UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA EL AGROPECUARIO UCAYALI, 2023.

Tesis para optar el título profesional de

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

BETTY VANESA NONATO CUMAPA

LEONISA PATSY SOSA BARBARAN

Pucallpa - Perú

2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
COMISIÓN DE GRADOS Y TÍTULOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS MODALIDAD PRESENCIAL

En Pucallpa, a los **veintiún (21)** días del mes de **enero** de **2025**, siendo las **11:00** horas y de acuerdo a lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Ucayali, se reunió el Jurado Calificador, conformado por los siguientes docentes:

PRESIDENTE : Mg. MADELEN ESTRADA RIVERA
MIEMBRO : Dra. ISABEL RAMIREZ CHUMBE
MIEMBRO : Mg. JOSE NELTON ROMERO CHUQUIPIONDO

Para proceder a la evaluación de la sustentación pública de la tesis titulada:

"AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCION EDUCATIVA EL AGROPECUARIO UCAYALI, 2023"

Presentado por la Bachiller en Psicología:

NONATO CUMAPA BETTY VANESA
SOSA BARBARAN LEONISA PATSY

Teniendo en calidad de Asesor a: **Mg. Victor Manuel Noria Aliaga (0000-0002-3035-1528) (DNI 22660433)**
Finalizada la sustentación de la misma, se procedió a realizar la evaluación respectiva, llegando a la siguiente conclusión: La tesis ha sido: APROBADA POR MAYORÍA

Quedando las graduadas expeditas para que se le otorgue el Título Profesional de **LICENCIADA EN PSICOLOGIA**

Siendo las 13:00 horas del mismo día se dio por concluido el acto académico.

Pucallpa, **veintiuno (21) de enero de 2025**

Mg. Madelen Estrada Rivera
PRESIDENTE

Dra. Isabel Ramirez Chumbe
MIEMBRO

Mg. Jose Nelton Romero Chuquipiondo
MIEMBRO

La tesis titulada: "**AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA EL AGROPECUARIO UCAYALI, 2023"** fue aprobada por los miembros del jurado calificador, conformado por:

Mg. Madelen Estrada Rivera

Presidente

Dra. Isabel Ramirez Chumbe

Primer miembro

Mg. Jose Nelton Romero Chuquipiondo

Segundo miembro

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

N° **V/0454-2024**.

La Dirección de Producción Intelectual de la Universidad Nacional de Ucayali, hace constar por la presente, que el trabajo académico de investigación, titulado:

"**AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA EL AGROPECUARIO UCAYALI, 2023**"

Autor(es)	:	**NONATO CUMAPA, BETTY VANESA**
		SOSA BARBARAN, LEONISA PATSY
Facultad	:	**CIENCIAS DE LA SALUD**
Escuela	:	**PSICOLOGÍA**
Asesor(a)	:	**Mg. NORIA ALIAGA, VICTOR MANUEL**

Presenta un **porcentaje de similitud de 7%,** verificado en el Sistema Antiplagio COMPILATIO,

De acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO, el cual indica que todo trabajo de investigación no debe superar el 10%. **En tal sentido, se declara, que el presente trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud,** procediéndose a emitir la presente Constancia de Originalidad de Trabajo de Investigación (COTI) a solicitud del asesor.

En señal de conformidad se firma y sella el presente documento.

Fecha: 11/09/2024

Mg. JOSÉ MANUEL CÁRDENAS BERNAOLA
Director de Producción Intelectual

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Repositorio de la Universidad Nacional de Ucayali

Yo, BETTY VANESA NONATO CUMAPA

Autor de la tesis titulada : "AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCION EDUCATIVA EL AGROPECUARIO UCAYALI, 2023"

Sustentada el año 2025

Asesor(a): Mg. VICTOR MANUEL NORIA ALIAGA

Facultad: CIENCIAS DE LA SALUD

Escuela Profesional: PSICOLOGIA

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] TOTAL [X]

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: *Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir*, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria y el Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 21 / 01 / 2025

Email: bettynonato05@gmail.com Firma:

Teléfono: 929503881 DNI: 77129509

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Repositorio de la Universidad Nacional de Ucayali

Yo, LEONISA PATSY SOSA BARBARAN

Autor de la tesis titulada : "AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÒN EDUCATIVA EL AGROPECUARIO UCAYALI, 2023."

Sustentada el año: 2025

Asesor(a): Mg. VICTOR MANUEL NOIRIA ALIAGA

Facultad: CIENCIAS DE LA SALUD

Escuela Profesional: PSICOLOGÍA

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] TOTAL [X]

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: *Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir*, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria y el Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 21 / 01 / 2025

Email: sleonsapatsi@gmail.com Firma:

Teléfono: 919718994 DNI: 71964950

DEDICATORIA

Para mis padres, quienes fueron las personas que me dieron la fuerza suficiente para lograr este sueño y superar cada uno de los retos que la vida trae consigo.

Betty Vanesa

Para empezar, doy las gracias a mis padres, que me han brindado un apoyo incondicional en todo momento, lo que me ha permitido alcanzar todas mis metas, tanto personales como académicas. Ellos son los que me han motivado con su cariño a cumplir siempre mis metas y a no rendirme nunca en medio de las dificultades. También son quienes me han brindado el apoyo material y económico para que me concentre en mis estudios y nunca los abandone.

Leonisa Patsy

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional de Ucayali, por ser nuestra alma mater y brindarnos los conocimientos y la guía necesaria para convertirnos en las profesionales que están al servicio de la comunidad.

A la escuela profesional de Psicología, por contar con el personal docente que durante todos estos años de formación académica han participado activamente con dedicación y compromiso para prepararnos para asumir los retos y desafíos del mañana.

Al asesor Mg. Víctor Manuel Noria Aliaga, por ser parte de este trabajo para optar por el título profesional de licenciadas en Psicología.

A la Institución Educativa “El Agropecuario” y toda su plana administrativa y docente, por habernos abierto sus puertas y permitirnos desarrollar esta tesis en beneficio de la comunidad educativa.

Las Autoras

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023. La metodología fue de tipo cuantitativo, de nivel correlacional descriptivo y diseño no experimental. La población estuvo compuesta por los estudiantes de nivel secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario y la muestra por 97 estudiantes. Para la recolección de datos se hizo uso de la técnica de la encuesta y como instrumento: El Inventario de Autoestima de Coopersmith y un Cuestionario de Redes Sociales. Los resultados indican que 76.29% de los estudiantes tiene un nivel medio de autoestima y 51.44% un nivel alto de uso de redes sociales. Se concluye que, existe relación entre las variables de estudio en la muestra de estudiantes de nivel secundaria (rho=0.526; p=0.000).

Palabras clave: Autoestima, Estudiantes, Redes sociales, Secundaria.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the relationship between self-esteem and social networks in high school students of the Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023. The methodology was quantitative, descriptive correlational and non-experimental design. The population consisted of high school students of the Institución Educativa el Agropecuario and the sample consisted of 97 students. For data collection, the survey technique was used and the Coopersmith Self-Esteem Inventory and a Social Network Questionnaire were used as instruments. The results indicate that 76.29% of the students have a medium level of self-esteem and 51.44% have a high level of use of social networks. It is concluded that there is a relationship between the study variables in the sample of high school students (rho=0.526; p=0.000).

Keywords: Self-Esteem, Students, Social networks, High school.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA vii

AGRADECIMIENTOS viii

RESUMEN ix

ABSTRACT x

ÍNDICE GENERAL xi

ÍNDICE DE TABLAS xiii

ÍNDICE DE FIGURAS xiv

INTRODUCCIÓN xv

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 17

1.1. Descripción del problema 17

1.2.1. Problema general 23

1.2.2. Problemas específicos 23

1.3. Objetivos de la investigación 23

1.3.1. Objetivo general 23

1.3.2. Objetivos específicos 24

1.4. Hipótesis y/o sistema de hipótesis 24

1.4.1. Hipótesis general 24

1.4.2. Hipótesis específicas 24

1.5. Variables 25

1.6. Operacionalización de las variables 26

1.7. Justificación de la investigación 27

1.8. Propósito o importancia 28

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO 29

2.1. Antecedentes de la investigación 29

2.1.1. Antecedentes internacionales 29

2.1.2. Antecedentes nacionales 33

2.1.3. Antecedentes locales 37
2.2. Bases teóricas 38
2.3. Definición de términos básicos 49
CAPITULO III: METODOLOGÍA 51
3.1. Tipo de investigación 51
3.2. Población y muestra 52
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 53
3.3.1. Técnicas 53
3.3.2. Instrumentos 53
3.4. Procedimiento de recolección de datos 53
3.5. Procesamiento y tratamiento de datos 54
CAPÍTULO IV: RESULTADOS 55
4.1. Resultados 55
4.2. Discusión de resultados 61
CONCLUSIONES 65
RECOMENDACIONES 66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 67
ANEXOS 74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables. 26

Tabla 2. Nivel de autoestima de la muestra de estudiantes.....55

Tabla 3. Nivel de redes sociales de la muestra de estudiantes. 56

Tabla 4. Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov. 56

Tabla 5. Correlación entre autoestima y redes sociales. 57

Tabla 6. Correlación entre la dimensión sí mismo y redes sociales.....58

Tabla 7. Correlación entre la dimensión social y redes sociales.....59

Tabla 8. Correlación entre la dimensión hogar y redes sociales.....60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico de barras del nivel de autoestima. 55

Figura 2. Gráfico de barras del nivel de redes sociales. 56

INTRODUCCIÓN

Ahuanari y Herrera (2022). Las redes sociales se han establecido como medios indispensables que facilitan la comunicación y propician espacios de socialización virtual, especialmente en la actualidad, ya que, por la emergencia sanitaria en el marco de la pandemia por Covid-19, el distanciamiento físico se ha instaurado como medida fundamental para el cuidado de la salud, recurriendo a medios que, proporcionen contacto social desde lo virtual, en ese sentido, estas plataformas son muy empleadas, alcanzando en su uso a más del 50% de personas en el mundo.

Los adolescentes son un grupo especialmente vinculado al uso de estas plataformas de socialización virtual, debido a que, se encuentran en una etapa dónde requieren de mayor interacción con sus pares, espacios de entretenimiento y más, sin embargo, un acceso desmedido y problemático frente a dichos recursos, puede traer consigo el desarrollo de un comportamiento adictivo, sobre todo en dicho grupo poblacional, dado que, se encuentran en una etapa vulnerable y de cambios, según expone Burgos (2022), un 85% de escolares adolescentes suele pasar en promedio 3 horas al día en redes sociales, reportando también que el 2.6% desarrolla un comportamiento adictivo hacia tales plataformas, desencadenando secuelas en distintas esferas de desarrollo, tales como: deterioro del rendimiento académico, interacciones sociales deficientes, conflictos con los padres, problemas de sueño, y afectaciones psicológicas mayores.

Carrasco y Vásquez (2020). En ese sentido, con la información propuesta, se recalca lo fundamental que resultaría conocer la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria, quienes se encuentran en una etapa vulnerable como la adolescencia, y esto a su vez, agrava la exposición a comportamientos problemáticos, tales como la adicción a redes sociales, permitiendo conocer si la autoestima de los estudiantes ejerce algún vínculo en la aparición o la regulación del uso adictivo de estas plataformas de socialización virtual.

Esta tesis fue realizada con la finalidad de: Determinar la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.

Además, que fue elaborada tomando en cuenta los reglamentos de la Universidad Nacional de Ucayali sobre la elaboración de producción científica; la estructura de la esta tesis es la siguiente:

El primer capítulo, corresponde a la presentación de la problemática de la investigación, en donde se exhibe el planteamiento del problema, la formulación del problema, los objetivos y la justificación de la investigación.

El segundo capítulo, contiene al marco teórico en el que se encuentran los antecedentes consultados para la investigación y las bases teóricas de las variables de estudio.

El tercer capítulo, es el método empleado para el desarrollo de la tesis, mostrando el diseño de investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos empleados, el procedimiento de la recolección de datos y el procesamiento de estos.

El cuarto capítulo, son los resultados y la discusión de la investigación, que son obtenidos a partir de cada uno de los ejercicios de estadística descriptiva e inferencial realizados para poder responder a los objetivos de la investigación, para posteriormente ser discutidos por medio del marco teórico desarrollado.

El quinto capítulo, presenta las conclusiones y recomendaciones finales sobre la investigación, dando respuesta a los objetivos y formulación del problema presentados.

Por último, las referencias bibliográficas de toda la información consultada, al igual que los anexos de la investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Según la Organización Panamericana de la Salud OPS (2023). La autoestima es una noción multifacética que tiene muchas aplicaciones que a menudo se usan en los ámbitos de los deportes, la academia, las relaciones interpersonales y otras áreas. El término autoestima, se usa en una amplia variedad de contextos, pero se entiende universalmente que su significado incluye todo lo que creemos, sentimos y hacemos en relación con nosotros mismos. Sin embargo, dentro de este significado socialmente aceptado de la autoestima, la importancia de tener un alto sentido del valor propio está implícita, ya que, hacerlo se asocia con una mayor felicidad en uno mismo.

Considerando que, el sentido de la autoestima tiene como componente importante el contacto social que tiene el sujeto sobre sus tres instituciones centrales, las cuales son: Hogar, escuela y comunidad, se considera que cada una de ellas genera en el sujeto una percepción sobre su alrededor y sobre su persona, además de permitir el desarrollo de experiencias y la construcción del conocimiento, Petrzelová (2007); tomando en cuenta esto, se conoce que la pandemia del COVID-19, ha producido cambios importantes en estas tres instituciones, las que, de acuerdo a Moreno y Machado (2022), hubo un aumento considerable de trastornos de ansiedad, depresión, sueño que han afectado a niños, adolescentes y adultos, sobre la incertidumbre hacía el futuro y sobre los cambios suscitados por la nueva normalidad dentro del confinamiento sanitario y la adaptación del trabajo y escuela a una modalidad remota, como también al aumento en el manejo de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), y las plataformas digitales.

Sumado a esto, la etapa de la adolescencia es una transición importante, que coloca al sujeto en una exposición de vulnerabilidad ante el contacto con mayor autonomía de la sociedad y todo lo que conlleva esto, tal como expresa Quiroga, F., Capella, C., Sepúlveda, G., Conca, B., & Miranda, J. (2021), que “la integración de la identidad es una tarea de acomodación a las experiencias que se han dado en la historia vital.” (p. 4) Por lo que, el desarrollo de la autoestima también depende de los cimientos que han construido la vida de cada persona.

Esto toma mayor sentido, gracias al aporte presentado por Palacios (2019), que señalaría que la adolescencia no es una etapa problemática, sino que, hace necesario de necesidades específicas que no todas las instituciones y personas están en la posición de poder atender de forma adecuada, lo que, genera en el adolescente que este desarrolle una identidad a base de lo que puede obtener de los padres, amigos, comunidad y contexto, que puede traer como resultado situaciones que expongan a riesgos importantes en el adolescente u otros problemas relacionados a su conducta y comportamiento ante situaciones individuales como grupales.

Adentrando al sentido principal de la problemática de esta investigación se hace expreso que actualmente los adolescentes cuentan con mayor control de las TIC’s y sobre una basta cantidad de plataformas que han permitido encontrar formas de entretenimiento, comunidades sociales, conocimiento, entre todas las posibilidades que existen dentro de este sistema intercomunicado. A raíz de esto, Taguenca (2016), encontraría que la globalización dentro de los campos sociales se ha adaptado a la propia innovación de herramientas tecnológicas, con el fin de transformar y continuar evolucionando dentro del marco del cambio socioeconómico, cultural, político e incluso sobre la propia comunicación existente, lo que, también tienen un impacto social importante sobre lo que es y sobre lo que será.

Martínez y Rincón (2021), serían los encargados de exhibir el problema presente sobre el desarrollo de la identidad dentro de un mundo digital, al dejar de lado que ya no son únicamente las tres instituciones centrales los que permiten el desarrollo de la autoestima, sino que, la identidad que el adolescente desarrolla depende también sobre las acciones y repercusiones que encuentra dentro de plataformas digitales, sus dispositivos y aplicaciones.

Habiendo señalado los hechos centrales sobre el desarrollo de la autoestima y la identidad en adolescente como primer punto, se exhibe los problemas que desarrollaron dentro de la pandemia mundial, como también los nuevos retos y desafíos encontrados en la nueva normalidad. Ahora, como segundo punto importante, se tiene que indagar sobre lo que corresponde a lo que compete a las plataformas digitales, siendo específicamente las redes sociales.

De acuerdo con la información presentada por la OPS (2024), dentro de una encuesta realizada a 280.000 adolescentes escolarizados de 44 países diferentes dentro del periodo 2021-2022, se conoce que al menos 11% han presentado un uso inadecuado de las redes sociales, del cual reportaron que sienten una angustia importante al no estar conectados o sienten la necesidad de estar en línea, aunque esto se vuelve una necesidad compulsiva, siendo 13% de las mujeres perciben más este malestar.

Este reporte también presenta que más allá del uso inadecuado y excesivo de las redes sociales, los adolescentes están tomando conductas y comportamiento altamente nocivos para ellos mismo por conseguir notoriedad, seguidores o “likes”, aceptando retos o desafíos que ponen en grave peligro su integridad física y mental de ellos, como también de las personas que se encuentran directa e indirectamente relacionadas con todo esto.

Asimismo, también se ha observado que dentro de estas redes sociales se ven expuestos también a la micro comercialización de estupefacientes por los

mercados de la propia red social y/o por otros adolescentes o personas que se encargan de la distribución de estas sustancias por medios digitales.

Sin embargo, esto no es un problema reciente, ya que, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF (2019), mencionaría los riesgos de contenido, contacto y conducta que pueden presentar los adolescentes que se ven expuestos sin supervisión, control o manejo correcto de estas plataformas. En relación con lo señalado por la OPS (2024), que este mundo globalizado ahora cuenta también con analfabetas digitales y la libertad que proporciona los medios digitales para mostrarse y exhibirse según las necesidades de sus internautas.

Bajo este panorama, dentro del reporte de la UNICEF (2017), manifestaba que al menos entre jóvenes de 15 a 24 años son los que están más tiempo conectados, representando un 71% de los adolescentes a nivel mundial, mientras que en población general solo un 48%, además que, uno de cada tres usuarios de internet son de un menor de 18 años y que la edad emperico para el uso de internet es desde los 15 años en general, pero es una edad prevista que continuara descendiendo, mostrando un panorama en donde las plataformas digitales van estar presentes desde muy temprana edad. En comparación que, actualmente una nota de prensa presentada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023), 72.4% de la población de 6 a 17 años ha logrado acceder a internet en Perú, lo que, en sentido con la situación pandémica que se ha vivido, daría razón a que cada vez sea mayor el uso y acceso a internet para los diferentes fines por los cuales se está utilizando.

Estas dos problemáticas se ha vuelto una preocupación creciente entre los estudiantes de hoy, que están cada vez más preocupados por cómo les ven los demás y qué piensan de ellos cuando interactúan con los demás. Estos pensamientos a menudo pasan desapercibidos. El auto-quererce es la evaluación positiva del individuo; cuando es saludable, aumenta la felicidad de un estudiante

y lo prepara para aprovechar al máximo sus habilidades en respuesta a los desafíos únicos que enfrentará a medida que crezca y madure en su entorno.

OMS (2022). Sin embargo, si un estudiante tiene baja autoestima y muestra inferiores muestras de habilidades su comparación con el resto tendrá repercusiones en el desempeño académico del estudiante, sus relaciones interpersonales y el sentido general de confianza en las habilidades del estudiante de acuerdo con lo señalado por la Organización Mundial de la Salud.

Gómez (2019). En el país sureño Bolivia, estudios realizados por su Gobierno considero que un 95% acceden al Internet por medio de los teléfonos móvil. Las actividades más realizadas por los internautas son: contactar con familiares y amigos el 73% del tiempo, utilizar las redes sociales, buscar información el 35% del tiempo, escuchar música o ver vídeos el 26% del tiempo, descargar archivos el 22% del tiempo, trabajar el 19%, jugar el 12% del tiempo, ver noticias el 11% del tiempo, utilizar el correo electrónico el 7% del tiempo, comprar, vender o transferir el 2% del tiempo y otros el 1%. Entre los usuarios mayores de 14 años, el 65% utiliza los medios sociales.

Actualmente, debido al problema del COVID 19 y a las exigencias tecnológicas, nos obligó a participar mucho más en las redes, lo que ha dado lugar a sus 16 usos incorrectos. Algunos autores, entre ellos, Torrez y Cobo (2017), describen que los usuarios en Facebook pueden crear seudónimos individualizados que contengan datos, información, almacenar mensajes, tener contactos, hacer videos, tomar fotos, etiquetar a individuos y mucho más. La manera en cómo interactuamos con otras personas ha sido transformada por las redes sociales.

Hoy en día, es una herramienta que nos mantiene las 24 horas informados, a la vez que estamos en contacto diario con otras personas, sin conocerlas o

comunicarnos con ellas; es una forma moderna de estar conectado inmediatamente a la vida de otras personas. Cuando el exceso del internet supera nuestras actividades cotidianas surgen los problemas, Ramírez (2018). Las luchas diarias de los adolescentes con la procrastinación y otros problemas relacionados con las redes sociales les impiden alcanzar su pleno potencial como estudiantes en nuestras escuelas públicas y privadas.

Los que cursan la secundaria deben darse cuenta de que el amor propio y la responsabilidad de las redes son cruciales para realizar una vida con sentido. Este estudio es importante porque ha quedado claro que los estudiantes de hoy en día a menudo son desbordados por la tecnología y, como consecuencia, suelen posponer sus actividades académicas sin definir claramente sus objetivos finales.

Para vivir una vida con sentido, deben darse cuenta de que la confianza en sí mismos y la tecnología utilizada de forma adecuada serán esenciales. Esta investigación es importante porque la evidencia sugiere que los estudiantes de hoy en día están doblemente ocupados por sus redes sociales, lo que hace que pospongan repetidamente las actividades académicas sin establecer objetivos claros para los beneficios a largo plazo que esperan obtener del tiempo que pasan en línea.

En base a todo lo anterior, la problemática que se ha observado dentro de los estudiantes de 4to año de la institución educativa El Agropecuario, radica en la forma en como ellos manejan las redes sociales para utilizarlas no solo como un medio de entretenimiento y comunicación, sino que a raíz de su mal uso ha provocado conflictos entre sus estudiantes, al existir publicaciones o comentarios dirigidos con odio entre sus pares o incitar a otros estudiantes a realizar acciones por la presión que ejerce el grupo dentro de estos medios digitales.

Asimismo, se conoce por parte de los docentes y tutores que los estudiantes han estado teniendo ciertos conflictos internos sobre su aspecto

personal, señalando que hay complejos y situaciones que enfatizan problemas con su propia identidad y sobre la experiencia conjunta en grupo que provoca una errónea perspectiva sobre lo que es el rol del adolescente y estudiante dentro de un mismo espacio.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cuál es la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario, Ucayali 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Existe relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023?
- ¿Existe relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023?
- ¿Existe relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

- Determinar la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar la relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.
- Identificar la relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023
- Identificar la relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.

1.4. Hipótesis y/o sistema de hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

- **H_0:** No existe relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023
- **H_l:** Existe relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.

1.4.2. Hipótesis específicas

- **$HE1_0$:** No existe relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023
- **$HE1_l$:** Existe relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.
- **$HE2_0$:** No Existe relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.

- **$HE2_I$:** Existe relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.
- **$HE3_0$:** No existe relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.
- **$HE3_I$:** Existe relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.

1.5. Variables

Variable 1: Autoestima

Dimensiones:

- Si mismo
- Social
- Hogar

Variable 2: Redes sociales

Dimensiones:

- Facebook
- YouTube
- WhatsApp

1.6. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	ítems	Valores
Autoestima	Si mismo	Aceptación Auto satisfacción Confianza	1,3,4,7,10,12, 13,15,18,19, 23,24,25	Alto (75 a 100) Medio (50 a 74) Bajo (25 a 49)
	Social	Adaptación social Liderazgo Habilidades interpersonales	2,5,8,14,17,21	
	Hogar	Percepción de la familia Relación intrafamiliar	6,9,11,16,20,22	
Redes sociales	Facebook	Comunicación en línea Seguridad Relaciones grupales Privacidad	6,9,11,16,20,22	Alto (62 a 78) Medio (44 a 61) Bajo (26 a 43)
	YouTube	Compartir información Comunicación en línea Publicidad	14, 15,20 16, 17 18, 19	
	WhatsApp	Comunicación en línea Seguridad Habilidades sociales	21,25,26 23 22,24	

1.7. Justificación de la investigación

1.7.1. Justificación teórica

El impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) dentro de la sociedad contemporánea es un hito importante en la influencia y desarrolla aspectos relacionadas a los seres humanos, desde las nuevas vías de comunicación y relación, hasta herramientas y recursos tecnológicos que mejoran la calidad de vida.

Por lo tanto, se ha vuelto un tema relevante para la investigación de fenómenos relacionados a estas herramientas digitales y tecnológicas, al tomarse en cuenta que el ser humano se compone a partir de diferentes influencias exteriores, que puede ser determinantes al momento de desarrollar conductas y comportamientos; es por ello, que se busca conocer la relación que existe entre la autoestima y las redes sociales en estudiantes de nivel secundaria.

1.7.2. Justificación práctica

De acuerdo con los resultados que está tesis pueda presentar respecto a la relación que existe entre estas dos variables e incluso el nivel que presentan sobre cada una de ellas, puede motivar a otros investigadores al desarrollo de estudios enfocados en programas de intervención para mejorar la autoestima en adolescentes, así como también al uso correcto de las TIC y/o las redes sociales.

1.7.3. Justificación metodológica

Está tesis fue realizada utilizando una metodología que se adecue a los objetivos de la investigación, del mismo modo con las técnicas e instrumentos empleados para poder presentar resultados que reflejen tanto la realidad del fenómeno observado, como también la precisión este resultado. Cabe resaltar, que está investigación forma parte de la

producción científica, por lo tanto, se tomó todas las consideraciones para el adecuado desarrollo de este para asegurar la protección de los participantes y de los propios investigadores.

1.8. Propósito o importancia

Esta investigación tiene dos motivos importantes por el cual esta investigación es relevante. La primera de ella es acerca de los resultados que presenta está investigación a nivel local, ya que, de acuerdo con la búsqueda realizada han sido pocas las investigaciones que han ahondado una investigación similar a la presente.

Como segundo motivo, es que las conclusiones que presente esta investigación podrán apoyar a otros investigadores para planificar investigaciones que se vean orientadas a la mejora de la autoestima mediante un programa que pueda implementar el correcto uso de las redes sociales para motivar e incentivar al adolescente a un sentido de identidad y pertenencia.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Acosta, S., Ramírez, A., & Saldarriaga, Y. (2022), realizaron un estudio en Colombia que publicado en una revista científica. El objetivo general fue identificar la incidencia del uso de redes sociales en el desarrollo de la autoimagen en adolescentes escolarizados en diferentes Instituciones Educativas de Antioquia. La metodología fue de un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo y diseño no experimental, observacional, transversal y retrospectivo. La muestra estuvo compuesta por 117 estudiantes, quienes fueron evaluados bajo los siguientes instrumentos: Autoinforme, Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS), y el Cuestionario de Autoimagen (CAI). Los resultados muestran que 31.6% tiene tres redes sociales, 40% señala que usa estas redes todo el tiempo y 90% de los adolescentes que hacen uso habitual de las redes sociales no presentan algún tipo de retraso escolar. Se concluye que, en el análisis de ARS se muestran aspectos positivos como negativos sobre el uso que se brinda a esta herramienta, señalando que depende de la dirección del uso de las RS, de igual forma con la autoimagen, se observa que las RS influyen sobre el desarrollo de la identidad, pensamientos y sentimientos.

Ardila, I., Orozco, P., & Potosí, B. (2022), realizaron un estudio en Colombia para optar por el grado de bachiller en psicología. El objetivo general fue analizar los niveles de adicción a las redes sociales en estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Villavicencio. La metodología fue de enfoque cuantitativo y tipo descriptivo.

La población estuvo conformada por 4.237 estudiantes y la muestra por 106 estudiantes de entre 16 a 17 años de edad. Para recoger la información se hizo uso del siguiente instrumento: La Escala de Adicción a Redes Sociales (ARS). Los resultados indican que 86.8% tiene un nivel severo de obsesión a las redes sociales, 50% nivel severo de control personal, 93.4% nivel severo de uso excesivo de redes sociales y 52% un nivel moderado de adicción a las redes sociales. Se concluye que, los estudiantes tienen un nivel moderado de adicción a las redes sociales.

Burgos (2022), realizo un estudio en Colombia para optar por el título de licenciado en psicología. El objetivo general fue conocer la relación que tienen la adicción a las redes sociales de Instagram y Facebook con la autoestima en un grupo de adolescentes escolarizados del municipio de Apartadó. La metodología fue de enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño no experimental transversal. La muestra estuvo conformada por 92 adolescentes, quienes fueron evaluados con los siguientes instrumentos: La Escala de Autoestima de Rosenberg y el Test de adicción a las Redes Sociales (TARS). Los resultados denotan que el nivel de autoestima que presentan hombres como mujeres es casi similar, pero, los hombres tienen una tendencia leve a mayor autoestima; mientras que, en redes sociales en los tres componentes se observan valores similares entre hombres y mujeres, pero caso contrario a la autoestima, las mujeres denotan mayor adicción a las redes sociales. Se concluye que, existe una correlación negativa moderada entre la autoestima y la adicción a las redes sociales (rho=-0.45; p=<0.05) en la muestra de estudiantes.

Coiran, J., Medina, L., & Londoño, D. (2022), realizaron un estudio en Colombia para optar por el grado de bachiller en psicología. El objetivo general fue determinar la influencia que generan las redes sociales en la

autoestima de los alumnos del grado once de la I.E. Agropecuario. La metodología de estudio fue enfoque cuantitativo y tipo correlacional. La población está compuesta por 20 estudiantes. Para recoger la información se utilizó una escala para medir la influencia de las redes sociales. Los resultados señalan que 56.87% de mujeres de la muestra se encuentran influencias por las redes sociales y 53.33% del hombre igual. Un 60.07% en su autoestima ha sido influencia por las RS, 60.07% por su utilidad, 58.97% por su frecuencia y 21.42% en el acceso. Se concluye que, 64.66% de la muestra de estudiantes se ve influencia por las redes sociales en su autoestima.

Encarnación y Rosendo (2022), realizaron un estudio en República Dominicana para optar por el grado de bachiller en psicología. El objetivo general fue describir la relación entre autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de 18 a 25 años de edad de la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña. La metodología fue de tipo cuantitativo, de alcance descriptivo correlacional y diseño transversal. La población estuvo compuesta por 7.269 estudiantes de 18 a 25 años de edad, para la muestra se realizó un cálculo finito obteniendo la cantidad de 95 participantes. Para la recolección de datos se hizo uso de la Escala de Rosenberg y una encuesta de las redes sociales. Los resultados indican que 45.3% de los participantes de la muestra tienen un nivel bajo de autoestima y sobre la influencia de las redes sociales y su propio uso los estudiantes con un nivel medio y bajo de autoestima son los que tienen mayor presencia sobre las redes sociales respecto a la forma y uso que brinda. Se concluye que, mientras mayor prioridad haya en las redes sociales, menor será la autoestima

Klimenko y Cataño (2021), realizaron un estudio en Barranquilla que publicado en una revista científica. El objetivo general fue valorar el riesgo de adicción a redes sociales e Internet y su relación con habilidades para la vida y socioemocionales en una muestra de adolescentes. La metodología fue de tipo cuantitativo, de nivel correlacional y diseño no experimental transversal. La muestra fue compuesta por 221 estudiantes. Para la recolección de datos se aplicaron la Escala de Riesgo de Adicción a las Redes Sociales e Internet (ERA-RSI), la Escala de Habilidades para la Vida y entre otras escalas para la valoración de las habilidades socioemocionales. Los resultados denotan que la variable habilidades para la vida hubo resultado muy bajos, del mismo modo en la variable habilidades socioemocionales y de igual forma en riesgo de adicción a las redes sociales e internet. Se concluye que, si existe correlación negativa media entre riego de adicción a las redes sociales e internet y habilidades para la vida (r=-0,475, p=0,009) en la muestra de estudiantes.

Portillo, V., Ávila, J., & Capps, J. (2021), realizaron un estudio en México que publicado en una revista científica. El objetivo general fue establecer la relación entre la adicción a las redes sociales, la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios. La metodología fue de un diseño comparativo y correlacional. La población fue 100 estudiantes universitarios, quienes fueron evaluados bajo el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), la Escala de Ansiedad Manifiesta en Adulto y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los resultados indican que 56.85% de los estudiantes con autoestima baja tienen adicción a las RS, 20.21% están obsesionados con las RS, 13.64% tienen falta de control y 23.14% tienen un uso excesivo de RS; mientras que, 47.94% de los estudiantes con ansiedad alta tiene adicción a las RS, 17.10% tienen una obsesión,

10.91% no tienen control sobre su uso y 14.74% le dan un uso excesivo. Se concluye que, se encontró que existe una correlación inversa significativa entre la autoestima y los factores de la adicción a las redes sociales.

Valdez (2020), realizo un estudio en Bolivia para optar por el grado de bachiller en psicología. El objetivo general fue determinar redes sociales y su incidencia en la autoestima en adolescentes de 16 a 17 años de la Unidad Educativa Roberto Pérez Patón. La metodología del estudio fue de tipo descriptivo-correlacional y diseño no experimental de tipo transversal. La población fue de 178 estudiantes y con una muestra de 44 estudiantes. Para la recolección de datos se usaron dos cuestionarios, uno para el uso de las redes sociales y el otro de autoestima. Los resultados señalan que 48% de los estudiantes de la muestra tienen un nivel medio de autoestima y 47% un nivel moderado de uso de las redes sociales. Se concluye que, existe una correlación negativa alta entre la autoestima y las redes sociales (r=-0.768; p=0.000) en la muestra de estudiantes.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Ahuanari y Herrera (2022), realizaron un estudio en Huancayo para optar por el título de licenciada en psicología. El objetivo general fue determinar la relación entre la autoestima y la adicción a redes sociales en estudiantes de tercer grado de secundaria de una institución pública de Huancayo- 2022. La metodología fue de tipo básica, de nivel relacional y diseño correlacional. La muestra estuvo compuesta por 220 estudiantes. Para la recolección de datos se empleó el Inventario de Autoestima de Coopersmith y cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS). Los resultados indican que 51.8% tiene un promedio alto de autoestima y 45.5% un promedio bajo, mientras que, 82.7% tiene un nivel medio de

adicción a las redes sociales. Se concluye que, se determina que existe una correlación negativa baja entre las variables de estudio (rho=-0.309; p=0.000).

Catasi y Salas (2022), realizaron un estudio en Lima para optar por el título de licenciada en psicología. El objetivo general fue determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo-correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo compuesta de 163 estudiantes. Para la recolección de datos se hizo uso de técnica de la encuesta y como instrumento el Inventario de Autoestima de Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS). Los resultados denotan que 61.30% de los participantes de la muestra tienen un nivel bajo de autoestima y 30.70% un nivel muy bajo; mientras que, 57.60% tiene un nivel alto de adicción a las redes sociales y 21.50% un nivel medio alto. Se concluye que, se determina que existe una correlación negativa entre las variables de estudio (rho=-0.653; p=0.000)

Cruz, R., Layme, D. & Aquino, L. (2022), realizaron un estudio en Ica para optar por el título de licenciado en psicología. El objetivo general fue desarrollar la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa de Huarochirí, 2022. La metodología empleada fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La muestra fue de 156 estudiantes; para la recolección de datos se hizo uso de la técnica de la observación, encuesta y técnicas psicométricas, y como instrumentos el inventario de autoestima de Stanley Coopersmith y el cuestionario de

redes sociales. Los resultados muestran que 51.92% de los estudiantes tienen un nivel bajo de autoestima y 43.59% un nivel medio; mientras que, un 83,97% tiene un nivel medio en redes sociales. Se concluye que, no existe relación entre la autoestima y las redes sociales (rho=0.034; p=0.674) en la muestra de estudio.

Guerra (2022), realizaron un estudio en Lima para optar el grado de doctor en educación. El objetivo general fue verificar la influencia de la adicción a redes sociales y la autoestima en la autonomía del aprendizaje en estudiantes de 5to de secundaria. La metodología fue de enfoque cuantitativo, tipo aplicada y diseño no experimental de pesquisa correlacional-causal. La muestra estuvo compuesta por 209 estudiantes y para la recolección de datos se hizo uso la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario. Los resultados indican que 63.1% de los estudiantes tienen una autonomía de aprendizaje alta y una adicción a las redes sociales baja y 54.7% tiene una alta autonomía del aprendizaje y autoestima baja. Se concluye que, las redes sociales y la autoestima si influye en la autonomía del aprendizaje de los estudiantes (chi^2=7.322; p=0.012)

Iglesias y Mineto (2022), realizaron un estudio en Lima para optar el título de licenciada en psicología. El objetivo general fue determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte. La metodología fue de corte cuantitativo, de tipo descriptivo comparativo correlacional y de diseño no experimental transversal. La muestra estuvo compuesta por 216 estudiantes de secundaria. Para recoger la información se hizo uso de la técnica de la encuesta virtual y como instrumento el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS - 6) y la Escala de

Autoestima de Rosenberg (EAR). Los resultados indican que 64.8% tiene un nivel regular de adicción a las RS y 52.7% tiene un nivel moderado de autoestima. Se concluye que, existe una correlación negativa entre las variables de estudio (rho=-0.228; p=0.001) en la muestra de estudiantes.

Rodríguez (2022), realizo un estudio en Lima para optar por el título de licenciado en psicología. El objetivo general fue determinar la relación que existe entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada. La metodología fue de enfoque cuantitativo, de tipo básica, de nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 1.559 estudiantes, mientras que la muestra fue de 357 estudiantes. Para la recolección de datos se aplicaron los siguientes instrumentos: El Inventario de autoestima Stanley Coopersmith (SEI) y el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). Los resultados señalan que, 47.1% de los estudiantes tiene una autoestima alta y 30.8% medio alta, mientras que, 53.5% tiene un nivel medio de adicción a las RS Y 42.3% un nivel bajo. Se concluye que, existe una correlación negativa entre las variables de estudio (rho=-0.370; p=0.000) en la muestra de estudiantes.

Tincahuallpa (2021), realizo un estudio Cuzco Ica para optar por el grado académico de magister en psicología educativa. El objetivo general fue determinar la influencia entre el uso de redes sociales y la autoestima en estudiantes del 3º de secundaria de la Institución Educativa del Cusco. La metodología fue de tipo básica, nivel correlacional y de diseño no experimental. La población estuvo compuesta por 525 estudiantes de nivel secundaria y una muestra de 61 estudiantes. Para la recolección de datos se hizo uso de la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario.

Los resultados indican que 76.7% de los estudiantes tienen un nivel nada significativo en redes sociales y 90.2% tienen un nivel bajo de autoestima. Se concluye que, el uso de las redes sociales no influye sobre la autoestima (Chi^2=24.258; p=0.061) en los estudiantes de la muestra.

2.1.3. Antecedentes locales

Julca y Nuñez (2020), realizaron un estudio con el objetivo general de determinar el uso de las redes sociales y la personalidad de los estudiantes del 5º grado de educación secundaria de la institución educativa Jorge Chávez, 2019. La metodología fue de tipo correlacional descriptiva. La muestra estuvo conformada por 91 estudiantes de secundaria y la muestra por 30 estudiantes. Para la recolección de datos se hizo uso de la técnica de la observación y la aplicación de una guía, mientras que, el instrumento fue una ficha de observación. Los resultados indica que 88% de los estudiantes usan redes sociales y 77% tiene una personalidad estable. Se concluye que, existe correlación moderada entre las variables de estudio (rho=0.615; p=0.000) en la muestra de estudiantes.

Salinas (2020), realizo un estudio con el objetivo general de determinar el grado de relación existente entre el uso de redes sociales con los hábitos de estudio en estudiantes de la Facultad de Educación y Ciencias Sociales de la UNU, Pucallpa – 2019. La metodología fue tipo pura, de nivel correlacional y diseño no experimental. La población fue de 613 estudiantes universitarios y con una muestra de 236 estudiantes. Para la recolección de datos se usó el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) y el Inventario de Hábitos de Estudio CASM – 85 – Revisión 2014. Los resultados indican que 86% de los estudiantes casi siempre usan redes sociales y 64% casi siempre tiene hábitos de estudio. Se

concluye que, existe una correlación alta entre las variables de estudio (r=0.939; p=0.000) en la muestra de estudiantes universitarios.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Autoestima

- **Definición**

De acuerdo con Coopersmith (1967) citado por Gonzáles (2016), la autoestima se define como una actitud con la cual una persona se enfrenta al mundo. Dicho de otra forma, dado que la autoestima se considera como un juicio de valor donde cada uno determina el grado en que es capaz y valioso, entre mejor actitud tenga una persona hacia sí misma, se podrá enfrentar al mundo con una mejor actitud, aprovechando más y en todo su potencial las habilidades con las que cuente.” (p. 63)

Carrasco y Vásquez (2020), añaden que la autoestima contribuye a superar las dificultades de la vida, influye en el aprendizaje, impone responsabilidades y proporciona seguridad y confianza en uno mismo. Desempeñando un papel crucial en el ser humano al permitir generar mayor confianza sobre uno mismo; esto hace sentido a lo señalado por parte de Coopersmith (1967), que, al tener mayor valoración sobre uno mismo, permite generar mejores herramientas para poder enfrentar los desafíos de la vida diaria, lo que, extrapolado a la vida de los adolescentes es algo que toma mucho más importante y relevancia por la propia condición de transición y vulnerabilidad que exhiben.

Por otro lado, Tapia (2020), añade que la autoestima empuja a una fuerza interna a triunfar o fracasar hacia diversas áreas de la vida. Para alcanzar sus metas, dependerá del nivel de autoestima y autoconfianza de cada individuo; esto es explicado por Petrzelová (2007), que indicaría que aunque la autoestima es una fuerza importante para el sujeto, esta debe

ser originada a partir de tres condiciones importantes. Siendo la primera la aceptación total o parcial de los padres hacia el hijo, luego la creación de limites definidos y, por último, las acciones que se realizan dentro de este espacio delimitado, todo esto puede generar un mayor control sobre elecciones y decisiones importante en la propia vida.

- **Componentes de la autoestima**

Silva y Mejía (2015), describen que la autoestima tiene diversos componentes que pueden influenciar directa e indirectamente sobre ella. Algunos de esos componentes son los siguientes:

Componente afectivo. El elemento emocional implica actuar según nuestros sentimientos, emociones y lo que siento actualmente.

Componente cognitivo. implica lidiar con los sueños mentales para cambiar pensamientos negativos y convertirlos en pensamientos positivos; lo mismo ocurre con los pensamientos irracionales.

Componente conductual. implica acciones relacionadas con "lo que hago", o al mismo que se refiere a nuestra conducta.

- **Importancia de la autoestima**

La vida de las personas, profesionales en el ámbito social tiene mayor relevancia cuando se tiene un autoconcepto y una autoestima positiva McKay y Fanning (1901). Al contribuir al bienestar mental y físico, el autoconcepto de un individuo fomenta un sentido de identidad propia, sirve de marco para interpretar las propias experiencias y la realidad externa, esto influirá, moldeará la motivación y las expectativas en los equilibrios psicológicos.

Además, tener una buena autoestima es esencial para comprendernos a nosotros mismos y a los demás, así como para una vida

completa. Su reputación personal es la autoestima. Desarrollo personal de capacidad y valía están los dos elementos que la componen.

- **Teorías que explican la autoestima.**

Teoría de la autorrealización de Rogers. Rogers (2005), afirma que la mayoría de los seres humanos sufren de problemas relacionados con su autodesprecio. Las personas creen que no valen nada y que no son merecedoras de amor y respeto. Aunque toda persona tiene una autoimagen positiva, marcada por la virtud y la voluntad de superar la adversidad, ésta puede verse sofocada e impedida de desarrollarse en ocasiones. Se dice que una persona es deseada y aceptada cuando cumple las normas, propuestos por los demás, los cuales no siempre priorizan sus propios intereses.

Asegura Branden (1995), que cada persona principalmente tiene objetivos al expresarse como personas únicas, con respeto y valor a su manera de sentirse. Por ende, es crucial que cada uno en su propia naturaleza desarrolle y cultive enfrentar la vida de la mejor manera.

Teoría de Coopersmith. Constata Coopersmith (1967), que la autoestima es la evaluación de los individuos hacia ellos mismos. Identificado por la presencia del ser humano como un ser inteligente y capaz de resolver problemas en el proceso de desarrollo de la autoestima y consta de varias etapas: Lo que constituye un nivel de aceptación y respeto que un individuo puede recibir de los demás a su alrededor.

Branden (1995). El camino hacia el poder, el éxito y la posición en el mundo. Los objetivos, los cuales pueden cambiar según las necesidades personales. Y en cuanto a cómo reaccionar ante los factores que intentan rebajar la autoestima, algunas personas intentan minimizar este tipo de comportamientos.

Seguidamente, Catasi y Salas (2022), afirma que esta variable de estudio está influida por cuatro factores. Es así mismo que valora sus puntos fuertes y débiles y se conoce como autopercepción. Su comportamiento es toda la acción que se lleva a cabo con el propósito de mejorar su situación para alcanzar sus metas. El contexto inmediato es donde se producen las cosas, a veces promueve un aumento de la autoestima o, por el contrario, provoca un descenso. La parte cognitiva engloba todas las creencias y cogniciones.

Teoría de Rosenberg. Esta percepción que el sujeto tiene sobre sí mismo puede ser evaluada como autoestima. Rossemberg (1965), fue uno de los primeros teóricos en hacer eso. Su propuesta es evaluar este concepto a escala mundial; esto permitiría una explicación amplia del "yo".

- **Dimensiones de la autoestima**

Autoestima general o de sí mismo. Catasi y Salas (2022). Esta dimensión engloba la propia autoconciencia, la confianza en uno mismo y la autoestima; también contiene componentes motivadores como el impulso que lleva a las personas alcanzar sus metas. Además, incluye estados emocionales, propias de cada individuo.

Autoestima hogar. Tincahuallpa (2021). La autoestima en su desarrollo es inseparable de la vida familiar porque, al ser la primera célula social en la que los niños empiezan a socializarse, la familia es el principal escenario en el que se refuerza la autoestima. En consecuencia, esa dimensión también está muy relacionada con las relaciones interpersonales dentro de la familia y con la forma en que sus miembros se apoyan y motivan mutuamente para seguir creciendo como familia y como individuos.

Autoestima social. Tincahuallpa (2021). El asertividad, la cooperación y la comunicación en contextos de socialización se reflejan en cómo un individuo se desarrolla e interactúa con las personas en su entorno. La aprobación de la sociedad implica mucho para el individuo y su autoconfianza se mantiene cuando logra relacionarse con los demás.

2.2.2. Redes sociales

- **Definición**

Salazar, C., Barros, D., & Quinn, J. (2020), mencionan que la web es la base de redes de medios sociales, estructuradas en función de los perfiles personales o profesionales de los usuarios, en las que éstos intentan conectar secuencialmente con los propietarios de dichos perfiles a través de etiquetas personales vinculadas a su propio perfil personal o profesional.

Mientras que, Mayol (2023), lo definiría como "(…) plataformas de Internet en las que los usuarios se conectan y comunican entre sí a través de diversas herramientas y funcionalidades, como la publicación de contenido, la mensajería instantánea, los comentarios y la participación en grupos o comunidades virtuales." (p. 15)

Sin embargo, es el aporte presentado por Cárdenas, S. Veytia, M. y Calvo, S. (2023), que considera a las redes sociales y al adolescente dentro de un mismo espacio conceptual son una herramienta de comunicación fácil y rápida desde diferentes partes del mundo de forma multidireccional o entre más de dos personas a la vez. Algunas características de las redes sociales son que permiten a los adolescentes expresarse, tener diferentes personalidades o avatares, comunicarse con seres queridos y amistades, conocer personas y agregar particularidades que definan sus diferentes personalidades online." (p. 46)

Numerosos aspectos cuantitativos de las redes sociales incluyen la densidad, la proximidad para llegar a otra persona dentro de la red, el número de contactos directos que se pueden establecer, el número total de usuarios, las características diferenciales entre los miembros y, finalmente, la distancia real entre los usuarios.

Lo más importante es el contenido, las conexiones que se formarán entre los usuarios directos, la dirección de la reciprocidad en las relaciones, la durabilidad general de la red, el valor que los usuarios asignan a las relaciones y la multiplicación, de forma en que los miembros pueden relacionarse y la durabilidad de la red en general son características cualitativas.

- **Clasificación de las redes sociales**

Existen esencialmente dos tipos de redes sociales según Estrada y Gallegos (2020), siendo esta clasificación a raíz del estado de conexión que se tiene sobre la propia plataforma; la primera son las redes sociales Offline o fuera de línea, estás plataformas tienen la finalidad de servir como un medio de interacción sociales, aunque carezcan de un medio electrónico por el cual servirse, siendo el ejemplo perfecto para esta la comunidad.

Los espacios humanos desde antes de la creación de la propia internet han tenido el objetivo de ser la fuente de difusión central mediada por la comunicación, la lengua oral y escrita, como también por otros medios físicos como la radio, televisión o el propio periódico.

Con la llegada de la revolución tecnológico, aparece la nueva clasificación de las redes sociales Online, las cuales, a diferencia de la primera clasificación, hacen necesario de encontrarse parcial o totalmente conectadas a internet para permitir a los usuarios poder establecer

conexión sobre las diferentes plataformas virtuales que cuenta la internet y respectivamente las redes sociales.

El objetivo de las redes sociales en Offline y Online son diversas y cada una de ellas tienen una finalidad concreta sobre el su propio uso; siendo que, su principal función que se brinda en la comunidad es de interactuar por medio de las redes sociales para compartir momentos u otros archivos multimedia.

Como también tienen el objetivo de informar, entretener y permitir la expresión de diferentes personas e instituciones en un espacio libre; cabe resaltar que este entorno también dispone de normas y reglas, como también un público objetivo al cual llegar.

Según Cárdenas, S. Veytia, M. y Calvo, S. (2023), el uso de las redes sociales o del propio internet depende de lo que el usuario desee encontrar o buscar, señalando que la tecnológica "(…) es un espacio de trasformación social que implica radica en esferas pluridimensionales de intercomunicación como lo son las culturales, económico- políticas y de tecnología." (p. 45)

Siendo esta una de las razones de la versatilidad sobre las redes sociales al buscar un sitio que cumpla con las necesidades de los internautas, desde la gran variedad de sitios webs y los ámbitos sujetos a ellos, como lo puede ser los educativos, profesionales o de salud por nombrar algunos.

- **Redes sociales más difundidas**

Burgos (2022), expresa que el uso de Internet se incorpora a nuestras vidas cada día. Aunque inicialmente útil, a él podemos acceder a muchos beneficios tecnológicos con un teléfono o un ordenador en la mano. Los problemas de privacidad y distracción que provoca el mal uso

de las redes sociales, pensadas para estar conectados, pueden ser un gran apoyo para estudiantes y profesionales si se emplean bien. Entre ellas mencionamos:

WhatsApp. Burgos (2022). Es un aplicativo de mensajes que tiene una popularidad por sus mayores prestaciones por medio de los mensajes (SMS) a través de móviles, su capacidad es gracias al internet porque se utiliza a la vez para mandar archivos adjuntos de todo tipo. Lo esencialmente interesante es que sólo es necesario disponer del teléfono de la persona como medio de comunicación. Es posible que en el futuro se añadan las llamadas de voz y las video llamadas, así como la posibilidad de enviar "estados", que permitirían al usuario enviar un mensaje, un vídeo o foto con el aplicativo llamado WhatsApp.

Facebook. Burgos (2022). Empezó siendo una de las redes en lo académico gestionada por alumnos de la Universidad de Harvard acabó convirtiéndose el mayor medio social del mundo. Al principio, el uso principal de los usuarios era compartir fotos a modo de bombillas virtuales. Sin embargo, con el tiempo, la plataforma online multijugador masivo para compartir fotos empezó a dar cabida al intercambio de muchos tipos de información, desde noticias hasta películas bonitas. Facebook ha mantenido constantemente actualizada su red al hacerse tan popular, lo que ha permitido a diversas empresas, famosos y políticos acceder a una plataforma sencilla.

Twitter. Burgos (2022). El microblogging más popular del mundo es Twitter. Aunque el diseño en línea de Twitter permite publicar texto con caracteres ilimitados, una práctica habitual en otras redes sociales ha hecho de esa limitación su característica más atractiva, obligando a usuarios, empresas y famosos.

LinkedIn. Burgos (2022). Actualmente, es la más utilizada y, en algunos casos, ha llegado a sustituir al currículum vitae. Esto se debe a que el usuario puede compartir toda la información relacionada con su carrera profesional y estudiantil, además de que la mayoría de las empresas pueden abrir campañas de reclutamiento y suelen invitar a cada candidato calificado. Muchas empresas solicitan a menudo un perfil en LinkedIn como requisito previo para el empleo.

YouTube. Burgos (2022). Que se originó como una plataforma para compartir en línea vídeos de televisión, ha evolucionado hasta convertirse en una importante plataforma en Internet, destacando en vídeos familiares y vídeos de música. Se les invita a crear sus propios contenidos cuando los usuarios de YouTube no encuentran algo que les guste, lo que brinda oportunidades a artistas o incluso a gente corriente para triunfar en la industria del entretenimiento. Los "Youtubers" populares pueden abarcar en audiencia a las producciones de las distintas cadenas de canales repercusión y otros más, lo que ha provocado un cambio social en el consumo de contenidos audiovisuales desde su aparición en YouTube, transformándolo en una competencia a la televisión tradicional.

- **Teorías de las redes sociales**

Feenberg (2009), hace presente la teoría critica de la tecnológica, la cual presenta que cada uno de los recursos o herramientas que han sido diseñadas bajo un propósito u objetivo único, puede tener diferentes ámbitos de uso de acuerdo con las necesidades que se exhiben a nivel social. Ejemplo de esto, es que el internet nació como un proyecto militar para comunicar dos diferentes puntos, siendo su objetivo central dentro de los marcos políticos y militares que su uso sea plenamente exclusivo, sin embargo, aquí se señala el doble aspecto de lo que es la tecnología dentro

de dos espacios distintos, ya que, su objetivo de comunicar un punto con otro punto sigue siendo el mismo, solo que actualmente tiene aplicaciones sociales como un instrumento que permite el continuo desarrollo de la sociedad.

Campos (2024), analizando la teoría presentada por este autor, añadiría que “(…) las herramientas tecnológicas, lejos de ser meros instrumentos, están impregnadas y moldeadas por estructuras de poder y decisiones humanas.” (p. 137). Esto nos permitiría comprender que el desarrollo de cada instrumento tecnológico humano puede tener diferentes aplicaciones de acuerdo al sentido humano por el cual haya sido moldeado desde un primer vistazo, hasta la evaluación de su propio sentido de creación dentro de un contexto distinto al motivo de su creación.

Fainholc (2017). La naturaleza de la tecnología no representa un malentendido sobre las fuerzas que originan su creación y el conflicto social, político y cultural que puede traer consigo, sino que, reconoce que la naturaleza cambiante de la sociedad hace que la racionalidad sobre las máquinas y su instrumentalización puede tener diferentes líneas de desarrollo para influenciar a la sociedad hacia un mejor futuro.

Dentro de esta teoría, todas las creaciones tecnológicas del hombre tiene un propósito y su respectivo fin, pero no cae en el hecho de la propia neutralidad de su sentido, ya que, retomamos la visión del hombre sobre lo que puede representar una herramienta dentro de un contexto y línea de pensamiento diferente; parte del desarrollo de esta teoría también reconoce que estos instrumentos se adaptan, cambian y se forman a partir de los nuevos objetivos que tiene para la sociedad, lo que, le brinda una aplicación práctica sobre la tarea y sobre lo que puede representar hacia el futuro.

Feenberg (2009), señalaría que: “La teoría crítica se dedicó por sobre todo a interpretar el mundo a la luz de sus potencialidades, las cuales son identificadas a través de un serio estudio de lo que es.” (p. 16) Es decir, que la propia instrumentalización de la tecnología puede tener un principio primario y secundario. Campos (2024). El primero cae en los hechos lógicos de su creación como también la participación de diferentes agentes que hagan posible esta tarea; este proceso puede ser cíclico, ya que, una herramienta al cumplir su objetivo puede tener una diferente aplicación para la creación de otra herramienta que inicie con un sentido primario, por lo tanto, únicamente se basa en los hechos prácticos de su funcionalidad, eficiencia, practicidad y recursos invertidos. Mientras que, su segundo principio es la configuración de esta tecnología a un nuevo uso y propósito.

Por lo tanto, dentro del propio contexto de las redes sociales y en base la teoría de la instrumentalización tecnológica, estas nacen a partir de un principio primario como parte del desarrollo del internet y parten de este principio para convertirse en el segundo al darle un propósito adaptado a las necesidades de la sociedad y, sobre todo, al uso práctico, consciente y que nuevos horizontes que se exploran dentro de actualización o versión de cada una de estas plataformas digitales.

- **Uso excesivo de las redes sociales**

La difusión de contenidos e información mediática, así como la comunicación interpersonal, han calado hondo en la integración de los medios sociales en nuestras vidas. En España, más de 35,5 millones de usuarios, es decir, el 85% de los internautas de entre 16 y 65 años, según el Estudio Anual de Redes Sociales 2018 de IAB, la asociación de publicidad, marketing y comunicación digital, ya son activos en redes sociales en nuestro país.

Tincahuallpa (2021). Además, Según los resultados de la Encuesta de Impacto Periodístico realizada por la Asociación de la Prensa de Madrid en 2017, las redes sociales han sido la mayor fuente de información para los grupos de población en los que estás pensando, que van de los 15 a los 24 y de los 25 a los 43 años, respectivamente. Las edades son factores determinantes en este sentido, reciben la información por medio de las redes sociales tales como WhatsApp, Twitter o Facebook.

2.3. Definición de términos básicos

- **Autoconcepto**

Branden (1995). Es la evaluación subjetiva de uno mismo desde dentro, o la opinión que una persona tiene sobre sí misma.

- **Autoestima**

Coopersmith (1967). Todos los seres humanos deben realizar autoevaluaciones constantes, y estas pueden mostrar la aprobación o negatividad hacia sí mismos. Seguidamente mostrarse cómo una persona que se siente en relación con la capacidad de alcanzar lo que se propuso.

- **Autovaloración**

Catasi y Salas (2022). La percepción que se centra en las habilidades del individuo, su motivación en relaciones con las diversas áreas de la vida, se denomina autovaloración.

- **Facebook**

Ardila, I., Orozco, P., & Potosí, B. (2022). Menciona que Mark Zuckerberg fundó la red social Facebook con el propósito de permitir que las personas estén conectados y compartan archivos académicos; ahora, todos los individuos pueden usar esta red social.

- **LinkedIn**

Ardila, I., Orozco, P., & Potosí, B. (2022). Actualmente, es la red profesional más utilizada, y en cierto caso, incluso que reemplazó los currículums. Esto se debe a que el usuario puede compartir todo el informe relacionado con su carrera profesional y estudiantil, además de que la mayoría de los negocios puedan abrir campañas de reclutamiento y a menudo a todos los candidatos calificados.

- **Redes Sociales**

Ardila, I., Orozco, P., & Potosí, B. (2022). Grupos de personas que están interconectadas por un servicio web.

- **Twitter**

Acosta, S., Ramírez, A., & Saldarriaga, Y. (2022). En lo que respecta a las redes de microblogging, Twitter es, con diferencia, la más popular del mundo. Aunque hacer publicaciones de texto con caracteres ilimitados es bastante común en otras redes sociales, el diseño del sitio de Twitter ha convertido esa limitación en su característica más atractiva.

- **WhatsApp**

Ardila, I., Orozco, P., & Potosí, B. (2022). Además de ser un medio de mensajería práctico y rápido, WhatsApp es actualmente una de las aplicaciones móviles más populares entre adultos y jóvenes.

- **YouTube**

Ardila, I., Orozco, P., & Potosí, B. (2022). Es un medio donde se puede compartir vídeos donde los usuarios pueden subir y compartir sus propios vídeos con otros.

CAPITULO III

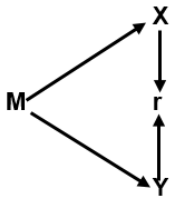
METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). El tipo de investigación fue cuantitativo, porque obedece a investigaciones que utilizan procedimientos numéricos para diversas actividades. Desde la interpretación de los instrumentos de recolección de datos, el análisis estadístico y la comprobación de hipótesis para la investigación.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). El nivel corresponde a los métodos empleados en la investigación, siendo que, a mayor nivel de investigación, los procedimientos estadísticos también serán igual de complejos. Para este trabajo se empleó el nivel descriptivo correlacional, ya que, se busca describir al fenómeno como se presentó en la muestra de estudiantes y determinar si existe o no relación entre las variables de estudio.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). El diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal. Este diseño se caracteriza por mostrar la realidad del fenómeno en el ambiente de trabajo, sin alterar ni modificar de alguna forma su expresión, además, que el corte presente indica que este trabajo se da en un solo momento y en un solo lugar. El diagrama de diseño es el siguiente:



Donde:

M = Muestra de estudiantes de secundaria

O = Autoestima (X)

Y = Redes sociales (Y)

r = Correlación

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). La población corresponde al conjunto total de casos que se presentan dentro de un determinado espacio. En este caso, se tomó como población a 97 estudiantes del 4to grado de la Institución Educativa el Agropecuario de la ciudad de Pucallpa en el periodo escolar 2023.

3.2.2. Muestreo

El muestreo elegido fue el no probabilístico en la configuración de intencional u opinático. Arias (2012), expresa que este tipo de muestreo corresponde a la elección de la muestra de acuerdo con los criterios y característica que el investigador vea convenientes para el desarrollo de la investigación.

3.2.3. Muestra

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). La muestra corresponde al conjunto de casos seleccionados a partir de los criterios de selección elegidos. En la muestra se consideró a 97 estudiantes de la Institución Educativa el Agropecuario, que corresponde a la totalidad de la población a trabajar.

Criterios de exclusión e inclusión

Criterios de inclusión

- ✓ Alumnos de secundaria.
- ✓ Ambos sexos.
- ✓ Alumnos solo del 4to grado.
- ✓ Alumnos que hayan aceptado el asentimiento informado.
- ✓ Alumnos que asistan con normalidad.

Criterios de exclusión

- ✓ Alumnos que no son de secundaria.
- ✓ Alumnos que no pertenezcan al 4to grado de secundaria.
- ✓ Alumnos que no hayan aceptado el asentimiento informado.
- ✓ Alumnos que no asisten o tengan asistencia irregular.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.3.1. Técnicas

La técnica utilizada en la investigación fue la encuesta y la observación. Arias (2012), conceptualiza a la encuesta como una técnica de uso individual como colectivo que puede ser desde la forma escrita como oral, cada una de ellas busca recoger información sobre un tema en particular y dentro de una muestra específica de personas, por otro lado, la observación corresponde a una de las técnicas mayor empleadas que se puede dar de forma estructurada como libre, en donde se busca utilizar los sentido como cualquier otro recurso para recoger información del fenómeno observable.

3.3.2. Instrumentos

El instrumento utilizado fue el cuestionario, de acuerdo con Arias (2012), esta corresponde a la modalidad de la encuesta en donde se emplea un formato con preguntas abiertas o cerradas según sea el objetivo del cuestionario. En este caso, se utilizaron dos cuestionarios, el primero de ellos es el Inventario de Autoestima de Coopersmith y el Cuestionario de Redes Sociales por parte de Salcedo (2017). La información sobre estos instrumentos se encuentra en el Anexo 3.

3.4. Procedimiento de recolección de datos

Para la aplicación de los instrumentos, primero se tuvo que conseguir la autorización de la institución educativa, en donde se hace presente los objetivos de la investigación y la propia finalidad del estudio. Con la autorización de la

institución educativa, se extrajo la muestra de estudiantes de nivel secundaria para poder planificar la fecha y hora para la ejecución de la recolección de datos.

Previo a esto, se hizo presente el asentimiento informado que deben ser firmados por los padres de familia para poder autorizar la participación de sus hijos dentro del estudio, ya que, al trabajar con una muestra de menores de edad, es necesario la autorización de los padres para proteger y asegurar el correcto desarrollo de la investigación.

Una vez con todo esto, se aplicaron los dos instrumentos de recolección de datos con el apoyo de tutores y/o docentes de cada aula de estudiantes. Una vez aplicado, se procede a recoger los instrumentos para ser posteriormente analizados; desde este punto en adelante la participación directa de los estudiantes culmina, hasta presentar los resultados de la investigación.

3.5. Procesamiento y tratamiento de datos

Con la información obtenida de los instrumentos de recolección de datos se procedió a realizar la tabulación de la información mediante una hoja de cálculo Excel 2019, para luego pasar esta información al programa IBM SPSS v.27, quien fue el encargado de realizar el procesamiento de los datos mediante estadística descriptiva e inferencial.

Primero se realizó la estadística descriptiva para conocer los niveles presentes de cada una de las variables, para luego pasar a la estadística inferencial para realizar la contrastación de la hipótesis mediante los resultados de la prueba de correlación realizadas.

Los datos obtenidos frente al procesamiento de realizado fueron representados mediante tablas y figuras para facilitar su interpretación y posteriormente sean permitan la discusión de los hallazgos de esta investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados

- **Resultados descriptivos**

Tabla 2

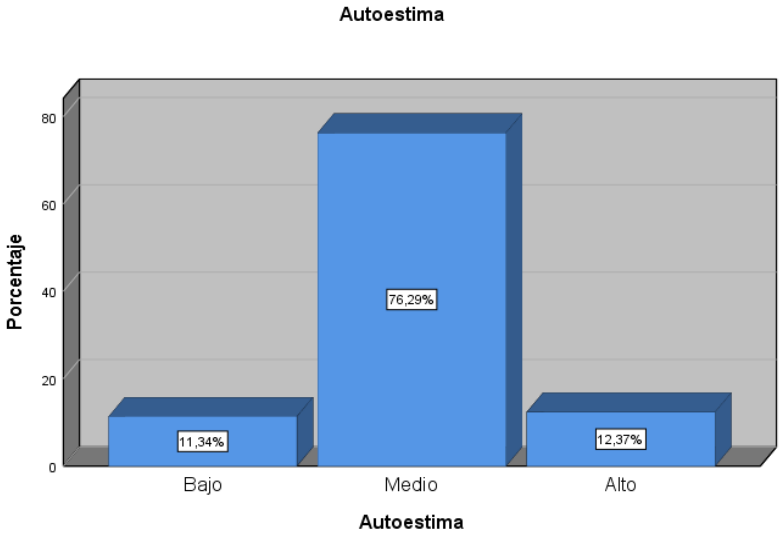
Nivel de autoestima de la muestra de estudiantes

Nivel	*f*	%
Bajo	11	11.34
Medio	74	76.29
Alto	12	12.37
Total	97	100

Fuente. Base de datos del Inventario de Autoestima de Coopersmith.

Figura 1

Gráfico de barras del nivel de autoestima.



En la tabla 2 y figura 1, se observa que 76.29% de los estudiantes de la muestra tienen un nivel medio de autoestima, 12.37% un nivel alto y el 11.34% restante un nivel bajo. Se observa que el nivel que predomina entre los estudiantes es el nivel medio de autoestima.

Tabla 3

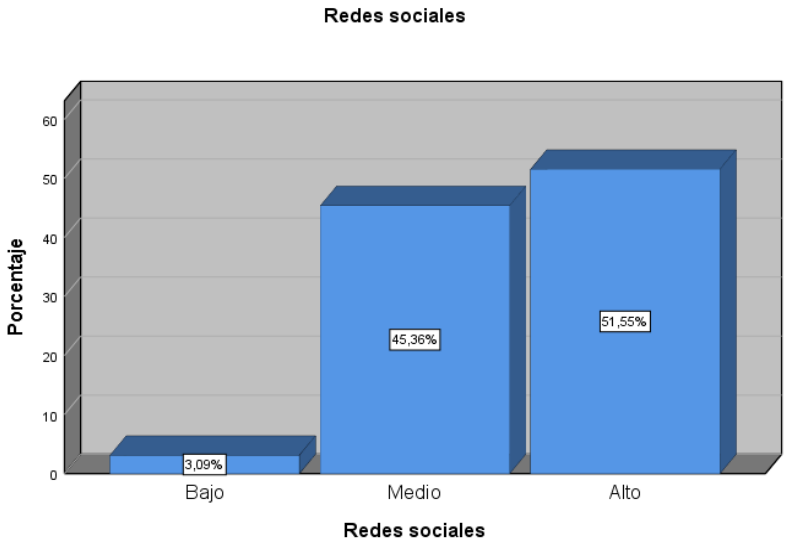
Nivel de redes sociales de la muestra de estudiantes.

Nivel	*f*	%
Bajo	3	3.09
Medio	44	45.36
Alto	50	51.55
Total	97	100

Fuente. Base de datos del Cuestionario de Redes Sociales.

Figura 2

Gráfico de barras del nivel de redes sociales



En la tabla 3 y figura 2, se denota que 51.55% de la muestra de estudiantes tiene un nivel alto en uso de redes sociales, 45.36% un nivel medio y el 3.09% restante un nivel bajo. Se observa que el nivel que predomina es el alto en uso de las redes sociales.

- **Prueba de normalidad**

Tabla 4

Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov

			Autoestima	Redes sociales
N			97	97
Sig. asin. (bilateral)			,000	,000
Sig. Monte Carlo (bilateral)	Sig.		,000	,000
	Intervalo de confianza al 99%	Límite inferior	,000	,000
		Límite superior	,000	,001

Fuente: *Pruebas de diálogo antiguo K-S de una sola muestra.*

Regla de decisión

Hipótesis:

H_0: La variable tiene distribución normal.

H_I: La variable tiene una distribución no normal.

Prueba:

Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov

Nivel de significancia:

α = 0.05

Z = 0.95

Decisión:

Si p<0.05, se rechaza Ho y se acepta Hi.

Si p≥0.05, se acepta la Ho y se rechaza Hi.

En la tabla 4, se observa que en la prueba de Kolmogórov-Smirnov, se determinó que la variable autoestima y redes sociales presentan una distribución no normal, al observar que el valor p de ambas variables fue menor a 0.05, por lo tanto, se aprueba la hipótesis alternativa y niega la nula. Estos corresponderían a que se use una prueba no paramétrica para determinar la relación entre estas variables.

- **Comprobación de hipótesis**

Tabla 5

Correlación entre autoestima y redes sociales.

			Autoestima	Redes sociales
Rho de Spearman	Autoestima	Coeficiente de correlación	1	,526
		Sig. (bilateral)		,000
		N	97	97
	Redes sociales	Correlación de correlación	,526	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	97	97

Fuente. *Pruebas de correlación por Rho de Spearman – IBM SPSS v.27.*

Hipótesis:

H_0: No existe relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023

H_I: Existe relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.

Prueba:

Coeficiente de correlación de Rho de Spearman

Nivel de significancia:

α = 0.05

Decisión:

Si p<0.05, se rechaza Ho y se acepta Hi.

Si p≥0.05, se acepta la Ho y se rechaza Hi.

En la tabla 5, se denota que entre la autoestima y las redes sociales hay una correlación moderada (rho=0.526), además que, el valor p fue menor a 0.05, por lo tanto, se aprueba la hipótesis alternativa y se niega la nula.

Tabla 6

Correlación entre la dimensión sí mismo y redes sociales.

			Si mismo	Redes sociales
Rho de Spearman	Si mismo	Coeficiente de correlación	1	,526
		Sig. (bilateral)		,000
		N	97	97
	Redes sociales	Correlación de correlación	,526	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	97	97

Fuente. *Pruebas de correlación por Rho de Spearman – IBM SPSS v.27.*

Hipótesis específica 1:

$HE1_0$: No existe relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023

$HE1_I$: Existe relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.

Prueba:

Coeficiente de correlación de Rho de Spearman

Nivel de significancia:

α = 0.05

Decisión:

Si p<0.05, se rechaza Ho y se acepta Hi.

Si p≥0.05, se acepta la Ho y se rechaza Hi.

En la tabla 6, se denota que entre la dimensión sí mismo y las redes sociales hay una correlación moderada (rho=0.526), además que, el valor p fue menor a 0.05, por lo tanto, se aprueba la hipótesis alternativa y se niega la nula.

Tabla 7

Correlación entre la dimensión social y redes sociales

			Social	**Redes sociales**
Rho de Spearman	Social	Coeficiente de correlación	1	,885
		Sig. (bilateral)		,000
		N	97	97
	Redes sociales	Correlación de correlación	,885	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	97	97

Fuente. *Pruebas de correlación por Rho de Spearman – IBM SPSS v.27.*

Hipótesis específica 2:

$HE2_0$: No existe relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023

$HE2_I$: Existe relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.

Prueba:

Coeficiente de correlación de Rho de Spearman

Nivel de significancia:

α = 0.05

Decisión:

Si p<0.05, se rechaza Ho y se acepta Hi.

Si p≥0.05, se acepta la Ho y se rechaza Hi.

En la tabla 7, se denota que entre la dimensión social y las redes sociales hay una correlación alta (rho=0.885), además que, el valor p fue menor a 0.05, por lo tanto, se aprueba la hipótesis alternativa y se niega la nula.

Tabla 8

Correlación entre la dimensión hogar y redes sociales.

			Hogar	Redes sociales
Rho de Spearman	Hogar	Coeficiente de correlación	1	,886
		Sig. (bilateral)		,000
		N	97	97
	Redes sociales	Correlación de correlación	,886	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	97	97

Fuente. *Pruebas de correlación por Rho de Spearman – IBM SPSS v.27.*

Hipótesis específica 3:

$HE3_0$: No existe relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023

$HE3_I$: Existe relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.

Prueba:

Coeficiente de correlación de Rho de Spearman

Nivel de significancia:

α = 0.05

Decisión:

Si p<0.05, se rechaza Ho y se acepta Hi.

Si p≥0.05, se acepta la Ho y se rechaza Hi.

En la tabla 8, se denota que entre la dimensión hogar y las redes sociales hay una correlación alta (rho=0.886), además que, el valor p fue menor a 0.05, por lo tanto, se aprueba la hipótesis alternativa y se niega la nula.

4.2. Discusión de resultados

Con los hallazgos de la investigación brindados por parte de los instrumentos de recolección de datos, se procede a realizar la discusión de los resultados partiendo de los objetivos que se plantearon en la presente investigación. Por lo tanto, se empezará con el objetivo general y seguidamente con los específicos.

Se determino que entre la autoestima y las redes sociales existe una correlación moderada (rho=0.526), además que mediante la contrastación de la hipótesis se logró definir que, si existe relación entre las presentes variables, al ser el valor p menor a 0.05 y de acuerdo con la regla de decisión esto aprobaría la hipótesis alternativa y rechazaría la nula; por lo tanto, la existencia de esta relación definiría que a mayor nivel de autoestima será mayor el uso de redes sociales y viceversa.

Sin embargo, estudios presentados por Ahuanari y Herrera (2022) y Catasi y Salas (2022), demostrarían lo contrario frente a los hallazgos de esta investigación, al encontrar que, en efecto, existe relación entre estas variables, pero esta relación es negativa, lo que quiere, decir que a mayor uso de las redes sociales menor será la autoestima, como de igual forma a mayor autoestima, menor será el uso de las redes sociales.

Se debe considerar como un hecho importante que tanto los resultados de esta investigación, como los resultados presentes por los otros dos autores tienen un objetivo similar, pero, realizados bajo eventos distintos, siendo la diferencia significativa entre cada uno de estos resultados que la población, contexto sociocultural, tiempo y ambiente, la institución educativa, la propia muestra y la manera en cómo se emplearon los procedimientos de recolección de datos, como

la forma del tratamiento, es lo que hace presente que cada una de estas investigaciones tenga resultados distintos.

Otro ejemplo de ello es el estudio de Cruz et al. (2022), que niega la existencia de relación entre la autoestima y las redes sociales en su muestra de estudiantes, lo que, genera diversas opiniones sobre la relación e incluso sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima.

Cárdenas et al. (2023), expresa que las redes sociales son un espacio altamente versátil y que cada uno de sus usuarios son los que le brindan de su propia esencia para identificar lo que ellos creen o son; por lo tanto, el principal aporte teórico practico sobre estos resultados, sería la influencia de las redes sociales y propiamente la autoestima presente de los usuarios, siendo Acosta et al. (2022), quien expresaría que las redes sociales pueden permitir una espacio de expresión libre, lo que puede generar un fortalecimiento en la identidad, pero depende de la dirección del uso de estas herramientas sobre la vida real y dentro de un entorno virtual.

Continuando con los objetivos específicos, se identificó que existe relación entre la dimensión sí mismo de la y las redes sociales, encontrándose una relación moderada (rho=0.526), además que, la comprobación de la hipótesis de acuerdo a la regla de decisión acepta la hipótesis alternativa al tener un valor p menor a 0.05. Por lo tanto, de acuerdo con McKay y Fanning (1901), la propia concepción de la identidad o sobre la valía personal de cada persona depende de cada una de las experiencias que tiene el sujeto dentro de su vida personal como su vida en sociedad, aunado a esto, el bienestar físico y mental también tienen un papel importante sobre la capacidad del sujeto de poder tener una correcta de sí mismo y del mismo modo, aceptarse y querer mejorar.

Esto puede ser corroborado por el trabajo de Encarnación y Rosendo (2022), dentro de sus conclusiones más importantes, añade que la prioridad que

se le dé a las redes sociales puede tener un impacto negativo sobre la autoestima del sujeto.

Lo que corresponde también a lo expresado por Silva y Mejía (2015), que la autoestima como señala McKay y Fanning (1901), tiene influencia de diferentes componentes que permite la creación de una identidad y de igual forma la protección y resguardo de esta. Las redes sociales actualmente han sido un medio importante de expresión, como también una fuente importante de información que puede abrumar, perturbar o generar ideas equivocadas sobre la concepción de la realidad o las personas, más aún cuando son adolescentes que se encuentran en una etapa importante de su vida, en la construcción de la dicha identidad.

Por otro lado, se identificó también la relación entre la dimensión social de la autoestima y las redes sociales, al observarse que hay una correlación alta entre ella (rho=0.885), y que de acuerdo a la regla de decisión el valor p fue menor a 0.05, lo que aprueba la hipótesis alternativa y niega la nula; del mismo modo, el punto anterior la dimensión social de la autoestima tiene un rol importante sobre la concepción de la comunicación y las propias habilidades sociales que presenta el sujeto, lo que, en conjunto con el uso de las redes sociales puede observarse con la confianza y la forma de expresión que el sujeto mantiene sobre las centrales aplicaciones de redes sociales.

En comparación al trabajo de Coiran et al. (2022), que busco conocer la influencia que genera las redes sociales sobre la autoestima, encontró que, 64.66% de su muestra de estudiantes se ven influenciados por las redes sociales en su autoestima.

Por lo tanto, como expresa Coopersmith (1967), la autoestima pasa por etapas de desarrollo que corresponden a la aceptación y al respeto, lo cual, con la implementación de las redes sociales en los adolescentes, les permite conocer a otras personas fuera de su comunidad que comparten las mismas ideas,

pensamientos o gustos, generando de esta forma una mejor percepción sobre su identidad al contar con un espacio seguro.

Por último, se identificó que existe una correlación alta entre la dimensión hogar y las redes sociales (rho=0.886), además que, se acepta la hipótesis alternativa de la investigación al observarse que el valor p fue menor a 0.05. Partiendo del hecho que la autoestima hace necesario de la relación entre estas tres instituciones principales, se tiene que decir que el hogar como la primera institución que crea valores, experiencias y sobre todo las primeras nociones sobre lo correcto e incorrecto, es quien permite formar una concepción de la identidad de acuerdo con las situaciones que se viven dentro de este espacio, como también de la forma en cómo se afrontan en familia, por lo que, también exhibiría la forma en como situaciones asociadas al uso de redes sociales puede ser abordado desde las perspectivas de los padres y el adolescente.

Sin embargo, el trabajo de Tincahuallpa (2021), demostraría lo contrario frente a estos hallazgos, al reconocer que en su muestra de estudios las redes sociales no tienen influencia sobre la autoestima (Chi^2=24.258; p=0.061), pero, de acuerdo a Estrada y Gallegos (2020), las redes sociales dentro de su categoría Offline, considera a la comunidad y como unidad a la familia, como parte de las fuentes de información y difusión que no forman parte de una conexión más grande, siendo esto, lo que se puede considerar como una red social que tiene un impacto importante sobre el desarrollo de la personalidad, comportamientos, conductas y valor social otorgado por la familia.

Feenberg (2009). Dentro de este sentido, el uso de las redes sociales dentro del desarrollo de la autoestima del adolescente tiene un rol importante al acercar a otros espacios al sujeto fuera de comunidad y familia, permitiendo tener un mayor alcance sobre lo que sucede a su alrededor, lo que, le permite apreciar y experimentar nuevas situaciones gracias al contacto que otorga estas plataformas.

CONCLUSIONES

- Se determino que entre la autoestima y las redes sociales hay una correlación moderada en los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023, además que, el valor p de significancia fue menor a 0.05, por lo que, se aprueba la hipótesis alternativa y se niega la nula (rho=0.526; p=0.000).

- Se determino que entre la dimensión sí mismo y las redes sociales hay una correlación moderada en los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023, además que, el valor p de significancia fue menor a 0.05, por lo que, se aprueba la hipótesis alternativa y se niega la nula (rho=0.526; p=0.000).

- Se determino que entre la dimensión social y las redes sociales hay una correlación alta en los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023, además que, el valor p de significancia fue menor a 0.05, por lo que, se aprueba la hipótesis alternativa y se niega la nula (rho=0.885; p=0.000).

- Se determino que entre la dimensión hogar y las redes sociales hay una correlación alta en los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023, además que, el valor p de significancia fue menor a 0.05, por lo que, se aprueba la hipótesis alternativa y se niega la nula (rho=0.886; p=0.000).

RECOMENDACIONES

- Para la institución educativa, se recomienda que por medio de proyectos institucionales busque actualizaciones relativas a la información en la práctica on-line con enfoques específicos para el desarrollo de la autoestima y el uso de las redes con un fin educativo, finalmente tener una información sobre las conductas adictivas deberían ser controladas y supervisadas desde todos los medios posibles.

- Para los tutores, se recomienda que, a través del departamento de tutoría, convivencia escolar, psicopedagogía se den charlas sobre los temas en mención esto ayudara, al menos bajara los factores de adicción sobre las redes sociales y reducir la pérdida del autocontrol por utilizar mucho las redes sociales y así mismo mejore un autocontrol, de igual forma, incentivar y motivar a los padres de familia a participar en estos eventos que son de igual de importante para ellos.

- Para los padres, se recomienda que pueden utilizar estas herramientas para poder incentivar a sus hijos desde temprana edad, como también en la etapa de la adolescencia para poder incentivar en ellos el consumo de contenido que sea orientado a la promoción de hábitos de vida saludables, la prevención de factores de riesgo asociados a su etapa de vida e incluso como un medio de expresión. Cabe resaltar que todo esto debe ser correctamente supervisado por los padres como también realizar la respectiva retroalimentación.

- A la Universidad Nacional de Ucayali, se recomienda que continue incentivando al desarrollo de investigaciones que exploren la influencia de las redes sociales dentro del desempeño académico, habilidades sociales u otras variables que puedan tener un efecto importante en la vida del adolescente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, S., Ramírez, A., & Saldarriaga, Y. (2022). Uso de redes sociales y autoimagen en adolescentes de Instituciones Educativas en Antioquia, Colombia. *Senderos Pedagógicos*, 13(13). https://ojs.tdea.edu.co/index.php/senderos/article/view/1123

Ahuanari, E., & Herrera, N. (2022). *Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de tercer grado de secundaria de una Institución Pública de Huancayo-2022.* [Tesis de licenciatura]. Universidad Peruana Los Andes. https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/4410

Andrade, E., & Loysa, J. (2022). *El fomento de la autoestima y su importancia en los niños de la unidad educativa bilingüe el tejar*. Obtenido de Repositorio Instiotucional de la Universidad de Guayaquil: http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/63735

Ardila, I., Orozco, P., & Potosí, B. (2022). *Adicción a las redes sociales en estudiantes de la Universidad Cooperativa sede Villavicencio*. [Tesis de bachillerato]. Universidad Cooperativa de Colombia. https://repository.ucc.edu.co/items/cda70c69-6db3-4b41-9eac-409943119e7b

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme. https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf

Branden, N. (1995). *Desarrollo de la autoestima*. https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/04.pdf

Burgos, K. F. (2022). *La adicción a las redes sociales de Instagram y Facebook y su relación con la autoestima en un grupo de adolescentes escolarizados en el municipio de Apartadó.* [Tesis de licenciatura]. Universidad de Antioquia. https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/31959

Campos, C. (2024). *Inteligencia artificial en el sector público: retos pendientes*. LA LEY Soluciones Legales S.A. https://elibro.net/es/ereader/uladech/272794?page=137

Cárdenas, S. Veytia, M. y Calvo, S. (2023). *Las redes sociales, fuente de habilidades socioemocionales durante el confinamiento en adolescentes*. Editorial Exced. https://elibro.net/es/ereader/uladech/272413?page=46.

Cárdenas, S., Veytia, M., & Calvo, S. (2023). *Las redes sociales, fuente de habilidades socioemocionales durante el confinamiento en adolescentes*. Editorial Exced. https://elibro.net/es/ereader/uladech/272413?page=1

Carrasco, G., & Vásquez, Y. (2020). *Adicción a redes sociales y autoestima en universitarios de una institución privada de Lima Norte, 2019*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Privada del Norte. https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25031

Catasi, L., & Salas, D. (2022). *Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Privada del Norte https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30980

Coiran, J., Medina, L., & Londoño, D. (2022). *Influencia de las Redes Sociales en la Autoestima en Estudiantes de la Institución Educativa Agropecuario*. [Tesis de bachillerato]. Universidad Cooperativa de Colombia. https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/779118c3-5354-4062-a1de-ec3030631510/content

Coopersmith, S. (1967). *Inventario de autoestima de forma original escolar Coopersmith*. https://www.academia.edu/19101627/INVENTARIO_DE_AUTOESTIMA_ORIGINAL_FORMA_ESCOLAR_COOPERSMITH_1967

Cruz, R., Layme, D. & Aquino, L. (2022). *Autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022*. [Tesis de

licenciatura]. Universidad Autónoma de Ica. http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/autonomadeica/2161

Encarnación, E, & Rosendo, S. (2022). *Autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de 18 a 25 años de edad, en la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, Santo Domingo, República Dominicana, periodo septiembre - diciembre 2021*. [Tesis de bachillerato]. Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña. https://repositorio.unphu.edu.do/handle/123456789/4347

Estrada, E., & Gallegos, N. (2020). Funcionamiento familiar y adicción a redes sociales en estudiantes de educación secundaria de Puerto Maldonado. *Revista San Gregorio*. (40). http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2528-79072020000300101&script=sci_arttext

Fainholc, B. (2017). *Una pedagogía virtual en el marco de los estudios culturales*. Editorial UOC. https://elibro.net/es/ereader/uladech/59092?page=201

Feenberg, A. (2009). *Teoría crítica de la tecnología*. Red Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS. https://elibro.net/es/ereader/uladech/22706?page=1

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2017). *Estado mundial de la infancia 2017. Niños en un mundo digital*. UNICEF. https://www.unicef.org/media/48611/file

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2019). *Niños, niñas y adolescentes en línea. Riesgos de las redes y herramientas para protegerse.* UNICEF. https://www.unicef.org/guatemala/media/1606/file/Ni%C3%B1os,%20ni%C3%B1as%20y%20adolescentes%20en%20l%C3%ADnea.pdf

Gómez, N. (2019). *Estudio sobre las TIC en adolescentes y jóvenes en Bolivia*. https://formaciontecnicabolivia.org/sites/default/files/publicaciones/libro_juventudes_tic.pdf

Gonzáles, N. (2016). *Resiliencia y personalidad en niños y adolecentes: cómo desarrollarse en tiempos de crisis*. Ediciones y Gráficos Eón. https://elibro.net/ca/ereader/uladech/120299?page=1

Guerra, E. (2022). *Adicción a redes sociales y la autoestima en la autonomía del aprendizaje en estudiantes de 5to de secundaria, Lima – 2022*. [Tesis de doctorado]. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/94326

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. file:///C:/Users/Shyalack/Downloads/Libro%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n.%20Rutas%20cuantitativa,%20cualitativa%20y%20mixta.pdf

Iglesias, A, & Minetto, G. (2022). *Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Privada del Norte. https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30119

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (23 de Julio del 2023). *El 72,4% de la población de 6 a 17 años de edad accedió a internet*. INEI. https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-724-de-la-poblacion-de-6-a-17-anos-de-edad-accedio-a-internet-13723/

Julca, A., & Nuñez, E. (2020). *Uso de redes sociales y la personalidad en estudiantes del quinto grado de educación secundaria de la institución educativa Jorge Chávez-Pucallpa, 2019*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional de Ucayali. http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/4667

Klimenko, O., & Cataño, Y. (2021). Riesgo de adicción a redes sociales e Internet y su relación con habilidades para la vida y socioemocionales en una muestra de estudiantes de bachillerato del municipio de Envigado. *Psicogente,* 24(46).

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-01372021000200123&script=sci_arttext

Mayol, J. (2023). *La salud y las redes sociales: conectar para investigar, prevenir, compartir, cuidar y curar*. LID Editorial España. https://elibro.net/es/ereader/uladech/270598?page=15

McKay, M., & Fanning, P. (1901). *Autoestima, evaluación y mejora*. Dialnet. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=56450

Moreno, R., & Machado, M. (2022). Problemas de salud en niños y adolescentes durante la pandemia ocasionada por la COVID-19. *Revista Cubana de Pediatría*, (94). http://www.scielo.sld.cu/pdf/ped/v94s1/1561-3119-ped-94-s1-e2513.pdf

Organización Mundial de la Salud. (2022). *Dignidad en la salud mental*. Organización Mundial de la Salud. https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=11348:world-mental-health-day-2015-dignity-in-mental-health&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0

Organización Panamericana de la Salud. (2023). *Prevenir, detectar, atender: estrategias frente al bullying y la baja autoestima adolescente*. Organización Panamericana de la Salud. https://www.paho.org/es/historias/prevenir-detectar-atender-estrategias-frente-al-bullying-baja-autoestima-adolescente

Organización Panamericana de la Salud. (2024). *Alerta Epidemiológica Intoxicaciones con sustancias químicas asociadas a retos en redes sociales.* OPS/UN. https://www.paho.org/sites/default/files/2024-12/2024-dic-18-alerta-epi-intoxicaciones-retos-redes-sociales-es_0.pdf

Palacios, X. (2019). Adolescencia: ¿una etapa problemática del desarrollo humano?. *Revista Ciencias de la Salud*, *17*(1), 5-8. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-72732019000100005&lng=en&tlng=es.

Petrzelová, J. (2007). *¿Por qué y cómo se llega a la desesperanza?: tres miradas sobre el suicidio.* Plaza y Valdés https://elibro.net/ca/ereader/uladech/75813?page=1

Portillo, V., Ávila, J., & Capps, J. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. *CENEIP*, 3(1). https://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/19171/Relacion%20de%20uso%20y%20vpr.pdf?sequence=1

Quiroga, F., Capella, C., Sepúlveda, G., Conca, B., & Miranda, J. (2021). Identidad personal en niños y adolescentes: estudio cualitativo. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, *19*(2), 320-344. https://doi.org/10.11600/rlcsnj.19.2.4448

Rodríguez, V. (2022). *Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada, 2020*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Privada del Norte. https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/29837

Rogers, C. (2005). *Teoría del desarrollo de la personalidad y de la dinámica de la conducta de Rogers y las contribuciones de Maslow*. https://holossanchezbodas.com/wp-content/uploads/2021/03/TEORIA-DE-LA-PERSONALIDAD-DE-ROGERS-Y-MASLOW-1.pdf

Rossemberg, M. (1965). *Escala de autoestima de Rossemberg*. http://www.cop.es/colegiados/pv00520/escala%20rosenberg.pdf

Salazar, C., Barros, D., & Quinn, J. (2020). Comportamiento en el uso de Redes Sociales en estudiantes de enseñanza media: Los casos de un colegio particular y uno público en Chile. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (42). https://www.researchgate.net/profile/Cristian-Salazar-Concha/publication/349220433_Comportamiento_en_el_uso_de_Redes_Sociales_en_estudiantes_de_ensenanza_media_Los_casos_de_un_colegio_particular_y_uno_publico_en_Chile/links/602581eb92851c4ed56672fb/Compor

Salinas Paima, G. M. (2020). *Uso de las redes sociales y su relación con los hábitos de estudio en los estudiantes de la Facultad de Educación y Ciencias Sociales de*

la UNU, Pucallpa – 2019. [Tesis de maestría]. Universidad Nacional de Ucayali. http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/4831

Silva, I., & Mejía, O. (2015). Autoestima, adolescencia y pedagogía. *Revista Electrónica Educare*, 19(1). https://www.redalyc.org/pdf/1941/194132805013.pdf

Taguenca, J. (2016). La identidad de los jóvenes en los tiempos de la globalización. *Revista mexicana de sociología*, *78*(4), 633-654. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032016000400633&lng=es&tlng=es.

Tapia, F. (2020). *Autoestima en estudiantes universitarios.* [Tesis de segunda especialidad]. Universidad Nacional de Tumbes.http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/2640

Tincahuallpa, R. (2021). *Las redes sociales en la autoestima de los estudiantes de educación secundaria de una institución educativa, Cusco 2021*. [Tesis de maestría]. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/70378

Valdez, I. (2020). *Redes sociales y su incidencia en la autoestima en adolescentes de 16 a 17 años de la Unidad Educativa Roberto Pérez Patón*. [Tesis de maestría]. Universidad Mayor de San Andrés. https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/24226

ANEXOS

ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA DE UCAYALI, 2023

OBJETIVO	PROBLEMA	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Objetivo general: Determinar la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023. **Objetivos específicos:** Identificar la relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023. Identificar la relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali,	**Problema general:** ¿Cuál es la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023? **Problemas específicos:** ¿Existe relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023? ¿Existe relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de la	**Hipótesis general:** H_0: No existe relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023 H_I: Existe relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023. **Hipótesis específicas:** $HE1_0$: No existe relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023 $HE1_I$: Existe relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023. $HE2_0$: No Existe relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.	Autoestima Redes sociales	Si mismo Social Hogar Facebook YouTube	Tipo de inv.: Cuantitativo Nivel de inv.: Correlacional descriptivo Diseño de la inv.: No experimental de corte transversal Población: Estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023. Muestra: 97 estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario

2023 Identificar la relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023	Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023? ¿Existe relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023?	$HE2_I$: Existe relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023. $HE3_0$: No existe relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023. $HE3_I$: Existe relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.	WhatsApp	Técnicas: Encuesta Observación Instrumentos: Inventario de Autoestima de Coopersmith Cuestionario de Redes Sociales

ANEXO 2. INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA AUTOESTIMA

Nombres y apellidos

Edad: ..... Sexo: V () M () Grado: ..... Sección: .....

A continuación, encontrará una serie de enunciados. No existen respuestas mejores o peores, los resultados son estrictamente confidenciales y en ningún caso accesible a otras personas.

INDICACIONES

Coloque 1 (uno) en V o F, según coincida la respuesta del sujeto evaluado. Al final verifique que no ha dejado de responder algún ítem.

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

CUESTIONARIO SOBRE REDES SOCIALES

FECHA:_____

SECCIÓN:_____

EDAD:_____

SEXO: (M) (F) Grado:

DATOS INFORMATIVOS:

Querido(a) estudiante, consideramos que tu opinión es importante; por eso te presentamos una serie de preguntas sobre redes sociales, las cuales necesitamos que respondas con la mayor sinceridad, marcando con una equis (X) la respuesta que mejor represente tu opinión.

NUNCA = 1 A VECES = 2 SIEMPRE = 3

RESPECTO AL USO DE LAS SIGUIENTES REDES, RESPONDE LO SIGUIENTE:

A. FACEBOOK	NUNCA	A VECES	SIEMPRE
1. Me permite comunicarme con las personas que quieroo estimo.			
2. Paso el mayor tiempo conectado con amigos y conocidos.			
3. Me siento bien en los grupos a los cuales pertenezco.			
4. Me siento cómodo enviando mensajes a mis amigos.			
5. Comunico todas mis actividades realizadas durante el día.			
6. Demuestro seguridad en mi comunicación al conectarme.			
7. Mantengo mi conexión mientras realizo mis tareas.			
8. Cuelgo fotos, videos de las actividades que realizo.			
9. Envío solicitudes de amistad a las personas que quiero conocer.			
10. Reviso el perfil de las personas que me envían solicitud de amistad.			
11. Acepto la solicitud de personas que no conozco, pero tengo con ellos amigos en común.			
12. Estoy suscrito a páginas que me hacen sentir bien.			
13. Comparto publicaciones que permite cambiar el estado de ánimos de mis contactos.			
B. YOUTUBE	NUNCA	A VECES	SIEMPRE
14. Tengo un canal de YouTube que permitecomunicarme con los demás.			
15. Me gustaría tener un canal de YouTube paracomunicarme con los demás.			
16. Comparto mis videos personales a través deYouTube.			
17. Escribo con frecuencia comentarios en laspublicaciones de otros usuarios.			
18. Uso mi canal en temas relacionados a mis tareas			

escolares.			
19. Uso canales de tutoriales para desarrollar mi autoaprendizaje.			
20. Me conecto para seguir las actividades de los Youtubers más famosos.			
C. WHATSAPP	**NUNCA**	**A VECES**	**SIEMPRE**
21. Me conecto con frecuencia para comunicarme por WhatsApp.			
22. Considero que el uso de WhatsApp me ha quitado el tiempo o la concentración necesaria para mis estudios.			
23. Envío mensajes, fotos y videos a través de estemedio.			
24. Siento que este canal me brinda seguridad al realizarmis conversaciones.			
25. Considero que el WhatsApp limita mis conversaciones físicas.			
26. Me ha servido para creas grupos de acuerdo con mis intereses.			

ANEXO 3. FICHA TÉCNICA

Ficha técnica de autoestima

Nombre original	Inventario de autoestima – Self Esteen Inventary (SEI) Forma C
Autor	Stanley Coopersmith
Estandarización	Isabel Panizo (1985)
Administración	Individual y colectiva (Estudiantes de nivel secundaria)
Duración	15 a 20 minutos aproximadamente
Validez	En 1975, Simons y Simons correlacionan los puntajes de las series de logros del SEI y del SRA (Archivement Series Scores) de 87 niños que cursaban el 4º grado, encontrando un coeficiente de 0,33. Los puntajes de la prueba del SEI fueron relacionados con los puntajes de la Prueba de Inteligencia de Lorgethordndike determinando un coeficiente de 0.36. Los autores consideran estos resultados como muestra de validez concurrente.
Confiabilidad	Confiabilidad original por test-retest con un alfa de Cronbach igual 0.88 y con la prueba aplicada por Isabel Panizo un alfa de Cronbach igual a 0.78. Ambos demuestran una confiabilidad alta y aceptable.
Prueba piloto	Para la prueba piloto se selecciono a 25 estudiantes al azar de la Institución Educativa El Agropecuario. Obtenido un alfa de Cronbach igual a 0.71.

Cuestionario de redes sociales

Nombre original	Cuestionario de redes sociales
Autor	Rosa Salcedo Pardo (2017)
Administración	Individual y colectiva (Adolescentes)
Duración	15 a 20 minutos aproximadamente
Validez	La validación del instrumento se realizo bajo el juicio de tres expertos. Siendo el veredicto de cada uno de ellos que el instrumento es aplicable.
Confiabilidad	Se realizo la confiabilidad original mediante el alfa de Cronbach, obtenido un 0.813 que representa una confiabilidad alta y aceptable.
Prueba piloto	Para la prueba piloto se seleccionó a 25 estudiantes al azar de la Institución Educativa El Agropecuario. Obtenido un alfa de Cronbach igual a 0.77.

ANEXO 4. ASENTIMIENTO INFORMADO

ASENTIMIENTO INFORMADO

Estimado padre/madre de familia o tutor:

Somos las Bachilleres NONATO CUMAPA BETTY VANESA y SOSA BARBARAN LEONISA PATSY. Nos dirigimos a usted para solicitar su autorización para la participación de su hijo/a en una investigación titulada: **"Relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa El Agropecuario, Ucayali, 2023"**. Este estudio tiene como objetivo: Determinar la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de la Institución Educativa el Agropecuario Ucayali, 2023.

Para lograr este objetivo, se invita a participar a su menor hijo para responder dos instrumentos: El **Inventario de Autoestima de Coopersmith** y El **Cuestionario de Redes Sociales**. La participación de su hijo es muy importante, ya que ayudará a comprender mejor este tema y podría beneficiar a futuras investigaciones y actividades en tu escuela.

¿Qué implica participar?

- Responderás dos cuestionarios que no tomarán más de 30 minutos.
- Las preguntas no evaluarán los conocimientos ni sus habilidades, solo recogerán información sobre tus percepciones y experiencias.
- Tu participación es completamente voluntaria, y puedes decidir no participar o retirarte en cualquier momento sin que esto afecte tu relación con la institución educativa o tus estudios.

Confidencialidad: Toda la información que proporciones será tratada con estricta confidencialidad. Los resultados serán utilizados únicamente con fines académicos y se presentarán de forma grupal, sin identificar a ningún estudiante de manera individual.

Beneficios y riesgos: No existen riesgos al participar en este estudio. Si bien no recibirás un beneficio directo, tu colaboración contribuirá al conocimiento sobre cómo las redes sociales pueden influir en la autoestima, lo cual podría servir para diseñar estrategias de apoyo para los estudiantes.

Autorización del padre/madre o tutor

Yo, _____, con DNI: _____, en calidad de padre/madre/tutor del estudiante _____, de la Institución Educativa El Agropecuario, autorizo su participación en la investigación mencionada.

Firma del padre/madre/tutor: _____

Fecha: _____

Firma del investigador responsable: _____

Fecha: _____

Muchas gracias por tu valiosa participación.