



FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES DE
SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE LIMA ESTE, 2024**

Línea de investigación:

Psicología de los procesos básicos y psicología educativa

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Psicología con
mención en Psicología Clínica

Autora:

Landeo Huaman, Ruth Eliana

Asesora:

Henostroza Mota, Carmela R.

ORCID: 0000-0003-3762-3247

Jurado:

Valdez Sena, Lucía E.

Aguilar Mori, Karim

Del Rosario Pacherras, Orlando

Lima - Perú

2025



AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE LIMA ESTE, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

17%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal	12%
	Trabajo del estudiante	
2	hdl.handle.net	3%
	Fuente de Internet	
3	repositorio.ucv.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
4	repositorio.autonoma.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
5	repositorio.umch.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
6	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola	1%
	Trabajo del estudiante	
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo	<1%
	Trabajo del estudiante	
8	es.slideshare.net	



FACULTAD DE PSICOLOGÍA

AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE LIMA ESTE, 2024

Línea de investigación:

Psicología de los Procesos Básicos y Psicología Educativa

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Psicología con mención en Psicología

Clínica

Autora:

Landeo Huaman, Ruth Eliana

Asesora:

Henostroza Mota, Carmela R.

ORCID: 0000-0003-3762-3247

Jurado:

Valdez Sena, Lucía E.

Aguilar Mori, Karim

Del Rosario Pacherras, Orlando

Lima- Perú

2025

Dedicatoria

Dedicado a mis padres, Victoria Huaman y Jorge Landeo, cuyo arduo trabajo y dedicación me han permitido culminar esta etapa. Este logro es tanto mío como suyo. A mi gato Yorch, por acompañarme todas las noches mientras trabajaba en este logro.

A mi hermano Adrián, gracias por siempre motivarme y por tu esfuerzo diario que nos impulsa a todos. A mi hermana Xiomara, te agradezco por ser un ejemplo que seguir y por estar presente en cada paso de este camino.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi familia, mi tía, amistades y a todas las personas especiales que aportaron y acompañaron en este proceso. A Grecia, Fernando, Doménica gracias por su apoyo, motivación y por ser parte fundamental de este logro.

A mi estimada asesora, Mg. Carmela Reynalda Henostroza Mota, estoy profundamente agradecida por su paciencia y apoyo constante durante la elaboración de mi tesis.

También quiero reconocer a mi alma mater, la Universidad Nacional Federico Villarreal, que me brindó las herramientas necesarias para desarrollarme como profesional.

Índice

Resumen	vii
Abstract	viii
I. Introducción	1
1.1. Descripción y formulación del problema	2
1.2. Antecedentes	4
1.3. Objetivos	9
1.3.1. Objetivo General	9
1.3.2. Objetivos Específicos	9
1.4. Justificación	9
1.5. Hipótesis	10
II. Marco teórico	11
2.1. Bases teóricas sobre el tema de Investigación	11
2.1.1. Autoestima	13
2.1.2. Adicción	18
III. Método	24
3.1. Tipo de Investigación	24
3.2. Ámbito temporal y espacial	24
3.3. Variables	24
3.4. Población y muestra	29

3.5. Instrumentos	30
3.6. Procedimientos	35
3.7. Análisis de datos	35
3.8. Consideraciones éticas	36
IV. Resultados	37
V. Discusión de resultados	41
VI. Conclusiones	46
VII. Recomendaciones	48
VIII. Referencias	48
IX. Anexos	53

Índice de Tablas

Nº	Título	Pág.
Tabla 1	Operacionalización de la variable Autoestima	25
Tabla 2	Operacionalización de la variable Adicción a las redes sociales	27
Tabla 3	Descripción sociodemográfica de los participantes	28
Tabla 4	Estadísticos descriptivos y pruebas de normalidad	35
Tabla 5	Niveles de Autoestima	36
Tabla 6	Niveles de Adicción a redes sociales	36
Tabla 7	Prueba de hipótesis de la Autoestima según sexo	37
Tabla 8	Prueba de hipótesis de la Adicción a redes sociales según sexo	37
Tabla 9	Prueba de hipótesis de correlación de la Autoestima y Adicción a redes sociales	38
Tabla 10	Prueba de hipótesis de correlación entre las dimensiones de la autoestima y adicción a redes sociales	39

Resumen

Objetivo: Determinar la relación entre la autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes de una institución educativa de Lima Este, 2024, en 350 adolescentes que cursaban entre el 1° y 5° grado de secundaria, con edades comprendidas entre los 12 y 17 años.

Método: El estudio es descriptivo- correlacional, diseño no experimental de corte transversal, teniendo como instrumento el Inventario de Autoestima para adolescentes (Coopersmith, 1990) y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS, Ecurra y Salas, 2014). **Resultados:**

Los resultados evidenciaron una relación inversa, débil y estadísticamente significativa entre las variables ($Rho=-.291$; $p<.001$), lo cual sugirió que a mayor autoestima existen menores posibilidades de presentar conductas adictivas hacia las redes sociales. Además, no se encontró diferencias significativas en las variables de estudio según sexo. **Conclusiones:** Existe relación significativa entre autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes de una institución educativa de Lima Este.

Palabras clave: autoestima, adicción a las redes sociales, adolescentes

Abstract

Objective: To determine the relationship between self-esteem and addiction to social networks in adolescents from a private educational institution in East Lima, 2024, in 350 adolescents between the 1st and 5th grades of high school, aged between 12 and 17 years. **Method:** The study is a descriptive-correlational, non-experimental cross-sectional design, using the Self-Esteem Inventory for Adolescents (Coopersmith, 1990) and the Social Network Addiction Questionnaire (ARS, Escurra and Salas, 2014) as instruments. **Results:** The results evidenced an inverse, weak and statistically significant relationship between the variables ($Rho = -.291$; $p < .001$), which suggested that the higher the self-esteem, the lower the chances of presenting addictive behaviors towards social networks. In addition, no significant differences were found in the study variables according to sex. **Conclusions:** There is a significant relationship between self-esteem and addiction to social networks in adolescents from a private educational institution in East Lima.

Keywords: self-esteem, social media Addiction, adolescents

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, la importancia de la salud mental en el campo escolar ha tenido mayor relevancia debido a la preocupación del bienestar psicológico de los adolescentes. Por ello, el presente estudio consideró a la Autoestima y la Adicción a las redes sociales en adolescentes de una Institución Educativa durante el año 2024; para evaluar el impacto del bienestar psicológico en la conducta respecto al uso de las Redes Sociales, aportando información sobre cómo el nivel de Autoestima influye en el riesgo de desarrollar Adicción a las Redes Sociales.

Después de realizar un análisis de la importancia del tema, se tuvo como objetivo determinar la relación entre la Autoestima y Adicción a las Redes Sociales en adolescentes de una Institución Educativa de Lima Este, 2024. Así mismo, los objetivos específicos se centraron en describir los niveles de Autoestima y Adicción a las Redes Sociales; comparar la Autoestima y Adicción a las Redes Sociales; y establecer la relación entre la Autoestima y Adicción a las Redes Sociales en adolescentes de una I.E. de Lima Este, 2024.

En el apartado I, se realizó una rigurosa supervisión de los conceptos fundamentales empíricos vinculados con los aspectos que relacionan la Autoestima y Adicción a las Redes Sociales. Este análisis consideró la descripción y formulación de la problemática actual, la elaboración de antecedentes, objetivos, justificación y la hipótesis de estudio.

En el apartado II, se revisó los principios teóricos de la variable Autoestima partiendo desde su concepto, características de la muestra de estudio, descripción de las principales teorías, características del grupo etario y fundamentales enfoques conceptuales de la adicción a las redes sociales en torno al estudio.

En el apartado III, se detalló los aportes asociados al marco metodológico, entre los cuales se observa el tipo de investigación, el ámbito temporal y espacial, las variables de estudio, población y muestra, criterio de elegibilidad, presentación de los instrumentos

utilizados, procedo del análisis de datos mediante técnicas estadísticas, y las consideraciones éticas pertenecientes al desarrollo del estudio.

En el apartado IV, se estableció la revisión de los hallazgos desde la descripción y frecuencia de los niveles de las variables de estudio; análisis comparativo de la Autoestima y Adicción a las Redes Sociales según sexo; y análisis correlacional entre las variables de estudio. Se presentaron los resultados teniendo como base el objetivo general y los objetivos específicos.

Por último, en el apartado V, se centró la discusión de los resultados basado en la exposición de los objetivos, descripción y diferenciación de resultados con diferentes estudios a nivel nacional e internacional, y la interpretación correspondiente de la comparación mediante los fundamentos teóricos escritas en la presente investigación; se redactaron las conclusiones sustentadas en los objetivos del estudio; y se formularon las recomendaciones.

1.1. Descripción y formulación del problema

En la era postpandemia, la vida digital se ha convertido en un espacio determinante e influyente en la Autoestima de los estudiantes. Las redes sociales, ofrece un lugar para la autoexpresión, la conexión social y la búsqueda de validación. Sin embargo, este escenario digital también podría ser perjudicial, debido a la exposición constante con estereotipos de belleza irreales.

Mediante ese contexto, entendemos que la Autoestima es la valoración que cada individuo tiene sobre sí mismo. Lo ideal es una valoración positiva, independiente de los estímulos externos. Para ello, es importante considerar la seguridad que proyectamos hacia los demás. Sin embargo, en muchas ocasiones se ve influenciada por lo observado en nuestro entorno, estereotipos subjetivos, especialmente durante la adolescencia. Grimaldo (2019) menciona que la adolescencia es un periodo complicado, es la etapa en donde se consolida la

identidad personal. Como consecuencia, se desarrollan capacidades que incitan a la reflexión, al pensamiento introspectivo y a la aceptación corporal, generando que los adolescentes se planteen muchas preguntas sobre sí mismos, iniciando un conflicto interno entre sus pensamientos.

En el mundo, jóvenes entre 10 a 19 años, uno de cada siete de ellos adolece de algún trastorno mental; la baja Autoestima podría indicar vulnerabilidad para desarrollar los trastornos mentales (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2021).

En IPSOS (2021) se realizó una encuesta para conocer los hábitos y preferencias de uso de Redes sociales, se encontró que el 80% de peruanos son usuarios de las redes sociales. De acuerdo con resultados previos, se sabe que, en Perú, el 97.8% de aquellos que ingresan a redes sociales lo realizan por medio de su equipo móvil (Kemp, 2020) siendo accesible para cualquier edad.

Por lo anterior los adolescentes se encuentran expuestos a involucrarse con el uso de las redes sociales por el proceso de transición que experimentan. Según Napaico (2020) existe una influencia en la Autoestima, que podemos visualizarlo en nuestra percepción física. Se sabe que esto sucede en adultos, y en la población infante, como niños púberes y adolescentes con mayor frecuencia, debido a que están en un periodo de evolución, donde existen cambios a nivel físico, psicológico y hormonales, la autoimagen es muy importante.

Siendo así, a nivel local, en la institución educativa, se observó que los estudiantes que cursan el nivel secundario presentaron problemas de Autoestima, según lo referido por el director del colegio, los estudiantes de secundaria pasaban muchas horas en las redes sociales, lo cual estaría afectando en la autopercepción de los estudiantes, ellos se exponen constantemente a comparaciones sociales, especialmente en cuanto aspectos físicos y estilos de vida. Lo cual es reafirmado por la información manifestada de los padres de los estudiantes, refiriendo que después de la pandemia, el uso de las redes sociales ha sido constante, a

consecuencia de ello, sus hijos ahora siguen estereotipos diferentes a los de antes, muchos de ellos poco saludables o realistas.

A nivel nacional, se ejecutó una investigación, en el cual los resultados ayudaron a entender cómo las redes sociales están afectando la Autoestima de los adolescentes (Gómez, 2023) usó la referencia de la Teoría de la Personalidad de Carl Rogers, el cual se enfoca en la fusión entre el “yo ideal” y el “yo real” para permitir el despliegue de una Autoestima positiva, dado que la Autoestima se desarrolla mediante nuestras experiencias en donde aceptamos de forma incondicional y autentica por parte del entorno, incluso por medio de la unión de las experiencias reales del individuo y su ‘yo ideal’ (Isaac, 2023).

Por lo expuesto anteriormente, con la investigación actual se busca conocer la siguiente pregunta ¿Existe relación entre la Autoestima y Adicción a las Redes Sociales en adolescentes de una Institución Educativa de Lima Este?

1.2. Antecedentes

1.2.1. Nacionales

Del mismo modo, Pillaca (2019) realizó una investigación con el fin de conocer la relación entre Adicción a las Redes Sociales y Autoestima en universitarios de Lima Metropolitana. El diseño fue no experimental-correlacional, la población fue de 466 estudiantes, entre hombres y mujeres, entre 16 a 35 años. Utilizó el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales y el Inventario de Autoestima. Los resultados indicaron que existe una correlación moderada, inversa y altamente significativa entre Adicción a las Redes Sociales y Autoestima ($r=-.417 \wedge p=.000$); así mismo se identificó niveles de la variable Autoestima tendientes a bajo (33,5%), medio (36,7%) y alta (29,8%); mientras que en la variable Adicción a las Redes Sociales se encontró un nivel bajo (36,1%), medio (33,7%) y alto (30,3%). Se concluye que, a mayor uso de Redes Sociales, menor Autoestima.

Yupanqui (2020) realizó su estudio con el objetivo de relacionar uso problemático de las redes sociales virtuales y la Autoestima en los jóvenes de una Universidad Privada de Lima Metropolitana. Su muestra fue de 146 estudiantes, el diseño fue no experimental- correlacional. Los instrumentos usados fueron los siguientes: Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales y el Inventario de Autoestima de Coopersmith. Obtuvo como resultados que existe una relación inversa estadísticamente significativa entre las variables autocontrol, Autoestima y el riesgo de Adicción a Redes Sociales, ($r = -.287; p = .001$ y $r = -.288; p = .001$); de acuerdo a las dimensiones de la Adicción a Redes Sociales y las dimensiones de la Autoestima, se obtuvo como resultado que existe relación entre la dimensión obsesión por las Redes Sociales y el área de sí mismo general ($r = -.36; p < .001$), por otro lado, respecto a la dimensión familiar no encontró una relación significativa con la dimensión obsesión por las Redes Sociales ($r = -.10; p = .21$) Se concluyó que quienes presentan bajos niveles de autocontrol y Autoestima, presentan mayores riesgos de Adicción a Redes Sociales.

Así mismo, Castillo y Ruiz (2023) realizaron su investigación con el objetivo de identificar la relación entre la Adicción a Redes Sociales y la Autoestima, en Lima Metropolitana. Tuvieron un enfoque cuantitativo, diseño no experimental. Su muestra consta de 195 jóvenes universitarios entre 18 a 25 años, quienes fueron evaluados con el Cuestionario de (ARS-6) y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los resultados refieren que la Autoestima y la Adicción a Redes Sociales presentan una relación negativa ($Rho = -.34$) y estadísticamente significativa ($p < .001$) con un tamaño de efecto ($TE = .1156$) según sexo; también hubo diferencias significativas en la variable Autoestima según sexo ($p = .03$). Concluyeron que los hombres presentan una mayor Autoestima en comparación con las mujeres y las mujeres presentaron mayores niveles de Adicción a Redes Sociales.

Moreno y Pérez (2023) realizaron su estudio con el fin de determinar la relación entre el uso de Redes Sociales y la Autoestima en adolescentes de Trujillo, 2023. Utilizaron un diseño

no experimental, descriptivo, correlacional y transversal. La muestra fue de 92 adolescentes. Se usó los siguientes instrumentos: La Escala de necesidad de Uso de Redes Sociales y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Obtuvieron como resultados una correlación positiva débil entre ambas variables ($Rho=0.091$), así mismo señalan que la correlación es estadísticamente significativa ($p=0.004$). Por tanto, se concluye, a medida que se incrementa el uso de las Redes Sociales, la Autoestima experimenta disminución.

Malma (2023) realizó una investigación con el fin de determinar la relación entre la Autoestima y la Adicción a Redes Sociales en estudiantes de Lima Metropolitana. La metodología fue un diseño no experimental, correlacional y trasversal, con una muestra de 300 estudiantes, entre el 1° y 6° año de la carrera de psicología, entre las edades de 18 a 35 años. Los instrumentos usados fueron, Inventario de Autoestima SEI y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS). Los resultados demuestran una relación inversa, baja y estadísticamente significativa entre las variables ($Rho=-.257$, $p<.001$) según sexo; por el contrario, no hubo diferencias significativas en la variable A según sexo ($p=.72$). Concluyeron que a menor Autoestima hay mayores posibilidades de presentar comportamientos de Adicción a Redes Sociales.

1.2.2. Internacionales

Gutiérrez (2020) realizó un estudio con el objetivo de establecer la relación entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima en estudiantes de 15 a 17 años, en la Ciudad de La Paz, Bolivia. El estudio fue descriptiva Correlacional y diseño transaccional. Con una muestra de 75 estudiantes, entre varones y mujeres. Se usó el instrumento de Autoestima de Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) propuesto por Escurra (2014). De acuerdo con los resultados, la correlación fue significativa entre ambas variables ($p= 0.01$; $p<0.05$) la correlación de Pearson ($r=-0.380$) lo cual indica una correlación negativa baja. Encontraron un nivel alto de Autoestima y un nivel Moderado de Adicción a Redes

Sociales. Se concluye que no existe correlación entre la Autoestima y la Adicción a Redes Sociales, es decir, estudiantes que presentan mayores niveles de Autoestima no tienen niveles moderados o graves de Adicción a Redes Sociales.

Vidal et al. (2022) realizaron una investigación con el objetivo de demostrar la relación entre el uso de Redes Sociales Virtuales con Autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de segundo y tercero de instituciones educativas de la provincia de Concepción, Chile 2022. La metodología fue descriptivo-correlacional, transversal y de tipo cuantitativo. Participaron 110 estudiantes, 15 y 19 años, utilizó el Inventario de Autoestima de Coopersmith y la escala de Adicción a Redes Sociales. Obtuvo como resultados en la variable Autoestima ($r^2=-0.21$; $p<.05$), por tanto, existe una asociación inversa y estadísticamente significativa entre las variables. Se concluye que, menor Autoestima existe un mayor riesgo de uso excesivo y uso de Redes Sociales virtuales.

Collantes y Tobar (2023) realizaron una investigación con la finalidad de encontrar la relación entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima en estudiantes universitarios de Ambato-Ecuador. El enfoque de la investigación fue cuantitativo; de tipo no experimental, correlacional- transversal. Tuvieron como muestra a 280 universitarios, para medir las variables usaron la Escala de Autoestima de Rossemberg y el Social Media Addiction Scale en el cual obtuvieron como resultados, de acuerdo a las dimensiones existe una correlación negativa, ocupación ($p=-0.281$), modificación del estado ($p=-0.402$), recaída ($p=-0.310$) y conflicto ($p=-0.386$); además no existe una diferencia estadísticamente significativa con los niveles de adicción a redes sociales de acuerdo con el sexo de los participantes ($p>0.05$). Se concluye una relación negativa entre los niveles de Adicción a Redes Sociales y sus dimensiones con los niveles de Autoestima, por tanto, a menor nivel de Autoestima presenta los universitarios mayor Adicción a Redes Sociales.

Además, Cuenca (2023) realizó una investigación para determinar si existe una relación entre las variables de Adicción a Redes Sociales y Autoestima en los universitarios de la ciudad de Paraná- Argentina. Fue una investigación cuantitativa, descriptivo correlacional de corte transversal y de campo. Para este estudio participaron 136 universitarios entre 18 a 25 años. Los instrumentos usados fueron: preguntas socio demográficas (edad, genero, etc.); el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales y la Escala de Autoestima de Rosemberg. Los resultados obtenidos fueron, los géneros en los niveles de Autoestima y Adicción a Redes Sociales, en varones ($M=30.56$) se observan niveles más altos que las mujeres ($M=28,30$), así mismo existe una relación estadísticamente negativa ($r=-.2,66$) entre la variable Autoestima y la dimensión de “falta de control en el uso de las Redes sociales” de la variable adicción a redes sociales. Se concluye que, a menor Autoestima mayor riesgo de adicción a las Redes Sociales y viceversa.

Así mismo, Soria y Villegas (2023) desarrollaron un estudio, tuvieron como objetivo determinar la relación entre Adicción a Redes Sociales y la Autoestima en adolescentes, Bolivia. La metodología fue un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, correlacional de corte transversal. Trabajaron con una población de 406 estudiantes, utilizaron el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales y la Escala de Autoestima. Los resultados de acuerdo con las dimensiones de la Adicción a Redes Sociales y el total de RSE, en la dimensión obsesión por las Redes Sociales y su correlación con el RSE ($r=-.114$), falta de control personal ($r=-.075$) y el uso excesivo de las Redes Sociales ($r=-.065$), también se observa que no es estadísticamente significativa del RSE con falta de control personal en el uso de las Redes Sociales y ARS, pero si existe significancia en obsesión por las redes sociales ($p=.022$). Concluyeron que existe una correlación negativa entre el factor obsesión por estar conectado a las Redes Sociales y a la Autoestima.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Determinar la relación entre la Autoestima y Adicción a Redes Sociales en adolescentes de una Institución educativa de Lima Este, 2024.

1.3.2. Objetivo específico

- Describir el nivel de Autoestima que predomina en adolescentes de una I.E. de Lima Este, 2024.
- Describir el nivel de Adicción a Redes Sociales que predomina en adolescentes de una I.E. de Lima Este, 2024.
- Identificar y comparar si existen diferencias significativas de la Autoestima en adolescentes, según sexo, de una I.E. de Lima Este, 2024.
- Identificar y comparar si existen diferencias significativas de la Adicción a Redes Sociales en adolescentes, según sexo, de una I.E. de Lima Este, 2024.
- Establecer la relación entre las dimensiones de la Autoestima y la Adicción a Redes Sociales en adolescentes de una I.E. de Lima Este, 2024.

1.4. Justificación

A nivel teórico, este estudio ha contribuido para concientizar la asociación entre Autoestima y Adicción a Redes Sociales de los adolescentes estudiantes de un colegio privado de Lima, sabiendo que durante esta etapa los adolescentes experimentan cambios constantes, teniendo en cuenta que han pasado por un periodo de pandemia, en el cual carecieron de socialización presencial, considerando las redes sociales como un medio de comunicación común.

A nivel práctico: Esta investigación dio a conocer al director del colegio, que existe una asociación entre la Autoestima y uso de redes sociales en adolescentes estudiantes en un colegio privado de Lima Este, de este modo podrán tomar medidas preventivas, ya sea mediante talleres

promocionales, tanto para padres como para los estudiantes, con el objetivo que los adolescentes adquieran estrategias preventivas y en el caso de las autoridades del colegio puedan intervenir, contribuyendo con un buen equilibrio mental de sus estudiantes que están en la etapa de formación.

En el plano metodológico, el presente estudio posee relevancia metodológica debido a que contiene información actualizada del cuestionario Adicción a Redes Sociales y Autoestima de Coopersmith, debido a que se realizó la revisión de las propiedades psicométricas de ambos instrumentos que fueron utilizados, lo cual se corroboró la validez de contenido y la confiabilidad mediante el índice de consistencia interna en base a una prueba piloto. Por tanto, contribuyó con una base empírica para lograr la comprensión en la relación de la Autoestima y la Adicción a redes sociales, por tanto, también podrá ser utilizado como un recurso valioso para futuros investigadores, debido a los hallazgos del presente estudio podrían ser aplicables en diversos contextos.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

- Existe relación entre la Autoestima y Adicción a redes sociales en adolescentes de una I.E. de Lima Este.

1.5.2. Hipótesis específicas:

- Existen diferencias significativas de la Autoestima en adolescentes, según sexo, de una I.E. de Lima Este, 2024.
- Existen diferencias significativas de la Adicción a Redes Sociales en adolescentes, según sexo, de una I.E. de Lima Este, 2024.
- Existe relación significativa entre las dimensiones de la Autoestima y la Adicción a Redes Sociales en adolescentes de una I.E. de Lima Este, 2024.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación

La adolescencia es un periodo en donde se experimentan diversos cambios, es un periodo de evolución entre la infancia y la adultez, en donde los adolescentes buscan crear su propia identidad y encontrar un lugar en el mundo, por lo cual presentan diversos desafíos, dentro de estos desafíos podría presentarse crisis ante diversas situaciones, conflictos, así como también actos de rebeldía hacia autoridades. La OMS (2018) considera el periodo del adolescente entre los 10-19 años. Por otro lado, en el Perú el Ministerio de Salud (MINSA, 2014) estima adolescente si se encuentran en la categoría de edad entre 12 y 17 años.

Desarrollo en la adolescencia

a) Desarrollo psicológico

Según Krauskopof, menciona que el periodo del adolescente es una etapa privilegiada en donde se dan procesos importantes para el desarrollo, ya que es en esta etapa en donde por primera vez podemos tener la capacidad de dirigir el proceso, rellenar vacíos y reorientar contextos tanto en la etapa de la infancia, como en la actualidad.

Las evoluciones corporales, hormonales, sexuales, emocionales e intelectuales desarrollan necesidades, amenazas, respuestas personales, sociales e dinámicas.

En esta etapa, los adolescentes se enfrentan a diversas experiencias en las cuales tendrán que resaltar sus fortalezas, así también como sus debilidades, teniendo en cuenta las influencias y limitaciones de su entorno. Krauskopof (1999), denominó que la adolescencia tenía tres fases, de las cuales encontramos a la fase de la adolescencia media, en donde menciona que es una fase en donde el adolescente muestra preocupación por la afirmación personal social.

Así mismo, el adolescente se encuentra en búsqueda de su identidad, por lo cual se presenta la dependencia de unir funciones que propicien continuidad al sí mismo, a través de

la búsqueda activa de dinámicas en la actualidad; en las cuales se aprecian nuevos intereses, motivaciones, aspiraciones y aficiones.

En esta fase de la adolescencia media, se visualiza la búsqueda de identidad, Martin Baró (1989) señala que los vínculos intra generacionales permiten que se pueda confirmar la identidad y promover los procesos de independización, diferenciación. Respecto a la identidad grupal determina e impacta la identidad de cada individuo y ofrece un espacio diferente de la familia. La importancia de pertenecer a un grupo es uno de los factores que constituyen esa identidad.

También es importante mencionar que la etapa adolescente, se caracteriza por la ampliación de autoconciencia, el cual es un periodo reconocido por la sensibilidad visual, ya sea por los videos o imágenes que frecuente con mayor frecuencia. Estas visualizaciones son usadas como recurso informativo y comparativo en la búsqueda de la identidad (Pindado, 2005).

Por lo tanto, los adolescentes se encuentran con procesos cruciales de desarrollo, en donde ellos mismos son los que deciden su propia evolución. Los cambios presentados, tanto físicos, emociones, hormonales e intelectuales los obliga a iniciar su propia búsqueda de identidad manifestada por la integración de experiencias, en donde sus amistades lo ayudarán a explorar socialmente y la construcción de identidad, mientras que sus familiares ofrecerán el apoyo y orientación. Siendo la búsqueda de identidad un proceso el cual está lejos de ser lineal, por el contrario, el adolescente se encontrará con momentos de duda, incertidumbre y cambios. Es por ello por lo que probablemente experimente diferentes identidades a lo largo del tiempo.

b) Desarrollo social

En el desarrollo social, el adolescente buscará pertenecer a un grupo, siendo este grupo personas que les guste sus mismos intereses, en lo general buscan integrarse a grupos de adolescentes de su misma edad. Cuando los adolescentes empiezan en esta etapa, ellos se dan

cuenta que van dejando los intereses de cuando eran niños, ya que en esta etapa se adhieren a sus propias creencias, buscando así la autonomía.

El grupo al que ellos se sientan que pertenecen, les va a permitir compartir sus experiencias y sentirse identificado con ellos. Dentro de este grupo, es probable que existan normas, normas que, si el adolescente decide no cumplirlas o iniciar un conflicto, buscará recursos para conciliar. Dentro del grupo también podrá adquirir o reforzar valores, como la lealtad, solidaridad y el compañerismo.

Así mismo, el adolescente necesita la influencia del entorno familiar para que pueda desarrollarse socialmente, quiere decir que si el adolescente fue criado en su infancia en una estructura familiar idónea, tendrá mejores herramientas para relacionarse con las personas y ello tendrá como resultado una mejor incorporación en la sociedad, sobre todo en la etapa de la adultez, la cual le tocará responsabilidades, en donde demostrará el aprendizaje social que ha desarrollado en la etapa de su niñez hasta la pubertad.

2.1.1. Autoestima

Se define a la Autoestima, como la experiencia primordial en donde llevamos una vida significativa, incluyendo con cumplir las exigencias, autoconfianza en nuestra habilidad de pensar, la destreza de tomar riendas de los desafíos o problemas que se presentarán en el transcurso de nuestras vidas, reconociendo lo que es y lo que se puede llegar a ser en un futuro (Branden, 1995).

La Autoestima es la conciencia positiva de su persona que beneficia a un incremento saludable de la salud mental, mismo que contribuye a una mejor salud mental, inspirando de este modo en la adaptación conductual y emocional de los adolescentes (Brown, 1994).

Según Coopersmith (1987), lo define como una autoevaluación que se espera que sea perenne; expresa una apariencia de aprobar o rechazar y hasta donde es que el individuo se pueda considerar apto, importante, exitoso y apreciado. También respecto a la Autoestima,

Atoche (2020), menciona que la Autoestima contribuye en formar vínculos constructivos hacia las personas, incluso nos permite tener seguridad para desarrollar actividades novedosas y exitosas, lo cual estaría generando un buen hábito, es por ello que se infiere que la Autoestima es un componente de solidez completa de emociones firmes.

La Autoestima es un sentimiento crítico de nosotros mismos la cual se instruye, transforma y mejora. Se encuentra vinculada con el desenlace integral de la personalidad en los niveles: ideológicos, psicológicos, social y económico (Acosta y Hernández, 2004).

Es por ello por lo que Douglas (1982), refiere que la Autoestima influye mucho sobre nuestro comportamiento, debido a que es probable que nuestro comportamiento sea según nos veamos, y también según la Autoestima que tengamos.

Por tanto, se ha explorado los conceptos multifacéticos de la Autoestima desde diversas definiciones según autores. Basándonos en Coopersmith, el cual menciona que la Autoestima es considerada como una evaluación que realiza la persona/individuo sobre sí mismo, de este modo refleja su percepción de valía, afrontamiento y su capacidad para afrontar diversas situaciones de su vida cotidiana, teniendo en cuenta que la Autoestima se origina dentro de la persona, lo cual permite que pueda desarrollar su capacidad cognitiva facilitándole relacionarse en el desarrollo de su entorno social.

Dimensiones de la Autoestima

Respecto a las dimensiones propuestas por Coopersmith (1990) mencionó las cuatro dimensiones, las cuales guardan relación entre los mismos y de esta forma conceptualizarlos, las cuales son las siguientes:

a. Dimensión personal

Detalló que poseer una Autoestima alta es el reflejo de los valores, esmero personal, estabilidad emocional y confianza en uno mismo. Por el contrario, si el individuo posee una

Autoestima baja, demostrará desconfianza, lo cual generará emociones negativas sobre sí mismo.

b. Dimensión Social

El individuo se muestra personalmente como positivo, de esta forma a visión externa, tendrá validación y disponibilidad con las personas de su entorno. Tener una Autoestima alta en este campo generará considerables consecuencias positivas, debido a que lo ayudará a relacionarse fácilmente, permitiendo así aceptación dentro de la sociedad.

c. Dimensión familiar

Al presentar un nivel alto podrá provocar cualidades y destrezas a su alrededor, puesto que tendrá autonomía, sin embargo, si el nivel es bajo, tendrá relaciones poco saludables, lo cual podría ser consecuencia de un adolescente que se siente incomprendido ante lo familiar, por tanto, el adolescente actuará irónicamente, impaciente e indiferente.

d. Dimensión Académica

Los niveles altos, ayudará a que la persona forme y mantenga conductas a nivel académico que le faciliten una actitud competitiva, lo cual es beneficioso para su autorrealización omitiendo el conformismo, por el contrario, si existen niveles bajos, las personas presentarán dificultades para acatar normas, se les complicará trabajar de manera individual y grupal.

Componentes de la Autoestima

Malma (2023) menciona que Coopersmith considera cuatro dimensiones:

a. Autoestima en el área personal

Es la valoración que se tiene sobre sí mismo, específicamente sobre su autoimagen física y sus características personales, con relación a su habilidad, productividad, importancia y respeto.

b. Autoestima en el área académica

Definido por lo que realiza la persona y cree sobre sí mismo, con fusión a su desempeño, lo cual engloba un juicio personal, siendo expresado en su comportamiento hacia sí mismo.

c. Autoestima en el área familiar

Refiere el juicio que hace el individuo y sostiene sobre uno, vinculadas a su trato con cada uno de los integrantes de su familia, tanto como su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lo cual podrá ser manifestado en sus actitudes asumidas con el mismo.

d. Autoestima en el área social

Autovaloración que realiza y mantiene en el sentido de cómo interactúa con su círculo social o personas que no conoce, considerando la capacidad, productividad, importancia y dignidad, por lo mismo que demuestran en las actitudes hacia uno mismo.

Por tanto, las personas se encuentran en constante valoración sobre su relación con el mismo y con el exterior en el que interactúa, de esta forma podrá supervisar frecuentemente como repercute dentro de él, por lo cual de acuerdo con la estimación satisfactoria que el perciba, va a asumir una actitud hacia él mismo.

Niveles de la Autoestima

Ahuanari y Herrera (2022) mencionan que Coopersmith, midió la Autoestima, definiendo el nivel alto de la Autoestima como confianza en sí mismos, por lo cual tienen facilidad de asumir responsabilidades fácilmente, lo cual les beneficiaría ya que no suelen atormentarse por las opiniones ajenas, ya sea de su círculo social o familiar. Así mismo, menciona que los niveles promedio de Autoestima, existe una actitud positiva en cuanto se presenten errores, por lo cual, en tiempos de crisis, probablemente domine el lado emocional del individuo, como consecuencia de ello, se sentirán decaídos, sin embargo, no será motivo para estancarse, buscarán la forma de salir adelante. Finalmente, en los niveles bajos, se presentarán sesgos cognitivos relacionados a la perfección y crítica a ellos mismos, causando

cierto malestar emocional como también alteraciones dentro de su desempeño, académico, laboral o social.

Por otro lado, Rodríguez y Salinas (2020), plantean tres niveles en la Autoestima:

a. Autoestima alta

Quinto (2015) refiere que un alumno que mantenga una Autoestima positiva es un factor determinante para que él pueda aprender de forma eficaz, así como también propiciar relaciones saludables. Cuando un alumno se encuentra dentro de lo mencionado, se convertirá en un recurso valioso, del cual será beneficioso tanto para el docente como para el estudiante, debido a que el potencial que el alumno ha ido formando a lo largo del tiempo a raíz de su autoestima, lo ayudará a enfrentar situaciones percibiéndose con mayor seguridad.

En conclusión, podríamos decir que un estudiante con una Autoestima alta logra desarrollar buenas relaciones debido a la seguridad con la que actúan, lo cual hará que sean personas más felices, ello lo ayudará cuando enfrenten situaciones problemáticas, probablemente cuenten con mayor eficacia en las soluciones de estos.

b. Autoestima media

Se define que la Autoestima varía entre sentirse válida, valioso como persona. Lo cual se puede hacer referencia en individuos que se sobrevaloran, dando a conocer una A confusa.

La Autoestima media son individuos caracterizados por tener semejanza con los que presentan una alta Autoestima, sin embargo lo demuestran en magnitud menor, en otras circunstancias, demuestran actitudes impropias que evidencian obstáculos en el autoconcepto (Coopersmith, 1999, citado en Rodríguez y Salinas, 2018)

En conclusión, las personas que poseen una Autoestima media pueden demostrar al exterior seguridad de sí mismos, sin embargo, en ocasiones o situaciones desemboca la inseguridad, lo cual podrían mostrarse dependientes ante la constante aceptación, siendo temerosos ante el rechazo social.

c. Autoestima baja

Las personas de Autoestima baja demuestran actitud positiva de forma externa hacia sí mismos y hacia el exterior, intentando hacer creer a otros y hacia ellos mismo que es una persona con actitud lineal. Es por ese motivo, que pueden aislarse del mundo exterior, ya que viven con el miedo de ser descubiertos y sentirse rechazados.

Podríamos mencionar sobre la Autoestima baja, las personas suelen mostrarse al exterior como personas con actitudes positivas, en busca de aceptación, sin embargo, consideran evitar el contacto por miedo al rechazo.

2.1.2. Adicción

Definición

Según Valdez (2023), las adicciones son definida por ser trastornos crónicos y frecuentes de nuestro cerebro que están en constante búsqueda impulsiva de una actividad, pese a que las secuelas podrían ser negativas. Las Adicciones podrían ser químicas, por ejemplo, tenemos a la adicción a las drogas o alcohol, también podemos considerar las adicciones comportamentales, entre ellas la Adicción al juego, al internet o al trabajo.

Menciona que la adicción es una enfermedad crónica de unidad autónoma, de naturaleza corporal y estados anímicos, la cual está relacionada a un consumo constante de sustancias o actividades. Sin embargo, años posteriores, la definición ha ido tomando diferentes formas, enfatizando en la dependencia o abuso de sustancias.

Adicción a redes sociales

Escorra y Salas (2014) definen como una dependencia psicológica y emocional que algunas personas desarrollas hacia las redes sociales. Debido a que las interacciones que puedan conseguir en línea, ya sea como obtener “Me gusta” y comentarios en sus publicaciones, para así sentirse aceptados y validados. Por otro lado, la falta de interacción o perder “me gusta” podría generar malestar en el usuario.

Es así como, Ecurra y Salas (2014) afirman que este constructo posee tres dimensiones: 1) obsesión por las redes sociales, vinculado con imaginar o sobre pensar intermitentemente en lo que sucede dentro de las redes sociales; 2) falta de control personal, relacionado a la ausencia de control del uso de las redes sociales, como consecuencia, el descuido de las actividades diarias; y 3) uso excesivo de las redes sociales, refiere a la falta de capacidad para finalizar o disminuir el tiempo dedicado a las aplicaciones.

Es por ello, que el estudio presente se basa en el modelo de Ecurra y Salas, el cual ha demostrado ser una herramienta eficaz para discriminar comportamientos adictivos. A partir de este modelo, se analizará el impacto de las redes sociales en el ámbito educativo, identificando posibles sesgos y conductas riesgosas vinculadas al uso de este.

Características de la adicción a redes sociales

Desde el modelo psicosocial, la cual realiza una semejanza entre el consumo de alcohol, tabaco y otras drogas, con la adicción al uso de aparatos tecnológicos, dicho modelo es el más aceptado si buscamos describir la adicción a redes sociales (Griffiths, 2005). Se mencionan los siguientes criterios:

a) Tolerancia

Aumento de actividad con el fin de percibir un impacto igual al del principio.

b) Síndrome de abstinencia

Sentir de malestar psicológico, estado físico y social, siendo desagradable en un nivel alto, o cuando una función se minimiza repentinamente.

c) Conflicto

Definido por desacuerdos internos o externos. El individuo tiene conocimiento de que tiene una deficiencia o problema significativo, sin embargo, no es una opción controlarlo (pérdida de control).

d) Recaída

Probabilidad de volver a los esquemas iniciales de la conducta adictiva, posterior a un periodo en el cual no ha consumido ningún tipo de droga (abstinencia).

Así mismo, Echeburúa (2012) menciona que la conducta adictiva, es difícil saber si está presente, debido a que la conducta en sí no es desfavorable, siendo considerada perjudicial el vínculo que el individuo comprometido mantiene con esa manera de actuar. Lo cual resalta las siguientes características: pérdida de control, lo cual lo engloba en la imposibilidad para autolimitarse o autocontrolar una conducta conflictiva o adversa así mismo; apego, refiere que el individuo que es perjudicado le es difícil abstraerse de esos pensamientos y continua realizándolo pese a que tiene conocimiento de los efectos adversos; síndrome de abstinencia; la persona se encuentra en la transición de cansancio, irritada, nerviosa si no satisface la conducta de forma inmediata, olvidando el interés que antes tenía por las perdiendo así el interés por las tareas que antes le gustaban.

Reforzando las propuestas teóricas en la que se basa la investigación presente, Escurra y Salas (2014) menciona que la adicción a las redes sociales son los mecanismos de placer – repetición y displacer – evitación, los cuales hacen que pueda considerarse como una adicción, considerando su principal característica, las conductas repetitivas que resultan placenteras, pero una vez que se convierten en un hábito, la principal consecuencia es la necesidad incontrolable y los notables niveles de ansiedad que presenta el individuo.

Dimensiones de las adicciones a las redes sociales

Consideran tres dimensiones:

a. Obsesión por las redes sociales

Refiere desde la fijación por mantenerse “vinculado” o “al tanto”, también la alteración de la conducta sobre la acción de requerir mantenerse enterado de lo que pasa en Redes sociales.

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

Incapacidad por tomar el manejo o el uso desmedido de las redes sociales digitales, ya sea por medio de cualquier dispositivo, entre ellos pueden ser las aplicaciones libres, como chat, mensajes, videos, entre otras.

c. Uso excesivo de las redes sociales

Cuando la mayoría del tiempo es ocupado por las redes sociales mostrando una incapacidad de poder regular el tiempo.

Adicción a redes sociales post - pandemia

El uso de las redes sociales ya era ampliamente parte de la vida de sus usuarios, especialmente entre los adolescentes, quienes son los principales usuarios y consumidores de las novedades del mundo digital. Luego, todos tuvimos la necesidad y obligación de mantenernos en casa por emergencia sanitaria, como consecuencia estuvimos aislados socialmente con el mundo exterior, en donde la única comunicación era por medio de las redes sociales. Fernández et al. (2020) mencionaba que si recordamos cuando nos manteníamos alejados del exterior, por obligación del gobierno, incluyendo las diferentes medidas preventivas con el fin de sostener la pandemia, fue en ese entonces donde pudimos ser conscientes del incremento y las consecuencias del excesivo uso del Internet y las redes sociales en la salud mental de los adolescentes.

Así mismo, la facilidad del uso de estas tecnologías tiene secuelas negativas si hablamos psicológicamente, por ejemplo, podríamos ser partícipes de la inflexibilidad cognitiva, bajo afecto, incremento de la angustia y ansiedad, irritables y déficit de la memoria de trabajo, Peña et al. (2019). Lo cual es desfavorable y pueden intensificarse en la etapa adolescente, definidos como individuos en proceso del desarrollo de los medios personales para enfrentar diversas la situación mencionada, por otro lado, sienten un deseo de sentirse validados por un grupo social, siendo inconscientes del uso excesivo o adicción a redes sociales virtuales e Internet, también

aceptan que no pueden manejar o no se sienten en la necesidad de hacerlo (Valencia-Ortiz et al., 2020).

Por otro lado, el estudio que realizó Colonio (2023) menciona sobre las falencias que tienen los adolescentes en torno a percibir comportamientos dañinos vinculadas con el uso de las herramientas digitales, siendo más probable que el desenlace genere una confusión entre el mundo real y la virtualidad. Esta situación planteada tiende a ser las difícil de abordar sobre todo cuando los adolescentes carecen de una adecuada supervisión de sus padres, convirtiéndose en una necesidad desarrollar, en los colegios, programar que puedan abordar el uso de las nuevas tecnologías con responsabilidad.

Redes sociales y uso problemático

Entre las redes sociales virtuales que tienen más uso por la generación digital, la cual es participe los individuos entre los 12 y 25 años, encontramos a TikTok, siendo la que ha conseguido mayor incremento en usuarios, entre otras como Instagram, WhatsApp, YouTube, Snapchat, Facebook, Telegram y Twitter (González et al., 2022).

Los estudiantes mencionan diferentes motivos por el cual están más interesados en las redes sociales, sin darse cuenta de que podrían encontrarse desarrollando una adicción, o una afinidad peligrosa con las redes sociales que provoca una necesidad, olvidando su libertad (Echeburúa y Requesens, 2012).

Este preocupante uso excesivo de las tecnologías nos da a conocer la probabilidad de pasar del empleo rutinario que no era un problema al usar las redes sociales al surgimiento de comportamientos problemas o desadaptados que dañan de forma negativa nuestras tareas diarias, comunicación con el mundo exterior y las actividades físicas, involucrando a la salud de los adolescentes (Diaz et al., 2019).

En base a ello, Lima y McGrill (2022) refieren que el fin de las redes sociales es ser adictivo, es por ello por lo que el uso frecuente es crucial, y resultado de la educación remota. En la

actualidad, los estudiantes tienen facilidades en obtener un dispositivo, siendo esta acción un factor determinante para que se convierta en un uso problemático (Medrano et al, 2017). Continuando con lo anteriormente expuesto, la regularidad y lo que se puede visualizar en las redes sociales, hacen que el usuario quede expuesto y provoque problemas de la salud mental, y adoptar estrategias de promoción de contenidos que contribuyan a nuestro bienestar social y uso adecuado de las herramientas tecnológicas se vuelve una necesidad (Rodríguez et al., 2020).

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

La investigación presente tiene un enfoque cuantitativo, basado en datos y estimaciones estadísticas para alcanzar sus objetivos planteados, así mismo, se encuentra dentro del diseño no experimental, no existió manipulación de las variables, la investigación es descriptivo-correlacional, porque describe específicamente las características del grupo de estudio y correlacional debido a la finalidad de conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, así como evidencia un corte transversal, debido a la recolección de datos en un único momento. (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

3.2. Ámbito temporal y espacial

El estudio fue orientado a adolescentes estudiantes de una Institución Educativa de la ciudad de Lima Este, se eligió 5 grados académicos, desde 1° hasta 5° de secundaria, de ambos sexos, matriculados en el año 2024. El colegio cuenta con una infraestructura amplia, salones acordes a la cantidad de alumnos y ambientes recreativos. El llenado de las encuestas fue realizado en la primera semana de setiembre hasta la quincena del mes en mención, del año 2024; la discusión, conclusiones y recomendaciones se realizaron desde la primera semana hasta la tercera semana de octubre.

3.3. Variables

3.3.1. Autoestima

Definición Conceptual. Es la valoración frecuente que hace un individuo hacia si mismo, dependiendo de ello podremos visualizar un comportamiento de validación u oposición. Si es validado, se sentirá aceptado, creativo, exitoso, por otro lado, si es de oposición o rechazo, sentirá todo lo contrario (Coopersmith, 1967).

Definición Operacional. La variable Autoestima es medida mediante el total del el Inventario de Autoestima, la versión escolar (Coopersmith, 1967).

Tabla 1*Operacionalización de la variable Autoestima*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Valor	Niveles y rangos
Personal	-Aspiraciones	1,2,3,8,9,10,15,16,	Nominal (1=verdadero. 0=Falso)	A Alta (36-50)
	-Estabilidad	17,22,23,24,29,30,		
	-Confianza	31,36,37,38,43,44, 45,50,51,52,57,58		
Social	-Relación con amigos. -Seguridad. -Simpatía.	4,11,18,25,32,39, 46,53	Escala de mentira (no se contabiliza)	A Media (22-35)
Familiar	-Cualidades de consideración y respeto. - Independencia -Comparte valores y aspiraciones. -Diferencia entre bien y mal	5,12,19,26,33,40, 47,54	(6,13,20,27,34, 41,48,55)	A Baja (0-21)
Académica	-Capacidad para aprender.	7,14,21,28,35,42,		
	-Trabaja de manera individual y grupal.	49,56		
	-Realistas.			
	-Competitivos			

3.3.2. *Adicción a redes sociales*

- **Definición Conceptual.** Escurra y Salas (2014) consideran que los jóvenes y adultos generan conductas adictivas a las redes sociales, debido a que están constantemente en vigilia respecto a lo que acontece en su entorno virtual, supervisan el ordenador o smartphone en todo momento, descuidando así sus relaciones interpersonales presenciales, ya sea de su entorno social, familias o a su pareja, se tornan irritables, logrando perdurar durante extensos periodos de tiempo sin consumir alimentos o incluso desregulación nocturna.
- **Definición Operacional.** La variable Adicción a Redes Sociales es medida mediante el total del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (Escurra y Salas, 2014)

Tabla 2*Operacionalización de la variable adicción a redes sociales*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Valor	Niveles y rangos
Obsesión por las redes sociales	-Compromiso con los medios sociales.	2,3,5,6,7,13,15,19, 22,23	Nunca (0)	-Nivel bajo: 0-13 puntos
	-Pensamientos continuos y fantasías con las Redes Sociales.		Pocas veces (1)	-Nivel medio: 14-27 puntos
	-Ansiedad y angustia por la incomunicación de Redes Sociales.		Algunas veces (2)	-Nivel alto: 28-40 puntos
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	-Preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de las redes sociales.	4,11,12,14,20,24	Casi siempre (3)	-Nivel bajo: 0-8 puntos -Nivel medio: 9-16 puntos -Nivel alto: 17-24 puntos
Uso excesivo de las redes sociales		1,8,9,10,16,17, 18,21	Ítem 13 inverso	-Nivel bajo: 0-10 puntos
	Dificultad para controlar el uso de las redes sociales.		Siempre (1)	-Nivel medio: 11-21 puntos
	-Tiempo excesivo en el uso de las Redes Sociales y ser incapaz de disminuirlo.		Nunca (0)	-Nivel alto: 22-32 puntos

3.4. Población y Muestra

La población estuvo compuesta por 350 adolescentes, que se encuentran estudiando en una I.E. pública de Lima Este, de ambos sexos, entre 12 y 17 años, cursando entre el 1° al 5° de secundaria, matriculados en los meses de marzo a diciembre del 2024.

El estudio realizado corresponde a un trabajo censal, ya que todas las unidades de investigación o población son consideradas como muestra (Ramírez, 2010).

Tabla 3

Descripción sociodemográfica de los participantes

Sexo	<i>f</i>	%	Acumulado
Masculino	172	49.1	49.1
Femenino	178	50.9	350
Grado Académico			
1° grado	35	10	10
2° grado	35	10	20
3° grado	66	18.9	38.9
4° grado	92	26.3	65.2
5° grado	122	34.9	350
Edad			
12 a 14	113	32.4	32.4
15 a 17	236	67.6	350

En la tabla 3, las características de los participantes conformantes de la muestra, nótese el mayor número de participantes está conformado por el sexo femenino (50.9%). Respecto al grado académico, la mayor parte la conformaron el 5° grado de secundaria (34.9%), seguido

del 4º grado de secundaria (26.3%). Además, la mayoría de los participantes tienen entre 15 y 17 años (67.6%) y entre 12 y 14 años (32.4%).

Criterios de inclusión

- Estudiantes de secundaria de la Institución educativa.
- Estudiantes entre las edades 12-17 años.
- Estudiantes que tengan rs.
- Aceptar voluntariamente su participación (consentimiento informado)

Criterios de exclusión

- Estudiantes de otros colegios.
- Alumnos que no firmen el consentimiento informado.
- Rechazar su participación en el estudio.

3.5. Instrumentos

3.5.1. Cuestionario de Autoestima de Coopersmith

Creado por Coopersmith (1990), quien tuvo como principal objetivo medir actitudes valorativas hacia sí mismo, siendo validado por Hiyo (2018), el cual fue dirigido para adolescentes entre 12 y 17 años, compuesto por 58 ítems, para obtener el resultado total del cuestionario se debe sumar las puntuaciones de todos los ítems de las dimensiones, que son 4 en total: Dimensión Personal (D.P) del 1 al 26; Dimensión Social (D.S) del 27 al 34; Dimensión Familiar (D.F) del ítem 35 al 42; Dimensión Académica (D.A) del ítem 43 al 50. El instrumento es apto para aplicarse tanto individual como grupal, con un tiempo estimado de 15 minutos. Así mismo tiene validez de contenido por juicio de expertos, teniendo como resultados aplicables.

Propiedades Psicométricas originales

Coopersmith (1967) en la versión escolar, analizó las evidencias de validez mediante la “V” de Aiken donde aplicaron criterio de expertos, se encontró $r=0.80$ y $r=1.00$ en los 58 ítems. La confiabilidad se obtuvo a través de tres métodos: fórmula K de Richardson, por mitades y test retest.

De acuerdo con la confiabilidad test retest, se obtuvo coeficientes de $r=.88$ para una muestra de 50 adolescentes con un intervalo de cinco semanas, lo que indica una alta estabilidad en un periodo corto. También se evaluó el intervalo de tiempo en tres años para una muestra de 56 adolescentes, el coeficiente disminuyó a $r=.70$. Se observa que, la prueba es consistente en un periodo corto.

En cuanto a la confiabilidad a través de la fórmula de Kuder- Richardson, Kimball (1972) administraron el SERI a una muestra de 7,600 adolescentes de escuelas públicas, incluyendo diversas clases socioeconómicas y grupos étnicos. Los coeficientes de confiabilidad obtenidos oscilaron entre $KR-20=.87$ y $KR-20=.92$, en donde se confirma un alto nivel de consistencia interna.

Posteriormente, en habla hispana, ha sido traducido y validado por Panizo (1985) en la cual siguió el procedimiento de correlacionar ítems de sub-escalas. En el cual los ítems bajos fueron separados ($r < .30$) y se completó el procedimiento con la correlación entre la subescala y el total, eliminando la muestra separando los sujetos que presentaban puntuaciones altas en la escala de mentira *P90*.

Propiedades Psicométricas peruanas

En el ámbito nacional, Hiyo (2018) adaptó el inventario de Coopersmith en una muestra de 598 escolares de los distritos de Surco, Chorrillos y Barranco. En primer lugar, la recopilación de evidencia de validez basada en la estructura interna, fue realizada mediante el análisis factorial exploratorio ($KMO=.895$) así mismo la prueba de esfericidad de Barlett

mostró diferencias significativas ($p < 0.05$) en lo que respecta la muestra, lo que indica que la matriz de correlaciones no corresponde a una matriz de identidad, es decir los valores indican que los ítems se correlacionan y pueden formar factores; por otro lado, obtuvo un índice de fiabilidad por consistencia interna ($\alpha = .584$), concluyendo que el inventario es confiable como instrumento de medida.

Confiabilidad y Validez

Siendo así, en la presente investigación se analizaron las propiedades psicométricas de los 58 ítems que conforman la medición Autoestima, según las evidencias de validez basada en la estructura interna de la Autoestima de Coopersmith y análisis de fiabilidad por consistencia interna.

Por tanto, las puntuaciones de la Autoestima se adecuaron al tamaño de la muestra para el análisis factorial ($KMO = .701$), no se detectó la presencia de matriz de identidad para la convergencia de los datos ($X_{Bartlett} = 74.311$; $p = .000$), los datos no se ajustaron a la distribución normal univariante y multivariante ($Y_{1,p} = 0.083$; $Y_{2,p} = 972$; $p < 0.001$), y los ítems están correlacionados para la conformación del modelo ($X^2 = 74.311$; $p < .001$). Del mismo modo, se utilizó el método de mínimos cuadrados no ponderados robustos, en donde se confirma los índices de ajustes relativos ($CFI = .901$; $TLI = .852$) y absolutos ($CMIN = 2.43$; $RMSEA = 0.064$; $SRMR = 0.064$) para los datos del Cuestionario de Autoestima (Anexo D).

Continuando, en el análisis ítem-test los reactivos oscilaron entre $r = .303$ y $r = .644$, correlacionándose significativamente, confirmando así su validez en la población de esta investigación (Anexo D).

También, se realizó el análisis con respecto a la confiabilidad del instrumento a través del coeficiente de consistencia interna. El puntaje de alfa de Cronbach para el Cuestionario de Autoestima pertenece a la categoría Bueno ($\alpha = .656$), se encuentra entre los valores de .50 - .70

(Tuapanta et al., 2017). Estos resultados, indican que hay correlaciones entre las variables que permiten realizar el análisis factorial, es decir, la prueba es estadísticamente significativa.

3.5.2. Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)

El cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) fue elaborado por Ecurra y Salas (2014) quienes lo adaptaron a la realidad de los jóvenes en Lima.

El cuestionario de Adicción a Redes Sociales estuvo integrado por 24 ítems, tipo Likert, donde la calificación es de cinco puntos (0 a 4), en donde (0) nunca, (1) rara vez, (2) algunas veces, (3) casi siempre, y (4) siempre, según los autores, se considera ausencia de adicción solamente si el puntaje final corresponde a cero (0), a partir de obtener como puntaje uno en el cuestionario se valora el nivel de adicción, por lo que lo más cercano a nivel mayor de adicción sería el 96, valores que se obtendrán sumando las respuestas marcadas por cada uno de los ítems. El cuestionario está compuesto por 3 dimensiones: obsesión por las redes sociales (Ítems 2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23), falta de control personal en el uso de las redes sociales (Ítems 4, 11, 12, 14, 20, 24) y uso excesivo de las redes sociales (Ítems 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21).

Propiedades Psicométricas originales

Ecurra y Salas (2014) desarrollaron el Adicción a Redes Sociales con base a la elaboración de un instrumento con 31 reactivos iniciales que, fueron sometidos a una serie de preguntas a 380 estudiantes universitarios de Lima, para identificar los coeficientes de correlación de cada ítem con la puntuación total, posteriormente, se seleccionaron 24 ítems con mayor índice de correlación. Con el resultado final de 24 ítems, evaluaron las propiedades psicométricas, tanto la validez como la confiabilidad. En el análisis factorial exploratorio $KMO=.95$, en la cual se considera como Muy alto (Kaiser,1970), adicionalmente la prueba de esfericidad de Bartlett también presentó un resultado adecuado para el cuestionario, $\chi^2 (276) = 4313.8, p < .001$; estos resultados indican que fue apropiada la aplicación del análisis factorial en los datos de la muestra. En cuanto a la confiabilidad se reportó valores alfa de Cronbach

entre $\alpha = 0.88$ y $\alpha = 0.92$ para los factores, en vista de que el coeficiente de consistencia interna superó 0.85 es considera alto (De Vellis, 2012, cit. por Escurra y salas, 2014), categorizado como aceptable.

Confiabilidad y Validez

Conforme a realizar el análisis psicométrico del instrumento Adicción a Redes Sociales, se recopiló las evidencias de validez basada en la estructura interna y se estimó la fiabilidad por consistencia interna de los 24 reactivos que conformó la medición de la Adicción a Redes Sociales.

El análisis para estimar las puntuaciones el Cuestionario Adicción a Redes Sociales, se obtuvo que el tamaño de la muestra fue acorde para la estimación del análisis factorial ($KMO=.0729$), no se detectó la presencia de matriz de identidad para la convergencia de los datos ($X_{Bartlett}=457.945; p=.000$), los datos no se ajustaron a la distribución normal univariante y multivariante ($Y_{1,p}=.073; Y_{2,p}=.978; p<0.001$), y los ítems están correlacionados para la conformación del modelo ($X^2=457.945; p<.001$). Del mismo modo, se utilizó el método de mínimos cuadrados no ponderados robustos, en donde se confirma los índices de ajustes relativos ($CFI=.930; TLI=.938$) y absolutos ($CMIN=1.853; RMSEA=.057; SRMR=.056$) para los datos del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (Anexo E).

En consecuencia, en el análisis ítem-test los puntajes oscilan entre $r=.386$ y $r=.669$, en donde todos los reactivos se correlacionan significativamente, confirmando su validez en la presente investigación. También, se realizó el análisis con respecto a la confiabilidad del instrumento a través del coeficiente de consistencia interna. El puntaje de alfa de Cronbach para el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales pertenece a la categoría Bueno ($\alpha=.656$). Estos resultados, indican que hay correlaciones entre las variables que permiten realizar el análisis factorial, es decir, la prueba es estadísticamente significativa. Por consecuente, se

realizó el análisis de confiabilidad, el cual fue medido a través del coeficiente de consistencia interna $\alpha = .740$, ubicándose en la categoría Muy bueno (Anexo E).

3.6. Procedimientos

En primera instancia, se coordinó una reunión con el director de la institución educativa, con el fin de solicitar el consentimiento correspondiente para proceder con la aplicación de las pruebas para el estudio correspondiente. Posteriormente, se pidió apoyo de los tutores de las aulas para enviar el consentimiento a los apoderados de los estudiantes. Luego, se realizó la aplicación de las pruebas con apoyo de los tutores. Finalmente, se agrupó las encuestas y puntajes obtenidos de los estudiantes en una hoja de cálculo en Microsoft Excel para posteriormente exportarlo al IBM SPSS 25.

3.7. Análisis de datos

En primer lugar, se realizó la transferencia de datos a una hoja de cálculo de Microsoft Excel 2018 con el fin de obtener el análisis. En segundo lugar, se exportaron los datos al software estadístico IBM SPSS versión 25.0 para el desarrollo de los análisis descriptivos e inferenciales. En tercer lugar, se realizó el análisis de fiabilidad mediante la aplicación del coeficiente α de Cronbach a las puntuaciones totales de los instrumentos de medición. En cuarto lugar, se consideró el análisis descriptivo, incluyendo las frecuencias y proporciones de los niveles de las variables de estudio. En quinto lugar, se obtuvo la normalidad de los datos mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov ($n > 50$) con el objetivo de determinar si los datos se ajustaron a una distribución normal.

De acuerdo con la distribución de las puntuaciones, se utilizó las pruebas no paramétricas para el análisis inferencial. Cuando se comparó las puntuaciones de las variables de estudio según sexo, se empleó la prueba U de Mann Whitney con un nivel de significancia equivalente a .05.

Por consiguiente, para el análisis correlacional se basó en una prueba de hipótesis desarrollada en un nivel de significancia equivalente a .05, es así como, se empleó la prueba de correlación no paramétrica *Rho* de Spearman, tal y como es mostrado en la tabla 4.

Tabla 4

Estadísticos descriptivos y pruebas de normalidad

VARIABLES DE ESTUDIO	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>K-S</i>	<i>p</i>
Adicción a Redes Sociales	45.430	11.150	.073	.000
Autoestima	24.840	4.594	.083	.000

Nota. *M*: Media; *DE*: Desviación estándar; *K-S*: Coeficiente Kolmogorov Smirnov; *p*: Nivel de significancia

Se identificó que las puntuaciones de adicción a redes sociales se situaron en torno a un coeficiente $K-S=.073$ con un nivel de significancia de .000. Además, las puntuaciones de la Autoestima tienen un coeficiente $K-S=.083$ circunscrito a un nivel de significancia de .000. Se puede decir que, los niveles de significancia fueron menores a .05, lo que significa que las variables no provienen de una distribución normal estándar.

3.8. Consideraciones éticas

La presente investigación fue realizada bajo el artículo 79 del Código de Ética del Colegio de Psicólogos del Perú (2018), el cual regula el respeto a las personas y la profesionalidad en la aplicación de evaluaciones psicológicas, enfatizando en el uso de pruebas validadas y comprensibles.

La investigación tiene principios éticos, el cual prioriza la comodidad y busca el equilibrio de los participantes, impulsando la confidencialidad y beneficencia. Así mismo, se fomentó la participación voluntaria bajo un consentimiento informado, debido a la edad de los participantes.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis de frecuencias

4.1.1. Análisis de los niveles de Autoestima

De acuerdo con la Tabla 5, los resultados mostraron que la Autoestima de la mayoría de los adolescentes en la muestra se encuentra en un nivel medio (73.4%), seguida de un nivel bajo (24.6%) y, en menor proporción, un nivel alto (2%).

Tabla 5

Niveles de Autoestima

Variable	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Autoestima	Baja	86	24.6
	Media	257	73.4
	Alta	7	2
Total		350	100

4.1.2. Análisis de los niveles de Adicción a Redes Sociales

En la tabla 6, se observa que hubo una mayor proporción de adolescentes que percibieron un nivel medio de adicción a redes sociales (86.6%) seguido de un nivel bajo (11.1%) y en menor porcentaje un nivel alto (2.3%).

Tabla 6

Niveles de adicción a redes sociales

Variable	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Adicción a redes sociales	Baja	39	11.1
	Media	303	86.6
	Alta	8	2.3
Total		350	100.0

4.2. Análisis inferencial

4.2.1. Análisis comparativo de la Autoestima

En la Tabla 7, se observó que no existen diferencias estadísticamente significativas de las puntuaciones de Autoestima según sexo ($p=0.914$).

Tabla 7

Prueba de hipótesis de la Autoestima según sexo

Variable de estudio	Sexo	M (SD)	U	P
Autoestima	Mujeres	24.81 (4.6)	15206	0.914
	Hombres	24.87 (4.5)		

Nota. M: Media; SD: Desviación estándar; U: Prueba U de Mann Whitney; p: nivel de significancia.

4.2.2. Análisis comparativo de la adicción a redes sociales según sexo

En la tabla 8, el análisis comparativo de las puntuaciones de la adicción a redes sociales se observó que no existen diferencias estadísticamente significativas de la adicción a redes sociales según sexo ($p= .254$).

Tabla 8

Prueba de hipótesis de la adicción a redes sociales según sexo

Variable de estudio	Sexo	M (SD)	U	P
Adicción a redes sociales	Mujeres	44.48 (11.6)	14230	0.254
	Hombres	46.42 (10.5)		

Nota. M: Media; SD: Desviación estándar; U: Prueba U de Mann Whitney; p: nivel de significancia.

4.3. Análisis correlacional

4.3.1. Análisis del objetivo general

En la tabla 9, se identificó que existe correlación estadísticamente significativa entre las puntuaciones de Autoestima con adicción a redes sociales ($p = .000$), la relación se manifestó en una dirección negativa y magnitud débil ($Rho = .291$), lo cual implica que menor Autoestima se relaciona a mayor adicción a redes sociales. Por consiguiente, en ambos análisis correlacionales se identificó un ‘‘pequeño’’ efecto de la varianza compartida ($r^2 > .10$)

Tabla 9

Prueba de hipótesis de correlación de la Autoestima y adicción a redes sociales

	Adicción a redes sociales	
	<i>Rho</i>	,291
Autoestima	r^2	0.084
	<i>p</i>	,000

Nota. *Rho*: Correlación de Spearman; *p*: nivel de significancia; r^2 : coeficiente de determinación.

4.3.2. Análisis de correlación entre las dimensiones de Autoestima y adicción a redes sociales

En consecuencia, en la Tabla 10, se obtuvo que existe correlación estadísticamente significativa entre las puntuaciones de la dimensión personal de Autoestima y adicción a redes sociales ($p = .000$) con una dirección negativa y magnitud ‘‘media’’ ($Rho = -.357$). También, existe diferencias estadísticamente significativas de las puntuaciones de la dimensión académica de la Autoestima y adicción a redes sociales ($p = .000$) con una dirección negativa y magnitud ‘‘débil’’ ($Rho = -.229$). Por otro lado, se identificó que no existe correlación estadísticamente significativa entre las puntuaciones de la dimensión social de la Autoestima y adicción a redes sociales ($p = .335$). Del mismo modo, se observó que no existe correlación estadísticamente significativa entre las puntuaciones de la dimensión familiar de la Autoestima y adicción a redes sociales ($p = .996$). Así mismo, la varianza compartida entre las puntuaciones

de las dimensiones de Autoestima y adicción a las redes sociales se ubicaron en la categoría ‘‘pequeña’’ ($r^2 > .10$).

Tabla 10

Prueba de hipótesis de correlación entre las dimensiones de la Autoestima y adicción a redes sociales

	Personal			Social			Familiar			Académica		
	<i>Rho</i>	r^2	<i>p</i>	<i>Rho</i>	r^2	<i>p</i>	<i>Rho</i>	r^2	<i>p</i>	<i>Rho</i>	r^2	<i>p</i>
Adicción a redes sociales	-,357	,12	,000	,052	,02	,335	,00	,00	,996	-,229	,05	,000

Nota. *Rho*: Correlación de Spearman; *p*: nivel de significancia; r^2 : coeficiente de determinación

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación entre la Autoestima y adicción a redes sociales en adolescentes. En principio, se muestran los resultados generales, posterior a ello se explican los resultados específicos, tantos resultados descriptivos y finalmente la comparación de las dimensiones de la variable Autoestima y adicción a redes sociales.

De acuerdo con el objetivo general del presente estudio fue determinar la relación entre Autoestima y adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa de Lima Este, 2024. Se obtuvo que existe una correlación estadísticamente significativa y negativa ($Rho=-.291; p<.001$) entre la Autoestima y la adicción a redes sociales, la relación se manifestó en una dirección negativa y magnitud débil, lo cual indica que, a mayor Autoestima, menor adicción a redes sociales. Por tanto, se acepta la hipótesis general, es decir existe relación significativa entre las variables de estudio. Estos resultados coinciden con el estudio de Mallma (2023), quien afirma relación significativa inversa entre Autoestima con adicción a redes sociales ($Rho=-.257, p<.001$), y Yupanqui (2020), quien señala relación significativa inversa entre Autoestima ($r=-.287; p=.001$) y adicción a redes sociales ($r=-.288; p=.001$) en jóvenes de una Universidad Privada de Lima Metropolitana.

La similitud de reportes tiene sentido según Branden (1995), la Autoestima es fundamental para llevar una vida significativa, es la capacidad de enfrentarnos a los desafíos de la vida. En este sentido, los adolescentes con baja Autoestima pueden desarrollar una mayor dependencia de las redes sociales para obtener la validación y el reconocimiento que no encuentran en su entorno inmediato (Escurra y Salas, 2014).

Seguidamente, el primer objetivo específico se basa en describir el nivel de Autoestima que predomina en adolescentes de una I.E. de Lima Este, 2024. Se obtuvo mayor frecuencia de Autoestima en el nivel medio (73.4%), seguido de un nivel bajo (24.6%) y, en menor

proporción, se evidenció nivel alto (2%). Los resultados son relativamente congruentes con lo encontrado por Pillaca (2019), donde la Autoestima presenta en el nivel bajo (33.5%), medio (36.7%) y alta (29.8%), obteniendo mayor y menor porcentaje el nivel medio y alto, respectivamente; y discreparon de los estudios de Castillo y Ruiz (2023), quienes señalaron que el 57.4% de los universitarios se ubicaron en un nivel alto.

Los resultados tienen explicación de acuerdo con el marco teórico de la Autoestima, en donde resalta que un nivel bajo puede exhibir un comportamiento positivo, pero de forma artificial, tanto para ellos mismos como para el exterior, intentando mostrarse como una persona positiva (Rodríguez y Salinas, 2020). Así mismo, la diferencia en las características de la muestra podría influir en los resultados.

Respecto al segundo objetivo específico, describir el nivel de adicción a redes sociales que predomina en adolescentes de una I.E. de Lima Este, 2024. Se obtuvo mayor porcentaje en el nivel medio (86.6%) y bajo (11.1%). Los reportes fueron congruentes con Malma (2023) reportó mayor proporción en el nivel medio (74.67%) en estudiantes universitarios. Por otro lado, Pillaca (2019), se acerca a los resultados, quien señala mayor porcentaje del nivel bajo (36.1%) y medio (33.7%). A nivel internacional Collantes y Tobar (2023) señalan que el nivel medio y alto representa el 55.8% de los estudiantes universitarios.

La variabilidad de los resultados en diferentes estudios, según el modelo psicosocial de Giffiths (2005) los niveles de adicción se pueden observar dependiendo de la tolerancia, el síndrome de la abstinencia, el conflicto y la recaída. Los adolescentes podrían tener menos exposición a episodios graves del síndrome de abstinencia, ya sea por ocupar gran parte de su día en el colegio o actividades académicas. Por consiguiente, Fernández et al. (2020) menciona que hubo un incremento en el uso de las redes sociales debido al aislamiento. Sin embargo, es probable que los adolescentes se hayan reincorporado en sus rutinas y actividades presenciales,

lo cual podría explicar la disminución del uso de las redes sociales como único medio de comunicación.

Respecto al tercer objetivo específico desarrollado en identificar y comparar si existen diferencias en la Autoestima en adolescentes según sexo de una I.E. de Lima Este, 2024. Los hallazgos indicaron que no existen diferencias estadísticamente significativas de las puntuaciones de la Autoestima según sexo ($p=0.914$), evidenciando a los hombres ($M=24.87$) y las mujeres ($M=24.81$). En consecuencia, se rechaza la hipótesis basada en que existen diferencias estadísticamente significativas de la Autoestima según sexo en la muestra. Los resultados son consistentes con la investigación de Malma (2023), dónde evidenció que no existen diferencias estadísticamente significativas de la Autoestima según sexo ($U=9751$; $p=0.72$) en universitarios. Sin embargo, estos resultados difieren con los reportes de Castillo y Ruiz (2023), quienes encontraron diferencias estadísticamente significativas de las puntuaciones de la Autoestima según sexo ($U= 2755$; $p= .032$).

Al respecto, la Teoría de la Autoestima, señala que es una evaluación interna sobre nosotros mismos (Coopersmith, 1987), excluyendo factores externos, en este caso el género, puesto que la Autoestima podría depender de la subjetividad más que las diferencias entre hombres y mujeres.

Secuencialmente, el análisis del cuarto objetivo específico fue identificar y comparar si existen diferencias en la adicción a redes sociales en adolescentes según sexo de una institución educativa de Lima Este, 2024. Se encontró que no existe relación estadísticamente significativa de adicción a redes sociales según sexo ($p=.254$), es decir se rechaza la hipótesis de investigación. En ese sentido, reporte nacional corrobora el presentes hallazgo, Malma (2023) encontró que no existe relación estadísticamente significativa de la variable adicción a redes sociales según sexo ($p=.17$); sin embargo, según reportes internacionales Cuenca (2023) observo que existen diferencias significativas de las dimensiones de la adicción a redes

sociales, en los niveles de uso excesivo de las redes sociales entre varones ($M=11,68$; $DE=4.72$) y mujeres ($M=15,70$; $DE=6.03$), seguido con la dimensión de obsesión por las redes sociales, siendo que en las mujeres ($M=14,46$; $DE=6.88$) y en los varones ($M=10,87$; $DE=6.38$). La dimensión de falta de control fue levemente mayor en las mujeres ($M=9,58$; $DE=4.01$) que en los varones ($M=8,18$; $DE=4.43$).

La explicación teórica a las discrepancias se podría encontrar en el modelo psicosocial, donde engloba a la adicción a redes sociales en la misma línea que otras adicciones, debido a que son influenciadas por el refuerzo inmediato y la gratificación (Griffits, 2005). Siendo un fundamento por el cual estos factores no dependerían del sexo, tanto hombres como mujeres podrían verse involucrados.

Finalmente, el quinto objetivo específico fue analizar la relación entre las dimensiones de la Autoestima y la adicción a redes sociales en adolescentes de una I.E. de Lima Este, 2024. Se encontró que existe relación con una dirección negativa y magnitud media entre la dimensión personal ($p=.00$; $Rho=-.357$) y académica ($p=.00$; $Rho=-.229$); de la Autoestima con la adicción a redes sociales, pero no se encontró una relación estadísticamente con la dimensión social ($p=.996$) y familiar ($p=.335$) de la Autoestima con la adicción a redes sociales; por lo tanto, se rechaza la hipótesis planteada. Estos resultados concuerdan con Yupanqui (2020) quien encontró que no existe relación estadísticamente significativa con la dimensión familiar ($r=-.10$; $p=.21$) en universitarios peruanos; y, Malma (2023) detectó la presencia de relación significativa entre la dimensión si mismo general de la Autoestima con adicción a redes sociales ($Rho=-.41$; $p<.001$) sin embargo, en la dimensión hogar de la Autoestima no existe relación estadísticamente significativa con adicción a redes sociales ($Rho=-.050$; $p<.380$).

La explicación teórica radica en que uno de los criterios de la adicción a redes sociales es el conflicto, sean interpersonales o intrapersonales (Griffiths, 2005); es decir, si la persona tiene una dimensión personal baja es más probable que recurra a las redes sociales como su

principal red de apoyo. Por el contrario, si esta dimensión personal se fortalece, disminuye la frecuencia de recurrir a las redes sociales. Así mismo Ecurra y Salas (2014) refiere que la adicción a redes sociales está vinculada con la necesidad de aprobación instantánea y usar las redes sociales como medio de aceptación social de pares; factores que no están vinculados con la percepción de apoyo familiar.

Entre las limitaciones del presente estudio dentro de lo investigado en torno a la falta de proporcionalidad en los subgrupos de género, el diseño del estudio impide establecer relaciones causales entre ambas variables, sesgos en las respuestas de los instrumentos, también las variables que se encuentran fuera de control, como el estado emocional de los participantes.

En secuencia, la diferencia de los aportes obtenidos del estudio tuvo impacto teórico para el área de estudio en el sentido en que proporcionó información sobre la magnitud y dirección de la relación entre la autoestima y la adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa, evidenciando factores importantes en la prevención, así como también factores de riesgo en este grupo etario.

A un nivel práctico, los aportes del estudio nos conceden saber la frecuencia y los niveles de la Autoestima con la adicción a redes sociales, de esa forma los tutores o profesionales que trabajen en la institución ejecuten el diagnóstico situacional, programas preventivos mediante talleres, y establecer la estructura para la ejecución de programas promocionales

VI. CONCLUSIONES

- 6.1 Se halló relación estadísticamente significativa entre la Autoestima y la adicción a redes sociales en adolescentes de una I.E. de Lima Este, 2024, lo cual implica que, en adolescentes estudiantes, una baja Autoestima sería una probabilidad de riesgo para el desarrollo de la adicción a redes sociales.
- 6.2 En el nivel de Autoestima hubo mayor proporción de adolescentes en el nivel medio con 73.4% y menor proporción en el nivel alto 2% lo que implica que los estudiantes adolescentes podrían manejar una autopercepción adecuada, sin embargo, existen áreas de mejora.
- 6.3 En relación con la adicción a redes sociales, se halló mayor porcentaje en el nivel medio con 86.6% y menor porcentaje en el nivel bajo con 11.1%, por lo que se colige que los estudiantes adolescentes presentan un uso moderado de las redes sociales, sin llegar a convertirse en una adicción grave.
- 6.4 No se halló diferencias estadísticamente significativas de la Autoestima en adolescentes de una I.E. de Lima Este según sexo ($p=.914$), lo que indica que tanto hombres y mujeres presentan similitud respecto al nivel de Autoestima, es decir, el sexo no es un factor determinante en la variable autoestima.
- 6.5 No se detectó diferencias estadísticamente significativas de la adicción a redes sociales según sexo ($p=.254$), en adolescentes, señalando que el sexo no es un factor de riesgo para desarrollar una adicción a redes sociales.
- 6.6 No se encontró relación entre las dimensiones de la Autoestima con la adicción a redes sociales, aunque en la dimensión personal ($p=.00$; $Rho=-.357$) y académica ($p=.00$; $Rho=-.229$) con la adicción a redes sociales si se detectaron diferencias significativas con una dirección negativa y magnitud media, lo que implica que una mayor Autoestima en estas dimensiones puede contribuir a reducir la adicción a redes sociales.

Por el contrario, no se encontró relación estadísticamente con la dimensión social ($p=.996$) y familiar ($p=.335$) con la adicción a redes sociales, es decir, dichas áreas mencionadas podrían requerir un enfoque diferente en las estrategias de intervención.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1 Promover programas psicoeducativos que tengan como base en el fortalecimiento de la Autoestima en adolescentes, con el objetivo de prevenir conductas adictivas relacionadas a las redes sociales, se podría desarrollar una evaluación individual con los instrumentos usados en la presente investigación para identificar los casos de riesgo.
- 7.2 Desarrollar programas preventivos para reducir los niveles medios de adicción a redes sociales basados en estrategias de educación digital como promocionar habilidades sociales y emocionales fuera del entorno virtual y concientización sobre los efectos negativos de la adicción a redes sociales mediante charlas y talleres sobre los riesgos asociados en el aspecto académico y la Autoestima.
- 7.3 Aplicar los instrumentos en una muestra con mayor cantidad de participantes para la estimación de la prevalencia de los niveles de Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes para asegurar que los datos representen con mayor exactitud la población de estudio.
- 7.4 Se sugiere a la institución educativa impartir talleres psicoeducativos con el fin de fortalecer la Autoestima personal y académica mediante talleres de autoconocimiento, promoviendo un uso saludable de las redes sociales.

VIII. REFERENCIA

- Acosta, R. y Hernández, J. (2004). La autoestima en la educación. *Límite. Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 1(11), 82 - 95.
- Ahuanari, E. y Herrera, N. (2022). *Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de tercer grado de secundaria*. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Los Andes, Perú] Repositorio Institucional UPLA. <https://hdl.handle.net/20.500.12848/4410>
- Atoche, M. (2020). Nivel de autoestima en el personal de la institución educativa Leonor Cerna Valdiviezo [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú] Repositorio Institucional ULADECH. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/4829859>
- Castillo, C., y Ruiz, T. (2023). *Adicción a las redes sociales y la autoestima en jóvenes universitarios entre 18 y 25 años de Lima Metropolitana, 2023*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Lima, Perú]. Repositorio Institucional UL. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/19001>
- Colegio de Psicólogos del Perú. (2018). *Código de ética profesional del psicólogo peruano*. CPsP.
- Colonio, J. (2023). Revisión sistemática sobre la adicción a las redes sociales en adolescentes latinoamericanos entre el 2020-2022. *Propósitos y Representaciones*, 11(2), e1759. <https://doi.org/10.20511/pyr2023.v11n2.1759>
- Collantes, K. y Tobar, A. (2023). Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(1), 848–860. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.300>

- Coopersmith, S. (1999). *Escala de autoestima de niños y adultos*. Centro Psicopedagógico Instituto Profesional Los Leones.
https://www.academia.edu/3093021/TEST_DE_COOPERSMITH_ADULTOS
- Cuenca, V. (2023). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de Paraná*. [Tesis de licenciatura, UCA, Argentina] Repositorio Institucional UCA. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/17688>
- Echeburúa, E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias*, 37(4), 435-447.
- Escurra, M., y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91.
https://www.researchgate.net/publication/264200200_Construccion_y_validacion_del_cuestionario_de_adiccion_a_redes_sociales_ARS
- Fegert, J., Vitiello, B., Plener, P. y Vera, C. (2020). Challenges and burden of the coronavirus 2019 (COVID-19) pandemic for child and adolescent mental health: A narrative review to highlight clinical and research needs in the acute phase and the long return to normality. *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health*, 14(1), 20-24.
<https://doi.org/10.1186/s13034-020-00329-3>
- Gómez, J. (2023). *Uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución pública de Chachapoyas*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Perú] Repositorio Institucional UNTRM.
<https://hdl.handle.net/20.500.14077/3755>
- Gutiérrez, M. (2020). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de 15 a 17 años de una unidad educativa particular de la ciudad de La Paz*. [Tesis de licenciatura,

- Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia]. Repositorio UMSA. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/24953>
- Griffiths, M. (2005). Un modelo de ‘componentes’ de la adicción en un marco biopsicosocial. *Journal of Substance Use*, *10*(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Grimaldo, M. (2019). *Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3. er a 5. to de Secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador* [Tesis de pregrado. Universidad Autónoma del Perú]. Archivo digital. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/905>
- Hernández, R. y Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Isaac, D. (2023). La teoría de la personalidad de Carl Rogers. Recuperado de <https://esaludmental.es/carls-rogers/>
- Kaiser, H. (1970). A second generation Little Jiffy. *Psychometrika*, *35*, 401–415. <https://doi.org/10.1007/BF02291817>
- Krauskopf, D. (1999). El desarrollo psicológico en la adolescencia: las transformaciones en una época de cambios. *Adolescencia y salud*, *1*(2), 23-31. http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-41851999000200004&lng=en&tlng=en
- Malma, B. (2023). *Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Federico Villarreal, Perú]. Repositorio Institucional UNFV. <https://hdl.handle.net/20.500.13084/7725>
- Ministerio de Salud del Perú [MINSA]. (2014). *Orientaciones para la atención integral de las y los adolescentes en el I nivel de atención*.

- Moreno, K. y Pérez, J. (2023). *Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes. Alto Moche, Trujillo 2023*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Perú]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/133048>
- Napaico, C. (2020). ¿Cómo influyen en el desarrollo emocional de los jóvenes? *La república*.
- Panizo, M. (1985) *Autoestima y rendimiento escolar en un grupo de niños de quinto grado* [Tesis de bachiller, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú]. Repositorio Institucional PUCP.
- Pillaca, J. (2019). *Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de lima sur*. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma, Perú] Repositorio Institucional Autónoma. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/904>
- Pindado, J. (2006). Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. *Comunicación y Sociedad*, 11(21), 1-24.
- Quinto, A. (2015). *Relación entre la autoestima en el aprendizaje del área de personal social en niños de 5 años del nivel inicial-Ate Vitarte*. [Tesis de segunda especialidad, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú]. Repositorio Institucional UNE. <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/788>
- Quiroga, F., Capella, C., Sepúlveda, G., Conca, B. y Miranda, J. (2020). Identidad personal en niños y adolescentes: Estudio cualitativo. *Revista Scielo*. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682020000100016
- Ramírez, T. (2010). *¿Cómo hacer un proyecto de investigación?* Editorial Panapo.
- Rodríguez, S., Borges, L., Barboza, M. y Leira, L. (2020). ¿Cómo influyen las redes sociales en la salud mental? *SMAD, Revista Eletrônica Saúde Mental Álcool Drog*, 16(1), 1-3. <https://doi.org/10.11606/issn.1806-6976.smad.2020.0089>

- Rodríguez, L. y Salinas, J. (2018). *Taller ‘‘Dando Amor’’ para mejorar la autoestima de estudiantes de 4 años del centro educativo Rafael Narváez Cadenillas*. Universidad Nacional de Trujillo, Perú
- Soria, P., y Villegas-Villacres, N. (2024). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. *Psicología UNEMI*, 8(14), 19-29.
<https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss14.2024pp19-29p>
- Tuapanta, J., Duque, M. y Mena, A. (2017). Alfa de cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en docentes universitario. *Revista MktDescubre*, 10, 37-48.
<https://core.ac.uk/download/pdf/234578641.pdf>
- Vidal, G., Foreman, S. y Molina, B. (2022). Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comunas de la provincia de Concepción, Chile. *Revista Perspectivas*.
https://www.semanticscholar.org/paper/Redes-sociales-virtuales%2C-autoestima%2C-rendimiento-y-Guti%C3%A9rrez-Higuera/4c51bbef17fd212fc885ed1f3f7594b3bc93acec?utm_source=direct_link
- Valdez, L. (2023). *Adicción a las redes sociales y hábitos de estudio en estudiantes de una universidad privada de Lima*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Federico Villarreal, Perú] Repositorio Institucional UNFV.
<https://hdl.handle.net/20.500.13084/8137>
- Yupanqui, E. (2020). *Uso problemático de las redes sociales virtuales y autoestima en jóvenes e una universidad privada de lima metropolitana* [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola, Perú]. Repositorio Institucional USIL.
<https://hdl.handle.net/20.500.14005/10273>

IX. ANEXOS

Anexo A: Matriz de Consistencia

Título: Autoestima y Adicción a las redes sociales de una institución educativa de Lima Este, 2024			
Problema	Objetivos	Hipótesis	Método
General	General	General	
¿Existe relación entre la autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes de una institución educativa de Lima Este?	Determinar la relación entre la autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes de un colegio privado de Lima.	Existe relación entre la autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes de un colegio privado de Lima.	
	Específicos	Específicos	Tipo de investigación Básica, no experimental, relacional.
	O1: Describir el nivel de autoestima que predomina en adolescentes de una Institución educativa de Lima Este, 2024.		Participantes 350 entre hombres y mujeres.
	O2: Describir el nivel de Adicción a las redes sociales que predomina en adolescentes de una Institución educativa de Lima Este, 2024.		Instrumentos Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS) Escala de Autoestima de Coopersmith (versiones adolescentes)
	O3: Identificar y comparar la autoestima en adolescentes, según sexo, de una institución educativa de Lima Este, 2024.	H3: Existe diferencia significativa de la autoestima en adolescentes, según sexo, de una institución educativa de Lima Este, 2024.	
O4: Identificar y comparar la adicción a las redes sociales en adolescentes, según sexo, de una institución educativa de Lima Este, 2024.	H4: Existe diferencia significativa de la adicción a redes sociales en adolescentes, según sexo, de una institución educativa de Lima Este, 2024.		
O5: Establecer la relación entre las dimensiones de la autoestima y la adicción a las redes sociales en adolescentes de una Institución educativa de Lima Este, 2024.	H5: Existe relación significativa entre las dimensiones de la autoestima y la adicción a las redes sociales en adolescentes de una institución educativa de Lima Este, 2024.		

Anexo B: Consentimiento Informado para participación en la investigación

Estimados padres de familia, Soy Ruth Eliana Landeo Huamán, Bachiller de Psicología Clínica en la Universidad Nacional Federico Villarreal. Estoy realizando una investigación sobre la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en adolescentes de secundaria. Para ello, solicito su consentimiento para la participación de su hijo(a) como parte del estudio.

Información Importante

- **Participación Voluntaria:** Su hijo(a) puede decidir no participar o retirarse en cualquier momento sin consecuencias.
- **Confidencialidad:** Los datos serán anónimos y utilizados solo para la investigación.
- **Duración:** La encuesta tomará aproximadamente 20 minutos durante el horario escolar.

Si tiene preguntas, contácteme en *elianalandeo.98@gmail.com*

Consentimiento

Yo, _____, doy mi consentimiento para que mi hijo(a), _____, participe en esta investigación.

Firma del padre/madre/tutor: _____

Fecha: _____

Agradezco su colaboración.

Atentamente

Ruth Eliana Landeo Huamán

Anexo C: Instrumentos para el desarrollo de la investigación

CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS, Escurra y Salas, 2014)

DATOS GENERALES

Sexo: (M) (F)

Grado escolar: (1) (2) (3) (4) (5)

Edad: _____ años

INSTRUCCIONES

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: **S:** Siempre **CS:** Casi siempre **RV:** Rara vez **N:** Nunca

N°	Descripción	Respuestas			
		<i>S</i>	<i>CS</i>	<i>RV</i>	<i>N</i>
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 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.				

Inventario de Autoestima para adolescentes

Marque con una Aspa (X) debajo de **V** o **F**, de acuerdo con los siguientes criterios:

V cuando la frase SI coincide con su forma de ser o de pensar.

F cuando la frase NO coincide con su forma de ser o pensar.

		V	F				
1	Las cosas mayormente no me preocupan			30	Paso bastante tiempo soñando despierto		
2	Me es difícil hablar frente a la clase			31	Desearía tener menos edad que la que tengo		
3	Hay muchas cosas sobre mí mismo que cambiaría si pudiera			32	Siempre hago lo correcto		
4	Puedo tomar decisiones sin dificultades			33	Estoy orgulloso de mi rendimiento en la escuela		
5	Soy una persona muy divertida			34	Alguien siempre tiene que decirme lo que debo hacer		
6	En mi casa me molesto muy fácilmente			35	Generalmente me arrepiento de las cosas que hago		
7	Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo			36	Nunca estoy contento		
8	Soy conocido entre los chicos de mi edad			37	Estoy haciendo lo mejor que puedo		
9	Mis padres mayormente toman en cuenta mis sentimientos			38	Generalmente puedo cuidarme solo		
10	Me rindo fácilmente			39	Soy bastante feliz		
11	Mis padres esperan mucho de mi			40	Preferiría jugar con los niños más pequeños que yo		
12	Es bastante difícil ser "Yo mismo"			41	Me gustan todas las personas que conozco		
13	Mi vida está llena de problemas			42	Me gusta mucho cuando me llaman a la pizarra		
14	Los chicos mayormente aceptan mis ideas			43	Me entiendo a mí mismo		
15	Tengo una mala opinión acerca de mí mismo			44	Nadie me presta mucha atención en casa		
16	Muchas veces me gustaría irme de mi casa			45	Nunca me resondran		
17	Mayormente me siento fastidiado en la escuela			46	No me está yendo tan bien en la escuela como yo quisiera		
18	Físicamente no soy tan simpático como la mayoría de las personas			47	Puedo tomar una decisión y mantenerla		
19	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo			48	Realmente no me gusta ser un niño		
20	Mis padres me comprenden			49	Nunca soy tímido		
21	La mayoría de las personas caen mejor de lo que yo caigo			50	Generalmente me avergüenzo de mí mismo		
22	Mayormente siento como si mis padres estuvieran presionándome			51	Los chicos generalmente se la agarran conmigo		
23	Me siento desanimado en la escuela			52	Siempre digo la verdad		
24	Desearía ser otra persona			53	Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz		
25	No se puede confiar en mi			54	No me importa lo que me pase		
26	Nunca me preocupo de nada			55	Soy un fracaso		
27	Estoy seguro de mí mismo			56	Me fastidio fácilmente cuando me llaman la atención		
28	Me aceptan fácilmente en un grupo			57	Siempre se lo que debo decir a las personas.		
29	Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos						

Anexo D: Propiedades Psicométricas del Cuestionario de Autoestima de Coopersmith

Tabla 1

Validez ítem-test del Cuestionario de Autoestima de Coopersmith en adolescentes de una institución educativa de Lima Este, 2024

Dimensiones	Ítem	Correlación ítem - Test	Ítem	Correlación ítem - Test
Dimensión personal	1	.494	30	.368
	2	.323	31	.322
	3	.301	36	.366
	8	.308	37	.346
	9	.350	38	.302
	10	.310	43	.362
	15	.342	44	.327
	16	.344	45	.384
	17	.303	50	.315
	22	.380	51	.334
	23	.318	52	.498
Dimensión social	24	.324	57	.330
	29	.300	58	.331
	4	.336	32	.392
	11	.644	39	.389
Dimensión familiar	18	.318	46	.348
	25	.380	53	.334
	5	.330	33	.503
	12	.341	40	.392
Dimensión académica	19	.524	47	.387
	26	.340	54	.393
	7	.322	35	.299
	14	.397	42	.495
	21	.303	49	.326
	28	.570	56	.436

Nota: En la tabla 1, se puede observar el análisis realizado de la validez ítem-test del Cuestionario de Autoestima, donde las correlaciones positivas varían del ítem-test que varían entre .300 a .644. Lo que significa que el instrumento fue válido para el presente estudio.

Tabla 2

Análisis de confiabilidad del Cuestionario de Autoestima de Coopersmith en adolescentes de una institución educativa de Lima Este, 2024

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.656	58

Nota: En la tabla 2, se presenta el análisis realizado con respecto a la confiabilidad del instrumento, el cual fue medido a través del coeficiente de consistencia interna. El puntaje del alfa de Cronbach para el Cuestionario de Autoestima pertenece a la categoría Bueno ($\alpha = .656$).

Tabla 3

Índices de ajuste relativos y absolutos de las puntuaciones del Cuestionario de Autoestima

	<i>CMIN</i>	<i>RMSEA</i>	<i>SRMR</i>	<i>CFI</i>	<i>TLI</i>
Solución unifactorial	2.430	.064	.064	.901	.952

Nota. *CMIN*: chi cuadrado sobre grados de libertad; *CFI*: índice de ajuste comparativo; *TLI*: índice de Tucker- Lewis; *RMSEA*: raíz de la media cuadrática del error de aproximación.

Anexo E: Propiedades Psicométricas del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales

Tabla 4

Índices de ajuste relativos y absolutos de las puntuaciones del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales

	<i>CMIN</i>	<i>RMSEA</i>	<i>SRMR</i>	<i>CFI</i>	<i>TLI</i>
Solución unifactorial	1.853	0.057	0.056	0.93	0.938

Nota. *CMIN*: chi cuadrado sobre grados de libertad; *CFI*: índice de ajuste comparativo; *TLI*: índice de Tucker- Lewis; *RMSEA*: raíz de la media cuadrática del error de aproximación.

Tabla 5

Validez ítem-test del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales en adolescentes de una institución educativa de Lima Este, 2024

Dimensiones	Ítem	Correlación ítem - Test
Obsesión por las redes sociales	2	.467
	3	.396
	5	.568
	6	.560
	7	.586
	13	.343
	15	.515
	19	.522
	22	.547
	23	.517
Falta de control personal	4	.551
	11	.492
	12	.379
	14	.396
	20	.467
Uso excesivo de las redes sociales	24	.565
	1	.537
	8	.575
	9	.548
	10	.607
	16	.561
	17	.669
18	.487	
	21	.386

Nota: En la tabla 3, se puede observar el análisis realizado de la validez ítem-test del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales, donde las correlaciones positivas varían del ítem-test que varían entre .386 a .669. Lo que significa que el instrumento fue válido para el presente estudio.

Tabla 6

Análisis de confiabilidad del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales en adolescentes de una institución educativa de Lima Este, 2024

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.740	24

Nota: En la tabla 4, se presenta el análisis realizado con respecto a la confiabilidad del instrumento, el cual fue medido a través del coeficiente de consistencia interna. El puntaje del alfa de Cronbach para el Cuestionario de Autoestima pertenece a la categoría Muy bueno ($\alpha = .656$).