

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



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

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
PSICÓLOGA**

**USO DE LAS REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN
ADOLESCENTES DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA.
CHACHAPOYAS, 2023**

Autora: Bach. Jheyne Gomez Occ

Asesora: Ms. Zoila Roxana Pineda Castillo

Registro: (...)

CHACHAPOYAS - PERÚ

2024

Autorización de la publicación de la tesis en el repositorio Institucional de la UNTRM



ANEXO 3-H

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

1. Datos de autor 1

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Gomez Occ Jheyni
DNI N°: 73480946
Correo electrónico: 73480946@untrm.edu.pe
Facultad: Ciencias de la Salud
Escuela Profesional: de Psicología

Datos de autor 2

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): _____
DNI N°: _____
Correo electrónico: _____
Facultad: _____
Escuela Profesional: _____

2. Título de la tesis para obtener el Título Profesional

Uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución pública. Chachapoyas, 2023

3. Datos de asesor 1

Apellidos y nombres: Pineda Castillo Zoila Roxana
DNI, Pasaporte, C.E N°: 18197672
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) 0000-0002-1579-0397

Datos de asesor 2

Apellidos y nombres: _____
DNI, Pasaporte, C.E N°: _____
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) _____

4. Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica-Imunología)

https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde_ford.html 5.01.00 Psicología

5. Originalidad del Trabajo

Con la presentación de esta ficha, el(la) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.

6. Autorización de publicación

El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la *Licencia creative commons* de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación -RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

Chachapoyas, 11 / mdzso / 2024

Juf
Firma del autor 1
pef
Firma del Asesor 1

Firma del autor 2

Firma del Asesor 2

DEDICATORIA

A mis padres Wilfredo Gomez Ramos y Neli Occ Ruiz ya que sin su apoyo no hubiera sido posible seguir estudiando, por esforzarse cada día para darnos lo mejor sin importar nada a cambio, por brindarme la vida, por ser el motor para lograr mis metas y sueños.

A mis hermanos que día a día con su presencia, apoyo, respaldo, consejos y cariño me impulsan para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

A mi asesora, la Ms. Zoila Roxana Pineda Castillo, por su arduo trabajo, su tiempo dedicado, por sus conocimientos, recomendaciones y experiencias brindadas.

Al director, docentes, estudiantes y padres de familia de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio” por su participación voluntaria para poder realizar este trabajo de investigación.

**Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de
Amazonas**

Ph. D. Jorge Luis Maicelo Quintana

Rector

Dr. Oscar Andrés Gamarra Torres

Vicerrector Académico

Dra. María Nelly Luján Espinoza

Vicerrectora de Investigación

Dr. Yshoner Antonio Silva Diaz

Decano de la Facultad de Ciencias de la Salud

Visto Bueno del Asesor de la Tesis



ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Uso de las Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de una Institución Pública. Chachapoyas, 2023 del egresado Jheyri Gomez Occ de la Facultad de Ciencias de la Salud Escuela Profesional de Psicología de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 5 de enero de 2024

UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

Mg. Bm. ZOLA ROXANA PINEDA CASTILLO

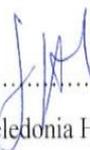
Firma y nombre completo del Asesor

Jurado evaluador de la tesis

Resolución de Decanato N°015-2023-UNTRM-VRAC/FACISA



.....
Dra. Sonia Tejada Muñoz
Presidenta



.....
Ms. Sonia Celedonia Huyhua Gutierrez
Secretaria



.....
Mg. Oscar Joel Oc Carrasco
Vocal

Constancia de Originalidad de la Tesis



ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución pública, Chachapoyas, 2023

presentada por el estudiante ()/egresado (X) *Jheyri Gomez Oca*

de la Escuela Profesional de *Psicología*

con correo electrónico institucional *f348094671@untrm.edu.pe*

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- a) La citada Tesis tiene 21 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- b) La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 23 de 02 del 2023


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

Acta de Sustentación de la Tesis



ANEXO 3-5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 05 de Marzo del año 2024, siendo las 8:30 horas, el aspirante: Jheyne Gomez Occ, asesorado por Ms. Zoila Roxana Pineda Castillo defiende en sesión pública presencial () / a distancia () la Tesis titulada: Uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución pública, Chachapoyas, 2023, para obtener el Título Profesional de Psicóloga, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dra. Sonia Tejada Muñoz
Secretario: Ms. Sonia Celedonia Huyhua Gutierrez
Vocal: Mg. Oscar Joel Oc Carrasco



Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () por Unanimidad () / Mayoría () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 9:10 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

Índice

Autorización de la publicación de la tesis en el repositorio Institucional de la UNTRM.	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas	v
Visto Bueno del asesor de Tesis	vi
Jurado Evaluador de la Tesis	vii
Constancia de Originalidad de la Tesis.....	viii
Acta de Sustentación de la Tesis.....	ix
Índice	x
Índice de Tablas	xi
Índice de Anexos	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	18
III. RESULTADOS	23
IV. DISCUSIÓN	26
V. CONCLUSIONES.....	29
VI. RECOMENDACIONES.....	30
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31
ANEXOS	35

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Características demográficas de los estudiantes.	19
Tabla 2. Muestreo por estratos según secciones.	20
Tabla 3. Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas,2023.	23
Tabla 4. Nivel de uso de las redes sociales según dimensiones en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023.	24
Tabla 5. Nivel de autoestima según dimensiones en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023.	24
Tabla 6. Características sociodemográficas en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023.	25

Índice de Anexos

	Pág.
Anexo 1. Matriz de consistencia.	36
Anexo 2. Operacionalización de las variables.	38
Anexo 3. Cuestionario sobre uso de redes sociales.	40
Anexo 4. Inventario de Autoestima de Coopersmith.	43
Anexo 5. Consentimiento informado.	46
Anexo 6. Asentimiento informado.	47
Anexo 7. Carta para la ejecución de trabajo de investigación.	48
Anexo 8. Constancia de haber ejecutado el trabajo de investigación.	49
Anexo 9. Panel fotográfico-aplicación de cuestionarios.	50
Anexo 10. Frecuencia del uso de las redes sociales en los adolescentes.	51
Anexo 11. Red social que utilizan con mayor frecuencia los adolescentes.	51
Anexo 12. Correlación y significancia de las variables del estudio.	52

RESUMEN

La finalidad de este estudio fue establecer la relación entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023. Se empleó un enfoque cuantitativo, descriptivo-correlacional, diseño no experimental-transversal, muestreo probabilístico-estratificado. Dicha muestra estuvo compuesta por 174 estudiantes del primero hasta el quinto grado de secundaria. Los instrumentos utilizados fueron: el Cuestionario sobre uso de redes sociales desarrollado por Ecurra & Salas en el año 2014, que presenta una confiabilidad de 0.88, la validez fue 0.95 y el Cuestionario de Autoestima de Stanley Coopersmith del año 1967, en su versión adaptado por Abendaño en el 2018, presentó un índice de confiabilidad del 0.72 y de validez del 0.80. Para el análisis estadístico se aplicó el chi-cuadrado y la estadística descriptiva. En los hallazgos se evidenció que el 59.77% de los adolescentes muestran un rango de uso bajo de redes sociales, el 38.51% un rango de uso medio y el 1.72% un rango uso alto. Ahora bien, respecto a los resultados de la autoestima, el 49.99% presentan un rango de autoestima media. En conclusión, hay relación estadísticamente significativa ($p= 0.001 < 0.05$) entre uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”.

Palabras clave: adolescentes, redes sociales, autoestima.

ABSTRACT

The purpose of this study was to establish the relationship between the use of social networks and self-esteem in adolescents from Educational Institution N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023. A quantitative, descriptive-correlational approach, non-experimental-cross-sectional design, probabilistic-stratified sampling was used. This sample was made up of 174 students from the first to the fifth grade of secondary school. The instruments used were: the Questionnaire on the use of social networks developed by Escurra & Salas in 2014, which has a reliability of 0.88, validity was 0.95 and the Stanley Coopersmith Self-Esteem Questionnaire from 1967, in its version adapted by Abendaño in 2018 presented a reliability index of 0.72 and a validity index of 0.80. For statistical analysis, chi-square and descriptive statistics were applied. The findings showed that 59.77% of adolescents show a low range of use of social networks, 38.51% a medium range of use and 1.72% a high range of use. Now, regarding the results of self-esteem, 49.99% present a range of medium self-esteem. In conclusion, there is a statistically significant relationship ($p= 0.001 < 0.05$) between the use of social networks and self-esteem in adolescents from Educational Institution N°18001 “Miguel Rubio”.

Keywords: adolescents, social networks, self-esteem.

I. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales son un elemento primordial en la vida de un adolescente, ya que nacieron en una era digital y es un medio poderoso para relacionarse con los demás. Por lo tanto, esto no simboliza algo novedoso para ellos, es parte de su día a día, ya que le acompaña en todo momento desde que despierta hasta que duerme, lo maneja con total facilidad y comodidad, propio de aquel que no ha visto otro contexto que no sea este (UNICEF, 2020).

Según Martín (2023), menciona que las redes sociales son plataformas digitales conformadas por comunidades de personas con características en común, como intereses, actividades o relaciones (amigos, familia, trabajo, etc.), permiten conectar entre individuos y desempeñan un papel en comunicar e intercambiar información. Además, permiten estar ante el mundo, no de manera física, pero de forma virtual sí, la cual busca un continuo reconocimiento por medio de construcciones simbólicas, estas pueden ser los emojis, comentarios y likes; que indican presencia en las redes (Prete & Rendon, 2020).

En el año 2019, alrededor de mil millones de personas, entre ellas un 14% de los adolescentes del mundo resultaron afectadas por un problema mental. Las personas con problemas mentales graves mueren entre las edades de 10 a 20 años antes que la población general, la mayoría de ellas prevenibles (Organización Mundial de la Salud, 2022).

Según Pérez (2019) menciona que, la autoestima son un conjunto de percepciones, valoraciones y apreciaciones que una persona tiene de uno mismo, aceptando sus aspectos positivos y negativos; es decir, aquellos defectos o cualidades que uno tiene y que le hacen ser único y diferente a los demás.

Según Carrasco & Vasquez (2020) refieren que las redes sociales tienen gran influencia en la vida de los seres humanos, así como también en la formación de la autoestima y su desarrollo personal, influenciando de manera positiva o negativa en el individuo. El gran problema que acarrear las plataformas digitales en la autoestima está relacionado con la autoimagen de cada uno, ya que la persona suele compararse, desmotivarse y sentirse menos (Reguera, 2020).

Los adolescentes que dedican mucho tiempo utilizando las redes sociales manifiestan un menor bienestar psicológico, dado que el uso de Facebook e Instagram están asociadas con síntomas de depresión causados por las comparaciones sociales; por otro lado, el uso elevado de Instagram con problemas en la imagen corporal y el Facebook relacionada con una autoestima baja y soledad. (Morejón, 2020).

Se realiza una búsqueda bibliográfica encontrando investigaciones que nos permiten conocer las diferentes realidades, por tanto, en el ámbito internacional Bajaña & García (2023) en España, realizaron un estudio sobre revisión de literatura científica en donde encontraron que el uso y frecuencia de uso de las redes sociales se asocia significativamente con la insatisfacción corporal, el deseo de delgadez y la baja autoestima en adolescentes de la población española. De igual importancia, Alcántara & Juan (2020) en Argentina, en su investigación concluyó que las redes sociales podrían tener diversos efectos sobre la autoestima de los adolescentes.

En el ámbito nacional, un estudio realizado en Juliaca, encontró que el 37% de los estudiantes tiene una autoestima promedio y el 78% un nivel bajo al uso de las redes sociales, en la cual se halló relación directa y significativa entre ambas variables (Ari, 2023). De igual importancia, una investigación llevada a cabo en Trujillo, se halló que el 65.2% de adolescentes manifestaron un bajo nivel de uso de redes sociales y el 53.3% una autoestima baja, demostrando una relación significativa entre las variables estudiadas (Moreno & Perez, 2023). Mientras tanto, un estudio realizado en Lima, donde se destacó que el 94.46% de los adolescentes presentaron un bajo nivel de uso de redes sociales y 68.2% presentaron autoestima media, es decir, existe relación inversa y altamente significativa con $Rho = - ,465$ y $p < ,001$ (Robles, 2021)

En el ámbito regional no se ha encontrado investigaciones sobre uso de redes sociales y autoestima en adolescentes, pues cabe recalcar que este estudio permitió comprender y brindar información sobre el determinado tema, asimismo va servir como antecedente a futuros estudios.

A partir de esta problemática se planteó la siguiente interrogante del estudio ¿Cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio” Chachapoyas, 2023?, en donde las hipótesis planteadas fueron H_1 : existe relación estadísticamente significativa entre el uso de las redes sociales y autoestima y la H_0 : no existe relación

entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Asimismo, el objetivo general fue establecer la relación entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes en dicha institución, como objetivos específicos; identificar el nivel de uso de las redes sociales según sus dimensiones, identificar el nivel de autoestima según sus dimensiones e identificar las características sociodemográficas de los adolescentes de dicha institución.

Esta investigación utilizó como referencia la Teoría de la Personalidad de Carl Rogers, donde se centra en la unión entre el “yo ideal” y el “yo real” para el desarrollo de una autoestima positiva, menciona que la autoestima se desarrolla a través de experiencias de aceptación incondicional y genuina por parte de los otros, así como a través de la unión entre experiencias reales de un individuo y su “yo ideal” (Isaac, 2023). Las interacciones en las plataformas digitales afectan a la percepción de uno mismo y la aceptación por parte de los demás, de esta manera, las publicaciones influyen en la formación del “yo ideal” de los adolescentes, si estas publicaciones no reflejan la realidad de la persona, podría generar un desequilibrio en el “yo ideal” y el “yo real” afectando la autoestima. Además, toma en cuenta la Teoría del Yo de George Herbert Mead, donde refiere que la idea que un individuo tiene de sí mismo proviene de la interacción social con los demás (Cole, 2019).

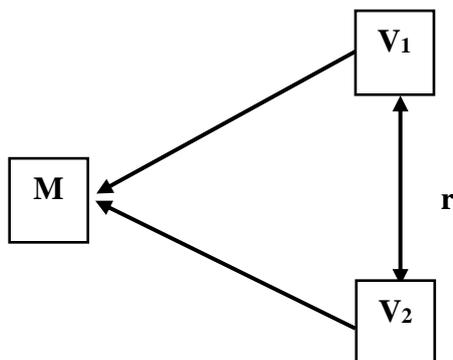
Finalmente, este estudio se realizó porque la salud mental es de suma importancia, porque sin ella no podemos tener un adecuado desarrollo físico, social y cognitivo; pues cabe recalcar, si uno está bien consigo mismo va estar bien con los demás. También porque la tecnología ha tomado el control y está causando diferentes problemas mentales por pasar mucho tiempo en el celular y las redes sociales. Por lo que, los hallazgos de la investigación sirvieron para comprender cómo las redes sociales están afectando la autoestima de los adolescentes y serán la base para la implementación de programas educativos preventivos tanto a padres como adolescentes en las diferentes instituciones.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y diseño de la investigación

Tipo: Este trabajo fue desarrollado usando un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo-correlacional. Según Hernández, et al. (2014) mencionan que, fue de tipo descriptivo porque se basó en la descripción de los sucesos, situaciones, fenómenos y contextos; también correlacional porque este estudio tuvo como fin encontrar la relación que hay en las variables de una población determinada.

Diseño: Se empleó el diseño no experimental-transversal. Según Hernández, et al. (2014) manifiestan que en esta investigación no existe alteración de las variables; es decir, es aquella que se ha observado tal como se desarrolla en su entorno natural. Asimismo, es tipo transversal porque se han recolectado en un único momento. A continuación, se señala el esquema:



Donde:

M = Muestra

V₁ = Uso de redes sociales

V₂ = Autoestima

r = Relación

2.2. Población, muestra y muestreo

2.2.1. Población

Se constituyó de 316 estudiantes matriculados en el año académico 2023 del nivel secundario de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”.

Tabla 1*N° de estudiantes según secciones.*

Grado	Sección	N° de estudiantes	Total
	A	24	
1°	B	25	73
	C	24	
2°	A	28	58
	B	30	
3°	A	31	59
	B	28	
4°	A	31	
	B	32	63
5°	A	31	63
	B	32	
Total			316

*Nota. *Secretaría académica de la I.E. N° 18001 "Miguel Rubio" (2023)***2.2.2. Muestra**

Para definir la muestra se desarrolló la fórmula para poblaciones finitas y se obtuvo 174 estudiantes del nivel secundario de la I.E N°18001 "Miguel Rubio".

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población (316)

Z = Nivel de confianza al 95% (1.96)

e = Error de estimación máximo aceptado (5% = 0.05)

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de error (0.5)

Desarrollando la ecuación:

$$N = \frac{1.92^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 316}{0.05^2(316 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} \quad N = 173.6292 = 174$$

2.2.3. Muestreo

Se realizó el muestreo probabilístico - estratificado. Según Hernández, et al. (2014) manifiestan que, en este muestreo todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos; fue de tipo estratificado porque se dividió en secciones y se ha escogido una muestra para cada sección. Asimismo, para la selección de las unidades muestrales se hizo mediante tómbola, que consistió en enumerar cada elemento en papelitos, para luego colocar en una caja y escoger al azar de acuerdo a la cantidad muestral.

Tabla 2

Muestreo por estratos según secciones

Estratos	Sección	Población	fr*	Muestra
1°	A	24	0.0759	13
	B	25	0.0791	14
	C	24	0.0759	13
2°	A	28	0.0886	15
	B	30	0.0949	17
3°	A	31	0.0981	17
	B	28	0.0886	15
4°	A	31	0.0981	17
	B	32	0.1013	18
5°	A	31	0.0981	17
	B	32	0.1013	18
Total		316	1	174

Nota. Elaboración propia

**fr: frecuencia relativa*

Criterios de inclusión

Formaron parte del estudio los adolescentes (12 – 17 años) matriculados durante el año académico 2023 en el nivel secundario y utilizaban las redes sociales. Asimismo, aquellos que tuvieron consentimiento informado y aceptaron participar mediante el asentimiento informado

Criterios de exclusión

Adolescentes que no se encontraron presentes en el periodo de recolección de datos.

2.3.Técnica e instrumentos de recolección de datos

2.3.1. Técnica

Dicho estudio usó como técnica la encuesta, que consistió en obtener datos directamente de la muestra del estudio con el fin de conseguir sus opiniones e intereses (Santos, 2020).

2.3.2. Instrumentos

Uso de redes sociales

Se empleo el Cuestionario sobre uso de redes sociales, elaborado por Ecurra y Salas en el año 2014, asimismo fue validado por estos autores. Está conformado por 24 ítems y tiene cinco puntajes en una escala Likert de 0 a 4, donde la puntuación mínima es 4 y la puntuación más alta es 96. Dicho cuestionario tiene las siguientes dimensiones: obsesión por las redes sociales representa un nivel bajo (0-13), medio (14-27) y alto (28-40); en falta de control personal en el uso de las redes sociales representa un nivel bajo (0-8), medio (9-17) y alto (18-24) y con respecto uso excesivo de las redes sociales representa un nivel bajo (0-10), medio (11-21) y alto (22-32). Este instrumento posee altos niveles de confiabilidad (0.88) y validez (0.95). Además, existe tres rangos de respuestas para el uso a las redes sociales: bajo (0-32), medio (33-65) y alto (66-96); cuya aplicación es en adolescentes y jóvenes.

Autoestima

Se aplicó el Inventario de Autoestima para escolares, elaborado por Stanley Coopersmith en el año 1967 y adaptado por Abendaño (2018). Está conformado por 58 ítems con respuesta dicotómica (V-F), donde la puntuación mínima es 2 y la puntuación máxima es 100. Dicho inventario tiene cuatro dimensiones: el aspecto personal presenta un nivel bajo (0-16), promedio (17-33) y alto (34-52); el social representa un nivel bajo (0-5), promedio (6-11) y alto (12-16); en lo familiar presenta un nivel bajo (0-5), promedio (6-11) y alto (12-16) y en el área académica representa un nivel bajo (0-5), promedio (6-11) y alto (12-16). Además, cuenta con altos niveles de confiabilidad (0.72) y validez (0.80), asimismo tiene tres rangos de autoestima: bajo (0-45), promedio (46-74) y alto (75-100) y su aplicación es de 11 a 20 años.

2.4. Procedimiento de recolección de datos

Primero se solicitó autorización para la aplicación de los cuestionarios por medio de una carta dirigida al director de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio” (Anexo 7). Luego se procedió a seleccionar el muestreo por tómbola, los estudiantes escogidos al azar fueron de acuerdo al orden de lista de cada sección. Posteriormente se solicitó permiso a los docentes del área de tutoría para aplicar los test, basado en el asentimiento y consentimiento informado de cada alumno elegido. De igual manera se procedió con las demás secciones. Al finalizar se verificó que los instrumentos estén completamente marcados y en caso contrario no se consideró para el estudio.

2.5. Análisis de datos

Este estudio utilizó la estadística descriptiva, cuyos datos se procesaron en el SPSS versión 25, Microsoft Word y Excel 2016. Asimismo, se sometió a la prueba de normalidad de datos y se aplicó el test de normalidad Kolmogorov - Smirnov, ya que se tuvo una población mayor a 50, obtenido un p valor menor a 0.05, indicando que los datos no tienen una distribución normal, por lo que, para realizar el contraste de hipótesis se utilizó la prueba no paramétrica Chi-cuadrado, con un nivel de significancia de 0.05, la cual equivale al 95% de confianza y un 5% de margen de error. Finalmente, los resultados se mostraron en figuras y tablas.

III. RESULTADOS

Tabla 3

Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas,2023.

Nivel de uso de redes sociales	Nivel de autoestima							
	Alta		Media		Baja		Total	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Alto	0	0.00	1	0.57	2	1.15	3	1.72
Medio	9	5.17	37	21.26	21	12.07	67	38.51
Bajo	40	22.99	49	28.16	15	8.62	104	59.77
Total	50	28.16	86	49.99	38	21.84	174	100.0

Nota. Base de datos de los cuestionarios

La Hipótesis se contrastó por la prueba estadística del chi-cuadrado: $X^2_c(174, 4) = 18.780$ y $p = .001 < .05$, lo que indica que si existe relación significativa entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio” Chachapoyas,2023.

En la tabla 3, se observa que del 100% de los adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”, el 59.77% (104) tienen un nivel de uso bajo, el 38.51% (67) un uso medio y el 1.72% (3) uso alto. Además, el 49.99% (86) de los evaluados presentan un nivel de autoestima media, el 28.16% (50) una alta autoestima y el 21.84% (38) una baja autoestima.

Se detalla que el 28.16% (49) de los adolescentes tienen un nivel bajo de redes sociales y autoestima media. Asimismo, el 22.99% (40) manifiestan un nivel bajo de redes sociales y autoestima alta. Por otra parte, el 21.26% (37) presentan un nivel medio de redes sociales y autoestima media. Además, el 12.07 % (21) de los adolescentes poseen un nivel medio de redes sociales y autoestima baja; el 8.62% (15) manifiestan un nivel bajo de redes sociales y autoestima baja, el 5.17% (9) tienen un nivel medio de redes sociales y autoestima alta; el 1.15% (2) presentan nivel alto de redes sociales y autoestima baja, el 0.57% (1) tiene un nivel alto de redes sociales y autoestima media.

Tabla 4

Nivel de uso de las redes sociales según dimensiones en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023.

Dimensiones del uso de las redes sociales	Nivel							
	Alto		Medio		Bajo		Total	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Obsesión	4	2.30	47	27.01	123	70.69	174	100.0
Falta de control	11	6.32	98	56.32	65	37.36	174	100.0
Uso excesivo	17	9.77	90	51.72	67	38.51	174	100.0

Nota. Base de datos de los cuestionarios

En la tabla 4, se muestra que del 100% de los adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”, el 70.69% (123) manifiestan un rango de uso bajo en obsesión por las redes sociales, el 27.01 % (47) muestran un uso medio y el 2.30% (4) uso alto. Asimismo, el 56.32% (98) de los evaluados manifiestan un rango de uso medio en la falta de control personal en el uso de las redes sociales, el 37.36% (65) alcanzó un rango de uso bajo y el 6.32 % (11) uso alto. Adicionalmente, el 51.72% (90) de los adolescentes manifiestan un rango de uso medio en el uso excesivo de las redes sociales, el 38.51% (67) obtuvo uso bajo y el 9.77% (17) uso alto.

Tabla 5

Nivel de autoestima según dimensiones en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023.

Dimensiones de la autoestima	Nivel							
	Baja		Media		Alta		Total	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Personal	56	32.18	76	43.68	42	24.14	174	100.0
Social	66	37.93	101	58.05	7	4.02	174	100.0
Familiar	41	23.56	114	65.52	19	10.92	174	100.0
Académico	40	22.99	68	39.08	66	37.93	174	100.0

Nota. Base de datos de los cuestionarios

En la tabla 5, refleja que del 100% de los adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”, el 43.68% (76) tienen un rango de autoestima media en la dimensión personal, el 32.18% (56) una baja autoestima y el 24.14% (42) alta

autoestima. Además, el 58.05 % (101) de los estudiantes tienen un rango de autoestima media en la dimensión social, el 37.93% (66) baja autoestima y el 4.02 % (7) alta autoestima. Por otro lado, el 65.52 % (114) de los evaluados tienen autoestima media en la dimensión familiar, el 23.56% (41) una baja autoestima y el 10.92 % (19) alta autoestima. Asimismo, el 39.08% (68) de los adolescentes tienen autoestima media en la dimensión académica, el 37.93 % (66) una alta autoestima y el 22.99% (40) baja autoestima

Tabla 6

Características sociodemográficas en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023.

Sociodemografía (n = 174)	fi	%
Grado		
Primero	40	22.99
Segundo	32	18.39
Tercero	31	17.82
Cuarto	36	20.69
Quinto	35	20.11
Total	174	100.0
Sexo		
Femenino	74	42.53
Masculino	100	57.47
Edad		
12 a 13 años	60	34.48
14 a 15 años	72	41.38
16 a 17 años	42	24.14

Nota. Base de datos de los cuestionarios

En la tabla 6, se observa que del 100% de los adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”, el 22.99% (24) conforman el primer grado, 18.39% (22) son del segundo grado, el 17.82% (31) del tercer grado, el 20.60 % (36) son del cuarto grado y el 20.11% (35) del quinto grado. Además, el 42.53 % (74) representan al sexo femenino y el 57.47(100) % al sexo masculino. Asimismo, 34.48% (60) se encuentran entre las edades de 12 a 13 años, el 41.38% (72) de 14 a 15 años y 24.14% (42) de 16 a 17 años.

IV. DISCUSIÓN

Los adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio” presentaron un nivel medio de uso de las redes sociales, eso indica que es lo adecuado, ya que saben administrar bien su tiempo, están informados de las ventajas y desventajas que traen estas, porque si desarrollan un uso excesivo a estas plataformas podría influir en la autoestima. Lo que se proyecta a través de las plataformas es una realidad distinta, pues no se suelen compartir momentos de fracaso o tristeza, por el contrario, se publica un estándar de belleza inalcanzable, fotos retocadas, éxitos, viajes, felicidad y lujos; generando en el adolescente una serie de inseguridades tanto es su aspecto físico, social y cognitivo. En el presente estudio se encontró una relación significativa entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes.

Los resultados obtenidos coinciden con los hallazgos de Rodríguez (2021), quien encontró una correlación directa entre el uso de medios sociales y de autoestima con significancia de $p = 0.002 < 0.05$. También con el estudio realizado por Chavez (2021) en la cual se evidenció un nexo positivo y significativo entre las variables estudiadas, siendo igual a 0.427. Sin embargo, los resultados mencionados difieren con Tincahuallpa (2021) y Cuaical & Yar (2019), quienes no encontraron una relación entre las redes sociales y autoestima en escolares, encontrándose una significancia de $p = 0.905 > 0.05$ y correlación negativa -0.080 respectivamente.

Estos resultados pueden explicarse tomando la Teoría del Desarrollo Psicosocial desarrollado por Erik Erikson, donde refiere que los adolescentes se enfrentan a diferentes cambios físicos y demandas sociales que harán dudar de su identidad, pues cabe recalcar que en esta etapa se va construyendo junto con su autoestima, el de pertenecer a un determinado grupo y ser aceptados por los demás (Montseny, 2022). Es por ello que utilizan las redes sociales como una forma de recibir aprobación por medio de sus publicaciones, comentarios y reacciones. Por ejemplo, un adolescente sube una foto, si la fotografía recibe muchas reacciones o comentarios, esto indica para el adolescente aprobación de las personas y su determinado grupo.

En las dimensiones del uso de las redes sociales, la investigación estableció que hay predominancia de rango de uso bajo en obsesión por las redes sociales con el 70.69% de estudiantes, en falta de control personal en el uso de las redes sociales se presentó un rango de uso medio con el 56.32% respectivamente, asimismo en el uso excesivo

de las redes sociales se evidenció un rango de uso medio con el 51.72%. Estos resultados concuerdan con Cornejo (2021) quien resaltó que la mayoría de los adolescentes en la dimensión obsesión por las redes sociales presentaron un nivel bajo con el 53.57%. De igual manera Ticona & Cornejo (2022) en su investigación destacó un mayor rango de uso bajo con el 75.68%, asimismo el 53.38% de uso medio en falta de control personal en el uso de las redes. A diferencia de Pérez (2023), quien encontró el mayor porcentaje de uso alto en obsesión por las redes con el 40%; en falta de control personal en el uso de redes un uso alto con el 40% y en uso excesivo a las redes el 35.6% manifestó un uso alto. La utilización adecuada de las redes sociales permite socializar con las personas, desarrollar la propia identidad, tener adecuada autoestima, estar informados de los peligros de las plataformas, comprar libros y estar actualizados de lo que acontece dentro y fuera de nuestro país.

Con respecto a la frecuencia que se conectan a las redes sociales, un 25.29% de los evaluados mencionó que una a dos veces al día, el 22.41% entre tres a seis veces al día, el 22.41% entre siete a doce veces al día y el 18.97% todo el tiempo se encuentra conectado (Anexo 10). Sin embargo, Fernández & Morales (2022) mencionan que el 89.2% de los adolescentes utiliza estas plataformas todos los días. Las redes sociales han cobrado mayor relevancia en los tiempos de pandemia ya que la forma de pasar el tiempo durante el aislamiento era por medio de estas y servía como distracción o entretenimiento, a partir de ese suceso se empezó a utilizar masivamente. El uso constante a estas plataformas podría afectar negativamente a la autoestima, muchos de los adolescentes suelen compararse con los demás, no reciben la aprobación social, no cumplen con estándares de belleza estipulados en la sociedad, crean inseguridad, empiezan a cuestionarse negativamente y sentirse mal consigo mismo.

En cuanto a la red que utilizan con mayor frecuencia, el 58.05% de los estudiantes usan el WhatsApp, un 14.94% el Tik Tok y el 14.37% Facebook (Anexo 11). Estos resultados pueden explicarse que muchos estudiantes podrían ser de una situación socioeconómica pobre y no disponen de un plan ilimitado para poder acceder a Tik Tok y Facebook que consumen muchos megas; a diferencia de WhatsApp que consume menos y tiene múltiples beneficios como compartir fotos, videos, memes, videollamadas, mensajes de voz, estados, mensajería, etc. Resultados diferentes se encontraron en Urbina (2022) quién encontró que la red con mayor preferencia de uso fue el Facebook con el 92.5%.

Referente a las dimensiones de la autoestima, en el aspecto personal se halló predominancia de un rango de autoestima media con el 43.68% de adolescentes, en el aspecto social también se encontró un rango de autoestima media con el 58.05 % respectivamente, asimismo en el aspecto familiar el 65.52 % presentó un rango de autoestima media. Finalmente, en el aspecto académico, el 39.08% de los adolescentes tienen autoestima media. Los individuos con autoestima media mantienen relaciones saludables, se sienten bien consigo mismos, aceptan críticas constructivas, afrontan diferentes problemas y retos que se le presenten, se marcan metas y trabajan en ello.

Similares resultados se encontraron en Valdivia (2020) cuyo estudio se encontró que en la dimensión personal poseen un grado de autoestima promedio con el 43.0%, en lo académico presentaron un rango de autoestima promedio con el 70.0%. El desarrollo de la autoestima es de suma importancia en los adolescentes ya que ayuda a fomentar la confianza, seguridad y motivación en uno mismo.

Finalmente, el estudio presenta una perspectiva enriquecedora sobre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de dicha institución. Es importante recalcar ciertas limitaciones en esta investigación, como la subjetividad a la hora de responder los cuestionarios y la de un enfoque más detallado del uso de las redes sociales y autoestima. De acuerdo a los resultados del estudio muestra la necesidad de ejecutar programas de intervención sobre el uso de las redes sociales y el desarrollo de una adecuada autoestima.

V. CONCLUSIONES

- Los adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”, presentaron una correlación estadísticamente significativa entre el uso de las redes sociales y autoestima.
- Se encontró que la mayoría de los estudiantes de la institución tiene un rango de uso bajo en la dimensión obsesión a las redes sociales, mientras en falta de control personal y uso excesivo a las redes hubo predominancia de uso medio.
- Se halló que el mayor porcentaje de los adolescentes presentan un rango de autoestima media en las dimensiones personal, social, familiar y académica.
- Respecto a las características sociodemográficas: el mayor porcentaje de adolescentes se encuentran en el primer grado, asimismo la mayoría de evaluados fueron del sexo masculino y referente a la edad la mayor cantidad oscilan entre 14 y 15 años.

VI. RECOMENDACIONES

- **A la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”**
 - Fomentar en los estudiantes conciencia digital, enseñando la importancia de la utilización de las redes sociales de manera responsable y respetuosa.
 - Crear un ambiente seguro y de apoyo donde los estudiantes se sientan cómodos compartiendo sus experiencias en las plataformas digitales y como estas afectan su autoestima, esto puede incluir discusiones abiertas en el aula y actividades que fomenten la autoexpresión.
 - Promover un equilibrio entre el tiempo de uso de las redes sociales con otras actividades que fomenten un bienestar físico, emocional y social; ofrecer sugerencias sobre como encontrar un equilibrio y moldear comportamientos saludables.
- **A la escuela Profesional Psicología**
 - Desarrollar diferentes actividades de proyección social, talleres y programas gratuitos en instituciones educativas de Chachapoyas encaminado al adecuado manejo de uso de redes sociales, así como el desarrollo sano de la autoestima.
- **A la comunidad científica**
 - Investigar como la autoestima de los adolescentes se ve influenciada por diferentes tipos de interacciones en las redes sociales como la comparación social, acoso cibernético, entre otros.
 - Examinar la influencia de algunas plataformas de redes sociales en la autoestima considerando las características y uso frecuente.
 - Explorar como los factores individuales (personalidad, autoimagen y la aceptación social) está vinculado con la utilización de las plataformas digitales y su impacto en la autoestima.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abendaño, K. J. (2018). *Propiedades psicométricas y estandarización del Inventario de Autoestima de Coopersmith en escolares de secundaria de Lima sur: San Juan de Miraflores, Villa María del Triunfo y Villa El Salvador*. [Tesis de titulación, Universidad Autónoma del Perú]. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/556?show=full>
- Alcántara, M. R., & Juan, F. (2020). *El uso de redes sociales y su incidencia autoestima de los adolescentes*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Córdoba]. <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/18169/El%20uso%20de%20las%20redes%20sociales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ari, L. E. (2023). *Autoestima y uso de redes sociales en alumnos de secundario de una institución educativa primaria- Juliaca 2022*. [Tesis de titulación, Universidad Autónoma de Ica]. <http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/autonomadeica/2290/1/ARI%20PAREDES%20LUZ%20ERIKA.pdf>
- Bajaña, S., & García, A. M. (2023). *Uso de redes sociales y factores de riesgo para el desarrollo de trastornos alimentarios: una revisión sistemática*. 55(11). <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2023.102708>.
- Carrasco, G. M., & Vasquez, Y. P. (2020). *Adicción de redes sociales y autoestima en universitarios de una Institución Privada del Norte, 2019*. [Tesis de titulación, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25031/Carrasco%20La%20Rosa%2c%20Gianella%20Milagros-%20Vasquez%20Tafur%2c%20Yudit%20Pilar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chavez, J. E. (2021). *El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes de la ciudad de la ciudad de Casma, Ancash 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Ica]. <http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/autonomadeica/1073/1/Julia%20Emery%20Chavez%20Due%c3%b1as.pdf>

- Cole, N. L. (2019). *Biografía del sociólogo George Herbert Mead*.
<https://www.greelane.com/es/ciencia-tecnolog%C3%ADa-matem%C3%A1ticas/ciencias-sociales/george-herbert-mead-3026491/>
- Coopersmith, S. (1967). *Inventario de Autoestima original forma Escolar*.
https://www.academia.edu/4381829/73370730_Manual_Cooper_Smith
- Cornejo, M. R. (2021). *Funcionamiento familiar y uso de las redes sociales en adolescentes de una institución educativa de Surco, en tiempos de COVID-19*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/75481>
- Cuaical, Y. J., & Yar, A. Y. (2019). *Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes de B.G.U, de la Unidad Educativa Municipal “Julio Enrique Moreno”, de la ciudad de Quito durante el periodo lectivo 2018 - 2019*. [Tesis de titulación, Universidad Central del Ecuador].
<https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/5b52287c-0d44-47c2-9569-e5513f68e3ac/content>
- Escurra, M., & Salas, E. (2014). *Construcción y validación del Cuestionario de adicción a redes sociales(ARS)*. Liberabit:Revista Peruana de Psicología:
<https://www.redalyc.org/pdf/686/68631260007.pdf>
- Fernández, N., & Morales, I. (2022). *Relación entre el uso de redes sociales y los problemas alimentarios adolescentes. Análisis y modificación de la conducta*, 48(177), 73-88. <https://doi.org/https://doi.org/10.33776/amc.v48i177.6879>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 5.^a ed. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Isaac, D. (2023). *La teoría de la Personalidad de Carls Rogers*.
<https://esaludmental.es/carls-rogers/>
- Martín, S. (2023). *Qué son las redes sociales*. <https://metricool.com/es/que-son-las-redes-sociales/>
- Montseny, F. (2022). *El desarrollo psicosocial durante la adolescencia: principales perspectivas teoricas* . <https://kibbutzpsicologia.com/el-desarrollo-psicosocial-durante-la-adolescencia-principales-prespectivas-teoricas/>

- Morejón, P. (2020). *Redes sociales y jóvenes: Facebook, Instagram y su relación con el bienestar*. <https://neuro-class.com/redes-sociales-y-bienestar-psicologico-en-jovenes/>
- Moreno, K. L., & Perez, J. M. (2023). *Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes. Alto Moche, Trujillo 2023*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/133048/Moreno_PKL-Perez_LJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Organización Mundial de la Salud. (2022). *La OMS subraya la urgencia de transformar la salud mental y los cuidados conexos*. <https://www.who.int/es/news/item/17-06-2022-who-highlights-urgent-need-to-transform-mental-health-and-mental-health-care>
- Pérez, H. (2019). *Autoestima, teorías y su relación con el éxito*. *Alternativas en psicología*(41), 22-39. <https://doi.org/https://alternativas.me/attachments/article/190/2.%20Autoestima,%20teor%C3%ADas%20y%20su%20relaci%C3%B3n%20con%20el%20%C3%A9xito%20personal.pdf>
- Perez, N. S. (2023). *Uso de redes sociales y conductas disruptivas en adolescentes de una institución educativa pública de Ica, 2023*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/119994>
- Prete, A., & Rendon, S. (2020). *Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad*. *Psicoperspectivas*, 19(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Reguera, L. (2020). *La influencia de las redes sociales en nuestra autoestima*. lamenteesmaravillosa.com/la-influencia-de-las-redes-sociales-en-nuestra-autoestima/
- Robles, S. L. (2021). *Uso de Redes Sociales y Autoestima en estudiantes de 3ro, 4to y 5to grado de secundaria de un Colegio de Lima, 2021*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/77050>
- Rodríguez, R. E. (2022). *Nivel de uso de las redes sociales y nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución educativa*

- Santa Lucía del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.* [Tesis de titulación, Universidad Alas Peruanas]. Lambayeque. <https://hdl.handle.net/20.500.12990/10738>
- Santos, D. (2020). *Recolección de datos: métodos, técnicas e instrumentos.* <https://blog.hubspot.es/marketing/recoleccion-de-datos>
- Solano, J. J. (2019). *Nivel de autoestima en estudiantes adolescentes pertenecientes al distrito de Pampas - Huacavelica.* [Tesis de bachiller, Universidad de San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/3283d904-b716-4214-8643-cc52fa77dc73/content>
- Ticona, S. R., & Cornejo, J. E. (2022). *Uso de redes sociales y calidad del sueño en adolescentes de una institución educativa – Arequipa 2021.* [Tesis de titulación, Universidad Nacional de San Agustín]. <http://hdl.handle.net/20.500.12773/14494>
- Tincahuallpa, R. (2021). *Las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de educación secundaria de una institución educativa, Cusco 2017.* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/70378>
- UNICEF. (2020). *Redes sociales y adolescentes: lo que tenés que saber.* <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/redes-sociales-y-adolescentes-lo-que-tenes-que-saber>
- Urbina, C. (2022). *Uso de las redes sociales en adolescentes de una institución educativa secundaria.* [Tesis de titulación, Universidad Nacional Federico Villarreal]. http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/6049/TESIS_URBINA_CABALLERO_CONSUELO_LASTENIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valdivia, L. B. (2020). *Programa de intervención pedagógica para mejorar la autoestima en adolescentes de 12 a 17 años – INABIF de Ate.* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/79359/Valdivia_LB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO N°1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MARCO METODOLÓGICO
¿Cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio” Chachapoyas, 2023?	<p>General</p> <p>Determinar la relación entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio” Chachapoyas, 2023.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar el nivel de uso de las redes sociales según las dimensiones: obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023. • Identificar el nivel de autoestima según las dimensiones: personal, 	<p>H₁: Existe relación estadísticamente significativa entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023.</p> <p>H₀: No existe relación entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023.</p>	<p>V₁= Uso de redes sociales</p> <p>V₂= Autoestima</p>	<p>Tipo y diseño de investigación</p> <p>El estudio de investigación será de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo- correlacional y de diseño no experimental-transversal.</p> <p>Población</p> <p>La población considerada para este estudio son 316 estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”.</p> <p>Muestra</p> <p>Se elaboró una fórmula poblacional final apropiada para determinar la muestra y luego se obtuvo 174 estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”.</p>

social, familiar y académico en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023.

- Identificar las características sociodemográficas de los adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”. Chachapoyas, 2023.

Instrumentos de recolección de datos

V₁= Cuestionario sobre uso de redes sociales

V₂ = Inventario de Autoestima

ANEXO 2

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Categorías Dimensiones	Categorías Variable	Escala de medición
V ₁ : Uso de redes sociales	Las redes sociales son herramientas tecnológicas para el intercambio de mensajes, asimismo es un medio para la comunicación, interacción y la participación global. (García, Hoyo & Fernández, 2014)	Se trata de la frecuencia y el tiempo dedicado al uso de las redes sociales que se da en los adolescentes, para la cual se utilizará el Cuestionario sobre uso de redes sociales.	Obsesión por las redes sociales Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Compromiso mental con las redes sociales Pensar constantemente y fantasear con ellas Ansiedad y preocupación por la falta de acceso a las redes. Preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de las redes sociales. Exceso en el tiempo de uso Uso excesivo de las redes sociales	2, 3, 5 6, 7, 13 15, 19, 22, 23 4, 11, 12, 14, 20, 24 1, 8, 9 10, 16, 17, 18, 21	Bajo (0-13) Medio (14-27) Alto (28-40) Bajo (0-8) Medio (9-17) Alto (18-24)	Bajo (0-32) Medio (33-65) Alto (66-96)	Ordinal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Ítems	Dimensiones	Categorías Variable	Escala de medición
V ₂ : Autoestima	Es la valoración personal de sí mismo que involucra pensamientos, emociones, actitudes y experiencias de nosotros mismo en el transcurso de nuestra vida. (Mejía, Pastrana & Mejía, 2011)	Es el amor que uno mismo tiene hacia su persona, aceptando tanto sus defectos como cualidades, para la cual se utilizará el Inventario de autoestima de Coopersmith.	Personal	1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 24, 25, 27, 30, 31, 34, 35, 38, 39, 43, 47, 48, 51, 55, 56, 57	Bajo (0-16) Promedio (17-33) Alto (34-52)	Bajo (0-45) Promedio (46-74) Alto (75-100)	Ordinal
		Social	5, 8, 14, 21, 28, 40, 49, 52	Bajo (0-5) Promedio (6-11) Alto (12-16)			
		Familiar	6, 9, 11, 16, 20, 22, 29, 44.	Bajo (0-5) Promedio (6-11) Alto (12-16)			
		Académico	2, 17, 23, 33, 37, 42, 46, 54.	Bajo (0-5) Promedio (6-11) Alto (12-16)			
		Escala de mentira	26, 32, 36, 41, 45, 50, 53, 58.				

ANEXO 3

CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES

(Ecurra & Salas, 2014)



UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

Facultad de Ciencias de la Salud

Escuela Profesional de Psicología

Instrucciones

Esta es una encuesta en la que Ud. participa voluntariamente, por lo que le agradecemos encarecidamente que sea absolutamente sincero(a) en sus respuestas. Antes de responder al cuestionario le pedimos que nos proporcione los siguientes datos:

Datos generales

Sexo:Grado:.....Edad:.....Fecha:.....

¿Utilizas redes sociales?.....si respondió SÍ, indique cuál o cuáles:

.....

Si respondió **NO**, entregue el formato al encuestador

¿Dónde se conecta a las redes sociales? (puede marcar más de una respuesta)

En mi casa () Otros:.....

En las cabinas de internet ()

A través del celular ()

¿Con qué frecuencia se conecta a las redes sociales?

Todo el tiempo me encuentro conectado () Una o dos veces por día ()

Entre siete a 12 veces al día () Dos o tres veces por semana ()

Entre tres a Seis veces por día () Una vez por semana ()

De todas las personas que conoces a través de la red, ¿cuántos conoces personalmente?

10 % o Menos () Entre 11 y 30 % () Entre el 31 y 50 % ()

Entre el 51 y 70 % () Más del 70 % ()

Tus cuentas en la red contienen tus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección,

etc.?)

SI () NO ()

¿Cuál es la red social que utiliza con mayor frecuencia?

Instagram () WhatsApp () Telegram ()

Facebook () YouTube () TikTok ()

Twitter () Otros:.....

¿Qué es lo que más te gusta de las redes sociales?:

.....
.....

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

- Siempre (S)
- Casi siempre (CS)
- Algunas veces (AV)
- Rara vez (RV)
- Nunca (N)

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

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

ANEXO 4

INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH

(Adaptado por Abendaño, 2018)



UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

Facultad de Ciencias de la Salud

Escuela Profesional de Psicología

Instrucciones

En la siguiente encontrarás una lista de frases sobre sentimientos. Si una frase describe cómo generalmente te sientes, marca con una “X” en la columna de **verdadero**. Si una frase no describe como generalmente tú te sientes, marca con una “X” en la columna **falso**.

N°	Preguntas	V	F
1	Las cosas mayormente no me preocupan.		
2	Me resulta muy difícil hablar frente a la clase.		
3	Hay muchas cosas sobre mí mismo (a) que cambiaría si pudiera.		
4	Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades.		
5	Soy una persona divertida.		
6	En casa me fastidio fácilmente.		
7	Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo.		
8	Soy popular entre los chicos (as) de mi edad.		
9	Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos.		
10	Me rindo fácilmente.		
11	Mis padres esperan demasiado de mí.		
12	Es bastante difícil ser yo mismo (a).		
13	Mi vida es complicada.		
14	Los (as) chicos (as) generalmente aceptan mis ideas.		
15	Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo (a).		
16	Muchas veces me gustaría irme de casa.		
17	Generalmente me siento aburrido (a) en la escuela.		

18	Físicamente no soy tan simpático (a) como la mayoría de personas.		
19	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo.		
20	Mis padres me comprenden.		
21	La mayoría de personas caen mejor de lo que yo caigo.		
22	Generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando.		
23	Generalmente me siento desmoralizado (a) en la escuela.		
24	Generalmente desearía ser otra persona.		
25	No se puede confiar en mí.		
26	Nunca me preocupo de nada.		
27	Estoy seguro (a) de mí mismo (a).		
28	Caigo bien fácilmente.		
29	Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos.		
30	Paso bastante tiempo soñando despierto (a)		
31	Desearía tener menos edad.		
32	Siempre hago lo correcto.		
33	Estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela.		
34	Alguien siempre debe decirme lo que debo hacer.		
35	Generalmente me arrepiento de las cosas que hago.		
36	Nunca estoy contento (a).		
37	Estoy haciendo lo mejor que puedo.		
38	Generalmente puedo cuidarme solo (a).		
39	Soy bastante feliz.		
40	Preferiría jugar con niños (as) más pequeños (as) que yo.		
41	Me gustan todas las personas que conozco.		
42	Me gusta cuando me llaman a la pizarra.		
43	Me comprendo a mí mismo (a).		
44	Nadie me presta mucha atención en casa.		
45	Nunca me llaman la atención.		
46	No me está yendo tan bien en la escuela como quisiera.		
47	Puedo tomar una decisión y mantenerla		
48	Realmente no me gusta ser un (a) adolescente.		
49	No me gusta estar con otras personas.		
50	Nunca soy tímido (a).		

51	Generalmente me avergüenzo de mí mismo (a).		
52	Los (as) chicos (as) generalmente se la agarran conmigo.		
53	Siempre digo la verdad.		
54	Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente.		
55	No me importan lo que me pase.		
56	Soy un fracaso.		
57	Me fastidio fácilmente cuando me regañan.		
58	Siempre sé lo que debo decir a las personas.		

ANEXO 5

CONSENTIMIENTO INFORMADO



**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

Facultad de Ciencias de la Salud

Escuela Profesional de Psicología

Yo.....identificado(a) con DNI N°
....., he sido informado por la Bach. Jheyne Gomez Occ de la carrera profesional de Psicología de la FACISA de la UNTRM, quien está realizando un trabajo de investigación titulado “Uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución pública. Chachapoyas, 2023”, es por eso que:

Autorizó libremente para que el bachiller, aplique los instrumentos necesarios para la investigación en mi menor hijo(a) con nombre.....
.....

identificado con DNI N°.....; así también, pueda utilizar los resultados de los instrumentos aplicados.

Firma



Huella digital

ANEXO 6

ASENTIMIENTO INFORMADO



**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA
DE AMAZONAS**

Facultad de Ciencias de la Salud

Escuela Profesional de Psicología

Yo.....identificado(a) con DNI N°
....., declaro que acepto participar en la investigación con título;
“Uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución pública.
Chachapoyas, 2023”, que está bajo la investigación de la Bach. Jheyne Gomez Occ,
egresado de la Escuela Profesional de Psicología de la FACISA de la UNTRM. Dicho
proyecto tiene como objetivo determinar la relación entre el uso de las redes sociales y
autoestima en adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”.
Chachapoyas, 2023. Asimismo, declaro como juramento no encontrarme con alguna
afectación psicológica o mental que pueda influir en mi participación en la investigación.
Finalmente, soy consciente de que la información recolectada será de uso estrictamente
académico, garantizando el respeto y buen manejo de los datos recabados, teniendo la
libertad de retirar el consentimiento en cualquier momento y dejar de participar del
estudio sin que este genere perjuicio y/o gasto.

Para validez firmo el presente consentimiento.

Firma



Huella digital

ANEXO 7

CARTA PARA LA EJECUCIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

cargo

“AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO”

Chachapoyas, 17 de mayo del 2023

CARTA N° 003-2023-UNTRM/FACISA-EPPSI-JGO

SEÑOR : MG. SERGIO YERMOLAY ZELADA TORRES
Director de la I.E. 18001 “Miguel Rubio”

DE : JHEYNI GOMEZ OCC
Interno de Psicología - UNTRM

ASUNTO : SOLICITO AUTORIZACIÓN PARA EJECUTAR PROYECTO DE
TESIS



Es grato dirigirme al despacho de su digno cargo, para expresarle mi cordial saludo y al mismo tiempo solicitarle autorización para ejecutar mi proyecto de tesis titulado “Uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución pública. Chachapoyas, 2023” en la Institución que usted dirige. Dicho trabajo de investigación está a cargo de mi persona en calidad de interno de la carrera profesional de Psicología de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, como requisito para obtener el título profesional de Psicólogo.

Es propicia la oportunidad para expresar las muestras de especial consideración y estima. Sin otro particular me despido de Ud.

Atentamente,

Int. Psic. Jheyni Gomez Occ
DNI N° 73480946
7348094671@untrm.edu.pe
Cel. 972199650

ANEXO 8

CONSTANCIA DE HABER EJECUTADO EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

EL DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA 18001 MIGUEL RUBIO, DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, REGIÓN AMAZONAS, OTORGA LA PRESENTE:

CONSTANCIA

A la señorita Jheyne GOMEZ OCC, identificada con DNI.N° 73480946, interna de psicología, quien ejecutó su proyecto de tesis titulado **“USO DE LAS REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA CHACHAPOYAS, 2023”**, en el nivel secundaria en este plantel durante el mes de mayo del presente año, demostrando responsabilidad, puntualidad, eficiencia y haciendo acreedora al aprecio de toda la comunidad educativa.

Se expide la presente constancia, a solicitud de la interesada y para los fines que estime por conveniente.

Chachapoyas, 19 de diciembre de 2023.



DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN AMAZONAS
I. E. N° 18001 MIGUEL RUBIO - CHACHAPOYAS
Per: 
Mg. Sergio Yentelay Zelada Torres
DIRECTOR

ANEXO 9

PANEL FOTOGRÁFICO-APLICACIÓN DE CUESTIONARIOS



ANEXO 10

FRECUENCIA DE USO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS ADOLESCENTES

Tabla 7

Frecuencia que se conectan a las redes sociales los adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”.

Frecuencia	fi	%
Todo el tiempo me encuentro conectado	33	18.97
Entre siete a 12 veces al día	39	22.41
Entre tres a seis veces al día	39	22.41
Una a dos veces al día	44	25.29
Dos o tres veces por semana	14	8.05
Una vez por semana	5	2.87
Total	174	100.0

Nota. Base de datos del cuestionario

ANEXO 11

RED SOCIAL QUE UTILIZAN CON MAYOR FRECUENCIA LOS ADOLESCENTES

Tabla 8

Red social que utilizan con mayor frecuencia los adolescentes de la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio”.

Red social	fi	%
Instagram	7	4.02
WhatsApp	101	58.05
Telegram	1	0.57
Facebook	25	14.37
YouTube	14	8.05
TikTok	26	14.94
Total	174	100.0

Nota. Base de datos del cuestionario

ANEXO 12

CORRELACIÓN Y SIGNIFICANCIA DE LAS VARIABLES DEL ESTUDIO

Correlación de las variables uso de redes sociales y autoestima

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,780 ^a	4	0.001
Razón de verosimilitud	19.525	4	0.001
Asociación lineal por lineal	17.610	1	0.000
N° de casos válidos	174		

Nota. Base de datos de los cuestionarios