



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

“Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas del distrito de La Unión, 2023”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Psicología

AUTORAS:

Chapilliquen Lopez, Karen Lizeth (orcid.org/0009-0000-5408-0884)
Puemape Rojas, Luz Maria Micaela (orcid.org/0000-0001-5783-5322)

ASESOR:

Mg. Jibaja Balladares, Jesus Alfonso (orcid.org/0000-0003-0545-6878)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Violencia

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Promoción de la salud, nutrición y salud alimentaria

PIURA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo de investigación a Dios por brindarnos sabiduría y fortaleza en nuestro proceso de formación académica. A nuestra familia, que es nuestra inspiración más grande para luchar por nuestros sueños. Y a nuestros amigos y personas que nos han apoyado e impulsado cada día para ser mejores.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, por guiarnos y brindarnos la sabiduría necesaria para la realización de este trabajo. A nuestras familias y amigos quienes son nuestra fuente de motivación para salir adelante a pesar de las adversidades que encontremos.

A nuestro asesor Jesús Alfonso Jibaja Balladares por compartir con nosotras sus conocimientos, por orientarnos y sobre todo motivarnos a realizar un buen trabajo.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, JIBAJA BALLADARES JESUS ALFONSO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD de la escuela profesional de PSICOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DE LA UNIÓN, 2023", cuyos autores son CHAPILLIQUEN LOPEZ KAREN LIZETH, PUEMAPE ROJAS LUZ MARIA MICAELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 21 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
JIBAJA BALLADARES JESUS ALFONSO DNI: 03681943 ORCID: 0000-0003-0545-6878	Firmado electrónicamente por: JA.JIBAJAJ el 09-08- 2023 09:52:08

Código documento Trilce: TRI - 0606200





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, CHAPILLIQUEN LOPEZ KAREN LIZETH, PUEMAPE ROJAS LUZ MARIA MICAELA estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD de la escuela profesional de PSICOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DE LA UNIÓN, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
KAREN LIZETH CHAPILLIQUEN LOPEZ DNI: 71439511 ORCID: 0009-0000-5408-0884	Firmado electrónicamente por: KCHAPILLIQUEN el 21-07-2023 18:55:35
LUZ MARIA MICAELA PUEMAPE ROJAS DNI: 61386895 ORCID: 0000-0001-5783-5322	Firmado electrónicamente por: LPUEMAPE el 21-07-2023 18:56:17

Código documento Trilce: TRI - 0606201



Índice de contenidos

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES.....	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de Investigación	13
3.2. Variables y Operacionalización	13
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.	17
3.3.1. Población.....	17
3.3.2. Muestra.....	17
3.3.3. Muestreo.....	18
3.3.4. Unidad de análisis	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.4.1. Técnica	18
3.4.2. Instrumento.....	19
3.4.3. Validez y confiabilidad de Escala de Adicción a las Redes Sociales	20
3.4.4. Validez y confiabilidad de la escala de Autoestima	21
3.5. Procedimientos	22

3.6. Método de Análisis de datos	22
3.7. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES	32
REFERENCIAS	33
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables	15
Tabla 2 Valores de muestra	18
Tabla 3 Ficha técnica de escala de adicción a las redes sociales	19
Tabla 4 Ficha técnica de escala de autoestima de Rosenberg.....	21
Tabla 5 Prueba de normalidad.....	24
Tabla 6 Relación entre adicción a las redes sociales y la autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión.....	24
Tabla 7 Niveles de adicción a las redes sociales en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión, 2023.....	25
Tabla 8 Niveles de autoestima de los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión, 2023	25
Tabla 9 Relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión, 2023. ...	26

Índice de figuras

Figura 1 Esquema de fórmula del diseño correlacional	13
Figura 2 Fórmula de tamaño de muestra	17

Resumen

En el presente trabajo de investigación se planteó como objetivo general, determinar la relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de La Unión. Se utilizó un tipo de investigación descriptiva correlacional y un diseño no experimental de tipo transversal. La muestra estuvo conformada por 341 estudiantes adolescentes de ambos sexos, con edades de 13 a 17 años, quienes fueron evaluados con la escala de adicción a redes sociales de Ecurra y salas (2014) y la escala de autoestima de Rosenberg. En los resultados obtenidos se evidencia un coeficiente de correlación de -0,560 y un nivel de significancia =0,00, a través de la prueba no paramétrica de Spearman, lo que significa que existe relación entre ambas variables. Se concluye que existe una correlación negativa moderada y significativa entre la adicción a las redes social y autoestima, lo que indica que estas variables se relacionan de manera inversa, es decir si el nivel de adicción a redes sociales es bajo, el nivel de autoestima será alto, si por el contrario el nivel de adicción a redes es alto, el nivel de autoestima decrecerá.

Palabras Clave : Adicción a las redes sociales, autoestima, adolescentes.

Abstract

In the present research work, the general objective was to determine the relationship between addiction to social networks and self-esteem in adolescents from educational institutions in the district of La Unión. A type of descriptive correlational research and a non-experimental cross-sectional design were used. The sample consisted of 341 adolescent students of both sexes, aged 13 to 17, who were evaluated with the Ecurra y Salas (2014) social network addiction scale and the Rosenberg self-esteem scale. The results obtained show a correlation coefficient of -0.560 and a significance level =0.00, through Spearman's non-parametric test, which means that there is a relationship between both variables. It is concluded that there is a moderate and significant negative correlation between addiction to social networks and self-esteem, which indicates that these variables are inversely related, that is, if the level of addiction to social networks is low, the level of self-esteem will be high, if on the contrary the level of addiction to networks is high, the level of self-esteem will decrease.

Keywords: Social networks addiction, self-esteem, adolescents.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las Redes Sociales (RS) son una de las opciones que brinda mayor entretenimiento a los adolescentes, gracias a su fácil acceso y adaptación.

Sin embargo, si no existe mucho control por parte de los padres o cuidadores, los adolescentes pueden pasarse largas horas navegando en estas plataformas, dado que las redes sociales les ofrecen formas nuevas para interactuar y comunicarse, que son atractivas para ellos, influyendo directamente cuando están definiendo su identidad (Valdez, 2021).

Así mismo, los adolescentes navegan por largas horas en redes sociales, debido a su fácil acceso y a que fortalece cada vez más los vínculos con sus contactos virtuales, lo que es un riesgo para desarrollar una adicción, alejándose del mundo real, del contacto con amigos de su entorno cercano y especialmente de la familia, que viene a ser el núcleo principal de socialización en los adolescentes, donde se puede encontrar amor, afecto y atención (Bohórquez y Rodríguez, 2015).

Además, se sabe que, tanto el entorno social, la cultura y rasgos individuales de las personas, son fundamentales para el desarrollo de su identidad y valor, llegando a formar su autoestima, que es la percepción que tienen los sujetos sobre sí mismos (Leavit et al., 2015; Minev et al., 2018).

Por ello, la personalidad del sujeto y la confianza que desarrolle en sus amistades, influye en que los adolescentes sean vulnerables a estar en las redes sociales por largas horas, esperando notificaciones positivas y comentarios de halagos, que generan que se sientan reconocidos o por lo contrario rechazados en el entorno al que buscan encajar (Nesi et al., 2018; Pellerone et al., 2019; Marengo et al., 2020).

Por otro lado, muchos de los sujetos vulnerables a ser adictos a las redes sociales (ARS), son individuos con pocas interacciones sociales, que no tienen la aceptación de los diferentes grupos que los rodean o consideran no tener los estándares que se requieren para ser parte de ellos, de la misma manera, en su contexto familiar no encuentran el apoyo ni la seguridad que necesitan para confiar en sí mismos y potenciar sus habilidades y fortalezas, pues se sienten incomprendidos y poco valorados.

Schurgin y Clarke (2011) refieren que las personas con baja autoestima y problemas de ansiedad, a causa de las redes sociales suelen retraerse socialmente, lo que las lleva a buscar aún más apoyo en estas plataformas, lo que va influyendo en el desarrollo de su identidad.

Es por esto que el pasar largo tiempo en estas plataformas influye en el autoestima que los adolescentes desarrollan en la actualidad, puesto que observan diferentes tipos de contenido y muchas veces quieren imitar a las personas que siguen mediante estos medios, comenzando a cambiar de forma brusca su aspecto físico y de relacionarse, perdiendo su esencia y un gran nivel de aceptación sobre sí mismos, se vuelven personas inseguras, comparan su físico con el de los demás, no se sienten satisfechos consigo mismos y creen en cada uno de los comentarios negativos que hacen sobre ellos.

En nuestro país, de acuerdo con un estudio hecho por la Fundación Mutualidad de Seguros de la Agrupación de Fincas Rústicas de España (MAPFRE, 2016), se evidenció que los adolescentes de Perú en un 16.2 % tiene un uso excesivo del internet lo que genera un riesgo para tener un comportamiento adictivo. Resultados con los cuales la fundación MAPFRE (2016) decidió comparar este trabajo con uno realizado en Unión Europea donde se evidenció que el porcentaje de los adolescentes de nuestro País fue más elevado a diferencia de Europa donde se encontró un 13.9%, hallándose como un 2.3% de diferencia lo que genera una preocupación en nuestra sociedad actual.

Así mismo, en nuestra región Piura se han encontrado diferentes comportamientos en alumnos que durante clases, recreos y las diferentes actividades, utilizan los celulares reiteradas veces para actualizar sus estados, videos e historias en sus diversas redes, lo que ha provocado que sus docentes les llamen la atención, pero a pesar de esto no han disminuido sus comportamientos, sino por lo contrario estos se han incrementado (Datum internacional), 2020; Gobierno Regional de Piura, (2020).

Ante esta problemática los adolescentes del distrito de La unión, son vulnerables a esta situación, dado que se desencadena en ellos diferentes

dificultades para desarrollar una buena autoestima, así como para relacionarse con sus amigos por falta de seguridad, encontrando en las redes sociales su aliado ideal para poder hacer amigos y sentir que pertenecen a un grupo social. Sin ser conscientes que están desarrollando otra consecuencia como es la adicción a estas redes y la desesperación por estar pendiente de lo que pasa en ellas. Frente a esta problemática nació la necesidad de investigar si, ¿Existe relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los adolescentes del distrito de La Unión?

De modo que, este estudio tiene como justificación teórica contribuir al conocimiento sobre la relación de la adicción a redes sociales y la autoestima de los adolescentes, buscando así, cooperar como base de futuras investigaciones. Se justifica de forma práctica, dado que, lo encontrado en la investigación, contribuirá en los diversos programas de intervención que se desarrollen para la disminución de la problemática. Y se justifica de forma Metodológica, debido a que, se utilizaron instrumentos validados y confiables, para recoger los datos de cada variable.

Como objetivo general de la Investigación se propuso: Determinar la relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de La Unión. Así mismo, nuestros objetivos específicos fueron; a) Identificar los niveles de adicción a las redes sociales (ARS) en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de La unión, 2023. b) Reconocer los niveles de autoestima de los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión, 2023 y c) Establecer la relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión, 2023.

Nuestra hipótesis general derivó en conocer que, sí existe relación entre Adicción a las redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la Unión, 2023. Las hipótesis específicas fueron: a) Existe adicción a las redes sociales en un nivel promedio en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de La unión. b) El nivel bajo de autoestima predomina en los adolescentes de

instituciones educativas del distrito de La unión y c) Hay relación significativa entre las dimensiones de adicción a redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de La unión.

II. MARCO TEÓRICO

Para esta investigación tomamos como referencia, estudios que tuvieron un objetivo similar. A nivel Internacional encontramos a Collantes (2023) quien realizó un estudio que buscó encontrar, si entre autoestima y ARS en universitarios hay relación, trabajó con 280 hombres y mujeres estudiantes de 17 a 25 años. El estudio se realizó a través de la Escala de autoestima de Rosenberg y la Social Media Addiction Scale (SMAC), obteniendo como resultados, la existencia de una relación negativa y significativa entre ambas variables, es decir, mientras mayor sea el uso de redes, menor será la autoestima. Además, se evidencia que el nivel moderado equivalente al 37% de los estudiantes, predomina en la variable de ARS y se evidencia que el 82.5% de los mismo presenta baja autoestima.

Así mismo, Villegas et al. (2022) ejecutaron una investigación con el propósito de determinar si existía asociación entre la autoestima y adicción a redes sociales en universitario de ambos sexos de 18 a 26 años. Utilizaron el método transversal prospectivo y aplicaron la escala de autoestima de Rosenberg y un test de ARS, seguido a ello, analizaron los resultados mediante el software SPSS v 22, donde se reflejó que un 57,4% de la población estudiada presentaba ARS en un nivel moderado, y un 8,1% nivel severo; en el caso de la autoestima se evidencia que el 22,1% presenta autoestima baja y el 50,6% se encuentra en nivel moderado. Por último no encontraron relación entre adicción a las redes sociales y autoestima.

Purnama et al. (2021) por su lado, realizaron una indagación que busca hallar la asociación existente entre la ARS y autoestima en adolescentes por las áreas rurales en Indonesia. Este estudio se realizó con un tipo y diseño descriptivo correlacional, en el que se usó un muestreo aleatorio estratificado por desproporción. La muestra consistió en 340 adolescentes entre mujeres y varones. Para ello, se utilizó La Escala ARS y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Donde encontraron relación positiva

moderada entre ARS y autoestima en los adolescentes del área rural, para probar la relación se empleó la correlación Pearson Product Moment.

Así mismo, Fernández y Moral (2019) ejecutaron un estudio para explorar si existía correlación entre el uso problemático del internet y factores de riesgo como conflictos intra e interpersonales en adolescentes y jóvenes de España. La muestra consistió en jóvenes y adolescentes, equivalentes a 250, de 15 y 22 años de edad, en ambos sexos. Obteniendo que solo el 11,25% de la muestra, hace uso controlado del internet, y que aspectos de baja autoestima influye en la toma de decisiones para hacer uso desmedido del internet.

Loro (2015) por su parte buscó analizar si existe ARS en universitarios de Madrid y si está asociada a la comunicación familiar y autoestima baja, para ello usó un muestreo aleatorio, el cual consistió en 200 jóvenes entre 19 a 24 años. Para esto utilizo, el cuestionario de patrones de comunicación familiar, la escala de Rosenberg que mide autoestima y el cuestionario MULTICAGE CAD-4 adaptado. Los resultados destacaron que el 53% de la muestra, no tiene indicadores de adicción, además no se evidenció relación entre ARS y autoestima.

Además, Delgado et al. (2015) investigaron el vínculo existente entre problemas de autoestima y ARS en adolescentes de un Instituto Mexicano del Seguro Social cuyas edades eran entre 15 a 19 años, usaron un muestreo aleatorio, utilizando como muestra 102 personas entre hombres y mujeres, utilizando la Escala de adicción a internet de Lima y la Escala de autoestima de Rosenberg como instrumentos. Donde se evidencio que en la población estudiada hay un alto índice de problemas de adicción a internet y un 62% presenta problemas de baja autoestima, sin embargo en el análisis realizado no se encuentra asociación entre estas dos variables.

También mediante una búsqueda de estudios Nacionales cuya finalidad es similar a la nuestra, se encontró a Berrospi y Davey (2022)

quienes realizaron un estudio que buscó hallar el vínculo entre adicción a las redes sociales y autoestima, en universitarios de Lima. Su metodología empleada fue cuantitativo correlacional. Optando por utilizar la Escala de adicción a Redes Sociales (EARS) de Ecurra y Salas (2014) y el Inventario de autoestima de Coopersmith. Trabajaron con 130 estudiantes de 18 - 28 años de edad. Obteniendo como resultados un coeficiente de correlación negativo bajo y significativo, en cuanto a las variables estudiadas.

Alcántara y Tello (2021) hicieron un estudio, con la finalidad de relacionar la ARS y autoestima en adolescentes de diferentes escuelas educativas en Cajamarca, el estudio fue básico y cuantitativo, de diseño descriptivo correlacional. Asimismo, evaluaron a 385 adolescentes, de 14 a 16 años. Utilizaron para recolectar datos el CARS y la prueba de autoestima. Para el procesamiento de datos, emplearon la correlación de Rho de Spearman, evidenciando relación inversa y alta con respecto a las variables estudiadas, aceptando la hipótesis alterna, obteniendo una relación altamente significativa, esto indica que siempre que haya un aumento de adicción a redes sociales, disminuirá la autoestima, también se observa un nivel medio en ambas variables.

Así mismo, Valdez (2021) ejecutó su estudio, con el fin de verificar si la ARS y autoestima se relacionan en alumnos de la I.E. Magdalena del Mar. Este estudio fue descriptivo-correlacional, no experimental. Se utilizaron instrumentos como: el Test de Autoestima para Escolares (Ruiz, 2003) y la EARS de Ecurra y salas (2014), aplicándose en estudiantes de 15 a 17 años. Finalmente, se obtuvo una relación inversa, respecto la ARS y la autoestima. De la población estudiada el 67.3% tiene un nivel de adicción medio, y un 77% demuestra baja autoestima.

Por su lado, Salcedo (2016) llevó a cabo un estudio, donde exploró la si entre la ARS y autoestima existe relación. El estudio fue descriptivo correlacional. Trabajó con 346 estudiantes, siendo 112 del sexo masculino y 234 femeninas de 16 y 25 años, quienes fueron estudiados con la Escala de

autoestima de Coopersmith y la EARS de Ecurra y Salas (2014). Se evidencia relación negativa de las variables de estudio, tanto de manera general como con sus dimensiones.

Por otra parte, Chalco et al. (2016) investigaron con el fin de encontrar si había algún vínculo entre, el riesgo de ARS, el autocontrol y la autoestima en escolares de nivel secundario de los grados entre 4to y 5to de una I.E. pública ubicada en Lima Metropolitana. Evaluaron a 135 alumnos de 14 a 16 años. Se empleó como instrumento la EARS, el Cuestionario de Autoestima de Coopersmith y el Cuestionario de Autocontrol Infantil y Adolescente (CACIA). Encontrándose, un vínculo significativo inverso entre las variables estudiadas, reflejándose así que mientras menor es el nivel de autoestima y autocontrol, más alto es el riesgo de adicción a las RS.

Entre los estudios referentes a la variable ARS, tomamos como referencia a Echeburúa et al. (2009) refiere que los adolescentes se encuentran en una etapa vulnerable, por lo que existe un mayor índice a desarrollar ARS, provocando confusión en sus sentimientos y personalidad, los cuales se experimentan en algunos casos acompañados de inseguridad, profundos vacíos internos y ansiedad. De la misma manera, muchos adolescentes pueden llegar a establecer sus relaciones de pareja, por estos medios.

En los últimos tiempos el usar constantemente, las redes sociales va en aumento pues brinda, diversos beneficios que permiten al individuo poder interactuar con sus pares desde estas plataformas, sin embargo, surge el problema cuando estas redes ya no son parte del entretenimiento del adolescente y se convierten en una dependencia y adicción a estas.

Sin embargo, muchos adolescentes no realizan una práctica adecuada de las redes sociales, teniendo la necesidad de permanecer todo el día activos en sus cuentas, llegando a perder la noción del tiempo volviéndose una adicción, que según American Society of Addiction Medicine (ASAM, 2019) tiene que ver con la Incapacidad de los adolescentes por abstenerse sistemáticamente a algo, afectando su comportamiento,

emociones y desencadenando el anhelo del aumento de usarlas. Siendo de esta manera la ARS una afección patológica, que produce dependencia en quien la presenta, dado que estrecha campo consiente y disminuye la amplitud de sus gustos (Echeburúa y Corral, 2010).

Griffiths (2005, como se citó en González et al., 2022) considera que la adicción tecnológica es similar a la adicción por sustancia, por ello plantea la teoría biopsicosocial para explicar la ARS, esta teoría está conformada por seis componentes; (1) la saliencia, se da cuando una actividad, en este caso el uso de las redes sociales, se vuelve dominante sobre los pensamientos, sentimientos y comportamiento del individuo. Así mismo, (2) la modificación del estado de ánimo al permanecer conectado a las redes. (3) la tolerancia, en este componente el individuo incrementa el tiempo que pasa realizando la actividad. (4) abstinencia, es cuando se reduce el tiempo en redes sociales, causando malestar fisiológico y psicológico al individuo. (5) Conflicto, este aspecto se refiere al grado en que el uso de redes afecta en las diversas áreas de la persona, ya sea familiar, laboral, personal etc. Por ultimo (6) recaída, que sucede cuando la persona vuelve a realizar la actividad, luego de un periodo de abstinencia.

En cuanto a la variable autoestima, sabemos que en los adolescentes es un aspecto fundamental, pues en esta fase empiezan a experimentar muchos cambios físicos, comportamentales y emocionales siendo una etapa crucial en la que muchas de las personas desarrollan su identidad personal y la autopercepción que tienen de sí mismas.

La autoestima son las ideas que tienen las personas sobre sí mismos. De la misma manera, se relaciona con el juicio de valor que le damos a esa autopercepción, sea positiva o negativa y catalogado como una evaluación (Azevedo et al., 2021). Asimismo, la autoestima muchas veces es producto de factores que se encuentran vinculados o asociados a nivel social, afectivo y conductual.

Entre los tipos o niveles de autoestima, Rosenberg (1965) tiene en cuenta los siguientes; autoestima alta, es aquella donde el individuo se

define como una buena persona, aceptándose plenamente con sus virtudes y defectos; la autoestima mediana, estas personas no se consideran superiores a otras, pero tampoco se aceptan a sí mismas; y por último la autoestima baja, son personas que no se sienten satisfechas como son, por ende presentan problemas para adaptarse a diversas situaciones incómodas o más difíciles. Cabe resaltar que un mayor riesgo de conductas negativas tiene que ver con los estereotipos observables (Ruiz, et al., 2018).

Panesso y Arango (2017) refieren que un nivel de autoestima bajo, provoca que se vea afectado el estado de ánimo de la persona ante diferentes situaciones, tienden a tomarse las críticas muy en serio, llegando a sentirse atacados o heridos, dado que su confianza en sí mismos es escasa. Por otro lado, personas con autoestima alta, tienen la capacidad de recibir las críticas y tomarlas en cuenta sin sentirse aludidos, y reconocen sus dificultades para trabajar y mejorar.

Un buen progreso de la autoestima genera beneficios importantes en la prevención de afectaciones psicológicas. Ceballos et al. (2015) refieren que los adolescentes que poseen una autoestima positiva tienen menor probabilidad de evidenciar ideas suicidas y depresión. Arias (2013) por su lado acota que los adolescentes con autoestima alta tienen una buena salud mental y menos problemas de conducta. Asimismo, sus niveles de impulsividad son menores, tienen escasos sentimientos de ansiedad, celos y soledad; haciéndolo estables en sus emociones.

Rosenberg (1965) en su libro "Society and The Adolescent Self-Image", después de realizar un estudio con más de 5000 personas, plantea su teoría desde un punto de vista sociocultural, en el que se refiere a la autoestima como actitudes positivas y negativas que tiene las personas de sí mismas, y que estas actitudes están influenciadas por la cultura, la familia, la sociedad y las relaciones interpersonales. Así mismo el nivel de autoestima de una persona se relaciona con su capacidad para medirse positivamente asimismo respecto a una serie de valores y creencias. En este

libro Rosenberg (1965), también relaciona la autoestima con una serie de patologías, como la autoestima y depresión

Por lo tanto, estudiando el vínculo entre la ARS y la autoestima está se relaciona, según Romero y Aznar (2019) porque una baja autoestima en la persona es un factor desencadenante para la ARS. Por este motivo, las redes sociales involucran una parte fundamental en la sociedad actual, debido a que, los individuos las emplean como un objeto para la aprobación social, a través de los likes, comentarios o el alcance de las publicaciones.

Considerando así que la autopercepción tiene una labor significativa en la manera en la que una persona se presenta. Como ejemplo claro de esto tenemos: que en Instagram y en otras redes sociales no saben controlar el compararse con otra persona, lo que genera ciertas actitudes que no son sanas, las de creer ciertos rasgos o cierto estatus sociales y querer de alguna forma recrearlos, viéndose su autoestima perjudicada.

Asimismo, desde una perspectiva psicosocial de la adicción a Internet, se destaca que con el fin de comprender este fenómeno, además de centrarse en la persona adicta, también se debe verificar la influencia del medio y los vínculos comunitarios que son el resultado de los comportamientos adictivos. Asimismo, indica que las personas con baja autoestima emplean el Internet para apaciguar la aflicción momentáneamente, sin resolver el problema original. Es por esto, que al no ser tratada la dificultad desde el inicio de las emociones negativas, el sujeto tiene la necesidad de volver a usar del Internet para lograr su bienestar (Suissa, 2015).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de Investigación

3.1.1. Tipo de investigación

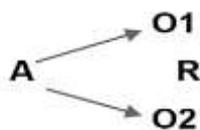
Esta investigación fue descriptiva, dado que se analiza las características y los diversos aspectos de la población a estudiar. Asimismo, correlacional porque se buscó medir el vínculo existente en relación a dos variables (Baptista et al., 2014). En este trabajo establecimos la relación entre adicción a redes sociales y la autoestima.

3.1.2. Diseño de investigación

Así mismo, el diseño de investigación fue no experimental, puesto que, se ejecuta sin manipular intencionalmente las variables. Por ello, se perciben los fenómenos de la misma manera en cómo se desempeñan en su ambiente natural, posterior a ello, se analizan (Baptista et al., 2014).

Figura 1

Esquema de fórmula del diseño correlacional



A= Adolescentes de instituciones educativas del distrito de La unión

O1= Adicción a redes sociales

O2= Autoestima

R= Relación entre las dos variables

3.2. Variables y Operacionalización

Echeburúa y Corral (2010) definen nuestra primera variable, ARS como; uso excesivo vinculado a pérdida de control, con indicadores y sintomatología de abstinencia, depresión, ansiedad e irritabilidad, que se evidencian cuando a la persona no se le permite entrar a sus redes sociales. Como definición operacional de ARS, fue

medida con la EARS compuesta por 24 ítems, con escala Likert de 4 puntos, siendo 4 siempre y 0 nunca. Puntajes altos, significan mayor ARS (Escurra y Salas, 2014). El instrumento tiene como dimensiones; obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de redes sociales y uso excesivo de las redes sociales, usando como escala de medición, la escala Ordinal, de tipo Likert, las opciones de respuesta se miden de la siguiente manera; Nunca= 0; Pocas veces= 1; Algunas veces= 2; Casi siempre= 3; Siempre= 4. Para medir los niveles de adicción se tiene en cuanto los siguientes baremos; bajo= 10 – 34; medio= 35 – 40 y alto= 41 – 45.

De la misma manera Fischman (2017) refiere que la autoestima (nuestra segunda variable), en primera instancia, nos permite ser conscientes de nuestras acciones individuales, es por esto, que nos lleva al conocimiento de nosotros mismos y es lo que más adelante influye en nuestras actitudes. Se define de forma operacional, teniendo en cuenta que se medirá autoestima con la Escala de autoestima de Rosenberg, cuya variable es unidimensional, contiene diez ítems, que nos orienta a medirla en niveles: alto, medio y bajo. Así mismo, su escala de medición corresponde a Ordinal, de tipo Likert, cuyas opciones de respuesta medidas de forma directa son; Muy de acuerdo= 4, De acuerdo= 3, En desacuerdo= 2, Muy en desacuerdo= 1 y forma inversa; Muy en desacuerdo= 4, En desacuerdo=3, De acuerdo= 2, Muy de acuerdo= 1.

Para saber el nivel de autoestima se tiene en cuenta los siguientes baremos; autoestima elevada= 30 a 40, autoestima normal= 26 a 40 y autoestima baja= 5 a 25.

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Adicción a Redes Sociales	Echeburúa y Corral (2010), definen la adicción a las redes sociales como: “El uso excesivo vinculado a una pérdida de control, con indicadores y sintomatología de abstinencia, depresión, ansiedad, irritabilidad, que se evidencian cuando la persona no se le permite entrar a sus redes sociales”.	Esta variable será medida con la Escala de Adicción a las redes sociales de 24 ítems, bajo la escala de Likert de 4 puntos, donde 0 es nunca y el 4 Siempre. Los puntajes altos indicarán mayor Adicción a las redes sociales. (Escurra y Salas, 2014).	Obsesión por las redes sociales.	Manifestación de Pensamientos (ansiedad, preocupación y fantasear), incontrolables por la ausencia de acceso a las redes sociales.	2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23	Ordinal Nunca= 0 Pocas veces= 1 Algunas veces= 2 Casi siempre= 3 Siempre= 4 Baremos Bajo= 10 - 34 Medio= 35 – 40 Alto= 41 - 45
			Falta de control personal en el uso de redes sociales.	Evalúa la preocupación por la carencia de control o dificultad para interrumpir el uso de redes sociales, llegando a descuidar estudios y tareas diarias.	4, 11, 12, 20, 24	

		Uso excesivo de las redes sociales	Pasar tiempo excesivo en las redes sociales, sin poder controlarse ni tener la capacidad de reducir su uso	1, 8, 9, 10,16,17,18,21	
Autoestima		La variable autoestima será medida por el Cuestionario de autoestima de Rosenberg, quien la considera una variable unidimensional, consta de diez ítems, que nos orienta a medirla en niveles: alto, medio y bajo	Unidimensional Autoestima	<p>Autoestima elevada, se considera autoestima normal. (30 a 40)</p> <hr/> <p>Autoestima media: No presenta problemas de autoestima graves pero se debe mejorar. (26 a 40)</p> <hr/> <p>Autoestima baja, los problemas de autoestima son significativos. (5 a 25)</p>	<p>Ordinal Directo</p> <p>Muy de acuerdo= 4</p> <p>De acuerdo= 3</p> <p>En desacuerdo= 2</p> <p>Muy en desacuerdo= 1</p> <p>Inverso</p> <p>Muy de desacuerdo= 4</p> <p>En desacuerdo=3</p> <p>De acuerdo= 2</p> <p>Muy de acuerdo= 1</p>

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.

3.3.1. Población

Se refiere a la agrupación de elementos que comparten particularidades, las cuales se pretenden estudiar (Ventura, 2017). En nuestra investigación nuestra población estuvo compuesta por 2981 adolescentes entre 13 a 17 años del distrito de la unión, Piura.

Criterios de Inclusión

- Adolescentes de 13 a 17 años.
- Adolescentes matriculados en el año 2023 en alguna institución educativa del distrito de la unión.
- Tengan residencia en el distrito de la unión.
- Adolescente que acepten el consentimiento informado.

Criterios de Exclusión

- Sujetos en un rango de edad menor o superior al establecido.
- Adolescentes que no residan en el distrito de la unión.
- Estudiantes no matriculados en el año académico 2023.
- Personas que no firmen el consentimiento informado.
- Personas que no terminen de desarrollar los instrumentos.

3.3.2. Muestra

La muestra de estudio, estuvo compuesta por 341 adolescentes, quienes pertenecen a II.EE. del distrito de la Unión y cumplen con los criterios de inclusión antes mencionados. Murguira (2018) refiere que la muestra es la que representa a la población que formará parte de la investigación, siendo una parte representativa de la población mencionada.

Figura 2

Fórmula de tamaño de muestra

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

Tabla 2

Valores de muestra

Donde:

Valor	Significado	Datos
n	Tamaño de muestra	341
N	Población	2981
Z	Es el nivel de confianza	95%
p	Es la variabilidad positiva *	0.5
q	Es la variabilidad negativa *	0.5
e	Es la precisión o error	5%

3.3.3. Muestreo

Utilizamos un muestreo no probabilístico por conveniencia, que es aquella técnica de muestreo basada en un juicio subjetivo, en la que se selecciona la muestra teniendo en cuenta la accesibilidad y aproximación que tiene la persona que investiga con los participantes, considerando los criterios correspondientes (Kyu, 2022).

3.3.4. Unidad de análisis

La conformaron adolescentes de 13 a 17 años estudiantes de II.EE del distrito de La unión y con residencia en la misma ciudad.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

Fue una escala, la técnica utilizada para medir las variables, está, es el conjunto de ítems que están formados por

afirmaciones que necesitan la reacción de los individuos a los que se les aplica (Hernández et al., 2014).

3.4.2. Instrumento

Para medir ARS, usamos la EARS desarrollado por Ecurra y Salas (2014), constituida por 24 ítems de tipo likert, que poseen tres dimensiones; Obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de redes sociales y uso excesivo de las redes sociales.

La variable autoestima, fue medida por la Escala de Autoestima de Rosenberg, elaborado por Rosenberg (1965). Con este instrumento se buscó medir la autoestima de los adolescentes y relacionarlo con la adicción a redes sociales. Este instrumento es unidimensional, con una escala Likert ordinal, compuesta por 10 ítems, 5 de ellos, se puntúan de forma directa y 5 de forma inversa, de la siguiente manera; para las preguntas 1,3,4,6 y 7 se puntúa, muy de acuerdo (4), de acuerdo (3), en desacuerdo (2), muy en desacuerdo (1); y para las preguntas 2,5,8,9 y 10 se puntúan, Muy de acuerdo (1), de acuerdo (2), en desacuerdo (3), Muy en desacuerdo (4).

Tabla 3

Ficha técnica de escala de adicción a las redes sociales

Ficha técnica	
Datos	Descripción
Autor	Ecurra, Miguel y Salas, Edwin
Procedencia	Lima, Perú.
Año de publicación	2014
N° de Ítems	24
Escala	Likert
Significación	Medir ARS en sus 3 dimensiones.
Tipo de aplicación	Individual y colectiva.
Rango de aplicación	Jóvenes y Adolescentes
Duración	15 minutos.

Área de aplicación	Educativo y clínico
Materiales	Ficha de consentimiento y Cuestionario
Criterio de rigor	Validez y confiabilidad

3.4.3. Validez y confiabilidad - Escala de Adicción a las Redes Sociales

Escurra y Salas (2014), autores del instrumento EARS, en primera instancia llevaron a cabo el análisis descriptivo de cada Ítem, realizando la evaluación de criterio de jueces expertos, y luego examinaron la media, la simetría, desviación estándar y curtosis de cada ítem del instrumento. Después de la aplicación de los criterios que se establecieron, se descartaron 6 Ítems, dado que sus valores no se incluían en el intervalo ± 2 , esto era indicador de que si se incluía el ítem, podría producir distorsión en la construcción del instrumento, por lo que los Ítems que conformaban el instrumento pasaron de 30 a 24.

Para la validez del constructo, los autores realizaron un análisis factorial exploratorio, previo a ello los análisis indicaron un valor de .0000002 en la matriz determinante, la prueba de KMO arrojó un valor de .95, mientras que, en la prueba de esfericidad de Barlett el resultado fue .001 siendo una valor adecuado, todo ello indicó que el uso del análisis factorial exploratorio es apropiado en los datos de la muestra. Así mismo se obtuvo 3 factores, y sus cargas factoriales con el factor que explica a los mismos fueron altas.

Para analizar la confiabilidad del instrumento, usaron el coeficiente de alfa de Cronbach, teniendo como valores 0.88 en el factor 2 y 0, 92 en el factor 3, los cuales son coeficientes elevados. Así mismo el grado de consistencia interna también es considerado alto, dado que cada ítem supera la magnitud de .85.

Tabla 4*Ficha técnica de escala de autoestima de Rosenberg*

Ficha técnica	
Datos	Descripción
Autor	Rosenberg, Alfred
Adaptación	Atienza, Balaguer, & Moreno, 2000
Autoras de validación y confiabilidad	Clavijo y Palacios (2019)
Procedencia	E.E.U.U
Año de publicación	1965
Nº Ítems	10
Significación	Medir nivel de autoestima.
Tipo de aplicación	Individual y colectiva
Rango de aplicación	11 en adelante.
Tiempo	No especifica
Área de aplicación	Clínico
Materiales	Consentimiento y Cuestionario
Criterio de rigor	Validez y confiabilidad

3.4.4. Validez y confiabilidad de la escala de Autoestima

En cuanto al Instrumento que mide Autoestima, se tomó en cuenta para la presente investigación las evidencias de validez realizadas por Clavijo y Palacios (2019) quienes realizaron un análisis psicométrico en la ciudad de Piura, en el que se destaca que para la validez de contenido se usó como método criterios de jueces expertos, quienes evaluaron la escala y refiere que los ítems se encuentran en 100% en claridad, relevancia y coherencia, el análisis fue realizado con V de Aiken. Para la validez del constructo, se trabajó con la correlación de Spearman, obteniendo puntuaciones entre

,798** y ,806**, esto significa que el instrumento es válido, dado que los puntajes se correlacionan de forma directa y significativa con la puntuación total del instrumento. Posterior a ello realizó el análisis factorial confirmatorio con una rotación de varimax. Además la prueba de KMO se destaca valores de 0,756 y en la prueba de esfericidad de Bartlett tiene una significancia de .00, por lo tanto, es viable usar el análisis factorial en esta prueba.

En cuanto a la confiabilidad de este instrumento, también se tomó en cuenta las evidencias de confiabilidad realizadas por Clavijo y Palacios (2019), quienes realizaron un análisis psicométrico de la escala en Piura. La confiabilidad fue obtenida por el coeficiente Omega de Macdonal, en el que se determina que el instrumento es confiable.

3.5. Procedimientos

El primer paso para la ejecución de proyecto de investigación, fue la entrega de una solicitud a las(os) directores de 2 Instituciones del distrito de la Unión, para que nos permitan aplicar los instrumentos correspondientes a los estudiantes de las edades previamente especificadas. Posterior a ello se realizó el primer contacto con los estudiantes, a quienes se les informó sobre el estudio y se les hizo entrega del consentimiento informado que fue firmado por sus padres, procediendo después, con la administración de los instrumentos. Finalmente se vació lo obtenido en una base de datos, que se realizó en el software estadístico Excel, para después realizar el análisis de los datos en SPSS.

3.6. Método de Análisis de datos

Tras la elaboración de la base de datos con los resultados hallados en la recolección de información, se realizó el análisis estadístico en el Software estadístico SPSS. En primer instancia, se realizó la prueba de normalidad para detectar, si nuestra prueba era paramétrica o no paramétrica, y elegir el estadístico a emplear. Luego se analizó si existe o no correlación entre las variables de estudio y

los objetivos propuestos, finalmente los resultados fueron plasmados en el estudio.

3.7. Aspectos éticos

En el desarrollo de este trabajo de investigación consideramos como base los principios éticos y código de conducta de la American Psychological Association (APA, 2010), donde mencionan que para desarrollar una investigación es importante el consentimiento informado, en el cual se informa a los participantes sobre todo lo que involucra la investigación, el tiempo de duración, propósito de la misma y los procedimientos que se tomaran. Asimismo, es primordial mencionarles que tienen derecho a retirarse cuando lo deseen. Debido a que el estudio se realizó con menores de edad, se requirió el consentimiento de los padres o tutores, y fue a ellos a quienes se les informó de todo el proceso de la investigación. Además, se respetó los límites de confidencialidad y los resultados fueron usados específicamente para fines de la investigación. Cabe resaltar que dentro de nuestro procedimiento también se envió una solicitud a las II.EE. del distrito de la unión, para que nos permitan poder trabajar con los estudiantes de 13 a 17 años.

IV. RESULTADOS

Tabla 5

Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad	Kolmogorov - Smirnov	
	Estadístico	Sig.(p)
Escala de adicción a las redes sociales	,099	0,000
Escala de Autoestima de Rosenberg	,111	0,000

P < 0,05 = Distribución No Paramétrica.

En la tabla 5, se efectuó la prueba de normalidad, en la que se usó Kolmogorov Smirnov, dado que los datos analizados equivalen a mas de 50 personas. Los resultados indican que las 2 variables estudiadas tienen un nivel de significancia menor a 0,05 (=0,000), al ser ambas variables menores a 0.05, son de distribución no paramétrica, por este motivo se empleará la correlación de Spearman.

Tabla 6

Relación entre adicción a las redes sociales y la autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión.

Correlaciones				
		ADICCIÓN A REDES SOCIALES		
		AUTOESTIMA		
Rho de Spearman	ADICCIÓN A REDES SOCIALES	Coefficiente de correlación	1,000	-0,560**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	341	341
	AUTOESTIMA	Coefficiente de correlación	-0,560**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	341	341

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

Muestra 341

Elaboración propia.

Fuente: SPSS

En esta tabla, se describe un coeficiente de correlación de Spearman Negativo Moderado (-0,560), además, el nivel de significancia es < a 0,05 (=0,000). Por consiguiente, ambas variables de relación de manera Negativa

Moderada. Puesto que, al aumentar la adicción a redes sociales, la autoestima de los alumnos decrece.

Tabla 7

Niveles de adicción a las redes sociales en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión, 2023.

NIVELES	OBSESIÓN POR LAS REDES SOCIALES		FALTA DE CONTROL PERSONAL EN EL USO DE REDES SOCIALES		USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES		ADICCIÓN A REDES SOCIALES	
	F	%	F	%	F	%	F	%
BAJO	27	7,9%	41	12%	41	12%	36	10.6 %
PROMEDIO	199	58,4%	116	34%	185	54,3%	175	51.3%
ALTO	115	33,7%	184	54%	115	33,7%	130	38.1%
	341	100%	341	100%	341	100%	341	100%

Muestra 341.

Elaboración propia.

Fuente: SPSS.

En esta tabla, predomina el nivel promedio en Obsesión por las redes sociales (58,4), uso excesivo de las redes sociales (51.3%), en adicción a redes sociales (61.2%), y se evidencia alto nivel en la dimensión falta de control personal en el uso de redes sociales (54%).

Tabla 8

Niveles de autoestima de los adolescentes de instituciones educativas del distrito de La unión, 2023.

NIVELES	AUTOESTIMA	
	F	%
BAJO	140	41.1 %
PROMEDIO	88	25.8%
ALTO	113	33.1%
	341	100%

Muestra 341.

Elaboración propia.

Fuente: SPSS.

En esta variable unidimensional, predomina un bajo nivel de autoestima (41.1%)

Tabla 9

Relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión, 2023.

CORRELACIONES DIMENSIONES DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES – AUTOESTIMA		
AUTOESTIMA	Coeficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	
OBSESIÓN POR LAS REDES SOCIALES	Coeficiente de correlación	-0,555**
	Sig. (bilateral)	0.000
FALTA DE CONTROL PERSONAL EN EL USO DE REDES SOCIALES	Coeficiente de correlación	-0,445**
	Sig. (bilateral)	0.000
USO EXCESIVO REDES SOCIALES	Coeficiente de correlación	-0,539**
	Sig. (bilateral)	0.000

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

En esta tabla, se demuestra que la variable autoestima relaciona de manera moderada y negativa con la Dimensión obsesión con -0,555, luego la dimensión falta de control personal con una correlación moderada y negativa de -0,445 y finalmente la dimensión uso excesivo de las redes sociales igual a -0,539, además la significancia es < a 0,05 (0,000). De manera que, se halla correlación Negativa Moderada respectos a Autoestima y las dimensiones de Adicción a las redes sociales.

V. DISCUSIÓN

Este estudio, buscó determinar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima, encontrando que el valor (p calculado = -0.560) < (p tabular = 0,05), utilizando la prueba no paramétrica de Spearman. Esto denota, una correlación negativa moderada respecto a las variables de investigación. Esto nos da a entender que los niveles de adicción a las redes sociales en los adolescentes guardan relación con los niveles de autoestima, de tal manera que, si existe un nivel elevado de adicción a redes sociales, el nivel de autoestima disminuye y viceversa. Tras ello, la hipótesis nula es rechazada, y se acepta la hipótesis, donde se demuestra relación entre adicción a redes sociales y autoestima en los adolescentes de II.EE. del distrito de La Unión. Estos resultados son constatados por Alcántara y Tello (2021) quienes en sus resultados evidenciaron una correlación inversa muy alta entre ARS y autoestima, destacando que, mientras más alto es el nivel de adicción, la autoestima será menor, encontrando ellos un nivel promedio en ambas variables. Así mismo, Berrospi y Davey (2022) también hallaron una correlación negativa en las dos variables. Además Chalco et al. (2016) concluyeron en su investigación que mientras menor es la autoestima, más alto es el riesgo de adicción a redes en los adolescentes. Por lo expuesto y con el análisis de los resultados, confirmamos que si un adolescente es incapaz de poder abstenerse a usar las redes, obtendrá altos indicadores de adicción, además, la autopercepción que tenga de sí mismo será negativa, lo cual dificultará que pueda sentirse suficiente y se acepte con sus virtudes y defectos y si por lo contrario menores son los niveles de adicción a las redes sociales, mejor control tendrá del tiempo que pasa navegando en estas plataformas y sobre todo mejor será la autopercepción (autoestima) que tengan sobre sí mismos, los adolescentes de II.EE de La unión pues se sentirán seguros de su valor, características y aspectos físicos.

Así mismo, se propuso identificar los niveles de Adicción a redes sociales, hallando un 10.6% de adolescentes con bajos niveles de adicción, el 51.3% evidencia un nivel medio y el 38.1% un alto nivel. Por lo tanto, se demuestra que el nivel promedio predomina en la escala total de ARS. Esto

significa que existe un porcentaje alto de adolescentes de la unión, que tienen conductas adictivas promedias, seguido de un alto nivel, es decir que tienden a no controlar su uso a las redes y pasar mucho tiempo conectados. Por ello se acepta la hipótesis planteada en este objetivo, en la que se menciona que existe ARS en un nivel promedio en los adolescentes. Los resultados antes mencionados, son respaldados por Valdez (2021) dado que en su investigación obtuvieron que el 67.3% de su muestra estudiada se encontraba en un nivel medio de adicción a RS. Así mismo, Collantes (2023) halló que la mayor parte de su muestra, equivalente al 37%, se encontraba en un nivel moderado de ARS. Tras lo mencionado en los resultados, comprobamos que existe un uso desmedido de redes sociales, que puede ser controlado de cierta forma si existiera en los adolescentes, un mejor monitoreo del tiempo que invierten en estas plataformas por parte de sus tutores o padres de familia, sin embargo, si no se interviene adecuadamente, los estudiantes que presentan un nivel promedio tienden a tener un nivel mayor de adicción donde podrían llegar a no ser conscientes de las largas horas que pasan navegando en las redes sociales, dejando de hacer actividades cotidianas o de relacionarse con sus compañeros por estar pendientes todo el tiempo de las notificaciones o sucesos que pueden estar pasando en estos medios, olvidándose incluso de cumplir con sus responsabilidades o actividades escolares, perjudicándose así en su rendimiento escolar, estado emocional o de salud por este problema y por la falta de orientación y conocimiento que muchas veces no tienen, pues es en esta etapa la adolescencia donde se encuentran mucho más vulnerables, debido a que encuentran un incremento de mayores probabilidades de desarrollar ARS.

Además se reconoció los niveles de autoestima de los adolescentes, obteniendo que el 41.1% evidencia un bajo nivel, existe un 25.8% con un nivel promedio y el 33.1% se encuentra en un alto nivel de autoestima. Esto nos da a entender que hay una mayor cantidad de adolescentes que demuestran un bajo nivel de autoestima. Lo que quiere decir que predomina dentro de esta población estudiada una autopercepción negativa, suelen

emitir juicios de valor hirientes hacia sí mismos, carecen de confianza en sí mismos por lo que cualquier observación o circunstancia puede herirlos (Panesso y Arango, 2017). Por lo tanto, aceptamos la hipótesis expuesta, en la que se plantea que bajo nivel de autoestima predomina en los adolescentes de La Unión. Estos resultados son corroborados por Delgado et al. (2015), puesto que en su investigación se evidencia que de la población estudiada el 62% de adolescentes presentó problemas de baja autoestima. Por su lado, Collantes (2023), también coinciden con estos resultados, dado que en el estudio realizado, se demuestra que el 82.5% de su muestra estudiada, evidencia un nivel bajo de autoestima. Es por esto, que al analizar los resultados confirmamos que los adolescentes de II.EE del distrito de La unión poseen baja autoestima en un porcentaje mayor a diferencia de los otros niveles que existen de autoestima, lo que origina que en esta población exista una falta de aceptación por sí mismos, desencadenándose diferentes conductas entre los cuales tenemos la dificultades que estos poseen para poder destacar cualidades, fortalezas, virtudes o aspectos positivos en sí mismos, centrándose en los que ellos consideran que son negativos, llegando a sentirse insuficientes, poco valorados y en muchos de los casos a autocriticar su aspecto físico, comparando sus cuerpos con el de los demás, convirtiéndose en un riesgo para desarrollar diferentes problemas psicológicos y de salud.

Por último, se estableció la relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales y autoestima, encontrando una relación negativa moderada entre autoestima con cada una de las dimensiones, dado que el nivel de significancia es ($P=0,00$) siendo $<$ ($P=0,005$), además los coeficientes de correlación entre autoestima y las dimensiones de ARS son; -0,555 con obsesión por las RS, -0,445 con Falta de control personal en el uso de RS y -0,539 con uso excesivo de las RS, además el nivel. Es decir se relacionan de tal manera que si el valor de la variable autoestima disminuye, el valor de las dimensiones de ARS aumenta y viceversa. Esto implica que los deseos incontrolables por la ausencia de acceso a las redes, la incapacidad para controlar su uso y el uso desmedido de las mismas,

tiende a relacionarse con la autopercepción que los adolescentes tienen sobre sí mismos, y con el juicio de valor que le dan a esa autopercepción, ya sea positiva o negativa (Azevedo et al., 2021). Si los valores de cada dimensión de ARS son altos, esta percepción es negativa, si por lo contrario estos valores son bajos, la autopercepción será positiva. Es así que, se acepta la hipótesis, donde se señala relación significativa sobre las dimensiones de adicción a redes sociales y autoestima en los adolescentes de II.EE del distrito de La unión. Los resultados obtenidos, coinciden con los que evidencia Salcedo (2016), quien halló relación negativa moderada con respecto a cada una de las dimensiones de ARS y autoestima, con un nivel de significancia de ($p=0,01$), siendo la dimensión uso excesivo de RS la que tiene una mayor correlación con la variable autoestima. Tras lo mencionado en los resultados, podemos confirmar que las dimensiones de adicción a redes sociales y autoestima, se relacionan de forma negativo moderado, lo que refleja que los adolescentes que tienen una baja autoestima son más propensos a presentar una adicción a las redes sociales, lo que les genera como consecuencia que muchos dejen de hacer sus actividades de la vida diaria por estar conectados y pendientes de lo que sucede dentro de sus redes todo el tiempo. A diferencia de los adolescentes con autoestima alta, pues estos controlan mejor, la cantidad de tiempo que pasan en redes.

VI. CONCLUSIONES

Se concluye que, hay correlación negativa moderada entre adicción a redes sociales y autoestima en los adolescentes de II.EE de La Unión, lo que significa que si el nivel de adicción a redes sociales es elevado, la autoestima que presenten los adolescentes disminuirá, así como también si el nivel de autoestima es mayor, menor será el nivel de adicción a redes sociales.

Así mismo, se evidenció que el 51.3% de los adolescentes presentan un nivel medio de ARS y el 38.1% un nivel alto, siendo preocupante dado que un elevado número de adolescentes de la unión, presenta conductas adictivas de moderadas a graves, dificultándoseles el control del uso de redes y el uso excesivo de las mismas.

Además, existe un 41.1% de adolescentes que presentan un nivel bajo de autoestima, por lo tanto dentro de la población estudiada, predomina una autopercepción negativa en los adolescentes, suelen emitir juicios de valor hirientes hacia sí mismos, carecen de confianza en sí mismos por lo que cualquier observación o circunstancia puede herirlos.

Finalmente, se encontró una correlación negativa moderada y significativa entre cada dimensión de ARS y autoestima, es decir, se relacionan de tal manera que si el valor de la variable autoestima disminuye, el valor de las dimensiones de ARS aumenta y viceversa, lo que implica que los deseos incontrolables por acceder a las redes, el uso desmedido, así como la incapacidad para controlar su uso, guardan relación la autopercepción que los adolescentes tienen sobre sí mismos, y con el juicio de valor que le dan a esa autopercepción, ya sea positiva o negativa.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda elaborar y ejecutar programas de intervención en adicción a redes sociales en los adolescentes de las II.EE evaluadas en esta investigación, con el propósito de reducir los casos de adicción a redes sociales y generar conciencia en la población adolescente.

Además, a la dirección y/o encargados de las II.EE, se les sugiere realizar planes estratégicos para abordar casos de adicción a redes sociales y baja autoestima, además de, solicitar el apoyo del ministerio de salud para abordar estos casos con especialistas y para la realización de los programas y talleres tanto de adicción a redes, como también talleres que permitan potenciar la autoestima de los adolescentes para una mejor percepción de sí mismos.

Para futuras investigaciones, se sugiere interpretar adecuadamente los ítems tanto de la Escala de adicción a las redes sociales, como los de la Escala de autoestima de Rosenberg y realizar una adecuada explicación a la muestra a evaluar, dado que hay ítems redactados de manera inversa, lo que podría provocar que los estudiantes no lo interpreten de manera correcta, alterando los resultados.

Finalmente, se sugiere seguir realizando investigaciones de este tema, especialmente en la creación de instrumentos que permitan evaluar a adolescentes desde los 11 años, para conocer la existencia de esta problemática desde la pre adolescencia y se pueda realizar programas de promoción y prevención a tiempo, con el fin de evitar el desarrollo de este problema en los adolescentes.

REFERENCIAS

- Alcántara Zonac, L y Tello Rodríguez, J. (2021). *Adicción a las Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de Instituciones Educativas de la ciudad de Cajamarca*. [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1798>
- American Psychological Association. (2010). *Publication Manual of the American Psychological Association, Sixth Edition*. Manual moderno. <https://cenida.una.edu.ni/textos/808.06a837.pdf>
- American Society of Addiction Medicine. (2019). *Definition of Addiction*. <https://www.asam.org/quality-care/definition-of-addiction>
- Arias Gallegos, W. (2013). Aggression and violence in adolescence: the relevance of family. *Avances en Psicología*, 21(1), 23-34. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2013.v21n1.303>
- Atienza González, F., Balaguer Solá, I., & Moreno Sigüenza, Y. (2000). Análisis de la dimensionalidad de la Escala de Autoestima de Rosenberg en una muestra de adolescentes valencianos. *Revista de Psicología Universitas Tarraconensis*, 22(1), 1-28. <file:///C:/Users/USER/Downloads/Rosenberg.UniversitasTarraconensis.pdf>
- Azevedo Marot, T., Seabra Fagundes, L., & Natividade, J. (2021). Use of Instagram, Social Comparison, and Personality as Predictors of Self-Esteem. *Psico-USF*, 25(4), 711-724. <https://www.scielo.br/j/psuf/a/vxrtFxKTbdYbMxDYLxZDH5m/?format=pdf>
- Baptista Lucio, M., Fernández Collado, C., & Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Interamericana Editores S.A de C.V. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Berrosپی Suarez, L. y Davey Conteras, J. (2022). *Adicción a las redes sociales y autoestima en jóvenes de una Universidad privada de Lima*. [Tesis de Licenciatura Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/31392>

- Bohórquez López, C. y Rodríguez Cárdenas, D. (2015). Percepción de Amistad en Adolescentes: el Papel de las Redes Sociales. *Revista Colombiana de Psicología*, 23(2), 326-338. <https://doi.org/10.15446/rcp.v23n2.37359>
- Ceballos Ospino, G., Suarez Colorado, Y., Suescún Arregocés, J., Gamarra Vega, L., González, K. y Sotelo Manjarres, A. (2015). Ideación suida, depresión y autoestima en adolescentes escolares de Santa Marta. *Revista de la Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad de Magdalena*, 12(1), 15-22. <https://www.redalyc.org/pdf/5121/512156301003.pdf>
- Challco Huaydalla, K., Jaimes Toncco, J. y Rodríguez Vega, S. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica De Ciencias De La Salud*, 9(1). <https://doi.org/10.17162/rccs.v9i1.542>
- Clavijo Infante, A. y Palacios Miñan, G. (2019). *Evidencia de la validez, confiabilidad y normas percentilares de la escala de autoestima de Rosenberg en jóvenes de la ciudad de Piura*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/41119>
- Collantes Hernández, K. (2023). Social Media Addiction and its relationship with Self-esteem in University Students. *Current Trends in Mass Communication*, 2(1), 25-31. <https://www.opastpublishers.com/open-access-articles/social-media-addiction-and-its-relationship-with-selfesteem-in-university-students.pdf>
- Datum Internacional. (2020). *Comportamiento online ante coyuntura Covid-19*. https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/2020%20Comportamiento%20online%20ante%20coyuntura%20Covid-19.pdf
- Delgado Quiñones, E., Martínez Castillo, B., Sahagún Cuevas, M., & Salamanca Rodríguez, G. (2015). Relation between Social Network Addiction and Self-Esteem Problems Among 15 and 19 year old population from Family Medicine Unit 171. *Revista Médica MD*, 4(6), 286-289. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenl.cgi?IDARTICULO=60331>
- Echeburúa Odriozola, E. y Corral Gargallo, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista*

<https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122889001.pdf>

- Echeburúa Odriozola, E., Labrador Encinas, F. y Becoña Iglesias, E. (2009). *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*. Pirámide. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=568076>
- Escurra Mayaute, M. y Salas Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de la adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit Revista de Psicología*, 20(1), 73-91. <https://www.redalyc.org/pdf/686/68631260007.pdf>
- Fernández Domínguez, S. y Moral Jiménez, M. (2019). Uso problemático de internet en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 37(1), 103-119. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.5029>
- Fischman Kalincausky, D. (2017). *El camino del líder. Historias ancestrales y vivencias (Primera ed.)*. Planeta Perú S.A. <https://www.planetadelibros.com.pe/libro-el-camino-del-lider/252571>
- Fundación MAPFRE. (2016). *Prevalencia, Factores de riesgo y Prevención. Estudio: Prevalencia de riesgo de conducta adictiva a internet entre los adolescentes de Lima Metropolitana y Arequipa (Perú)*. <https://www.mapfre.com.pe/media/Estudio-Prevalencia-de-riesgo-de-la-conducta-adictiva-a-internet-Web.pdf>
- Gobierno Regional Piura. (14 de mayo de 2020). *En abril creció 12% el tráfico de internet*. Plataforma digital única del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/institucion/regionpiura/noticias/183536-en-abril-crecio-12-el-trafico-de-internet>
- González Santos, B., Puerta Cortes, D. y Ramírez Calderón, N. (2022). Relationship between the Problematic Use of Facebook and Experiential Avoidance in Young Colombians. *Psicología desde el caribe* 38(3). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-417X2021000300393&script=sci_arttext
- Kyu Seong, K. (2022). Methodology of Non-probability Sampling in Survey Research. *American Journal of Biomedical Science & Research*, 15(6), 616-618. <http://dx.doi.org/10.34297/AJBSR.2022.15.002166>

- Leavitt, P., Covarrubias, R., Perez, Y., & Fryberg, S. (2015). Frozen in Time”: The Impact of Native American Media Representations on Identity and Self-Understanding. *A journal of the society for the psychological study of social issues*, 71(1), 39-53. Obtenido de <https://doi.org/10.1111/josi.12095>
- Loro García, A. (2015). *La adicción a las redes sociales en jóvenes, relacionada con la baja autoestima y la comunicación familiar*. [Tesis de maestría, Universidad Ponticia Comillas]. <http://hdl.handle.net/11531/1089>
- Marengo, D., Poletti, I., & Settanni, M. (2020). The interplay between neuroticism, extraversion, and social media addiction in young adult Facebook users: Testing the mediating role of online activity using objective data. *Addictive Behaviors*, 102. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.106150>
- Minev, M., Petrova, B., Mineva, K., Petkova, M., & Strebkova, R. (2018). Self-Esteem in Adolescents. *Trakia Journal of Sciences*, 16(2), 114-118. [10.15547/tjs.2018.02.007](https://doi.org/10.15547/tjs.2018.02.007)
- Muguirra, A. (2018). El presente y futuro del Market Research en voz de los expertos. En AMAI, Datos, Diagnósticos y Tendencias (Ed). *Ok Google Comunícame con Siri* (pp.24-29). Pearson Inmark. <https://www.amai.org/revistaAMAI/54-2018/DDT-AMAI-Febrero-2018.pdf>
- Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. (2018). Transformation of Adolescent Peer Relations in the Social Media Context: Part 1—A Theoretical Framework and Application to Dyadic Peer Relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21, 267-294. <https://doi.org/10.1007/s10567-018-0261-x>
- Panesso Giraldo, K. y Arango Holguín, M. (2017). La autoestima, proceso humano. *Revista Electrónica Psyconex*, 9 (14), 1-9. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/328507>
- Pellerone, M., Ramaci, T., & Heshmati, R. (2019). The “mask” filtered by the new media: family functioning, perception of risky behaviors and internet addiction in a group of Italian adolescents. *Mediterranean Journal of Clinical Psychology*, 7(1), 1-20. <http://dx.doi.org/10.6092/2282-1619/2019.7.2237>
- Purnama, H., Darmawati, I., & Mulyatin, W. (2018). Social Media Addiction and the Association with Self-Esteem among Adolescents in Rural Areas of

- Indonesia. *KnE Life Sciences*, 671-679
<http://dx.doi.org/10.18502/kls.v6i1.8741>
- Romero Rodríguez, J. y Aznar Díaz, I. (2019). Análisis de la adicción al Smartphone en estudiantes universitarios. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 19(60), 1-13. <https://doi.org/10.6018/red/60/08>
- Rosenberg, M. (1989). *Society and the Adolescent Self- Image*. New Jersey: Published by Princeton University Press. <https://www.docdroid.net/Vt9xpBg/society-and-the-adolescent-self-image-morris-rosenberg-1965-pdf#page=7>
- Ruiz Gonzáles, P., Medina Mesa, Y., Zayas, A., & Gómez Molinero, R. (2018). Relationship between Self-Esteem and Life Satisfaction in a Sample of University Students. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 67-76
<https://www.redalyc.org/journal/3498/349856003007/html/>
- Salcedo Culqui, I. (2016). Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima. [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/2026>
- Schurgin O'Keeffe, G., & Clarke Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *From The American Academy of Pediatrics*, 127(4), 800-8004. <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>
- Suissa, A. (2015). Cyber addictions: toward a psychosocial perspective. *Addictive Behaviors*, 43, 28-32. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.09.020>
- Valdez Panduro, M. (2021). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Magdalena del Mar*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1287>
- Ventura, J. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4). *Revista cubana de Salud Pública*, http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662017000400014
- Villegas Domínguez, J., Muñoz Bautista, B., González David, E., Vázquez Garate, R., Uscanga Alcántara, S., Pavan Gallardo, J., Reyes Hernández, C. y

Márquez Celedonio, F. (2022). Self-esteem associated with the use of social networks in university students. *European Journal of Public Health*, 32. [dhttps://doi.org/10.1093/eurpub/ckac131.255](https://doi.org/10.1093/eurpub/ckac131.255)

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de Variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Adicción a Redes Sociales	Echeburúa y Corral (2010), definen la adicción a las redes sociales como: “El uso excesivo vinculado a una pérdida de control, con indicadores de sintomatología de abstinencia, depresión, ansiedad, irritabilidad, que se evidencian cuando a la persona no se le permite entrar a sus redes sociales”.	Esta variable será medida con la Escala de Adicción a las redes sociales de 24 ítems, bajo la escala de Likert de 4 puntos, donde 0 es nunca y el 4 Siempre. Los puntajes altos indicarán mayor Adicción a las redes sociales. (Escurra y Salas, 2014).	Obsesión por las redes sociales.	Manifestación de Pensamientos (ansiedad, preocupación y fantasear), incontrolables por la ausencia de acceso a las redes sociales.	2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23	Ordinal Nunca= 0 Pocas veces= 1 Algunas veces= 2 Casi siempre= 3 Siempre= 4 Baremos Bajo= 10 - 34 Medio= 35 – 40 Alto= 41 - 45
			Falta de control personal en el uso de redes sociales.	Evalúa la preocupación por la carencia de control o dificultad para interrumpir el uso de redes sociales, llegando a descuidar estudios y tareas diarias.	4, 11, 12, 20, 24	

Anexo 2: Instrumentos de Recolección de Datos

CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES

Edad: _____ Sexo: _____ Institución educativa: _____

Instrucciones:

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

Siempre **S** Rara vez **RV** Casi siempre **CS**

Nunca **N** Algunas veces **AV**

N° ITEM	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 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 conectado(a) a las redes sociales.					
17	Permanezco mucho tiempo del día conectando(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 y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23	Cuando estoy en la clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a)					
24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con las que entro y uso la red social.					

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Edad: _____ Sexo: _____ Institución educativa: _____

INSTRUCCIONES

Responde según tu propia experiencia. Recuerda que no habrá respuesta buena ni mala, la información que proporciones será de gran ayuda para el proyecto de investigación que se viene desarrollando.

Por favor, lee las frases que figuran a continuación y señala el nivel de acuerdo o desacuerdo que tienes con cada una de ellas, marcando con un aspa la alternativa elegida.

	Items	Muy en desacuer do	En desacuerd o	De acuerdo	Muy de acuerd o
1	Me siento una persona tan valiosa como las otras				
2	Generalmente me inclino a pensar que soy un fracaso				
3	Creo que tengo algunas cualidades buenas.				
4	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás.				
5	Creo que no tengo mucho de lo que estar orgulloso.				
6	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo.				
7	En general me siento satisfecho conmigo mismo.				
8	Me gustaría tener mas respeto por mí mismo.				
9	Realmente me siento inútil en algunas ocasiones.				
10	A veces pienso que no sirvo para nada				

Anexo 3: Declaración de consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimada(o): Heedor LIDER Castillo Pasapera

Con el debido respeto, nos presentamos a usted, somos Karen Lizeth Chapilliquen Lopez y Luz María Micaela Puemape Rojas, estudiantes del onceavo ciclo de la carrera profesional de psicología de la Universidad César Vallejo – Piura. Actualmente, nos encontramos realizando una investigación sobre "Adicción a Las Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de Instituciones Educativas del Distrito de la Unión, 2023" y para ello quisiéramos contar con la importante colaboración de su mejor hijo(a). El proceso consiste en la aplicación del instrumento: **Cuestionario de Adicción a las redes sociales y Cuestionario de Rosenberg para medir Autoestima**. De aceptar que su menor hijo(a) participe en la investigación, se informará todos los procedimientos de la misma y se resolverán dudas si las hubiera.

Gracias por su colaboración.

Atte.



Luz María Micaela Puemape Rojas
Estudiante de Psicología
Universidad César Vallejo



Karen Lizeth Chapilliquen Lopez
Estudiante de Psicología
Universidad César Vallejo

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Heedor LIDER Castillo Pasapera acepto voluntariamente que mi menor hijo (a), Ariana del P. Castillo Fernandez participe en esta investigación. He sido informado (a) que el objetivo de este estudio es; **Determinar la relación entre adicción a las RS y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión** y que toda la información proporcionada es estrictamente confidencial y para efectos de este estudio.



Firma del apoderado:

DNI: 4119 2833

Anexo 4: Matriz Evaluación por juicio de expertos

Certificado de Validez por Jueces del Cuestionario de Adicción a las redes sociales.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ESCALA ADICCIÓN A REDES SOCIALES					
Observaciones: _____					
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []					
Apellidos y nombres del juez validador: MAG. PSIC. OSCAR IVAN ALFARO BUSTAMANTE					
DNI: _____					
Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)					
	Institución		Especialidad		Periodo formativo
01	Universidad Señor de Sipan		Psicología		2011 - 2015
Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)					
	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	UCV	Docente	Piura	2021 - 2022	Docente
¹ pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. ² relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo ³ claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo					
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión					
					13 de Marzo del 2023
 Mg. Oscar Alfaro Bustamante PSICÓLOGO C.Ps.P. 26244					
..... Mg. Oscar Alfaro Bustamante C.Ps.P. 26244					

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ESCALA ADICCIÓN A REDES SOCIALES					
Observaciones: _____					
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []					
Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mg: MAG. PSIC. SANDRA EDITH CHAFLOQUE CHAVEZ					
DNI: 40149533					
Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)					
	Institución		Especialidad		Periodo formativo
01	Universidad Cesar Vallejo		Psicóloga		5 años
02	Universidad Nacional de Piura		Mg. En Psicoterapia Familiar		3 años
Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)					
	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Universidad "Cesar Vallejo"	Docente	Piura	2018-2023 Act.	Docente encargado Curso Psicoterapia Familiar
02	I.E. "Belén"	Psicóloga	Piura	2012-2022 Act.	Psicóloga Familiar
03	Consultora Independiente	Encargada	Piura	2015- 2022 Act.	Talleres de Desarrollo Personal.
¹ pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. ² relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo ³ claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo					
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión					
					23 de marzo 2023
 Ps. Sandra E. Chafloque Chávez Mg. Psicoterapia Familiar C.Ps.P.: 15600					

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ESCALA ADICCIÓN A REDES SOCIALES

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **MAG. PSIC. JESUS JIBAJA BALLADARES**

DNI: **03681943**

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	UNIVERSIDAD SAN PEDRO - CHIMBOTE	Psicología	2006-2011

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	DOCENTE	PIURA	2018 - ACTUAL	ASESOR DE INVESTIGACION

¹ **pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³ **claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13 de Marzo del 2023



PSIC. JESUS ALFONSO JIBAJA BALLADRES
C.P.S.P. 20959.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ESCALA ADICCIÓN A REDES SOCIALES

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Ps. CARLOS M. ORTIZ DE LA CRUZ. DNI: 40699865**

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA	MAESTRIA EN CIENCIAS FORENSES Y CRIMINALISTICA	2015 - 2018
02	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	DOCTORADO EN PSICOLOGIA	2020 - ACTUALIDAD

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Poder Judicial	Psicólogo	Centro Juvenil de Piura	2004 - 2010	Área de Psicología
02	Universidad San Pedro	Catedrático	Escuela de Psicología	2010 - 2019	Cátedra - Área de Psicología
03	Ministerio de Educación	Psicólogo	Centro Técnico - Bosconia	2010 - actualidad	Área de Psicología
04	Universidad Nacional de Piura	Catedrático	Escuela de Psicología	2014 - actualidad	Cátedra - Área de Psicología
05	Universidad César Vallejo	Catedrático	Escuela de Psicología	2017 - actualidad	Cátedra - Área de Psicología

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

29, MARZO 2023



Mg. Ps. CARLOS M. ORTIZ DE LA CRUZ
C. Ps. P. 9986

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ESCALA ADICCIÓN A REDES SOCIALES

Observaciones: _____

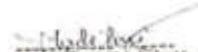
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **MARIA MADILENI CHINININ MAZA**DNI: **02806132****Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)**

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad César Vallejo	Magister en docencia y gestión educativa.	2006-2008

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Sanjuan Bautista	Coordinadora de tutoría	A:H San Martín	1995-2023	Dirigir, coordinar y acompañar el desarrollo de la acción tutorial

¹**pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²**relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³**claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión**28 de abril del 2023**
Mg. Madileni Chininin Maza
Coordinadora TCF.....
MG Maria Madileni Chininin Maza.

Certificado de Validez por Jueces de la Escala de Autoestima de Rosenberg

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

Apellidos y nombres del juez validador: **MAG. PSIC. OSCAR IVAN ALFARO BUSTAMANTE**
DNI:

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad Señor de Sipán	Psicología	2011 - 2015

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	UCV	Docente	Piura	2021 - 2022	Docente

- ¹ pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
² relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³ claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Mg. Oscar Alfaro Bustamante
PSICÓLOGO
C.Ps.P. 26244

13 de Marzo del 2023

Mg. Oscar Alfaro Bustamante
C.Ps.P.26244

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **MAG. PSIC. SANDRA EDITH CHAFLOQUE CHAVEZ**
DNI: 40149533

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad Cesar Vallejo	Psicóloga	5 años
02	Universidad Nacional de Piura	Mg. En Psicoterapia Familiar	3 años

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Universidad "Cesar Vallejo"	Docente	Piura	2018-2023 Act.	Docente encargado Curso Psicoterapia Familiar
02	I.E. "Belén"	Psicóloga	Piura	2012-2022 Act.	Psicóloga Familiar
03	Consultora Independiente	Encargada	Piura	2015- 2022 Act.	Talleres de Desarrollo Personal.

- ¹ pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
² relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³ claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Ps. Sandra E. Chafloque Chávez
Mg. Psicoterapia Familiar
C.Ps.P. 15600

30 de Marzo del 2023

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Ps. CARLOS M. ORTIZ DE LA CRUZ. DNI: 40699865

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA	MAESTRIA EN CIENCIAS FORENSES Y CRIMINALISTICA	2015 – 2018
02	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	DOCTORADO EN PSICOLOGIA	2020 – ACTUALIDAD

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Poder Judicial	Psicólogo	Centro Juvenil de Piura	2004 – 2010	Área de Psicología
02	Universidad San Pedro	Catedrático	Escuela de Psicología	2010 - 2019	Cátedra - Área de Psicología
03	Ministerio de Educación	Psicólogo	Centro Técnico - Bosconia	2010 - actualidad	Área de Psicología
04	Universidad Nacional de Piura	Catedrático	Escuela de Psicología	2014 - actualidad	Cátedra - Área de Psicología
05	Universidad César Vallejo	Catedrático	Escuela de Psicología	2017 - actualidad	Cátedra - Área de Psicología

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

29, MARZO 2023.



.....
Mg. Ps. CARLOS M. ORTIZ DE LA CRUZ
C. Ps. P. 9986

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: MAG. PSIC. JESUS JIBAJA BALLADARES

DNI: 03681943

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	UNIVERSIDAD SAN PEDRO - CHIMBOTE	Psicología	2006-2011

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	DOCENTE	PIURA	2018 - ACTUAL	ASESOR DE INVESTIGACION

¹ pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.² relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³ claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13 de Marzo del 2023



PSIC. JESUS ALFONSO JIBAJA BALLADRES
C.P.S.P. 20959.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **MARÍA MADILENI CHINININ MAZ**

DNI: 02806132

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Especialidad	Periodo formativo
01	Universidad César Vallejo	Magister en docencia y gestión educativa	2006-2008

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	Institución	Cargo	Lugar	Periodo laboral	Funciones
01	Sanjuan Bautista	Coordinadora de tutoría		1995-2023	Dirigir, coordinar y acompañar el desarrollo de la acción tutorial

¹ **pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.² **relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³ **claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

28 de abril del 2023


Mg. **Madileni Chininin Maz**
Coordinadora TCF-----
MG María **Madileni Chininin Maz**.

Anexo 6: Matriz de consistencia del marco metodológico

Apellidos y Nombres

Chapilliquen Lopez Karen Lizeth

Puemape Rojas Luz María Micaela

PROBLEMA CENTRAL	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	TÍTULO	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
<p>Hoy en día las redes sociales se han convertido en una de las opciones de entretenimiento más usadas, gracias a su fácil acceso y adaptación, especialmente por los adolescentes.</p> <p>Sin embargo, si no existe mucho control por parte de los padres o cuidadores, los</p>	<p>¿Existe relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los adolescentes de Instituciones Educativas del distrito de la unión, 2022?</p>	<p>“Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión, 2022”</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la relación entre adicción a las redes sociales y la autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>Identificar si existe adicción a las redes sociales en los adolescentes de instituciones educativas</p>	<p>HIPÓTESIS PRINCIPAL</p> <p>Existirá relación entre Adicción a las redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la Unión, 2022.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>Existe adicción a las redes sociales en un nivel promedio en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión. El nivel medio de autoestima predomina en los adolescentes de</p>

adolescentes pueden pasarse largas horas navegando en estas plataformas, dado que las redes sociales les ofrecen formas nuevas para interactuar y comunicarse, que son atractivas para ellos, influyendo directamente cuando están definiendo su identidad (Valdez, 2021).

Por ello, la construcción de la identidad, así como la confianza en los pares, hacen de los adolescentes los usuarios perfectos para permanecer en las redes sociales más tiempo,

del distrito de la unión. instituciones educativas del distrito de la unión.
Reconocer los niveles de autoestima de los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión.
Hay relación significativa entre las dimensiones de adicción a redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión.
Establecer la relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de

buscando recompensas como likes, comentarios de halagos o seguidores, lo cual influye en su popularidad y percepción de aceptación o rechazo entre sus grupos de interés (Marengo et al., 2020; Nesi et al., 2018; Pellerone et al., 2019).

Anexo 7: Matriz de Consistencia del Diseño de Ejecución

TIPO DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN- MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
<p>Esta investigación fue descriptiva, dado que empleamos encuestas para poder describir la temática en función de los datos estadísticos que se recolectaron. Asimismo, correlacional porque se buscó medir el vínculo existente en relación a dos variables (Baptista et al., 2014). En este trabajo establecimos la relación entre adicción a redes sociales y la autoestima.</p>	<p>El diseño de investigación fue no experimental, puesto que, se ejecuta sin manipular intencionalmente la variable independiente. Por ello, se perciben los fenómenos de la misma manera en cómo se desempeñan en su ambiente natural, posterior a ello, se analizan (Baptista et al., 2014).</p>	<p>POBLACIÓN: Nuestra población estuvo compuesta por 2981 adolescentes entre 13 a 17 años del distrito de la unión, Piura.</p> <p>MUESTRA: La muestra de estudio, estuvo compuesta por 341 adolescentes, quienes pertenecen a II.EE. del distrito de la Unión.</p> <p>MUESTREO: Utilizamos un muestreo no probabilístico por conveniencia, que es aquella técnica de muestreo basada en un juicio subjetivo</p>	<p>TÉCNICA: En esta investigación se usó una escala.</p> <p>INSTRUMENTOS: Escala de Adicción a las redes Sociales, desarrollada por Ecurra y Salas (2014), con la finalidad de evaluar el nivel de adicción a redes sociales que presan los adolescentes.</p> <p>Escala de Autoestima de Rosenberg, elaborada por Rosenberg (1995), que busca medir la autoestima en adolescentes.</p>

Anexo 8: Carta de solicitud de autorización de uso del instrumento



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Autor:

Miguel Ecurra y Edwin Salas

08 de Marzo 2023

Presente.

Es grato dirigirnos a ustedes para expresarles nuestro cordial saludo y a la vez presentarnos **KAREN LIZETH CHAPILLIQUE LOPEZ Y LUZ MARÍA MICAELA PUEMAPE ROJAS**, de nacionalidad Peruana con DNI 71439511 y 61386894 respectivamente, estudiantes del XI ciclo de la Escuela de Psicología de la Universidad Privada Cesar Vallejo Filial Piura-Perú; con código de matrícula N° 7001201801 y 7001231539 respectivamente, quienes realizarán su trabajo de investigación para optar el título de Licenciatura en Psicología titulado: **“Adicción a Las Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de Instituciones Educativas del Distrito de la Unión, 2022”**, este trabajo de investigación tiene fines académicos, sin fines de lucro alguno, donde se realizará una investigación correlacional.

El motivo del presente, es con el fin de pedir su consentimiento para Utilizar la Escala de Adicción a Redes Sociales

Agradecemos por antelación nos brinde las facilidades del caso proporcionando una carta de autorización para el uso del instrumento en mención, para sólo fines académicos, y así prosigamos con el desarrollo del proyecto de investigación.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de nuestra especial consideración y estima personal.

Atentamente.

Luz María Micaela Puemape Rojas
DNI: 61386895

Karen Lizeth Chapilliquen Lopez
DNI: 71439511

Autorización de uso del instrumento por parte del autor

SOLICITO PERMISO PARA USAR ESCALA DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES - mensaje - Correo

Responder Responder a todos Reenviar Archivar Eliminar Establecer marca Probar el nuevo Outlook

RE: SOLICITO PERMISO PARA USAR ESCALA DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES

Edwin Salas <e.salas@hotmail.com>
17/01/2023 10:19

Para: Luz María Micaela Puermann Rojas

Guardar todos los ítems adjuntos

Adjcción a redes sociales e... 231.12 KB
Adición-Adalvi y Salas-Blas... 416.25 KB
CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A... 65.21 KB
Salas Cultura 2014.pdf 158.82 KB
Vista_Manzanera y Salas-Blas... 305.3 KB

Estimada Luz María
Tienen el permiso que solicitan para usar el ARS en su investigación. Les remito un documento con el cual puedan hacer uso adecuado de la prueba y otros documentos que podrían servirles.
Cordialmente

Edwin Salas-Blas
Investigador de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
Investigador CONCYTEC [Ver](#)

Researchgate: https://www.researchgate.net/profile/Edwin_Salas2

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0615-8311>

SCOPUS-ID: 57281370371. <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorID=57281370371>

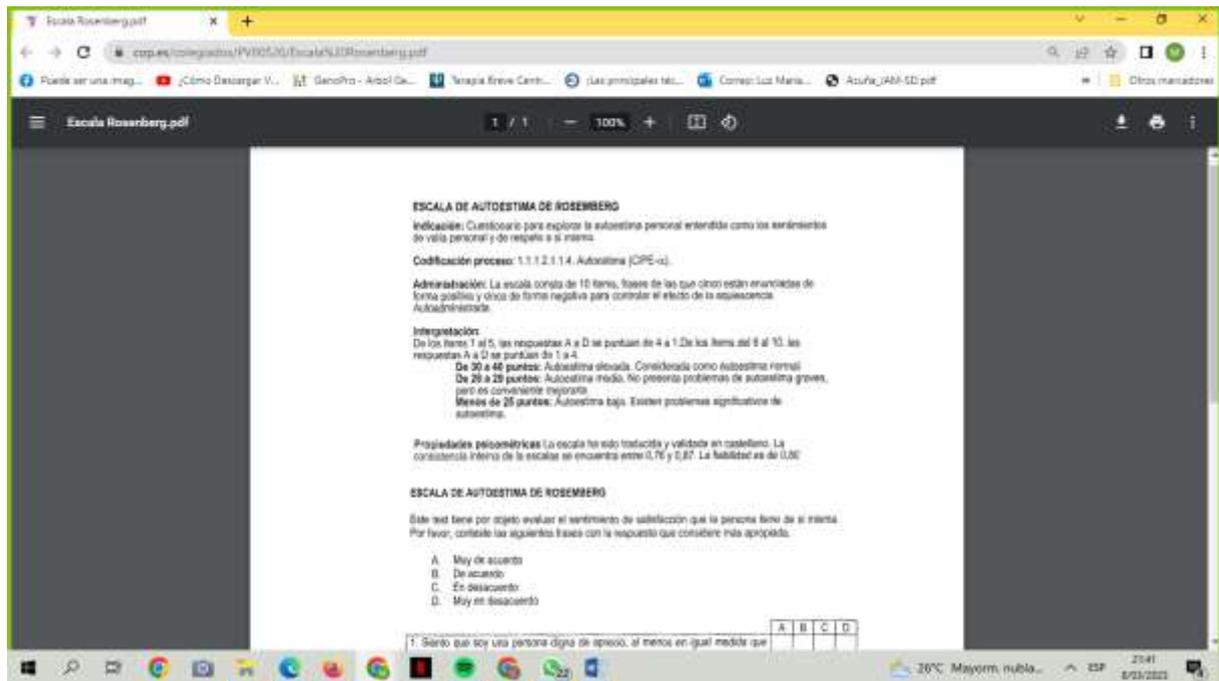
Scholar Google: <https://scholar.google.es/citations?user=8oo0bAIAAAAJ&hl=es>

Autoría-Redalyc: <http://www.redalyc.org/?url=10.24068/RevistaPeruanaDeCienciasAplicadas.1476>



29°C Pac. despegado 10:21 22/01/2023

Anexo 9: Instrumento de libre acceso



Escala de Autoestima de Rosemberg

<https://www.cop.es/colegiados/PV00520/Escala%20Rosenberg.pdf>

Anexo 10: Documentos para aplicación del instrumento



"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

Piura, 22 de mayo del 2023

CARTA DE N° 174-2023-E.P /UCV – PIURA

Sr.

Petronila Betzabeth Vega Calle
Directora I.E. La unión

Es grato dirigirme a Ud. Para saludarla cordialmente y a la vez hacer de su conocimiento que dentro de la formación académica que brindamos a nuestros estudiantes en la experiencia curricular Desarrollo de proyecto de Investigación se considera necesario solicitar su colaboración en la aplicación del cuestionario denominado "Cuestionario de adicción a las redes sociales y escala de autoestima de Rosenberg" el cual será aplicado por las estudiantes del XI ciclo de la carrera profesional de Psicología, siendo las alumnas Karen Lizeth Chapilliquen López y Luz María Micaela Puemape Rojas.

Asimismo, esta actividad estará dirigida a los estudiantes del 3er, 4to y 5to grado del nivel secundario de su prestigiosa institución educativa.

Por este motivo recurrimos a su persona, solicitando tenga a bien de brindar las facilidades para desarrollar dicha actividad; cuya supervisión estará a cargo del Dr. Jesús Ilibaja Balladares, docente de la escuela de Psicología de la Universidad César Vallejo-Piura.

Sin otro particular y agradeciendo la atención brindada a la presente, me despido.

Atentamente,

Dr. Walter Iván Abanto Vélez
Jefe de la Escuela Profesional de Psicología
Universidad César Vallejo-Piura

Lic. Petronilla B. Vega Calle
DIRECTORA

UCV, licenciada para que
puedas salir adelante.

Recibido: 22 Mayo del 2023
f | t | i | @ | v Hora: 8:50 a.m.
ucv.edu.pe

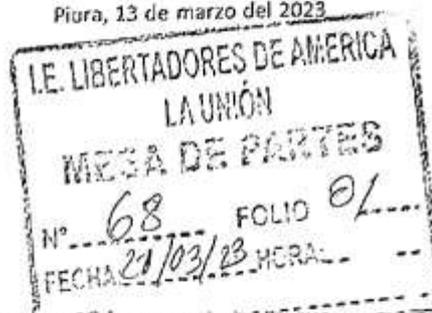
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

Piura, 13 de marzo del 2023

CARTA DE N° 007 -2023-E.P/UCV – PIURA

Sr.

Mario Napoleón Briones Mendoza
Director I.E. Libertadores de América



Es grato dirigirme a Ud. Para saludarlo cordialmente y a la vez hacer de su conocimiento que dentro de la formación académica que brindamos a nuestros estudiantes en la experiencia curricular Desarrollo de proyecto de investigación se considera necesario solicitar su colaboración en la aplicación del cuestionario denominado "Cuestionario de adicción a las redes sociales y escala de autoestima de Rosenberg" el cual será aplicado por las estudiantes del XI ciclo de la carrera profesional de Psicología, siendo las alumnas Karen Lizeth Chapilliquen López y Luz María Micaela Puemape Rojas.
Asimismo, esta actividad estará dirigida a los estudiantes del tercer, cuarto y quinto grado del nivel secundario de su prestigiosa institución educativa.

Por este motivo recurrimos a su persona, solicitando tenga a bien de brindar las facilidades para desarrollar dicha actividad; cuya supervisión estará a cargo del Mg. Jesús Alfonso Jibaja Balladares, docente de la escuela de Psicología de la Universidad César Vallejo-Piura.

Sin otro particular y agradeciendo la atención brindada a la presente, me despido.

Atentamente,



Dr. Walter Iván Abanto Vélez
Coordinador de la Escuela de Psicología
Universidad César Vallejo-Piura

Anexo 12: Resultados Prueba Piloto Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)

1.- Validez de Contenido – Prueba de criterio de jueces.

ITEMS	CLARIDAD			RELEVANCIA			PERTINENCIA	
	I.A.	V	Sig.	I.A.	V	Sig.	V.	Sig.
1	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
2	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
3	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
4	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
5	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
6	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
7	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
8	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
9	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
10	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
11	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
12	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
13	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
14	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
15	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
16	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
17	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
18	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
19	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
20	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
21	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
22	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
23	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
24	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032

Nota:

V : Coeficiente V de Aiken

Sig. (p): Probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo cierta

IA: Índice de acuerdo

**p<.008 : Válido

2.- Prueba de Normalidad

Pruebas de normalidad

		Kolmogorov	
		Estadístico	Sig.
Escala de Adicción a las Redes Sociales	1	0.118	,000

< 0,05 = Distribución No Paramétrica.

3.- Validez Dominio Total

Variable	Adición de las Redes Sociales	
1. Adición a las Redes sociales	Spearman rho	—
	p-value	—
2. OBSESIÓN POR LAS REDES SOCIALES	Spearman rho	0.883**
	p-value	< .000
3. ALTA DE CONTROL PERSONAL EN EL USO DE REDES SOCIALES	Spearman rho	0.815**
	p-value	< .000
4. USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES	Spearman rho	0.902**
	p-value	< .000

Correlación > 0,30 - Sig < 0,05. (Valida)

Muestra: 230.

3.- Validez de constructo

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,916
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	2160,634
	gl	276
	Sig.	,000

KMO > 0,60. (La adecuación muestral es adecuada); y la prueba de esfericidad de Bartlett < 0.05 (el análisis factorial es apropiado).

Factores Rotados:

ITEMS	CORRELACION	DIMENSION	ESTIMACION	P
@2	<---	D1	1	***
@3	<---	D1	0.716	***
@5	<---	D1	1.165	***
@6	<---	D1	1.228	***
@7	<---	D1	1.492	***
@13	<---	D1	0.956	***
@15	<---	D1	1.171	***
@19	<---	D1	1.288	***
@22	<---	D1	1.497	***
@23	<---	D1	1.654	***
@24	<---	D2	1	***
@20	<---	D2	0.913	***
@14	<---	D2	0.67	***
@12	<---	D2	0.804	***
@11	<---	D2	1.058	***
@4	<---	D2	1.416	***
@21	<---	D3	1	***
@18	<---	D3	1.378	***
@17	<---	D3	1.272	***
@16	<---	D3	1.297	***
@10	<---	D3	1.297	***
@9	<---	D3	1.015	***
@8	<---	D3	1.425	***
@1	<---	D3	0.707	***

Los Ítems Correlacionan por encima de 0.30 (> 0,30) - Sig. <0,05. (Valida)
Muestra: 230

4.- Análisis de fiabilidad

Ítem	Confiabilidad McDonald's ω
Total, Adición a las Redes sociales	0.909

Confiable > 0,70.

Muestra: 230.

Anexo 13: Resultados Prueba Piloto Escala de Autoestima de Rosenberg

1.- Validez de Contenido – Prueba de criterio de jueces.

ITEMS	CLARIDAD			RELEVANCIA			PERTINENCIA	
	I.A.	V	Sig.	I.A.	V	Sig.	V.	Sig.
1	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
2	0.80	0.80	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
3	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
4	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
5	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
6	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
7	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
8	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
9	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032
10	1.00	1.00	.032	1.00	1.00	.032	1.00	.032

Nota:

V : Coeficiente V de Aiken

Sig. (p): Probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo cierta

IA: Índice de acuerdo

**p<.008 : Válido

2.- Prueba de Normalidad

Pruebas de normalidad

		Kolmogorov	
		Estadístico	Sig.
Escala de Autoestima de Rosemberg	1	0.84	,000

> 0,05 = Distribución No Paramétrica.

3.- Validez Dominio Total

Variable	Autoestima	
1. Autoestima	Spearman rho	—
	p-value	—
	Spearman rho	1.000**
2. Autoestima	p-value	0.01

Correlación > 0,30 - Sig < 0,05. (Valida)

Muestra: 230.

3.- Validez de constructo

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,821
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	667,987
	gl	45
	Sig.	,000

KMO > 0,60 (La adecuación muestral es adecuada); y la prueba de esfericidad de Bartlett < 0.05 (el análisis factorial es apropiado).

Factores Rotados:

ITEMS	CORRELACION	DIMENSION	ESTIMACION	P
@1	<---	D1	1	***
@2	<---	D1	1.062	***
@3	<---	D1	0.348	0.002
@4	<---	D1	1.071	***
@5	<---	D1	0.925	***
@6	<---	D1	1.029	***
@7	<---	D1	1.208	***
@8	<---	D1	0.976	***
@9	<---	D1	1.002	***
@10	<---	D1	0.896	***

Todos los ítems correlacionan (>0.30,) su nivel de significancia es menor a 0.05.

4.- Análisis de fiabilidad

Ítem	Confiabilidad McDonald's ω
Total, Autoestima	0.818

Confiable > 0,70.

Muestra: 230.