. Estos adolescentes sienten la necesidad de conectarse inmediatamente al despertar, priorizando su actividad en línea sobre otras responsabilidades importantes, a su vez refleja una incapacidad de control en el manejo de sus impulsos y regular el uso de estos medios, lo que contribuye a mantener su baja autoestima.

Para Echeburúa (2018), el atractivo de Internet y las redes sociales para los jóvenes es que se caracteriza por la respuesta rápida, las recompensas inmediatas, la interactividad y las múltiples ventanas con diferentes actividades. El uso es positivo, siempre que no se dejen de lado el resto de las actividades propias de una vida normal (estudiar, hacer deporte, ir al cine, salir con los amigos o relacionarse con la familia). Otra cosa es cuando el abuso de este provoca aislamiento, induce ansiedad, afecta a la autoestima y le hace perder al sujeto su capacidad de control.

En definitiva, la dependencia a Internet o a las redes sociales está ya instalada cuando hay un uso excesivo con pérdida de control, aparecen síntomas de abstinencia (ansiedad, depresión, irritabilidad) ante la imposibilidad temporal de acceder a la Red, se establece la tolerancia (es decir, la necesidad creciente de aumentar el tiempo de conexión a Internet para sentirse satisfecho) y se producen



repercusiones negativas en la vida cotidiana (Echeburúa & Requesens, 2012, p. 74). Además de incidir de forma negativa en la autoestima de los niños, adolescentes e inclusive en la de los adultos, ya que, al no alcanzar los estándares que en los medios sociales se publican como figuras que al parecer muestran una vida de ensueño, haciendo que todo ser humano anhele alcanzarlas, pues esto, es una afección que actualmente la van padeciendo pequeños y grandes y sus efectos podrían ser irreversibles si no se instaura una medida colectiva que pueda inducir al mejoramiento del uso idóneo de las redes sociales sobre todo en la población más vulnerable. En atención a lo cual, se desea que los adolescentes puedan optimizar su nivel de autoestima y adquieran una autoestima elevada y propicia, de modo que, los niños y adolescentes con autoestima positiva tiendan a confiar más en sí mismos, a ser más activos, más independientes y más creativos (Cantero, et al. 2016).

La psiquiatra infantil y forense Asunción Rodríguez Sacristán, miembro de la Sociedad Italiana de Psiquiatría y de la Sociedad Española de Psiquiatría Legal (2020), comparte su punto de vista referente al uso de las nuevas tecnologías por parte de los menores afirmando que el problema no son las nuevas tecnologías, sino la falta de control y su mal uso, además explica que el control parental es difícil porque los menores siempre pueden conectarse en casa de amigos. La especialista asevera que, para los jóvenes, las redes sociales es un medio de conexión e integración de modo que si no estás en esas redes sociales eres una persona rara. Menciona además que la mayoría de los adolescentes que entran en las redes sociales falsean las edades, mientras que no todos los padres tienen conocimientos informáticos para inspeccionar lo que están haciendo sus hijos. Asunción Rodríguez señala que, todo control es poco cuando se trata de menores,



por cuanto es fundamental ejercer un control adecuado sobre el uso de las redes sociales. Sin embargo, el verdadero desafío radica en cómo se implementa este control, evitando invadir la intimidad de los adolescentes, por ello es trascendente encontrar un equilibrio que permita supervisar su actividad en línea sin comprometer su privacidad y autonomía.

Es fundamental reconocer que las redes sociales han traspasado nuestros hábitos de vida, especialmente en el contexto del desarrollo de los adolescentes, quienes han integrado estas plataformas a su estilo de vida. Con el avance de la ciencia y tecnología en diversas áreas de nuestra existencia, enfrentarse a este fenómeno no es una opción, sino una necesidad urgente para aportar nociones positivas respecto a la formación personal, educativo, emocional, cognitivo y social de la población más joven. En este sentido, lo que realmente es alarmante no es la accesibilidad a estos dispositivos, sino el uso desmedido que se les da y la incapacidad para controlar el tiempo destinado a ellos. Por consiguiente, es esencial el fortalecimiento de las habilidades que permitan una adecuada administración de los dispositivos móviles, esto asegurará que su impacto en la autoestima de los adolescentes sea óptima y saludable, sin dañar a su crecimiento personal.

Por su parte, Servián (2017) precisa que, de hecho, se podría hacer uso anormal de las redes sociales en función de la intensidad, la frecuencia, el grado de interferencia en las relaciones familiares, sociales y laborales de las personas implicadas. Además, los trastornos adictivos a nivel psicológico se manifiestan a través de la pérdida de control y la dependencia. Por tanto, el uso inadecuado de las redes sociales que sobrepasan los límites pueden generar consecuencias negativas en los adolescentes a nivel personal, familiar y social, como la falta de

control personal, aislamiento, agresividad, dependencia, adicción y consecuentemente sufrir deterioro en la autoestima manifestada, esta última como la necesidad que tienen los adolescentes de buscar la aprobación y opinión de las personas que lo rodean, requiriendo que los demás validen su visión de la realidad o la necesidad de ser parte de un grupo exitoso porque no se sienten en la capacidad de conseguir logros por sí mismos. Así como reflejar una validación por lo general negativa de ellos, con sentimientos de inseguridad lo que conllevaría a problemas más complejos o trastornos psicológicos como la ansiedad y depresión.

4.1.4. Resultado para el objetivo específico 3

Establecer la relación del uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Tabla 6

Uso excesivo de las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Uso excesivo de las redes sociales	Autoestima						Total	
	Autoestima baja		Autoestima media		Autoestima elevada			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Necesidad de satisfacción por las redes sociales	4	2.3%	16	9.2%	19	11.0%	39	22.5%
Dedicación al uso de redes sociales	5	2.9%	67	38.7%	62	35.8%	134	77.5%
TOTAL	9	5.2%	83	48.0%	81	46.8%	173	100.0%

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo

Los resultados de la tabla 6, indican que el 38,7% del total de encuestados manifiesta dedicación al uso de las redes sociales y presentan una autoestima media. Estos hallazgos revelan un uso excesivo de las redes sociales, evidenciado



por la pérdida de sentido del tiempo mientras navegan en estos espacios digitales, asimismo se observa una prolongación en el tiempo inicialmente destinado a su uso, lo que resulta en una inversión considerable de horas a lo largo del día en el acceso y desconexión a las redes sociales. Esto está vinculado con la generación de una autoestima media que describe las inseguridades y frustraciones de los adolescentes en torno a su autoimagen, ya que pasan mucho tiempo en estas plataformas, tienden a percibir comparaciones sociales negativas, lo que puede distorsionar su propia percepción y resultar afectada su autoestima en una que no refleje su verdadero valor personal. Además, existen aspectos aún inconclusos en este sector de la población, como la autoaceptación, que se desarrolla a lo largo de su crecimiento individual, este proceso involucra diversos factores y es fundamental para maximizar su autoestima. Por otro lado, un 2,3% señala una necesidad de satisfacción a través de las redes sociales y presenta una autoestima baja. Este grupo manifiesta un uso excesivo de estos medios, demostrado por su gran necesidad de satisfacción al permanecer conectados, así como el alivio y relajación que sienten al ingresar y utilizar estos espacios cibernéticos, lo que se refleja en la atención que prestan a las notificaciones o alertas que reciben en sus teléfonos móviles, laptops, tablets o computadoras, e incluso cuando están en horas de clases tienden a conectarse con disimulo a estas redes. Esta dependencia no solo afecta su rendimiento académico, sino que también contribuye a una percepción negativa de sí mismos, exacerbando su baja autoestima.

Con referencia a ello, Mamani (2018), señala que una mayoría se conecta desde sus celulares, tablets y desde sus hogares, en varios casos cabinas de internet para mantener una conexión permanente, y concluye que los alumnos si pueden acceder a internet diariamente o a cualquier hora, lo cual podría hacerlos más



vulnerables a la adicción a las redes sociales. Esta necesidad de satisfacción va formando en el adolescente una autoestima baja, ya que ellos ubican un estilo de refugio tal vez a la poca popularidad que tienen en relaciones cara a cara o se expresan mejor por medio de estas plataformas sociales, de modo que, esta comodidad descubierta produce una actividad excesiva en el empleo de las redes sociales y su accionar puede lograrse en modo activo y pasivo.

Para Mendoza (2022), las redes sociales nos ayudan a interactuar con personas alrededor del mundo y nos facilitan el acceso a la información. Sin embargo, el uso excesivo de estas herramientas puede traer graves consecuencias de salud física y psicológica, además de aislarte a gran escala de tu entorno social. Y en su investigación Mamani (2018), menciona que el uso excesivo de redes sociales de internet es una problemática y factor de riesgo para la población adolescente.

Por lo tanto, podemos mencionar que, tanto los niños como adolescentes hacen uso excesivo de las redes sociales. Son muchos los que denuncian los peligros que estas plataformas engendran especialmente para los niños y adolescentes, grupo especialmente vulnerable muy activo en las diferentes redes sociales y muy a menudo víctimas de acoso, de chantajes, de suplantación de identidad y de utilización ilegítima de sus datos personales. En referencia al uso excesivo de las redes sociales, Servián (2017) afirma que: “Desde su aparición se han llevado a cabo muchos estudios con el objetivo de conocer cómo afectan a nuestro comportamiento y a la forma que tenemos de valorarnos. Los resultados obtenidos han demostrado que su uso excesivo contribuye, por un lado, al aumento del estrés y la sensación de soledad y por otro, a la disminución el sentimiento de felicidad”. También se puede mencionar que: “las personas que realizan un uso



excesivo en las redes sociales tienden a aislarse del mundo real y reducir su interacción con sus amigos, familiares o conocidos” (Álvaro, n.d.). En relación con lo anterior, una persona que realiza muchas publicaciones al día o que no deja de mirar lo que ocurre en las redes sociales, probablemente está realizando un uso excesivo que a la larga puede producir un perjuicio.

4.2. DISCUSIÓN

La discusión del presente estudio se inicia con una revisión crítica del método empleado para abordar los objetivos y la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima de los estudiantes en la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno. El enfoque metodológico utilizado en este estudio, basado en encuestas para evaluar niveles de obsesión, control personal y uso excesivo de redes sociales, permitió identificar tendencias en los patrones de uso de estos medios y sus efectos en la autoestima.

En cuanto a los resultados, se destaca que el 30,1 % de los encuestados presenta un uso excesivo de redes sociales junto con una autoestima de nivel medio, lo cual se asocia con una necesidad de satisfacción y relajación al permanecer conectados. Esto plantea que la alta frecuencia de uso se relacione con una sensación de bienestar a corto plazo, aunque también puede contribuir a una autoestima fluctuante y cierta inestabilidad emocional. La falta de control en el uso de redes sociales sugiere que, si bien una necesidad de fortalecer su autopercepción y estabilidad emocional, lo cual se corresponde con la literatura de Echeburúa y Requesens (2012), quienes señalan el impacto de las redes sociales en la autovaloración y la posible aparición de síntomas de dependencia tecnológica.

A través de una comparación con otros estudios, como el de Chira (2020), en Huancavelica, es evidente que las dimensiones de adicción a las redes sociales; obsesión,



falta de control y uso excesivo, son consistentes en sus efectos sobre la autoestima en contextos escolares similares. Los datos de la tabla 4, donde el 37% de los estudiantes reporta una autoestima media asociada al uso de redes, destacan un patrón semejante al identificado en los trabajos de Valdez (2018), donde se señala que los adolescentes con baja autoestima tienden a desarrollar una mayor dependencia de internet. Esta relación sugiere que la autoestima media en este grupo de estudiantes podría beneficiarse de una intervención dirigida a reforzar la autovaloración y el control personal frente a las redes sociales, previniendo una posible transición hacia la dependencia.

Además, los hallazgos en la tabla 5 indican que un 39,9% de los estudiantes reportan dificultades para mantener el autocontrol en el uso de redes, reflejando así un impacto directo en su nivel de autoestima. Este resultado respalda el análisis de Chapilliquen y Puemape (2023), quienes señalan que la falta de control personal aumenta cuando la autoestima es baja, generando un ciclo donde la percepción negativa de sí mismos refuerza la dependencia a estas plataformas. Esto refuerza la necesidad de programas educativos que ayuden a los adolescentes a desarrollar habilidades de autocontrol y gestión del tiempo, fortaleciendo así su autovaloración.

Finalmente, es importante destacar que la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima no solo se manifiesta en la cantidad de tiempo que se les dedica, sino también, en la calidad de la interacción que los estudiantes mantienen en estas plataformas. El estudio sugiere que, para mejorar la autoestima en este grupo, es necesario un enfoque de intervención integral que aborde tanto el autocontrol en el uso de redes como la educación emocional, permitiéndoles a los estudiantes construir una relación más saludable con estos medios digitales. Estos hallazgos respaldan la idea de Echeburúa (2018), sobre la importancia de equilibrar el uso de redes sociales con otras actividades

de la vida cotidiana, promoviendo un desarrollo personal más equilibrado y una autoestima sólida en esta etapa crucial de su desarrollo.

4.3. COMPROBACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

4.3.1. Prueba de hipótesis general

Hipótesis nula (H_0) $\rho = 0$: No existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Hipótesis Alternativa (H_1) $\rho \neq 0$: Existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Tabla 7

Prueba de correlación de Rho Spearman entre adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Correlaciones				
			Adicción a las redes sociales	Autoestima
Rho de Spearman	Adicción a las redes sociales	Coefficiente de correlación	1.000	,319**
		Sig. (bilateral)		0.000
	Autoestima	N	173	173
		Coefficiente de correlación	,319**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	173	173

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

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo



Se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman es 0,319**, lo que indica que existe una correlación positiva débil, además con el valor de Sig. (bilateral) o p-valor = 0,000 < $\alpha = 0,05$ (95% de nivel de confianza), entonces se rechaza la hipótesis nula, concluyendo que: Existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022. Para un nivel de significancia del $\alpha=0,05$ ó para un 95% de nivel de confianza.

4.3.2. Prueba de hipótesis específica 1

Hipótesis nula (H_0) $\rho = 0$: No existe relación significativa entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Hipótesis alterna (H_1) $\rho \neq 0$: Existe relación significativa entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Tabla 8

Prueba de correlación de Rho Spearman entre obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno, 2022.

Correlaciones				
			Obsesión por las redes sociales	Autoestima
Rho de Spearman	Obsesión por las redes sociales	Coefficiente de correlación	1.000	,316**
		Sig. (bilateral)		0.000
	Autoestima	N	173	173
		Coefficiente de correlación	,316**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	173	173

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

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo

Se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman es 0,316**, lo que indica que existe una correlación positiva débil, además con el valor de Sig. (bilateral) o $p\text{-valor} = 0,000 < \alpha = 0,05$ (95% de nivel de confianza), entonces se rechaza la hipótesis nula, concluyendo que: Existe una relación significativa entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022. Para un nivel de significancia del $\alpha=0,05$ ó para un 95% de nivel de confianza.

4.3.3. Prueba de hipótesis específica 2

Hipótesis nula (H_0) $\rho = 0$: La falta de control personal en el uso de las redes sociales no se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Hipótesis alterna (H_1) $\rho \neq 0$: La falta de control personal en el uso de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

Tabla 9

Prueba de correlación de Rho Spearman entre falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.

		Correlaciones		
			Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Autoestima
Rho de Spearman	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Coefficiente de correlación	1.000	,361**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	173	173
	Autoestima	Coefficiente de correlación	,361**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	173	173

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

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo

Se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman es 0,361**, lo que indica que existe una correlación positiva débil, además con el valor de Sig. (bilateral) o p -valor = 0,000 < α = 0,05 (95% de nivel de confianza), entonces se rechaza la hipótesis nula, concluyendo que: La falta de control personal en el uso de redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022. Para un nivel de significancia del $\alpha=0,05$ ó para un 95% de nivel de confianza.

4.3.4. Prueba de hipótesis específica 3

Hipótesis nula (H_0) $\rho = 0$: El uso excesivo de las redes sociales no se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno.

Hipótesis alterna (H_1) $\rho \neq 0$: El uso excesivo de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno.

Tabla 10

Prueba de correlación de Rho Spearman entre uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno 2022.

Correlaciones				
			Uso excesivo de las redes sociales	Autoestima
Rho de Spearman	Uso excesivo de las redes sociales	Coefficiente de correlación	1.000	,212**
		Sig. (bilateral)		0.005
	Autoestima	N	173	173
		Coefficiente de correlación	,212**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.005		
	N	173	173	

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

Nota: Elaborado por el equipo de trabajo

Se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman es 0,212**, lo que indica que existe una correlación positiva débil, además con el valor de Sig. (bilateral) o $p\text{-valor} = 0,000 < \alpha = 0,05$ (95% de nivel de confianza), entonces se rechaza la hipótesis nula, concluyendo que: El uso excesivo de las redes sociales



se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno 2022. Para un nivel de significancia del $\alpha=0,05$ ó para un 95% de nivel de confianza.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: A partir de los resultados se demuestra una correlación Rho Spearman de 0,319** entre ambas variables, con un valor de Sig. (bilateral) $p = 0,000 < 0,05$ o para un 95% de nivel de confianza. Por lo que, se concluye que existe relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022. Los resultados revelan que el 30.1% de los encuestados tiene más prevalencia en el uso excesivo de las redes sociales, el cual hace referencia a las necesidades de satisfacción y permanencia dentro de estos medios, lo que a su vez produce en ellos sensaciones de alivio y relajó, además la alta destinación a su empleo como el uso desmedido y prolongado hace que carezcan de conciencia en el periodo de conexión a estas plataformas. Las redes sociales más utilizadas por este grupo de adolescentes son el Facebook y TikTok, debido a su accesibilidad, facilidad de uso y sus diversas funcionalidades, por lo que han captado su atención y las utilizan como espacios para interactuar, comunicarse, crear y compartir contenido. Con relación a la autoestima de nivel medio que manifiestan, es un indicativo de la existencia de inestabilidad emocional y en ocasiones pueden mostrarse actitudes de superioridad o inferioridad frente a otros, con esto no se evidencia problemas graves de autoestima, pero existe la necesidad de mejorarla.

SEGUNDA: Se aprecia conforme a los resultados de la prueba correlacional, que existe relación significativa entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación



UNA - Puno 2022, puesto que mantienen una correlación Rho Spearman de 0,316**, con un valor de Sig. (bilateral) $p = 0,000 < 0,05$ o para un 95% de nivel de confianza. También, los resultados reflejan que el 37% de los estudiantes de la institución educativa en estudio manifiestan actitudes como el malhumor, la ansiedad o el aburrimiento cuando no pueden conectarse a las redes sociales, dados también en la impaciencia por estar al día de las últimas novedades que se publican dentro de estas plataformas virtuales. Asimismo, presentan una autoestima media, ya que son inconstantes en la valoración que poseen de sí mismos y por la edad que tienen suelen ser vacilantes en su estimación personal.

TERCERA: Respecto a los resultados obtenidos se concluye que existe una correlación Rho Spearman de 0,361**, a un nivel de Sig. (bilateral) $p = 0,000 < 0,05$ o para un 95% de nivel de confianza; es decir, que la falta de control personal en el uso de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022. Asimismo, se puede estimar que el 39,9% indica tener una autoestima media por autocontrol en el uso de las redes sociales, lo que significa que, presentan dificultades sobre el dominio propio de sus actividades en el manejo de estas, por lo que, se proponen sin éxito controlar sus hábitos de uso prolongado, magnitud y frecuencia con la que ingresan y utilizan estos medios digitales. A la vez, este grupo poblacional se encuentra en plena progresión de su personalidad y el desarrollo de su autoestima va en complicidad con las actividades que realizan con mayor periodicidad dentro y fuera de las aulas académicas.



CUARTA: Los resultados indican una correlación Rho Spearman de 0,212**, a un nivel de Sig. (bilateral) $p = 0,000 < 0,05$ o para un 95% de nivel de confianza; lo que significa que el uso excesivo de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022. Se tiene que el 38,7% manifiestan una autoestima media por la dedicación al uso excesivo de las redes sociales; lo que se ve reflejado en el abarcamiento de gran espacio de tiempo en la navegación de éstos, en la ausencia de sentido del tiempo, la prolongación de la permanencia destinada y la asignación de mucho tiempo durante el día en el acceso y desconexión a las redes sociales. A su vez, la generación de una autoestima media refiere aspectos en desarrollo de los estudiantes, como la autoaceptación que se va formando en esta etapa y es importante impulsirlas para su establecimiento conveniente.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda al Ministerio de Educación, implementar programas educativos a nivel nacional enfocados en el uso adecuado de las redes sociales y en una interacción controlada. Estos programas deberían incluir asesoramiento estratégico de profesionales capacitados para apoyar el desarrollo personal de los estudiantes. Asimismo, se sugiere desarrollar iniciativas que promuevan la participación de los padres de familia, permitiéndoles acompañar y guiar a sus hijos durante su etapa escolar.

SEGUNDA: Se recomienda a la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno, desarrollar proyectos educativos que promuevan el uso adecuado de las redes sociales con fines académicos. Estos proyectos podrían incluir la organización de concursos de conocimientos entre estudiantes de otras instituciones, el fomento de grupos de estudio en línea y actividades de socialización virtual, entre otros. Estas iniciativas contribuirán a enriquecer el conocimiento y las experiencias de los estudiantes de la institución.

TERCERA: Se recomienda a los padres de familias de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno, se recomienda aprender el manejo de las plataformas virtuales para generar un ambiente de confianza y comunicación más propicio con sus hijos, lo que conllevará a poder hacer una mejor intervención en los límites del tiempo en que sus hijos acceden a las redes sociales por los diferentes medios de interacción virtual.

CUARTA: A los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno, que limiten el tiempo que dedican a navegar en las redes sociales,



asegurándose de que eso no interfiera con sus responsabilidades como hijos ni con sus obligaciones académicas, de este modo se genere un ambiente de socialización presencial con la familia, docentes, compañeros y amigos, así como con la sociedad en general.

QUINTA: Como Trabajadora Social, realizaría un enfoque integral que incluiría la evaluación inicial mediante encuestas y entrevistas para diagnosticar el nivel de adicción y autoestima en los estudiantes, organizaría talleres de concientización sobre los efectos negativos del uso excesivo de las redes sociales, también desarrollaría entrenamientos de habilidades sociales para mejorar las relaciones interpersonales. Además, ofrecería apoyo multidisciplinario para brindar sesiones de consejería y terapia respectivamente, asimismo fomentaría la participación en actividades extracurriculares asociados al no uso de dispositivos móviles para propiciar la interacción cara a cara. Finalmente, implementaría un sistema de monitoreo y evaluación continua para ajustar las intervenciones según el progreso observado y generaría informes sobre los resultados obtenidos.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abal, F. J. P., Piccini, S., Sanchez Gonzalez, J. F., & Lozzia, G. (2021). Análisis de la Escala de Adicción a Redes Sociales de Ecurra y Salas (2014) con teoría de respuesta al ítem. En *XIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología* (pp. 1-10). Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires. <https://www.aacademica.org/000-012/120>
- Aguirre-Castaño, Á., Álvarez, P., & Patiño-Ospina, M. (2022). Redes sociales y la salud mental: un análisis bibliométrico. *Revista de Ingenierías Interfaces*, 5(1), 1-30. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8661440.pdf>
- Alor Rojas, J. A. (2023). *Adicción a las redes sociales y procrastinación académica en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/2630>
- Álvaro, A. (n.d.). *Positivalia*. <https://positivalia.com/la-influencia-de-las-redes-sociales-baja-autoestima/>
- Ardila Novas, I. S., Orozco Castaño, P. A., & Potosí Chamorro, B. A. (2022). *Adicción a las redes sociales en estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Villavicencio* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/44911>
- Arias, F. (2012). *Metodología de la investigación*. [Capítulo 3: Técnicas de investigación]. Universidad de la República Bolivariana de Venezuela. <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0106508/cap03.pdf>
- Bajaña, S., & García, A. (2023). Social networks use and risk factors for the development of eating disorders: A systematic review. *Atencion Primaria*, 55(11). <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2023.102708>
- Banco Mundial. (n.d.). *Suscripciones a telefonía celular móvil*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.CEL.SETS>
- Beltrán, J., Soto, M., Rueda, C., Mauricio, Ó., Barahona, J., García, Á., & Fernández,



- D. (2024). REC : CardioClinics Artículo original Las redes sociales como fuente de información para pacientes hispanohablantes con insuficiencia cardiaca. *REC: CardioClinics*, 59(2), 103–112. <https://doi.org/10.1016/j.rccl.2023.10.001>
- Benites Narcizo, G. E. (2018). *Propiedades psicométricas de la escala de adicción a redes sociales en universitarios de la ciudad de Trujillo* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV.ff https://www.revistapcna.com/sites/default/files/2106_0.pdf
- Branden, N. (1998). *Los seis pilares de la autoestima*. Barcelona: Paidós.
- Cano, M., Quintero, H., Gaspar, D., & Martin, R. (2022). Validación de la escala FoMOs (Fear of Missing Out scale) contexto colombiano. *Pensamiento Americano*, 1(11). <https://doi.org/https://doi.org/10.21803/penamer.15.30.490>
- Cantero, M., López, P., & González, N. (2016). *La influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes* [Trabajo de fin de máster, Universidad de La Laguna]. [https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/28381/Influencia%20de%20las%20Redes%20Sociales%20en%20la%20autoestima%20de%20dos%20generaciones%20diferentes%20\(Generacion%20Z%20y%20Millennials\).pdf?sequence=1](https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/28381/Influencia%20de%20las%20Redes%20Sociales%20en%20la%20autoestima%20de%20dos%20generaciones%20diferentes%20(Generacion%20Z%20y%20Millennials).pdf?sequence=1)
- Carballeira E. (2018). Servicios Sociales. *Obsesión en las redes sociales: el nuevo estilo de comunicación*. <https://www.aucal.edu/blog/servicios-sociales-comunidad/obsesion-en-las-redes-sociales-en-adolescentes/>
- Cari Bellido, F. N. (2022). *Adicción a redes sociales y habilidades sociales, en estudiantes de la Institución Educativa José Carlos Mariátegui Aplicación de la ciudad de Puno*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Carranza, R. (2020). Satisfacción con la vida y adicción a las redes sociales en adolescentes preuniversitarios de Lima Metropolitana. *Universidad San Ignacio de Loyola*.
- Ccopa Oporto, C. V., & Turpo Coaquira, G. N. (2022). *Adicción a las redes sociales y habilidades sociales en adolescentes de la Institución Educativa Politécnico Huáscar de Puno*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.



- Centro de Investigación y Tratamiento de Adicciones. (n.d.). *Tratamiento de adicciones*. Cita Salud. <https://citasalud.com.ar/#!/-tratamiento-de-adicciones/>
- Centella, D., Vidal, J., Arcata, E., & Libia, V. (2024). Detrás de la pantalla: Investigando la Adicción a Redes Sociales y el Estrés como factores explicativos de la Distracción por Teléfonos Inteligentes en jóvenes y adultos. *Psiquemag*, 13(1), 22–30.
- Chaiña Hanco, A. J. (2022). *Uso de las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la Escuela Profesional de Educación Primaria de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional del Altiplano.
- Chapilliquen Lopez, K. L., & Puemape Rojas, L. M. M. (2023). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas del distrito de La Unión* [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/128054/2/Chapilliquen_LKL-Puemape_RLMM-IT.pdf
- Chira, F. G. (2020). *Adicción a las Redes Sociales en estudiantes de un Colegio Nacional De Huancavelica*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Clínica Cita. (n.d.). *Equipo médico*. <https://clinicascita.com/equipo-medico/>
- Cobis y Viloría, J. (2022). Dedicación al uso de redes sociales. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 2(1), 18-33. <https://revistas.fondoeditorial.uru.edu/index.php/sh/article/view/vol2-num1-2022-cyv-18-33/pdfcobisyviloria2022>
- Coiran, J. V., Medina, L., & Londoño, D. A. (2022). *Influencia de las redes sociales en la autoestima en estudiantes de la Institución Educativa Agropecuario* [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia].
- Condori, T., Quispe, A., & Quiro, Y. (2023). *Adicción a redes sociales y cansancio emocional en estudiantes Universitarios de la carrera de Psicología de una universidad privada en la ciudad de Juliaca , 2022*.



- Cuquerella, M., & García, A. (2024). Adicciones a las tecnologías de la información y la comunicación en la Comunitat Valenciana, 2018-2020. *Gaceta Sanitaria*, 37(2023), 102252. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2022.102252>
- De la Cruz, B. (2014). *Autoestima*.
<https://sites.google.com/site/betzaidadelacruz/autoestima/grados-de-autoestima/consecuencias-del-autoestima-negativa>
- Duro Martín, A. (2021). Autoestima: Actualización y Mantenimiento. Un Modelo Teórico con Aplicaciones en Terapia. *Revista Clínica Contemporánea*.
<https://www.revistaclinicacontemporanea.org/art/cc2021a16>
- Díaz, S., Arrieta, K., & Simancas, M. (2018). Artículo original Adicción a internet y rendimiento académico de estudiantes de Odontología. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 48(4), 198–207. <https://doi.org/10.1016/j.rcp.2018.03.002>
- Doğan, P., Karakul, A., Akgül, E. A., Öztornaci, B. Ö., & Sarı, H. Y. (2022). Examination of social media and technology use of mothers in breastfeeding period in a region of Turkey. *Enfermería Clínica*, 32(5), 306–315.
<https://doi.org/10.1016/j.enfcli.2021.12.005>
- Doğan, P., Karakul, A., Akgül, E., Özgüven, B., & Sarı, H. (2022). Examination of social media and technology use of mothers in breastfeeding period in a region of Turkey. *Enfermería Clínica (English Edition)*, 32(5), 306–315.
<https://doi.org/10.1016/j.enfcle.2021.12.008>
- Echeburúa Odriozola, E., y Requesens Moll, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Echeburúa, E. (2018). ¿Cómo y quiénes se hacen adictos a las redes sociales? *El País*.
https://elpais.com/tecnologia/2018/04/06/actualidad/1523003059_867092.html
- Ehmke, R. (2021). *Child Mind Institute*. Cómo afecta el uso de las redes sociales a los adolescentes: <https://childmind.org/es/articulo/como-afecta-el-uso-de-las-redes-sociales-los-adolescentes/?fbclid=iwar0vyfpex7j8xujucqhebu2ljasyqhdoyiqzc-whww4z6dhgcgtbvhh2vfs>
- ENAH0. (2021). *Ficha Técnica Encuesta Nacional De Hogares 2021*. 1–25.



<https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-de-hogares-enaho-2021-instituto-nacional-de-estad%C3%ADstica-e-inform%C3%A1tica-%E2%80%931>

- Escurrea Mayaute, M., & Salas Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS). *Liberabit. Revista de Psicología*, 20(1), 73-91. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>
- Expósito, V., Torres, M., & Domínguez, J. (2024). Determinantes sociales de la ansiedad en el siglo XXI. *Atención Primaria Práctica*, 6(2), 100192. <https://doi.org/10.1016/j.appr.2024.100192>
- Flores Massoni, O. L. (2023). *Adicción a las redes sociales y la autoestima de los adolescentes de una institución educativa pública de Lima Metropolitana* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia].
- Giraldo, G., Gómez, M., & Giraldo, C. (2021). COVID-19 and use of social media in medical education. *Educacion Medica*, 22(5), 273–277. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2021.05.007>
- González Alcántara, K. E., Corominas Tortolero, R., & Silva, C. (2021). Valoración psicométrica del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) en adolescentes mexicanos. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 8(3), 26-34. <https://doi.org/10.21134/rpcna.2021.08.3.3>
- Grupo Banco Mundial. (n.d.). *Unión Internacional de Telecomunicaciones, Informe sobre el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones/TIC y base de datos*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.CEL.SETS>
- Guzmán, V., & Gélvez, L. (2023). Adicción o uso problemático de las redes sociales online en la población adolescente . Una revisión sistemática. *Psicoespacios*, 17(31). <https://doi.org/https://doi.org/10.25057/21452776.1511>
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- INEI. (2023). Estado de la Niñez y Adolescencia. *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. <https://www.gob.pe/institucion/inei/colecciones/6099-ninez-y->



adolescencia

- Inquilla Chaiña, E., Elias Quispe, M. L., & Alegre Rodríguez, J. G. (2022). *Adicción a redes sociales y procrastinación académica en estudiantes de una institución educativa privada de Arequipa, 2022*. Universidad Continental.
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/13366/1/IV_FHU_501_TE_Inquilla_Elias_Alegre_2023.pdf
- Kokoç, M., & Göktaş, Y. (2024). Cómo la adicción al teléfono inteligente altera la relación positiva entre la autorregulación, la autoeficacia y el compromiso del alumnado en un entorno de educación a distancia. *Revista de Psicodidáctica*.
<https://doi.org/10.1016/j.psicod.2024.500151>
- Mamani Andrade, X. (2018). *Autoconcepto y adicción a las redes sociales en los estudiantes de 16-18 años del Colegio la Merced*. La Paz - Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés.
- Martín, D., & Medina, M. (2021). Redes sociales y la adicción al Like de la generación Z. *Revista de Comunicación y Salud RCYS*, 11, 55–76.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281> Resumen
- Mendoza-Palma, A., & Mera-Holguín, J. (2022). Redes sociales virtuales y la salud mental en tiempos de COVID-19. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2), 775-787. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9585455.pdf>
- Meneses, O. (2021). Creencias y actitudes del consumo religioso en jóvenes de Hidalgo, México. *Mercados y Negocios*, 22(44), 43–66.
<http://148.202.248.171/meryneg/index.php/MYN/article/view/7548>
- Montoro, S. (24 de Julio de 2018). *La pastilla roja*. ¿Qué necesidades psicológicas satisfacen las redes sociales?: <https://lapastillaroja.net/2018/07/que-necesidades-satisfacen-las-redes-sociales/>
- Ochoa, J., Blanco, D., Ruiz, A., García, G., & Garach, A. (2023). Uso de móviles, problemas de sueño y obesidad en una zona de exclusión social. *Anales de Pediatría*, 98(5), 344–352. <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2022.12.008>



- Olivera Sagua, I. J. (2018). *Síndrome del FOMO en los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria “José Carlos Mariátegui” Aplicación de la UNA – Puno en el año escolar 2017*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Portillo, R. V., Ávila, A. J., & Capps, J. W. (2021). *Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios*. Ciudad Juárez: Universidad Autónoma de ciudad Juárez.
- Psicoglobal. (2020). *Psicoglobal*. <https://www.psicoglobal.com/autocontrol/>
- Quispe, E. (2023). *Adicción a redes sociales y procrastinación académica en estudiantes de una institución educativa privada de Arequipa, 2022*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Psicología, Universidad Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/13366>
- Ravello Infante, J. M. (2018). *Relación entre redes sociales y autoestima en los estudiantes de quinto grado de educación primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Santa]. <https://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14278/3626/51155.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- Regalado, M., Medina, A., & Tello, R. (2022). Mental health in adolescents: Internet, social networks and psychopathology. *Atencion Primaria*, 54(12), 102487. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2022.102487>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Rosenberg, M. (1973). *Self-esteem scale*. En *Society and the adolescent self-image* (p. 39). Princeton University Press.
- Sánchez, R., & Cano, O. (2024). *Redes sociales y cirugía*. 2, s72–s77. <https://doi.org/10.1016/j.ciresp.2023.10.005>
- Sarmiento Rojas, A. (2024). *Influencia de las redes sociales en el comportamiento de los adolescentes*.



<https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/fd308ff7-fd9d-453d-a023-a996e2f11525/content>

Servián, A. (2017). *La influencia de las redes sociales en la juventud* [Trabajo de fin de máster, Universidad de Valladolid].

UVADOC. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/70725/TFM-L744.pdf?sequence=1>

Suárez-Perdomo, A., Garcés-Delgado, Y., García-Álvarez, E., & Ruiz-Alfonso, Z. (2023). Propiedades psicométricas del cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) a población universitaria | Psychometric properties of the Social Network Addiction Questionnaire (SNAQ) for undergraduates. *Revista Española de Pedagogía*, 81(285), 361-379. <https://doi.org/10.22550/REP81-2-2023-06>

Top Doctors. (n.d.). Dra. Asunción Rodríguez

Sacristán. <https://www.topdoctors.es/doctor/asuncion-rodriguez-sacristan/>

Valdez, A. M. (2018). *Adicción a Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de Nivel Secundario de una Institución Privada*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María.

Vizcarra, E. (2018). *Perú en redes sociales 2018: Parte I*. La

República. <https://larepublica.pe/sociedad/1198456-peru-en-redes-sociales-2018-parte-i/>

ANEXOS

ANEXO 1: Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEM	INSTRUMENTO	
Adición a las redes sociales	Obsesión por las redes sociales	Tiempo de uso de redes sociales	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.	Cuestionario tipo escala de Likert Escala de medición (1) Siempre (2) Casi siempre (3) A veces (4) Casi nunca (5) Nunca	
			El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.		
			Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.		
		Conexión a redes sociales	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.		
			Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.		
			Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.		
			Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.		
		Actitud hacia el uso de redes sociales	Actitud hacia el uso de redes sociales		Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.
					Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.
					Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).

Adición a las redes sociales	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Prioridad por el uso de redes sociales	<p>Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.</p> <p>Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.</p> <p>Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.</p> <p>Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.</p> <p>Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.</p> <p>Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.</p>	<p>Cuestionario tipo escala de Likert</p> <p>Escala de medición (1) Siempre (2) Casi siempre (3) A veces (4) Casi nunca (5) Nunca</p>
		Autocontrol en el uso de redes sociales	<p>Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.</p> <p>Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.</p> <p>Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.</p> <p>Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.</p> <p>Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.</p> <p>Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.</p> <p>Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.</p> <p>Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.</p>	
	Uso excesivo de las redes sociales	Necesidad de satisfacción por las redes sociales		
		Dedicación al uso de redes sociales		

Autoestima	Autoestima elevada	De 30 a 40 puntos	Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	<p>Ordinal: De los ítems 1 al 5, las respuestas de A a D se puntúan de 4 a 1. Y de los ítems del 6 al 10, las respuestas de A a D se puntúan de 1 a 4.</p> <p>(A) Muy de acuerdo (B) De acuerdo (C) En desacuerdo (D) Muy en desacuerdo</p>
			Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.	
	Autoestima media	De 26 a 29 puntos	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.	
			Tengo una actitud positiva hacia mí mismo(a).	
	Autoestima baja	Menos de 25 puntos	En general estoy satisfecho(a) de mí mismo(a).	
			Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso(a).	
			En general, me inclino a pensar que soy un fracasado(a).	
			Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo(a).	
			Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.	
			A veces creo que no soy buena persona.	

Nota: Esta operacionalización de variables está realizada en base a los autores: (Escurre Mayaute & Salas Blas, 2014) de su Artículo científico “Construcción y Validación del Cuestionario de Adicción a redes sociales” basado en el “DSM-IV-TR y TRI” y de (Rosenberg, 1965) de la “Escala de Autoestima de Rosenberg”.

ANEXO 2: Matriz de consistencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	METODOLOGÍA	ESTADÍSTICA
<p>Pregunta General: ¿En qué medida se relaciona la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?</p>	<p>Hipótesis General: Existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	<p>Objetivo General: Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>		Obsesión por las redes sociales	Tiempo de uso de redes sociales	2,3,22	Enfoque Cuantitativo	Procesamiento de datos SPSS 25
<p>Preguntas Específicas: 1.- ¿De qué manera se relaciona la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?</p>	<p>Hipótesis Específicas: 1.- Existe relación significativa entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	<p>Objetivos Específicos: 1.- Identificar la relación entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	Adicción a las redes sociales	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Prioridad por el uso de redes sociales	4,11,20	Método de investigación Hipotético – deductivo	
<p>2.- ¿Cómo se relaciona la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?</p>	<p>2.- La falta de control personal en el uso de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	<p>2.- Analizar la relación de la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>		Uso excesivo de las redes sociales	Necesidad de satisfacción por las redes sociales	1,8,18,21	Diseño de investigación No experimental de corte transversal	
<p>3.- ¿Cómo se relaciona el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?</p>	<p>3.- El uso excesivo de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	<p>3.- Establecer la relación del uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	Autoestima	Autoestima elevada	Dedicación al uso de redes sociales	9,10,16,17	Población 314 estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno	
<p>4.- ¿Cómo se relaciona el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?</p>	<p>4.- El uso excesivo de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	<p>4.- Establecer la relación del uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	Autoestima	Autoestima media	De 30 a 40 puntos	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	Muestra Probabilístico de muestreo aleatorio estratificado simple (173 estudiantes)	
<p>5.- ¿Cómo se relaciona el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?</p>	<p>5.- El uso excesivo de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	<p>5.- Establecer la relación del uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	Autoestima	Autoestima baja	De 26 a 29 puntos		Técnica Encuesta	
<p>6.- ¿Cómo se relaciona el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022?</p>	<p>6.- El uso excesivo de las redes sociales se relaciona significativamente con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	<p>6.- Establecer la relación del uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA - Puno 2022.</p>	Autoestima	Autoestima baja	Menos de 25 puntos		Instrumento Cuestionario: ARS y EAR	



ANEXO 3: Cuestionario sobre uso de redes sociales y autoestima



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL



CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA

Dirigido a los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno.

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

Grado /Sección:

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

.....

Si respondió NO, entregue el formato al encuestador

ARS

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

Siempre S

Casi nunca CN

Casi siempre CS

Nunca N

A veces AV

N° ITEM	DESCRIPCION	RESPUESTAS				
		S 1	CS 2	AV 3	CN 4	N 5
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8.	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12.	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13.	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14.	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					



15.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22.	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23.	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Este test tiene por objeto evaluar el sentimiento de satisfacción que la persona tiene de sí misma. Por favor, conteste las siguientes frases con la respuesta que considere más apropiada.

- A. Muy de acuerdo
- B. De acuerdo
- C. En desacuerdo
- D. Muy en desacuerdo

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



ANEXO 4: Declaración jurada de autenticidad de tesis



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo BRIHTSEYDA CONDEMAITA BARRIENTOS,
identificado con DNI 70377029 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

TRABAJO SOCIAL

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

“ ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA
DE LOS ESTUDIANTES DE LA IES JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI APLICACIÓN
UNA - PUNO 2022 ”

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y no existe plagio/copia de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 03 de DICIEMBRE del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella



ANEXO 5: Autorización para el depósito de tesis en el repositorio institucional



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo BRIHTSEYDA CONDEMAITA BARRIENTOS,
identificado con DNI 70377029 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

TRABAJO SOCIAL

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

“ ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y SURELACIÓN CON LA AUTOESTIMA
DE LOS ESTUDIANTES DE LA IES JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI APLICACIÓN
UNA - PUNO 2022 ”

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos”) que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mio; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 03 de DICIEMBRE del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella