



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE ICA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA

TESIS

**AUTOESTIMA Y USO DE REDES SOCIALES EN ALUMNOS
DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
PRIVADA – JULIACA 2022**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
CALIDAD DE VIDA, RESILIENCIA Y BIENESTAR
PSICOLÓGICO

PRESENTADO POR:
LUZ ERIKA ARI PAREDES
CÓDIGO ORCID N°0000-0001-7945-6964

TESIS DESARROLLADA PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

DOCENTE ASESOR:
DR. JOSÉ CARLOS APARCANA HERNANDEZ
CÓDIGO ORCID N°0000-0001-7398-6817

CHINCHA, 2023



CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE INVESTIGACIÓN

Dra. Juana Marcos Romero

Decana (e) de la Facultad de Ciencias de la Salud

Universidad Autónoma de Ica.

Presente. -

De mi especial consideración:

Sirva la presente para saludarla e informar que LUZ ERIKA ARI PAREDES y PEDRO ALEXI TITO HUANCA, estudiantes de la Facultad de ciencias de la Salud, del programa Académico de Psicología, han cumplido con elaborar su:

PLAN DE TESIS

TESIS

TITULADO: "AUTOESTIMA Y USO DE REDES SOCIALES EN ALUMNOS DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA – JULIACA 2022"

Por lo tanto, queda expedito para continuar con el procedimiento de evaluación y sustentación de la Investigación. Estoy remitiendo, conjuntamente con la presente los anillados de la investigación, con mi firma en señal de conformidad.

Agradezco por anticipado la atención a la presente, aprovecho la ocasión para expresar los sentimientos de mi especial consideración y deferencia personal.

Cordialmente,

Dr APARCANA HERNANDEZ José Carlos
CODIGO ORCID: 0000-0001-7398-6817

DECLARATORIA DE AUTENCIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

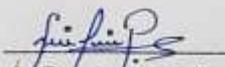
Los autores: LUZ ERIKA ARI PAREDES, identificado(a) con DNI N° 71401560 y PEDRO ALEXI TITO HUANCA, identificado(a) con DNI N° 70321298 en nuestra condición de estudiantes del programa de estudios de PSICOLOGÍA de la Facultad de CIENCIAS DE LA SALUD, en la Universidad Autónoma de Ica y que habiendo desarrollado la Tesis titulada: "AUTOESTIMA Y USO DE REDES SOCIALES EN ALUMNOS DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA JULIACA 2022", declaro bajo juramento que:

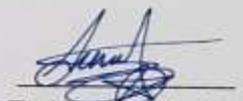
- La investigación realizada es de mi autoría
- La tesis no ha cometido falta alguna a las conductas responsables de investigación, por lo que, no se ha cometido plagio, ni autoplagio en su elaboración.
- La información presentada en la tesis se ha elaborado respetando las normas de redacción para la citación y referenciación de las fuentes de información consultadas. Así mismo, el estudio no ha sido publicado anteriormente, ni parcial, ni totalmente con fines de obtención de algún grado académico o título profesional.
- Los resultados presentados en el estudio, producto de la recopilación de datos son reales, por lo que, el(la) investigador(a) no ha incurrido ni en falsedad, duplicidad, copia o adulteración de estos, ni parcial, ni totalmente.
- La investigación cumple con el porcentaje de similitud establecido según la normatividad vigente de la Universidad (no mayor al 28%), el porcentaje de similitud alcanzado en el estudio es del:

18 %

Autorizo a la Universidad Autónoma de Ica, de identificar plagio, autoplagio, falsedad de información o adulteración de estos, se proceda según lo indicado por la normatividad vigente de la universidad, asumiendo las consecuencias o sanciones que se deriven de alguna de estas malas conductas.

Chincha Alta, 26 de 10 de 202....


Ari Paredes Luz Erika
DNI N° 71401560


Tito Huanca Pedro Alexi
DNI N° 70321298

La firma corresponde al o los responsables de la investigación

DEDICATORIA

A mis padres Francisco y Dominga por haberme forjado como la persona que soy, a mis abuelos Mario y Genoveva que son mi soporte y aliento para seguir adelante. y a mi hermano Ronald por enseñarme a nunca rendirme.

Luz Erika

A mis padres Abdon y Eusebia por ese gran apoyo que siempre me dieron, que gracias a ellos soy el profesional que ahora soy, así como a mis hermanos Miguel y Nataly que estuvieron en los malos y buenos momentos, que hasta el día de hoy me han acompañado en este gran paso en mi vida profesional igualmente a mis sobrinos Joshua y Antonella, quienes con su compañía y ocurrencias estuvieron muy presentes. Este logro no solo es mío también es de ustedes.

Pedro Alexi

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a DIOS por ser la luz incondicional que guía nuestro camino, y nos permite cumplir nuestros sueños.

A la Universidad Autónoma de Ica por el compromiso y soporte en el programa de titulación y asimismo por brindarnos la oportunidad de continuar con nuestras metas.

A la Institución Educativa Privada que nos dio acceso para realizar la investigación, a cada uno de los educandos y padres de familia que decidieron participar de manera voluntaria brindándonos incondicionalmente su apoyo para ayudar a convertirnos en profesionales.

Al asesor de tesis Dr. José Carlos Aparcana Hernandez, por el apoyo brindado y por guiarnos con sus valiosos aportes, motivándonos para continuar y culminar el trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre autoestima y uso de redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada Juliaca 2022.

Siendo la metodología de tipo básico, de corte transversal, nivel correlacional y diseño no experimental. La población estuvo constituida por 120 alumnos de secundaria de una Institución Educativa Privada, la muestra fue de 75 alumnos del tercer, cuarto y quinto año de la Institución; los instrumentos utilizados fueron: “Inventario de Autoestima de Coopersmith” y “Cuestionario de adicción a las Redes Sociales (ARS)”. De acuerdo a los resultados se pudo demostrar que el 13% de los alumnos percibieron una baja autoestima, 32% un promedio bajo, 37% un promedio alto y 17% una alta autoestima. Mientras que en cuanto al uso de redes sociales un 78% evidencio un nivel bajo y un 21% un nivel moderado.

Se concluyó de acuerdo a los resultados que existe una relación directa entre autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada en Juliaca 2022. Pudiéndose comprobar a través de la prueba de Rho de Spearman, el cual dio como resultado un valor de $p=0.000$ y una correlación positiva considerable. Por ello se rechaza la hipótesis nula de la investigación y se apoya la hipótesis alterna, la cual indica que existe una relación entre las variables estudiadas. Por ello mencionamos que esta relación es directa, lo cual significa que la variable autoestima se relaciona con el uso de las redes sociales.

Palabras claves: Autoestima, redes sociales, adolescentes.

ABSTRACT

The present research aims to determine the relationship between self-esteem and use of social networks in high school students of a private educational institution Juliaca 2022.

The methodology is basic, cross-sectional, correlational and non-experimental design. The population consisted of 120 high school students of a private educational institution, the sample consisted of 75 students of the third, fourth and fifth year of the institution; the instruments used were: "Coopersmith Self-Esteem Inventory" and "Social Network Addiction Questionnaire (ARS)". The results showed that 13% of the students had low self-esteem, 32% had low average self-esteem, 37% had high average self-esteem and 17% had high self-esteem. As for the use of social networks, 78% showed a low level and 21% a moderate level.

It was concluded according to the results that there is a direct relationship between self-esteem and use of social networks in high school students of a private educational institution in Juliaca 2022. Being able to prove it through Spearman's Rho test, which resulted in a value of $\rho=0.000$ and a considerable positive correlation. Therefore, the null hypothesis of the research is rejected and the alternative hypothesis is supported, which indicates that there is a relationship between the variables studied. Therefore, we mention that this relationship is direct, which means that the variable self-esteem is related to the use of social networks.

Key words: Self-esteem, social networks, adolescents.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Constancia de aprobación de la investigación	ii
Declaratoria de autenticidad de la investigación	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Índice General / Índice de tablas académicas y figuras	viii
I. INTRODUCCIÓN	12
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
2.1. Descripción del Problema	14
2.2. Pregunta de Investigación General	16
2.3. Preguntas de Investigación Específicas	17
2.4. Objetivo general	17
2.5. Objetivos específicos	17
2.6. Justificación e importancia	18
2.7. Alcances y Limitaciones	19
III. MARCO TEÓRICO	21
3.1. Antecedentes	21
3.2. Bases teóricas	27
3.3. Marco Conceptual	36
IV. METODOLOGÍA	38
4.1. Tipo y nivel de Investigación	38
4.2. Diseño de la Investigación	38
4.3. Hipótesis general y específicas	39
4.4. Identificación de las variables	40
4.5. Matriz de operacionalización de variables	41
4.6. Población – Muestra	44
4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de información	45

4.8. Técnica de análisis y procesamiento de datos	49
V. RESULTADOS	50
5.1. Presentación de resultados	50
5.2. Interpretación de resultados	66
VI. ANALISIS DE RESULTADOS	71
6.1. Análisis inferencial	71
VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	78
7.1. Comparación de resultados con antecedentes	78
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83
ANEXOS	89
Anexo 1: Matriz de consistencia	90
Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos	92
Anexo 3: Base de Datos	97
Anexo 4: Consentimiento informado	109
Anexo 5: Documentos administrativos	111
Anexo 6: Evidencias (Constancia de aplicación, autorización)	112
Anexo 7: Informe de Turnitin al 28% de similitud	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Muestra de Estudio.....	44
Tabla 2. Datos Sociodemográficos	50
Tabla 3. Nivel de autoestima en alumnos de secundaria de una Institución educativa privada – Juliaca 2022	51
Tabla 4. Dimensión de sí mismo en alumnos de secundaria de una Institución educativa privada – Juliaca 2022.....	52
Tabla 5. Dimensión social en alumnos de secundaria de una Institución educativa privada – Juliaca 2022.....	53
Tabla 6. Dimensión familia en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.....	54
Tabla 7. Dimensión académica en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022	55
Tabla 8. Nivel del uso de redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022	56
Tabla 9. Obsesión por las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022	57
Tabla 10. Falta de control personal en el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.....	58
Tabla 11. Nivel del uso de redes sociales: uso excesivo de las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022	59
Tabla 12. Autoestima y sexo.....	60
Tabla 13. Autoestima y edad	61
Tabla 14. Autoestima y grado de estudios.....	62
Tabla 15. Uso de redes sociales y sexo	63
Tabla 16. Uso de redes sociales y edad	64
Tabla 17. Uso de redes sociales y grado de estudios.....	65
Tabla 18. Estadísticos descriptivos de la variable Autoestima	71

Tabla 19. Estadísticos descriptivos de la variable Uso de Redes Sociales	71
Tabla 20. Prueba de Kolmorov-Smirnov para una muestra	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada - Juliaca 2022.....	51
Figura 2. Dimensión de sí mismo en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.....	52
Figura 3. Dimensión social en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.....	53
Figura 4. Dimensión familia en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.....	54
Figura 5. Nivel de autoestima: dimensión académica en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022..	55
Figura 6. Nivel del uso de redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.....	56
Figura 7. Obsesión por las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.....	57
Figura 8. Falta de control personal en el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada–Juliaca 2022	58
Figura 9. Uso excesivo de las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022	59
Figura 10. Autoestima: sexo	60
Figura 11. Autoestima: edad.....	61
Figura 12. Autoestima: grado de estudios	62
Figura 13. Uso de redes sociales: sexo	63
Figura 14. Uso de redes sociales: edad.....	64
Figura 15. Uso de redes sociales: grado de estudios	65

I. INTRODUCCIÓN

La psicología por naturaleza creó una amplia gama de conocimientos para comprender la relación del individuo con el mundo que le rodea, dentro de su ámbito tenemos estructuras mentales de la autoestima definida por Coopersmith (1996) como la apreciación que las personas a menudo muestran y mantienen sobre sí mismas. Y el uso de redes sociales definido por Fernández (2011) como un sitio web que faculta a los usuarios interaccionar entre sí, con amigos o conocidos en la misma red, donde intercambian fotos, videos, mensajes, comentarios etc. Ambos constructos hacen referencia a los procesos psicológicos del individuo implicados en la adaptación al medio social que lo rodea.

En la Investigación titulada “Autoestima y uso de redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022”, tuvo como propósito explicar cómo la Autoestima de los estudiantes y propios de su edad determinan el uso que le dan a las diversas redes sociales existentes.

En el ámbito educativo, los alumnos atraviesan la etapa de la adolescencia y expresan su autoestima como una habilidad o actitud intrínseca con la que se relacionan consigo mismos y que les hace verse en el mundo, ya sea positiva o negativamente. Los adolescentes en esta etapa necesitan la educación emocional como un aspecto importante en la construcción de su autoestima, ya que les ayudará a enfrentar los desafíos que les presenta la vida.

Por otro lado, el uso de las redes sociales, aunque no se puede negar las ventajas y beneficios de Internet y las redes sociales, la serie de facilidades que estas brindan son positivas. De hecho, especialmente entre los adolescentes con aportes valiosos en diversos aspectos de su vida. Especialmente en estos tiempos de mayor uso de la tecnología, los

adolescentes pasan más horas del día inmersos en teléfonos celulares y otros dispositivos donde utilizan las redes sociales.

En la actualidad, se ve a menudo en las instituciones educativas estudiantes con bajos niveles de autoestima, que no aprovechan los beneficios de las redes sociales. Lo cual llega a influir en la formación integral del estudiante. Por ello, la educación no debe quedar restringida al ámbito académico, sino que debe ser vista como un proceso integrado no sólo para la formación académica sino también para la formación de las relaciones interpersonales adecuadas y emocionales de cada individuo.

El estudio realizado consta de varios capítulos que se detallan en forma organizada a continuación. El capítulo I, da una introducción a la investigación en donde se resume el tema central y objetivo principal. El capítulo II, se consideró la descripción del planteamiento del problema, preguntas de investigación, tanto general y específicos; objetivo general, objetivos específicos, justificación e importancia, alcances y limitaciones. El capítulo III, presenta los conceptos teóricos sobre los que se fundamenta la investigación, entre ellos se encuentran antecedentes, bases teóricas y definiciones. En el capítulo IV, está referido al método de la investigación dentro de ello el tipo y diseño, las variables de estudio, operacionalización de variables, población y muestra, técnicas e instrumentos, así como las técnicas de análisis e interpretación de datos. El capítulo V, presenta los resultados - descriptivos e interpretación de resultados - tablas cruzadas. El capítulo VI se refiere al análisis de los resultados – prueba de hipótesis. El capítulo VII se refiere a la discusión de los resultados. Finalmente, se presentaron las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos respectivos.

Los autores

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción del Problema

En estas últimas décadas, las indagaciones sobre la autoestima y sus relaciones con diferentes variables del desarrollo personal están ganando suma importancia, como también trascendencia para ser objetos de estudio en el ámbito psicológico. El estudiante al atravesar la etapa de la adolescencia, vivencia nuevos entornos sociales, experimenta nuevas amistades, etc. Es aquí donde la autoestima sostiene un papel de suma relevancia, debido a que es una cualidad esencial para el desarrollo de todos los adolescentes. Asimismo los teléfonos inteligentes y las redes sociales han transformado la forma en que las personas interactúan y se comunican, permitiendo la variación de las formas de comunicación y la información compartida. Durante la pandemia por Covid-19, diversas redes sociales han sido claves para mantener la comunicación e interacción entre las personas, apoyando también a su bienestar emocional, salud mental y autoestima.

Actualmente dentro del contexto internacional, la autoestima, conforme lo señala la Revista Complutense de Educación, en España, logro evidenciar que un porcentaje de 35.78% muestra una negatividad en su autoestima, en vista de que casi la mayoría de veces se autoevalúan en un nivel significativamente bajo a la valoración que les da el profesor y sus compañeros en ambas competencias. Esto quiere decir que los estudiantes se llegan a autoevaluar por debajo mientras que los demás agentes no confirman este hecho; asimismo, un porcentaje del 31.19% lograron evidenciar una autoestima muy alta, en donde estos estudiantes valoran sus habilidades sociales a un nivel más elevado, sin embargo, no logran confirmarlo sus compañeros de clase (Gonzales, 2018).

Los hallazgos realizados por Ilia et al. (2018), lograron destacar lo siguiente: un 77 % de los individuos que participaron mantienen un perfil a nivel personal en las redes sociales, mientras que un 20 % cuenta con un perfil a nivel profesional. De igual manera, un 86 % hace uso de su

verdadero nombre en las redes, por otro lado, el 18 % prefiere utilizar un apodo. De igual manera un 38 % se mantiene conectado desde su trabajo para hacer uso de las redes sociales, mientras que el 73 % sigue a los compañeros de su trabajo y solo un 32 % tiene dentro de sus contactos a su jefe.

Actualmente en el contexto Latinoamérica, de acuerdo al hallazgo realizado por Yapura (2015) en su trabajo de investigación indica que se emplean unidades de análisis en donde se seleccionaron dos centros escolares, siendo una de estas la Escuela Primaria Domingo Sarmiento el cual tiene un número de 500 alumnas y en la Escuela Primaria Onésimo Leguizamón donde estudian 524 alumnos. En donde demuestra que el nivel de autoestima, siendo sumamente relevante para que el infante se pueda desarrollar, no se trabaja debidamente respecto a la importancia, de igual manera menciona que en su gran variedad los docentes han reconocido que si existen problemas en los niveles de autoestima en diferentes grados.

De acuerdo al estudio realizado por Cordova (2015), quien en su investigación concluye que entre los adolescentes en un rango de 12 a 14 años que fueron encuestados un 93% cuenta con un registro en una red social, de ese 33% se refiere a adolescentes de 13 años, mientras que el 32,14% realiza esto a los 12 años esta cifra final es evaluada, mientras que los alumnos de la mencionada no tendrían que contar con algún perfil en ninguna red social esto en vista de las políticas de seguridad con las que cuentan estas. Sin embargo, se demuestra que bajo la supervisión y orientación de un adulto presente existe un uso provechoso de las redes sociales.

Actualmente en el contexto Nacional, se llevó un estudio en la Universidad de Trujillo, en estudiantes del nivel primario, llegan sosteniendo diversas dificultades en cuanto a su autoestima, comunicación a nivel asertivo, gestión de sus emociones, de igual manera con un nivel inferior sobre estrategias que responden a una convivencia adecuada; también de necesidades socioemocionales, de relaciones interpersonales adecuadas,

así como de otras que mantengan una vivencia armoniosa, dejando en evidencia que su nivel de autoestima del porcentaje de 88% se posicionan en un bajo nivel y el 12% en un medio nivel (Mendoza, 2019).

De acuerdo también a la investigación realizada por Quispe (2018), en su mayoría los participantes han hecho uso de las redes sociales. En donde ellos se muestran conscientes de tener hábitos inapropiados sobre las redes sociales, así como el internet. Tienen el conocimiento de que se pueden generar vicios o hasta incluso llegar al nivel de adicciones, esto similar a la ya conocida ludopatía. De igual forma expresan que existe ausencia de sus padres en sus respectivos hogares, teniendo poca presencia de reglas y paupérrima supervisión.

Actualmente, la autoestima en un gran número de adolescentes peruanos, está influyendo en el ámbito educativo, así como también en los aspectos personales, familiares y sociales, impactando en el desarrollo integral de estos.

A nivel local actualmente, se logró visualizar en diversas instituciones educativas como los estudiantes que se encuentran cursando secundaria mantienen un uso constante de las redes sociales, asimismo se ha logrado observar también que un uso provechoso de estas, conlleva a incrementar los niveles de autoestima y sus diferentes dimensiones. Además, la interacción en las redes sociales puede proporcionar a los adolescentes una sensación de pertenencia y conexión social, lo que a su vez puede mejorar su autoestima. Al recibir comentarios y "me gusta" positivos en sus publicaciones, pueden sentirse valorados y apreciados, lo que puede aumentar su confianza y satisfacción con ellos mismos.

2.2. Pregunta de Investigación General

¿Cuál es la relación entre la autoestima y el uso de redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022?

2.3. Preguntas de Investigación Específicas

¿Cuál es la relación entre la dimensión de sí mismo de la autoestima y uso de redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022?

¿Cuál es la relación entre la dimensión social de la autoestima y uso de redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022?

¿Cuál es la relación entre la dimensión familiar de la autoestima y uso de redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022?

¿Cuál es la relación entre la dimensión académica de la autoestima y uso de redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022?

2.4. Objetivo general

Determinar la relación entre autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

2.5. Objetivos específicos

Determinar la relación entre la dimensión de sí mismo de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Determinar la relación entre la dimensión social de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Determinar la relación entre la dimensión familia de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Determinar la relación entre la dimensión académica de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

2.6. Justificación e importancia

Justificación: Debido a la problemática descrita, el trabajo de investigación encuentra de suma importancia encontrar la relación entre autoestima y uso de las redes sociales, las cuales se han ido incorporando de manera significativa en el día a día de las personas con el pasar de los años.

Justificación teórica: La información sobre la relación entre las variables autoestima y uso de redes sociales en los adolescentes del nivel secundario, resultó ser escasa a nivel local, entonces consiguientemente, la presente investigación tiene como finalidad también ampliar los estudios respecto al nivel de ambas variables. Así como a continuar con el desarrollo de los conocimientos que ya han sido obtenidos por diversos autores en diferentes niveles.

Justificación práctica: La investigación permitió desarrollar estrategias que permitan brindar información sobre el uso de redes sociales dado que cierto número de estudiantes cuentan con al menos un perfil en alguna red social. Así mismo la investigación servirá de guía para investigaciones futuras.

Justificación metodológica: Lo que propone el estudio presente, es de diseño ya enmarcado con instrumentos estándar que permiten ampliar y profundizar sobre las variables investigadas.

Justificación social: En diversos casos los niveles de autoestima, vinculados al uso de redes sociales, han logrado que se evidencien casos que relacionan los aspectos de ambas variables. Por ello la presente investigación resulta ser muy importante, ya que realizó la ampliación ante la sociedad en general, con información sumamente verídica.

Importancia

La importancia del estudio es que permitió acoger a los grupos conformados por los alumnos de secundaria y así también mediante los resultados obtenidos se logró brindar la información adecuada acerca de la

relación existente entre autoestima y uso de redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Es crucial comprender la influencia de las redes sociales en la actualidad y analizar la relación con la autoestima de los estudiantes de secundaria en un contexto actual.

Este estudio permitió mejorar la comprensión del vínculo entre la autoestima y el uso de las redes sociales en los estudiantes y determinar los métodos más eficaces para proporcionar herramientas de autocontrol y fomentar un enfoque positivo que beneficie su salud emocional.

Además, la investigación tiene un valor significativo ya que, al establecer la relación entre autoestima y el uso de las redes sociales en los estudiantes de la Institución Educativa, se podrán implementar modelos que respalden estudios posteriores y proporcionen una guía metodológica para la autogestión en el uso de las redes sociales a través de procesos de orientación en la institución, lo que podría mejorar el bienestar psicológico y la calidad de vida de los estudiantes.

2.7 Alcances y Limitaciones

Alcances

La investigación presenta los siguientes alcances:

Alcance social: Estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Privada, provienen de familias con padres profesionales y comerciantes, algunos de ellos cuentan con el apoyo integral de sus padres en distintos aspectos, mientras que otros solo cuentan con el apoyo económico de sus padres.

Alcance geográfico: La Institución Educativa se encuentra situada en el distrito de Juliaca, provincia de San Román, Región Puno, ubicado en la calle Escallani 466.

Alcance temporal: La investigación se realizó en el año 2022, en vista de que el uso de las redes sociales se incrementó, luego del regreso de la educación virtual a la presencial.

Alcance metodológico: Se empleó una metodología de tipo básico, nivel correlacional siendo su diseño no experimental, transversal.

Limitaciones

Los estudiantes fueron encuestados durante las horas de clase para reducir la tasa de falta de respuesta. Sin embargo, la ausencia de energía de algunos estudiantes para responder las interrogantes planteadas en el cuestionario formulado pudo afectar los frutos alcanzados a partir de la indagación recopilada en la aplicación. Para ello antes de iniciar con las encuestas se realizaron algunas dinámicas y breves charlas de sensibilización, sobre el por qué y la importancia de la aplicación de los cuestionarios.

III. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes

Internacionales

Cuaical & Yar (2019) con su tesis: Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes de Bachillerato General Unificado, de la Unidad Educativa Municipal “Julio Enrique Moreno”, de la ciudad de Quito, 2018-2019, en la ciudad de Quito, Ecuador; cuyo objetivo fue establecer el relacionamiento de empleo de las redes sociales en la autoestima en dicha población. Esta investigación se llevó a cabo mediante la metodología de enfoque cuantitativo, correlacional, diseño no experimental de corte trasversal. Las conclusiones de la investigación fueron que, no existe una relación significativa entre los niveles de autoestima y la frecuencia de uso de redes sociales; evidenciaron el uso frecuente de las redes sociales, la mayoría utiliza a diario (70%), siendo el de mayor uso Facebook, el contenido común es de entretenimiento; evidenciaron que el sentimiento concebido por el uso de las redes sociales es de bienestar, donde la valoración sobre la proyectada precisa que es apropiada para el mundo real; el grupo social interactuado en las redes por la mayoría de los adolescentes corresponde a amistades; evidenciaron que el nivel de autoestima predominante fue de autoestima alta (45%) y de autoestima media (34%).

Martínez (2017) con su tesis: Autoestima y adicción a las redes sociales digitales en adolescentes de nivel medio superior. El objetivo de la investigación es establecer una relación entre adicción a las redes sociales y autoestima. La metodología utilizada fue de diseño transversal correlacional. La población de estudio fue compuesta por adolescentes de nivel medio superior y la muestra fue de 100 alumnos. los instrumentos empleados fueron la escala de autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS). Los resultados demostraron que no existe una correlación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los adolescentes. Se concluyó que la adicción a las redes sociales no se correlaciona con la autoestima de los

adolescentes, aunque se observa que la autoestima media fue de 23.67 con una desviación estándar de 4.68.

De la Villa Moral y Fernandez (2019) con su tesis: Uso inadecuado de internet en adolescentes españoles y la relación con la autoestima, así como la impetuosidad, el objetivo fue explorar como se relacionan las variables, asimismo analizar los conflictos intra e interpersonales, a nivel de disparidad, en cuanto al género y la edad. De diseño transversal descriptivo no probabilístico. Fueron participes 240 adolescentes y jóvenes. Como instrumentos se emplearon el Cuestionario de experiencias relacionadas con internet (ceri), el Test de adicción a internet, a Escala de autoestima de Rosemberg y la Escala de impulsividad. Según los resultados, el 11,25% de los adolescentes utiliza Internet en exceso, de los cuales el 88,75% manifiesta un uso moderado, de igual forma se relaciona con diferencias en función de género (conflicto interpersonal $t = 0,218$; $p > 0,05$; conflicto interno $t = 0,372$; $p > 0.05$). Concluyendo se encontró que un grado bajo de autoestima y la impulsividad cognitiva no planificados predijeron el uso poco frecuente de Internet en un mayor número de posibilidades.

Cerrato et al. (2018) con su tesis: Uso de las Redes Sociales y Perfiles Psicosociales en Adolescentes. Siendo el objetivo encontrar el perfil psicológico y social de adolescentes que usan excesivamente las redes sociales. En cuanto al diseño fue no experimental de corte trasversal. Contando con 102 participantes. Los datos se recopilan a través de: la Escala de Actitudes y Usos de los Medios y Tecnologías, el Inventario de NEO de 5 Factores y el formulario de Autoconcepto AF5. El exceso de uso se registró en las adolescentes; teniendo un uso preponderante de dichas redes sociales llegando a un 12.8%, el 59,5% de los participantes resulto no tener normas que regulen el uso de las TIC en casa. Así también se encontró en términos de inestabilidad emocional, impulsividad y estructura emocional de la familia, escuela e individuos, todos ellos bajos. Además, sus perfiles se caracterizan por un alto uso de las TIC tanto por parte de sus padres como de sus hermanos, y también carecen de normas y reglas para su uso medido.

Nacionales

Valdez (2021) con su tesis: Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Magdalena del Mar. Su objetivo era mostrar el vínculo entre adicción a las redes sociales y autoestima en los adolescentes. El diseño de la investigación fue no experimental, de tipo descriptivo-correlacional. La población estuvo constituida por 400 estudiantes de educación secundaria. La muestra estuvo conformada por 196 estudiantes. Los instrumentos que se usaron fueron el Test de Autoestima para Escolares y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS). Los resultados fueron que el 67,3% mostró un grado moderado de dependencia, Por otro lado, el 77% mostro bajos niveles de autoestima. Concluyendo, la adicción a las redes sociales se correlaciona de manera inversa con la autoestima. El 65%, de escolares manifestaron falta de control personal en redes sociales, con un estado de ansiedad por ser interrumpido o por no acceder a las redes sociales. Así mismo el 60% de escolares emplea con frecuencia las redes sociales, mostrando vulnerabilidad por el número de horas conectadas a las redes sociales, ubicándose en los niveles medio y alto.

Chavez (2021) con su tesis: El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes de la ciudad de Casma, Áncash 2020. El objetivo establecer el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes. La indagación se realizó en un diseño no experimental de tipo transversal. La población fue de 159 adolescentes de la ciudad de Casma durante el año 2020. Asimismo. En cuanto la hipótesis general planteada, se puede observar mediante los datos la verificación de esta; mostrándose una correlación positiva y significativa entre uso de redes sociales y autoestima, igual a 0.427. Respecto al objetivo general planteado, se logró determinar que el nivel de uso de redes sociales impacta en la autoestima, encontrándose una relación significativa y positiva, entre la primera y la segunda variable.

Rodriguez (2021) con su tesis: Autoestima y Adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada 2020, el trabajo de investigación se basó en identificar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales. La metodología tiene un enfoque de tipo cuantitativo, diseño no experimental y alcance de descripción asociado. Por conveniencia, no probabilístico fue el muestreo y la dicha muestra se conformó por 357 alumnos. Las herramientas empleadas fueron el Inventario de Coopersmith (SEI) y el Cuestionario (ARS) de Ecurra y Salas. Los resultados mostraron una relación representativa baja e inversa entre las variables de estudio (rho de -0,37). Se determinó que la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en los estudiantes de psicología de una universidad privada, existe de manera significativa negativa baja, asimismo, se encontró que esta correlación es de tipo inversa.

Robles (2021) con su tesis: Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de 3ro, 4to y 5to grado de secundaria de un Colegio de Lima, 2021. El objetivo del estudio fue determinar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima. De metodología descriptiva correlacional y diseño no experimental. La población estuvo compuesta por estudiantes de secundaria con edades entre 14 y 18 años, y la muestra contó con 244 estudiantes. Los instrumentos utilizados fueron la Escala de Necesidad de Uso de Redes Sociales (NURS-MP) y el Inventario de Autoestima de Coopersmith forma escolar. Los resultados mostraron una correlación moderada, inversa y altamente significativa (Rho = - .465; $p < .001$). Se concluyo que existe una correlación moderada y significativa negativa entre el uso de redes sociales y la autoestima.

Pillaca, (2019) con su tesis: Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur. El objetivo principal de este estudio fue de percatarse la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes universitarios. El diseño del estudio fue no experimental y correlativo. Se evaluaron 466 estudiantes, con edades entre 16 y 35 años. Se usó el Cuestionario de adicción a las

redes sociales (ARS) y el Inventario de Stanley Coopersmith (SEI) - Adultos. Existe una correlación moderadamente inversa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima, lo que indica una correlación altamente significativa ($r_s = -.417^{\wedge}p = .000$). También encontraron que el 33,9% de los universitarios tienen baja dependencia de las redes sociales y el 36,5% tienen alta autoestima.

Locales

Jiménez y Lagos (2021) con su tesis: La autoestima como predictor en la adicción a redes sociales en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión filial Juliaca, 2020. El objetivo fue establecer si la autoestima y sus dimensiones son predictores para la adicción a las redes sociales. La investigación de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de corte transversal y de alcance correlacional. Incluyó a 246 alumnos de ambos sexos a los cuales se les aplicó la Escala de Autoestima y el Cuestionario (ARS). Lo obtenido mostro que la variable autoevaluación y dependencia de las redes sociales tuvo una relación frágil, indirecta y representativa ($Rho = -.155$; $p < .05$); Se logró el coeficiente de predicción ($\beta = .581$; $R^2 = 10.6\%$; $p > 0.05$); Sin embargo, los coeficientes predictivos sobre dichas dimensiones de autoestima influyentes en la adicción a las redes sociales, como la autopercepción ($\beta = -.691$; $p < .05$), la percepción de competencia ($\beta = -.464$; $p < .05$), muestran que la relación familiar ($\beta = -.376$; $p < 0.05$) y la ira ($\beta = -.550$; $p < 0.05$) son factores moderados y reversibles. El estudio presenta que la autoestima con sus dimensiones de cogniciones de sí mismo, de competencia, relación familiar y niveles de enojo, predicen efectivamente la adicción a redes sociales. Asimismo, se confirma la necesidad de las instituciones de generar programas de ayuda para trabajar la autoestima en adolescentes y jóvenes, con el apoyo de los docentes y psicólogos.

Yto y Flores (2021) con su tesis: Adicción a las redes sociales durante la pandemia en jóvenes de una universidad pública y privada, Juliaca – 2021. El objetivo de la investigación es determinar si existen diferencias significativas en la adicción a las redes sociales en estudiantes

universitarios de la ciudad de Juliaca. El estudio es consistente, sistemático cuantitativo con un diseño no experimental, comparativo y transicional. Participaron 200 estudiantes universitarios que pasaron la prueba de adicción a las redes sociales. El instrumento empleado fue el Cuestionario (ARS). Al tratarse de una variable con una distribución anormal la estadística U de Mann Whitney seleccionada no mostró desigualdades representativas en el grado de adicción a las redes sociales ($Mr. > 0.05$) y su nivel de obsesión por las redes sociales ($Mr. > 0,05$); Falta de control personal sobre el uso de las redes sociales. (el próximo. $> 0,05$) y uso excesivo de redes sociales por parte de universitarios ($< 0,05$). Sin embargo, se evidenció que los estudiantes reportaron un mayor nivel de adicción a las redes sociales.

Mullisaca y Mamani (2018) con su tesis: Uso de las redes sociales y las habilidades sociales en estudiantes de 14 a 17 años de una institución educativa pública de la ciudad de Juliaca, 2018. Este estudio tiene como finalidad averiguar si existe una asociación entre la adicción a las redes sociales y las habilidades sociales. De enfoque tipo cuantitativo, diseño no experimental, grado de asociación y descripción de la asociación. La participación fue de 195 estudiantes. Se aplicaron Escala Experimental (MeyVa) y de Puntuación (EHS). En cuanto a lo obtenido se muestra que las variables no tienen una distribución habitual, y el valor de P es menor a 0,05 según KS, y de igual manera. Por ello la asociación muestra que existe una relación estadísticamente débil entre la adicción a las redes sociales y las habilidades sociales ($\rho = -0,152$; $p < 0,034$).

Choque y Ponce (2017) con su tesis: Autoestima y consumo de alcohol en estudiantes de tercer año del Instituto de Educación Secundaria Industrial Simón Bolívar de Juliaca - 2017. El objetivo fue precisar la relación entre autoestima y consumo de alcohol. La metodología es consistente con el diseño transversal no experimental, que es del tipo descriptivo de correlación. Entre ellos hay 117 estudiantes de entre 14 y 16 años. Las herramientas de recolección de datos son: Coopersmith and Inventory Questionnaire (AUDIT). Lo obtenido indica que el grado de

personalidad interior ($r = -.335$; $p = .000$), familiar ($r = -.313$; $p = .001$) y escolar ($r = -.236$; $p = 0.001$) estima y autoestima. 011) tiene una asociación indirecta representativa con el consumo de alcohol, lo que indica que a una autoestima mayor en estas regiones se asocia con un más bajo consumo de alcohol, excepto en la dimensión social ($r = -.140$). ; $p = 0,131$) porque no existe una correlación significativa. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación.

3.2. Bases teóricas

3.2.1. Autoestima

3.2.1.1. Conceptualización de la autoestima

Existen diversos teóricos que conceptualizan la autoestima como: El psicólogo Stanley Coopersmith afirma que "La autoestima es el juicio que hacemos sobre nosotros mismos". A través de esta evaluación, la persona puede exhibir comportamientos de autoaceptación o autonegación. Representa el nivel de éxito, utilidad y significado de una persona. (Coopersmith, 1976).

Asimismo, se dice que la autoestima es la apreciación, para bien o para mal, que una persona tiene de sí misma, teniendo un trasfondo emocional y cognitivo, en el que una persona puede sentir de una forma u otra según los pensamientos sobre sí misma. (Rosenberg, 1996).

Por otro lado, Rice sostiene que "La autoestima del hombre es la consideración que se da a sí mismo". El respeto propio es tan importante en nuestra vida que se puede decir que es el elemento que da honra a la realidad humana (Rice, 2000).

Para Barbachán y Paredes (2015), "la autoestima es el sentimiento que conduce al bienestar psicológico". Cuando una persona tiene una autoestima alta, se siente bien consigo misma, está equipada para carear los desafíos y fracasos que le depara la vida y afrontarlos con seguridad. Por el contrario, si un individuo tiene baja autoestima, se sentirá inseguro y, a menudo, expresará su insatisfacción personal. Estos pueden ser

considerados factores de riesgo influyentes en el desarrollo de dificultades psicológicas.

Por otro lado, se dice que una alta autoestima es un requisito previo para una adecuada salud tanto física como mental, debido a la idea de que cada persona tiene sus propias capacidades y potencialidades en función de su forma de actuar, así como de nuestras propias experiencias de vida: experiencias personales y relaciones. (familiares, amigos y profesores), nuestras percepciones, y los diversos factores que afectan nuestro estilo de vida y, por tanto, nuestro autoconcepto (Sheeman, 2000).

Finalmente, la autoestima consta de dos miembros: un sentido de suficiencia y un sentido de valor. En otras palabras, la autoestima está relacionada con la confianza. La autoestima es la apreciación que tiene un individuo sobre su capacidad de afrontamiento ante las competencias cotidianas y su derecho a la felicidad. (Branden, 1994)

3.2.1.2. Dimensiones de la autoestima

De acuerdo a Coopersmith (1967) define las dimensiones de autoestima como:

De sí mismo: Las personas que obtienen buenos puntajes en este campo tienden a ser más sólidas; Así como evaluarse a sí mismos en relación con quienes los rodean. No les resulta difícil defenderse de las críticas porque tienen ideas fuertes sobre sí mismos. Por otro lado, las personas con niveles bajos en esta área tienen un sentido desfavorable de sí mismos, son emocionales y tienen una actitud negativa hacia ellos mismos. El promedio oscila entre una buena autoconciencia, pero a veces emite juicios negativos sobre sí mismo (Coopersmith, 1959).

Social: Las personas que tienen esta área prominente demuestran viveza y destreza En una relación recíproca con su entorno social, también son capaces de probarse a sí mismo sin ningún obstáculo. mantienen relaciones con extraños en diferentes círculos sociales; esto es increíble

porque se aprueba como es y los demás ven este reflejo. Por otro lado, las personas con baja calificación en este campo tienen dificultad para expresar afecto o aceptación, presumiblemente tienen pocas posibilidades de ser aceptados por su entorno (Alcántara, 2001).

Familiar: Las personas con una puntuación alta en esta área tienen buenas interacciones familiares, se plantean la independencia y valoran las situaciones positivas o negativas, lo que les permite mejorar las relaciones en la familia. Por otro lado, las personas con valores más bajos en esta área tienen mayores niveles de dependencia y tienden a sentirse incomprendidas, además de hipersensibles (Haeussler y Milicic, 2014)

Académico: Aquellos que están altamente calificados en este campo tienen una perfecta capacidad de aprendizaje, del conocimiento y mejoran su autoconciencia, obteniendo así buenos resultados.

Logro académico. Por otro lado, las personas que no se ajustan a este bajo nivel tienen patrones o normas de comportamiento establecidas y tienden a aislarse socialmente en el aula. Cabe señalar que los sentimientos positivos hacia uno mismo repercuten en el rendimiento académico de cada estudiante (Lambourne, 1990).

3.2.1.3. Componentes de la Autoestima

La revisión de diferentes fuentes de referencia ha permitido identificar los siguientes componentes de la autoestima.

Autoestima cognitiva: Está formado por la totalidad de discernimientos, sobre uno mismo. Es la representación que cada ser humano se da sobre sí mismo. Son los pensamientos, opiniones, percepción y procesamiento de una persona sobre su propia información. El componente cognitivo es el autoconcepto de la personalidad. Aludimos al autoconcepto como la percepción que tienen las personas de su propia personalidad y comportamiento. Es un grupo de autoesquemas para organizar vivencias ocurridas, así como para identificar y expresar estímulos importantes en entornos sociales. Los autoesquemas son creencias y opiniones sobre

nosotros mismos que determinan cómo organizamos, codificamos y usamos la información que adquirimos sobre nosotros mismos. (Zeballos, 2005).

Autoestima afectiva: Incluye autoevaluaciones positivas y negativas, sugiriendo sentimientos propicios o despropicios, etc. que vemos en nosotros mismos. Hallarse cómodo o disgustado consigo mismo. Este es un discernimiento de nuestras peculiaridades personales. Esta es nuestra replica sensible y emocional a los valores y antivalores que notamos en nuestro interior. (Alcántara, 1993).

Autoestima conductual: Es la agrupación de habilidades y capacidades que dispone cada ser humano. El tercer componente de la autoestima es la conducta, que implica tensión y decisión de actuar, poniendo en práctica una conducta consistente y coherente. Este es el transcurso último de toda su motivación interna (Alcántara, 1993).

3.2.1.4. Niveles de autoestima

Diversos autores señalan los siguientes niveles:

Autoestima alta: El psicólogo Stanley Coopersmith indica que los sujetos con autoestima alta, media y baja tienen divergentes aspiraciones venideras, se distinguen por su asertividad y también tienen diferentes formas de afrontar los momentos difíciles (Coopersmith, 1976).

La personalidad saludable, se puede decir que se refiere a una persona con autoestima alta. Señalan que el comportamiento de tales personas está guiado por el razonamiento y la deferencia por la vida, porque pueden satisfacer sus necesidades individuales y, en consecuencia, pueden amar a los demás. (Jourard y Landsman, 1987).

La respuesta de ser un individuo con una alta autoestima y con responsabilidad sobre uno mismo en la vida es ser una persona que alcanza la autorrealización y la autotrascendencia. En relación (García, 2007) Enumera las siguientes singularidades de las personas con un alto nivel de autoestima.

- Estima sólidamente los principios y valores, estando listo para abogarlos incluso frente a una feroz oposición.
- Es capaz de actuar de acuerdo a su criterio y confiar en su propio veredicto.
- No pierde excesivo tiempo intranquilizándose por lo que sucedió en el pasado o lo que podría suceder en el futuro.
- Confía en su suficiencia para solventar dificultades y no se siente intimidado por los fracasos.
- No se deja mangonear por los demás, sin embargo, está preparado a cooperar si es apropiado y conveniente para él.
- Asume sus propios sentimientos y tendencias, tanto positivas como negativas.
- Disfruta distintas actividades como aprender, divertirse, laborar, reposar, relacionarse interpersonalmente, etc.
- Es perceptible sobre las escaseces de los demás, respetando las pautas de convivencia.

Autoestima baja: La persona con baja autoestima, le da mucha importancia a lo que otras personas dicen y piensan sobre ellos, lo cual limita su libertad e individualidad.

Cuando otras personas están a su alrededor disfraza su baja autoestima, y sobre todo cuando se propone impresionar a los demás. Estas personas tienen altas expectativas en lo que los demás puedan decir sobre ellos, sin embargo, también tienen grandes miedos y carencias, por lo que son más propensos a sufrir, desilusiones y ya no confiar en las personas (Satir, 1980).

Los individuos con baja autoestima muestran rasgos emocionales como hostilidad, miedo, ostentación, impaciencia, desasosiego, altanería, desacato ante la autoridad y meticuloso, entre otros rasgos que favorecen el conflicto en las relaciones interpersonales (Molina et al, 1996)

Existen actitudes cotidianas que manifiestan que un individuo tiene baja autoestima (García, 2007).

- Autocrítica grave y desmedida que mantiene al individuo en una circunstancia de insatisfacción constante.
- Ser demasiado sensible a las críticas, haciéndote sentir demasiado atacado o herido
- Invalidación extrema, no por falta de referencia, sino por un miedo injustificado a fallar.
- Afán desmedido por embelesar, por lo que no se arriesga a decir que no, por temor a caer antipático.
- perfeccionismo y autoexigencia para hacer lo que sea que esté tratando de hacer perfecto lo que encamina a un colapso interior cuando las cosas no le salen como imaginaba.
- Culpabilidad excesiva, y se condena por conductas que siempre considera desacertadas.

3.2.1.5. Importancia de la autoestima

Esta arraiga en que nos empuja a tomar acción y avanzar, nos motiva a perseguir nuestras metas, las personas con autoestima alta se cuidan, se respetan y reconocen su propia decencia y valía. Por lo opuesto, las personas con baja autoestima se toman menos en serio y se sitúan por debajo de los demás. El respeto por uno mismo es esencial para poder hacer frente a las peticiones del mundo de hoy. También porque tener una autoestima asentada es el expediente máspreciado que tendrán para aprender y ampliar relaciones efectivas y aceptables. (Adrianzén, 2006).

La condición del aprendizaje de la autoestima es la adquisición de nuevas ideas y el aprendizaje está fuertemente asociado con la atención voluntaria y la concentración. Ayuda a vencer los inconvenientes propios, cuando un alumno tiene autoestima, puede hacer frente al fracaso y los problemas que se presentan, dirige su fuerza de reacción, encontrando formas de superar los obstáculos (Adrianzén, 2006).

3.2.1.6. Autoestima según Abraham Maslow

Maslow (1968) el estimulador de la corriente humanista, conceptualiza la autoestima como elemento fundamental para la autorrealización. La autoestima se convierte en nuestra cualidad y autopercepción propia, que podemos conceptualizar como nuestro propio aprecio, que es el compuesto de pensamientos, idealizaciones y sentimientos que tenemos. Características, rasgos corporales, mentales, psicosociales u otros del cuerpo y de nuestra propia psicología. Por ello pensar en las necesidades por encima de la de los demás, aceptar los defectos, reconocer las virtudes o dedicarse tiempo, es fundamental para conseguir una adecuada autoestima.

3.2.2. Uso de Redes Sociales

3.2.2.1. Conceptualización de las redes sociales

Un sitio web que confiere a los cibernautas interactuar entre sí es considerado como una red social, como amigos en sus contactos o en la misma red, donde pueden intercambiar retratos, videos, mensajes instantáneos, comentarios sobre fotos y la red a la que recurren los jóvenes de hoy generalmente son las redes personales, con amigos, conocidos y familiares, se utilizan para intercambiar fotos, información, eventos y también negocios o publicidad (Fernández, 2011).

El término teórico de las redes sociales se remonta a la postguerra, aunque las redes sociales siempre han existido y sus trabajos incluyen algunos conceptos muy específicos: la fuerza y dirección de las conexiones, la conectividad y la computación grupal (Rissoan, 2016).

Una red social consta de personas que pueden representarse como uno o más gráficos, donde los nodos representan individuos y los bordes representan relaciones entre ellos. Las redes sociales en la web son aplicaciones o sistemas que facilitan la comunicación o las correspondencias con otros usuarios que pueden o no conocer en la realidad, sólo se conocen a través de las publicaciones que crean en su perfil. Sin embargo, se ha enfatizado que las redes sociales son útiles para

intercambiar noticias y que la enseñanza de relaciones cognitivas es cada vez más notable (Prato, 2010).

Una red social es un procedimiento abierto a través de la permuta activa entre sus miembros y con miembros de otros grupos, lo que aumenta los recursos de los que dispone y la enriquece con múltiples relaciones entre los distintos miembros que la componen; Al final, las redes sociales operan principalmente sobre procesos a lo largo del tiempo y especialmente sobre condiciones sociales. (Madariaga et al, 2003).

3.2.2.2. Dimensiones de las redes sociales

Escurra y Salas (2014) Señalan los siguientes niveles.

Obsesión por las redes sociales: Sentirse mentalmente apegado y esta conexión lleva a pensar siempre en la hipotética acción de que puede estar pasando a tu alrededor y en presencia de la distancia, lo que genera una gran ansiedad y una gran obligación de estar conectado.

Falta de control personal en el uso de las redes sociales: Indica que el sujeto reincide por ausencia de responsabilidad en la realización de sus actividades de estudio o cualquier otra actividad que se le requiera realizar.

Uso excesivo de las redes sociales: Los usuarios invierten mucha energía, dinero y la mayor parte del tiempo para conectarse al mundo virtual durante muchas horas.

3.2.2.3. Historia de las redes sociales

La expresión "red social" ha sido ideada en 1954 por John Barnes, el término red se define por dos factores: conexiones y conexiones entre contactos El sistema mencionado anteriormente, pero cuantos más contactos tengamos en nuestra gran red social, nuestra red se hará más popular, y por lo tanto más útil se volverá con el pasar del tiempo. Las redes han sido más complejas poco a poco, llegando hasta en ocasiones ser bastante difícil distinguir entre contactos y conexiones (Rissoan, 2016).

Al hablar de redes sociales se debe mencionar de las aplicaciones sociales tiene su inicio en el año dos mil tres, justamente cuando la burbuja de los punto como se desinfla por completo y la red comienza a renacer de sus cenizas, en ese instante se pusieron en marcha Tribe.net, LinkedIn y Friendster, los tres originales medios sociales de internet, La finalidad principal era transportar a la red una conocida teoría social como los "seis grados de clase", según la cual hasta 5 personas más pueden contactar con cualquier persona del planeta. Estas tres redes sociales rápidamente comenzaron a aumentar significativamente la cantidad de usuarios, al punto que el servidor ya no era compatible y el precio disminuía constantemente (Prato, 2010).

3.2.2.4. Usos de las redes sociales

La característica primordial que los cibernautas eligen para poder participar en el uso de las redes sociales interaccionar, las imágenes, el entorno, la novedad y la optimización. Hoy en día, el camino a las redes sociales se ha vuelto simple y rápido gracias a la diversa accesibilidad de Internet en todo el mundo. Básicamente, el público más joven es el más fácil de acceder a estas redes debido a su capacidad para utilizar dispositivos electrónicos como teléfonos móviles, ordenadores y tabletas; en cambio, no solamente los jóvenes simbolizan a los que están inmersos en los medios sociales con mayor maña (Ararat, 2017).

En este entorno, se crean cualidades especiales, el primero de los cuales radica en el vínculo que se forma entre el individuo y la red social, cuyo uso es conveniente para el cálculo de las páginas web que utiliza. Detrás de los sentimientos que muestra. Del mismo modo, sus pareceres sobre contextos de carácter político, cultural y social se dan en el plano social, y constituyen la capacidad de cada individuo para ser crítico de los contextos Escena arriba. Donde los principales medios de comunicación como los portales políticos, informativos, deportivos y también culturales consideren el uso de la red como un ambiente conveniente para establecer canales de correspondencia con los navegantes a donde decidan ingresar (Ararat, 2017).

El uso de redes sociales ha generado diversos cambios en la sociedad, con la constante actualización y alfabetización de nuevas tecnologías es totalmente imprescindible para todas las personas exclusivamente para mantenerse competentes en el trabajo y así como en la información. Las personas tendrán que saber el uso adecuado de las aplicaciones para gestionar sus contactos, un perfil atractivo para futuros trabajos, así como en el ámbito académico, las instituciones de enseñanza y profesores se actualizan mucho más dentro en este campo utilizando dichas herramientas, mediante las que se pueden adquirir conocimientos pedagógicos y productivos (Caldevilla, 2010).

3.3. Marco Conceptual

Aislamiento: En psicología el aislamiento es estar solo en determinadas situaciones, forma parte del comportamiento normal de las personas en determinadas situaciones o momentos de la vida (DeConceptos, 2022).

Atributos: Conjunto de cualidades o características que son específicas y exclusivas de una persona, objeto o lugar, haciéndolos distinguibles o identificables (ConceptoDefinición, 2011).

Autoconfianza: Confianza en uno mismo, de ello está sujeto el sentimiento de productividad que nos facultamos respecto al mundo que nos rodea (Psicopedia org, 2013).

Autoestima: Es la evaluación propia que una persona tiene, relacionada con los sentimientos, emociones, experiencias y situaciones que un individuo capta en su vida (Mejía, et al., 2011).

Hábito: Cualquier comportamiento adquirido (no es innato, no se nace con ningún hábito) a través de la repetición, que se efectúa de manera habitual y espontánea sin ni siquiera pensar en ello. Es un componente fundamental de la formación del ser humano (PsicoAdapta, 2021).

Identidad: Conjunto de características de un individuo o sociedad que lo distinguen de los demás (Real Academia Española, 2021).

Internet: Es un sistema en el ciberespacio interconectado mediante diversos protocolos, los cuales proveen una pluralidad de medios y servicios, como un ejemplo tenemos, permitir el acceso a documentos de hipertexto mediante la red (Significados, 2013).

Interpersonal: Vínculos afectivos y de confianza que se establecen y desarrollan entre al menos dos personas en cualquier entorno social (Bembibre, 2009).

Necesidad: Es aquello que transforma a una causa infalible en el sentido de un resultado determinado, aquello frente a lo cual no es probable poder ignorarlo o resistirse (DefiniciónABC, 2022).

Redes sociales: Un grupo o comunidad interconectada en línea de individuos que tienen intereses o actividades específicas y están conectados a través de una interfaz de Internet, lo que resulta en conexiones sociales y comercialmente relevantes para ellos (Real Academia Española, 2019).

IV. METODOLOGÍA

Teniendo un enfoque cuantitativo, el cual es definido como el que da atención tanto a las mediciones objetivas como a los análisis estadísticos, de forma matemática o numérica propia de la recopilación de datos a través de cuestionarios o encuestas, así como también con el uso de estrategias informáticas para controlar los diversos datos estadísticos que existen (Artiaga, 2020).

4.1. Tipo y nivel de Investigación

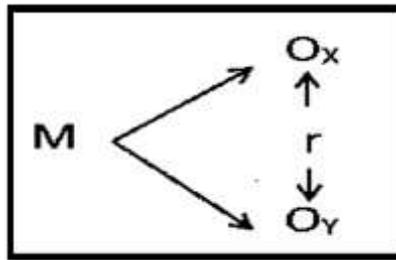
La investigación corresponde al tipo básica de corte transversal, llegando a caracterizarse porque ya tuvo un marco teórico de origen y aún se encuentra propiamente en él. (Hernández, et al., 2014).

Asimismo, esta tesis es de tipo prospectiva, ya que buscó recabar información en cuanto a los acontecimientos ocurridos en las variables propias de la población, llegando a darse tanto de manera individual o de manera agrupada (Hernández et al., 2014).

En cuanto al nivel es de tipo correlacional en vista de que llega a describir dos o más variables en una situación específica, realiza también la argumentación sobre las correlaciones existentes en las hipótesis asignándoles así cierto grado en cuanto a la relación de variables entre sí (Hernández et al., 2014).

4.2. Diseño de la Investigación

De análisis empírico teniendo un diseño no experimental y descriptivo correlacional, en donde se logra definir como el que medirá las dos o más variables que puedan pretender para ver si están relacionadas o no en los sujetos mismos para después analizar dicha correlación, así como el aspecto en donde no se llegan a manipular ninguna variable (Hernández et al., 2014). Tal como se representa a continuación:



Donde:

M = Muestra (Alumnos de secundaria de una institución educativa privada- Juliaca)

O_x = Autoestima

O_y = Uso de redes sociales

r = Relación

4.3. Hipótesis general y específicas

Hipótesis general

Ho: No existe relación entre autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Hi: Existe relación entre autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Hipótesis específicas

HE1. Existe relación entre la dimensión de sí mismo de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022

HE2. Existe relación entre la dimensión social de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022

HE3. Existe relación entre la dimensión familia de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022

HE4. Existe relación entre la dimensión académica de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

4.4. Identificación de las variables

Variable X. Autoestima

Dimensiones:

- De sí mismo.
- Social.
- Familiar.
- Académico.

Variable Y. Uso de redes sociales

Dimensiones:

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

4.5. Matriz de operacionalización de variables

A continuación, la operacionalización de las variables dadas para la presente investigación, las cuales han sido definidas previamente a este capítulo.

VARIABLES	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición y rango
Autoestima	Se define como la propia evaluación que realiza el individuo, manteniéndose también por sí mismo, puede mostrar una a más formas de aprobación o desaprobación que muestra la sabiduría, la estima, el éxito y el	En cuanto a la variable de autoestima será medida de acuerdo y conforme lo exija el test de autoestima escolar de Cooper Smith Stanley, el mismo que está compuesto por 58 ítems.	De sí mismo	Autoconcepto Autopercepción Auto afecto Autocritica Identidad personal	Escala ordinal Alta Autoestima: (90 - 99) Autoestima Promedio Alto: (80 – 90) Autoestima Promedio Bajo: (30 – 75) Baja Autoestima:
			Social	Relación con los profesores. Relación con los amigos.	
			Familiar	Comunicación Relación familiar Autonomía	

	coraje del sujeto. (Coopersmith, The antecedents of self-esteem. Coopersmith of self-esteem, 1967)		Escuela	Resolver nuevos retos Tiene muchas cualidades.	(10 – 25) Autoestima Muy Baja: (1 – 5)
Uso de redes sociales	Se menciona esta cuando el individuo realiza su conexión a internet con el fin de la búsqueda de un alivio al malestar emocional, al estar aburrido, al sentirse solo, manifestar ira, ansiedad, etc. (Echeburúa & Corral, 2010)	Mientras que la variable uso de redes sociales estuvo operacionalizada de acuerdo al constructo del cuestionario el cual se centró funcionalmente en las dimensiones requeridas, asimismo este consta de 24 ítems.	Obsesión por las redes sociales.	Euforia Hipervigilancia Sensibilidad interpersonal Taquicardia o bradicardia	Escala ordinal Obsesión a las redes sociales 0-12 (bajo), 13-26 (moderado) 27-40 (Alto). Falta de Control Personal en el uso de Redes Sociales 0-7 (bajo)
			Falta de control personal en el uso de las redes sociales.	Ansiedad Tensión o cólera Deterioro de la capacidad de juicio o de la actividad social Dilatación de pupilas	

					08-16 (moderado) 17-24 (Alto).
			Uso excesivo de las redes sociales.	Comportamiento estereotipado Embotamiento afectivo Sudoración o escalofrió	Uso Excesivo de las Redes Sociales 0-31 (bajo) 32-65 (moderado) 66-96 (Alto).

4.6. Población – Muestra

Población

La población o universo es definido como un grupo que hace que coincidan todos los casos con determinadas especificaciones (Hernández y Mendoza, 2018).

La población se integró por 120 alumnos de secundaria, en donde se comprendió desde el 1ero de secundaria hasta el 5to grado.

Muestra

Una muestra se define como una clase de población o universo de interés que puede ser investigado, donde se recolectará información relevante, la cual debe ser un modelo de dicha población (Hernández y Mendoza, 2018).

La muestra fue de 75 estudiantes pertenecientes al 3ero, 4to y 5to año de educación secundaria.

Tabla 1.

Muestra de Estudio.

GRADO	CANTIDAD
3ero de Secundaria	24
4to de Secundaria	27
5to de Secundaria	24
TOTAL	75

Fuente: Nomina de matriculados

Criterios de Inclusión

- Estudiantes varones y mujeres.
- Estudiantes de edades entre 13 y 16 años.
- Estudiantes de la Institución educativa secundaria.

Criterios de Exclusión

- Estudiantes no pertenecientes a la Institución educativa secundaria.
- Estudiantes que no cuenten con un perfil en alguna red social.

Muestreo

El tipo de muestreo fue intencional, esto constituido por una estrategia, la cual resulta completamente válida cuando se realiza la recolección de los datos, principalmente empleada a un tamaño pequeño en lo que respecta a las muestras y en estos casos siendo completamente específicas (Alaminos y Castejón, 2006).

Principios éticos de la investigación

Principio de beneficencia: Tratándose del deber ético el cual busco el beneficio para los participantes de esta investigación, esto teniendo el fin de conseguir el máximo provecho y así poder reducir cualquier tipo de riesgo para los individuos (Osorio Hoyos , 2000).

Principios de justicia: Aplica cuando se está de acuerdo con respetar a los individuos y todos sus principios; Por lo que, dicha justicia se viene a realizar no sólo en el reconocimiento y la comprensión de los principios sino también en la indagación positiva de los resultados benéficos de todo el accionar investigativo (Osorio Hoyos , 2000).

4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Técnica

Para la investigación realizada se utilizo la tecnica de la psicometria la cual es una técnica de medida que se encarga de los factores que son verdaderamente medibles (Holden, 2000).

Asimismo se empleó la tecnica de la encuesta la cual es dada a través de un cuestionario ya elaborado y sin distorsión (Carrasco, 2017).

Instrumento

Inventario de autoestima de Coopersmith

De acuerdo también, para llegar a cuantificar la variable de autoestima, se utiliza el “Inventario de autoestima de Coopersmith”, desarrollado por Stanley Coopersmith en 1976. En donde para adaptarlo, se usó la estandarización hecha por Katheryn Abendaño en Perú en el año 2018. Este instrumento está compuesto por estas dimensiones:

Personal (ítems 1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 24, 25, 27, 30, 31, 34, 35, 38, 39, 43, 47, 48, 51, 55, 56, 57)

Social (ítems 5, 8, 14, 21, 28, 40, 49, 52)

Familiar (ítems 6, 9, 11, 16, 20, 22, 29, 44)

Académico (ítems 2, 17, 23, 33, 37, 42, 46, 54).

Ficha técnica del Inventario de autoestima de Coopersmith.

Nombre del Instrumento: “Inventario de autoestima de Coopersmith”, aplicado en Perú a través de Katheryn Abendaño 2018.

Aplicación: Individual y grupal.

Ámbito de aplicación: Adolescentes y jóvenes

Particularidad: Instrumento de inspección psicológica.

Número de ítems: 58 ítems.

Duración: De 15 a 20 min.

Finalidad: Mensuración de la autoestima

Estructura: Cuantifica cuatro dimensiones: Personal (26 ítems), Social (8 ítems), Familiar (8 ítems) y Académica (8 ítems). También incluye una escala L o escala de falsedad, compuesta por 8 ítems. Se alcanza una puntuación máxima de (50 ítems).

Calificación: Tabla de cálculo de valoraciones.

En cuanto al uso de dicha escala, ésta muestra una aproximación sobre del nivel de autoestima en adolescentes. Asimismo, se tiene entendido que esa escala cuenta con diversos parámetros en lo que respecta a la confiabilidad adecuada, teniendo al Alfa de Cronbach con un valor global igual a 0.72 como resultado de su adecuación en Perú y lo que respecta a su estandarización de 0.58.

Respecto al nivel de validez y a su contenido, siendo estandarizado, ésta fue evaluada a través de la “V” de Aiken a través de 10 jueces teniendo como resultado una aproximación en el rango de 0.80 y 1.00 manteniendo una significancia de $p < 0.5$ y 0.01 . De igual manera su modo en el proceso en el que se adaptó a Perú se logró obtener la verificación de la validez de su constructo; el cual fue verificado a través de la r de Pearson, tomando en consideración las dimensiones autoestima personal y familiar, en donde

se halló una relación altamente relevante. Mientras que, en el proceso de normalización, la validez se verificó mediante el estudio factorial exploratorio, donde la prueba de KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett mostraron que varios ítems están correlacionados y que pueden formar factores.

Asimismo, en el trabajo realizado por Espinoza (2015), realizó la adaptación del instrumento obteniendo como resultados que respecto a la fiabilidad, obtuvo a través del coeficiente de Kuder Richardson, un valor fluctuante entre 0.87 y 0.82. En donde muestra que, en la prueba corregida del proyecto, los niveles de puntaje de efectividad que obtuvo en cada área son superiores a 20, y están relacionados con la confiabilidad, encontrándose también un Alfa de 0.799 en autoestima general.

Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)

Respecto a la variable uso de redes sociales, se utilizó el “Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)”. 2014 el cual se sustentó por Miguel Ecurra Mayaute y Edwin Salas Blas de Perú. La herramienta consta de 24 ítems con 5 opciones de respuesta, todas basadas en el uso de redes sociales. Se ha dimensionado de la siguiente manera:

Obsesión por las redes sociales (ítems 2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23).

Falta de control personal en el uso de las redes sociales (ítems 4, 11, 12, 14, 20, 24).

Uso excesivo de las redes sociales (ítems 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21).

Ficha técnica del Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS).

Nombre del Instrumento: “Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)”, sustentada en Perú en 2014 por Miguel Ecurra y Edwin Salas

Aplicación: Individual y grupal.

Ámbito de aplicación: Adolescentes y jóvenes

Particularidad: Instrumento de inspección psicológica.

Número de ítems: 24.

Duración: De 10 a 20 min.

Finalidad: Exploración de adicción o nivel del manejo de las redes sociales.

Estructura: Cuantifica tres áreas o dimensiones: Obsesión por las redes sociales (10 ítems), falta de control personal (6 ítems) y uso excesivo de las redes sociales (8 ítems). Se alcanza un puntaje absoluto de (24 ítems).
Calificación: a través de la suma simple de los ítems.

El uso de la presente escala brindó un acercamiento respecto al nivel de uso de redes sociales principalmente en individuos que cursan la adolescencia. Asimismo, se tiene conocimiento de que, mantiene concretamente parámetros que afianzan la confiabilidad adecuada, teniendo el valor de 0.95 en lo que respecta al Alfa de Cronbach; y de 0.91, 0.88 y 0.92 para los factores, Obsesión por las redes sociales, Falta de control personal en el uso de las redes sociales y Uso excesivo de las redes sociales. En lo referido a la completa validez del contenido, se hallaron diversas concordancias en base a la opinión de los jueces expertos. De igual manera en lo que respecta a la validez del constructo, se halló el valor igual a 0.95 en cuanto al KM004F, lo cual es interpretado como un alto valor. A continuación, se hace muestra de la ficha técnica para el presente instrumento.

De igual manera en cuanto al trabajo de investigación desarrollado por Vite (2018), quien realizó la adecuación del Cuestionario de adicción a las redes sociales en alumnos de tercero a quinto de secundaria de cuatro instituciones públicas, obtuvo como resultados la validez de argumento a través del coeficiente V-Aiken, en donde los ítems tienen un puntaje de 0.80 a más. Asimismo, en cuanto a la confiabilidad por solidez interna se procuró un 0.92 en el Alfa de Cronbach, el cual se ratificó con un 0.92 en el coeficiente Omega, respecto al estudio factorial confirmatorio, se reafirmó la estructura de los tres factores planteados por Ecurra y Salas, obteniendo un índice de ajuste adecuado CFI= 0.96 y SRMR= 0.03.

Para desarrollar la recolección de datos, se realizó la presentación de una solicitud dirigida al director de la institución educativa en la ciudad de Juliaca, con el afán de obtener el permiso para proceder a evaluar a los alumnos de dicha institución. Cada uno de ellos recibió una copia de la hoja

de respuestas de cada instrumento de la investigación, los cuales son el Inventario de Autoestima de Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS), de Ecurra y Salas, de igual manera se obtuvo el consentimiento informado para formar parte de esta investigación.

Antes de dar comienzo a la aplicación de los instrumentos, se brindaron las instrucciones adecuadas para que los alumnos completen cada cuestionario, ofreciendo también la ayuda ante cualquier duda o pregunta.

4.8. Técnica de análisis y procesamiento de datos

Los tipos de análisis empleados para la presente investigación son:

- **Análisis descriptivo:** Principalmente mediante distintas tablas de frecuencias simples y de doble entrada (tablas de contingencia).
- **Análisis de tipo inferencial:** Empleando los estadísticos de asociación y correlación teniendo 2 a más variables, siendo estas el estadístico de Kolmogorov-Smirnov y la prueba de correlación de Rho de Spearman.

Para posteriormente ser llevado a cabo con el procesamiento de lo obtenido en cuanto a la administración del cuestionario, se llegó a construir una base de datos insertando así las respuestas obtenidas a las cuestiones formuladas, todo conforme a la administración del software estadístico SPSS versión 25. Posterior a ser verificada la información y a lograr la obtención de tablas y estadísticos; los cuales han permitido que se visualicen y dar análisis a los resultados de cierta manera no tan compleja para que se puedan realizar la elaboración de conclusiones.

V. RESULTADOS

5.1. Presentación de resultados

Tabla 2.

Datos Sociodemográficos

Características	Nº	%
Sexo		
Masculino	40	53.3
Femenino	35	46.7
Edad		
13	10	13.3
14	23	30.7
15	42	56.0
Grado de estudios		
3ro	24	32
4to	27	36
5to	24	32

Fuente: Data de resultados

Tabla 3.

Nivel de autoestima en alumnos de secundaria de una Institución educativa privada – Juliaca 2022.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Baja autoestima	10	13.3
Promedio Bajo	24	32.0
Promedio Alto	28	37.3
Alta Autoestima	13	17.3
Total	75	100.0

Fuente: Data de Resultados

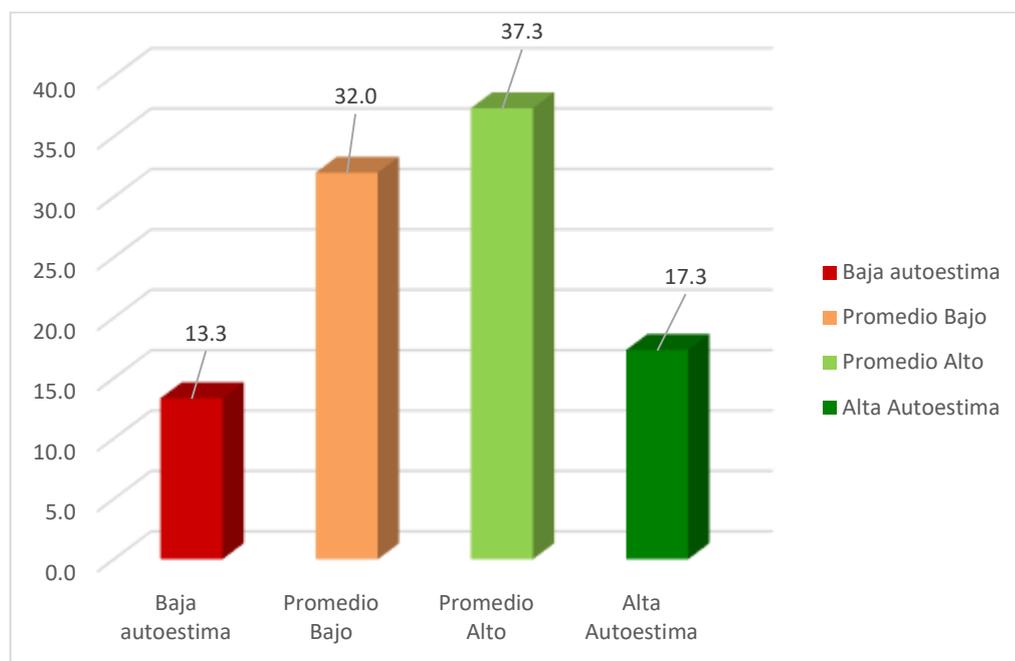


Figura 1. Nivel de autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada - Juliaca 2022.

Tabla 4.

Dimensión de sí mismo en alumnos de secundaria de una Institución educativa privada – Juliaca 2022.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Baja autoestima	17	23.0
Promedio Bajo	19	25.3
Promedio Alto	29	38.7
Alta Autoestima	10	13.3
Total	75	100.0

Fuente: Data de Resultados

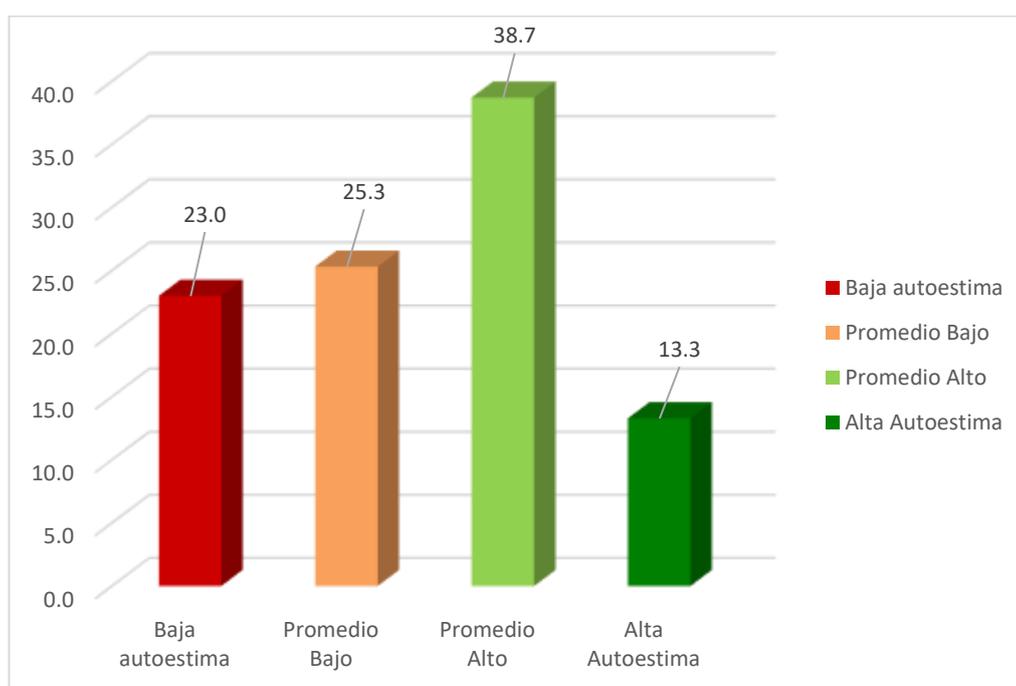


Figura 2. Dimensión de sí mismo en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Tabla 5.

Dimensión social en alumnos de secundaria de una Institución educativa privada – Juliaca 2022.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Baja autoestima	4	6.0
Promedio Bajo	19	25.3
Promedio Alto	30	40.0
Alta Autoestima	22	29.3
Total	75	100.0

Fuente: Data de Resultados

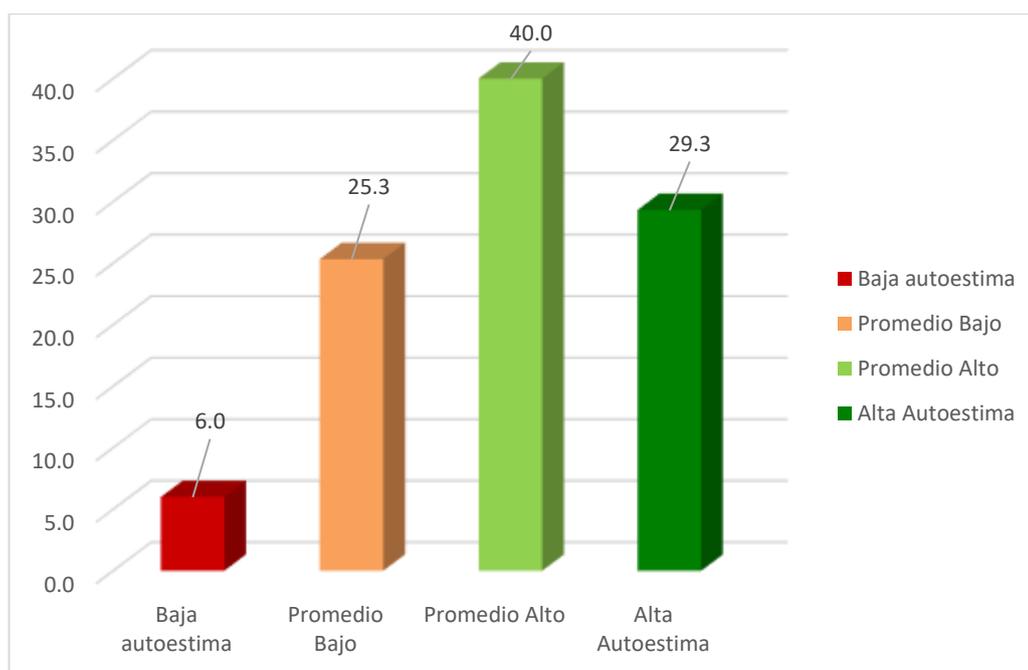


Figura 3. Dimensión social en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Tabla 6.

Dimensión familia en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Baja autoestima	17	23.0
Promedio Bajo	12	16.0
Promedio Alto	25	33.3
Alta Autoestima	21	28.0
Total	75	100.0

Fuente: Data de resultados

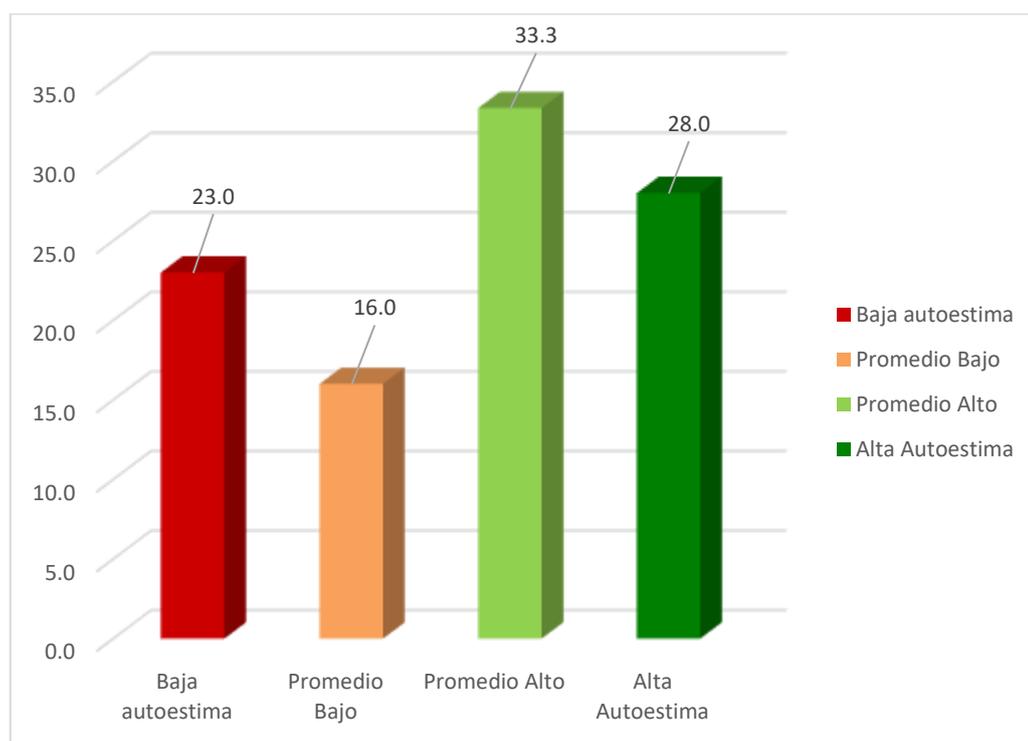


Figura 4. Dimensión familia en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Tabla 7.

Dimensión académica en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Baja autoestima	4	5.0
Promedio Bajo	28	37.3
Promedio Alto	24	32.0
Alta Autoestima	19	25.3
Total	75	100.0

Fuente: Data de resultados

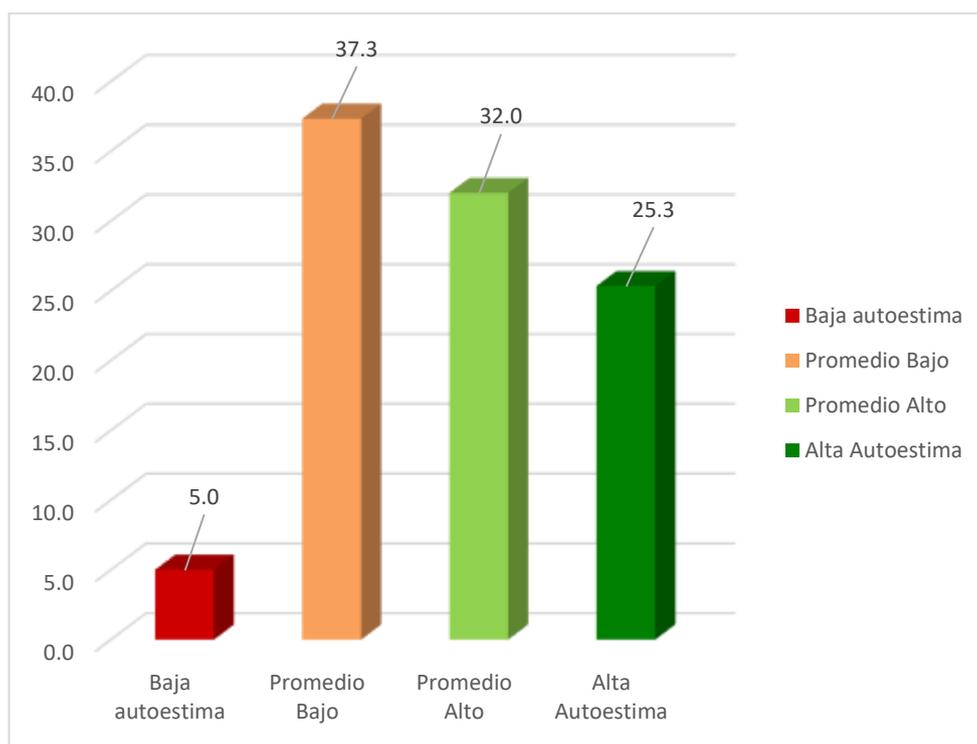


Figura 5. Nivel de autoestima: dimensión académica en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Tabla 8.

Nivel del uso de redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	59	78.7
Moderado	16	21.3
Total	75	100.0

Fuente: Data de resultados

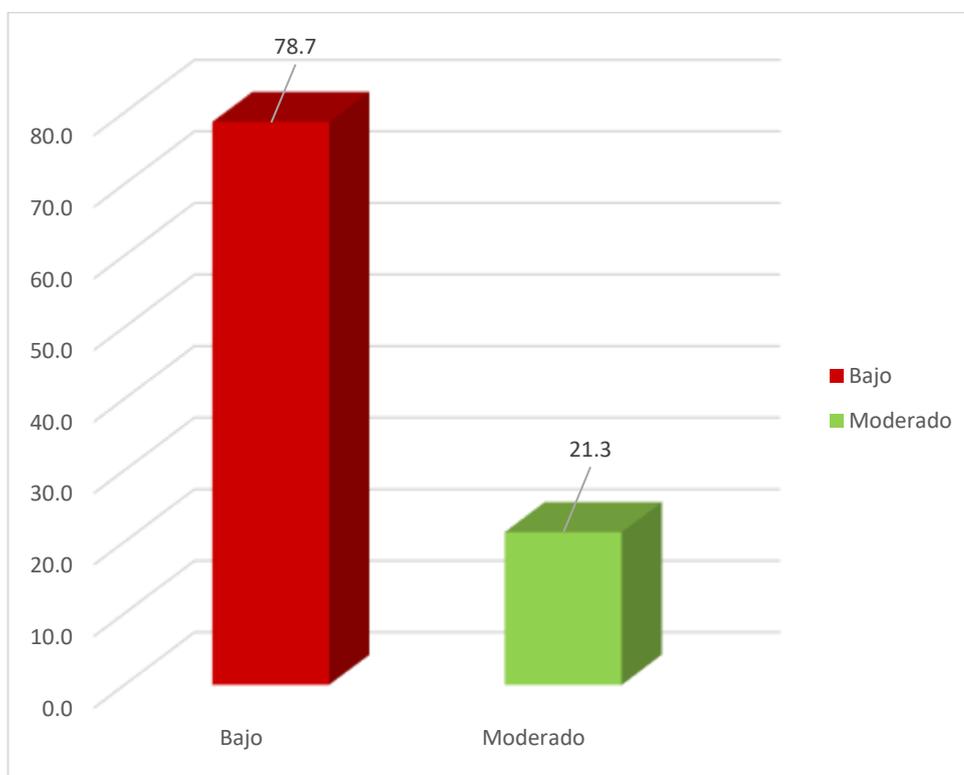


Figura 6. Nivel del uso de redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Tabla 9.

Obsesión por las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	62	82.7
Moderado	13	17.3
Total	75	100.0

Fuente: Data de resultados

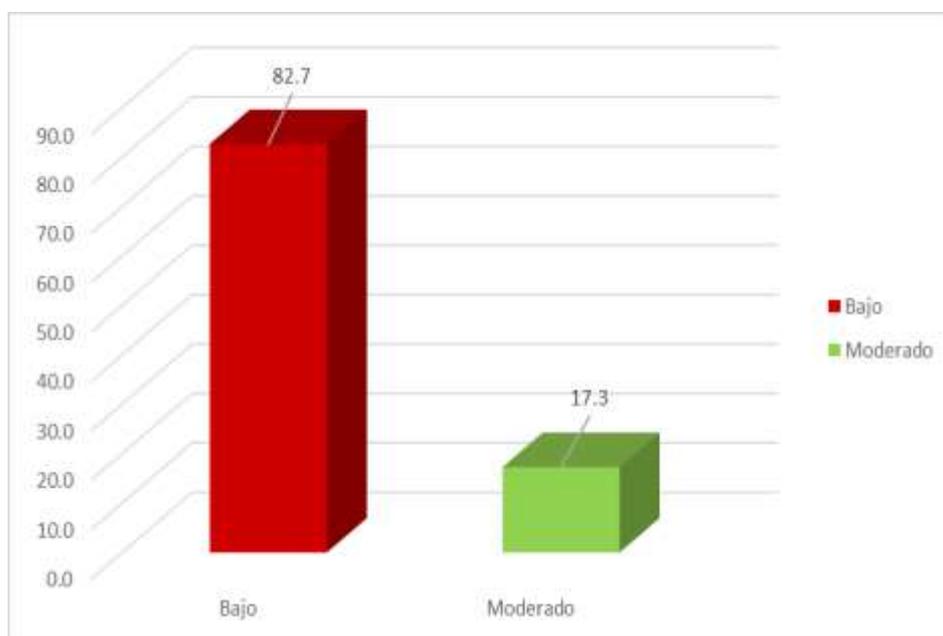


Figura 7. Obsesión por las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Tabla 10.

Falta de control personal en el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	35	46.7
Moderado	40	53.3
Total	75	100.0

Fuente: Data de resultados

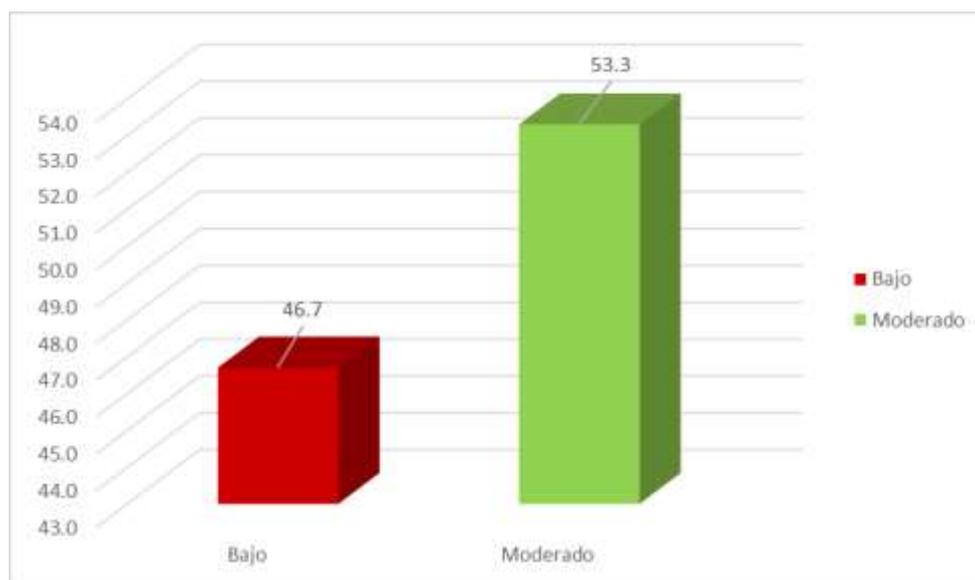


Figura 8. Falta de control personal en el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Tabla 11.

Nivel del uso de redes sociales: uso excesivo de las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	48	64.0
Moderado	27	36.0
Total	75	100.0

Fuente: Data de resultados

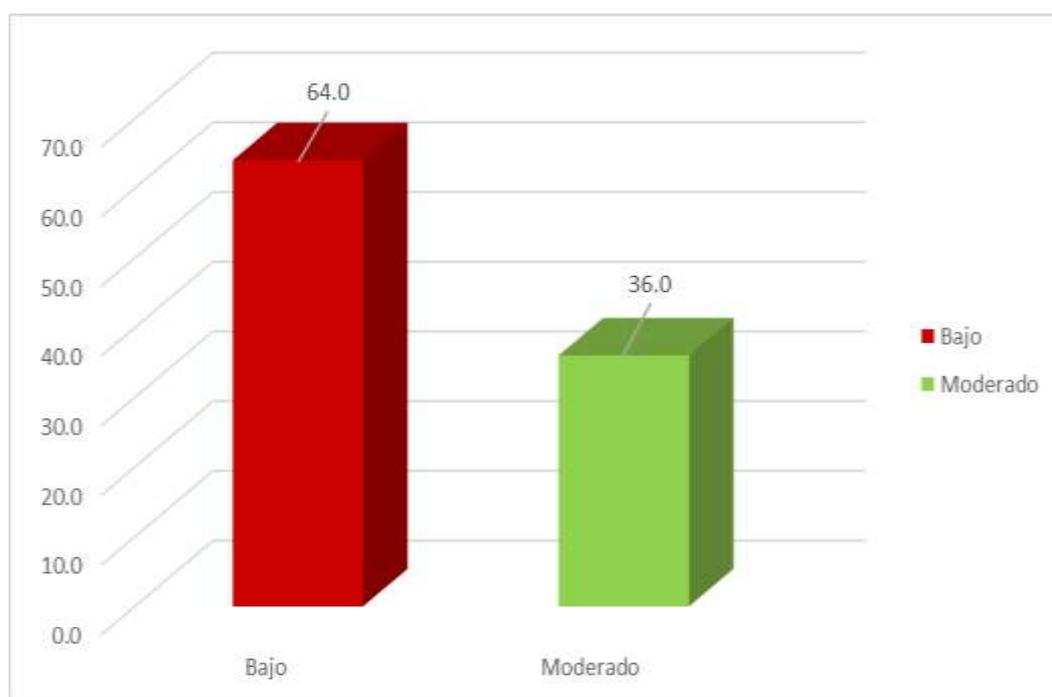


Figura 9. Uso excesivo de las redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022

Tabla 12.

Autoestima y sexo

		SEXO		
		Femenino	Masculino	TOTAL
Autoestima	Baja autoestima	5 6.7%	5 6.7%	10 13.3%
	Promedio Bajo	14 18.7%	10 13.3%	24 32.0%
	Promedio Alto	10 13.3%	18 24.0%	28 37.3%
	Alta Autoestima	6 8.0%	7 9.3%	13 17.3%
	TOTAL	35 46.7%	40 53.3%	75 100%

Fuente: Data de resultados

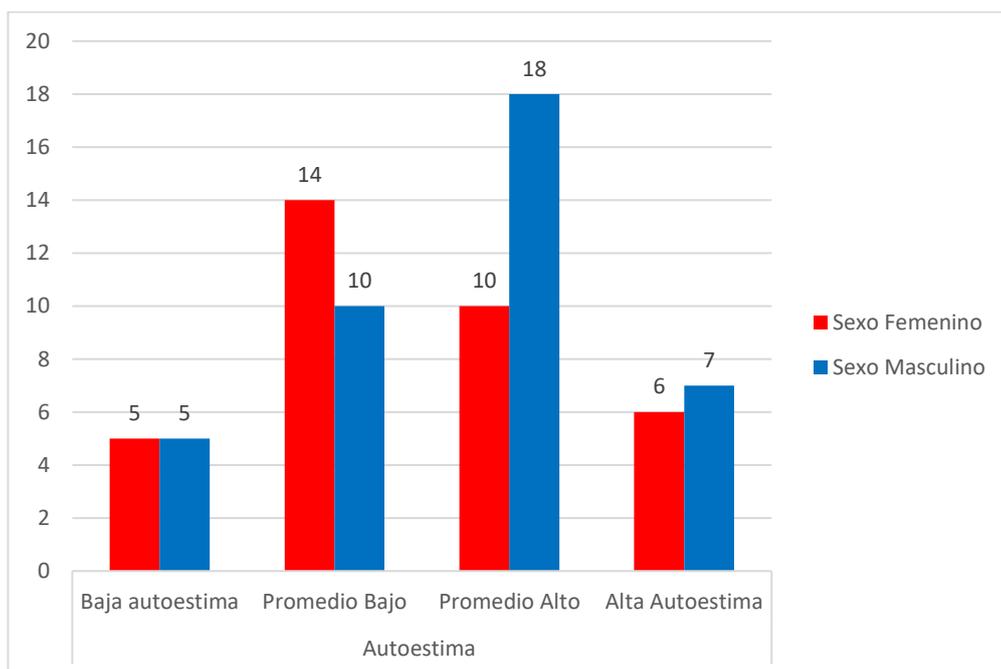


Figura 10. Autoestima: sexo

Tabla 13.

Autoestima y edad

		EDAD			TOTAL
		13	14	15	
Autoestima	Baja autoestima	3 4.0%	6 8.0%	1 1.3%	10 13.3%
	Promedio Bajo	1 1.3%	7 9.3%	16 21.3%	24 32.0%
	Promedio Alto	1 1.3%	7 9.3%	20 26.7%	28 37.3%
	Alta Autoestima	5 6.7%	3 4.0%	5 6.7%	13 17.3%
TOTAL		10 13.3%	23 30.7%	42 56.0%	75 100.0%

Fuente: Data de resultados

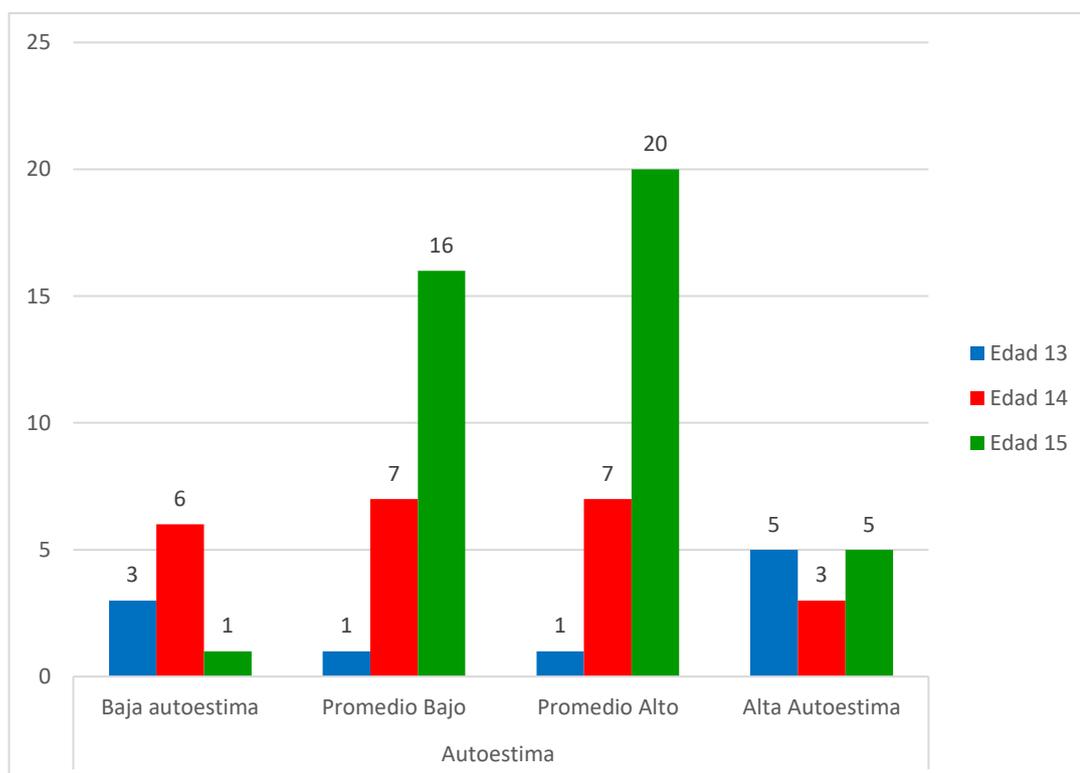


Figura 11. Autoestima: edad

Tabla 14.

Autoestima y grado de estudios

		GRADO DE ESTUDIOS			
		3ro	4to	5to	TOTAL
Autoestima	Baja autoestima	5 6.7%	4 5.3%	1 1.3%	10 13.3%
	Promedio Bajo	4 5.3%	13 17.3%	7 9.3%	24 32.0%
	Promedio Alto	8 10.7%	8 10.7%	12 16.0%	28 37.3%
	Alta Autoestima	7 9.3%	2 2.7%	4 5.3%	13 17.3%
TOTAL		24 32.0%	27 36.0%	24 32.0%	75 100.0%

Fuente: Data de resultados

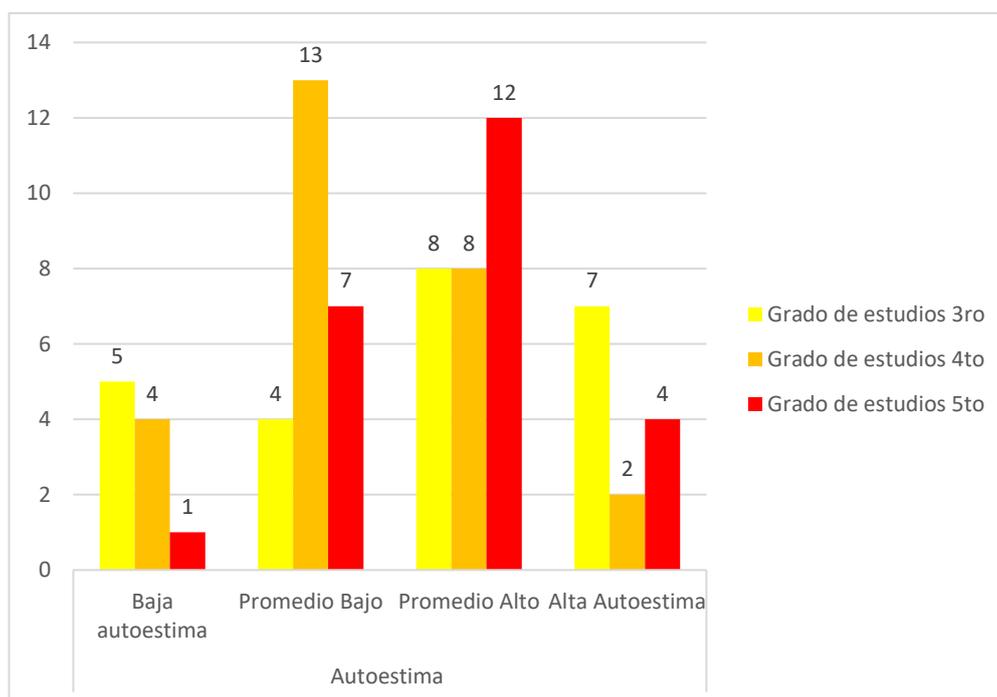


Figura 12. Autoestima: grado de estudios

Tabla 15.

Uso de redes sociales y sexo

		SEXO		
		Femenino	Masculino	TOTAL
USO DE REDES SOCIALES	Bajo	28 37.3%	31 41.3%	59 78.7%
	Moderado	7 9.3%	9 12.0%	16 21.3%
TOTAL		35 46.7%	40 53.3%	75 100.0%

Fuente: Data de resultados

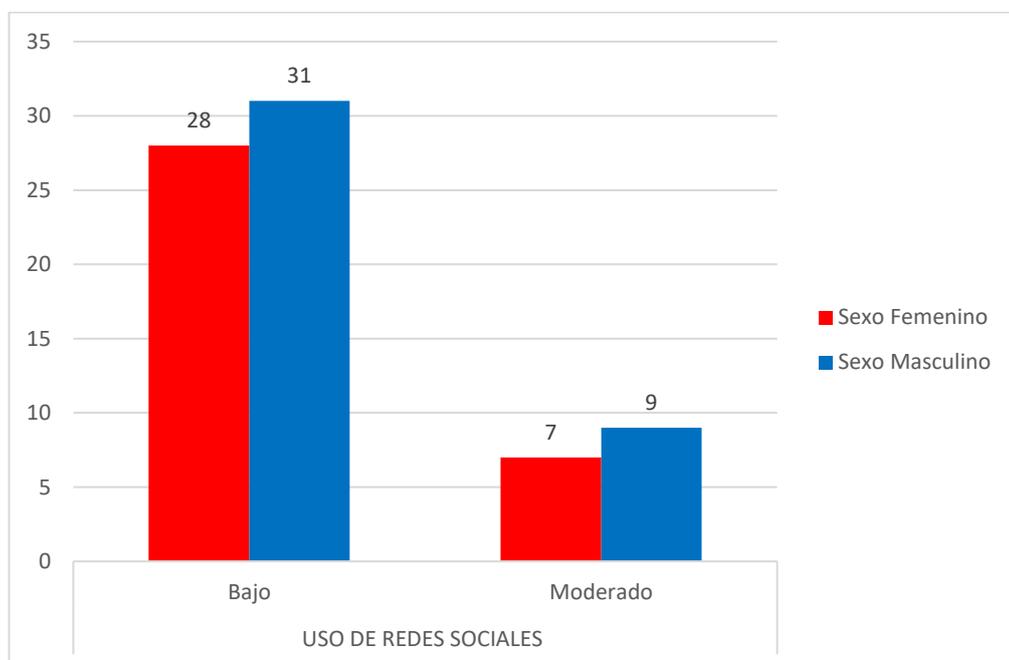


Figura 13. Uso de redes sociales: sexo

Tabla 16.

Uso de redes sociales y edad

		EDAD			TOTAL
		13	14	15	
USO DE REDES SOCIALES	Bajo	9 12.0%	18 24.0%	32 42.7%	59 78.7%
	Moderado	1 1.3%	5 6.7%	10 13.3%	16 21.3%
TOTAL		10 13.3%	23 30.7%	42 56.0%	75 100.0%

Fuente: Data de resultados

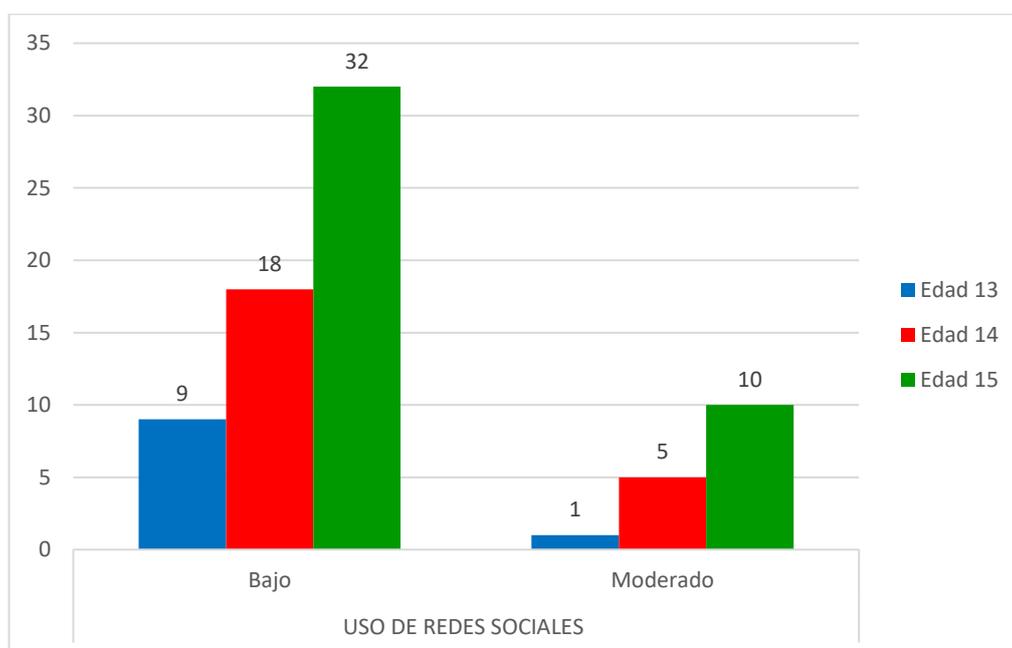


Figura 14. Uso de redes sociales: edad

Tabla 17.

Uso de redes sociales y grado de estudios

		GRADO DE ESTUDIOS			
		3ro	4to	5to	TOTAL
USO DE REDES SOCIALES	Bajo	20 26.7%	18 24.0%	21 28.0%	59 78.7%
	Moderado	4 5.3%	9 12.0%	3 4.0%	16 21.3%
TOTAL		24 32.0%	27 36.0%	24 32.0%	75 100.0%

Fuente: Data de resultados

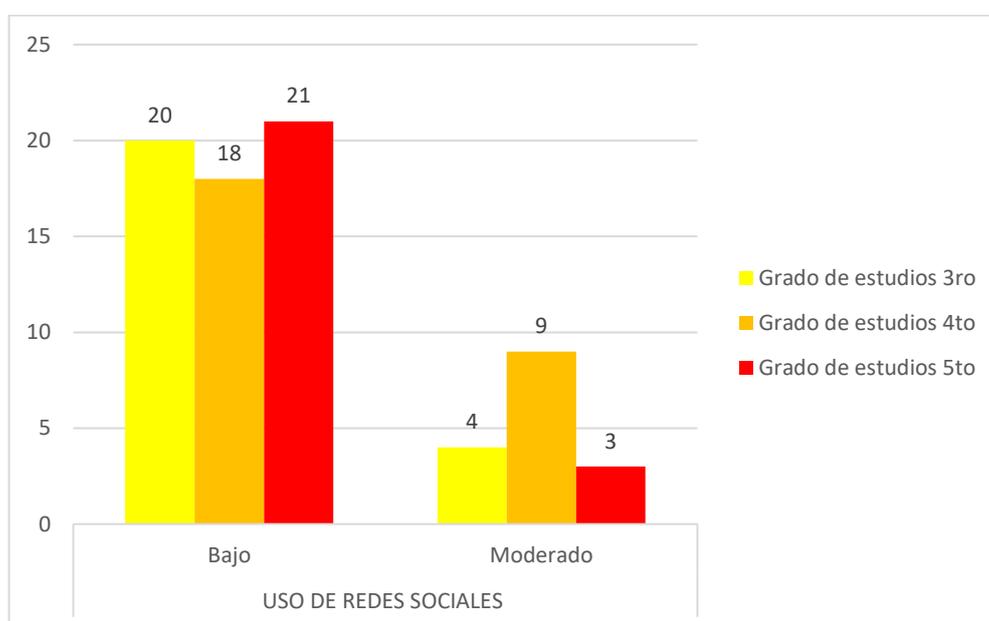


Figura 15. Uso de redes sociales: grado de estudios

5.2. Interpretación de resultados

En la tabla 2; Podemos observar que fueron evaluados alumnos distribuidos según sexo, siendo el grupo mayor el de varones con un 53.3% (40 alumnos) y complementariamente el grupo de mujeres con un 46.7% (35 alumnas). Se determinó también que el 13,3% presentan la edad de 13 años (10 alumnos), el 30,7% presentan la edad de 14 años (23 alumnos), el 56,0% presentan la edad de 15 años (42 alumnos). Asu vez se determinó que los alumnos evaluados fueron un 32% de 3ro de secundaria (24 alumnos), un 36% de 4to de secundaria (27 alumnos) y un 32% de 5to de secundaria (24 alumnos).

En la tabla 3 y figura 1; se muestran los resultados del nivel de autoestima en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022, en el cual se observa que el 17% (13 alumnos) presentan una alta autoestima, el 37.3% (28 alumnos) presentan un promedio alto; el 32% (24 alumnos) se ubica en un promedio Bajo y el 13.3% (10 alumnos) se ubica en un nivel de baja autoestima. Podemos concluir que la mayoría de los estudiantes posee una autoestima promedio alto, mencionando también que el nivel de autoestima más elevado es el de un promedio alto, lo cual significa que los 28 alumnos tienen aspiraciones para llegar a alcanzar la autorrealización y la autotrascendencia.

En la tabla 4 y figura 2; dimensión de sí mismo en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022 el cual se tiene que el 13.3% (10 alumnos) tiene alta autoestima, el 38.7% (29 alumnos) tienen un promedio alto de autoestima, el 25.3% (19 alumnos) un promedio bajo de autoestima y el 23% (17 alumnos) presenta baja autoestima en la dimensión de sí mismo. Con los datos obtenidos podemos concluir que el mayor número de estudiantes en la dimensión de sí mismo presentan un nivel de autoestima promedio alto, lo que tendría como significado que 29 alumnos mantienen un grado de preocupación por su aspecto físico y mental.

En la tabla 5 y figura 3; dimensión social se halló que el 29.3% (22 alumnos) tienen un nivel alto de autoestima, el 40% (30 alumnos) tienen un nivel de autoestima promedio, el 25.3% (19 alumnos) tiene un nivel

promedio bajo y el 6% (4 alumnos) tienen baja autoestima en la dimensión social. De la tabla concluimos que los alumnos en su mayoría denotan un nivel de autoestima promedio alto en la dimensión social, lo que se llega a comprender como la preocupación de estos 30 alumnos en los diversos aspectos que permitan realizar algún tipo de interacción con otras personas, preferiblemente de su misma edad.

En la tabla 6 y figura 4; dimensión familia se tiene que el 28% (21 alumnos) tiene un nivel alto de autoestima, el 33.3% (25 alumnos) tiene un promedio alto, el 33.3% (12 alumnos) tiene un nivel promedio bajo mientras que el 23% (17 alumnos) tienen baja autoestima en dimensión familia. En esta tabla se muestra claramente que la mayoría de estudiantes presentan un nivel de autoestima promedio alto en la dimensión de familia, indicando claramente que 25 de ellos han logrado desarrollar los procesos de integración dentro de su unidad familiar, llegando a establecer adecuadas relaciones con los miembros de esta.

En la tabla 7 y figura 5; dimensión académica denota que el 25.3% (19 alumnos) tienen un nivel de alta autoestima, el 32% (24 alumnos) tiene un promedio alto, el 37.3% (28 alumnos) tiene un nivel promedio bajo y el 5% (4 alumnos) tiene un nivel bajo de autoestima en la dimensión académica. Observando la tabla podemos concluir que el mayor número de alumnos denotan un nivel de autoestima promedio bajo en la dimensión académica, lo cual señala que la capacidad de constituirse dentro de un campo establecido por la disciplina, el análisis y la reflexión crítica es ligeramente baja, lo cual indicaría también que se podría mejorar conforme se practique.

En la tabla 8 y figura 6; se tiene el nivel de uso de redes sociales en alumnos de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022, en donde se puede observar que el que el 21.3% (16 alumnos) tiene un nivel moderado de uso de redes sociales y que el 78.7% (59 alumnos) tienen un nivel Bajo en el uso de redes sociales. De la tabla concluimos que el mayor número de estudiantes poseen un nivel bajo en el uso de redes sociales, mencionando también que el porcentaje más elevado es el de 78.7%, pudiéndose interpretar como la baja participación en el uso de las

redes sociales interacción, imágenes, el entorno, la novedad y la optimización.

En la tabla 9 y figura 7; obsesión por las redes sociales, se alcanzó que el 17.3% (13 alumnos) poseen un nivel moderado y el 82.7% (62 alumnos) poseen un nivel bajo de obsesión por las redes sociales. De la tabla concluimos que el mayor número de estudiantes tienen un nivel bajo en el uso de redes sociales en la dimensión obsesión por las redes sociales, llegando a comprenderse como casi la nula dependencia psicológica o conductual referente a las plataformas tales como Facebook, Twitter, Tik Tok, Instagram, etc.

En la tabla 10 y figura 8; falta de control personal en el uso de las redes sociales, se observó lo siguiente: el 53.3% (40 alumnos) tiene un nivel moderado en la falta de control personal en el uso de las redes sociales y el 46.7% (35 alumnos) presenta un nivel bajo. Lo que demostraría que el mayor número de estudiantes tienen un nivel moderado en el uso de las redes sociales en la dimensión de ausencia de control personal en el uso de las redes sociales, pudiendo comprenderse como un ligero desinterés en otros ámbitos personales tales como actividades académicas, domésticas, siendo estas sustituidas por el uso de distintas redes sociales.

En la tabla 11 y figura 9; uso excesivo de las redes sociales, se observó que: el 34% (27 alumnos) tiene un nivel moderado en el uso excesivo de las redes sociales y el 64% (48 alumnos) tiene un nivel bajo. Lo que indicaría que el mayor número de estudiantes tienen un nivel bajo en el uso de redes sociales dimensión uso excesivo de las redes sociales, lo que significaría que no existe una dependencia significativa ni un constante uso de diversas redes las cuales ocupen excesivamente el tiempo del alumno.

En la tabla 12 y figura 10; Autoestima y sexo, se observó que: el 6.7% de sexo femenino (5 alumnas) y el 6.7% de sexo masculino (5 alumnos) presentan una baja autoestima, el 18.7% de sexo femenino (14 alumnas) y el 13.3% de sexo masculino (10 alumnos) tienen una

autoestima en promedio bajo, el 13.3% de sexo femenino (10 alumnas) y el 24.0% de sexo masculino (18 alumnos) tienen una autoestima en promedio alto, asimismo el 8.0% de sexo femenino (6 alumnas) y el 17.3% de sexo masculino (7 alumnos) tienen un nivel alto de autoestima.

En la tabla 13 y figura 11; Autoestima y edad, se observó que: a la edad de 13 años el 4.0% (3 alumnos), 14 años el 8.0% (6 alumnos) y 15 años el 1.3% (1 alumno) presentan una baja autoestima, a la edad de 13 años el 1.3% (1 alumno), 14 años el 9.3% (7 alumnos) y 15 años el 21.3% (16 alumnos) presentan una autoestima en promedio bajo, a la edad de 13 años el 1.3% (1 alumno), 14 años el 9.3% (7 alumnos) y 15 años el 26.7% (20 alumnos) presentan una autoestima en promedio alto, a la edad de 13 años el 6.7% (5 alumnos), 14 años el 4.0% (3 alumnos) y 15 años el 6.7% (5 alumnos) presentan una alta autoestima.

En la tabla 14 y figura 12; Autoestima y grado de estudios, se observó que: en 3ero de secundaria el 6.7% (5 alumnos), en 4to de secundaria el 5.3% (4 alumnos) y 5to de secundaria el 1.3% (1 alumno) presentan una baja autoestima, en 3ero de secundaria el 5.3% (4 alumnos), en 4to de secundaria el 17.3% (13 alumnos) y en 5to de secundaria el 9.3% (7 alumnos) presentan una autoestima en promedio bajo, en 3ero de secundaria el 10.7% (8 alumno), en 4to de secundaria el 10.7% (8 alumnos) y en 5to de secundaria el 16.0% (12 alumnos) presentan una autoestima en promedio alto, en 3ero de secundaria el 9.3% (7 alumnos), en 4to de secundaria el 2.7% (2 alumnos) y en 5to de secundaria el 5.3% (4 alumnos) presentan una alta autoestima.

En la tabla 15 y figura 13; Uso de redes sociales y sexo, se observó que: el 37.3% de sexo femenino (28 alumnas) y el 41.3% de sexo masculino (31 alumnos) presentan un uso bajo de redes sociales, mientras que el 9.3% de sexo femenino (7 alumnas) y el 12.0% de sexo masculino (9 alumnos) presentan un uso moderado de redes sociales.

En la tabla 16 y figura 14; Uso de redes sociales y edad, se observó que: a la edad de 13 años el 12.0% (9 alumnos), 14 años el 24.0% (18 alumnos) y 15 años el 42.7% (32 alumnos) presentan un bajo uso de redes

sociales, mientras que a la edad de 13 años el 1.3% (1 alumno), 14 años el 6.7% (5 alumnos) y 15 años el 13.3% (10 alumnos) presentan un uso moderado de redes sociales.

En la tabla 17 y figura 15; Uso de redes sociales y grado de estudios, se observó que: en 3ero de secundaria el 26.7% (20 alumnos), en 4to de secundaria el 24.0% (18 alumnos) y 5to de secundaria el 28.0% (21 alumnos) presentan un uso bajo de redes sociales, mientras que en 3ero de secundaria el 5.3% (4 alumnos), en 4to de secundaria el 12.0% (9 alumnos) y 5to de secundaria el 4.0% (3 alumnos) presentan un uso moderado de redes sociales.

VI. ANALISIS DE RESULTADOS

6.1. Análisis inferencial

Se analizaron las estadísticas descriptivas de las variables y sus respectivas dimensiones. A su vez se realizó una prueba de normalidad para determinar si se trataba de una distribución paramétrica o no paramétrica. Por último, se realizó una prueba de hipótesis.

Tabla 18.

Estadísticos descriptivos de la variable Autoestima

AUTOESTIMA	N	MINIMO	MAXIMO	MEDIA	DESVIACION
De sí mismo	75	4	50	27.1467	13.04948
Social	75	0	14	8.8533	3.45118
Familiar	75	0	16	7.76	4.61443
Escuela	75	0	16	8.1067	3.6745

Tabla 19.

Estadísticos descriptivos de la variable Uso de Redes Sociales

AUTOESTIMA	N	MINIMO	MAXIMO	MEDIA	DESVIACION
Obsesión por las redes sociales	75	0	20	7.6933	4.39279
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	75	0	16	7.32	3.53806
Uso excesivo de las redes sociales	75	0	20	9.1333	4.68561

Tabla 20.

Prueba de Kolmorov-Smirnov para una muestra

		Autoestima: de sí mismo	Autoestima: Social	Autoestima: Familiar	Autoestima: Escuela	Uso de las redes sociales: Obsesión por las redes sociales	Uso de las redes sociales: Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Uso de las redes sociales: Uso excesivo de las redes sociales
N		75	75	75	75	75	75	75
Parámetros normales ^{a,b}	Media	27.1467	8.8533	7.7600	8.1067	7.6933	7.3200	9.1333
	Desviación típica	13.04948	3.45118	4.61443	3.67450	4.39279	3.53806	4.68561
Diferencias más extremas	Absoluta	.117	.163	.166	.143	.074	.110	.092
	Positiva	.104	.102	.139	.143	.071	.078	.092
	Negativas	-.117	-.163	-.166	-.109	-.074	-.110	-.051
Z de Kolmogorov-Smirnov		1.015	1.416	1.440	1.242	.645	.949	.795
Sig.asintót. (bilateral)		.254	.036	.032	.091	.799	.329	.552

a. La distribución de contraste en la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

Para la prueba de normalidad se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov debido a que el tamaño de la muestra fue de 75 estudiantes, los valores resultantes fueron mayores y menores a 0,05, lo que significa que nuestros datos tenían una distribución no paramétrica, para lo cual se aplicó la prueba de correlación Rho de Spearman.

Prueba de hipótesis general

Hipótesis nula: Ho:

No existe una relación entre la autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Hipótesis alterna: Ha:

Existe una relación entre la autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Nivel de significación:

$\alpha = 0.05$ (prueba bilateral)

Estadígrafo de Prueba:

Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman			Autoestima	Uso de redes
Rho de Spearman	Autoestima	Coeficiente de correlación	1,000	,698**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	75	75
Uso de redes	de	Coeficiente de correlación	,698**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	75	75

La correlación de Rho de Spearman muestra que $p=0.000$, lo cual indica que, sí existe correlación y rechaza la hipótesis nula de la investigación. Asimismo, muestra que el valor de correlación es, positiva considerable de 0,698, esto quiere decir que existe una relación directa entre la variable autoestima y la variable uso de redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada - Juliaca 2022.

Prueba de hipótesis específica 1.

Hipótesis nula: Ho:

No existe relación entre la dimensión de sí mismo de autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Hipótesis alterna: Ha:

Existe relación entre la dimensión de sí mismo de autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Nivel de significación:

$\alpha = 0.05$ (prueba bilateral)

Estadígrafo de Prueba:

Coefficiente de Correlación de Rho de Spearman

				Dimensión de sí mismo	Uso de redes
Rho de Spearman	Dimensión de sí mismo	Coefficiente de correlación	de	1,000	,667**
		Sig. (bilateral)		.	,000
		N		75	75
	Uso de redes	Coefficiente de correlación	de	,667**	1,000
		Sig. (bilateral)		,000	.
		N		75	75

La correlación de Rho de Spearman muestra que $p=0.000$, lo cual indica que, sí existe correlación y rechaza la hipótesis nula de la investigación. Asimismo, muestra que el valor de correlación es, positiva considerable de 0,697, esto quiere decir que existe una relación directa entre la dimensión de sí mismo de autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Prueba de hipótesis específica 3.

Hipótesis nula: Ho:

No existe relación entre la dimensión familia de autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Hipótesis alterna: Ha:

Existe relación entre la dimensión familia de autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Nivel de significación:

$\alpha = 0.05$ (prueba bilateral)

Estadígrafo de Prueba:

Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman

			Dimensión familia	Uso de redes
Rho de Spearman	Dimensión familia	Coeficiente de correlación	1,000	,604**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	75	75
	Uso de redes	Coeficiente de correlación	,604**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	75	75

La correlación de Rho de Spearman muestra que $p=0.000$, lo cual indica que, sí existe correlación y rechaza la hipótesis nula de la investigación. Asimismo, muestra que el valor de correlación es, positiva considerable de 0,604, esto quiere decir que existe una relación directa entre la dimensión familia de autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Prueba de hipótesis específica 4.

Hipótesis nula: Ho:

No existe relación entre la dimensión académica de autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Hipótesis alterna: Ha:

Existe relación entre la dimensión académica de autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

Nivel de significación:

$\alpha = 0.05$ (prueba bilateral)

Estadígrafo de Prueba:

Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman

			Dimensión académica	Uso de redes
Rho de Spearman	Dimensión académica	Coeficiente de correlación	1,000	,373**
		Sig. (bilateral)		,001
		N	75	75
	Uso de redes	Coeficiente de correlación	,373**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	75	75

La correlación de Rho de Spearman muestra que $p=0.001$, lo cual indica que, sí existe correlación y rechaza la hipótesis nula de la investigación. Asimismo, muestra que el valor de correlación es, positiva media de 0,373, esto quiere decir que existe una relación directa entre la dimensión académica de autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.

VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

7.1. Comparación de resultados con antecedentes

Consideramos importante mencionar que lo hallado en la presente investigación se realizó en el periodo de la postpandemia mundial por Covid-19; mientras que los antecedentes mencionados tuvieron hallazgos sucedidos en otros periodos de tiempo.

Así también, en cuanto a las fortalezas que se lograron detectar fueron el interés y la colaboración activa de los alumnos de la institución educativa, en cuanto a la exposición de herramientas y la explicación que se les dio sobre la finalidad de estos, asimismo el uso de dinámicas y charlas ampliaron mencionados aspectos. Respecto a las debilidades que se encontraron fueron el cansancio y agotamiento debido a la continuidad de las clases que desarrollan durante el horario académico, sin embargo, como se ha mencionado se logró sobrellevar mencionada situación.

Se logró determinar la relación entre autoestima y uso de redes sociales en alumnos de secundaria de una Institución Educativa Juliaca 2022; obteniendo un valor de correlación de 0.698. A partir de los resultados se obtuvo un valor de correlación positiva considerable de $\rho=0.000$, a través de la prueba de Rho de Spearman. Por ello rechazamos la hipótesis nula de la investigación y apoyamos la hipótesis alterna, la cual indica que existe una relación entre las variables estudiadas.

De acuerdo a Rodriguez (2021) en su investigación tuvo como finalidad resolver la relación entre la autoestima y la adicción a redes sociales. Obteniendo como resultados una relación significativa baja e inversa entre las variables de estudio de -0,37. En comparación a los frutos obtenidos en esta investigación, se denota que no existe similitud en cuanto a lo obtenido en correlación de ambas variables, demostrando que existe una relación directa, la cual indica que, a mayor nivel de autoestima el uso de redes sociales incrementa.

De igual modo, se contrasta con el estudio realizado por Valdez (2021) quien en su investigación sobre adicción a las redes sociales y

autoestima en estudiantes de una institución educativa de Magdalena del Mar. Obtuvo como resultado que la adicción a las redes sociales se relaciona negativamente con la autoestima, mencionando que el 77% mostró una tendencia a la baja autoestima. En comparación a los frutos obtenidos en esta investigación, se observa una relación directa y una diferencia en contraste con dichos resultados teniendo un 13% de alumnos con tendencia a la baja autoestima mientras que Valdez refiere haber obtenido un mayor porcentaje en cuanto a la baja autoestima.

Los hallazgos de la presente investigación resultan similares a los obtenidos por Cuaical, Y. y Yar, A. (2019), encontraron que la mayor parte de adolescentes que utilizaban redes sociales poseían una alta autoestima siendo esta el 45% interpretándose como un nivel de autoestima predominante respectivamente a los otros niveles.

Así también en la investigación realizada por Chavez (2021) encontramos una gran similitud en base a su objetivo general planteado, en donde logra determinar que el nivel de uso de redes sociales impacta en la autoestima, a través de una relación significativa y positiva, entre la primera variable y la segunda variable, tal y como se logró encontrar en los resultados de esta investigación.

En cuanto a la variable autoestima el 13% mostro un nivel bajo de esta, por lo que estos frutos logran diferir con los obtenidos por Martínez, (2017) quien obtuvo un 23.67% correspondiente a una autoestima media.

En cuanto a la variable redes sociales, el 21% muestra un nivel de uso moderado de redes sociales y al comparar estos resultados con los obtenidos por De la Villa Moral y Fernández (2019) quienes mencionan que el 88,75% de los adolescentes manifiestan un uso moderado de redes sociales, difiriendo de los frutos obtenidos en esta investigación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Primera: En base al objetivo general se logró establecer una relación directa entre autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada en Juliaca 2022. Esto se pudo comprobar mediante la prueba de Rho de Spearman, el cual arrojó un valor de $p=0.000$ y una correlación positiva considerable. Estos resultados rechazan la hipótesis nula de la investigación y apoyan la hipótesis alterna, la cual afirma que existe una relación entre las variables estudiadas.

Segunda: Se logró establecer una relación directa entre la dimensión de sí mismo de autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022. Esto se pudo comprobar mediante la prueba de Rho de Spearman, el cual arrojó un valor de $p=0.000$ y una correlación positiva considerable de 0.667. Es importante mencionar que esta relación es directa, lo que significa que un aumento en la dimensión de sí mismo de autoestima se relaciona con el uso de redes sociales, ya que al mostrarse a través de fotos y videos, consiguen incrementar la aprobación, confianza y seguridad de sí mismos.

Tercera: Se logró establecer una relación directa entre la dimensión social de la autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022. Esto se pudo comprobar mediante la prueba de Rho de Spearman, el cual arrojó un valor de $p=0.000$ y una correlación positiva media de 0.492. Es importante mencionar que esta relación es directa, lo que significa que un aumento en la dimensión social de la autoestima se relaciona con el uso de redes sociales, ya que la mayoría de adolescentes con edades similares prefieren comunicarse desde la comodidad y seguridad de su hogar con amigos o compañeros.

Cuarta: Se logró establecer una relación directa entre la dimensión familia de la autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de

secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022. Esto se pudo comprobar mediante la prueba de Rho de Spearman, el cual arrojó un valor de $p=0.000$ y una correlación positiva considerable de 0.604. Es importante mencionar que esta relación es directa, lo que significa que un aumento en la dimensión familia de la autoestima se relaciona con el uso de redes, ya que estas permiten a la familia mantenerse conectada a pesar de no encontrarse en la misma ciudad o país.

Quinta: Se logró establecer una relación directa entre la dimensión académica de la autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada – Juliaca 2022. Esto se pudo comprobar mediante la prueba de Rho de Spearman, el cual arrojó un valor de $p=0.001$ y una correlación positiva media de 0.373. Es importante mencionar que esta relación es directa, lo que significa que un aumento de la dimensión académica se relaciona con el uso de redes sociales, ya que en diversas redes existe contenido de temas académicos los cuales son muy vistos y de gran apoyo para el estudiante.

RECOMENDACIONES

Primera: En base a la conclusión N° 1. A la directora de la Institución gestionar con el centro de salud mental más cercano asesoramiento psicológico para los adolescentes y garantizar un uso adecuado de redes sociales, de manera que esto tenga un impacto positivo en su autoestima.

Segunda: En base a la conclusión N°2. Al personal docente de la institución guiar a los estudiantes en el uso de las redes sociales como una forma de motivación para mejorar su autopercepción, autoconcepto y autovaloración, haciendo un uso positivo de esta herramienta.

Tercera: En base a la conclusión N°3. Al personal docente de la institución implementar medidas de orientación para fomentar una socialización adecuada y responsable en las redes sociales entre los adolescentes, para mejorar su autoestima a nivel social de manera positiva y fortalecer sus relaciones sociales y autoconfianza.

Cuarta: En base a la conclusión N°4. A los estudiantes se sugiere que utilicen diferentes plataformas de las redes sociales para fortalecer su relación familiar, especialmente con aquellos miembros que viven lejos y tienen presencia en al menos una de las redes sociales. De esta manera, se pueden mantener lazos cercanos y fortalecer la comunicación, incluso a distancia.

Quinta: En base a la conclusión N°5. A los estudiantes se aconseja utilizar las redes sociales para obtener información adicional sobre temas académicos de su interés. Ya que estas plataformas ofrecen también contenido útil y de apoyo para mejorar el rendimiento académico. Aprovechar las redes sociales puede ser una estrategia valiosa para enriquecer el conocimiento en diferentes ámbitos académicos.

Sexta: A los futuros investigadores tomar como punto de relevancia esta investigación para poder tener un antecedente sobre las variables autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de Juliaca.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adrianzén, H. (2006). *Mejore su autoestima*. Mirbet.
- Alaminos, A., y Castejón, J. L. (2006). *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión*. Universidad de Alicante Marfil.
- Alcántara, J. A. (1993). *Como educar la autoestima*. CEAC.
- Alcántara, J. A. (2001). *Educación la autoestima*. CEAC.
- Ararat, E. (1 de setiembre de 2017). *Análisis del uso de las redes sociales en los estudiantes universitarios de San José de Cúcuta-Colombia*. Mundo Fest. <http://bitly.ws/zzDo>
- Artiaga, G. (01 de Octubre de 2020). *Enfoque cuantitativo: métodos, fortalezas y debilidades*. Testsiteforme. <https://www.testsiteforme.com/enfoque-cuantitativo/>
- Barbachán, Y. y Paredes, S. (2015). *Violencia en el enamoramiento y autoestima en estudiantes universitarios*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Católica de Santa María]. <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/3521>
- Bembibre, C. (julio 2009). *Definición Interpersonal*. definición ABC. Desde <https://www.definicionabc.com/social/interpersonal.php>
- Branden, N. (1994). *The six Pillars of Self-Esteem*. Bantan.
- Caldevilla, D. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las ciencias de la información*, 33, 44-68. <http://bitly.ws/zliC>
- Carrasco, S. (2017). *Metodología de la Investigación Científica* (Vol. 14). San Marcos.
- Malo-Cerrato, S., Martín, M., y Viñas-Poch, F. (2018). Excessive use of social networks: Psychosocial profile of Spanish adolescents. *Revista Científica de comunicación y educación comunicar*, 56, 101-110. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-10>
- Chavez, J. (2021). *El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes de la ciudad de Casma, Ancash 2020*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Autónoma de Ica]. <http://bitly.ws/zKUv>

- Choque, C., y Ponce, M. (2017). *Autoestima y Consumo de Alcohol en los estudiantes del tercer año de la Institución Educativa Secundaria Industrial Simón Bolívar de la ciudad de Juliaca - 2017*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Peruana Unión]. <http://bitly.ws/zKTa>
- Cochran, W. G. (2010). *Técnicas de muestreo* (15ª ed.). Continental.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman and Company.
- Coopersmith, S. (1976). *The antecedents of Self-Esteem*. W. H. Freeman and Company.
- Coopersmith, S. (1959). *Escala de autoestima de Coopersmith versión escolar*. Palo Alto.
- Cordova, M. F. (2015). *Estudio del impacto de las redes sociales en el comportamiento de los adolescentes de 12 a 14 años en una unidad educativa en la ciudad de Guayaquil*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10296/1/UPS-GT001190.pdf>
- Cuaical, Y., y Yar, A. (2019). *Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes de B.G.U, de la Unidad Educativa Municipal "Julio Enrique Moreno", de la ciudad de Quito durante el periodo lectivo 2018 - 2019*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Central de Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18101>
- Dangeolo, R. (12 de mayo del 2011). *Definición de Atributo*. Concepto Definición. <https://conceptodefinicion.de/atributo/>
- De la villa moral, M., y Fernandez, S. (2019). Uso problemático de internet en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad. *Avances de la psicología latinoamericana*, 37(1), 103-119. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.5029>
- DeConceptos. (2022). *Aislamiento*. DeConceptos. <https://deconceptos.com/general/aislamiento>
- DefiniciónABC. (2022). *Necesidad*. DefiniciónABC. <http://bitly.ws/zzDP>

- Echeburúa, E., y Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-95. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=289122889001>
- Escurra, M., y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91. <http://bitly.ws/zlrH>
- Fernández, B. (2011). *Las redes sociales lo que hacen sus hijos en internet*. Club universitario.
- García, V. (22 de Marzo de 2007). *Autoestima: Pino* www.pino.pntic.mec./recursos/infantil/salud/autoestima.htm.
- Gonzales , B. (2018). ¿Cómo mejorar el aprendizaje? Influencia de la autoestima en el aprendizaje del estudiante universitario. *Revista Complutense de Educación*, 30(3), 781-795. <http://dx.doi.org/10.5209/RCED.58899>
- Haeussler, I., y Milicic, N. (2014). *Confiar en uno mismo: programa de desarrollo de la autoestima*. Catalonia.
- Hernández, R., y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: cuantitativas, cualitativas y mixta*. Mc-Graw-Hill educación.
- Hernández, R., Fernandez, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6ta edición). Mc-Graw-Hill Education. <http://bitly.ws/zlu4>
- Holden, R. R. (2000). *Psychometrics*. Encyclopedia of psychology.
- Jiménez, G., y Lagos, V. (2021). *La autoestima como factor predictivo en la adicción a redes sociales en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión filial Juliaca, 2020*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Peruana Unión]. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/4692>
- Jourard, S., y Landsman, T. (1987). *La personalidad saludable: el punto de vista de la psicología humanista*. Trillas.
- Lambourne, R., y Chapman, J. W (1990). Some antecedents of academic selfconcept: a longitudinal study. *The british Journal of Educational Psychology*, 60(2), 142-152. <http://bitly.ws/zlw6>

- Madariaga, c., Abello, R., y Sierra, O. (2003). *Redes sociales infancia, familia y comunidad*. Recuperado 5 de Mayo de 2022 de <http://bitly.ws/zzEc>
- Mejía, A., Pastrana, J., y Mejía, J. (2011). XII Congreso Internacional de Teoría de la Educación. *La autoestima, factor fundamental para el desarrollo de la autonomía personal y profesional*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Molina, M., Baldares, T., y Maya, A. (1996). *Fortalezcamos la autoestima*. Sibaja.
- Mullisaca, I., y Mamani, J. (2018). *Problemas relacionados con el uso de las redes sociales y habilidades sociales en estudiantes de 14 a 17 años de una Institución Educativa Estatal de la ciudad de Juliaca, 2018*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Peruana Unión]. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/3610>
- Osorio, J. G. (2000). Principios éticos de la investigación en seres humanos y en animales. *Medicina (Buenos Aires)*, 60(2), 255-258. <http://bitly.ws/zzE6>
- Paucar, M. J., y Barboza, S. M. (2018). *Niveles de autoestima de los estudiantes de la institucion educativa 9 de diciembre de pueblo nuevo Chincha 2017*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Nacional de Huancavelica]. <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/1900>
- Pillaca, J. (2019). *Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Autonoma del Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/904>
- Prato, L. (2010). *Utilización de la web 2.0 para aplicaciones educativas en la U.N.V.M*. Recuperado 5 de Mayo de 2022, de <http://bitly.ws/zzEj>
- PsicoAdapta. (2021). *Hábito*. PsicoAdapta. <https://www.psicoadapta.es/blog/que-es-el-habito/>
- Psicopedia (2013). *Autoconfianza*. Psicopedia <https://psicopedia.org/3344/autoconfianza-claves-para-mejorarla/>

- Quispe, L. W. (2018). *Usos de las redes sociales y su impacto en las relaciones interpersonales de los adolescentes de cuarto grado de secundaria de un colegio particular de clase media alta de Lima*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Antonio Ruiz de Montoya]. <http://hdl.handle.net/20.500.12833/1960>
- Real Academia Española. (s.f.). *Redes sociales*. En diccionario de la lengua española Recuperado en 7 de Mayo de 2022, de <https://dpej.rae.es/lema/red-social>
- Real Academia Española, (s.f.). *Identidad*. En diccionario de la lengua española. Recuperado en 7 de Mayo de 2022, de <https://dle.rae.es/identidad?m=form>
- Rice, P. (2000). *Adolescencia. Desarrollo, relaciones y cultura*. Pearson Educación.
- Rissoan, R. (2016). *Redes sociales Comprender y dominar estas nuevas herramientas de comunicación*. Ediciones ENI
- Robles, S. (2021). *Uso de Redes Sociales y Autoestima en estudiantes de 3ro, 4to y 5to grado de secundaria de un Colegio de Lima, 2021*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/77050>
- Rodriguez, V. (2021). *Autoestima y Adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada 2020*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/29837>
- Rosario, I., y Ruiz, E. (2018). La adicción a las redes sociales en una muestra de empleados de varias organizaciones del sureste de Puerto Rico. *Avances en psicología*, 26(2), 201-210. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2018.v26n2.1191>
- Rosenberg, M. (1996). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Sahagún, C., Martínez, C., y Delgado, Q. (2015). Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. *Rev Med MD*, 6(4), 285-289. <http://bitly.ws/zzEt>
- Satir, V. (1980). *Psicoterapia familiar conjunta*. Prensa Médica Mexicana.

- Sheeman, E. (2000). *Cómo mejorar tu autoestima*. Océano.
- Significados. (2013). *Internet*. Significados.
<https://www.significados.com/internet/>
- Valdez, M. (2021). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Magdalena del Mar*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Autónoma del Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1287>
- Yapura, M. E. (2015). *Estudio sobre la incidencia de la baja autoestima en el rendimiento académico en los primeros años de la escolaridad primaria*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Abierta Interamericana]. <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/tc118097.pdf>
- Yto, B., y Flores, A. (2021). *Adicción a las redes sociales durante la pandemia en jóvenes de una universidad pública y privada, Juliaca - 2021*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología, Universidad Peruana Unión]. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/5238>
- Zeballos, G. (2005). *Desarrollo personal*. Puno, Perú.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es la relación entre la dimensión de sí mismo de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la dimensión social de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022</p> <p>Objetivos específicos Determinar la relación entre la dimensión de sí mismo de autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.</p> <p>Determinar la relación entre la dimensión social de la autoestima y el uso de las redes sociales en</p>	<p>Hipótesis general Ho: No existe relación entre autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022 Hi: Existe relación entre autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022</p> <p>Hipótesis específicas Existe relación entre la dimensión de sí mismo de autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022</p>	<p>Variable 1: Autoestima Dimensiones De sí mismo Social Familiar Académico Instrumento Inventario de autoestima de Coopersmith</p> <p>Variable 2: Redes sociales Dimensiones Obsesión por las redes sociales. Falta de control</p>	<p>Enfoque: cuantitativo Tipo: básica de corte transversal Nivel: Correlacional Diseño: No experimenta.</p> <hr/> <p>Población, muestra y muestreo La población está integrada por 120 adolescentes La muestra queda</p>

<p>institución educativa privada – Juliaca 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la dimensión familia de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la dimensión académica de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022?</p>	<p>alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.</p> <p>Determinar la relación entre la dimensión familia de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022</p> <p>Determinar la relación entre la dimensión académica de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.</p>	<p>Existe relación entre la dimensión social de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022</p> <p>Existe relación entre la dimensión familia de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022</p> <p>Existe relación entre la dimensión académica de la autoestima y el uso de las redes sociales en alumnos de secundaria en una institución educativa privada – Juliaca 2022.</p>	<p>personal en el uso de las redes sociales. Uso excesivo de las redes sociales.</p> <p>Instrumento ARS</p>	<p>conformada por 75 adolescentes</p>
--	--	--	--	---------------------------------------

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH FORMA

ESCOLAR

Nombre.....Edad:.....Fecha:.....

Sexo:.....Institución Educativa:.....Grado.....

INSTRUCCIONES

Seguidamente, hallaras algunas preguntas en torno a cómo te comportas o sientes. Luego de cada interrogante hay dos espacios en blanco, uno de la columna de “V” y otra de la columna “F”. Marcaras con una X en la “V”, si la pregunta está de acuerdo con la manera en que actúas o sientes; y, marcarás con una X la “F”, si la pregunta no diga la manera en que actúas o te sientes.

ITEMS	V	F
1. Las cosas generales no me preocupan.		
2. Me resulta muy difícil hablar frente a la clase.		
3. Hay muchas cosas sobre mí mismo (a) que cambiaría si pudiera.		
4. Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades.		
5. Soy una persona divertida.		
6. En casa me fastidio fácilmente.		
7. Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo.		
8. Soy popular entre los chicos (as) de mi edad.		
9. Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos.		

10. Me rindo fácilmente.		
11. Mis padres esperan demasiado de mí.		
12. Es bastante difícil ser yo mismo (a).		
13. Mi vida es complicada.		
14. Los (as) chicos (as) generalmente aceptan mis ideas.		
15. Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo (a).		
16. Muchas veces me gustaría irme de casa.		
17. Generalmente me siento aburrido (a) en la escuela.		
18. Físicamente no soy tan simpático (a) como la mayoría de personas.		
19. Si tengo algo que decir, generalmente lo digo.		
20. Mis padres me comprenden.		
21. La mayoría de personas caen mejor de lo que yo caigo.		
22. Generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando.		
23. Generalmente me siento desmoralizado (a) en la escuela.		
24. Generalmente desearía ser otra persona.		
25. No se puede confiar en mí.		
26. Nunca me preocupo de nada.		
27. Estoy seguro (a) de mí mismo (a).		
28. Caigo bien fácilmente.		
29. Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos.		
30. Paso bastante tiempo soñando despierto (a).		
31. Desearía tener menos edad.		
32. Siempre hago lo correcto.		
33. Estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela.		
34. Alguien siempre debe decirme lo que debo hacer.		

35. Generalmente me arrepiento de las cosas que hago.		
36. Nunca estoy contento (a).		
37. Estoy haciendo lo mejor que puedo.		
38. Generalmente puedo cuidarme solo (a).		
39. Soy bastante feliz.		
40. Preferiría jugar con niños (as) más pequeños (as) que yo.		
41. Me gustan todas las personas que conozco.		
42. Me gusta cuando me llaman a la pizarra.		
43. Me comprendo a mí mismo (a).		
44. Nadie me presta mucha atención en casa.		
45. Nunca me llaman la atención.		
46. No me está yendo tan bien en la escuela como quisiera.		
47. Puedo tomar una decisión y mantenerla.		
48. Realmente no me gusta ser un (a) adolescente.		
49. No me gusta estar con otras personas.		
50. Nunca soy tímido (a).		
51. Generalmente me avergüenzo de mí mismo (a).		
52. Los (as) chicos (as) generalmente se la agarran conmigo.		
53. Siempre digo la verdad.		
54. Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz.		
55. No me importa lo que me pase.		
56. Soy un fracaso.		
57. Me fastidio fácilmente cuando me regañan.		
58. Siempre sé lo que debo decir a las personas.		

Fuente: Abendaño (2018).

CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES ARS

Nombres y Apellidos:

Fecha:

Sexo:

Edad:

Vives con:

Tienes

internet: Si No

Cuanto tiempo al día usas internet:

Próximamente, se presentan 24 ítems aludidos al uso de las redes sociales, contestar a todos ellos con franqueza. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. Considere.

Siempre S Rara vez R V Casi siempre CS Nunca N Algunas veces AV

N° ITEMS	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					

9	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora					
19	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

Fuente: Ecurra y Salas (2014).

Anexo 3: Base de Datos

Variable 1: Autoestima

	Preguntas																													
NUMERO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
2	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0
3	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0
4	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
6	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1
7	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0
8	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1
9	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1
10	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0
11	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0
12	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0
13	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0
16	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0
17	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1

19	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0		
20	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1		
21	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1		
22	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	
23	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
24	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	
25	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	
26	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	
27	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	
28	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	
29	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	
30	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	
31	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	
32	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	
33	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	
34	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	
35	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	
36	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	
37	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	
38	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	
39	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	
40	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	
41	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	
42	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	
43	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1

69	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	
70	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	
71	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	
72	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
73	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	
74	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	
75	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0

Preguntas																													
NUMERO	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	45	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58
1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1
2	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0
3	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1
4	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0
5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
6	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0
7	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0
8	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0
9	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0
10	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
11	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0
12	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1
13	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0
14	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0
16	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
17	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0
18	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0
19	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1
20	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1
21	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1
22	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0

23	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1		
24	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1		
25	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1		
26	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0		
27	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0		
28	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0		
29	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0		
30	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1		
31	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1		
32	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0		
33	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1		
34	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0		
35	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1		
36	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1		
37	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0		
38	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
39	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1		
40	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
41	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
42	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
43	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1		
44	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0		
45	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0		
46	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0		
47	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1

48	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1
49	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	
50	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
51	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
52	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0
53	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0
54	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0
55	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0
56	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
57	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1
58	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1
59	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
60	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0
61	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1
62	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1
63	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
64	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0
65	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
66	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
67	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0
68	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0
69	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0
70	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
71	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
72	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1

73	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
74	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0
75	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1

Variable 2: Uso de redes sociales

NUMERO	ITEM																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	0	1	0	0	1	1	1	2	0	2	0	1
2	1	1	0	1	3	0	2	2	3	1	0	4	1	1	1	1	3	0	0	1	0	1	0	2
3	2	0	0	3	1	0	1	1	3	0	1	3	4	1	0	1	0	3	1	2	0	0	1	0
4	3	2	0	3	0	0	1	1	2	1	0	2	2	2	0	1	3	1	0	1	0	0	0	2
5	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	2	2	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0
6	2	0	0	1	1	0	2	0	2	0	0	1	0	1	0	1	3	4	2	1	0	3	0	1
7	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	0	1	0	3	1
8	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	4	0	4	1	1	2	1	0	0	0	0	0	2
9	2	1	2	3	1	0	1	2	2	2	1	4	0	2	0	2	2	3	2	1	0	2	2	2
10	1	1	0	3	1	0	0	1	0	1	1	3	2	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1
11	0	1	0	2	0	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1
12	2	0	0	2	0	0	1	4	0	1	0	2	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1
13	1	1	0	0	2	2	2	1	2	1	2	1	1	3	0	2	2	1	1	1	0	2	0	1
14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
15	2	1	1	0	2	0	3	3	4	2	1	2	1	4	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
16	3	3	1	3	3	1	0	2	2	2	2	3	0	1	2	3	3	3	1	0	1	2	1	2
17	1	2	2	1	2	1	2	4	4	1	4	1	4	3	0	4	3	2	3	4	0	3	1	3
18	2	0	0	1	0	0	1	0	4	1	2	4	1	1	0	1	2	0	2	1	0	4	0	0
19	1	0	1	2	2	1	0	2	3	1	1	2	2	1	0	1	3	2	0	1	0	0	0	1
20	1	1	1	2	2	0	0	0	1	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	1	1	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	1	1	0	1	2	1	0	0	0	1	0	1

22	1	1	0	1	0	0	1	2	1	2	1	4	1	1	0	1	2	4	0	0	0	0	0	0
23	1	1	2	0	0	1	0	3	2	1	1	0	2	0	0	0	1	2	0	1	0	3	1	1
24	1	2	0	2	1	0	0	1	1	1	2	1	2	0	0	3	3	2	0	0	1	0	1	0
25	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
26	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	3	3	3	1	0	1	1	0	0	1	1	1	3
27	2	1	2	4	2	3	1	0	2	2	0	1	0	2	0	4	4	1	0	4	0	4	0	2
28	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
29	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	2	0	0	0	0	4	1	4	0	0	4	4	0	4	0	0	0	4	0	0	0	4	4	0
31	1	2	0	1	0	0	1	2	3	2	1	1	0	4	0	1	1	1	2	1	0	4	0	2
32	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
33	2	1	0	0	0	1	0	1	3	0	1	1	0	4	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
34	3	0	0	0	2	0	2	1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	3	2	1	2	1
35	1	0	2	1	1	0	0	1	2	1	2	4	3	2	3	1	2	1	0	1	0	3	0	2
36	0	0	1	0	1	0	0	0	3	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1
37	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	2	0	1	3	2	0	0	0	0	0	1
38	2	2	0	0	1	0	1	2	1	3	1	2	2	3	1	3	2	2	0	1	2	1	2	1
39	3	2	1	1	2	1	0	3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	1	0	0	1	2	2
40	1	1	0	0	0	0	1	3	0	0	1	0	3	0	1	3	0	1	1	0	3	0	3	1
41	4	2	3	4	1	1	1	2	1	3	2	0	3	2	1	3	4	1	0	3	2	3	1	3
42	2	2	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	2	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0
43	1	1	2	0	0	1	0	3	2	1	1	0	2	0	0	0	1	2	0	1	0	3	1	1
44	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	0	0	1	2	2
45	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
46	2	1	2	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	2

47	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
48	3	0	2	3	1	2	3	1	0	2	1	0	1	2	1	3	4	1	1	1	0	1	1	1
49	1	1	0	0	2	2	2	1	2	1	2	1	1	3	0	2	2	1	1	1	0	2	0	1
50	2	2	0	2	0	0	1	0	0	1	0	4	1	4	0	2	2	0	0	0	0	4	0	0
51	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	2	1	0	1	2
52	1	2	1	2	0	1	1	2	3	1	3	1	1	1	1	2	1	1	3	1	0	1	0	1
53	2	3	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	0	1	0	2	0	1
54	0	1	1	0	1	0	2	1	1	1	1	3	2	1	1	2	2	0	1	1	0	1	1	2
55	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	2	0	1	1	1	2	0	0	0	1	1	1
56	1	1	1	1	0	0	0	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1
57	3	0	2	2	1	0	4	1	2	0	4	4	3	0	0	1	3	2	2	0	0	0	1	4
58	1	0	0	0	0	0	0	1	2	0	2	1	0	4	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0
59	3	1	0	2	2	1	0	1	2	1	2	1	3	1	0	0	1	0	0	1	1	2	1	0
60	2	2	0	2	0	0	1	0	0	1	0	4	1	4	0	2	2	0	0	0	0	4	0	0
61	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
62	1	2	2	1	1	1	0	1	2	1	0	1	1	1	0	1	3	0	0	1	0	0	1	1
63	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
64	1	2	0	0	2	0	0	1	1	1	2	3	0	1	1	4	2	1	0	0	0	1	0	0
65	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	1	1	2	1	2	2	0	1	1	1
66	3	2	1	1	2	1	0	3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	1	0	0	1	2	2
67	1	2	1	0	0	0	1	1	2	0	1	2	0	2	0	2	1	1	1	1	0	0	0	0
68	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	2	0	0	0	0
69	2	1	1	2	0	2	1	0	1	2	3	0	1	2	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1
70	2	2	1	1	0	1	1	1	0	1	2	1	1	3	0	2	2	1	1	1	0	2	0	1
71	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0

72	1	1	1	1	2	2	1	0	0	0	3	1	2	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0
73	2	2	0	2	0	0	1	0	0	1	0	4	1	4	0	2	2	0	0	0	0	1	0	0
74	0	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	3	0	1	1	1	1	1	2	2	0	1
75	1	2	2	1	0	0	0	1	1	0	0	2	0	1	1	0	1	1	0	2	0	0	0	0

Anexo 4: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Institución : Universidad Autónoma de Ica.

Responsables :

Objetivo: Por la presente lo estamos invitando a su menor hijo(a) a participar de la investigación que tiene como finalidad Al participar del estudio, su menor hijo (a) deberá resolver un cuestionario de ... ítems y otro de ..., los cuales serán respondidos de forma anónima.

Procedimiento: Si autoriza que su menor hijo(a) participe de este estudio, su hijo(a) deberá responder un cuestionario denominado “.....” y “.....”, los cuales deberán ser resueltos en un tiempo de 20 minutos, dichos cuestionarios serán realizado a través de

Confidencialidad de la información: El manejo de la información es a través de códigos asignados a cada participante, por ello, las responsables de la investigación garantizan que se respetará el derecho de confidencialidad e identidad de cada uno de los participantes, no mostrándose datos que permitan la identificación de las personas que formaron parte de la muestra de estudio.

Consentimiento: Yo, en pleno uso de mis facultades mentales y comprensivas, he leído la información suministrada por el/las Investigadoras(es), y autorizo voluntariamente, que mi menor hijo(a) participe/ participar en el estudio indicado, habiéndome informado sobre el propósito de la investigación, así mismo, autorizo la toma de fotos (evidencia fotográfica), durante la resolución del instrumento de recolección de datos.

Chincha, de, de 2021

Firma:

Apellidos y nombres:

DNI:

ASENTIMIENTO INFORMADO

Estimado/a estudiante:

En la actualidad nos encontramos realizando una investigación sobre el tema: "AUTOESTIMA Y USO DE REDES SOCIALES EN ALUMNOS DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA – JULIACA 2022" por eso quisiéramos contar con tu valiosa colaboración. El proceso consiste en la aplicación de un cuestionario que deberán ser completados con una duración de aproximadamente 20 minutos. Los datos recogidos serán tratados confidencialmente y utilizados únicamente para fines de este estudio.

De aceptar participar en la investigación, debes firmar este documento como evidencia de haber sido informado sobre los procedimientos de la investigación. En caso tengas alguna duda con respecto a las preguntas que aparecen en los cuestionarios, solo debes levantar la mano para solicitar la aclaración y se te explicará cada una de ellas personalmente.

Gracias por tu gentil colaboración.

Acepto participar voluntariamente en la investigación: Si No

Lugar: Fecha: / /

FIRMA DEL PARTICIPANTE

Anexo 5: Documentos administrativos

Constancia de autorización

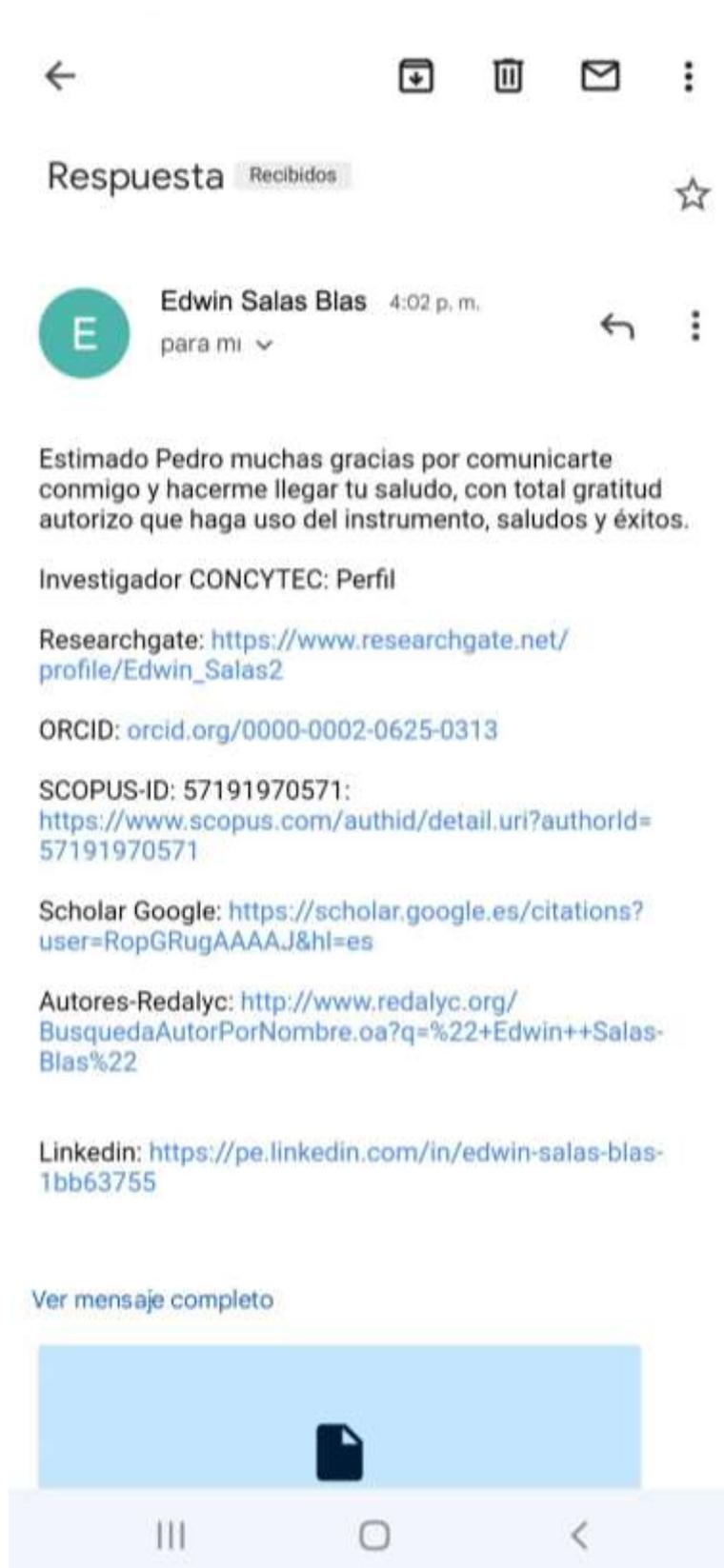


Anexo 6: Evidencias (Constancia de aplicación, autorización)

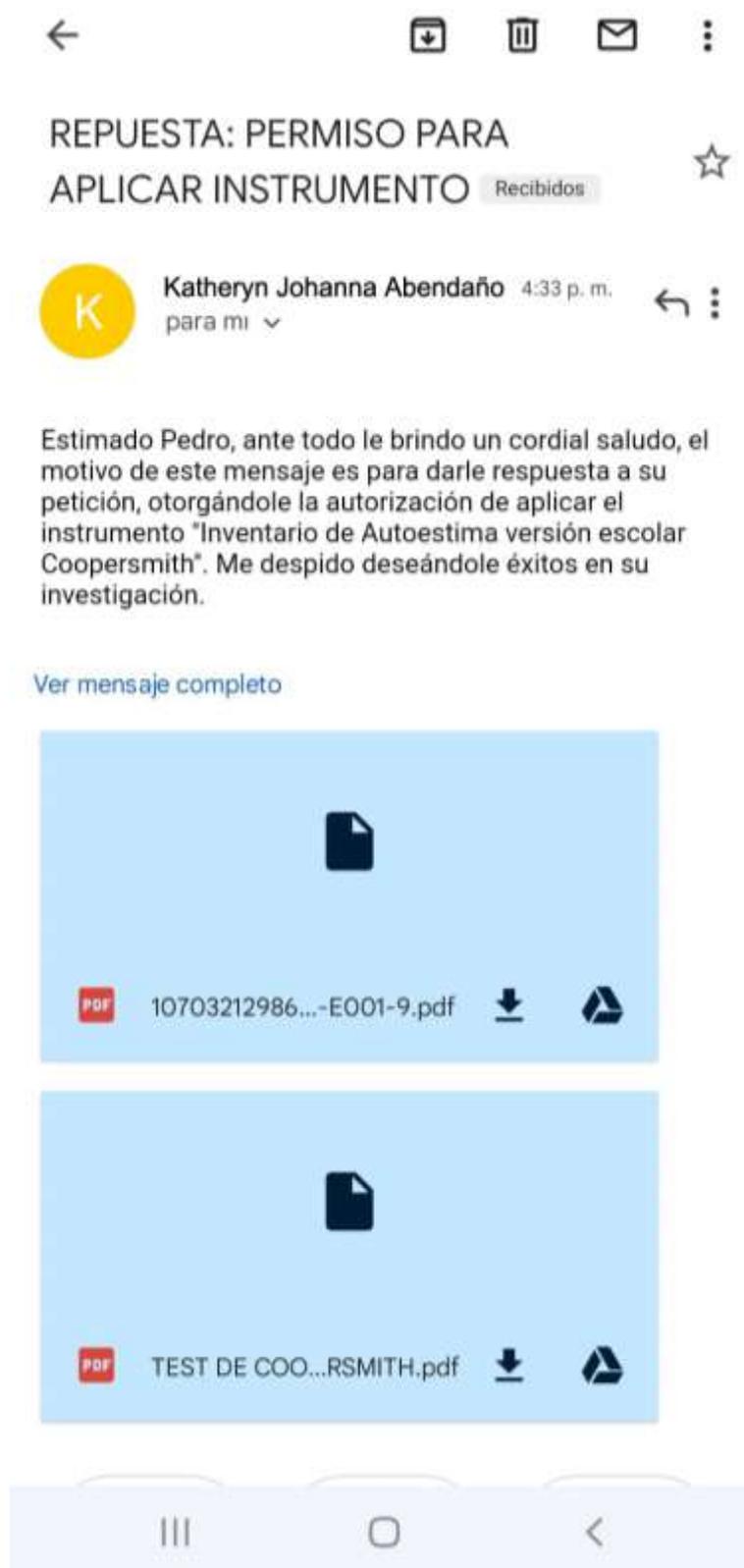
Constancia de la aplicación de los instrumentos



Autorización para el uso de la escala de Adicción a las redes sociales



Autorización para el uso del Inventario de autoestima versión escolar de Coopersmith, adaptado



Anexo 7: Informe de Turnitin al 28% de similitud

AUTOESTIMA Y USO DE REDES SOCIALES EN ALUMNOS DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA – JULIACA 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	6%
2	repositorio.autonomadeica.edu.pe Fuente de Internet	5%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
5	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	2%
6	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	1%