

FACULTAD DE CIENCIAS DE
LA SALUD

Carrera de Psicología

**“Adicción a las redes sociales y autoestima en
estudiantes de Internado 3 de Psicología de una
universidad privada de San Juan de Lurigancho,
2023”**

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Psicología

Autor:

Jarumy Cerna Rodriguez

Asesor:

Dr. Lina Iris Palacios Serna

<https://orcid.org/0000-0001-5492-3298>

Lima - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Kenia Keith Del Roci Casiano Valdivieso
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	Carlos Fernando Garcia Godos Salazar
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	Lina Iris Palacios Serna
	Nombre y Apellidos

Informe de Similitud



Página 2 of 84 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn.oid::1:3126232351




17% Similitud general

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




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 16%  Fuentes de Internet
- 9%  Publicaciones
- 14%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

- 10%  Fuentes de Internet
- 9%  Publicaciones
- 14%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Trabajos del estudiante	Universidad Privada Antenor Orrego	4%
2	Internet	hdl.handle.net	3%
3	Publicación	Evelyn Melissa Altamirano Manzano, Marco Antonio Mena Freire. "Riesgo de adic...	2%
4	Internet	repositorio.continental.edu.pe	2%
5	Internet	repositorio.udaff.edu.pe	1%
6	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo	1%
7	Trabajos del estudiante	Universidad Peruana Cayetano Heredia	1%
8	Internet	tesis.usat.edu.pe	1%
9	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	1%
10	Trabajos del estudiante	Universidad Autónoma del Perú	0%
11	Internet	repositorio.unfv.edu.pe	0%



Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de Internado 3 de
Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023

Dedicatoria

A mis padres y hermanos por el apoyo constante a lo largo de estos años.

Jarumy Cerna Rodríguez

Agradecimiento

En primer lugar, a la universidad que me alojó durante cinco años y en la cual viví experiencias gratificantes que me forjaron no solo como profesional sino también como persona.

En segundo lugar, a mis docentes por su dedicación, integridad profesional y amor por la enseñanza. Agradezco enormemente la paciencia para responder todas mis dudas, recibir sus clases aumentó mi pasión por la carrera. Destaco de forma especial, a los asesores que me permitieron construir este proyecto de investigación.

Finalmente, a mis amigos cercanos, su compañía hizo llevadera toda esta vivencia llena de desafíos; sin su cariño no habría enfrentado todo con la misma actitud.

Tabla de Contenido

Jurado evaluador.....	2
Informe de Similitud.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Índice de tablas	7
Resumen	8
Palabras Claves:.....	8
Capítulo I: Introducción.....	9
Capítulo II: Metodología	31
Capítulo III: Resultados.....	42
Capítulo IV: Discusión y conclusiones.....	50
Referencias	59

Índice de tablas

Tabla 1: Distribución de la población muestra según género	33
Tabla 02: Niveles de adicción a las redes sociales y según sus dimensiones en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023	42
Tabla 03: Niveles de autoestima y según sus dimensiones en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023	44
Tabla 04: Relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023	46
Tabla 05: Relación entre la dimensión obsesión por las redes sociales de la adicción a las redes sociales y las dimensiones de la autoestima en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023 .	47
Tabla 06: Relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales de la adicción a las redes sociales y las dimensiones de la autoestima en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023	48
Tabla 07: Relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales de las redes sociales de la adicción a las redes sociales y las dimensiones de la autoestima en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023	49
Tabla 08: Prueba de Kolmogorov-Smirnov de las variables y dimensiones a correlacionar	81
Tabla 09: Selección del estadístico de correlación de acuerdo con la normalidad de las variables y dimensiones por correlacionar	81

Resumen

La autoestima, así como el control y equilibrio del uso de las redes sociales son aspectos fundamentales para el perfil profesional de un futuro psicólogo en tanto le permite realizar sus labores de forma óptima. Por lo tanto, esta investigación buscó determinar la existencia de una significativa relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho. Para ello, se utilizó un enfoque cuantitativo, de tipo correlacional y corte transversal. Los participantes del estudio fueron 91 estudiantes que cursaban Internado 3 de psicología a quienes se les aplicó el Inventario de Autoestima de Coopersmith para adultos (SEI) y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS). Los hallazgos denotaron una relación significativa y negativa moderadamente fuerte entre las variables ($\rho=-.458$ y $p<.001$), asimismo, con las dimensiones Obsesión por las redes sociales ($\rho=-.366$ y $p<.001$), Falta de control personal en el uso de las redes sociales ($\rho=-.407$ y $p<.001$) y Uso excesivo de las redes sociales ($\rho=-.453$ y $p<.001$). Se concluye que, a mayor uso patológico de las redes sociales, menores serían los niveles de autoestima o viceversa .

Palabras Clave: Autoestima, adicción, redes sociales, universitarios.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

La autoestima es un aspecto de relevancia en la vida de un futuro psicólogo puesto que determina la forma en la que se relaciona con los demás, se evalúa a sí mismo y adopta aspiraciones sobre futuras metas; se entiende por ello, que una adecuada autoestima les permitirá un desenvolvimiento acorde a las necesidades de quiénes serán sus futuros pacientes. Por otro lado, el uso equilibrado de las redes sociales le ayuda a trazar una línea entre las expectativas del otro y su persona, cuidando así su salud mental; solo al preservar su bienestar psicológico podrá ejercer un papel positivo en los demás.

Cuando hablamos del uso patológico de las redes podemos hacer referencia al término “adicción a la redes sociales”, variable que de acuerdo a Ecurra y Salas (2014) se describe como una dependencia psicológica o adicción sin sustancia en la que la persona permanece en un estado de alerta constante verificando repetidamente los dispositivos electrónicos incluso en situaciones inapropiadas lo que ocasiona un descuido de las relaciones interpersonales presenciales, rendimiento académico y laboral además del cuidado personal en actividades como sueño o alimentación.

Con relación a la autoestima, según Coopersmith (1967) se define como un constructo o rasgo que se adquiere a través de los años, en donde los niños deben contar con adecuadas condiciones en su entorno siendo los padres un factor principal para que se logre un correcto desarrollo de sus cualidades y actitudes, así como la aceptación de sí mismos.

Tomando en cuenta ello, en el ámbito internacional, con relación a las aplicaciones más populares entre un conjunto de jóvenes de tres países (México, Colombia y Perú),

Ramírez et al. (2021) hallaron que WhatsApp con 95.4% de preferencia, Facebook con un 85%, Instagram con el 71.7% y TikTok con el 36.4% son de las redes más usadas. De esta muestra, los estudiantes señalaron que percibían que sus sentimientos y emociones eran influenciados de forma negativa debido al uso de dichas aplicaciones, resaltando la vulnerabilidad de los jóvenes a la influencia del bombardeo mediático. De igual forma, Díaz (2020) en un estudio realizado en Colombia encontró que el 97.7%% de su público analizado utilizaba como red social principal Instagram, asimismo, más de la mitad de estos otorgaba importancia a la cantidad de likes que recibían sus publicaciones y percibía una afectación en su estado de ánimo a raíz del contenido al que accedían en las redes sociales, permitiendo inferir que el acceso e interacción en estos medios virtuales interfieren en la autoestima, satisfacción corporal y bienestar psicológico general.

Por otro lado, en un estudio realizado en Chile, García y Puerta- Cortés (2020) señalaron que la utilización descontrolada de Facebook se relaciona con una menor valoración del autoconcepto en adolescentes y universitarios. Asimismo, Rodríguez-Suárez et al. (2022) realizaron una investigación en España en el que expusieron a jóvenes a imágenes de perfiles de Instagram que representaban el ideal de delgadez, hallando que estas jóvenes presentaban una disminución en su nivel de autoestima que aquellas que habían tenido una menor exposición.

Considerando la relación de ambas variables, ante un escenario nacional, Pillaca (2021) obtuvo que algunos estudiantes presentaron un nivel bajo y medio de adicción a las redes, además, de presentar niveles de medio a alto en su autoestima; es decir, aquellos que controlaban su uso de las redes presentaban una autoestima preservada. Por otro lado, Bernal (2022) evidenció que alrededor del 98% de estudiantes evidencia altos niveles en el uso de

redes lo cual refleja que en la actualidad este tipo de actividades hacen parte del día a día de la población estudiantil. A su vez, la cuarta parte de los investigados evidenciaron un nivel bajo de autoestima.

Del mismo modo, Yupanqui (2020) observó que los sitios más utilizados por un grupo de jóvenes fueron Facebook, WhatsApp e Instagram, siendo el primer medio de empleo en estos jóvenes quienes a su vez reportaron menores niveles de autoestima. Adicionalmente, en la investigación de Carrasco y Vásquez (2020) el tiempo de conexión más frecuente a los medios fue de entre tres a seis veces al día seguido de un 15% que refería conectarse todo el tiempo; por lo mismo, de manera indistinta todos los participantes mostraron bajos niveles de autoestima.

Apoyando las investigaciones ya mencionadas, Chuquitoma (2017) observó que un grupo de jóvenes que utilizaban las RS de forma inadecuada, en otras palabras, se conectaban de forma excesiva a internet y sin conocer las consecuencias de estos hábitos, presentaban una baja autoestima; en contraste, aquellos que tenían un uso saludable, es decir, conexión de pocas horas y uso responsable de las herramientas tecnológicas, poseían una autoestima alta.

En cuanto al escenario local, se observó que los estudiantes de Internado 3 otorgan prioridad a sus dispositivos móviles puesto que buscan los asientos de clase cercanos a los enchufes para mantenerlos conectados, además de, revisar con alta frecuencia sus redes sociales pese a que el docente se encuentre explicando los temas a tratar durante esa asesoría. Asimismo, en varias ocasiones se toman fotos durante clases o incluso durante la realización de sus prácticas para compartirlas en sus redes como una forma de compartir sus experiencias

con otros compañeros, tal difusión de contenido genera una clase de competencia entre internos por quién vive una mejor experiencia de internado o quién realiza más actividades de disfrute. Estas conductas pueden ser perjudiciales debido a la importancia del curso de Internado 3 para la formación profesional. Por otro lado, se observa un descuido de la apariencia personal, puesto que acuden sin portar el uniforme de internado, con postura desgarbada y ojeras que denotan cansancio. Adicionalmente, cuando es momento de presentar los avances o dar opiniones sobre los proyectos, algunos compañeros evidencian desconfianza por compartir sus ideas optando por quedarse callados o pedir a otro compañero que transmita las ideas; esto pese a que ya se encuentran en sus últimos años de carrera. Algunos de estos aspectos podrían ser indicadores de una baja autoestima. De forma adicional, las sedes de internado, las clases y los trabajos consumen gran parte del tiempo de la vida del estudiante teniendo como consecuencia que compartan menos actividades de calidad con amigos e incluso familia; lo que podría afectar su autoestima.

Por ello, el presente estudio se justifica teóricamente al pretender dar a conocer el grado de autoestima y el nivel de adicción a las RS presentados por los estudiantes de psicología, adicionalmente, determinar la correlación existente en ambos aspectos de tal forma que pueda usarse esta información para futuras investigaciones. De igual manera, teniendo como base los resultados obtenidos, se justifica de forma práctica al otorgar la posibilidad a los departamentos de psicología de elaborar programas de intervención que incrementen los niveles de autoestima y favorezcan hábitos saludables con relación al uso de medios sociales, para así contribuir al bienestar integral de los estudiantes. Por último, se justifica a nivel metodológico puesto que los datos podrán ser usados en posteriores investigaciones al garantizar las buenas propiedades psicométricas de los instrumentos

utilizados.

Bases Teóricas de las variables

Autoestima

La autoestima es la confianza que poseemos frente a nuestras competencias y la forma en la que afrontamos los diversos retos de la vida, asimismo, hace referencia al gozo que experimentamos sobre nuestros éxitos; en ese sentido la autoestima dependerá mucho sobre lo tanto o poco que busquemos por la vida (López, 2019). Es decir, la autoestima se encuentra ligada a lo que la persona espera ser y hacer (James, 1890 citado en Ludeña, 2020).

Asimismo, Coopersmith (1967) define la autoestima como un constructo o rasgo que se adquiere a través de los años, razón por la cual los padres deberán brindar condiciones adecuadas al entorno de sus hijos para que así, estos logren un adecuado desarrollo y aceptación de sus cualidades y actitudes.

Por otro lado, la autoestima es la apreciación positiva o negativa a nivel cognitivo y afectivo que elabora un individuo sobre sí mismo. Es decir, en tanto un individuo se perciba y piense sobre sí misma como capaz o importante, sentirá o no aprobación a su persona (Silva, 2020).

Tipos de autoestima

De acuerdo con Coopersmith (1996 citado en Torres Fernández, 2019) la autoestima puede dividirse en:

- Alta: Aquellas personas que cuentan con este nivel de autoestima se caracterizan por ser personas activas, con éxitos en varias esferas de su vida y con la expectativa de alcanzar logros a base de su esfuerzo. Con apertura y confianza en la interacción con otros, así como también confianza acerca del

trabajo que realizan.

- **Media:** Presentan características similares a una persona con alta autoestima, pero en menor escala. Presentan pensamientos de valía y confianza personal, aunque en ocasiones pueden mostrarse inseguros y depender de la valoración externa.
- **Baja:** Son personas que evidencian bajo ánimo y poca disposición a relacionarse con otras personas debido a que son sensibles a las críticas y temen al rechazo. Asimismo, cuestionan sus habilidades y resultados experimentando un sentimiento de incapacidad ante los retos.

Modelos teóricos de la autoestima

Existen diferentes modelos o bases teóricas que buscan conceptualizar a la autoestima considerando sus propias investigaciones y herramientas de estudio tal es así, que según el Modelo de Stanley Coopersmith (1967) el nivel de la autoestima de un individuo tiene consecuencias en la forma en la que responde a sí mismo y hacia el mundo. Adicionalmente, se resalta el papel que ejercen los padres en el desarrollo de la autoestima del niño, se señala que el nivel de autoestima de los padres y su estabilidad emocional tendrían impacto en el nivel de autoestima del niño. Asimismo, las creencias y valores que se comparten en el hogar sirven de guía para la forma en la que los hijos evalúan sus éxitos y se relacionan con otros, por ejemplo, los padres que valoren el complacer a los demás en lugar de estimular el alcance los logros y confianza en propias competencias así lo transmitirán a sus hijos. Por otro lado, para Coopersmith (1967), algunas características del individuo están relacionadas con su autoestima, tales como sus competencias, valores y aspiraciones.

Así también, el modelo propuesto por Clemens (1999 citado en Dorregaray, 2017)

propone que para un buen nivel de autoestima se deben satisfacer cuatro necesidades básicas: Vinculación (Satisfacción que se experimenta al tener vínculos importantes con los demás, así como formar parte de un vínculo considerado importante por el otro), singularidad (Conocimiento y respeto de los atributos así como el reconocimiento de otros; se presenta un sentimiento de ser especial y único), poder (Sentimiento de saberse con las oportunidades y recursos para hacer cambios y alcanzar éxitos) y pautas (Capacidad para tener modelos de sistemas de valores como referencia y guía para la conducta); resaltando que la autoestima es clave en todas las etapas de la vida de una persona.

Por otro lado, tenemos al Modelo de Pope et al. (1988) la autoestima es una evaluación sobre el concepto que tiene una persona sobre sí misma, es decir, se basa en una combinación de información objetiva y evaluaciones subjetivas acerca de esta información. Asimismo, detalla que la existencia de un yo percibido (Percepción objetiva de las habilidades, características y cualidades) y un yo ideal (Imagen o aspiración de la persona que nos gustaría ser), cuando estos dos coinciden se produce una buena autoestima, de no ser así, se produciría una autoestima baja. Menciona, por ejemplo, que, si un niño da gran importancia a las competencias deportivas y este en sí mismo, es un jugador poco hábil, podría ver su autoestima afectada. Adicionalmente, en este modelo se menciona cinco áreas de importancia al analizar la autoestima: social, académica, familiar, imagen corporal y autoestima global.

Dimensiones de la autoestima

La autoestima se manifiesta a través de las siguientes tres dimensiones:

Dimensión Sí Mismo

Según el instrumento aplicado, la primera dimensión a evaluar es la de *sí mismo*, el cual,

según Coopersmith (1981 citado en Mesías, 2017) se define como la valoración que hace la persona sobre sí misma en función a su imagen corporal, cualidades y habilidades.

Dimensión Social

Siguiendo la estructura dimensional, el área social *Social*, tal y como menciona Coopersmith (1981 citado en Mesías, 2017) es descrita como la evaluación que hace una persona en base a las relaciones interpersonales que ha establecido. De igual manera, en el Modelo de Pope et al. (1988) se respalda la presencia de la dimensión social en la variable autoestima, puesto que se menciona que la persona valora sus competencias en función de que tanto son valiosas para el otro, así mismo, se vuelve importante que tan satisfactorias son estas relaciones con los demás para él como individuo.

Dimensión Familiar

Finalmente, encontramos al área *Familiar*, descrita por Coopersmith (1981 citado en Mesías, 2017) en la cual se enfatiza en el tipo de relación que mantiene el individuo dentro de su círculo familiar. De igual manera, para el Modelo de Pope et al. (1988) el componente familiar está presente, detallando que los sentimientos que tiene un niño acerca de su persona son reflejo de su interacción y papel como miembro de su familia, es decir, el sentirse amado, respetado y único le hará tener una buena autoestima familiar.

Red social

Antes de iniciar definiendo nuestra primera variable, se hace necesario conceptualizar el término red social, el cual se define por Astorga - Aguilar y Schmidt - Fonseca (2019) como aquel espacio donde las personas interactúan y crean lazos con otros seres humanos, estos pueden formar parte de espacios conocidos como el trabajo, zona de residencia, amigos, o llegar hasta los amigos de amigos. Este espacio hace posible la socialización, la creación de una conexión entre individuos y el intercambio bidireccional de la información; en los

últimos tiempos, la forma de acceder a las redes ha cambiado debido a la tecnología de información y comunicación.

De forma más específica, la primera definición de red social vinculada al aspecto tecnológico la plantearon Kaplan y Haenlein quienes la presentan como el grupo de aplicaciones que utilizan internet basados en el fundamento tecnológico web 2.0 y que hacen posible la creación y difusión de contenido por parte del usuario (Andrade-Vargas et al, 2021). Por otro lado, Barón et al. (2020) hace una diferenciación entre red y medio sociales, definiendo al primero como el grupo de individuos que comparten intereses, y el segundo como la vía o medio mediante el cual puede compartirse o generarse las interacciones de una red social sin restricciones de distancia o tiempo.

Redes sociales más usadas

De acuerdo con la revisión de estudios previos, entre algunas de las redes sociales más reportadas se encuentran las siguientes:

Facebook

La red social Facebook es considerada una de las más utilizadas alrededor del mundo debido a su accesibilidad, interfaz sencilla y heterogeneidad de contenido, puesto que se adapta a las preferencias del usuario. Mediante esta los usuarios pueden mantener contacto con amigos y conocidos registrados, además de compartir información con ellos (Ramos Díaz y Tobón Ospino, 2023).

Instagram

Se define como la red social en la cual el usuario puede elaborar imágenes y vídeos para compartirlos con otros usuarios de la red quienes podrán visualizar y reaccionar ante este contenido; de la misma, forma, el usuario inicial puede interactuar con el contenido de las personas a las que sigue, entre ellas marcas, líderes de opinión (los conocidos *influencers*) y

amigos (Belanche et al. 2019).

WhatsApp

Es definida como una red social utilizada principalmente como medio de comunicación entre dos individuos o grupos a través de mensajes desde el celular o la computadora. No obstante, también hace posible la trasmisión de imágenes y vídeos entre usuarios (Cervantes y Alvites - Huamaní, 2021).

Tik Tok

Se define como una red social bastante popular entre los jóvenes en la que se comparten vídeos cortos de alrededor de 15 segundos. Mediante esta aplicación se pueden seleccionar efectos especiales, música de fondo, velocidad de reproducción y filtros de belleza para que el usuario pueda crear su vídeo corto según su preferencia (Yang et al., 2019).

Adicción a las Redes Sociales

Para dicha variable se consultaron diversos autores, entre ellas tenemos a Ecurra y Salas (2014) quienes la describen como la dependencia psicológica o adicción sin sustancia en la que la persona permanece en un estado de alerta constante verificando constantemente los dispositivos electrónicos incluso en situaciones inapropiadas lo que ocasiona un descuido de las relaciones interpersonales presenciales, rendimiento académico y laboral además del cuidado personal en actividades como sueño o alimentación.

Martín Critikián y Medina Núñez (2021) la definen como una variedad de adicción psicológica que afecta el comportamiento del individuo pues el usuario experimenta un impulso incontrolable por conectarse a los medios, así como un uso desmedido y dependencia emocional hacia los mismos, mermando su salud física y mental. Valencia-Ortiz et al. (2021) realiza una definición tentativa siendo esta el uso compulsivo y desmesurado de las RS que menoscaban el funcionamiento cotidiano del individuo,

aislamiento social y confusión entre el mundo real-digital. Para Echeburúa y Requesens (2012), la adicción a las redes sociales genera un malestar emocional, insatisfacción con el cuerpo y en consecuencia, baja autoestima.

Por otro lado, García del Castillo (2019) prefirió utilizar el término abuso asociándolo al alto atractivo de tales plataformas y su sistema de recompensas inmediatas.

En el caso de Arienzo et al. (2019), define la adicción desde seis criterios:

- **Importancia:** Para el individuo usar las RS se convierte en la máxima prioridad, tanto desde el aspecto cognitivo como conductual.
- **Modificación del estado de ánimo:** El uso de las RS o su ausencia adoptan la capacidad para alterar el estado de ánimo del individuo.
- **Tolerancia:** El individuo necesita una mayor duración de su conexión en las redes para experimentar la gratificación que previamente sentía.
- **Síntomas de abstinencia:** La persona experimenta efectos fisiológicos (fatiga, pérdida de apetito, sudores, entre otros) y psicológicos (irritación, nerviosismo, dificultad para concentrarse, entre otros) al disminuir o interrumpir su uso.
- **Conflicto:** El uso de las redes afecta las relaciones interpersonales del individuo, así como su desempeño académico y laboral. Además, produce conflictos intrapsíquicos como pérdida subjetiva de control.
- **Recaída:** Pese a intentar disminuir su tiempo de uso de redes sociales, el individuo regresa a sus hábitos previos después de un período de abstinencia.

En resumen, se considera como la utilización desmedida de las redes que genera un declive en la capacidad de una persona para establecer relaciones interpersonales adecuadas, desempeñarse correctamente en ámbitos como el educativo y laboral, además de ocasionar

una modificación del estado de ánimo, pérdida de control, estado de alerta constante y dificultades en la concentración.

Modelos Teóricos

Arienzo et al. (2019) nos habla de una relación con la Teoría del Apego planteada inicialmente por Bowlby. De acuerdo con dicha teoría, existiría una tendencia en el ser humano a crear lazos emocionales íntimos con otras personas; los primeros lazos se establecen con los padres en quienes se busca protección y apoyo, posteriormente con otras personas del entorno del individuo. La función principal de este vínculo sería brindar protección, asimismo, la base de un apego seguro garantiza un correcto funcionamiento y salud mental personal (Bowlby, 1995). De acuerdo con lo señalado por Arienzo et al. (2019), los seres humanos presentan dificultades para regularse solos, siendo sus fuentes de apego fundamentales en el apoyo de esta tarea. La ausencia de figuras de apego estables estaría relacionada con la presencia de conductas inadecuado como la adicción, puesto que ante una situación estresante la falta de conexiones generan que la persona busque algo en el exterior para suplir el vacío en sí mismos, este algo que sirve de suplemento no serían solo sustancias sino también actividades (uso de redes sociales) que permiten distraer de la sensación de vacío.

Desde las teorías conductuales, tenemos al condicionamiento operante el cual establece que las conductas están determinadas a fortalecerse y repetirse en condiciones similares si sus consecuencias son positivas para el individuo, es decir, son reforzantes; esto puede ser desde un reforzador positivo, produce una sensación agradable tras la emisión de la conducta, como negativo, se promueven las conductas que reduzcan o eliminen algún estímulo aversivo (Skinner, 1994). Con relación a las adicciones, de forma más específica a las redes sociales, se utilizan técnicas de marketing, acceso a contenido agradable para el

usuario, “likes” y comentarios que sirven de reforzadores positivos para el individuo, y que, a la larga, aumentan la conducta de uso de redes sociales. Por otro lado, el reconocimiento y aceptación social, el pertenecer a un grupo y ser validado a través de tu presencia en redes son reforzadores sociales de influencia (Rodríguez et al., 2012).

En cuanto a la Teoría del Aprendizaje Social, se postula que el individuo no solo aprende a través de la experimentación de eventos en primera persona sino también por la observación de las consecuencias del comportamiento de otras personas, es decir, las personas adquieren patrones de conducta teniendo como base el modelado el cual sirve como guía del accionar. Sin embargo, no todas las conductas observadas serán replicadas, esto se verá influenciado por el grado en que puedan favorecer a nivel personal y social (Bandura, 1977). Con relación al tema de investigación, Sun y Zhang (2021) señalan que el abuso de las redes sería una conducta aprendida como consecuencia de la constante repetición de estímulos a nuestro alrededor y que se refuerza con el afecto positivo que se recibe tras el uso.

Por último, el modelo de habilidades sociales de Caplan sobre el uso problemático del internet (Caplan, 2005) señala que la presencia de problemas psicológicos (Sentimiento de soledad, déficit en las habilidades sociales) predisponen a un individuo a preferir las interacciones online sobre la interacción presencial puesto que se sienten más seguros, cómodos y confiados, llevando a un uso compulsivo del internet y a su vez de las RS.

Dimensiones de la adicción a las redes sociales

Se presenta en tres dimensiones mencionadas a continuación:

Dimensión Obsesión por las Redes sociales

Con relación a la primera dimensión, Escurra y Salas (2014) detallan que hace referencia al compromiso mental con lo que sucede en las redes, el pensamiento constante y las ideas

fantasiosas sobre la misma, además de la preocupación ocasionada por la ausencia o incapacidad de acceder a estas. Esta dimensión se encuentra relacionada a la saliencia, para Griffiths et al. (2014) este aspecto ocurre cuando las redes sociales se vuelven el punto más importante de la vida del individuo, dominando sus pensamientos a través de preocupaciones, distorsiones cognitivas, sentimientos y conducta (con daños en la interacción social); aunque la persona no se encuentre conectada a una red social, sus pensamientos se mantienen en torno a la siguiente ocasión en la que lo estarán y las acciones que realizarán en ella.

Por todo lo mencionado, esta dimensión es considerada como la preocupación intensa y perseverante sobre las redes, sea actividades que se realizan o contenido que se comparte en este o a través de pensamientos sobre el momento en que pueda acceder a ella.

Dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales

Respecto a la segunda dimensión, es definida por Escurras y Salas (2014) como la preocupación que experimenta el individuo por el descontrol que manifiesta al utilizar las redes, ocasionando una disminución en el rendimiento al realizar las tareas cotidianas y/o los estudios. Respecto a esta dimensión, Griffiths (2014) precisa el conflicto que se origina tras este consumo problemático y prolongado, mencionando cómo daña a la persona y a aquellos que se encuentran a su alrededor además de interferir en la realización de actividades como vida social, intereses, pasatiempos, responsabilidades, entre otros. No solo ello, sino que también se produce un conflicto consigo mismo, puesto que la persona experimenta un sentimiento subjetivo de pérdida de control que a su vez causa gran preocupación en ellos respecto a mantenerse conectados de forma prolongada en las redes o reincidir en hábitos pasados pese a intentar interrumpir su excesivo uso de redes.

En síntesis, hace referencia al deterioro que se ocasiona en la vida de un individuo a nivel

personal, es decir, sentimiento subjetivo de pérdida de control y la preocupación por la misma; y, la afectación a nivel externo, que incluye interacciones sociales, responsabilidades académicas y laborales, intereses y pasatiempos.

Dimensión Uso excesivo de las redes sociales

Por último, sobre la tercera dimensión, Ecurras y Salas (2014) precisan que hace referencia a los retos para gestionar el uso de las redes, así como un tiempo desmesurado existiendo gran dificultad para controlarse o reducir las horas de conexión. Para Rosero et al. (2022) el descontrol estaría considerado como una de las manifestaciones clínicas de la adicción, siendo la incapacidad de una persona para abstenerse o detenerse al realizar una determinada actividad, en este caso, conexión a las redes sociales, incluso cuando se conocen las consecuencias que tendrían para su vida. De acuerdo con Becerra - Guajardo et al. (2021) la deficiencia en el control impulsivo sería la principal razón para la problemática al usar las redes sociales, asimismo, la define como la poca meditación y reflexión sobre las acciones y sus consecuencias, predominando las conductas desorganizadas, reflejas y poco controladas en las que prima la búsqueda de la satisfacción instantánea.

En resumen, se hace referencia a la falta de control que experimenta el individuo durante o previo a su conexión a las redes, así como, al reducir su tiempo de exposición, priorizando la gratificación que estas ofrecen en lugar de ser conscientes sobre las consecuencias que el tiempo elevado de uso puede tener sobre sus responsabilidades y vida en general.

Antecedentes

Los antecedentes del problema de la presente investigación tienen su sustento en estudios previos, tanto en artículos científicos como tesis del ámbito internacional y nacional. Los estudios presentados a continuación se encuentran relacionados a las variables

seleccionadas.

Antecedentes Internacionales

Cassia (2019) planteó como fin establecer la relación entre el uso de las RS y la autoestima de adultos jóvenes y mayores de Buenos Aires. Respecto a la metodología empleada, el estudio se clasificó como descriptivo correlacional; cuya muestra seleccionada se compuso de 204 residentes con edades entre 18 y 30 años y 65 a 80 años.; utilizando como instrumentos al Cuestionario ARS y la Escala de Autoestima (RSE). Entre los hallazgos se evidenció una relación negativa estadísticamente significativa y moderada entre las variables de estudio ($r=-.256$; $p<.01$). De forma más específica, las dimensiones de adicción a las redes evidenciaron relaciones negativas estadísticamente significativas y moderadas con la autoestima, siendo autoestima y obsesión ($r=-.187$; $p>.01$), autoestima y falta de control ($r=-.185$; $p>.01$); y, por último, autoestima y uso excesivo ($r=-.295$; $p>.01$). Se concluye que a mayor adicción a las redes sociales, menor sería la autoestima.

Rodríguez (2022), tuvieron el propósito de analizar la asociación entre las variables de adicción a las redes y la autoestima en adolescentes y jóvenes adultos de Argentina. La metodología utilizada fue de tipo correlacional, con una muestra seleccionada de 109 participantes de edades entre 21 a 34 años empleando el Cuestionario ARS y la Escala de Autoestima (RSE). Los resultados resaltaron una relación negativa significativa y moderada entre la autoestima y la adicción a las redes ($\rho=-0.215$ y $p<0.05$); asimismo, se encontró una relación negativa significativa y moderada entre las dimensiones uso excesivo ($\rho=-0.163$ y $p<0.05$) y falta de control personal ($\rho=-0.127$ y $p<0.05$) con la autoestima. Sin embargo, la dimensión obsesión por las RS ($\rho=-0.320$ y $p<0.05$) presentó una relación negativa significativa y moderada fuerte frente a la autoestima. Se concluyó que a mayor

nivel de autoestima, menor adicción y obsesión por las redes sociales.

Antecedentes Nacionales

Quispe (2020) buscó establecer la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en universitarios de Ayacucho. El estudio fue de tipo correlacional con una muestra de 42 estudiantes; para ello se utilizó el Cuestionario ARS y el Inventario de Autoestima (SEI). Los resultados presentaron una relación no significativa entre las variables objetivo con un valor de $\rho=-0.35$ y $p=0.827$. Asimismo, se encontró que la dimensión obsesión por las RS no presentó relación significativa con las dimensiones de autoestima sí mismo ($\rho=0.151$ y $p=0.341$) y social ($\rho=0.25$ y $p=0.877$), no obstante, en la dimensión familiar ($\rho=0.330$ y $p=0.033$) se dio una relación positiva moderadamente fuerte y significativa. Sobre la dimensión falta de control personal, tampoco se observó relación significativa con las dimensiones sí mismo ($\rho=0.114$ y $p=0.472$) y social ($\rho=-0.073$ y $p=0.646$), pese a esto, si se encontró una relación positiva y moderadamente fuerte con la dimensión familiar ($\rho=0.317$ y $p=0.041$). Finalmente, en la dimensión uso excesivo no se evidenció relación significativa con las dimensiones sí mismo ($\rho=0.196$ y $p=0.214$) y social ($\rho=-0.289$ y $p=0.064$), pero sí una relación positiva y moderadamente fuerte en la dimensión familiar ($\rho=0.313$ y $p=0.044$). Tras lo mencionado, se concluyó que no hay evidencia clara para relacionar las variables en la población estudiada.

Antecedentes Locales

Carrasco y Vasquez (2020) tuvo como fin describir la relación entre la adicción a las redes y autoestima estudiantes de una universidad de Lima Norte. El estudio se caracterizó por ser de tipo descriptivo-correlacional; la población fue de 220 universitarios, asimismo, se empleó el Cuestionario ARS y el Inventario de Autoestima (SEI). Los resultados

mostraron una relación negativa moderada y significativa entre ambas variables con un valor de $\rho=-0.27$ y $p=0.000$, sin embargo, se halló que las dimensiones obsesión por las RS ($\rho=-0.10$ y $p=0.25$), falta de control personal ($\rho=-0.16$ y $p=0.07$) y uso excesivo de las RS ($\rho=-0.16$ y $p=0.06$) no presentaron una relación significativa debido al valor de la significancia superior a 0.05. La conclusión de las autoras fue que los estudiantes que hacían más uso de las redes sociales presentaban menor autoestima.

Catasi y Salas (2022) buscaron establecer la correlación entre la autoestima y adicción a las redes en universitario de Psicología de Lima. Con relación a la metodología el estudio se clasificó en el tipo descriptivo correlacional, asimismo, la muestra estuvo compuesta por 163 jóvenes. Se utilizó el Cuestionario ARS y el Inventario de Autoestima (SEI) para recolectar los datos. Los resultados revelaron una relación negativa fuerte y significativa entre las variables siendo el valor de $\rho=-0.653$ y $p=0.000$, asimismo, se halló que las dimensiones obsesión por las RS ($\rho=-0.568$ y $p=0.000$) y falta de control personal ($\rho=-0.668$ y $p=0.000$) tuvieron una relación negativa fuerte con la variable autoestima. Por otro lado, la dimensión uso excesivo ($\rho=-0.713$ y $p=0.000$) evidenció una relación negativa muy fuerte con la autoestima. La investigación concluyó que los niveles bajos de autoestima estarían relacionados con niveles altos de adicción a las redes sociales.

Yupanqui (2020) tuvo como fin relacionar el uso de las redes sociales y la autoestima en universitarios de Lima Metropolitana. Con relación a la metodología utilizada, fue correlacional, asimismo, la muestra fue de 146 jóvenes a quienes se les aplicó el Cuestionario de ARS y el Inventario de Autoestima (SEI). Los resultados revelaron una relación negativa moderadamente fuerte y significativa entre ambas variables siendo el valor de $r=-0.33$ y $p=0.001$. Por otro lado, se halló que en la dimensión obsesión por las RS se obtuvo una relación negativa moderadamente fuerte y significativa con las dimensiones de autoestima

sí mismo ($r=-0.36$ y $p=0.001$) y una relación negativa moderada con la dimensión social ($r=-0.23$ y $p=0.00$), más no con la dimensión familiar ($r=-0.10$ y $p=0.21$) debido al alto nivel de significancia. En cuanto a la dimensión falta de control personal, se observó la misma relación negativa moderada en las dimensiones de autoestima sí mismo ($r=-0.25$ y $p=0.002$) y social ($r=-0.18$ y $p=0.02$), sin embargo, no con la dimensión familiar ($r=-0.07$ y $p=0.38$) debido al valor de p . Por último, en la dimensión uso excesivo se halló una relación negativa moderadamente fuerte y significativa con la dimensiones sí mismo ($r=-0.33$ y $p=0.01$) y una relación negativa moderada con la dimensión social ($r=-0.22$ y $p=0.00$) pero no con la dimensión familiar ($r=-0.08$ y $p=0.33$). La conclusión del estudio fue que los jóvenes que utilizan con alta frecuencia las redes sociales tendrían menores niveles de autoestima.

Pillaca (2021) planteó como fin describir la correlación relación entre la autoestima y la adicción a las redes en estudiantes de Lima Sur; respecto a la metodología, el estudio se clasificó de tipo descriptivo correlacional. La muestra se conformó por 460 universitarios; como instrumentos de recolección se utilizaron el Cuestionario de ARS y el Inventario de Autoestima (SEI). Los hallazgos presentaron una relación negativa moderadamente fuerte y significativa entre las variables estudiadas, con un valor de $\rho=-0.417$ y $p=0.000$. De igual forma, respecto a la relación de la variable autoestima con las dimensiones obsesión por las RS ($\rho=-0.388$ y $p=0.000$), falta de control ($\rho=-0.410$ y $p=0.000$) y uso excesivo ($\rho=-0.385$ y $p=0.000$) se encontró una relación negativa moderadamente fuerte y significativa. Los hallazgos de esta investigación concluyen que un mayor uso de redes sociales refiere en menor autoestima, asimismo, que una tercera parte de los encuestados presentaba adicción a las redes sociales.

1.2 Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho, 2023?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cuáles son los niveles de autoestima y sus dimensiones (Sí mismo, social y familiar) en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023?
- ¿Cuáles son los niveles de adicción a las redes sociales y sus dimensiones (Obsesión por las redes, falta de control y uso excesivo) en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023?
- ¿Cuál es la relación entre la dimensión obsesión por las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023?
- ¿Cuál es la relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023 ?
- ¿Cuál es la relación entre la dimensión del uso excesivo de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023?

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho, 2023.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar los niveles de autoestima y sus dimensiones (Sí mismo, social y familiar) en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.
- Identificar los niveles de adicción a las redes sociales y sus dimensiones (Obsesión por las redes, falta de control y uso excesivo) en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.
- Establecer la relación entre la dimensión obsesión por las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.
- Establecer la relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.
- Establecer la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.

1.4 Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General

Existe relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.

1.4.2. Hipótesis Específicas

- Existe relación significativa entre la dimensión obsesión por las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.
- Existe relación significativa entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.
- Existe relación significativa entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Tipo

Con relación a la investigación de tipo básica, Esteban Nieto (2018) la describe como aquel tipo de investigación que: “(...) recibe el nombre de pura porque en efecto está interesada por un objetivo crematístico, su motivación se basó en la curiosidad, el inmenso gozo de descubrir nuevos conocimientos, como dicen otros, el amor de la sabiduría por la sabiduría (...)”, en esta definición el autor resalta la importancia de este tipo de investigaciones para el desarrollo de la ciencia.

Es por ello, que la presente investigación será de tipo básico pues tiene como objetivo descubrir y adquirir conocimiento sobre un tema, en este caso, las variables autoestima y adicción a las redes sociales.

Enfoque

El enfoque cuantitativo utiliza la medición numérica para recolectar y analizar datos que llevaran a comprobar o rechazar una determinada hipótesis para ello se utilizan métodos estadísticos e instrumentos estandarizados; asimismo, este enfoque es el más utilizado en las investigaciones en las ciencias de la salud (Vega-Malagón et al., 2014). Hernández et al. (2014) definen este enfoque como “secuencial y probatorio (...) riguroso”.

Nuestra investigación adopta el enfoque cuantitativo ya que medirá las variables a través de la utilización de instrumentos y métodos estadísticos que permitirán aceptar o rechazar las hipótesis planteadas.

Diseño

A su vez, es de diseño No Experimental porque los investigadores no manipulan los aspectos de objeto de estudios(Alvarez Risco, 2020).

Es así que nuestra investigación se considera como No Experimental ya que en el transcurso de su realización no realizaremos intervención alguna sobre nuestras variables en la muestra seleccionada.

Corte

Según señalan Hernández et al. (2014) las investigaciones de corte transversal tienen como propósito explicar las variables, sus características y relación, en un solo momento específico. Dichas variables son medidas en una sola ocasión, la información recolectada en un momento específico son las que se utilizan para el análisis (Alvarez Risco, 2020).

Por tal motivo, nuestro estudio será de corte transversal puesto que sólo mediremos nuestras variables en estudiantes de Internado 3 en una sola ocasión y no se tomará una reevaluación tiempo después.

Nivel

El nivel del estudio es correlacional el cual consiste en determinar la medida en la cual dos o más variables se encuentran relacionadas, asimismo, este tipo de nivel de estudio permite identificar cómo los cambios en una variable influyen en los datos de la otra, no obstante, el valor explicativo de una investigación correlacional es parcial por lo que no se pueden desglosar factores causales para las variables estudiadas (Cauas, 2015).

Por lo mencionado, nuestra investigación pertenece al nivel de estudio correlacional puesto que buscaremos determinar la intensidad de la relación entre nuestras dos variables, así como entre las dimensiones con la variable Autoestima.

Variables de estudio:

Variable de estudio 1: Adicción a las redes sociales, se evaluó mediante el uso del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)

Dimensiones:

- Obsesión por las redes sociales
- Falta de control personal en el uso de las redes sociales
- Uso excesivo de las redes sociales

Variable de estudio 2: Autoestima, se evaluó con mediante la aplicación del **Inventario de Autoestima de Coopersmith (SEI) – Versión Adultos.**

Dimensiones:

- Sí mismo
- Social
- Familiar

Participantes

Población muestra

La población es definida como el conjunto de los casos que comparten unas mismas características. Sin embargo, cuando se trabaja con toda la población de estudio, esta se denomina población muestra o censo puesto se incluye a todos los casos y elementos de la población (Hernández et al., 2014).

La población estuvo conformada por 105 universitarios de Internado 3. No obstante, algunos de los estudiantes no aceptaron formar parte de la investigación, razón por la cual, los participantes fueron 91 estudiantes (78 mujeres y 13 hombres) de Internado 3 de Psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho.

Tabla 1

Distribución de la población muestra de universitarios de Internado 3, según género

Género

Masculino		Femenino		Total de participantes (N=)	
N	%	N	%	N	%
13	12	78	71	91	100

Muestreo

Para esta investigación se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, es decir, la elección de la muestra no estuvo ligada a la probabilidad sino al criterio del investigador (Hernández et al., 2014). En este caso, debido a que algunos estudiantes no dieron su consentimiento para formar parte del estudio, se decidió continuar con el resto de los estudiantes quiénes representaron la mayoría de esta población.

Técnicas e instrumentos

Técnica:

La técnica es la evaluación psicométrica, la cual es definida como aquel procedimiento sistemático utilizado para describir la conducta de las personas, para ello, se utilizan escalas numéricas o categorías establecidas; el evaluador deberá estudiar a todas las personas garantizando que se utilice el mismo o similar modo y condiciones (Cronbach, 1990 citado en Fernández-Ballesteros, 2013). Con el objetivo de dar respuesta a las preguntas de investigación, se eligieron dos instrumentos, los cuales serán presentados a continuación:

Instrumentos:

Instrumento 01: Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)

Ficha técnica:

Fue elaborado y validado por Ecurra y Salas siendo aplicada a jóvenes universitarios de Lima en el año 2014. Se adaptó a jóvenes universitarios por Benites Narcizo en el año

2018 en Trujillo. Su aplicación es individual o colectiva requiriendo un tiempo aproximado de 10 a 15 minutos. El objetivo de esta prueba es facilitar el diagnóstico de adicción a las redes sociales en adolescentes y jóvenes universitarios (Escurrea y Salas, 2014).

Descripción:

Posee 24 ítems que indagan en las conductas asociadas al uso patológico del internet en tres dimensiones: Obsesión por las redes(2,3,5,6,7,13,15,19,22 y 23), Falta de control personal en el uso (4,11,12,14,20 y 24) y el Uso excesivo (4,11,12,14,20 y 24). Además de ello, cada enunciado se mide con una escala Likert en relación con la frecuencia con la que la conducta se presenta en el individuo, esta va desde Nunca (El cual adopta la valoración de 0) a Siempre (Con una puntuación de 5).

Propiedades Psicométricas:

Validez

La versión elaborada por Escurrea y Salas (2014) arrojaron los siguientes valores: (χ^2 (238)= 35.23; $p < .05$; $\chi^2/g1 = 1.48$; GFI = .92; RMR = .06; RMSEA = .04; AIC = 477.28, los cuales confirman la adecuación de la estructura de tres factores relacionados. Asimismo, se realizó la validez de contenido por medio de jueces la cual indicó resultados similares.

Por otro lado, Benites Narcizo (2018) obtuvo evidencias de validez adecuadas al obtener los siguientes valores en su análisis confirmatorio GFI=.969, CFI=.960, RMSEA=.071, PCFI=.876 y TLI=.945. Es así, que se estableció el correcto ajuste entre el modelo teórico y el modelo estimado.

Confiabilidad

La versión realizada por Escurra y Salas (2014) presentó coeficientes de Alfa de Cronbach de entre .88 para el factor 2 y .92 para el factor 3, siendo valores elevados que denotan la confiabilidad del instrumento. Por otro lado, la consistencia interna fue alta puesto que superaron el valor de .85.

En cuanto a la adaptación de Benites Narcizo (2018), se midió la confiabilidad a través de la consistencia interna de Omega mediante la cual se hallaron valores de entre .72 a .86 para los tres factores. Estos valores se consideran satisfactorios.

Inventario de Autoestima de Coopersmith (SEI) – Versión Adultos

Ficha Técnica

Fue creado por Stanley Coopersmith en Estados Unidos en el año 1967, esta versión inicialmente fue elaborada para niños. Posteriormente, Coopersmith utilizó este inventario para elaborar la versión para adultos. Se han realizado múltiples adaptaciones de este instrumento en la realidad nacional, para objetivos de este estudio se utilizarán los datos hallados por Alban, quién aplicó el inventario en universitarios de Lima en el 2018. Su aplicación puede ser tanto individual como colectiva, requiere aproximadamente 15 minutos. El objetivo es medir las actitudes valorativas en las áreas: Personal, familiar y social de la experiencia de personas mayores de 16 años.

Descripción

Está compuesto por 25 ítems distribuidos en tres dimensiones: Sí mismo (El cual cuenta con 13 ítems: 1,3,4,7,10,12,13,15,18,19,23,24 y 25), Social (El cual cuenta con 6 ítems: 2,5,8,14,17 y 21) y Familiar (El cual cuenta con 6 ítems:6,9,11,16,20 y 22). El tipo de respuesta es dicotómica: “Verdadero” o “Falso”, según cómo sienta o piense el examinado; por otro lado, algunos de los ítems se encuentran en sentido inverso

(2,3,6,7,10,11,12,13,15,16,17,18,21,22,23,24,25). Cada ítem puede obtener una puntuación de "1", el puntaje total se multiplica por 4 siendo la puntuación máxima de "100".

Propiedades Psicométricas

Validez

Referente a la validez, Coopersmith (1965) aplicó un cuestionario de evaluación de conducta para correlacionar los resultados con los del inventario inicial. Se obtuvo un coeficiente de .73, al ser un valor alto se consideró que el comportamiento se estaba evaluando e interpretando de forma consistente. Por otro lado, Cantú et al. (1993), quienes realizaron la primera traducción al español en adultos mexicanos, evaluó la validez de constructo del instrumento a través de pruebas T hallándose que todos los ítems discriminaron significativamente ($p=.05$). Asimismo, evaluaron la correlación entre este instrumento y la Escala del Cuestionario de Personalidad de Eysenck para analizar la validez concurrente; se halló una correlación muy alta y negativa entre autoestima y Neuroticismo, así como una relación positiva con extraversión.

En cuanto a Albán (2018), se obtuvo la validez de contenido a través de 10 jueces hallando coeficientes V de Aiken entre .90 y 1.00. Adicionalmente, se efectuó la Prueba Binomial encontrándose valores significativos ($p < .005$) por lo que se determinó concordancia entre los jueces y la validez de la prueba. Asimismo, no fue necesario retirar ningún ítem debido a los valores alcanzados.

Confiabilidad

Coopersmith (1967 citado en Ryden, 1978) determinó la confiabilidad de su instrumento mediante el procedimiento test-retest con un valor de .88 a las 5 semanas de aplicación y un valor de .70 a los tres años. Estos valores demuestran la consistencia de los resultados

obtenidos por el instrumento a lo largo del tiempo. Adicionalmente, Cantú et al. (1993), obtuvo un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.81, siendo adecuado.

En el estudio de Albán (2018), se obtuvo un coeficiente alfa de Cronbach de 0.668 para los 25 ítems del inventario; es decir, la confiabilidad del instrumento sería aceptable para su aplicación.

Procedimientos de recolección de datos

✓ Antes de la recolección

Tras la selección del tema de investigación, se elaboró una revisión de fuentes bibliográficas para desarrollar el marco teórico, conocer la realidad de las variables estudiadas, la indagación de antecedentes internacionales y nacionales, y, por último, la elección de los instrumentos para medir dichas variables, con el principal requerimiento de que estos hubiesen sido utilizados en el contexto peruano en los últimos cinco años, contando con una buena validez y confiabilidad. Posteriormente, se elaboró el documento que sería presentado a los estudiantes y el cual contaba con el consentimiento informado, datos sociodemográficos e instrumentos de evaluación. De igual manera, se realizó la solicitud de aplicación del instrumento de forma presencial al profesor responsable de Internado, la consulta de horarios de tales salones al profesor responsable y finalmente, la solicitud de ingreso al aula a los profesores de cada clase con su respectiva solicitud de número de alumnos del salón detallando la cantidad de inasistencias.

✓ Durante la recolección

Para recolectar los datos se ingresó a los cinco salones de Internado 3 en los horarios previamente indicados por el profesor responsable y contando con el permiso del docente de aula. Tras ingresar al aula, se realizó la presentación de las investigadoras, los objetivos del

trabajo y los aspectos de confidencialidad mencionando que la participación sería voluntaria. Posteriormente, se procedió a explicarles las instrucciones de cada instrumento resaltando la importancia de leer y marcar todas las respuestas, además, de ser honestos al marcar cada enunciado. La sesión de aplicación de los instrumentos tomó entre 15 a 20 minutos aproximadamente, después de recibir cada protocolo las investigadoras se aseguraron de revisar cada uno para evitar el relleno de todo el cuestionario; para estos casos, se le solicitaba al encuestado completar el formulario apoyando en caso de duda.

✓ **Después de la recolección**

Tras la aplicación de los cuestionarios en los 105 estudiantes que constituían a la población, se trasladaron las respuestas a una tabla elaborada en MS EXCEL. Primero se optó por realizar una tabla de datos originales, posteriormente se realizó una leyenda con los datos cualitativos y los códigos que adoptarían para la posterior tabulación realizada en una segunda tabla. Se trabajó de esta forma a fin de organizar la información para que esta sea de utilidad para la estimación de los estadísticos en el análisis posterior a través del software SPSS.

Análisis Estadístico

Se utilizó el software estadístico SPSS; herramienta mediante la cual se obtuvo la descripción de la presencia de las variables en la población a través de gráficas, así como su nivel de correlación. Respecto al análisis descriptivo, se representó los resultados obtenidos de cada variable en frecuencias y porcentajes; tal información se presentó en tablas según corresponda.

Para el análisis inferencial, se hizo uso de la prueba K-S la cual permite determinar si la muestra sigue una distribución normal identificando la concordancia de la distribución de un conjunto de datos con la distribución teórica específica; con esta prueba se logró detallar la

distribución de los datos adquiridos durante la investigación. Así también, se realizaron los siguientes pasos: a) Se realizó la selección del estadístico de correlación en función a la normalidad de las variables, b) Se realizó el procedimiento de análisis de correlación con el estadístico seleccionado para cumplir los objetivos, c) Se valoró la significatividad de los resultados al comparar el p valor con el valor teórico, d) Se aplicó la regla de decisión teniendo en cuenta el nivel de significatividad, si el p valor es menor al valor teórico se puede indicar que existe una correlación y e) Se evaluó el grado y fuerza de la correlación a través de la observación del valor del coeficiente.

Aspectos éticos

En relación con los aspectos éticos tomados en cuenta en la presente investigación, la participación fue de carácter libre y voluntaria, teniendo los participantes la posibilidad de retirarse de la misma en el momento en el que lo desearan. Para ello, se les entregó un formato de consentimiento informado donde se les comunicaba que los resultados serían utilizados con fines exclusivamente académicos para la elaboración de un trabajo de investigación a fin de adquirir un título académico siendo la información anónima y confidencial, asimismo, se les brindó la información de contacto de las investigadoras para cualquier consulta y se les pidió que dieran su acuerdo con estas condiciones antes de iniciar con la aplicación de los instrumentos. Por otro lado, se hizo una revisión de las propiedades psicométricas de los cuestionarios utilizados garantizando su confiabilidad y validez previo a la aplicación en la muestra según lo estipula el código de ética del Colegio de Psicólogos Peruanos (2017).

Otro punto considerado, fue el respeto al derecho de autor y a la propiedad intelectual siguiendo las recomendaciones brindadas por el Código de Ética para la Investigación Científica en UPN (2023) en el cual se detalla como falta el tomar información y datos de

otras fuentes sin citar adecuadamente, para ello, se citaron las fuentes revisadas para la elaboración del presente trabajo de investigación en formato APA Séptima Edición.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Resultados Descriptivos

Tabla 02

Niveles de adicción a las redes sociales y según sus dimensiones en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023

	N	%
Adicción a las redes sociales		
Bajo	41	45.05
Medio	50	54.95
Alto	0	0.0
Componente 01: Obsesión por las redes sociales		
Bajo	62	68.1
Medio	29	31.9
Alto	0	0
Componente 02: Falta de control personal en el uso de las redes sociales		
Bajo	39	42.9
Medio	48	52.7
Alto	4	4.4
Componente 03: Uso excesivo de las redes sociales		
Bajo	24	26.4
Medio	55	60.4
Alto	12	13.2
Total	91	100.0

Se observó que, respecto al nivel de adicción a las redes sociales, la mayoría (54.95%) se ubicó en la categoría medio. En cuanto a la dimensión “Obsesión por las redes sociales”, la distribución predominante de los estudiantes fue el nivel bajo (68.1%). Para la dimensión

“Falta de control personal”, la mayoría se posicionó en la categoría medio (52.7%). Por último, en la dimensión “Uso excesivo” los estudiantes tuvieron una tendencia a pertenecer a la categoría Medio (60.4%).

Tabla 03

*Niveles de autoestima y según sus dimensiones en los estudiantes de Internado 3 de
 Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023*

	N	%
Autoestima		
Bajo	1	1.1
Medio Bajo	18	19.8
Medio Alto	34	37.4
Alto	38	41.8
Componente 01: Sí Mismo		
Bajo	2	2.2
Medio Bajo	14	15.4
Medio Alto	27	29.7
Alto	48	52.7
Componente 02: Social		
Bajo	4	4.4
Medio Bajo	10	11.0
Medio Alto	34	37.4
Alto	43	47.3
Componente 03: Familiar		
Bajo	12	13.2
Medio Bajo	13	14.3
Medio Alto	38	41.8
Alto	28	30.8
Total	91	100.0

En la los evaluados, se encontró que la mayoría presenta un nivel alto de autoestima (41.8%); de igual manera, en sus dimensiones “Sí mismo” (52.7%) y “Social” (47.3%). Por otro lado, en la dimensión “Familiar”, los estudiantes obtuvieron un nivel Medio Alto con mayor

predominancia (41.8%), asimismo, esta fue la dimensión con mayor porcentaje de evaluados con un nivel de autoestima Bajo.

3.2. Contrastación de hipótesis

Tabla 04

Relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023

	Adicción a las redes sociales	Sig. (p)
Autoestima	-.458	<.001*

Nota: $p < .05$

El estadístico de correlación rho de Spearman detectó una correlación negativa, significativa ($p < .001$) y moderadamente fuerte entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en la muestra seleccionada.

Tabla 05

Relación entre la dimensión obsesión por las redes sociales de la adicción a las redes sociales y las dimensiones de la autoestima en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023

	Obsesión por las redes sociales	Sig. (p)
Autoestima	-.366	<.001
Sí Mismo	-.310	.003
Social	-.231	.028
Familiar	-.326	.002

Nota: $p < .05$

El estadístico de correlación rho de Spearman halló una correlación negativa, significativa y moderadamente fuerte entre la dimensión “Obsesión por las redes sociales” y la variable autoestima ($p < .001$), así como con sus dimensiones “Sí Mismo” ($p = .003$) y “Familiar” ($p = .002$). Por otro lado, entre la tal dimensión y el componente “Social” existe una relación negativa, significativa ($p = .028$) y moderada.

Tabla 06

Relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales de la adicción a las redes sociales y las dimensiones de la autoestima en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023

	Falta de control personal	Sig. (p)
Autoestima	-.407	<.001
Sí Mismo	-.362	<.001
Social	-.320	.002
Familiar	-.294	.005

Nota: $p < .05$

A través de la prueba de correlación rho de Spearman se halló una correlación negativa, significativa y moderadamente fuerte entre la dimensión “Falta de control personal” y la variable autoestima ($p = <.001$), así también, con sus dimensiones “Sí mismo” ($p = <.001$), y “Social” ($p = .002$). Adicionalmente, tal dimensión y el componente “Familiar” evidencia una relación negativa, significativa ($p = .005$) y moderada.

Tabla 07

Relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales de las redes sociales de la adicción a las redes sociales y las dimensiones de la autoestima en los estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023

	Uso excesivo de las redes sociales	Sig. (p)
Autoestima	-.453	<.001
Sí Mismo	-.408	<.001
Social	-.299	.004
Familiar	-.345	<.001

Nota: $p < .05$

Mediante el coeficiente de correlación rho de Spearman se detectó una relación negativa, significativa ($p < .001$) y moderadamente fuerte entre la dimensión “Uso excesivo de las redes sociales” y la variable autoestima, de igual forma, con sus dimensiones “Sí mismo” y “Familiar”. No obstante, con la dimensión “Social” se halló una correlación de menor magnitud, es decir, esta fue negativa, significativa ($p = .004$) y moderada.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Según los instrumentos aplicados a la población de estudio se llega a los siguientes hallazgos; se acepta la hipótesis general que afirma que existe relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023 puesto que se encontró una relación significativa, negativa y moderadamente fuerte ($\rho = -0.458$ y $p < 0.001$). Esto significa que a mayor autoestima menor es la adicción de las redes sociales o viceversa. Por tanto, los estudiantes que desarrollan comportamientos adictivos a las redes sociales como estar permanentemente atentos a lo que acontece en los entornos virtuales y utilizar a toda hora los dispositivos descuidando áreas de su vida tendrían mayor probabilidad de presentar bajos niveles de valoración personal y satisfacción con sus relaciones interpersonales. Dicha información coincide con las investigaciones realizadas en Lima de Yupanqui (2020), quien halló una relación de la misma intensidad ($r = -0.33$ y $p = 0.001$), y Pillaca (2019), quien encontró una relación de ($\rho = -0.417$ y $p = 0.000$). Otros estudios con similitudes son los de Cassia (2019), Rodríguez (2022) y Carrasco Vásquez (2020), quienes hallaron una relación significativa, negativa y moderada; las dos primeras realizadas en Argentina y la última en Lima, Perú. De igual manera, Catasi y Salas (2022), investigación realizada en Lima, confirmaron la existencia de correlación, sin embargo, esta fue de mayor intensidad con un valor de ($\rho = -0.653$ y $p = 0.000$). Por otro lado, Quispe (2020) presentó una ausencia de relación significativa, la autora menciona como posible causa al hecho de que los estudiantes investigados cuentan con soporte familiar adecuado, con un trabajo y/o una carrera que les hace priorizar sus necesidades y, además, ser de un rango diverso de edades. En cuanto a la sustentación teórica, la necesidad de estar conectado a las RS, interactuando o revisando

constantemente los «me gusta» que se obtienen genera un gran sentido de vulnerabilidad, desconfianza e insatisfacción personal; el individuo intenta vivir en un mundo de fantasía donde usa filtros o aparenta alguien que no es para ser valorado por otros, su autoestima depende de la respuesta que recibe de los demás (Martín Critikián y Medina Núñez, 2021). En referencia al objetivo que planteaba identificar los niveles de autoestima y adicción a las redes sociales, así como sus dimensiones, se encontró que el 45.05% de estudiantes presentó un nivel Bajo de adicción a las redes sociales y el 41.8% un nivel Alto de autoestima. Respecto a las dimensiones de adicción a las redes, el 68.1% evidenció un nivel Bajo en Obsesión a las redes, por otro lado, el 52.7% un nivel Medio en Falta de control y el 60.4% un nivel Medio en Uso excesivo. En cuanto a las dimensiones de autoestima, en el componente Sí Mismo, el 52.7% de los estudiantes obtuvo la categoría Alta. Asimismo, para el componente Social el 47.3% alcanzó la categoría Alta y en el componente Familiar, el mayor porcentaje de los estudiantes (41.8%) evidenció un nivel Medio Alto. Esto significa que los estudiantes evaluados presentaron en mayoría menores niveles de adicción a las redes sociales, en contraste, puntuaciones más altas en su autoestima. Por tanto, los internos de psicología no priorizarían las redes sociales sobre otros aspectos de su vida, harían un uso moderado de sus dispositivos y tendrían la capacidad para frenar su uso cuando así lo requiere; por ello, su valía personal y su capacidad para sentirse satisfechos en sus relaciones con familia y amigos no estaría afectada. De forma similar, en su estudio Quispe (2020) halló que el 61.90% de su muestra presentó un nivel Bajo de adicción a las redes; sin embargo, el nivel Bajo en autoestima también predominó (73.81%); la autora explica esto considerando que la motivación social de los estudiantes los llevaría a priorizar actividades para alcanzar sus objetivos pese a su deficiencia en la autopercepción. Por otro lado, Carrasco y Vásquez (2020) encontraron una predominancia (48%) en el nivel Alto de

autoestima corroborando lo hallado en este estudio; al igual que Cassia (2019) cuya muestra se ubicó principalmente en un nivel Elevado de autoestima (62.7%). Respecto al sustento teórico, Echeburúa y Requesens (2012) señalan que los factores protectores ante una adicción a las redes sociales serían el contar con la capacidad para comunicarse de forma efectiva, atribuir sus éxitos hacia sí mismo y contar con estrategias de gestión emocional, así como afrontamiento del estrés. Al ser la población estudiantes universitarios, muchos de ellos de la carrera de psicología, sería muy probable que presenten al menos uno de estos factores habiéndolos desarrollado en el transcurso de su formación profesional.

Respecto a la hipótesis específica 1 que señala que existe relación entre la dimensión obsesión por las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023; esta es aceptada debido a que se encontró una correlación negativa, significativa y moderadamente fuerte entre tal dimensión y la variable autoestima ($\rho = -.366$ y $p < .001$), así como con sus dimensiones “Sí Mismo” ($\rho = -.310$ y $p = .003$) y “Familiar” ($\rho = -.326$ y $p = .002$). Asimismo, una relación negativa, significativa y moderada con el componente “Social” ($\rho = -.231$ y $p = .028$). Esto quiere decir que a mayor obsesión por las RS menor serían los niveles de autoestima o viceversa. Por ello, los estudiantes que se preocupen excesivamente por el contenido digital y experimenten ansiedad o irritabilidad al no poder acceder a las redes experimentarían un mayor sentido de incapacidad ante las dificultades, así como menor disposición a establecer relaciones satisfactorias por miedo a la crítica. Estos hallazgos coinciden con Pillaca (2019) quién halló una relación negativa y moderadamente fuerte ($\rho = -0.388$ y $p = 0.000$) entre la obsesión por las redes sociales y la variable autoestima en población de Lima, asimismo, Rodríguez (2022) con un valor ($\rho = -0.320$ y $p < 0.05$) en un estudio en Argentina. Otra investigación

realizada por Catasi y Salas (2022) evidenció una relación de mayor intensidad entre la dimensión y variable mencionados ($\rho=-0.568$ y $p=0.000$) al estudiarlas en la ciudad de Lima. De forma más detallada, al igual que en esta investigación Yupanqui encontró relación negativa, significativa y moderada con las dimensiones “Sí mismo” y “Social”; no sucedió lo mismo con la dimensión “Familiar” en la cual no hubo significancia lo que estaría relacionado con la baja confiabilidad que tuvo esta dimensión en su estudio. En relación con la sustentación teórica, el grado de importancia que se le da al contenido mostrado en las RS puede ocasionar distorsiones en la percepción de la propia imagen, malestar e insatisfacción consigo mismo afectando los niveles de autoestima (Echeburúa y Requesens, 2012).

Asimismo, se acepta la hipótesis específica 2 que señala que existe relación significativa entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023; ya que se halló una correlación negativa, significativa y moderadamente fuerte entre dicha dimensión y la variable autoestima ($\rho= -.407$ y $p= <.001$), así también, con sus dimensiones “Sí mismo” ($\rho= -.362$ y $p= <.001$), y “Social” ($\rho= -.320$ y $p= .002$). Adicionalmente, una relación negativa, significativa y moderada con el componente “Familiar” ($\rho= -.294$ y $p=.005$). Es decir, cuanto mayor control tenga el individuo sobre su uso de las RS menores implicancias en su autoestima o viceversa. Por lo tanto, los estudiantes que responden mensajes o interactúan en sus cuentas virtuales en situaciones inapropiadas como la escuela o el trabajo evidenciarían bajo ánimo y menor confianza acerca de sus capacidades. Los resultados coinciden con lo hallado por Pillaca (2019) quién evidenció una relación negativa moderadamente fuerte en la dimensión “Falta de control personal” y la variable autoestima con un valor de ($\rho=-0.410$ y $p=0.000$) en población limeña. Adicionalmente, Cassia (2019)

con un valor de ($r=-.185$; $p >.01$) y Rodríguez (2022) con un valor de ($\rho=-0.127$ y $p<0.05$) encontraron una correlación entre las variables, solo que con menor intensidad. De forma detallada, Yupanqui (2020) encontró una relación similar entre las dimensiones “Sí mismo” y “Social” con la dimensión “Falta de control personal”. Respecto a la sustentación teórica, la pérdida de la capacidad de control de una persona está ligado al aislamiento, elevados niveles de ansiedad y otras dificultades que impactan negativamente en la autoestima (Echeburúa y Requesens, 2012).

Por último, se acepta la hipótesis específica 3 la cual indica que existe relación significativa entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023; debido a que se detectó una relación negativa, significativa y moderadamente fuerte entre este componente y la variable autoestima ($\rho=-.453$ y $p<.001$), de igual forma, con sus dimensiones “Sí mismo” ($\rho=-.408$ y $p<.001$) y “Familiar” ($\rho=-.345$ y $p<.001$). Además, se encontró una relación negativa, significativa y moderada con el componente “Social” ($\rho=-.299$ y $p=.004$). Esto significa que mientras menor sea el uso de las RS más altos serán los niveles de autoestima del individuo. Por ello, los estudiantes que verifican la computadora o el smartphone a todas horas serían personas menos seguras al realizar tareas o interactuar con otro y, por ende, tendrían menos participación y éxitos en diversas esferas de su vida. Esto coincide con Pillaca (2019) puesto que tal investigador halló una correlación de la misma intensidad entre la autoestima y la dimensión “Uso excesivo” con un valor de ($\rho=-0.385$ y $p=0.000$) en estudiantes universitarios limeños; de igual manera, Cassia (2019) y Rodríguez (2022) hallaron relaciones de intensidad moderada entre los aspectos de interés. Respecto a la relación entre dimensiones, se encontró una relación similar a la de Yupanqui (2020) quién

halló relaciones significativas con las dimensiones “Sí mismo” y “Social”. En cuanto a la sustentación teórica, se señala que el uso excesivo de las RS ocasionaría alteraciones en la autopercepción generando así problemas de baja autoestima (García del Castillo et al., 2019).

Limitaciones

En cuanto a las limitaciones, inicialmente el estudio planeaba utilizar una muestra censal, sin embargo, al momento de la aplicación algunos estudiantes decidieron no participar de la investigación lo que llevo a modificar el muestreo hacia uno intencional reduciendo la representatividad de los resultados. De igual manera, esto redujo el tamaño de la muestra a 91 siendo esta menor a lo previsto, tal cantidad de participantes sería pequeña lo que limitaría los hallazgos.

Por otro lado, el estudio se enfoca solo en estudiantes de psicología quiénes suelen tener conocimiento sobre los cuestionarios lo que podría llevar a algún posible sesgo, además cuentan con un perfil de competencias y habilidades específico que desarrollan dentro de su formación, por ello, expandir la investigación hacia estudiantes de otras carreras sería de utilidad para obtener una mayor variedad de datos.

Implicancias

Con relación a la implicancia teórica, los hallazgos del estudio corroboran lo indicado por diversos autores, resaltando influencia del uso excesivo de las redes sociales o el contenido que se trasmite en estos en la forma en la que las personas se auto perciben, así como la valoración personal que hacen de sí mismos.

En cuanto a la implicancia práctica, si bien no se identificaron altos niveles de adicción a las RS ni bajos niveles de autoestima si se halló un porcentaje significativo de estudiantes con

un nivel alto en la dimensión uso excesivo de las RS; es por ello, que los resultados de esta investigación permitirían al departamento de psicología de la universidad estudiada elaborar un programa preventivo promocional enfocado en la gestión de tiempo, priorización de tareas y consecuencias del exceso de redes, promoviendo así hábitos saludables.

Por último, respecto a la implicancia metodológica, el presente estudio contribuye corroborando la confiabilidad de los instrumentos empelados (Cuestionario ARS e Inventario de Autoestima SEI) siendo estos recomendables para su utilización en población universitaria y en escenarios actuales.

Conclusiones

1. La mayoría (54.95%) de los estudiantes de Internado 3 de psicología presenta un nivel medio de adicción a las redes sociales. En cuanto a la dimensión “Obsesión por las redes sociales”, la distribución predominante de los estudiantes fue el nivel bajo (68.1%). Para las dimensiones “Falta de control personal” (52.7%) y “Uso excesivo” (60.4%) los estudiantes tuvieron una tendencia a pertenecer a la categoría Medio.
2. Se encontró que la mayoría de los estudiantes de Internado 3 de Psicología presenta un nivel alto de autoestima (41.8%); de igual manera, en sus dimensiones “Sí mismo” (52.7%) y “Social” (47.3%). Por otro lado, en la dimensión “Familiar”, los estudiantes obtuvieron un nivel Medio Alto con mayor predominancia (41.8%).
3. Existe una correlación negativa, significativa ($p < .001$) y moderadamente fuerte entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de

Internado 3 de psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho del año 2023.

4. Se encontró una correlación negativa, significativa y moderadamente fuerte entre la dimensión “Obsesión por las redes sociales” y la variable autoestima ($p < .001$), así como con sus dimensiones “Sí Mismo” ($p = .003$) y “Familiar” ($p = .002$). Asimismo, entre la tal dimensión y el componente “Social” existe una relación negativa, significativa ($p = .028$) y moderada en estudiantes de Internado 3 de psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho del año 2023.
5. Existe una correlación negativa, significativa y moderadamente fuerte entre la dimensión “Falta de control personal” y la variable autoestima ($p = < .001$), así también, con sus dimensiones “Sí mismo” ($p = < .001$), y “Social” ($p = .002$). Adicionalmente, tal dimensión y el componente familiar evidencia una relación negativa, significativa ($p = .005$) y moderada en estudiantes de Internado 3 de psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho del año 2023.
6. Se encontró una relación negativa, significativa ($p < .001$) y moderadamente fuerte entre la dimensión “Uso excesivo de las redes sociales” y la variable autoestima, de igual forma, con sus dimensiones “Sí mismo” y “Familiar”. Adicionalmente, con la dimensión “Social” se halló una correlación de menor magnitud, es decir, esta fue negativa, significativa ($p = .004$) y moderada en estudiantes de Internado 3 de psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho del año 2023.

Recomendaciones

- Considerando que la muestra estudiada está compuesta por internos de psicología, se cree necesario sugerir un programa preventivo para asegurar que los estudiantes presenten equilibrio en sus vidas de tal forma que realicen un trabajo profesional adecuado. Por ello, se recomienda un programa preventivo promocional acerca de hábitos de uso saludables de las redes sociales para evitar un empleo excesivo de las mismas, asimismo, para fortalecer la autoestima con énfasis en el aspecto familiar. Esto debido a que un pequeño porcentaje de los estudiantes presentaron niveles de riesgo en tales aspectos.

REFERENCIAS

- Albán, J. (2018). Autoestima y Estrés Académico en estudiantes de una Universidad de Lima Sur. [Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Psicología, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/560>
- Alvaréz Risco, A. (2020). Clasificación de las Investigaciones. Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales, Universidad de Lima
- Andrade-vargas, L., Iriarte-solano, M., Rivera-rogel, D., y Yunga-godoy, D. (2021). Jóvenes y redes sociales : Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital. *Revista Científica de Educomunicación*, 69, 85–95.
- Arienzo, M. C. D., Boursier, V., y Griffiths, M. D. (2019). Addiction to Social Media and Attachment Styles : A Systematic Literature Review. 1094–1118.
- Astorga-aguilar, C., y Schmidt-fonseca, I. (2019). Peligros de las redes sociales : Cómo educar a nuestros hijos e hijas en ciberseguridad. *Revista Electrónica Educare*, 23(3), 1–24.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall
- Barón Pulido, M., Duque Soto, Á., Mendoza Lozano, F., y Quintero Peña, W. (2020). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. *Revista Internacional de Pedagogía e Innovación Educativa*, 1(1), 123–148.

- Becerra Guajardo, J. R., López Rosales, F., y Jasso Medrano, J. L. (2021). Uso problemático de las redes sociales y teléfono móvil: Impulsividad y horas de uso. *Revista de Psicología de La Universidad Autónoma Del Estado de México*, 10(19), 28–46.
- Belanche, D., Lozano, N. y Pérez-Rueda, A. (2019). Instagram como herramienta de aprendizaje en el aula universitaria. *Congreso In-Red*, 198–210.
- Benites Narcizo, G.E. (2018). Propiedades psicométricas de la escala de adicción a redes sociales en universitarios de la ciudad de Trujillo. [Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Psicología, Universidad César Vallejo]. Repositorio de Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/11255>
- Bernal Marchena, L. P. D. L. M. (2022). Redes sociales y autoestima en estudiantes del programa de estudios de administración de la Universidad Señor de Sipán [Tesis para optar al grado académico de Maestría en Psicología Educativa, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio de Universidad César Vallejo.
- Bowlby, J. (1995). *Una base segura: aplicaciones clínicas de una teoría del apego*. Editorial Paidós
- Cantú, M. A. L., Verduzco, M. A., Acevedo, M., y Cortés, J. (1993). Validez y confiabilidad del inventario de autoestima de CooperSmith para adultos, en población mexicana. *Revista latinoamericana de psicología*, 25(2), 247-255.
- Caplan, S.E. (2005). A Social Skill Account of Problematic Internet Use. *Journal of Communication*. 55(4), 721-736. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb03019.x>

- Carrasco, G. M. y Vasquez, Y. P. (2020). Adicción a redes sociales y autoestima en universitarios de una institución privada de Lima Norte, 2019. [Tesis para optar al grado académico de Licenciatura en Psicología, Universidad Privada del Norte] Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/25031>
- Cassia, F. (2019). Adicción a las redes sociales y autoestima: Un estudio comparativo entre adultos jóvenes y adultos mayores en Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina: [Trabajo de integración, Universidad Argentina de la Empresa]. Repositorio de la Universidad Argentina de la Empresa. https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/8379/CASSIA_TIF.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Catasi, L. A. , y Salas, D. K. (2022). Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/30980>
- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. Bogotá: biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia, 2, 1-11.
- Cervantes, C. y Alvites-Huamaní, C. (2021). WhatsApp como recurso educativo y tecnológico en la educación. Hamut'ay, 8 (2), 69-78, <http://dx.doi.org/10.21503/hamu.v8i2.2294>
- Chuquitoma Cruz, L. G. (2017). Redes Sociales y su influencia en la autoestima de adolescentes del nivel secundaria en la Institución Educativa Manuel Muñoz, Najar, Arequipa-2016.

Colegio de Psicólogos del Perú. (2017). Código de Ética y Deontología

Coopersmith, S. (1967). The antecedents of self-esteem. Freeman and Company.

Díaz, M. (2020). Las redes sociales y su impacto en la creación de identidades e imagen corporal en las mujeres universitarias. Estudio de Instagram. [Tesis para optar el título de Comunicadora Social, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Javeriano. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/52787>

Dorregaray, O. C. (2017). La medición de la autoestima en adolescentes y adultos: una propuesta desde el modelo de Harris Clemens. *Revista Educa UMCH*, (10), 77-89.

Escurrea, M., y Salas, E. (2014). CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91.

Echeburúa, E. y Requesens, A. (2012). Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes: Guía para educadores. Ediciones Pirámides

Fernández-Ballesteros, R. (2013). *Evaluación psicológica*. Ediciones Pirámide.

García del Castillo, J. A., García del Castillo- López, Á., Dias, P. C., y García - Castillo, F. (2019). CONCEPTUALIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMOCIONAL Y LA ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES CONCEPTUALIZATION OF EMOTIONAL BEHAVIOR AND ADDICTION TO. *Health and Addictions*, 19(2), 173-181.

- García, A. C. y Puerta-Cortés, D. X. (2020). Relación entre el uso adictivo de Facebook y el autoconcepto en estudiantes colombianos. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (59) 27-44. <https://doi.org/10.35575/rvucn.n59a3>
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., y Demetrovics, Z. (2014). Chapter 6: Social Networking Addiction: An Overview of Preliminary Findings. In *Behavioral Addictions* (pp. 119–141). <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-407724-9.00006-9>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). McGraw Hill Education.
- López, N. (2019). Autoestima y satisfacción vital de madres en situaciones de pobreza del distrito de Puente Piedra Lima. [Tesis para optar el grado de Licenciada en Psicología, ULADECH Católica]. Repositorio Institucional de ULADECH Católica. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/15637>
- Ludeña Quispe, C. E. (2020). Nivel de autoestima en estudiantes de nivel secundario de una institución educativa privada–Ayacucho, 2020. [Tesis para optar el grado de Licenciada en Psicología, ULADECH Católica]. Repositorio Institucional de ULADECH Católica. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/31917>
- Martín Critikián, D. y Medina Núñez, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Mesías, A. (2017). Propiedades psicométricas del Inventario de Autoestima de Coopersmith en adolescentes de la provincia de Huallaga. [Tesis para optar el título de Licenciado

en Psicología, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/306>

Esteban Nieto, N. (2018). Tipos de investigación. Universidad Santo Domingo de Guzmán,
2.

Pillaca, J. (2021). ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN
ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA SUR. ACTA
PSICOLÓGICA PERUANA, 4(2), 356-378.
<http://201.234.119.250/index.php/ACPP/article/view/237>

Pope, A. W., McHale, S. M. y Craighead, W. E. (1988). Self - esteem enhancement with
children and adolescents. USA: Allyn and Bacon Eds.

Quispe, J. (2020). Relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en
estudiantes de los cursos de nivelación de la Universidad de Ayacucho Federico
Froebel, Ayacucho -2020. [Tesis para optar el título profesional en psicología,
Universidad de Ayacucho Federico Froebel]. Repositorio de Universidad de Ayacucho
Federico Froebel. <http://hdl.handle.net/20.500.11936/159>

Ramírez, M., Flórez, Y., Sánchez, H., Grández, J., y Rivera, A. (2021). Uso patológico del
Internet y redes sociales en jóvenes de tres países (Colombia, México y Perú).
Colección Delfin, 3, 57–59.

Ramos Diaz, C., y Tobón Ospino, M. (2023). FACEBOOK: APLICACIONES
EDUCATIVAS DE LA RED SOCIAL PARA LA ENSEÑANZA DEL LENGUAJE
EN EDUCACIÓN BÁSICA EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA

INDUSTRIAL VILLA MARÍA DE SOLEDAD – COLOMBIA. Centro de Estudios
Universitarios Mar de Cortés.

Rodríguez, B. M. (2022). Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima. [Tesis para obtener título de Licenciatura en Psicología, Universidad Abierta Interamericana]. Repositorio Institucional de la Universidad Abierta Interamericana. <https://repositorio.uai.edu.ar/handle/123456789/451>

Rodríguez-Suárez, B., Caperos, J. M., y Martínez-Huertas, J. Á. (2022). EFFECT OF EXPOSURE TO THINNESS IDEALS IN SOCIAL NETWORKS ON SELF-ESTEEM AND ANXIETY. *Psicología Conductual*, 30(3), 677-691. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/effect-exposure-thinness-ideals-social-networks/docview/2748773639/se-2>

Rodríguez, O. A., Gallego Pañeda, V., Rodríguez Nistal, M. J., y Del Pozo López, M. Á. (2012). Adicción a las nuevas tecnologías. *Psicología de Las Adicciones*, 1, 2–6.

Rosero, A.D., Eraso, J.S., Villalobos-Galvis, F.H., y Herrera-López, M. (2022). Validación del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) en una muestra de adolescentes colombianos. *Informes Psicológicos*, 22(2), pp. 29-45. <http://dx.doi.org/10.18566/infpsic.v22n2a02>

Ryden, M. B. (1978). An adult version of the Coopersmith Self-Esteem Inventory: Test–retest reliability and social desirability. *Psychological Reports*, 43(3, Pt 2), 1189–1190. <https://doi.org/10.2466/pr0.1978.43.3f.1189>

Silva Saldaña, A. J. (2020). Funcionalidad familiar y nivel de autoestima asociados a la adicción por redes sociales en adolescentes. Institución Educativa San Ramón-la Recoleta-Cajamarca. 2019. [Tesis para obtener el título profesional de obstetra, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio de Universidad Nacional de Cajamarca. <http://hdl.handle.net/20.500.14074/3735>

Skinner, B. F. (1994). Sobre el conductismo. Editorial Planeta Argentina

Sun, Y., y Zhang, Y. (2021). Addictive Behaviors A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. 114

Torres Fernández, M. A. (2019). Estrategias Metodológicas basadas en la Teoría de la Personalidad de Albert Bandura para desarrollar el nivel de autoestima de los estudiantes del Cuarto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa N° 821571 Caserío Puerto 2000, Tabaconas, San Ignacio – Cajamarca. [Tesis para obtener el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación Mención de Investigación y Docencia, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio de Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/6583>

Universidad Privada del Norte (2023). Código de Ética para la Investigación Científica en UPN

Valencia-Ortiz, R., Cabero-Almenara, J. y Garay Ruiz, U. (2021). Adicción a las redes sociales en estudiantes mexicanos: percepciones de discentes y docentes. Tecnología, Ciencia y Educación, 19, 103-122. <https://doi.org/10.51302/tce.2021.616>

- Vega-Malagón, G., Ávila-Morales, J., Vega-Malagón, A., Camacho-Calderón, N., Becerril-Santos, A. y Leo-Amador, G. (2014). Paradigmas en la investigación: Enfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journal*. 10(15), 523-528
- Yupanqui, N. E. C. (2020). Uso problemático de las redes sociales virtuales y autoestima en jóvenes de una universidad privada de Lima Metropolitana. [Tesis para optar al grado académico de Bachiller en Psicología, Universidad Privada de Lima Metropolitana]. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/10273>
- Yang, S., Zhao, Y., y Ma, Y. (2019). Analysis of the reasons and development of short video application-Taking Tik Tok as an Example. 2019 9th International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019), Manila, Philippines; 340-343.

ANEXOS

ANEXO 01: Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)

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

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

N° ITE M	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	C S	A V	R V	N
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
0.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
0.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
0.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales					
0.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales					
0.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
0.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					

0.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
0.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
0.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
0.	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
0.	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
0.	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
0.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
0.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
0.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
0.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
0.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
0.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
0.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales					
0.	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.					
0.	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					

0.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					
----	---	--	--	--	--	--

Anexo 02: Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith, (SEI) versión

Adultos

INSTRUCCIONES:

A continuación, se presentan 25 enunciados, por favor lea atentamente cada uno de ellos y marque todos con "Verdadero o Falso" según corresponda con su forma de pensar o ser:

RECUERDE:

- No hay respuestas buenas ni malas
- Es importante su honestidad

N°	ENUNCIADO	V	F
1	Usualmente las cosas no me molestan		
2	Me resulta difícil hablar frente a un grupo		
3	Hay muchas cosas de mí que cambiaría, si pudiese		
4	Puedo tomar decisiones sin mayor dificultad		
5	Soy muy divertido(a)		
6	Me altero fácilmente en casa		
7	Me toma mucho tiempo acostumbrarme a cualquier cosa nueva		
8	Soy muy popular entre las personas de mi edad		
9	Generalmente mi familia considera mis sentimientos		
10	Me rindo fácilmente		
11	Mi familia espera mucho de mí		
12	Es bastante difícil ser "yo mismo"		
13	Me siento muchas veces confundido		
14	La gente usualmente sigue mis ideas		
15	Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo		
16	Hay muchas ocasiones que me gustaría irme de mi casa		
17	Frecuentemente me siento descontento con mi trabajo		
18	No estoy tan simpático como mucha gente		
19	Si tengo algo que decir, usualmente lo digo		
20	Mi familia me comprende		

21	Muchas personas son más preferidas que yo		
22	Frecuentemente siento como si mi familia me estuviera presionado		
23	Frecuentemente me siento desalentado con lo que hago		
24	Frecuentemente desearía ser otra persona		
25	No soy digno de confianza		

Anexo 03: Consentimiento informado

Estimado(a) participante:

La presente investigación titulada “Autoestima y redes sociales en estudiantes de Internado 3 del área Clínica – Educativa de la carrera de psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho del año 2023” realizada por la interna de la carrera de Psicología de la Universidad Privada del Norte Jarumy Cerna con el objetivo de obtener el Título Profesional en Psicología, por lo cual se solicita su colaboración anónima, respondiendo el siguiente formulario.

Se le recuerda que la participación es totalmente voluntaria y la información recolectada será utilizada exclusivamente con fines académicos; por ello, se garantiza la confiabilidad y protección de datos. La información proporcionada será de único conocimiento para la investigadora.

Si decides participar en la investigación, por favor responde a la siguiente pregunta marcando con un aspa:

SÍ ACEPTO ()

NO ACEPTO ()

Agradecemos su apoyo, ante cualquier duda comuníquese con Jarumy Cerna al correo N00209627@upn.pe

ANEXO 04: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Pregunta	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema General ¿Cuál es la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho, 2023?</p> <p>Problemas Específicos Problema Específico 1 ¿Cuáles son los niveles de autoestima y sus dimensiones (Sí mismo, social y familiar) en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho, 2023.</p> <p>Objetivos Específicos Objetivos Específicos 1 Identificar los niveles de autoestima y sus dimensiones (Sí mismo, social y familiar) en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de</p>	<p>Hipótesis General Existe relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.</p> <p>Hipótesis Específicas Hipótesis Específicas 1 No hay hipótesis por ser objetivo descriptivo.</p> <p>Hipótesis Específicas 2 No hay hipótesis por ser</p>	<p>Variable 1 Autoestima - Dimensiones a) Sí Mismo General b) Social c) Familiar</p> <p>Variable 2 Uso de redes sociales - Dimensiones a) Obsesión por las redes sociales. b) Control</p>	<p>Tipo de la investigación -Básica porque busca conocer y ampliar el sustento teórico de las variables de estudio. -Cuantitativo puesto que utilizaremos métodos estadísticos para analizar las variables autoestima y uso de redes sociales. -Transversal porque las variables serán medidas en una sola ocasión.</p> <p>Nivel de la investigación Es descriptiva correlacional ya que pretende establecer la relación entre las variables autoestima y uso de redes sociales.</p>

<p>Lurigancho, 2023?</p> <p>Problema Específico 2 ¿Cuáles son los niveles de adicción a las redes sociales y sus dimensiones (Obsesión por las redes, falta de control y uso excesivo) en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023?</p> <p>Problema Específico 3 ¿Cuál es la relación entre la dimensión obsesión por las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de</p>	<p>Lurigancho, 2023.</p> <p>Objetivos Específicos 2 Identificar los niveles de adicción a las redes sociales y sus dimensiones (Obsesión por las redes, falta de control y uso excesivo) en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.</p> <p>Objetivos Específicos 3 Establecer la relación entre la dimensión obsesión por las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una</p>	<p>objetivo descriptivo.</p> <p>Hipótesis Específicas 3 Existe relación significativa entre la dimensión obsesión por las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.</p> <p>Hipótesis Específicas 4 Existe relación significativa entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de</p>	<p>personal en el uso de las redes sociales. c) Uso excesivo de las redes sociales</p>	<p>Diseño de la investigación Diseño no experimental puesto que no se realizará manipulación de las variables.</p> <p>Población y muestra Conformada por 107 estudiantes del curso de Internado 3 del área Clínica - Educativa de la carrera de psicología de una universidad privada de San Juan de Lurigancho. Muestra censal ya que se tiene acceso a toda la población, no se utilizarán técnicas de tamaño muestral ni muestreo.</p> <p>Técnicas de recolección de datos -Inventario de Autoestima de Coopersmith – Adultos (SEI),</p>
---	---	--	--	--

<p>una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023?</p> <p>Problema Específico 4 ¿Cuál es la relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023 ?</p> <p>Problema Específico 5 ¿Cuál es la relación entre la dimensión del uso excesivo de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y</p>	<p>universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.</p> <p>Objetivos Específicos 4 Establecer la relación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.</p> <p>Objetivos Específicos 5 Establecer la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de</p>	<p>Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.</p> <p>Hipótesis Específicas 5 Existe relación significativa entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales y las dimensiones (Sí mismo, social y familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.</p>		<p>Coopersmith (1967) -Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), Ecurra y Salas (2014)</p> <p>Métodos de análisis de datos Mediante el programa estadístico SPSS se realizará el análisis descriptivo. Luego de verificar la confiabilidad y validez del instrumento se evaluará la normalidad de los datos para realizar la contrastación de hipótesis de investigación mediante estadísticos de correlación.</p>
--	--	---	--	--

familiar) de la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023?	la autoestima en estudiantes de Internado 3 de Psicología de una universidad Privada de San Juan de Lurigancho, 2023.			
--	---	--	--	--

ANEXO 05: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMS	ESCALA
Adicción a las redes sociales	La dependencia psicológica o adicción sin sustancia en la que la persona permanece en un estado de alerta constante verificando constantemente los dispositivos electrónicos incluso en situaciones inapropiadas lo que ocasiona un descuido de las relaciones interpersonales presenciales, rendimiento académico y laboral además del cuidado personal en actividades como sueño o alimentación (Escrura y Salas, 2014)	Nivel de adicción a las redes sociales (Obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales) que se evalúa aplicando el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)	Obsesión por las redes sociales	Puntajes obtenidos en los ítems 2,3,5,6,7,13,15,19,22,23	<p>2 Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.</p> <p>3 El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.</p> <p>5 No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.</p> <p>6 Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.</p> <p>7 Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.</p> <p>13 Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.</p> <p>15 Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.</p> <p>19 Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.</p> <p>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.</p> <p>23 Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).</p>	Ordinal
			Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Puntajes obtenidos en los ítems 4,11,12,14,20,24	<p>4 Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.</p> <p>11 Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.</p> <p>12 Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.</p> <p>14 Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.</p> <p>20 Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.</p> <p>24 Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.</p>	
					<p>1 Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.</p> <p>8 Entrar y usar las redes sociales me produce alivio,</p>	

			Uso excesivo de las redes sociales	Puntajes obtenidos en los ítems 1,8,9,10,16,17, 18,21	me relaja. 9 Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo. 10 Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado. 16 Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales. 17 Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales. 18 Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora. 21 Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.	
Autoestima	Constructo o rasgo que se adquiere a través de los años, en donde los niños deben contar con adecuadas condiciones en su entorno, en la que los padres son un factor principal para que se logre un adecuado desarrollo de sus cualidades y actitudes ante la aceptación de sí mismos (Coopersmith, 1967)	Nivel de autoestima (Sí mismo, social y familiar) que se evalúa aplicando el Inventario de Autoestima para adultos de Coopersmith(SEI)	Sí mismo General	Puntajes obtenidos en los ítems 1,3,4,7,10,12,13, 15, 18, 19, 23, 24 y 25	1 Usualmente las cosas no me molestan. 3 Hay muchas cosas de mí que cambiaría, si pudiese. 4 Puedo tomar decisiones sin mayor dificultad. 7 Me toma mucho tiempo acostumbrarme a cualquier cosa nueva. 10 Me rindo fácilmente. 12 Es bastante difícil ser "yo mismo". 13 Me siento muchas veces confundido. 15 Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo. 18 No estoy tan simpático como mucha gente. 19 Si tengo algo que decir, usualmente lo digo. 23 Frecuentemente me siento desalentado con lo que hago. 24 Frecuentemente desearía ser otra persona. 25 No soy digno de confianza.	Nominal
			Social	Puntajes obtenidos en los ítems 2, 5, 8, 14,	2 Me resulta difícil hablar frente a un grupo. 5 Soy muy divertido(a). 8 Soy muy popular entre las personas de mi edad. 14 La gente usualmente sigue mis ideas. 17 Frecuentemente me siento descontento con mi trabajo.	

				17 y 21.	21 Muchas personas son más preferidas que yo.
			Familiar	Puntajes obtenidos en los ítems 6, 9, 11, 16, 20 y 22.	6 Me altero fácilmente en casa. 9 Generalmente mi familia considera mis sentimientos. 11 Mi familia espera mucho de mí. 16 Hay muchas ocasiones que me gustaría irme de mi casa. 20 Mi familia me comprende. 22 Frecuentemente siento como si mi familia me estuviera presionado.

ANEXO 06: ANÁLISIS DE NORMALIDAD

Antes de aplicar los estadísticos de correlación, se efectuó la prueba de normalidad de los datos recolectados utilizando el estadístico de Kolmogorov-Smirnov para seleccionar los estadísticos de correlación que se utilizarían.

Tabla 08

Prueba de Kolmogorov-Smirnov de las variables y dimensiones a correlacionar

	Adicción a las redes sociales – Total	SEI – Total	ARS – Dimensión Obsesión	ARS – Dimensión Falta de Control	ARS – Dimensión Uso Excesivo
Sig. asin. (bilateral) ^c	.200 ^d	.012	.054	.035	.070

Los datos hallados nos permitieron determinar el nivel de significación; si el p valor es menor que 0.05 la distribución se considera como No Paramétrica, caso contrario, si el p valor es mayor que 0.05 la distribución se considera Paramétrica.

Tabla 09

Selección del estadístico de correlación de acuerdo con la normalidad de las variables y dimensiones por correlacionar

Variable y áreas	Variable	Estadístico de correlación
Adicción a las redes sociales p = .200 Paramétrica	Autoestima p = .012 No Paramétrica	Rho de Spearman
Dimensión Obsesión por las RS p = .054 Paramétrica	Autoestima p = .012 No Paramétrica	Rho de Spearman
Dimensión Falta de Control Personal en el uso de las RS p = .035 No Paramétrica	Autoestima p = .012 No Paramétrica	Rho de Spearman

Dimensión Uso Excesivo de las RS	Autoestima	Rho de Spearman
p = .070	p = .012	
Paramétrica	No Paramétrica	

Como se puede observar en la tabla, se detallan los indicadores de normalidad de las variables y dimensiones a correlacionar, la dimensión Autoestima fue No Paramétrica por lo tanto se seleccionó el estadístico Rho Spearman para la correlación de la hipótesis general e hipótesis específicas.