

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
CARRERA DE **PSICOLOGÍA**

“AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN
ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE UNA UNIVERSIDAD
PRIVADA DE LIMA METROPOLITANA”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Psicología

Autoras:

Laly Andrea Catasi Diaz
Diana Karolina Salas Navarro

Asesor:

Mg. Nancy Alfonsina Negreiros Mora
<https://orcid.org/0000-0002-6432-1298>

Lima – Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Johnny Erick Enciso Rios	40419265
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Karim Elisa Talledo Sanchez	43300453
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Tania Carmela Lip Marín De Salazar	08179761
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado
principalmente a nuestros padres por todo su amor y
apoyo incondicional que nos han brindado a largo de
toda nuestra carrera y vida

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar este anhelado sueño, a mis queridos padres y a mi pareja por la confianza, el apoyo incondicional, comprensión y paciencia, así como el llevar adelante este proyecto tan importante, ellos me dieron fuerzas y aliento cuando pensaba que ya no podía más, gracias a ellos es que no me rendí, porque nunca me abandonaron, los amo y este logro lo siento no solo mío sino de todas las personas que me apoyaron en este proceso, el cual es solo primer paso en mi trayectoria profesional.

Laly Andrea Catasi Diaz

Primeramente doy gracias a Dios por haberme guiado a lo largo de mi vida, a mis padres por su apoyo incondicional, por ser mis principales motivadores, sin ustedes, sin sus consejos, su amor, paciencia y cariño yo no habría llegado hasta donde estoy, todos mis logros se los debo a ustedes. Gracias hijito Caleb por tu amor, tolerancia y comprensión en todo momento, te amo.

Diana Karolina Salas Navarro

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Formulación del problema	18
1.4. Objetivos	19
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	21
CAPÍTULO III: RESULTADOS	26
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	31
REFERENCIAS	36
ANEXOS	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Correlación de Spearman para Autoestima y Adicción a las redes sociales	32
Tabla 2 Correlación de Spearman para Autoestima y Obsesión por las redes sociales	33
Tabla 3 Correlación de Spearman para Autoestima y Falta de control personal en el uso de redes sociales	34
Tabla 4 Correlación de Spearman para Autoestima y Uso excesivo de redes sociales	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distribución de los niveles de autoestima en estudiantes	29
Figura 2 Distribución de los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes	29

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Presentando un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo - correlacional, con diseño no experimental y corte transversal. La población estuvo conformada por 282 estudiantes quienes estuvieron matriculados en el año 2021-1, teniendo como características ser estudiante de 9no y 10mo ciclo de la carrera de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. La muestra incluyó 163 estudiantes universitarios de la carrera de psicología del 9no y 10mo ciclo de una universidad privada de Lima Metropolitana. Se utilizaron los instrumentos estandarizados de Autoestima: Inventario de Autoestima de Coopersmith (1975) y Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS, 2008). Los hallazgos señalan relaciones significativas, inversas y moderadas entre la variable autoestima con adicción a las redes sociales. Se concluye que los niveles bajos de autoestima podrían estar relacionados con niveles altos de adicción a las redes sociales.

PALABRAS CLAVES: autoestima, adicción, redes sociales, estudiantes universitarios,

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad, casi un 60% de la población mundial, 4.660 millones de personas, son usuarios de Internet, lo que supone un 7,3% más respecto a hace un año. Además, ahora hay **4.200 millones de usuarios de redes sociales**, lo que representa un crecimiento interanual de más del 13% (490 millones de usuarios nuevos), según el informe elaborado por Hootsuite y We are social (Digital 2021). Además, el aumento del uso de redes sociales en pandemia ha alcanzado niveles muy altos en comparación a los últimos años, y esto no es más que el reflejo de un fenómeno que ha venido evolucionando de manera paulatina desde los últimos 20 años (Fernández & Bravo, 2020).

Es necesario tener en cuenta que el abuso de redes sociales no es considerado en sí como una patología psicológica, menos aún dentro del grupo de adicciones psicológicas, sin embargo, la mayoría de los autores consideran esta adicción como una adicción a sustancias psicoactivas, tomando en cuenta el nivel de impacto que tiene sobre la vida de la persona y la afección a su vida personal y sus diferentes esferas (Eскурra & Salas, 2014). En este sentido la adicción a las redes sociales es el desgaste en la capacidad de control vinculada con la dependencia que se origina al no poder ingresar a la plataforma virtual de forma continua, mostrándose un síndrome de abstinencia caracterizado por disminución del rendimiento académico, pérdida de disposición por actividades cotidianas y problemas en el ámbito social (Vilca & Gonzales, 2013).

Cabe señalar que en estos últimos años se han realizado investigaciones sobre el uso del internet, incorporando aspectos vinculados sobre su uso. Según el Instituto Nacional de

Estadística y Geografía (INEGI, 2019) en el país de México se registran aproximadamente 74.3 millones de usuarios de internet a partir de los 6 años. Además, el 51.5% de los internautas son mujeres y 48.5% son hombres. Por otro lado, en Perú, en el primer trimestre del año 2020 (Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, 2020) el 40,1% de los hogares del país tiene conexión a Internet y en Lima Metropolitana el 62,9% de los hogares disponen de este servicio.

Además, existen factores de riesgo y factores protectores en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes, haciendo mención de ello, se señala que características propias de la personalidad y del individuo en su complejidad pueden acercarlo a la creación de hábitos poco saludables relacionados con las redes sociales y abuso de tecnologías según Echeburúa (2012). Por ello, la autoestima entra a jugar un papel muy importante en la conformación de hábitos en las personas, ya que consta de dos componentes principales: los sentimientos de capacidad personal y los sentimientos de valía personal, muchos adolescentes y jóvenes construyen, refuerzan y confirman su autoestima basándose en la percepción que otras personas tienen sobre ellos. (Rufino, 2018).

Algunas investigaciones mencionan que las altas cifras del uso de las redes sociales están asociados a problemas psicológicos como son la depresión, déficit de atención, autoestima entre otras alteraciones, así como también las conductas de aislamiento, descuidar las relaciones sociales, etc. (Arab & Diaz, 2015).

Teniendo en cuenta los problemas psicológicos asociados a la autoestima, sobre todo la buena autoestima, el cual es un factor protector importante para el desarrollo personal del individuo; puesto que, es la actitud positiva hacia sí misma que involucra una tendencia a llevarnos a pensar, sentir y actuar, de la manera más sana y feliz posible (Roca 2005).

De esta manera, la problemática se desarrolla en función también a la importancia de lo último explicado, la autoestima y la adicción a redes sociales teóricamente comparten una estrecha relación que va a ser confirmada con el presente estudio. La importancia de un estudio que dé sustento a esta relación puede representar un aporte significativo a la psicología.

Por ello la presente investigación manifiesta una justificación teórica, ya que el alcance de este estudio puede llegar a permitir tener una visión más crítica y real de lo que se vive hoy en día en el mundo. Las redes sociales afectan de manera directa el día a día de millones alrededor del mundo, incluidos adolescentes y jóvenes, quienes expuestos a riesgos de la propia red y aunándolo a una realidad como la baja autoestima, depresión, ansiedad, entre otras variables en estudio, pueden desencadenar en situaciones de riesgo. Asimismo, respecto a la justificación práctica, este estudio puede servir como precedente para la elaboración de programas que contemplen tratamientos y prevención en jóvenes estudiantes y diversos problemas asociados a la autoestima y al abuso de las redes sociales. Y finalmente, respecto a la justificación social es importante comprender el impacto que el estudio de estas variables puede proveer a la sociedad como conjunto, iniciando por conocer más a fondo el comportamiento de las personas y la forma en la que se conducen desde las redes sociales, puede ayudar a conocer cuánto tiempo se le dedica a este tipo de actividades y de qué manera sus interacciones tienen una clara y significativa repercusión en su desarrollo y desenvolvimiento cotidiano.

Por otro lado, se encontró investigaciones de las mismas variables de estudio, es decir de autoestima y adicción a las redes sociales tanto a nivel nacional:

Salcedo (2017) llevo a cabo un estudio denominado “*Redes sociales y autoestima en estudiantes de VII ciclo de la Institución educativa Beata Ana María Javouhey, Callao*”.

Este estudio tuvo como finalidad determinar la relación entre las dos variables previamente

mencionadas. Se contó con una muestra de 60 estudiantes y los instrumentos empleados fueron encuestas para determinar el uso de las redes sociales y el nivel de autoestima. Los resultados señalan una relación positiva moderada entre las variables de estudio (Rho de Spearman = 0.39), asimismo se aprecia que dicha relación es significativa (p -valor= 0.02). Además, se encontró que existe una relación entre uso de redes sociales y la autoestima general, el p – valor= 0.003 y la fuerza de correlación de Rho = 0.374, por lo que se puede apreciar que existe una correlación positiva. De igual manera se aprecia que existe una relación significativa entre el uso de redes sociales y la Autoestima Social, con un p – valor= 0.001 y la fuerza de correlación de Rho= 0.421, debido a ello podemos mencionar que existe una correlación positiva. También se observar que existe una relación significativa entre el uso de redes sociales y la Autoestima en el Hogar, con un p – valor= 0.020 y la fuerza de correlación de Rho= 0.300, por lo que se apreciar que existe una correlación positiva. Por otro lado, se aprecia que existe una relación significativa entre el uso de redes sociales y la Autoestima en Escolar, con un p – valor= 0.008 y la fuerza de correlación de Rho= 0.210, en consecuencia, existe una correlación positiva. Finalmente, encontró una relación significativa entre variables, ya que el porcentaje de los niveles de autoestima fue de alto el 55 %, medio el 43,3 % y bajo el 1,7 %. Asimismo, el porcentaje del uso de las redes sociales fue que el 85% presenta nivel regular de uso, el 11,7% nivel bajo y 3,3% nivel alto.

Carrasco y Vásquez (2020) llevaron a cabo un estudio llamado “*Adicción a redes sociales y autoestima en universitarios de una institución privada de Lima Norte, 2019*”. El objetivo de este estudio fue determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y autoestima en un total de 122 estudiantes universitarios de las carreras de Psicología, Enfermería, Nutrición y Dietética, se aplicaron los instrumentos del Inventario de Autoestima de Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a las redes Sociales (ARS). Los resultados señalan que existe una relación significativa, inversa y baja entre ambas variables

(Rho de Spearman = -0.27). Asimismo, se puede apreciar que no existe relación significativa entre las dimensiones de redes sociales y la autoestima, Obsesión por las redes sociales p-valor= 0.25, Falta de personal en el uso de redes sociales p- valor= 0.07 y Uso excesivo de redes sociales p- valor= 0.06. En cuanto al porcentaje de los niveles de autoestima se obtiene que el 62.4% presenta nivel promedio, el 47,54% alto, y el 16,39% bajo. Mientras en la frecuencia con que se conectan a las redes sociales, se obtiene que el 43% se conecta entre tres a seis veces al día, el 22% dos o tres veces por semana, el 18% una o dos veces por día y el 15% todo el tiempo.

Cabe mencionar que a nivel internacional las siguientes investigaciones.

Cuaical & Yar (2019) desarrollaron una investigación llamada “*Influencia del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes de B.G.U de la Unidad Educativa Julio Enrique Moreno*” en Quito, Ecuador. Este trabajo tuvo por finalidad conocer la relación entre las variables mencionadas, la metodología fue de tipo documentaria de campo, empleando el uso de encuestas que median las razones y características del uso de redes sociales y la prueba de autoestima de Rosenberg a un total de 283 estudiantes. Mediante el estadístico de chi cuadrado de Pearson, los resultados de este estudio revelaron que no existía relación entre ambas variables ya que presentan un nivel de significancia de 0.475, mayor al 0.05. En cuanto a los porcentajes de la frecuencia de uso de las redes de las redes sociales se aprecia que el 70% usa las redes sociales todos los días, el 17% cinco días a la semana, el 10% tres días, y solo el 2% lo utiliza una sola vez a la semana; mientras que las redes más utilizadas son el Facebook, Whatsapp e Instagram con un 98%. Asimismo, en los niveles de autoestima se observa que el 45% presenta nivel alto, el 34 % nivel medio y el 21% nivel bajo.

Choto (2018) presentó el estudio llamado “*Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de Básica superior Unidad Educativa “Simón Rodríguez”*”, Licán, Ecuador. El

estudio propone analizar el uso de las redes sociales y su relación con la autoestima. Se llevó a cabo una aplicación de los instrumentos psicológicos Cuestionario de uso de redes sociales (RS) y el Inventario de Autoestima de Coopersmith en un total de 73 estudiantes de entre 12 y 15 años. Los resultados de la investigación evidencian que no existe una relación positiva entre el uso de redes sociales y autoestima, sin embargo, se puede apreciar que el uso de redes sociales más usadas son Facebook, WhatsApp e Instagram son las utilizadas por los estudiantes con un 78% y con una frecuencia de 1 a 2 veces por día con un 26%.

Cortés de Aragón (1999, citado por Rufino, 2018) señala que la autoestima tiene diversos componentes de mucha importancia y que son necesarios ser explicados para comprender a detalle el desarrollo de este constructo. En primera instancia se encuentra el Componente Cognoscitivo, el cual es denominado como autoconcepto, autocomprensión y sobre todo referido a la comprensión mental que las personas tienen de sí mismas. Es decir, la autoestima puede verse alterada por la eficacia de cada uno de sus componentes, sin embargo, el autoconcepto es de los principales pues cambia a la persona desde su interior, privando la participación externa en su modificación. Como segunda instancia se encuentra al Componente Emocional-Evaluativo, el cual implica la presencia de emociones y sentimientos mediante los cuales la persona construye el amor, concepción de valía y tolerancia a sí mismo. En este componente se incluye la autoaceptación, auto aprecio; implica también la adecuada y saludable gestión de emociones para fomentar el crecimiento personal. En tercera instancia se encuentra el Componente conductual, el cual abarca en gran medida el repertorio comportamental de la persona, incluye la aceptación, evaluación, conocimiento y valor de individuo en su complejidad. Este componente es el que de una manera directa compromete a la persona con su entorno y de qué manera este se ve afectado por el medio que lo rodea.

Coopersmith (1978) menciona que la autoestima es la evaluación que la persona hace de sí misma, dicha evaluación comúnmente permanece en el tiempo, y expresa una actitud de aprobación y desaprobación e indica el grado en que la persona se cree capaz, significativo y valioso. Así mismo asume que existen elementos de autoestima general y autoestima específica, o que los individuos evalúan y correlacionan en función de sus fortalezas y debilidades o dificultades, como el dominio de la autoestima general. El aprecio general que muestra un individuo, tratando de comprender en qué medida se siente seguro, valioso, capaz, y hasta qué punto se siente comprometido a través de sus acciones, y tiene la confianza para enfrentar desafíos; de esta manera a medida que avanzan, reconocen sus propias habilidades y las habilidades especiales de los demás; de igual manera, en términos de autoestima social, los individuos tienen habilidades y habilidades sociales más fuertes, porque su relación con amigos y colaboradores es positiva, y siempre muestran sus mismas habilidades, razonables y seguros de sí mismos, muestran un sentido de pertenencia y conexión con los demás. En este contexto, si tienen un alto nivel de autoestima, tienen las siguientes características: buenas cualidades y habilidades en las relaciones íntimas con la familia, se sienten respetados y considerados.

En cuanto a la segunda variable adicción a las redes sociales se puede definir como la conducta de usar o conectarse con las redes sociales, pensar en las redes sociales y usar las redes sociales durante demasiado tiempo para interferir con otras actividades como: relaciones, relaciones interpersonales, salud, trabajo o estudio (Andreassen, Pallesen & Griffiths, 2017).

Sin embargo, la adicción a las redes sociales comparte similitudes sorprendentes con la adicción a las sustancias, excepto que, en la adicción a las redes sociales, el comportamiento adictivo no es el uso de sustancias sino el abuso de las redes sociales. Dado lo anterior, se puede inferir que en la adicción también hay un aumento de neurotransmisores

como la dopamina y otros que influyen en los circuitos del placer al igual que en otras adicciones, el síndrome de abstinencia puede resultar del cese de la conducta adictiva, en este caso desconectándose a una red social. (Echeburúa y Requesens, 2012).

Entre las teorías de la adicción a redes sociales se tiene al Condicionamiento Clásico, el cual fue el primero en proponer las bases de la teoría del condicionamiento en las drogas, a través de su observación de personas con dependencia a opiáceos, que en ocasiones mostraban signos de síndrome de abstinencia, luego de meses de consumir la última dosis de la droga. Estos síntomas aparecieron durante la terapia de grupo. Cuando los pacientes comentan sobre sus experiencias pasadas con el uso de drogas, incluso tienen respuestas psicofisiológicas específicas a la abstinencia, Wikler llamo a esto abstinencia condicional. Por otro lado, el deseo de utilizar las redes sociales generadas por estímulos inicialmente neutrales y a través de la regulación clásica se convirtió en el motor. Con esta premisa, entendemos que las compulsiones surgen no necesariamente del tema de la adicción sino de estímulos relacionados con el consumo, tanto internas (tristeza, enfado, etc.) como preferencias externas percibidas por los sentidos (computadoras, anuncios, teléfonos celulares). (Otero y Ayesta, 2004).

En cuanto al reforzamiento operante, para que se establezca una conducta adictiva, el sujeto adicto debe tener características reforzantes para el usuario. El estímulo se vuelve más fuerte si hace que la conducta sea más probable. La conducta se establece mediante consecuencias que se perciben como agradables o positivas para el sujeto. Si no sucediera de esta manera, el sujeto no tendría la expresión de buscar, por lo que la adicción tampoco ocurriría. (Otero y Ayesta, 2004).

Dentro de las teorías del aprendizaje se encuentra la teoría del condicionamiento operante de la que podemos derivar que las conductas en este caso adictivas son inicialmente desencadenadas por un mecanismo de refuerzo positivo como es la sensación de disfrute en

el proceso de uso de las redes sociales. Sin embargo, cuando la conducta se mantiene la conducta de refuerzo hace que el ejecutante se sienta incómodo o se retraiga al no realizar la conducta de refuerzo. De lo anterior podemos entender que un comportamiento normal incluso saludable puede convertirse en un comportamiento adictivo dependiendo de la frecuencia intensidad o tiempo y dinero invertido en la conexión a la red social. Esto ayudará a comprender que la adicción a las redes sociales provoca placer y reduce el estrés provocando la pérdida del control conductual lo que altera gravemente la vida diaria a nivel familiar social o profesional. (Cía, 2013).

Sin embargo, la teoría cognitiva social de Albert Bandura provocó un cambio del paradigma dominante de su época, el del conductismo, a la psicología cognitiva. Entonces, cuando se trata de la adicción a las redes sociales, esta teoría muestra que se basa principalmente en un modelo de determinismo recíproco, donde los factores individuales, conductuales y ambientales se influyen entre sí. Por otro lado, esta teoría propone que las personas están predispuestas a participar en actividades o comportamientos que las preceden con resultados positivos o recompensas, como la adicción a las redes sociales, a diferencia de las que no lo hacen, y no tendrán estos resultados favorables. (Shell, Newman & Xiaoyi, 2010). De esta manera se explica la presencia de la adicción a Internet y sus derivados como es el caso de la adicción a las redes sociales ya que se ha observado que existe una correlación positiva entre la utilidad percibida de Internet y los síntomas de adicción a Internet entre los adolescentes taiwaneses (Tsai & Lin, 2001). Cuando se trata de la adicción a las redes sociales las personas a menudo esperan varios resultados positivos o recompensas como socialización comunicación entretenimiento información desarrollo y mantenimiento de la identidad (Dunne, Lawlor & Rowley, 2010).

Esta variable incluye tres dimensiones de mucha importancia para el entendimiento del fenómeno que representa en la sociedad actual el uso inadecuado de las tecnologías.

Escurra y Salas (2014) mencionan que la adicción a las redes sociales implica un miedo para la sociedad, las llamadas adicciones sin sustancias, pero de consecuencias igual de peligrosas.

Por otro lado, existen 3 componentes principales de esta variable según el Cuestionario de Adicción a las redes sociales según Escurra y Salas (2014): Primeramente, la obsesión por las redes sociales el cual implica el compromiso que tiene el individuo con las redes sociales, pensar en ellas constantemente y fantasear al respecto y, por otro lado, la preocupación o ansiedad revelada al no poder contar con el acceso inmediato. Seguidamente, de la falta de control personal en el uso de las redes sociales que es la preocupación por no tener mayor control sobre el uso de las redes sociales, comienzan a afectar otras áreas de la vida de la persona como trabajo, estudios, actividades rutinarias. Y finalmente el uso excesivo de las redes sociales donde hace referencia a las dificultades para gestionar los tiempos de acceso a las redes sociales, la incapacidad para hacerse cargo del control del tiempo invertido en ello y la cantidad de horas significativamente superiores a la media de usuarios.

1.2 Formulación del problema

En cuanto a la pregunta general de investigación planteada: ¿Existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana? Se tiene las siguientes preguntas específicas: ¿Cuáles son los niveles de autoestima en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana?, ¿Cuáles son los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana?, ¿Existe relación entre autoestima y la dimensión de obsesión por las redes sociales en estudiantes de psicología de

una universidad privada de Lima Metropolitana?, ¿Existe relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana?, ¿Existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana?

1.4 Objetivos

Objetivo general: Determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Objetivos específicos: Identificar los niveles de autoestima en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana; identificar los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de psicología una universidad privada de Lima Metropolitana; determinar la relación entre autoestima y obsesión por las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana; determinar la relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana; determinar la relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

1.5 Hipótesis

Por último, las preguntas de investigación son respondidas con las siguientes hipótesis: Existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Hipótesis específicas: Existe relación entre autoestima y obsesión por las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana; Existe relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en

estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana; Existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El enfoque utilizado en este estudio es cuantitativo debido a que considera como soporte la indagación a través de elementos cognitivos y datos numéricos extraídos de la realidad, procesados estadísticamente para probar teóricas o postulados (Del Canto y Silva, 2013). El alcance establecido para la investigación fue descriptivo-correlacional, debido a que su objetivo principal es analizar y describir las relaciones entre las variables de investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). El diseño de investigación es no experimental, ya que no se modifican o alteran las variables para estudiar su naturaleza. (Hernández, Fernández y Baptista (2014); de corte transversal o transaccional pues las variables han sido medidas en un lapso determinado de tiempo y en un espacio delimitado, su objetivo es describir variables y analizar su interrelación e incidencia en un momento determinado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Por lo tanto, la población estuvo conformada por 282 estudiantes quienes estuvieron matriculados en el año 2021-1, teniendo como características ser estudiante de 9no y 10mo ciclo de la carrera de psicología. La muestra incluyó 163 estudiantes universitarios de la carrera de psicología del 9no y 10mo ciclo; que fue determinada por el muestreo no probabilístico, utilizando la fórmula para poblaciones finitas, se tuvo en cuenta los siguientes criterios inclusión: estudiantes de 9no y 10mo ciclo de la carrera de psicología que estén matriculado en el periodo académico 2021- 1, estudiantes de 9no y 10mo ciclo de la carrera de psicología que aceptaron participar en la investigación, estudiantes de 9no y 10mo ciclo de la carrera de psicología que respondieron de forma completa y adecuada los cuestionarios. Y como criterios de exclusión: estudiantes de 9no y 10mo ciclo de la carrera de psicología que no estén matriculados en el periodo académico 2021-1, estudiantes de 9no y 10mo ciclo

que no aceptaron participar en la investigación, estudiantes de 9no y 10mo ciclo que no pertenecen a la carrera de psicología.

El presente estudio empleó la técnica de encuesta para recoger los datos de cada variable de estudio. Esta técnica tiene por finalidad evaluar y medir la realidad mediante el uso de preguntas, en formato físico o virtual (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Para la recolección de datos, se llevó a cabo una comunicación directa con el coordinador de escuela de la Facultad de Psicología de una Universidad privada de Lima Metropolitana. En cuanto a los instrumentos de recolección de datos, para medir la autoestima se usó el Inventario de Autoestima (Coopersmith, 1975) adaptado en Perú por Panizo (1985) consta de 25 ítems los cuales deben ser respondidos en función a si el evaluado se encuentra de acuerdo o en desacuerdo con los enunciados señalados. El inventario consta de 8 ítems de calificación directa (ítems: 1, 3, 4, 8, 9, 14, 19, 20) y 17 de calificación inversa (ítems: 2,5,6,7,10,11,12,13,15,16,17,18,21,22,23,24,25) las respuestas obtendrán las siguientes puntuaciones: verdadero=1 y Falso=0. **(Anexo 2)** Las categorías de Bajo implican los puntajes directos entre 0 a 6, Medio Bajo los puntajes directos en 7 a 13, Medio alto los puntajes directos de 14 a 19 y Alto de 20 a 25. **(Anexo 3)** Dentro de las propiedades psicométricas del inventario fue validado a través del juicio de expertos. Y la confiabilidad por consistencia interna por el coeficiente del alfa de Cronbach de 0.89 siendo buena la confiabilidad.

El siguiente instrumento de recolección de datos para medir la adicción a las redes sociales fue el Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS, 2008) adaptado en Perú por Ecurra y Salas (2014) que consta de 24 ítems, los cuales se califican con los siguientes puntajes: nunca=0, rara vez=1, a veces=2, casi siempre=3 y siempre=4. **(Anexo 4)** En donde los puntajes pueden oscilar entre 0 y 96, el único ítem de calificación inversa es el número 13. Se interpreta de la siguiente manera según el puntaje obtenido: 0 a 19 puntos = Bajo, 20

a 38 = Medio bajo, 39 a 57 = Regular, 58 a 76 = Medio alto y 77 a 96 = Alto. Dentro de las propiedades psicométricas del instrumento fue validado a través de análisis factorial confirmatorio. Y la confiabilidad por coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.91 siendo excelente la confiabilidad con un intervalo de confianza 0.90 – 0.92.

Para la comprobación de la confiabilidad de los instrumentos aplicados, se ha realizado la estimación con el alfa de Cronbach. Mientras más se acerque el valor del alfa al 1, mayor es la consistencia interna de los ítems. George y Mallery (2003), menciona que para evaluar los valores de los coeficientes de alfa de Cronbach debemos tener en cuenta los siguientes enunciados: Coeficiente alfa $>.9$ es excelente; Coeficiente alfa $>.8$ es bueno; Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable; Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable; Coeficiente alfa $>.5$ es pobre; Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable. (p. 231)

Entonces, ya realizado la estadística de fiabilidad de los instrumentos aplicados a través del coeficiente de alfa Cronbach, y que el coeficiente alfa es $>.8$, es bueno, se puede decir que si existe confiabilidad y validez de los instrumentos aplicados.

Estos instrumentos fueron adaptable a la modalidad virtual a través de formularios de Google, donde se envió mediante grupos de WhatsApp y Facebook el cual contaba con una presentación del trabajo de investigación, consentimiento informado, ficha sociodemográfica, instrucciones y los protocolos de los instrumentos correspondientes a cada variable de estudio.

En cuanto al análisis de datos se utilizó el paquete estadístico SPSS 26 con el fin de procesar los resultados, considerando el orden de los objetivos propuestos en la investigación, pero previamente se presentaron datos a nivel estadístico descriptivo e inferencial; en cuanto a los estadísticos descriptivos: Se realizó un análisis de frecuencias y porcentajes para obtener los valores descriptivos de cada una de las variables; en los

estadísticos inferenciales: Se realizó la prueba de ajuste a la normalidad Kolgomorov Smirnov, lo cual permitirá seleccionar las pruebas estadísticas inferenciales entre pruebas paramétricas o no paramétricas; que se usarán en el proceso de respuesta a los objetivos de investigación. En ambas variables de investigación se observa que han obtenido valores que revelan el ajuste a distribución anormal de los puntajes de la muestra ($p < .05$), por lo tanto, se procederá a desarrollar pruebas estadísticas no paramétricas para determinar las correlaciones entre las variables (**Anexo 1**). Los resultados obtenidos a través de la prueba de correlación de Rho Spearman adoptan valores reales entre +1 y -1, según la correlación sea positiva (relación directa), negativa (relación inversa) o cero (correlación nula) mediante la siguiente tabla:

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Valor de <i>rho</i>	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Interpretación obtenida de Martínez & Campos (2015)

Dentro de los aspectos éticos se consideró los principios que posee una investigación; en primer lugar, de acuerdo con el artículo N°25, establecido en el código de ética de los psicólogos del Perú, se debe mantener en el anonimato la identidad de los participantes; además, se les proporciona un formato de consentimiento informado a cada uno de los

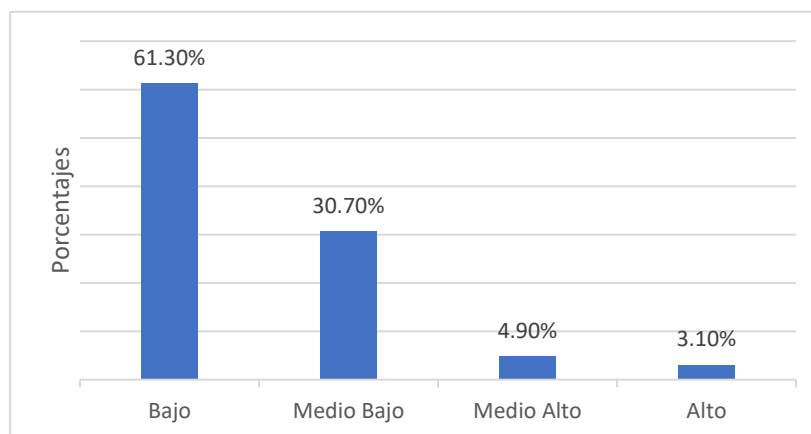
encuestados y tenían la autonomía de decidir sobre su participación y la libertad de abandonar el proceso si lo consideraban necesario. así mismo, se les brindo la información necesaria con respecto a la investigación y los fines de esta; así mismo, se garantizaron las medidas de protección necesarias para desarrollar una investigación sin riesgo alguno. Finalmente se respetó a los autores de las fuentes utilizadas para el trabajo utilizando la normativa APA.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Resultados Descriptivos

Figura 1

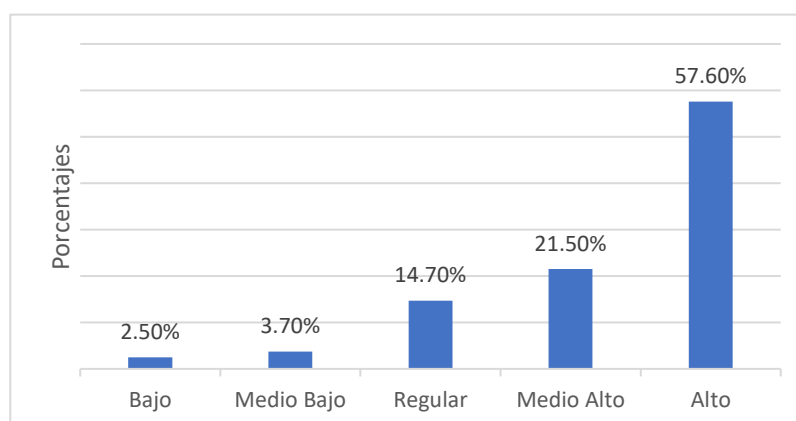
Distribución de los niveles de autoestima en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.



En la *figura 1*, se observa que el 61,30% de los encuestados presentan niveles bajo y el 35,6% presenta nivel promedio de autoestima, y solo el 3,10% presenta niveles de autoestima alto.

Figura 2

Distribución de los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.



En la *figura 2*, se observa que el 79,1% de los estudiantes presentan niveles alto y medio alto de adicción a redes sociales, mientras que el 14,70% presenta nivel regular de adicción a redes sociales y solo el 6,2% presentan niveles de adicción a redes sociales, bajo y medio bajo.

Resultados Inferenciales

Hipótesis general:

H1: Existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

H0: No existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Tabla 1

Correlación de Spearman para Autoestima y Adicción a las redes sociales

	Estadístico	Adicción a las redes sociales
	Rho	-.653
Autoestima	<i>p</i>	.000

Fuente: Elaboración propia en base de los resultados extraídos del Inventario de Autoestima de Coopersmith y el cuestionario de Adicción a Redes Sociales, aplicados en universitarios y analizados mediante el SPSS v. 26.

En la *Tabla 1*, se observa que el coeficiente de Spearman es ($\rho = -.653$), siendo la correlación negativa moderada; con un $p = .000$ ($p < .05$), aceptando la hipótesis que existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Hipótesis específica 1:

H1: Existe relación entre autoestima y obsesión por las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana

H0: No existe relación entre autoestima y obsesión por las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Tabla 2

Correlación de Spearman para Autoestima y Obsesión por las redes sociales

Estadístico	Obsesión por las redes sociales
Rho	-.568
Autoestima	.000
<i>p</i>	

Fuente: Elaboración propia en base de los resultados extraídos del Inventario de Autoestima de Coopersmith y el cuestionario de Adicción a Redes Sociales, aplicados en universitarios y analizados mediante el SPSS v. 26.

En la *Tabla 2*, se observa que el coeficiente de Spearman es ($\rho = -.568$), siendo la correlación negativa moderada; con un $p = .000$ ($p < .05$), aceptando la hipótesis que existe relación entre autoestima y obsesión por las redes sociales en estudiantes de psicología una universidad privada de Lima Metropolitana.

Hipótesis específica 2:

H2: Existe relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

H0: No existe relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Tabla 3

Correlación de Spearman para Autoestima y Falta de control personal en el uso de redes sociales

Estadístico	Falta de control personal en el uso de redes sociales
Rho	-.668
Autoestima	.000
<i>p</i>	

Fuente: Elaboración propia en base de los resultados extraídos del Inventario de Autoestima de Coopersmith y el cuestionario de Adicción a Redes Sociales, aplicados en universitarios y analizados mediante el SPSS v. 26.

En la *Tabla 3*, se observa que el coeficiente de Spearman es ($\rho = -.668$), siendo la correlación negativa moderada, con un $p = .000$ ($p < .05$), aceptando la hipótesis que existe relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Hipótesis específica 3:

H3: Existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

H0: No relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Tabla 4

Correlación de Spearman para Autoestima y Uso excesivo de redes sociales

Estadístico	Uso excesivo de redes sociales
Rho	-.713
Autoestima	
<i>p</i>	.000

Fuente: Elaboración propia en base de los resultados extraídos del Inventario de Autoestima de Coopersmith y el cuestionario de Adicción a Redes Sociales, aplicados en universitarios y analizados mediante el SPSS v. 26.

En la *Tabla 4*, se observa que el coeficiente de Spearman es ($\rho = -.713$), siendo la correlación negativa alta; con un $p = .000$ ($p < .05$), aceptando la hipótesis que existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

En el presente estudio se tuvo limitación el alcance de los resultados, ya que no podrán ser generalizados por el tipo de muestreo. Segundo, no se hallaron antecedentes con las mismas variables y la misma muestra. Y finalmente la accesibilidad de contar con las condiciones necesarias para la aplicación de los instrumentos, ya que la COVID-19 trajo consigo ciertas restricciones.

De los hallazgos encontrados, se observa que el 61,30% de los encuestados presentan niveles bajo de autoestima y el 30,7% presenta nivel medio bajo de Autoestima, el 4,9% presenta nivel medio alto y solo el 3,10% presenta niveles de autoestima alto. Estos hallazgos discrepan por los encontrados por Carrasco y Vásquez (2020) quienes indican que el 47,54% presentan nivel alto de autoestima, el 30,07% presenta nivel promedio de autoestima y el 16,39% nivel bajo de autoestima. También por los encontrado por Salcedo (2017) quien indica que el 55% presenta nivel alto de autoestima, el 43,3 % presenta nivel medio de autoestima y el 1,7% presenta nivel bajo de autoestima. Asimismo, por los encontrados por Cuical y Yar (2019), quienes indican que el 45% presenta nivel alto de autoestima, el 34% nivel medio de autoestima y el 16,39% nivel bajo. Y por último, por los encontrados por Choto (2018), quien indica que el 0% presenta nivel alto de autoestima, el 59% presentó nivel promedio alto, el 37% presentó nivel promedio bajo y el 4% nivel de bajo de autoestima.

En referencia a los niveles de adicción a redes sociales el 57,6% de los estudiantes presentan niveles alto de adicción a redes sociales, el 21,5% presenta nivel medio alto de adicción a redes sociales, mientras que el 14,70% presente nivel regular de adicción a redes

sociales, el 3.7% presenta nivel medio bajo de adicción a redes sociales y solo el 2,5% presenta nivel bajo de adicción a redes sociales. Estos resultados discrepan con los encontrados por Salcedo (2017) quien refiere que los niveles de ARS fueron alto el 3.3%, regular el 85% y bajo el 11.7%.

En referencia a la correlación de Spearman para autoestima y adicción a redes sociales, el coeficiente de Spearman es ($\rho = -0.653$), siendo una correlación negativa moderada; con un $p = .000$ ($p < .05$), aceptando la hipótesis que existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Estos hallazgos presentan similitud con Carrasco y Vásquez (2020), ya que halló una relación negativa baja ($Rho = -0.27$), asimismo se aprecia que dicha relación es significativa con un p -valor = 0.00 ($p < 0,05$) por lo que existe relación inversa entre la adicción a redes sociales y autoestima. También presenta similitud con Choto (2018) ya que los resultados de la investigación evidencian que no existe una relación positiva entre el uso de redes sociales y autoestima. Sin embargo, discrepan por los encontrados por Salcedo (2019), ya que halló una relación positiva moderada (Rho de Spearman = 0.39), asimismo se aprecia que dicha relación es significativa con un p -valor = 0.02 ($p < 0,05$) por lo que existe relación positiva entre el uso de redes sociales y la autoestima en los estudiantes. Y por los encontrados por Cuical y Yar(2019), ya que los resultados de este estudio revelaron que no existía relación entre ambas variables ya que presentan un nivel de significancia de 0.475, mayor al 0.05 y un $r = 5.557$.

En cuanto a la correlación de Spearman para autoestima y obsesión por las redes sociales, donde se observa que el coeficiente de Spearman es ($\rho = -0.568$), siendo la correlación negativa moderada; con un $p = .000$ ($p < .05$), aceptando la hipótesis que existe relación entre autoestima y obsesión por las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Estos hallazgos discrepan por los

encontrados por Carrasco y Vásquez (2020), quienes afirman que no existe relación significativa entre la dimensión obsesión por las redes sociales con un p-valor= 0.25 ($p < 0,05$) y la autoestima en los estudiantes.

Respecto a la correlación de Spearman para autoestima y falta de control personal en el uso de redes sociales, el coeficiente de Spearman es ($\rho = -.668$), siendo la correlación negativa moderada, con un $p = .000$ ($p < .05$), aceptando la hipótesis que existe relación entre autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Estos hallazgos fueron diferentes con los encontrados por Carrasco y Vásquez (2020), quienes indican que no existe relación significativa entre la dimensión falta de control personal en el uso de redes sociales con un p-valor= 0.07 ($p < 0,05$) y la autoestima en los estudiantes.

La correlación de Spearman para autoestima y uso de redes sociales, donde se observa que el coeficiente de Spearman es ($\rho = -.713$), siendo la correlación negativa alta; con un $p = .000$ ($p < .05$), aceptando la hipótesis que existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Estos hallazgos discrepan con los encontrados por Carrasco y Vásquez (2020), quienes afirman que no existe relación significativa entre la dimensión Uso excesivo de redes sociales con un p-valor= 0.06 ($p < 0,05$) y la autoestima en los estudiantes.

En cuanto a las implicancias prácticas la investigación es plantear estrategias psicosociales para prevenir la adicción a las redes sociales y fortalecer la autoestima de los estudiantes de psicología, teniendo en cuenta que la autoestima es el núcleo de la personalidad. En la implicancia teoría se ahonda la teoría de Coopersmith que fomenta el análisis de la evaluación que hace la persona de sí mismo.

Conclusiones

Del objetivo determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana; se concluye que, existe relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana; presentando una correlación negativa moderada.

Del objetivo identificar los niveles de autoestima en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana; se concluye que, el 61,30% de los encuestados presentan niveles Bajo y el 35,6% presenta nivel promedio de Autoestima, y solo el 3,10% presenta niveles de autoestima alto.

Como segundo objetivo fue identificar los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Por lo que se concluye que el 79,1% de los estudiantes presentan niveles alto y medio alto de adicción a redes sociales, mientras que el 14,70% presente nivel regular de adicción a redes sociales y solo el 6,2% presentan niveles de adicción a redes sociales, bajo y medio bajo.

Además, se buscó determinar la relación entre autoestima y la dimensión obsesión por las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Es así como, se concluye que existe relación entre autoestima y obsesión por las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Presentando una correlación negativa moderada.

De igual manera, se buscó determinar la relación entre autoestima y falta de control en el uso de redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Siendo los hallazgos que sí existe relación entre autoestima y falta de control

personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Obteniendo una correlación negativa moderada

Por último, se tuvo como objetivo determinar la relación entre autoestima y el uso excesivo de redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Concluyendo que existe relación entre autoestima y uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. Presentando una correlación negativa alta.

REFERENCIAS

Andreassen, C., Pallesen, S. & Griffiths, M. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293.

[https://www.researchgate.net/profile/Mark_Griffiths2/publication/299131664_The_relationship_between_addictive_use_of_social_media_narcissism_and_self-
esteem_Findings_from_a_large_national_survey/links/5843e5f408ae8e63e623d4dc/The-relationship-between-addictive-use-of-social-media-narcissism-and-self-esteem-Findings-from-a-large-national-survey.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mark_Griffiths2/publication/299131664_The_relationship_between_addictive_use_of_social_media_narcissism_and_self-
esteem_Findings_from_a_large_national_survey/links/5843e5f408ae8e63e623d4dc/The-relationship-between-addictive-use-of-social-media-narcissism-and-self-esteem-Findings-from-a-large-national-survey.pdf)

Araujo, M & Pinguz, A. (2017). *Estrés académico y adicción a las redes sociales en universitarios de la Molina*. (Tesis de Licenciatura). Universidad San Ignacio Loyola. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3339/3/2017_Araujo-Quinto.pdf

Arab, E. y Díaz, A. (2015). Impacto de las Redes Sociales e Internet en la Adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica CONDES*, 26(1), 9-11. Recuperado de https://ac.elscdn.com/S0716864015000048/1-s2.0-S0716864015000048-main.pdf?_tid=d2a46663-a1c3-4cb5-a7b1-768e03ff7feb&acdnat=1538603280_29469a7792f45d4eb4e2c397a26c798b

Arias Fidias, G. (2006). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica* (5ª ed.) Caracas: Episteme. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/27298565_El_Proyecto_de_la_Investigacion_Introduccion_a_la_Metodologia_Cientifica

Basteiro, J., Robles, A., Juarros, J. & Pedrosa, I. (2013). *Adicción a las Redes Sociales: Creación y Validación de un instrumento de medida*. Revista de Investigación y Divulgación en Psicología y Logopedia, 3 (1), 2-8. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6369175>

Carrasco, G. M., & Vásquez, Y. P. (2020) *Adicción a redes sociales y autoestima en universitarios de una institución privada de Lima Norte, 2019* (Tesis de licenciatura). Universidad Privada del Norte. Recuperado de <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* (Tesis de Licenciatura). Universidad Argentina de la Empresa. Recuperado de <https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/8379/CASSIA-TIF.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Castro, A. & de la Villa Moral, M. (2017). *Uso problemático de redes sociales 2.0 en nativos digitales: análisis bibliográfico*. Salud y drogas, 17 (1), 73-85. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.21134/haaj.v17i1.284>

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

Coopersmith, S. (1978) *Los antecedentes de la autoestima* Consulting. Estados Unidos: Psychologist Press.

Cuaical, Y., & Yar, A. (2019) *Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes de BGU, de la Unidad Educativa Municipal “Julio Enrique Moreno”, de la ciudad de Quito durante el periodo lectivo 2018-2019*. (Tesis de

Licenciatura). Universidad Central de Ecuador. Recuperado de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18101/1/T-UCE-0010-FIL-314.pdf>

Choto, D. (2018) *Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de Básica Superior Unidad Educativa Simón Rodríguez* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Chimborazo, 2019. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5354/1/UNACH-EC-FCS-PSC-CLIN-2019-0008.pdf>

Del Canto, E., & Silva Silva, A. (2013). Metodología cuantitativa: Abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 3 (141),25-34. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=153/15329875002>

Dunne, A., Lawlor, M. & Rowley, J. (2010). Young people's use of online social networking sites – A uses and gratifications perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 4, 46–58

Echeburúa, E & De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-96. Recuperado de <https://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196/186>

Echeburúa, E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista española de drogodependencias*, 4, 435-48. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4113810>

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

Escurre, M., & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit. Revista Peruana de Psicología*, 20(1),73-91. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>

Fernández, L. & Bravo, P. (2020). Expertos y redes sociales: ¿Cómo comunicarnos en tiempos de pandemia?. *Revista médica de Chile*, 148(4), 560-561. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.4067/s0034-98872020000400560>

George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista P. (2014) *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill. 6, 35-634. Recuperado <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J. & Zavala, D. (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 6-18. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133915936002>

Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2020). Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. INEI Informe técnico, 2, 1-55. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_tics.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía – INEGI (2019). Estadísticas a propósito del día mundial del Internet. INEGI Informe técnico, 216 (20), 1-55. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/eap_internet20.pdf

Jiménez, A. L., & Pantoja, V. (2007). Autoestima y Relaciones Interpersonales en Sujetos Adictos a Internet. *Psicología Segunda Época*, 26(1), 78-89. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/repsi/v26n1/v26n1a06.pdf>

Martínez L., Betancourt D., Blanco M. & Colinas, M. (2012) Autoestima y Ciberacoso en Adolescentes Mexicanos. *International Psychology, Practice and Research*. 1(3), 1 - 15. Recuperado de <https://dokumen.tips/documents/autoestima-y-ciberacoso.html>

Martínez, A. & Campos, W. (2015) Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, Scielo. doi: <https://doi.org/10.17488/RMIB.36.3.4>

Otero, M. y Ayesta, F. (2004). El tabaquismo como trastorno adictivo. *Elsevier*, 6(2), 78-88. doi: [https://doi.org/10.1016/S1575-0973\(04\)70148-8](https://doi.org/10.1016/S1575-0973(04)70148-8)

Roca, E. (2005). Autoestima Sana-Una Visión actual, basada en Investigación. Recuperado de <https://www.cop.es/colegiados/PV00520/pdf/Autoestima%20sanaDale%20una%20mirada.pdf>

Rodas, T & Sánchez, M (2006) La Psicología de la Autoestima. Barcelona Editorial PAIDOS.

Rufino, M. (2018). *Nivel de autoestima en los adolescentes que pertenecen al programa Colibrí de la PNP, Piura, Perú*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de los Ángeles Chimbote. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8881/AUTOESTIMA_ADOLESCENCIA_MEJIA_RUFINO_MARIA_MELIZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salcedo, R. (2017). *Redes sociales y autoestima en estudiantes de VII ciclo de la institución educativa Beata Ana María Javouhey, Callao, 2017*. (Tesis de Licenciatura) Universidad César Vallejo. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12903/Salcedo_PRM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salcedo, I. (2019). *Relación entre Adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima*. (Tesis de maestría). Universidad San

Martin de Porres. Recuperado de

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2026/salcedo_CI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Soberanis, A. (2021). *Adicción a redes sociales y autocontrol*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2021/05/22/Soberanis-Alba.pdf>

Shell, D. F., Newman, I. M. & Xiaoyi, F. (2010). The influence of cultural orientation, alcohol expectancies and self-efficacy on adolescent drinking behavior in Beijing. *Addiction*, 105, 1608–1615.

Tarazona, R. (2013). *Variables Psicológicas Asociadas al uso de Facebook: Autoestima y Narcisismo en Universitarios* (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Tovar, N. (2010) *Nivel de autoestima y practica de conductas saludables en los estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa N° 3049 Tahuantinsuyo-Independencia, 2009* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Tsai, C. & Lin, S. J. (2001). Analysis of attitudes toward computer networks and Internet addiction of Taiwanese adolescents. *CyberPsychology & Behavior*, 4(3), 373–376.

Vilca, L., & Gonzalez, A. (2013). Propiedades psicométricas de la Escala de Riesgo de Adicción a las Redes Sociales (CARS). *Revista de Psicología Liberabit*, 20(1), 73-91. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12840/615>

Wikler, A. (1965). *Conditionning factors in opiate addiction and relapse*. Eu D.i. Wilner & G.G. Kassebaum (eds.). *Narcotics* New york: McGraw- Hill

ANEXOS

ANEXO 1 Análisis Correlacional

Pruebas de normalidad

	Kolgomorov Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Autoestima	,197	163	,000
Obsesión por las redes sociales	,202	163	,000
Falta de control personal por el uso de las redes sociales	,235	163	,000
Uso excesivo de las redes sociales	,266	163	,000
Adicción a las redes Sociales	,211	163	,000

En la siguiente Tabla se pueden ver los resultados de la prueba de ajuste a la normalidad de Kolgomorov Smirnov, lo cual permitirá seleccionar las pruebas estadísticas inferenciales que se usarán en el proceso de respuesta a los objetivos de investigación. En todas las variables de investigación se observa que se han obtenido valores que revelan el ajuste a distribución anormal de los puntajes de la muestra ($p < .05$), por lo tanto, se procederá a desarrollar pruebas estadísticas no paramétricas para determinar las correlaciones entre las variables

ANEXO 2 Operacionalización de la variable Autoestima

Variable	Ítems	Categorización
Autoestima	<p>Directa: 1, 3, 4, 8, 9, 14, 19, 20</p> <p>Inversa: 2,5,6,7,10,11,12,13,15,16,17,18,21,22,23,24,25</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Bajo: 0 – 6 puntos ● Medio bajo: 7 – 13 puntos ● Medio alto: 14 – 19 puntos ● Alto: 20 – 25 puntos <p>Clasificación de la variable</p> <p>Variable: Cualitativa, categórica, ordinal.</p>

ANEXO 3 Operacionalización de la variable Adicción a redes sociales

Variable	Dimensiones	Ítems	Categorización
Adicción a redes sociales	Obsesión por las redes sociales	2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23.	<ul style="list-style-type: none"> ● 0 a 19 puntos = Bajo ● 20 a 38 = Medio bajo ● 39 a 57 = Regular ● 58 a 76 = Medio alto ● 77 a 96 = Alto. <p>Clasificación de la variable</p> <p>Variable: Cualitativa, categórica, ordinal.</p>
	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	4, 11, 12, 14, 20, 24.	
	Uso excesivo de las redes sociales	1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21.	

ANEXO 4

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA METROPOLITANA”				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Existe relación entre Autoestima y Adicción a las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS</p> <p>¿Cuáles son los niveles de autoestima en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana?</p> <p>¿Cuáles son los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana?</p> <p>¿Existe relación entre Autoestima y Obsesión por las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana?</p> <p>¿Existe relación entre Autoestima y Falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana?</p> <p>¿Existe relación entre Autoestima y Uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la relación entre Autoestima y Adicción a las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Identificar los niveles de autoestima en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.</p> <p>Identificar los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.</p> <p>Determinar la relación entre Autoestima y Obsesión por las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.</p> <p>Determinar la relación entre Autoestima y Falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.</p> <p>Determinar la relación entre Autoestima y Uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <p>Existe relación entre Autoestima y Adicción a las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>Existe relación entre Autoestima y Obsesión por las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.</p> <p>Existe relación entre Autoestima y Falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.</p> <p>Existe relación entre Autoestima y Uso excesivo de las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana.</p>	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Adicción a redes sociales</p> <p>Dimensiones:</p> <p>Obsesión por las redes sociales</p> <p>Falta de control personal en el uso de las redes sociales</p> <p>Uso excesivo de las redes sociales</p> <p>Categorías:</p> <p>0 a 19 puntos = Bajo</p> <p>20 a 38 = Medio bajo</p> <p>39 a 57 = Regular</p> <p>58 a 76 = Medio alto</p> <p>77 a 96 = Alto.</p> <p>VARIABLE 2:</p> <p>Autoestima</p> <p>Categorías:</p> <p>Bajo: 0 – 6 puntos</p> <p>Medio bajo: 7 – 13 puntos</p> <p>Medio alto: 14 – 19 puntos</p> <p>Alto: 20 – 25 puntos</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Enfoque:</p> <p>Investigación cuantitativa.</p> <p>Alcance:</p> <p>Nivel descriptivo- correlacional.</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental.</p> <p>Corte:</p> <p>Transversal.</p> <p>Población:</p> <p>La población estuvo conformada todos los estudiantes de 9no y 10mo ciclo, un total de 282 estudiantes quienes estuvieron matriculados en el año 2021-1, es así como, la unidad de análisis será cada estudiante universitario de 9no y 10mo ciclo de la carrera de Psicología matriculados en el año 2021-1.</p> <p>Muestra:</p> <p>Se tiene un tamaño muestral de 163 estudiantes de la carrera de psicología del 9no y 10mo</p> <p>Instrumentos De Recolección De Datos:</p> <p>Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS, 2008)</p> <p>Inventario de Autoestima (Coopersmith, 1975)</p>