



**Autónoma**  
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**  
**TESIS**

ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES  
DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA SUR

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE**  
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

**AUTORA**

JESSICA EMILIA PILLACA PULLO

**ASESOR**

MG. LUZ ELIZABETH MAYORGA FALCÓN

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

DESÓRDENES EMOCIONALES, SU RELACIÓN CON LOS  
FACTORES DE RIESGO PARA LA SALUD Y CON EL DESARROLLO  
DE CONDUCTAS SALUDABLES

**LIMA, PERÚ, DICIEMBRE DE 2019**

## **DEDICATORIA**

Mamá: Eres una persona que me llena de orgullo, haces mucho por mí y este proyecto es un logro que llevo a cabo gracias a ti. Por tu ayuda, compañía y amor. Esto es para ti.

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi familia, por impulsarme a seguir y nunca rendirme. Ustedes fueron una fuente importante de energía y quienes me animaron a dar el primer paso.

Mi asesora de tesis, Mg. Luz Mayorga por sus conocimientos y experiencia que me han ayudado a finalizar la presente investigación.

A mis amigos, por su amistad, consejos, ánimo y compañía en cada momento que hemos experimentado en todos estos años en nuestro camino por la universidad.

A las autoridades de la Universidad Autónoma del Perú, donde realizamos nuestros estudios universitarios.

A las autoridades de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, en especial a los estudiantes universitarios, quienes con su apoyo y predisposición hicieron posible la realización de este estudio.

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	iii
<b>RESUMEN</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>RESUMO</b> .....	xi
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	xii
<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1.1 Realidad problemática.....	15
1.2 Justificación e importancia de la investigación.....	17
1.3 Objetivos de la investigación: general y específicos.....	17
1.4 Limitaciones de la investigación.....	18
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Antecedentes de estudios.....	20
2.2 Bases teóricas y científicas.....	30
2.3 Definición conceptual de la terminología empleada.....	37
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b>	
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	39
3.2 Población y muestra.....	39
3.3 Hipótesis.....	41
3.4 Variables – Operacionalización.....	42
3.5 Métodos y técnicas de investigación.....	44
3.6 Análisis estadísticos e interpretación de los datos.....	53

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS**

4.1 Análisis descriptivo de la variable adicción a redes sociales..... 57

4.2 Contrastación de Hipótesis..... 73

## **CAPÍTULO V: DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1 Discusión..... 77

5.2 Conclusiones..... 83

5.3 Recomendaciones..... 84

## **REFERENCIAS**

## **ANEXOS**

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Características sociodemográficas de la muestra.....	40
Tabla 2	Operacionalización de variables.....	43
Tabla 3	Puntajes directos e inversos del cuestionario de adicción a redes sociales.....	47
Tabla 4	Subescalas del cuestionario de adicción a redes sociales.....	47
Tabla 5	Dimensiones y puntajes del cuestionario de adicción a redes sociales.....	47
Tabla 6	Claves de respuestas del inventario de autoestima.....	51
Tabla 7	Subescalas del inventario de autoestima.....	51
Tabla 8	Puntaje total y niveles de autoestima por puntaje total.....	51
Tabla 9	Análisis factorial del cuestionario adicción a redes sociales.....	52
Tabla 10	Análisis factorial del inventario de autoestima.....	53
Tabla 11	Confiabilidad del cuestionario de adicción a redes sociales.....	53
Tabla 12	Confiabilidad del inventario de Autoestima.....	54
Tabla 13	Estadísticos descriptivos de la variable adicción a redes sociales	57
Tabla 14	Frecuencia y porcentaje del total de la variable adicción a redes sociales.....	58
Tabla 15	Frecuencia y porcentaje de la dimensión obsesión por las redes sociales.....	58
Tabla 16	Frecuencia y porcentaje de la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales.....	59
Tabla 17	Frecuencia y porcentajes de la dimensión uso excesivo de las redes sociales.....	59
Tabla 18	Prueba de Kolmogorov – Smirnov de la variable adicción a redes sociales.....	60
Tabla 19	Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según sexo.....	61
Tabla 20	Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según edad.....	62

Tabla 21	Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según ciclo.....	63
Tabla 22	Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según situación laboral.....	64
Tabla 23	Estadísticos descriptivos de la variable autoestima.....	65
Tabla 24	Frecuencia y porcentaje del total de la variable autoestima.....	66
Tabla 25	Frecuencia y porcentaje de la dimensión sí mismo.....	67
Tabla 26	Frecuencia y porcentaje de la dimensión social.....	67
Tabla 27	Frecuencia y porcentaje de la dimensión hogar.....	68
Tabla 28	Prueba de Kolmogorov-Smirnov de la variable autoestima.....	68
Tabla 29	Comparación de la variable autoestima y dimensiones según sexo.....	69
Tabla 30	Comparación de la variable autoestima y dimensiones según edad.....	70
Tabla 31	Comparación de la variable autoestima y dimensiones según ciclo.....	71
Tabla 32	Comparación de la variable autoestima y dimensiones según situación laboral.....	72
Tabla 33	Correlación entre la variable adicción a redes sociales y la variable autoestima.....	73
Tabla 34	Correlación entre la variable adicción a redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima.....	73
Tabla 35	Correlación entre la variable autoestima y las dimensiones de la variable adicción a redes sociales.....	74
Tabla 36	Correlación entre la dimensión obsesión por las redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima.....	74
Tabla 37	Correlación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima.....	75
Tabla 38	Correlación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima.....	75

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Esquema de tipo correlacional.....	39
Figura 2	Fórmula para calcular la muestra.....	41



**ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE UNA  
UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA SUR**

**JESSICA EMILIA PILLACA PULLO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ**

**RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo principal encontrar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en universitarios. Por ello se evaluó a 466 estudiantes de ambos sexos, entre edades de 16 a 35 años. Los instrumentos utilizados fueron el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) propuesto por Ecurra y Salas (2014) y el Inventario de autoestima de Stantey Coopersmith (SEI) – Adultos. El diseño de investigación fue no experimental y de tipo correlacional. Los resultados indicaron que existe una correlación moderada, inversa y altamente significativa entre adicción a redes sociales y autoestima ( $r_s = -.417 \wedge p = .000$ ), al igual que en todas las dimensiones. Además, se encontró que el 33,9% de los universitarios presentan un nivel de adicción a redes sociales bajo y 36,5% un nivel alto de autoestima. De igual forma, todas las variables sociodemográficas, que incluyen sexo, edad, ciclo y situación laboral, establecieron diferencias en adicción a redes sociales y autoestima.

**Palabras clave:** autoestima, adicción a redes sociales y jóvenes universitarios

**ADDICTION TO SOCIAL NETWORKS AND SELF-ESTIMATE IN STUDENTS OF  
A PRIVATE UNIVERSITY OF LIMA SUR**

**JESSICA EMILIA PILLACA PULLO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ**

**ABSTRACT**

The main objective of this research was to find the relationship between social network addiction and self-esteem in university students. Therefore, 466 students of both sexes were evaluated, between the ages of 16 and 35. The instruments used were the Social Network Addiction Questionnaire (ARS) proposed by Ecurra and Salas (2014) and the Stantey Coopersmith Self-Esteem Inventory (SEI) - Adults. The research design was non-experimental and correlational. The results indicated that there is a moderate, inverse and highly significant correlation between social network addiction and self-esteem ( $r_s = -.417 \wedge p = .000$ ), as in all dimensions. In addition, it was found that 33.9% of university students have a low level of addiction to social networks and 36.5% have a high level of self-esteem. Similarly, all sociodemographic variables, which include sex, age, cycle and employment status, established differences in social media addiction and self-esteem.

**Keywords:** self-esteem, addiction to social networks and university students

**ADICIONAR A REDES SOCIAIS E AUTO-ESTIMATIVA EM ESTUDANTES DE  
UMA UNIVERSIDADE PRIVADA DE LIMA SUR**

**JESSICA EMILIA PILLACA PULLO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ**

**RESUMO**

O principal objetivo desta pesquisa foi encontrar a relação entre dependência nas redes sociais e autoestima em estudantes universitários. Portanto, foram avaliados 466 estudantes de ambos os sexos, com idades entre 16 e 35 anos. Os instrumentos utilizados foram o Questionário de Dependência em Redes Sociais (ARS) proposto por Escurra e Salas (2014) e o Inventário de Auto-Estima Stantey Coopersmith (SEI) - Adultos. O desenho da pesquisa foi não experimental e correlacional. Os resultados indicaram que existe uma correlação moderada, inversa e altamente significativa entre dependência de redes sociais e autoestima ( $\rho = -.417 \wedge p = .000$ ), como em todas as dimensões. Além disso, verificou-se que 33,9% dos estudantes universitários apresentam baixo nível de dependência às redes sociais e 36,5%, alto nível de auto-estima. Da mesma forma, todas as variáveis sociodemográficas, que incluem sexo, idade, ciclo e status de emprego, estabeleceram diferenças no vício em mídia social e na auto-estima.

**Palavras-chave:** auto-estima, dependência de redes sociais e estudantes universitários.

## INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han cobrado vital relevancia en la forma de comunicación. Si bien facilita el comunicarnos con familiares y amigos, también está acabando con la interacción física. Muchos jóvenes se mantienen conectados horas a las diversas plataformas, interactuando con diversas personas que muy probablemente ni conozcan. La autoestima está relacionada a las redes sociales, debido a que la comunicación e interacción en las diferentes plataformas virtuales se da por medio de un teléfono móvil o frente a una computadora que resulta cómodo y brinda una mayor facilidad para expresarse. Como mencionaba Sinek (2017) los jóvenes de la actualidad, son buenos haciendo creer a los demás que su vida es increíble, aunque estén tristes. Es muy fácil inventarse historias y aparentar ser felices todo el tiempo. El gran error que cometen muchos jóvenes que se sienten decaídos cuando tienen problemas, es el no buscar ayuda, lo que suelen hacer es entrar a sus redes sociales y distraerse, lo cual no soluciona el problema, solo hace que siga aumentando.

La autoestima juega aquí un rol muy importante, como lo planteaba Coopermith (1995), las personas con alta autoestima podrán llevar un desarrollo saludable, no tendrán problemas para expresarse y no cederán ante las críticas. Por otro lado, las personas que tengan baja autoestima tendrán problemas, serán vulnerables ante las críticas, no podrán reconocer sus cualidades y en muchas ocasiones se sentirán rechazados.

Por otro lado, tenemos la vida universitaria, donde se ponen en práctica muchas cualidades, habilidades y se forman lazos amicales. Es una etapa para desarrollarse como persona, pero a la vez muchos jóvenes pueden sentirse excluidos, algunos les cuesta adaptarse, ya sea porque han ingresado a una edad muy temprana o porque en sus colegios no tuvieron la oportunidad de desarrollar la autoestima y la autoconfianza.

Es por eso que se había planteado averiguar qué tan alta es la relación entre las adicciones a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes universitarios. Por ello se busca encontrar si existe una correlación inversa entre estas dos variables.

En el capítulo I, se describió la realidad problemática, se formuló el problema, se planteó el objetivo general y los específicos. De igual forma, encontramos la justificación y las limitaciones.

En el capítulo II, presentamos los antecedentes internacionales y nacionales, presentamos las bases teóricas de cada una de las variables; así mismo, se definen de manera conceptual los términos utilizados en esta investigación.

En el capítulo III, se precisa el tipo y diseño de investigación empleado, se presenta la población y muestra, así mismo, se plantea la hipótesis general y específicas. De este mismo modo, se mostró la operacionalización de las variables del estudio, se hizo una exposición de los instrumentos que se utilizaron para medir las variables. Por último se planteó la forma en la que se iba a realizar la recolección de información y el proceso para los análisis estadísticos.

En el capítulo IV, se presenta los resultados de la muestra, se analiza la información recaudada de la primera y segunda variable de estudio. Finalmente se realiza la contrastación de hipótesis.

En el capítulo V, en este último apartado se expone la discusión de la información encontrada, se plantean conclusiones y mencionan algunas recomendaciones.

# **CAPÍTULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**



## 1.1 Realidad problemática

Actualmente en nuestra sociedad las redes sociales se usan como medio principal para expresar pensamientos, sentimientos y emociones. Hoy en día nos es difícil imaginar estar desconectados de las redes, porque facilitan muchas de nuestras actividades, pero cada vez nos volvemos más dependientes de ella. Los jóvenes están más familiarizados con estas nuevas tecnologías; sin embargo, algunas personas llegan a obsesionarse con las redes y no logran controlar el uso que le dan.

A nivel mundial We Are Social y Hootsuite (2019) señalaron que el mundo cuenta con 4.388 millones de internautas y 3.484 millones son usuarios activos de redes sociales. Así mismo, indicaron que en Perú existen 24 millones de usuarios activos en redes sociales, donde el mayor uso se da en edades de 18 a 34 años. Mientras que el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2016) indicó que el 88,9% de los universitarios hacen uso del internet. El 64,6% de las personas de 17 a 24 años y el 66,5% de 25 a más años se conectan por lo menos una vez al día y el 28,2% de la población que usa internet lo hace exclusivamente por teléfono móvil. (INEI, 2017). En el estudio realizado por Comscore (2019) informó que el Perú tiene un mayor alcance en redes sociales a nivel de América Latina con un 93%, siendo Facebook la plataforma más utilizada por los peruanos con un 44.5%. Estos datos encontrados nos dan una idea sobre como el uso de las redes sociales se hace cada vez mayor.

Las personas prefieren estar conectadas e interactuando en las redes que compartiendo con su familia y amigos en actividades más directas y productivas. Para Ortega (2012) los jóvenes universitarios manejan códigos y su propia forma de comunicación, que les hace más fácil crear comunidades virtuales con el fin de socializar, esto tiene un fin pragmático que es el de satisfacer sus necesidades de inclusión social. Sin embargo, esto puede perjudicar directamente a los jóvenes en sus relaciones interpersonales y desencadenar una adicción por las redes sociales y como sabemos, una característica que determina a una adicción es la falta de control y la dependencia que produce en la persona, donde ésta emplea una considerable parte de su tiempo y esfuerzo.

Por otro lado, tenemos a la autoestima que, como menciona Bolívar (como se citó en Chilca, 2017) es reforzada y construida a lo largo de la vida de cada persona,



pero esta formación de la autoestima puede haber sido constructiva o destructiva, ambas tienen un impacto directo con la formación del propio autoconcepto. Rosenberg (como se citó en Ruiz, Medina, Zayas y Gómez, 2018) conceptualiza a la autoestima como una actitud integral que tiene un individuo consigo mismo, esto puede ser positiva o negativa.

Por otro lado, Olaechea (2012) menciona que los altos niveles de autoestima tienen una estrecha relación con la adaptación social, felicidad y una baja vulnerabilidad a desarrollar conductas de riesgo. Según el estudio encontrado por Niemz, Griffiths y Banyard (2005) se puede evidenciar que la baja autoestima está vinculada con conductas adictivas; las personas que se autoevalúan de forma negativa buscan sustancias adictivas como medio de escape, esto vendría a ser una conducta de riesgo. Armstrong, Phillips y Salin (2000) encontraron que la baja autoestima es un predictor para la adición a las redes sociales y que aumenta el tiempo que se invierte al estar en línea. Para Navarro y Rueda (2007) si las personas tienen problemas para interactuar con otros, debido a su timidez, confianza o falta de autoestima y mantienen una mala opinión sobre sí mismas, pueden hacer uso de las redes sociales como una forma de socializar, debido a que en esas plataformas es más fácil expresarse y ganar confianza sin la necesidad de relacionarse cara a cara con otras personas.

Son los adolescentes y jóvenes universitarios quienes constituyen una comunidad de alto riesgo para que desarrollen una adicción a las redes sociales. Esto es debido a que son influenciados por su entorno, en donde el contar con un buen celular es sinónimo de grandeza; en cuanto a las personas que no tienen un gran equipo y modelo de celular, se llenan de sentimientos negativos, se sienten excluidos e incómodos. Según Sinek, citado por Moreno (2017), los jóvenes de esta nueva generación viven estresados, infelices y con problemas de autoestima, debido a la forma en la que han sido criados; tienen una baja autoestima y no saben manejar el estrés, por eso muchos se refugian en las redes sociales, donde pueden hacer que sus vidas se vean increíbles, aunque estén tristes y con problemas; las redes sociales les brinda un alivio temporal. Entonces, podemos decir que, el uso de las redes sociales puede ser altamente adictivo.

Por todo lo planteado anteriormente y debido a que son reducidos los estudios en el contexto universitarios que han analizado la relación entre adicción a redes sociales y autoestima, se formula la siguiente pregunta:

¿Cuál es la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad particular de Lima Sur?

## **1.2 Justificación e importancia de la investigación**

Este estudio realizado se justifica a nivel teórico porque busca encontrar mayor información sobre como la adicción a redes sociales se relaciona con la autoestima en los estudiantes universitarios. Debido a que el uso de las redes sociales ha ido en aumento y que la autoestima de los jóvenes se ve sujeto a valoraciones sociales.

Este estudio se elabora debido a que busca contribuir en el análisis de las problemáticas psicosociales en jóvenes universitarios, como son la adicción a redes sociales y la autoestima. También ayudará a que se desarrollen más estudios en jóvenes universitarios en relación a la adicción a redes sociales y autoestima.

Los resultados obtenidos en este estudio ayudarán en la detección del nivel de adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes universitarios. Esta información es útil para que se utilice como referencia al momento de que se elaboren charlas, talleres o programas que ayuden a prevención en esta población.

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

Describir los niveles de adicción a redes sociales y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.

Identificar si existen diferencias en el total de adicción a redes sociales y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral.

Describir los niveles de autoestima y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.

Identificar si existen diferencias en el total de autoestima y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral.

Determinar la relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales con las dimensiones de la autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.

#### **1.4 Limitaciones del estudio**

La presente investigación solo se realizó en una población específica de una universidad particular de Lima.

Se presentaron eventos académicos que interfirieron con la aplicación de los test en las fechas programadas.

El trabajo de investigación contó con poca información bibliográfica que relacionen adicción a redes sociales y autoestima en universitarios; sin embargo, ambas variables son investigadas y relacionadas con otras problemáticas.

El tiempo para elaborar la investigación fue limitada.

La contribución económica ha sido condicionada, debido a que los recursos con que se cuenta son totalmente autofinanciados.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1 Antecedentes de estudios**

### **2.1.1 Internacionales**

Pardo (2016) realizó un estudio en Colombia, sobre adicción a las redes sociales virtuales (RSV): Un problema de costo conductual. El objetivo general de la investigación era determinar si el costo conductual afecta la elección de interactuar por medio de las redes sociales virtuales o mediante la interacción presencial. La muestra requerida para el estudio fue de 306 estudiantes universitarios, de ambos sexos y en edades que fluctúan entre los 18 y 42 años. La metodología de investigación fue cuasi experimental simple y requirió de un diseño factorial de tres por dos. Los instrumentos utilizados fueron el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) elaborado por Escurra y Salas (2014) con un coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach ( $\alpha = .95$ ) y el análisis factorial confirmatorio que muestra la existencia de 3 factores, también se aplicaron cuestionarios para la variable de costo conductual. Los resultados encontrados demostraron que no existen diferencias significativas en el grupo de evaluación, lo cual dificultó determinar si la conducta actúa sobre el tipo de interacción que eligen las personas.

Rueda (2016) elaboró una investigación en México, denominada adicción a redes sociales en estudiantes universitarios. Se planteó como propósito principal identificar la frecuencia en los niveles de riesgo de adicción a las redes sociales virtuales en los estudiantes universitarios. La metodología utilizada para el estudio fue de diseño no experimental, de tipo descriptivo y de corte transversal. El grupo de evaluación estuvo conformado por 289 estudiantes universitarios. La prueba utilizada fue el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Escurra y Salas en el año 2014, con un coeficiente de Alfa Cronbach ( $\alpha = .933$ ). Los resultados hallados señalan que el 95% de los estudiantes universitarios utilizan la red social Facebook, el 89% utiliza WhatsApp y el 45% el Instagram. Por otro lado, se halló que el 108% de los universitarios se conectan desde una cabina de internet, el 83% se mantiene conectado desde su hogar y el 71% a través del teléfono móvil. Por último se determinó que el 33% de los jóvenes universitarios tienen un riesgo alto de adicción a las redes sociales y el 29% se encuentra en un riesgo moderado.

Atienza (2015) investigó sobre la autoestima, inteligencia emocional, motivación y bienestar psicológico de los estudiantes de la Universidad de las Palmas

de Gran Canaria en España. El objetivo general fue conocer los aspectos más importantes sobre la autoestima, inteligencia emocional, motivación y bienestar psicológico, así como su relación con diferentes aspectos contextuales de universitarios de la ULPGC. La muestra estuvo conformada por 1000 jóvenes, por un 95% de nivel de confianza y un 3% de margen de error. Se utilizó un cuestionario para obtener el nivel académico, la Escala de autoestima de Rosenberg, Trait Meta-Mood Scale (TMMS) para medir la Inteligencia Emocional, Escala de motivación educativa (EME) y la Escala de bienestar psicológico (EBP). Los resultados obtenidos mostraron que en el área de conocimiento la autoestima es más alta y que son los estudiantes becados quienes presentan mayor autoestima en comparación al resto de estudiantes. En cuanto a la inteligencia emocional, se encontró que mientras los universitarios iban creciendo el nivel de atención emocional iba disminuyendo; también se halló que los estudiantes con altas notas obtuvieron un mayor nivel en la dimensión reparación emocional.

Marín, Sampedro y Muñoz (2015), realizaron una investigación en España, llamada *¿Son adictos a las redes sociales los estudiantes universitarios?* El objetivo principal de este estudio fue determinar si los jóvenes pueden ser considerados adictos a las redes sociales. La muestra para la investigación se conformó con 373 estudiantes de las provincias de Granada, Sevilla, Málaga y Córdoba, en España. El instrumento utilizado para dicha investigación fue el Cuestionario diseñado por Young, el cual obtuvo la validez de contenido por un juicio de expertos y la confiabilidad con un alfa de Cronbach de .878. El tipo de investigación fue ex post facto, de diseño es descriptivo y correlacional. El resultado encontrado fue que los universitarios no se perciben como adictos al Internet ni a las redes sociales y, por otro lado, las mujeres reflejaron un mayor alejamiento con las redes. Es de gran relevancia que los datos encontrados fueron contradictorios con la literatura revisada; por lo que concluyeron que los alumnos podrían estar en la fase de negación de la adicción.

Padrón, Hernández, Nieto, Aradillas, Cossío y Palos (2015) trabajaron en un estudio llamado asociación entre autoestima y percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios. Se plantearon como objetivo general establecer la relación de la autoestima con la autopercepción de la imagen corporal en jóvenes de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México. Esta investigación fue de tipo transversal. La prueba aplicada fue la Escala de autoestima de Rosenberg y para

medir la percepción de imagen corporal se aplicó la Escala de imagen corporal de Ensanut. La muestra estuvo conformada por 1002 estudiantes universitarios de 17 a 45 años, entre varones y mujeres. Las conclusiones encontradas muestran que el 79,9% de los universitarios puntuaron un nivel de autoestima alta, mientras que el 11,6% un nivel medio y el 8,5% un nivel bajo. Por otro lado, 27,1% de los estudiantes se percibía con un aspecto desnutrido, los que se veían con un peso apropiado fueron el 32,96% y con una percepción en sobrepeso u obesidad con un 39,96%. Para determinar el objetivo principal, se constató que sí hay relación inversa entre la autoestima y la percepción corporal; en otras palabras, a mayor autoestima, la percepción de peso es menor. Concluyeron que la autoestima y la percepción corporal están vinculadas.

### **2.1.2 Nacionales**

Pérez (2019) elaboró un estudio denominado adicción a redes sociales y habilidades sociales en jóvenes universitarios del primer al tercer ciclo del programa académico de Psicología de la Universidad de Huánuco, 2018. El objetivo principal fue encontrar la relación entre la adicción a redes sociales y las habilidades sociales. Los participantes que conformaron este estudio fueron 212 jóvenes, tanto varones como mujeres, entre los 18 y 25 años de edad y que pertenezcan a la carrera de Psicología. La metodología fue de tipo no experimental con enfoque cuantitativo y de diseño transversal. Las pruebas empleadas fueron el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014) con un Alfa de Cronbach ( $\alpha = .88 \wedge .92$ ) y la Escala de habilidades sociales de Gismero (2008). Las conclusiones indicaron que existe una relación significativa inversa entre las variables de estudio; de igual manera, se observó una relación significativa inversa entre las áreas de la Adicción a redes sociales con las áreas de las habilidades sociales.

Albán (2018) elaboró un estudio denominada autoestima y estrés Académico en estudiantes de una universidad de Lima Sur. Su objetivo principal fue relacionar autoestima con estrés académico en jóvenes universitarios. Para esta investigación se requirió de 802 jóvenes universitarios de los estudios profesionales de Administración, Ingeniería de Sistemas y Psicología que se encuentren en los primeros y últimos ciclos, entre varones y mujeres de 16 y 35 años. Para la

recaudación de información se suministró el Inventario de Autoestima de Coopersmith (SEI) con un coeficiente de Alfa de Cronbach ( $\alpha = .688$ ) y el Inventario SISCO para el estrés académico de Barraza con un coeficiente de Alfa de Cronbach ( $\alpha = .90$ ). La metodología de investigación utilizada fue de tipo descriptivo correlacional y con un diseño no experimental, transversal. Los resultados encontrados en este estudio determinaron que existe una baja correlación inversa y una alta significancia entre autoestima y estrés académico, al igual que todas sus dimensiones. También se encontró que el 42,9% de los universitarios se encuentran en un nivel de Autoestima medio alto y el 21,9% en un nivel de estrés académico muy alto.

Allpas (2018) realizó una investigación sobre autoestima y asertividad en estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, 2017. Se planteó como objetivo general describir la relación entre la autoestima y la asertividad en los universitarios. La metodología de investigación fue de tipo descriptivo correlacional causal y de diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 143 estudiantes universitarios, entre varones y mujeres, de la Facultad de Psicología. Los instrumentos utilizados fueron el Inventario de autoestima de Coopersmith y el Cuestionario de asertividad. Los resultados indicaron que existe una correlación significativa entre la autoestima y asertividad; entonces se puede afirmar que a mayor autoestima existe mayor asertividad. Los estudiantes que mantienen una autoestima adecuada tienen mayores herramientas para resolver conflictos y que mientras más valorados y respetados se sientan, las interacciones serán satisfactorias.

Arones y Barzola (2018) elaboraron un estudio denominado Adicción a redes sociales y rendimiento académico en estudiantes de Psicología de la Universidad Alas Peruanas, Ayacucho, 2018. El objetivo principal que se plantearon fue definir el vínculo entre la adicción a redes sociales y el rendimiento académico Profesional de Psicología Humana. Para la investigación se utilizó una muestra donde se evaluó a 20 jóvenes universitarios entre varones y mujeres. La metodología de estudio fue de enfoque cuantitativo, de tipo no experimental y diseño descriptivo correlacional transversal. El instrumento para la evaluación fue el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014) y una ficha de análisis documental para medir el rendimiento académico, donde se promedió las calificaciones del VI ciclo. Las pruebas fueron estadísticamente analizadas para obtener la validez y



confiabilidad. Para la contrastación de hipótesis se utilizó el estadístico de Tau c de Kendall, al 95% de confianza y 5% de significancia. Los resultados que hallaron refieren que el 45% de los universitarios tiene un nivel moderado de adicción a redes sociales y que 80% de los universitarios tienen calificaciones del nivel en proceso. Al final se encontró que existe una correlación directa favorable entre la adicción a redes sociales y el rendimiento académico en los estudiantes que participaron en esta investigación.

Del Carpio y Ojeda (2018) elaboraron una investigación denominada Intensidad de uso de la red social Facebook, las habilidades sociales y autoestima en jóvenes estudiantes de la Escuela Profesional de Psicología de la Universidad Nacional de San Agustín. Se plantearon como propósito general encontrar la relación entre intensidad de uso de la red social Facebook, las habilidades sociales y la autoestima. El grupo de evaluación estuvo conformada por 212 estudiantes universitarios, de ambos sexos y sin un rango de edad, pero debían contar con una cuenta activa de Facebook. El instrumento utilizado fue el Inventario de Autoestima de Coopersmith, la Escala de habilidades sociales de Gismero y un Cuestionario elaborado para el tiempo de uso de Facebook. La metodología de investigación fue de tipo descriptivo correlacional con un diseño no experimental transaccional. Los resultados encontrados señalaron que sí existe una relación inversamente proporcional entre las variables de la investigación; se puede asegurar que a mayor tiempo de uso de la red social Facebook, menores serán los niveles de habilidades sociales y autoestima.

Haro (2018) realizó un estudio sobre adicción a redes sociales y funcionalidad familiar en estudiantes universitarios y egresados de Lima Metropolitana. Se planteó como su principal objetivo relacionar el funcionamiento familiar y la adicción a las redes sociales en jóvenes y egresados universitarios de Lima Metropolitana. Se consideró a 208 universitarios, entre varones y mujeres, como parte de la muestra. El método de estudio fue de tipo transversal de diseño no experimental correlacional. En este estudio se trabajó con el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Escurra y Salas (2004) con un coeficiente ( $\alpha = .88$  ^  $\alpha = .92$ ) y la Escala de evaluación de cohesión y adaptabilidad familiar (Fases III) de Olson. En cuanto a los resultados se obtuvo que existe una correlación estadísticamente significativa, moderada y positiva entre la dimensión obsesión por las redes sociales y la adaptabilidad, de igual

forma se encontró una correlación significativa negativa entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y la cohesión.

Narvaez (2018) desarrolló la investigación llamada relación entre la dependencia emocional y la autoestima en jóvenes universitarios de la carrera profesional de enfermería de la Universidad Católica Sedes Sapientiae. Su objetivo principal fue determinar la relación entre la dependencia emocional y los niveles de autoestima. La muestra estuvo conformada por 110 universitarios con edades que variaban entre 16 a 27 años, de ambos sexos, con o sin una pareja sentimental. El inventario empleado fue el de dependencia emocional (IDE) de Aiquipa con un alfa de Cronbach ( $\alpha = .965$ ) y el Cuestionario de autoestima de Coopersmith con un alfa de Cronbach ( $\alpha = .763$ ). La investigación es de tipo descriptiva correlacional. Los resultados encontrados muestran que las dimensiones de la dependencia emocional, como el miedo a la ruptura, miedo e intolerancia a la soledad, prioridad de la pareja, necesidad de acceso a la pareja, deseos de exclusividad, subordinación y sumisión, así como la dimensión deseos de control y dominio; han tenido un porcentaje altamente significativo, donde se concluyó que para la muestra estudiada no existe relación entre la dependencia emocional y la autoestima.

Pardo (2018) investigó sobre las habilidades sociales y autoestima en estudiantes universitarios. Este estudio buscó determinar la relación entre las habilidades sociales y la autoestima en estudiantes universitarios. La muestra fue conformada con 208 jóvenes universitarios, entre varones y mujeres de 18 a 30 años de edad. La prueba utilizada fue la Lista de chequeo de habilidades sociales (LCHS) de Goldstein con una confiabilidad Alfa de Cronbach ( $\alpha = .915$ ) y la Escala de autoestima de Rosenberg (EAR) con una confiabilidad Alfa de Cronbach ( $\alpha = .807$ ). La metodología de estudio es de diseño descriptivo no experimental, transversal de tipo correlacional. Los resultados encontrados mostraron que no existe una relación significativa entre las habilidades sociales y la autoestima. También se obtuvo que el 67% de los participantes tuvo un nivel promedio de habilidades sociales y un 63% un nivel alto de autoestima.

Quiñones (2018) elaboró una investigación sobre procrastinación y adicción a las redes sociales en estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo. Su objetivo principal consistió en encontrar la correlación entre la

procrastinación y adicción a las redes sociales en universitarios de administración. La investigación presenta un diseño descriptivo correlacional. Para la aplicación se tomó un grupo de evaluación 245 jóvenes universitarios de administración, entre varones y mujeres de 17 a 19 años de edad. Los instrumentos utilizados para el presente estudio fue la Escala de procrastinación en adolescentes (EPA) de Arévalo (2011) y el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014). Los resultados encontrados muestran que existe un nivel medio de procrastinación en los universitarios y un nivel medio en adicción a redes sociales. Por otro lado, se demostró que existe una correlación muy significativa, positiva en grado medio, entre la procrastinación y adicción a redes sociales, de la misma manera existe una correlación muy significativa positiva entre las dimensiones de las variables estudiadas.

Araujo y Pinguz (2017) elaboraron una investigación llamada estrés académico y adicción a redes sociales en universitarios de La Molina. Se formularon como objetivo general encontrar la correlación entre estrés y adicción a redes sociales en universitarios. Para la investigación trabajó con 166 jóvenes universitarios, entre varones y mujeres de 15 a 31 años de edad. El método de investigación fue de tipo cuantitativo no experimental y con diseño correlacional. Las pruebas utilizadas fueron el Inventario SISCO de estrés académico, con una confiabilidad Alfa de Cronbach ( $\alpha = .853$ ) y el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), con una confiabilidad Alfa de Cronbach ( $\alpha = .934$ ). Los resultados mostraron que existe correlación positiva entre las dimensiones reacciones físicas y psicológicas del estrés académico (SISCO) con las dimensiones del Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). De igual forma se encontró una correlación positiva entre la dimensión reacciones comportamentales de SISCO y las dimensiones obsesión y uso excesivo de las redes sociales del ARS.

Casariago, Peña y Rocha (2017) realizaron una investigación titulada apego, autoestima, dependencia emocional en estudiantes universitarios de Lima Este. Su objetivo principal fue determinar el grado de influencia del apego y la autoestima sobre la dependencia emocional. El grupo de evaluación se integró por 114 jóvenes de las carreras profesionales de Ingeniería Civil, Psicología, Enfermería y Medicina que tenían edades de entre 16 a 25 años, en varones y mujeres. Para este análisis utilizaron tres instrumentos; el Inventario de dependencia emocional de Lemos y Londoño (2006) con una confiabilidad Alfa de Cronbach ( $\alpha = .92$ ), Escala de apego

parental, validado en Perú por Amézquita (2013) con un Alfa de Cronbach ( $\alpha = .88 \wedge .90$ ) y la Escala de autoestima de Rosenberg con un Alfa de Cronbach ( $\alpha = .754$ ). La metodología de este estudio fue de diseño no-experimental de tipo explicativo. Las evidencias más relevantes mostraron que existe un grado de influencia entre la autoestima y el apego hacia la dependencia emocional, otro dato que se encontró es que hay una relación del apego padre y autoestima sobre la dependencia emocional en los estudiantes universitarios; y también se halló la existencia de una relación directa entre el apego padre sobre la autoestima.

Cerdán (2017) Investigó sobre la adicción a las redes sociales en estudiantes del primer ciclo de Psicología de la universidad Inca Garcilaso de la Vega. Se planteó como objetivo general identificar el nivel de adicción a redes sociales en estudiantes de una institución privada de Lima Metropolitana. La metodología utilizada para el análisis fue de tipo descriptivo con diseño no experimental y de corte transversal. El grupo de evaluación empleada en esta investigación se conformó por 158 estudiantes universitarios de la carrera de Psicología, en varones y mujeres de 17 a 25 años de edad. La prueba utilizada fue el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Ecurra y Salas con un coeficiente de Alfa de Cronbach ( $\alpha = .95$ ). En los resultados se encontraron que el 61% de los estudiantes presentan un riesgo leve, el 27% se encuentran en un riesgo moderado, 1% con riesgo y el 11% sin riesgo.

Padilla y Ortega (2017) estudiaron la adicción a redes sociales y sintomatología depresiva en estudiantes universitarios. El propósito principal fue determinar la relación entre adicción a redes sociales y sintomatología depresiva en jóvenes de Psicología de una universidad privada de Lima Norte. La muestra para la investigación fue de 262 jóvenes de pregrado de la carrera profesional de Psicología con edades entre 18 y 54 años de edad. Los instrumentos utilizados fueron el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014) y el Inventario de depresión de Beck – adaptado (BDI-IIA) por Carranza (2013). La metodología fue cuantitativa de tipo no experimental y diseño descriptivo correlacional de corte transversal. Los resultados finales mostraron una relación significativa positiva media entre las dimensiones de ambas variables, se evidenció una relación positiva entre la obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso y uso excesivo de redes sociales con los componentes somático motivacional y cognitivo afectivo.

Araujo (2016) realizó una investigación sobre los indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. El propósito del estudio fue explotar la dinámica de los indicadores de la adicción a redes sociales en individuos no caracterizados como adictos. El grupo de evaluación fue integrada por 200 jóvenes, entre varones y mujeres de 18 a 22 años de edad. El instrumento utilizado fue el Cuestionario de adicción a redes sociales de Ecurra y Salas (2014) con un Alfa de Cronbach de las tres escalas varia de ( $\alpha = .88$  a  $.92$ ). Los resultados muestran baja puntuación en los indicadores valorados, se encontró una puntuación mayor en los varones que en las mujeres en los tres grupos de indicadores. Por otro lado, se encontró diferencias significativas en cuanto al uso excesivo de las redes sociales entre los jóvenes de los cuatro estudios profesionales valoradas para este estudio. Los universitarios que pertenecen a la carrera de Administración y Negocios Internacionales obtuvieron una puntuación alta en comparación con los estudiantes de Psicología y Obstetricia que tuvieron una puntuación más baja.

Liberato y Polín (2016) elaboraron una investigación denominada Riesgo en adicciones a redes sociales y adaptación de conducta en estudiantes de primer ciclo de una universidad privada de Lima Este, 2016. Se plantearon como objetivo principal identificar si existe relación entre el riesgo de adicciones a las redes sociales y la adaptación de conducta que tienen los universitarios del primer ciclo. El método de investigación es de tipo correlacional, de diseño no experimental y de corte transversal. Para este estudio, el grupo de evaluación se integró con 350 jóvenes entre varones y mujeres con edades que fluctúan entre 16 a 20 años. La prueba utilizada fue el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2004) con una confiabilidad de Alfa de Cronbach ( $\alpha = .95$ ) y el Inventario de Adaptación de Conducta (IAC) de De la Cruz y Cordero con una confiabilidad por el sistema de dos mitades Spiit-half ( $\alpha = .95$ ). Los resultados encontrados determinaron que si existe un relación inversa altamente significativa entre el nivel de riesgo de adicción a redes sociales y la adaptación de conducta. También se encontró una relación inversa entre la dimensión obsesión por las redes sociales y la adaptación de conducta. De igual forma, existe una relación negativa entre las dimensiones Falta de control en el uso de las redes sociales y el uso excesivo de las redes sociales con la adaptación de conducta.

Salcedo (2016) en su investigación titulada relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima, tomo como propósito general encontrar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima. Conto con un grupo de evaluación integrada por 346 jóvenes de 16 a 25 años de una universidad particular. El instrumento utilizado para este estudio fue la Escala de autoestima por Stanley Coopersmith con una confiabilidad ( $\alpha = .79$ ) hallada por Tarazona (2013) y el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Escurra y Salas (2014) con una confiabilidad ( $\alpha = .88$ ). Los resultados obtenidos señalan una relación negativa ( $r_s = -.469 \wedge p < .01$ ) entre la adicción a redes sociales y autoestima, se da la misma relación en sus componentes. Según los resultados el portal más usado es Youtube y la red social más utilizada es WhatsApp con un 57.9%, También se encontró que el 98.4% de los jóvenes se conecta a través del celular, siendo las mujeres que lo utilizan con mayor frecuencia en comparación con los hombres.

Barbachán y Paredes (2015) elaboraron una investigación denominada Violencia en el enamoramiento y autoestima en estudiantes universitarios. Se plantearon hallar la relación entre la violencia en el enamoramiento y la autoestima en jóvenes universitarios. La muestra para este estudio se conformó con 331 estudiantes de ambos sexos, entre edades de 17 a 20 años, que se encontraban en el primer y segundo año de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades. Las pruebas utilizadas fueron el Cuestionario de Violencia entre Novios (CUVINO) y el Inventario de autoestima de Coopersmith. El análisis fue de tipo no experimental correlacional de corte transversal. Los resultados mostraron que si existe una relación inversa entre autoestima y violencia en estudiantes universitarios, a altos niveles de violencia el nivel de autoestima es menor. Los tipos de violencia más resaltantes en las relaciones de enamoramiento son la violencia por coerción, por desapego y por género. De igual forma, se encontró que las mujeres víctimas de violencia presentan un porcentaje mayor que al de los varones.

Medina y Tejada (2015) elaboraron una investigación sobre la autoestima y procrastinación académica en jóvenes universitarios. Este estudio tuvo como objetivo general identificar la relación que existe entre el nivel de autoestima con el nivel de procrastinación académica en los jóvenes universitarios de la UCSM. La metodología es de tipo ex post facto correlacional y diseño empírico. Los participantes de para este

estudio se conformó por 407 universitarios entre varones y mujeres de 17 a 26 años. El instrumento usado fue el Inventario de autoestima de Coopersmith con un Alfa de Cronbach ( $\alpha = .81$ ) y la Escala de procrastinación académica de Busko con un Alfa de Cronbach ( $\alpha = .86$ ). Según la información comprobada si existe una correlación inversa significativa entre las dos variables de investigación; por eso, se puede decir que a mayor nivel de autoestima, menor es el nivel de procrastinación académica. También se apreció que el 57% de los jóvenes universitarios se encontraron en un nivel alto de autoestima.

Escurra y Salas (2014) elaboraron una investigación sobre el uso de redes sociales entre estudiantes universitarios Limeños. El objetivo principal es analizar y describir el comportamiento de jóvenes universitarios en torno al uso que le dan a las redes sociales. El grupo de evaluación para la investigación se formó con 380 universitarios que utilizan redes sociales de 16 años a más. La herramienta usada es el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Escurra y Salas (2013), se utilizó el test de 31 ítems; estos ítems están validados por criterios de Jueces. El estudio es no experimental, con diseño transaccional descriptivo. Los resultados muestran que los estudiantes de mantienen conectados a las redes desde su casa o mediante el teléfono móvil, la red más utilizada es Facebook. Un análisis comparativo indica que las puntuaciones más altas están en los varones de la carrera de Ingeniería. También se encontró que el 83,9% refiere que más del 50% de sus comunicaciones en las redes sociales son con personas conocidas. Así mismo, se puede afirmar que los estudiantes de Ingeniería mantuvieron un mayor nivel de adicción a las redes.

## **2.2 Bases teórico y científicas**

### **2.2.1 Adicción a redes sociales**

#### **Definición de adicción**

Davis (como se citó en Jasso, López y Díaz, 2017) según el enfoque cognitivo-conductual define la adicción como pensamientos desadaptativos, amplificada por componentes ambientales, con inclinación a la adicción en algunas personas con distintas distribuciones psicológicas y experiencias sociales.

“La adicción es una afición patológica que genera dependencia y resta libertad al ser humano al estrechar su campo de conciencia y restringir la amplitud de sus intereses” (Echeburúa y Requesens, 2012, p.50)

La OMS (2010) considera a la adicción como una afección física y psicoemocional que son las causantes de generar una dependencia a cualquier sustancia. Se determina por una agrupación de signos y síntomas, donde se ven implicados los factores biológicos, genéticos, psicológicos y sociales.

## **Redes sociales**

Según Boyd y Ellison (2007) son las redes sociales una especie de comunidad virtual donde cualquier persona tiene la alternativa de crear un perfil propio con diversos tipos de información personal y de la misma forma interactuar con amigos que conocen en la vida real o personas que conocen en red y con las cuales pueden compartir intereses afines.

Prato y Villoria (2010) conceptualiza las redes sociales como un medio para compartir e intercambiar información, establecer relaciones con otros usuarios a los que se conoce o se busca conocer en la realidad.

Campo (2016) define las redes sociales como una estructura social de páginas que facilitan a las personas a conectarse con sus amigos o entablar nuevas amistades, con el fin de interactuar y compartir intereses similares.

## **Adicción a las redes sociales**

Las redes sociales es una manera de mantener una comunicación social, Martos (2010) la explica como un cambio activo entre las personas, comunidades e instituciones. Una práctica abierta y en constante cambio que implica a individuos que se reconocen con las mismas necesidades y dificultades, pero que se organizan para fortalecer sus recursos.

Escorra y Salas (2014, p.74) mencionan que la adicción a redes sociales es una adicción psicológica que tiene como característica principal, presentar comportamientos repetitivos que en un inicio resultan placenteros, pero cuando se



establecen como hábitos, se dan estados de necesidad que no pueden ser controlados, lo cual se asocia a los altos niveles de ansiedad.

Para Echeburúa (2015) se puede hablar de adicción a las redes sociales cuando existe una pérdida de control y un cambio negativo en la rutina diaria de los jóvenes y estudiantes. El abuso de las redes sociales en plataformas virtuales genera aislamiento, produce cambios de conducta y disminuye el rendimiento.

### **Características de la adicción a redes sociales**

El uso de internet tiene que ver con las redes sociales que se relacionan con el síndrome de tipo adictivo, si identificamos el problema asociados a este, se puede obtener ciertas características.

Fernández (2013) presenta las siguientes características:

- Es manejado en sus ideas, sentimientos y conductas por su uso.
- Emplea gran parte de su tiempo en el uso de las redes.
- Sus estados emocionales se ven perturbados como resultado del uso de las redes, existe un constante cambio de humor.
- Se altera en el momento que es interrumpido mientras hace uso de las redes o cuando se le restringe su uso.
- Inicia confrontaciones consigo mismo o con las personas de su entorno, por motivo de continuar firmemente con la idea de permanecer conectado, dejar de lado sus labores académicas, de trabajo o el hogar.
- Hay una disminución en la comunicación social interpersonal.
- Reinicia el uso de las redes de forma insistente, cuando supuestamente la había dejado.
- Rechaza la idea de que existan consecuencias graves por el uso de las redes y se jacta de tener la capacidad de poder dejarlo en cualquier momento.

### **Adicción a redes sociales según Salas y Ecurra**

Estos dos autores plantearon tres dimensiones, que se presentan a continuación:

- **Obsesión por las redes sociales:** Esta dimensión está ligada a aspectos cognitivos (pensamientos) que se relacionan con las redes sociales.
- **Falta de control personal en el uso de las redes sociales:** En esta dimensión se incluye el malestar por la pérdida de control o por la suspensión en el uso de las redes; que tiene como resultado la distracción en actividades laborales y de estudio.
- **Uso excesivo de las redes sociales:** Cuando tienen problemas para reducir el uso de las redes, donde se engloba el uso desmedido del tiempo destinado a interactuar en las redes y el escaso control en su uso.

### 2.2.2 Autoestima

#### Definición

Coopersmith (como se citó en Steiner, 2005) declara que la autoestima es la manifestación de una conducta positiva o negativa, a través de la cual una persona evidencia el nivel de confianza en sí misma, con la capacidad de mejorar, de destacarse y ser influyente en los demás. Entonces la autoestima incluye un juicio individual sobre la estimación que manifiesta cada persona con su comportamiento.

Para Rosenberg (como se citó en Sánchez, 1999) la autoestima es una apreciación que cada individuo tiene sobre sí mismo y puede ser favorable o desfavorable. Esto debido a las acciones observadas a nivel cultural, en la sociedad, en las interacciones familiares y las relaciones interpersonales. Entonces podemos decir que el nivel de autoestima depende de la valoración que realice cada persona sobre sí misma.

Para Haeussler y Milicic (1995) la autoestima es el sentimiento de saberse digno y capaz, se consideró como un desarrollo que inicia sobre el conocimiento que cada persona tiene sobre si misma por medio de la autoevaluación; mientras más amplio sea el conocimiento, habrá una mejor representación de lo que se es y más formas de potencializar las habilidades para el crecimiento personal.

## Componentes de la autoestima

Alcántara (como se citó en Bustamante y Peralta, 2013) menciona que la autoestima está conformada por el componente cognitivo, afectivo y conductual, que interactúan entre sí; es decir, mientras se elabore alguna acción en uno de los componentes, las otras dos se verán afectadas.

- **Componente cognitivo:** Consiste en la idea que tiene cada persona sobre su personalidad y conducta; basado en su percepción y creencias. Esto viene a ser el Autoconcepto, determinado por las creencias, pensamientos, sentimientos y diversas opiniones que se tiene sobre sí mismo.
- **Componente afectivo:** Este componente está relacionado a la percepción que ejerce cada individuo sobre sí mismo, manifestando una respuesta afectiva con una valoración positiva o negativa, satisfactoria o insatisfactoria. Es considerado de gran relevancia por estructurar la autoestima y las actitudes.
- **Componente conductual:** Es el proceso con el que termina el componente afectivo; se refiere al propósito y elección de cada comportamiento, para realizar acciones coherentes y consecuentes; esto se da junto a las competencias y habilidades que tiene cada persona al manifestar su actitud.

## Dimensiones de la autoestima

Según Stanley Coopersmith (como se citó en Albán, 2018) las dimensiones de la autoestima son:

- **Sí mismo:** Hace referencia al pensamiento que tiene cada persona sobre sí misma, sobre su estabilidad, sus atributos personales y sus aptitudes. Tienen aprecio de sí mismo comparado a los demás y aspiración por desarrollarse. Ya sean varones o mujeres, se siente atractivos físicamente, en el caso de los varones se perciben como individuos valientes y fuertes con la capacidad de protegerse; por otro lado las mujeres se perciben de manera agradable, coordinada y armoniosa.

La definición de la dimensión de sí mismo se forma por la acumulación de juicios que realiza cada persona sobre sí misma, lo que se dice a sí misma de las percepciones que tiene de sí misma; esto se da de manera gradual y por medio de las experiencias en las que se desenvuelve cada persona.

- **Social:** Se refiere a la sensación de aceptación o rechazo por parte de sus semejantes y sensación de pertenecer a un grupo.

Las personas en esta dimensión se sienten con la capacidad de afrontar de manera exitosa las diversas experiencias; como tener la capacidad de desenvolverse en contextos sociales, tomar la iniciativa para resolver problemas o discusiones de manera simple.

- **Hogar:** En esta dimensión se muestran las aptitudes y capacidades que presenta un persona en las interacciones familiares, muestran consideración por los demás, comparten las ideas, las creencias y valores que se dan en el ámbito familiar.

### **Clasificación de la autoestima**

La valoración de la autoestima es relevante, nos ayuda a reconocer nuestras capacidades y limitaciones, para Coopersmith (como se citó en Mescua, 2010) la autoestima se puede clasificar en:

- **Autoestima alta:** Se caracterizan por presentar confianza sobre sí mismos, son consecuentes con lo que sienten, piensan y hacen. Son personas que tienen la capacidad de autorregular sus impulsos, se adaptan a los cambios, admiten sus errores y se esfuerzan frente a las dificultades.

Con relación a los demás, son personas flexibles, empáticos, respetan las ideas y opiniones de todos. Muestran confianza y optimismo, siendo capaz de influir sobre otros y trabajar en equipo; de igual forma, presentan una actitud creativa y entusiasta en nuevas actividades.

- **Autoestima media:** Se caracterizan por ser personas expresivas y optimistas con la capacidad de aceptar las críticas de los demás; sin embargo, en el interior sienten inseguridad sobre sí mismos, por eso buscan experiencias que los ayuden a reforzar su autovaloración; suelen depender de la aceptación social.

Son personas que se muestran fuertes ante los demás, mientras sufren internamente. A pesar de que tienen confianza en sí mismos, existen momentos en los que llegan a perderla. “Tener un término medio de autoestima es fluctuar entre sentirse apto e inútil, acertado y equivocado como persona y manifestar estas incoherencias en la conducta, a veces con sensatez, a veces tontamente, reforzando, así, la inseguridad”(Branden, 2010, p.16). Si sienten el apoyo de los demás aumentan su autoestima, pero si son criticados tienden a perder un poco de confianza. Este tipo de inestabilidad lo manejan con la racionalidad al momento de iniciar sus actividades.

- **Autoestima baja:** Se caracterizan por carecer de confianza ante sus acciones, asumiendo como fracaso cualquier error. Buscan hacer las cosas de manera perfecta, para no sentirse derrotados. Esto puede ser motivo por el cual, el éxito los satisface de tal manera que les permite olvidar las posibles equivocaciones cometidas con anterioridad.

Las personas con baja autoestima presentan una actitud afligida porque sienten que no son valorados, que las cosas no se salen con ellos quieren; por eso, a través de las quejas buscan la atención y amabilidad de los demás presentándose como las víctimas. Buscan llamar la atención para sentirse valorados, tienen una actitud retraída, no saben perder, tienen miedo a equivocarse, se muestran inseguros y poco creativos.

### **2.3 Definición conceptual de la terminología empleada**

- **Adicción a redes sociales**

Consiste en la dependencia psicológica relacionada al uso de las redes sociales, mostrando en la conducta el mantenerse permanentemente conectado. Ser un coleccionista de amigos y dedicar una gran cantidad de tiempo a su cuenta de red social (Escurra y Salas, 2014).

- **Autoestima**

Es la autoevaluación que se realiza por medio de la aceptación o rechazo que evidencia el nivel en la que una persona confía en sí mismo, sobre sus capacidades, la importancia que tiene y su potencial (Coopersmith citado en Albán, 2018).

- **Adicción**

Es una afición patológica que genera dependencia y resta libertad al ser humano (Echeburúa y Requesens, 2012).

**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

### 3.1 Tipo y diseño de investigación

#### 3.1.1 Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptivo y correlacional, porque pretende medir y recoger información de las variables, al igual que se busca conocer la relación que existe entre las dos variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

#### *Esquema de tipo correlacional*

M1 —————> O1 r O2

M: muestra

O: resultados de la observación

r: relación

*Figura 1.* Esquema de tipo correlacional

#### 3.1.2 Diseño de investigación

La presente investigación pertenece a un diseño no experimental, debido a que no se tuvo control directo o manipulación de las variables. Se realizó una observación en su estado natural con sucesos que ya existen, las cuales no fueron cambiadas de forma premeditada por la relación (Alarcón, 2008). Así mismo, fue de corte transversal, debido a que la recolección de información se realizó en un momento determinado (Hernández et al., 2014).

### 3.2 Población y muestra

#### 3.2.1 Población

La población es conceptualizada como un grupo formado por características que se encuentran regidos por criterios de exclusión e inclusión (Tamayo, 2003).



La población estuvo conformada por 1949 estudiantes universitarios, que cursan la carrera profesional de Administración de Empresas en una universidad privada de Lima, del I al VIII ciclo académico, varones y mujeres con edades que fluctúan entre los 16 y 35 años.

### 3.2.2 Muestra

La muestra se define como un grupo de personas separadas de la población para que se pueda llevar a cabo el estudio sobre un fenómeno estadístico (Tamayo, 2003).

La muestra estuvo conformada por 460 estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración de Empresas, con un 95% de confianza y un 4% de margen de error.

### Características sociodemográficas de la muestra

Tabla 1

*Características sociodemográficas de la muestra*

Variable	Categoría	N	%
Sexo	<b>Femenino</b>	241	<b>51.7</b>
	Masculino	225	48.3
Edad	<b>16 a 20 años</b>	244	<b>52.4</b>
	21 a 25 años	172	36.9
	26 a 35 años	50	10.7
Ciclo	<b>Primer ciclo</b>	155	<b>33.3</b>
	Segundo ciclo	20	4.3
	Tercer ciclo	76	16.3

	Cuarto ciclo	69	14.8
	Quinto ciclo	48	10.3
	Sexto ciclo	28	6
	Séptimo ciclo	47	10.1
	Octavo ciclo	23	4.9
Situación laboral	Solo estudia	190	40.8
	<b>Trabaja y estudia</b>	276	<b>59.2</b>
Total	N	466	100

El tamaño de la muestra fue calculada por medio de la siguiente formula:

$$n = \frac{Nz^2P(1-P)}{z^2P(1-P) + (N-1)E^2}$$

z: Corresponde al nivel de confianza seleccionado.

P: Proporción de una categoría de la variable.

E: Representa el error máximo.

N: Es el tamaño de la población.

*Figura 2. Fórmula para calcular la muestra*

### **3.2.3 Muestreo**

El muestreo utilizado fue no probabilístico intencional, ya que todos los sujetos tuvieron la misma probabilidad de ser elegidos, por lo que los resultados de esta investigación no son generalizables (Hernández et al., 2014).

#### **Criterios de inclusión:**

- Universitarios entre 16 a 35 años.
- Aceptar el consentimiento informado
- Universitarios del I al VIII ciclo
- Estudiantes de la carrera profesional de Administración de Empresas

#### **Criterios de exclusión:**

- Universitarios con una edad mayor a 35.
- Dejar el cuestionario inconcluso o completado incorrectamente.

## **3.3 Hipótesis**

### **3.3.1 Hipótesis general**

H<sub>1</sub>: Existe relación significativa entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad de privada de Lima Sur.

### **3.3.2 Hipótesis específicas**

H<sub>1</sub>: Existen diferencias significativas a nivel del total de adicción a redes sociales y por dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral.

H<sub>2</sub>: Existen diferencias significativas a nivel del total de autoestima y sus dimensiones en estudiantes de universidad privada de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral.

H<sub>3</sub>: Existe relación significativa entre las dimensiones de adicción a redes sociales y las dimensiones de autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.

### 3.4 Variables - Operacionalización

#### Variables de estudio:

- **Adicción a redes sociales:** Puntaje obtenido en el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales ARS de Salas y Ecurra.
- **Autoestima:** Puntaje adquirido en el Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith, versión Adultos.

#### Variables sociodemográficas:

- **Edad:** Los años de vida que tienen los estudiantes en el momento que las pruebas fueron completadas.
- **Carrera:** Estudios académicos realizados en un periodo de tiempo con los que se alcanza el título profesional.
- **Ciclo:** Etapa de un plan de estudios para realizar una carrera universitaria, donde el estudiante está matriculado al instante de suministrar las pruebas.
- **Situación laboral:** Posición que tiene el estudiante universitario, si realiza o no una ocupación laboral determinada.

Tabla 2

*Operacionalización de Variables*

VARIABLES	DIMENSIÓN	ÍTEMS	ESCALA	INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
<b>Adicción a redes sociales</b>	Obsesión por las redes sociales	2,3,5,6,7,13,15,19,22,23	Intervalo	Cuestionario de Adicción a Redes Sociales de Salas y Ecurra (ARS) versión Adultos
	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	4,11,12,14,20,24	Intervalo	
	Uso excesivo de las redes sociales	1,8,9,10,16,17,18,21	Intervalo	
<b>Autoestima</b>	Sí mismo	1,3,4,7,10,12,13,15,18,19,23,24,25	Intervalo	Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith (SEI) versión Adultos.
	Social	2,5,8,14,17,21	Intervalo	
	Hogar	6,9,11,16,20,22	Intervalo	
<b>Sexo</b>			Nominal	
<b>Edad</b>			Razón	
<b>Carrera</b>			Nominal	Ficha Sociodemográfica
<b>Ciclo</b>			Ordinal	
<b>Situación laboral</b>			Nominal	

### 3.5 Métodos y técnicas de investigación

#### 3.5.1 Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Salas y Ecurra

Nombre	: Cuestionario de adicción a redes sociales
Autor	: Miguel Ecurra y Edwin Salas
Año	: 2014
Objetivo	: Medir el nivel de adicción a las redes sociales.
Materiales	: Cuestionario
Administración	: De manera personal o grupal a personas de 16 años a más.
Duración	: 15 minutos aprox.

#### Áreas de evaluación

- **Obsesión por las redes sociales:** pensamiento constante y recurrente en las redes sociales, fantasear con ellas, se manifiesta la ansiedad y malestar provocada por tener un difícil acceso a las redes.
- **Falta de control personal en el uso de las redes sociales:** Preocupación por ser interrumpido al momento del uso de las redes sociales. Presenta distracciones en las actividades laborales y académicas.
- **Uso excesivo de las redes sociales:** se presentan problemas para mantener bajo control el uso de las redes sociales, aumento del uso del tiempo y sin capacidad para reducir la cantidad de uso de las redes.

## **Descripción del instrumento**

El Cuestionario de adicción a redes sociales, está formado desde la Teoría de Respuesta al Ítem (TRI) para ítems politómicos de respuesta graduada. Consta de 24 ítems pertenecientes a las dimensiones “Obsesión por las redes sociales” (10 ítems), “Falta de control personal en el uso de las redes sociales” (6 ítems) y “Uso excesivo de las redes sociales” (8 ítems). Este instrumento fue creado en base a los criterios de diagnósticos del Manual de los trastornos mentales DSM IV, que caracteriza el trastorno adictivo a sustancias.

El cuestionario está proyectado para medir los niveles de adicción a las redes sociales personas de 16 años en adelante (adolescentes, jóvenes y adultos).

Este cuestionario está formado por 24 ítems, donde se encuentra un ítem inverso, la calificación consta de cinco puntos: (0) nunca, (1) rara vez, (2) algunas veces, (3) casi siempre y (4) siempre.

Conforme la característica del constructo, se estima que la falta de adicción tiene puntaje cero (0), desde el puntaje uno se inicia la valoración del nivel de adicción, por esa razón, la puntuación más próxima a 96 apunta a un nivel más alto de adicción.

Los 24 ítems de inventario producen una puntuación total para medir el nivel de la adicción.

## **Calificación e interpretación**

Esta valoración se consigue sumando lo señalado como respuesta en cada uno de los ítems, cada respuesta vale 1 punto. Los ítems están repartidos en 3 dimensiones.

La calificación se da de forma directa, las personas evaluadas deben responder los ítems de la forma en la que se reconozcan con cada afirmación, estos pueden ser (0) nunca, (1) rara vez, (2) algunas veces, (3) casi siempre y (4) siempre.

Para la calificación se utiliza la clave de respuestas y se obtiene los puntajes. Al sumar los ítems respondidos de manera correcta, se consigue un menor puntaje de 0 y 96 puntos como máximo para la escala global.

## Claves de respuestas

Tabla 3

*Puntajes directos e inversos del cuestionario de adicción a redes sociales*

Ítems Directos		Ítems Inversos	
Siempre	4	Siempre	0
Casi siempre	3	Casi siempre	1
A veces	2	A veces	2
Rara vez	1	Rara vez	3
Nunca	0	Nunca	4
Ítems de 1 a 12 y de 14 a 24		Ítem 13	

Tabla 4

*Subescalas del cuestionario de adicción a redes sociales*

Dimensiones	Ítems	
Obsesión por las redes sociales	2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23	10 ítems
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	4, 11, 12, 14, 20, 24	6 ítems
Uso excesivo de las redes sociales	1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21	8 ítems

## Categorías

Tabla 5

*Dimensiones y puntajes del cuestionario de adicción a redes sociales*

Dimensiones	Puntajes
Obsesión por las redes sociales	0 – 40
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	0 – 24
Uso excesivo de las redes sociales	0 – 32
<b>Total</b>	<b>0 – 96</b>



## **Aspectos psicométricos**

### **Validez**

#### ***Validez de Constructo en el Cuestionario de Adicción de redes sociales***

Esta validez se realizó por Ecurra y Salas en el 2014, a través de un análisis factorial confirmatoria, de esa manera comprobó la consistencia de los factores que se identificaron, por esa razón se comparó los tres tipos de modelos: los tres factores independientes, tres factores asociados y el modelo independiente. Cuando obtuvieron los resultados se encontró que el modelo más eficiente a los criterios planteados, pertenecen a los tres factores relacionados [ $(X^2(238)= 35.23; p < .05; X^2/gl= 1.48; GFI= 0.92; RMR= 0.06; RMSEA= 0.04; AIC= 477.28)$ ].

### **Confiabilidad**

#### ***Cuestionario de Adicción a redes sociales***

Ecurra y Salas en el año 2014, hallaron la confiabilidad por medio del Alfa de Cronbach y se encontraban entre 0.88 en el factor 2 y 0.92 en el factor 3. Se consideró que el nivel de consistencia interna era elevado, debido a que se superó una magnitud de .85, al igual que la puntuación en la muestra total que también tuvieron valores altos.

### 3.5.2 Inventario de autoestima de Stanley Coopersmith (SEI) versión Adultos

Nombre	: Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith (SEI) Adultos
Autor	: Stanley Coopersmith
Año	: 1967
Objetivo	: Determinar las actitudes valorativas que tiene cada individuo sobre sí mismo, en el ámbito personal, familiar y social.
Materiales	: Cuestionario
Administración	: De manera personal o grupal a personas de 16 años a más.
Duración	: 20 minutos aprox.

#### Áreas de evaluación

- **Sí mismo general:** Referida a la seguridad en sí mismo, auto aceptación, su percepción física, esfuerzo personal y habilidades internas para adaptarse a diferentes situaciones. Muestran grandes aspiraciones, estabilidad, actitudes positivas y buenos atributos personales.
- **Social:** Referida a la combinación de la aceptación de sí mismo y de los demás, muestra respeto, presenta habilidades para integrarse con el grupo y genera confianza en los demás. Mantiene su aceptación y confianza basada en las relaciones interpersonales.
- **Hogar:** Se basa en el ámbito del hogar. El sentido de pertenecer al grupo familiar y la capacidad de mantener una relación estrecha con los integrantes de la familia.

## **Descripción del instrumento**

El Inventario de Autoestima de Coopersmith versión Adultos, según el análisis de esta escala, se observa que al contrario de la versión Escolar, este cuestionario versión Adultos tiene como alusión a los 25 ítems iniciales de la escala Escolar, cambiando los ítems pertenecientes al área “Hogar Padres” por el área “Familiar” (06 ítems), agrupa las áreas “Social Pares y Escolar” en una sola área “Social” (07 ítems) y respecto a los ítems restantes, se puede decir que son semejantes a los presentados en la versión original.

Esta prueba está proyectada para evaluar las actitudes valorativas en individuos con 16 años en adelante (adolescentes, jóvenes y adultos).

Este inventario está formado por 25 ítems, donde se incluyen ítems que pertenecen a la escala de mentiras.

Los ítems que se presentan tienen como finalidad responder si se siente identificado o no con las premisas planteadas pudiendo responder con V (verdadero) o F (falso).

Los 25 ítems de la prueba producen una puntuación total, de igual manera se da una puntuación separada en las tres dimensiones mencionadas anteriormente.

## **Calificación e interpretación**

El mayor puntaje que se pueden obtener son 100 puntos. Las respuestas valen un punto, al sumar los puntos de toda la prueba y obtener el puntaje total obtenido por las sumas de cada subescala, se debe multiplicar por 4.

La calificación se da de manera directa, los individuos evaluados deben responder los ítems de la forma en la que se reconozcan con cada afirmación, estos pueden ser Verdadero o Falso.

Para la calificación se utiliza la clave de respuestas y se obtiene los puntajes. Al sumar los ítems respondidos de manera correcta, se consigue el puntaje total que luego debe ser multiplicado por cuatro (4), obteniendo un puntaje máximo de 100.

Tabla 6

*Claves de respuestas del inventario de autoestima*

<b>Ítems</b>	
Ítems Verdaderos	: 1, 4, 5, 8, 9, 14, 19, 20.
Ítems Falsos	: 2, 3, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 25.

Tabla 7

*Subescalas del inventario de autoestima*

<b>Dimensiones</b>	<b>Ítems</b>	
SÍ MISMO GENERAL	1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 23, 24, 25	13 ítems
SOCIAL	2, 5, 8, 14, 17, 21	6 ítems
HOGAR	6, 9, 11, 16, 20, 22	6 ítems

**Categorías**

Tabla 8

*Puntaje total y niveles de autoestima por puntaje total*

<b>Puntaje total</b>	<b>Niveles</b>
0 – 52	Nivel de Autoestima Bajo
53 – 76	Nivel de Autoestima Medio Bajo
77 – 100	Nivel de Autoestima Alto

## Aspectos psicométricos

### ***Validez de Contenido del instrumento de Autoestima de Stanley Coopersmith***

En el 2018, Albán realizó la validez de contenido usando el coeficiente V. de Aiken, a través de 10 jueces, donde alcanzaron valores que indicaron que todos los ítems eran aceptados. Pero por las sugerencias de los jueces, se cambió la redacción de ítem 19 perteneciente a la dimensión social.

Para hallar el coeficiente de validez se utilizó la Prueba Binomial, donde todos los valores de la prueba de Autoestima de Stanley Coopersmith resultaron ser significativas con un valor  $p < .001$ , con lo cual se demuestra la conformidad entre los jueces y la prueba; es decir, es válida.

### ***Confiabilidad por consistencia interna en el Inventario de Autoestima de Coopersmith***

En el 2018, Albán realizó una prueba piloto con 25 estudiantes, para hallar el Alfa de Cronbach donde los datos encontrados mostraron un coeficiente alfa de Cronbach de .688, lo que significa que este inventario tiene una confiabilidad admisible por consistencia interna.

## Análisis de fiabilidad de las variables

### Análisis factorial

- Adicción a redes sociales

Tabla 9

*Análisis factorial del Cuestionario de adicción a redes sociales*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,962
	$\chi^2$	6270,991
Prueba de Esfericidad de Bartlett	gl	276
	$p$	.000

En la tabla 9 se encontró una significancia ( $p < 0,05$ ) cumpliendo con los permisos aceptables para la elaboración del análisis factorial exploratorio.

- **Autoestima**

Tabla 10

*Análisis factorial del inventario de autoestima*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,900
	$\chi^2$	2469,488
Prueba de Esfericidad de Bartlett	gl	300
	$p$	.000

En la tabla 10 se encontró un significancia ( $p < 0,05$ ) cumpliendo con los permisos aceptables para la elaboración del análisis factorial exploratorio.

### **Confiabilidad**

- **Adicción a redes sociales**

Tabla 11

*Confiabilidad del cuestionario de adicción a redes sociales*

Alfa de Cronbach	N elementos
.950	24

La tabla 11, indica que la confiabilidad de la prueba de Adicción a redes presenta un Alfa de Cronbach de ( $\alpha = .950$ ) lo que quiere decir que si existe fiabilidad.

- **Autoestima**

Tabla 12

*Confiabilidad del inventario de autoestima*

Alfa de Cronbach	N elementos
.850	25

La tabla 12, se puede observar que la confiabilidad del Inventario de Autoestima tiene un Alfa de Cronbach de ( $\alpha = .850$ ) lo que demuestra que si existe una fiabilidad en la prueba.

### **3.5.3 Procedimiento de ejecución para la recolección de datos**

Para la recolección de información en la muestra, se coordinó con la Escuela académica de administración de empresas, quien otorgo el permiso para la aplicación de los cuestionarios. Con la aceptación inicial, se tramitó la carta de presentación en la Escuela de Psicología de la Universidad Autónoma del Perú, para ser mostrada al área correspondiente así como a los docentes de cada aula.

Luego de la presentación de la carta, se organizó los horarios para suministrar las pruebas y recaudar información. En las fechas y horarios programados se administraron los cuestionarios hasta obtener la cantidad de muestra necesaria. Para después proceder con el estudio de los resultados.

### **3.6 Análisis estadístico e interpretación de los datos**

Primero se realizó una base de datos en el programa de Excel, para excluir los cuestionarios que fueron eliminados, después se importaron los datos al programa estadístico IBM SPSS Statistics 23, para realizar el análisis.

### **3.6.1 Análisis en estadísticas descriptiva**

Para describir las características sociodemográficas de la muestra estudiada, se utilizaron frecuencias y porcentajes. Luego se obtuvieron los estadísticos descriptivos (media, desviación estándar, la asimetría, curtosis) de las variables, así como las descripciones de los niveles de cada variable.

### **3.6.2 Análisis en estadística inferencial**

Para realizar este análisis, primero se aplicó la prueba de normalidad para determinar la curva de distribución, conociendo con ello los estadísticos inferenciales a emplear.

El análisis de comparación se realizó utilizando los estadísticos no paramétricos (U de Mann-Whitney y el Kruskal-Wallis)

Para el análisis de relación se utilizó  $r_s$  de Spearman.



**CAPÍTULO IV**  
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS**

#### 4.1. Análisis descriptivo de la variable adicción a redes sociales

- **Estadísticos descriptivos de adicción a redes sociales**

Tabla 13

*Estadísticos descriptivos de la variable adicción a redes sociales*

Dimensiones y total	Media	Desviación estándar	Asimetría	Curtosis
Obsesión por las redes sociales	13,68	8,430	,689	-,101
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	9,91	5,127	,219	-,479
Uso excesivo de las redes sociales	14,66	6,606	,195	-,580
Total de Adicción a redes sociales	38,25	18,950	,434	-,370

La tabla 13, se señala que el nivel total de Adicción a redes en estudiantes es promedio (PD. 38,25), el promedio más alto se encuentra en el Uso excesivo de las redes sociales (PD. 14,66) y el menor promedio en la Falta de control personal en el uso de las redes sociales (PD. 9,91).

En relación a la desviación estándar, se observa una alta dispersión de datos en la Adicción a redes sociales total (18,95); por lo cual, podemos manifestar que existe mayor heterogeneidad en las puntuaciones adquiridas por los evaluados en el total de Adicción a redes sociales. En relación a las dimensiones de la adicción a redes sociales, se muestra que la dimensión Obsesión por las redes sociales presenta una mayor dispersión en los puntajes y la dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales muestra una menor dispersión.

El puntaje de la asimetría muestra que en las dimensiones Obsesión por las redes sociales, Falta de control personal en el uso de las redes sociales, Uso excesivo de las redes sociales y el Total de Adicción a redes sociales, presentan una curva asimétrica positiva.

El puntaje de curtosis revela que en la dimensión Obsesión por las redes sociales, Falta de control personal en el uso de las redes sociales, Uso excesivo de las redes sociales y el total de Adicción a redes sociales, la curva es Platicúrtica; por eso decimos que alrededor de la media hay una baja concentración de los valores.

- **Frecuencias y porcentajes de adicción a redes sociales**

Tabla 14

*Frecuencias y porcentajes del total de la variable adicción a redes sociales*

Nivel	Fi	%
Bajo	158	33,9
Medio	155	33,3
Alto	153	32,8
Total	466	100

La tabla 14, muestra las frecuencias y porcentajes del Total Adicción a redes sociales en los estudiantes. Se encontró que el 33,9% (158) se ubica en un nivel Bajo, el 33,3% (155) en un nivel Medio y por ultimo un 32,8% (153) en un nivel Alto.

Tabla 15

*Frecuencias y porcentajes de la dimensión obsesión por las redes sociales*

Nivel	Fi	%
Bajo	167	35,8
Medio	149	32
Alto	150	32,2
Total	466	100

La tabla 15, señala el análisis de la dimensión Obsesión por las redes sociales en los participantes evaluados en esta investigación. Se muestra que el 35,8% (167) presentan un nivel Bajo, el 32,2% (150) un nivel Alto y el 32% (149) un nivel Medio.

Tabla 16

*Frecuencia y porcentajes de la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales*

Nivel	Fi	%
Bajo	198	42,5
Medio	129	27,7
Alto	139	29,8
Total	466	100

La tabla 16, señala el análisis de la dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales en los jóvenes evaluados. Se observa que el 42,5% (198) se encuentra en un nivel Bajo, el 29,8% (139) evidencia un nivel Alto y finalmente un 27,7% (129) con un nivel Medio.

Tabla 17

*Frecuencia y porcentajes de la dimensión uso excesivo de las redes sociales*

Nivel	Fi	%
Bajo	168	36,1
Medio	157	33,7
Alto	141	30,3
Total	466	100

En la tabla 17, el 36,1% (168) de universitarios presenta un nivel Bajo de Adicción a redes sociales en la dimensión Uso excesivo de las redes sociales, así mismo el 33,7% (157) presenta un nivel Medio y por último, el 30,3% (141) en el nivel Alto.

#### 4.2.1 Prueba de normalidad de adicción a redes sociales

Antes del análisis de la primera hipótesis específica, se realizó la prueba de normalidad de la variable Adicción a redes sociales.

Tabla 18

*Prueba de Kolmogorov – Smirnov de la variable adicción a redes sociales*

Dimensiones y total	k/s	gl	p
Obsesión por las redes sociales	.097	466	.000
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	.070	466	.000
Uso excesivo de las redes sociales	.071	466	.000
Total de Adicción a las redes sociales	.059	466	.000

En la tabla 18, se observa que el total de Adicción a redes sociales y dimensiones, presentan una distribución diferente a lo normal ( $p < .05$ ), por ese motivo se utilizarán estadísticos no paramétricos, debido a que no se ajustan a la curva normal, para la contrastación de hipótesis de diferencias (“U” de Mann-Whitney, Kruskal-Wallis y Rho de Spearman).

#### 4.2.2 Adicción a redes sociales y variables sociodemográficas

Tabla 19

*Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según sexo*

Dimensiones y total	Sexo	N	Rango promedio	U	Z	p
Obsesión por las redes sociales	Femenino	241	221.84	24301.5	-1.937	.053
	Masculino	225	245.99			
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Femenino	241	219.96	23849	-2.251	<b>.024</b>
	Masculino	225	248			
Uso excesivo de las redes sociales	Femenino	241	222.29	24410.5	-1.862	.063
	Masculino	225	245.51			
Total de Adicción a redes sociales	Femenino	241	220.77	24045.5	-2.112	<b>.035</b>
	Masculino	225	247.13			

La tabla 19, nos permite observar que el sexo crea diferencias significativas en la dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales ( $p < .05$ ), donde son los varones que tienen una puntuación más alta que el de las mujeres. También se hallaron diferencias significativas en el Total de Adicción a redes sociales ( $p < .05$ ), siendo los del sexo masculino los que muestran un mayor puntaje en comparación al sexo femenino.

Tabla 20

*Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según edad*

Dimensiones y total	Edad	N	Rango promedio	X <sup>2</sup>	p
Obsesión por las redes sociales	16 a 20	244	244.38	4.109	.128
	21 a 25	172	225.79		
	26 a 35	50	206.94		
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	16 a 20	244	256.04	16.943	<b>.000</b>
	21 a 25	172	216.49		
	26 a 35	50	182.02		
Uso excesivo de redes sociales	16 a 20	244	247.95	10.359	<b>.006</b>
	21 a 25	172	227.88		
	26 a 35	50	182.3		
Total Adicción a redes sociales	16 a 20	244	250.13	10.245	<b>.006</b>
	21 a 25	172	222.82		
	26 a 35	50	189.09		

Se presenta en la tabla 20 diferencias significativas ( $p < .001$ ) según la edad en la dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales en los universitarios entre 16 a 20 años. En la dimensión Uso excesivo de redes sociales, se muestran diferencias significativas ( $p < .05$ ) en estudiantes de 16 a 20 años. También se encontraron diferencias significativas ( $p < .05$ ) para la edad en el Total de Adicción a redes sociales en universitarios entre 16 a 20 años.

Tabla 21

*Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según ciclo*

Dimensiones y total	Ciclo	N	Rango promedio	$\chi^2$	$p$
Obsesión por las redes sociales	1 al 2	175	257,18	8,998	<b>.029</b>
	3 al 4	145	220,44		
	5 al 6	76	212,28		
	7 al 8	70	224,39		
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	1 al 2	175	267,65	18,138	<b>.000</b>
	3 al 4	145	211,89		
	5 al 6	76	212,01		
	7 al 8	70	216,22		
Uso excesivo de redes sociales	1 al 2	175	252,6	6,532	.088
	3 al 4	145	215,13		
	5 al 6	76	225,05		
	7 al 8	70	232,98		
Total Adicción a redes sociales	1 al 2	175	260,1	11,170	<b>.011</b>
	3 al 4	145	216,16		
	5 al 6	76	214,01		
	7 al 8	70	224,09		

En la tabla 21, se evidencia que el ciclo mantiene diferencias significativas Obsesión por las redes sociales ( $p < .05$ ), donde los estudiantes del primer y segundo ciclo alcanzaron mayores puntajes que los universitarios de los ciclos posteriores. También se encontraron diferencias altamente significativas en Falta de control personal en el uso de las redes sociales ( $p < .001$ ), donde los jóvenes del primer y segundo ciclo tuvieron un mayor puntaje que los jóvenes de los ciclo posteriores. También, se presentaron diferencias significativas en el Total de Adicción a redes sociales ( $p < .05$ ), donde los universitarios del primer y segundo ciclo alcanzaron puntuaciones mayores a los estudiantes de los ciclos posteriores.



Tabla 22

*Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según situación laboral*

Dimensiones y total	Situación laboral	N	Rango promedio	U	Z	<i>p</i>
Obsesión por las redes sociales	Solo estudia	190	242.51	24508.5	-1.199	.230
	Trabaja y estudia	276	227.30			
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Solo estudia	190	258.30	21507.5	-3.305	<b>.001</b>
	Trabaja y estudia	276	216.43			
Uso excesivo de redes sociales	Solo estudia	190	253.72	22378	-2.692	<b>.007</b>
	Trabaja y estudia	276	219.58			
Total adicción a redes sociales	Solo estudia	190	251.90	22723.5	-2.448	<b>.014</b>
	Trabaja y estudia	276	220.83			

La tabla 22, muestra que la situación laboral presenta diferencias significativas en la Falta de control personal en el uso de las redes sociales ( $p < .05$ ), siendo la situación laboral de solo estudia el que mantiene un puntaje más alto que la situación laboral de los que trabajan y estudian. De igual forma, se observaron diferencias significativas en la dimensión Uso excesivo de redes sociales ( $p < .05$ ), donde los universitarios que solo estudian presentaron un mayor puntaje en comparación con los que trabajan y estudian a la vez. También, el Total de Adicción a redes sociales indico diferencias significativas ( $p < .05$ ), en el cual los jóvenes que solo estudian puntuaron más alto que los que trabajan y estudian.

Con los resultados obtenidos podemos confirmar que la primera hipótesis específica tiene una validez parcial. Tomando en cuenta la variable sexo, no se observaron diferencias significativas en la Obsesión por las redes sociales y el uso excesivo de las redes sociales entre los universitarios; pero si se hallaron diferencias

significativas en la Falta de control personal en el uso de las redes sociales y el Total de la Adicción a redes sociales. Considerando la variable edad, solo la Obsesión por las redes sociales no presentó diferencias significativas; en cuanto a las dimensiones Falta de control personal en el uso de las redes sociales y el Uso excesivo de las redes sociales, así como en el Total de Adicción a redes sociales sí se encontraron diferencias significativas en los estudiantes. Tomando en cuenta la variable ciclo, se hallaron diferencias en el Total de Adicción a redes sociales y las dimensiones Obsesión por las redes sociales y Falta de control personal en el uso de las redes sociales; la dimensión Uso excesivo de las redes sociales no mostró diferencias. En relación a la situación laboral, se encontraron diferencias en el Total de Adicción a redes sociales, al igual que sus dimensiones Falta de control personal en el uso de las redes sociales y el Uso excesivo de las redes sociales; no se encontró diferencias en la dimensión Obsesión por las redes sociales.

#### 4.2.3 Análisis descriptivo de la variable autoestima

- Estadísticos descriptivos de autoestima

Tabla 23

*Estadísticos descriptivos de la variable autoestima*

Dimensiones y total	Media	Desviación estándar	Asimetría	Curtosis
Sí mismo	34,25	12,557	-,495	-,742
Social	14,75	5,855	-,338	-,501
Hogar	13,34	6,107	-,588	-,698
Autoestima Total	62,33	20,943	-,463	-,694

En la tabla 23, se observa que el nivel de Autoestima Total en universitarios es promedio (PD. 62,33), el mayor promedio se encuentra en la dimensión Si mismo (PD. 34,25) y el menor promedio en la dimensión Hogar (PD. 13,34).

En la desviación estándar, se observa una dispersión mayor de cifras en la Autoestima total (20,943); por lo cual, podemos manifestar que existe mayor heterogeneidad en las puntuaciones adquiridas por los evaluados en el total de Autoestima. En relación a las dimensiones de la autoestima, se muestra que la dimensión Sí mismo presenta una mayor dispersión en los valores y la dimensión Social muestra una menor dispersión.

La puntuación de la asimetría muestra que en la dimensión Sí mismo, Social, Hogar, al igual que la puntuación total de la Autoestima; la curva es asimétrico negativo.

La puntuación de la curtosis muestra que en la dimensión Sí mismo, Social, Hogar y la puntuación total de la Autoestima, la curva es Platicúrtica; por eso decimos que alrededor de la media hay una baja concentración de valores.

- **Frecuencias y porcentajes de autoestima**

Tabla 24

*Frecuencia y porcentaje del total de la variable autoestima*

Nivel	Fi	%
Bajo	156	33,5
Medio	171	36,7
Alto	139	29,8
Total	466	100

La tabla 24, muestra las frecuencias y porcentajes del total autoestima en los estudiantes. Se encontró que el 36,7% (171) se encuentra en un nivel medio, el 33,5% (156) con un nivel bajo y el 29,8% (139) en un nivel alto.

Tabla 25

*Frecuencia y porcentaje de la dimensión sí mismo*

Nivel	Fi	%
Bajo	164	35,2
Medio	202	43,3
Alto	100	21,5
Total	466	100

En la tabla 25, se observa el análisis de la dimensión sí mismo de la autoestima en los universitarios que participaron en la investigación. Se observa que el 43,3% (202) muestra un nivel medio, el 35,2% (164) un nivel bajo y el 21,5% (100) un nivel alto.

Tabla 26

*Frecuencia y porcentaje de la dimensión social*

Nivel	Fi	%
Bajo	198	42,5
Medio	117	25,1
Alto	151	32,4
Total	466	100

La tabla 26, evidencia el análisis de la dimensión social de la autoestima en los 4jóvenes. Se muestra que el 42,5% (198) tiene un nivel bajo, el 32,4%(151) un nivel alto y el 25,1% (117) un nivel medio.

Tabla 27

*Frecuencia y porcentaje de la dimensión hogar*

Nivel	Fi	%
Bajo	216	46,4
Medio	117	25,1
Alto	133	28,5
Total	466	100

En la tabla 27, el 46,4% (216) de universitarios evidencia un nivel bajo de autoestima en la dimensión hogar, por el otro lado el 28,5% (133) presenta un nivel alto y un 25,1% (117) se ubica en un nivel medio.

#### 4.2.4 Prueba de normalidad de autoestima

Antes del análisis de la segunda hipótesis específica, se realizó la prueba de normalidad de la variable Autoestima.

Tabla 28

*Prueba de Kolmogorov-Smirnov de la variable autoestima*

Dimensiones y total	k/s	gl	p
Sí Mismo	,134	466	.000
Social	,160	466	.000
Hogar	,205	466	.000
Total de Autoestima	,108	466	.000

En la tabla 28, se evidencia que el Total de Autoestima y sus dimensiones, presentan una distribución diferente a lo normal ( $p < .05$ ), por lo cual se utilizarán estadísticos no paramétricos, debido a que no se ajustan a la curva normal, para la contrastación de hipótesis de diferencias (“U” de Mann-Whitney, Kruskal-Wallis y Rho de Spearman)

#### 4.2.5 Autoestima y variables sociodemográficas

Tabla 29

*Comparación de la variable autoestima y dimensiones según sexo*

Dimensiones y total	Sexo	N	Rango promedio	U	$p$
Sí Mismo	Femenino	241	224.04	24831.5	.114
	Masculino	225	243.64		
Social	Femenino	241	220.15	23896	<b>.024</b>
	Masculino	225	247.8		
Hogar	Femenino	241	228.04	25796.5	.354
	Masculino	225	239.35		
Total de Autoestima	Femenino	241	222.12	24370	.059
	Masculino	225	245.69		

La tabla 29, señala que el sexo establece diferencias significativas en la dimensión Social ( $p < .05$ ), siendo los varones los que presentan un puntaje más alto que las mujeres.

Tabla 30

*Comparación de la variable autoestima y las dimensiones según edad*

Dimensiones y total	Edad	N	Rango promedio	$\chi^2$	$p$
Sí Mismo	16 a 20	244	205.21	23.806	<b>.000</b>
	21 a 25	172	259.85		
	26 a 35	50	280.92		
Social	16 a 20	244	215.59	9.448	<b>.009</b>
	21 a 25	172	252.58		
	26 a 35	50	255.28		
Hogar	16 a 20	244	222.45	5.653	.059
	21 a 25	172	238.85		
	26 a 35	50	269.01		
Total Autoestima	16 a 20	244	208.66	18.604	<b>.000</b>
	21 a 25	172	255.69		
	26 a 35	50	278.40		

Se observa en la tabla 30 diferencias altamente significativas ( $p < .001$ ) según la edad en la dimensión Sí Mismo de la Autoestima en los universitarios entre 26 a 35 años. En la dimensión Social, existente diferencia significativa ( $p < .05$ ), donde los universitarios entre 26 a 35 años tienen una mayor puntuación que los de menor edad. En la Autoestima total se obtuvo ( $p < .001$ ) lo que indica diferencias altamente significativas en las edades de 26 a 35 años, donde obtuvieron una puntuación más alta que los de edades menores.

Tabla 31

*Comparación de la variable autoestima y sus dimensiones según ciclo*

Dimensiones y total	Ciclo	N	Rango promedio	X <sup>2</sup>	p
Sí Mismo	1 al 2	175	203,01	16,727	<b>.001</b>
	3 al 4	145	240,22		
	5 al 6	76	261,43		
	7 al 8	70	265,49		
Social	1 al 2	175	216,71	10,147	<b>.017</b>
	3 al 4	145	225,22		
	5 al 6	76	260,97		
	7 al 8	70	262,81		
Hogar	1 al 2	175	211,58	9,516	<b>.023</b>
	3 al 4	145	236,8		
	5 al 6	76	253,2		
	7 al 8	70	260,06		
Total Autoestima	1 al 2	175	204,86	16,211	<b>.001</b>
	3 al 4	145	236,11		
	5 al 6	76	262,33		
	7 al 8	70	268,39		

En la tabla 31, se observa que el ciclo evidencia diferencias significativas en las dimensiones Sí Mismo, Social y Hogar, así como el Total de Autoestima ( $p < .05$ ), donde los estudiantes del 7mo y 8vo ciclo alcanzaron mayores puntajes que los estudiantes de ciclos menores.



Tabla 32

*Comparación de la variable autoestima y dimensiones según situación laboral*

Dimensiones y total	Situación Laboral	N	Rango promedio	U	Z	p
Sí Mismo	Solo estudia	190	206.97	21180	-3.547	<b>.000</b>
	Trabaja y estudia	276	251.76			
Social	Solo estudia	190	212.16	22165	-2.896	<b>.004</b>
	Trabaja y estudia	276	248.19			
Hogar	Solo estudia	190	226.8	24946.5	-0.913	.361
	Trabaja y estudia	276	238.11			
Total Autoestima	Solo estudia	190	210.36	21824	-3.083	<b>.002</b>
	Trabaja y estudia	276	249.43			

En la tabla 32, se observa que la dimensión Sí Mismo ( $p < .001$ ) muestra diferencias altamente significativas, siendo los universitarios que trabajan y estudian los que presentan un mayor puntaje que los que solo estudian. En la dimensión Social y el Total de Autoestima ( $p < .05$ ) se evidencian diferencias significativas vinculada a la situación laboral, donde los universitarios que trabajan y estudian tuvieron un alto puntaje a comparación de los que solo se dedican a estudiar.

Por los resultados obtenidos, podemos confirmar que la segunda hipótesis específica tiene una validez parcial. Tomando en cuenta la variable sexo, solo se evidenciaron diferencias significativas en la dimensión Social; mientras que en las dimensiones Sí Mismo y Hogar, así como el total de la Autoestima no se observaron diferencias. En el caso de la edad, el Total de Autoestima, al igual que las dimensiones Sí Mismo y Social mostraron diferencias significativas, excepto la dimensión Hogar. Considerando la variable ciclo, tanto el Total de Autoestima como las dimensiones Sí Mismo, Social y Hogar hallaron diferencias significativas. Con respecto a la situación

laboral, se presentaron diferencias significativas en el Total de Autoestima, al igual que en las dimensiones Sí Mismo y Social, para la dimensión Hogar no se hallaron diferencias.

### 4.3 Contrastación de hipótesis: Relación entre adicción a redes sociales y autoestima

Tabla 33

*Correlación entre la variable adicción a redes sociales y la variable autoestima*

		Adicción a redes sociales
Autoestima	$r_s$	<b>-.417**</b>
	$p$	.000
	N	466

En cuanto a la hipótesis general, donde se asegura hay una relación significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, en la tabla 33 se puede apreciar el nivel de significancia ( $p < .05$ ), debido a eso se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos decir que existe relación. También se comprueba que la correlación entre la puntuación total de la Adicción a redes sociales y la puntuación total de Autoestima fue altamente significativa, negativa ( $r_s = -.417$ ); eso quiere decir, que a mayor Adicción a redes sociales, menor Autoestima y viceversa, comprobándose la hipótesis general.

Tabla 34

*Correlación entre la variable adicción a redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima*

		Sí mismo	Social	Hogar
Adicción a las redes sociales	$r_s$	<b>-.428**</b>	<b>-.230**</b>	<b>-.353**</b>
	$p$	.000	.000	.000
	N	466	466	466

De igual forma, en la tabla 34 se observa que la puntuación total de Adicción a redes sociales mantiene una relación altamente significativa de tipo negativa con las dimensiones de Autoestima y su puntuación total. Las dimensiones con una mayor correlación son Sí Mismo ( $r_s = -.428$ ), Hogar ( $r_s = -.353$ ) y Social ( $r_s = -.230$ ).

Tabla 35

*Correlación entre la variable autoestima y las dimensiones de la variable adicción a redes sociales*

		Obsesión por las redes sociales	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Uso excesivo de las redes sociales
	$r_s$	<b>-.388**</b>	<b>-.410**</b>	<b>-.385**</b>
Autoestima	$p$	.000	.000	.000
	N	466	466	466

En la tabla 35, se observa que la variable Autoestima tiene una correlación inversa altamente significativa con las dimensiones de Adicción a redes sociales y su puntaje total. Las dimensiones que muestran una correlación más alta son Falta de control personal en el uso de las redes sociales ( $r_s = -.410$ ), Obsesión por las redes sociales ( $r_s = -.388$ ) y Uso excesivo de las redes sociales ( $r_s = -.385$ ).

Tabla 36

*Correlación entre la dimensión obsesión por las redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima*

		Sí Mismo	Social	Hogar
Obsesión por las redes sociales	$r_s$	<b>-.397**</b>	<b>-.202**</b>	<b>-.344**</b>
	$p$	.000	.000	.000
	N	466	466	466

Teniendo en cuenta las dimensiones de Adicción a redes sociales, observamos la tabla 36, donde la dimensión Obsesión por las redes sociales tiene una correlación inversa altamente significativa con Sí Mismo ( $r_s = -.397$ ), Hogar ( $r_s = -.344$ ) y Social ( $r_s = -.202$ ).

Tabla 37

*Correlación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima.*

		Sí Mismo	Social	Hogar
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	$r_s$	<b>-.419**</b>	<b>-.243**</b>	<b>-.340**</b>
	$p$	.000	.000	.000
	N	466	466	466

De igual forma, en la tabla 37, podemos observar que existe una relación inversa altamente significativa entre la dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales y Sí Mismo ( $r_s = -.419$ ), Hogar ( $r_s = -.340$ ) y Social ( $r_s = -.243$ ).

Tabla 38

*Correlación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima.*

		Sí Mismo	Social	Hogar
Uso excesivo de las redes sociales	$r_s$	<b>-.401**</b>	<b>-.207**</b>	<b>-.315**</b>
	$p$	.000	.000	.000
	N	466	466	466

En la tabla 38 se encontró que la dimensión Uso excesivo de las redes sociales tiene una relación inversa altamente significativa con la dimensión Sí mismo ( $r_s = -.401$ ), Hogar ( $r_s = -.315$ ) y Social ( $r_s = -.207$ ).

**CAPÍTULO V**  
**DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y**  
**RECOMENDACIONES**

## 5.1 Discusión

El actual estudio tenía como principal objetivo, encontrar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.

En cuanto al objetivo general el cual era determinar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, se halló una relación estadísticamente significativa negativa ( $r_s = -.417$ ) entre la adicción a redes y autoestima, lo cual indica que a mayor adicción a redes sociales, menor autoestima y viceversa. Este resultado concuerda con lo encontrado por Salcedo (2016), quien halló una relación inversa entre adicción a redes sociales y autoestima. De igual forma se pudo encontrar que tanto el total de adicción a redes sociales como las dimensiones se vinculan de forma negativa y significativa con las dimensiones de sí mismo, social, hogar y el total de autoestima.

En cuanto al primer objetivo específico, el cual fue describir los niveles de adicción a redes sociales y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, se halló que el 33,9% de los jóvenes de la carrera profesional de Administración presentó un nivel de adicción a redes sociales bajo y el 33,3% obtuvieron un nivel medio. Estos hallazgos fueron similares a los de Pérez (2019) en estudiantes de la Universidad de Huánuco, donde el 54,7% de los evaluados mostró una adicción a redes sociales baja y el 42% una adicción a redes sociales media. De igual forma, lo que se encontró en el presente estudio coincidió con la investigación elaborada por Cerdán (2017) con jóvenes de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, donde se encontró que el 27% de los universitarios presentaron una adicción a redes sociales medio. Por consiguiente podemos decir que los estudiantes mantienen un control moderado en cuanto al uso de las redes sociales.

Respecto a las dimensiones de adicción a redes sociales, se obtuvo un porcentaje mayor en el nivel bajo de la dimensión Obsesión por las redes sociales con un 35,8%, esto nos indica que los estudiantes no presentan ansiedad y preocupación causada por la falta de acceso a las redes sociales; de igual forma, se halló un porcentaje mayor en el nivel bajo de las dimensiones de falta de control personal en el uso de las redes sociales con un 42,5% y en el uso excesivo de redes sociales un 36,1%; esto concuerda con lo hallado por Pérez (2019) en los estudiantes

de la Universidad de Huánuco, quienes tuvieron un 42,5% en el nivel bajo de falta de control personal en el uso de las redes sociales y un 57,5% en el nivel bajo del uso excesivo de las redes sociales. Según Ecurra y Salas (2014) esto significa que los universitarios no se descuidan de sus estudios y no exceden el tiempo de uso al conectarse en las redes sociales.

En cuanto al segundo objetivo específico, el cual fue identificar si existen diferencias en el total de adicción a redes sociales y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral, se encontró lo siguiente:

Primero, en relación al sexo, se hallaron diferencias significativas en el total de adicción a redes sociales entre los jóvenes; eso quiere decir, que la variable sexo si establece diferencias ( $p= .035$ ), donde los varones evidenciaron un puntuación mayor al de las mujeres. Esta información es semejante a lo evidenciado por Ecurra y Salas (2014) quienes en su investigación llevado acabo con universitarios encontraron diferencias significativas, se halló un mayor puntaje en los varones que en las mujeres. De la misma manera, Araujo y Pinguz (2017) que evaluaron a estudiantes universitarios de La Molina, encontraron diferencias entre varones y mujeres. Por el lado de las dimensiones de la adicción a redes sociales, también se halló diferencias en relación al sexo en la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales ( $p= .024$ ) en la cual los varones tuvieron una puntuación mayor que al de las mujeres. Este resultado contradice los datos encontrados en el estudio realizado por Salcedo (2016) que trabajo con jóvenes de una universidad privada, donde descubrió que las estudiantes mujeres tienen un mayor nivel de falta de control personal en el uso de las redes sociales que los varones. Podemos concluir que los varones presentan una puntuación mayor en adicción a redes sociales en comparación a las mujeres, este resultado se relaciona con lo encontrado por We Are Social y Hootsuite (2019) donde registraron un mayor uso de las redes sociales en hombres que en mujeres.

Segundo, en relación a la edad, tanto en el total de adicción a redes sociales ( $p= .006$ ) como en la falta de control personal en el uso de las redes sociales ( $p= .000$ ) y la dimensión uso excesivo de redes sociales ( $p= .006$ ), se encontraron diferencias significativas en universitarios con edades entre 16 a 20 años. Este hallazgo discrepa

a lo encontrado por Salcedo (2016) que realizó la investigación con jóvenes universitarios de una universidad privada, donde los participantes de mayor edad (21 a 25 años) tuvieron la tendencia hacia una mayor puntuación en el total de la adicción a redes sociales y sus dimensiones. En aquel momento, Salcedo (2016) planteó que los estudiantes con edades de 21 a 25 posiblemente tenían mayor acceso a equipos tecnológicos y medios que les permitían permanecer conectados a las redes sociales por mayor tiempo. Sin embargo, en la actualidad, los estudiantes universitarios suelen tener equipos tecnológicos modernos desde temprana edad; por esa razón podría ser que se ha encontrado diferencias significativas en las edades que van de 16 a 20 años, como sostiene Balaguer (2012) los niños y jóvenes son parte las generaciones digitales que han nacido en la era del gran desarrollo de la tecnología informática. Además, las diferencias se han dado en la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y en el uso excesivo de redes sociales; eso quiere decir que son los adolescentes quienes pueden presentar un mayor descuido en sus estudios y tener problemas para mantener bajo control el tiempo que invierten en las redes sociales. Como se menciona en Papalia (2001) de los 11 a 20 años se busca la madurez emocional y social, por lo que los estudiantes de 16 a 20 años, buscan desenvolverse socialmente y les es más factible hacerlo a través de las redes.

Tercero, en relación al ciclo de estudio, se evidencian diferencias en el total de adicción a las redes sociales ( $p= .011$ ), donde los estudiantes del primer y segundo ciclo lograron puntuaciones mayores que el de los ciclo posteriores. De igual manera, en las dimensiones obsesión por las redes sociales ( $p= .029$ ) y la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales ( $p= .000$ ) ambos tuvieron puntuaciones altas en el primer y segundo ciclo. Este resultado se relaciona con lo anterior, debido a que son los más jóvenes de 16 a 20 años los que se encuentran cursando el primer y segundo ciclo.

Cuarto, en cuanto a la situación laboral, se encontró diferencias en el total de adicción a redes sociales ( $p= .014$ ), siendo la situación laboral "solo estudia" la que presenta un puntaje más alto que la situación laboral de los que trabajan y estudian a la vez. Por otro lado, también se encontraron diferencias en la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales ( $p= .001$ ) y la dimensión uso excesivo de redes sociales ( $p= .007$ ), en la cual los jóvenes que solo estudian puntuaron más



alto que los que trabajan y estudian. Esto puede deberse a que los estudiantes que trabajan tienen menos tiempo para conectarse a las redes.

En cuanto al tercer objetivo específico, el cual fue describir los niveles de autoestima y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, se halló que en el total de autoestima, el mayor porcentaje 36,7% estaba en el nivel medio y el menor 29,8% el nivel alto; estos resultados coinciden con los encontrados por Barbachán y Paredes (2015) que realizaron una investigación en jóvenes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, donde tuvieron puntuaciones similares en el total de autoestima, 60,4% en el nivel medio y 17,5% en el nivel alto. De igual forma Albán (2018) también encontró un alto porcentaje 42,9% en el nivel medio de autoestima. Cabe mencionar que esto conlleva a aspectos favorables, debido a que una autoestima media en los universitarios les brinda, como lo señala Coopersmith (como se citó en Mescua, 2010) capacidades para aceptar las críticas de los demás, son personas expresivas y optimistas, todo esto los ayuda a desenvolverse en la vida universitaria; sin embargo, a pesar de que tienen confianza en sí mismos, existen momentos en los que llegan a perder la seguridad. En cuanto a las dimensiones de autoestima, se obtuvo un porcentaje mayor en el nivel medio de la dimensión sí mismo con un 43,3%, un nivel bajo con 42,5% en la dimensión social y en la dimensión hogar un 46,4% en un nivel bajo, como mencionaba Branden (2010) encontrarse en un término medio en autoestima es fluctuar entre sentirse apto e inútil, esto refuerza la inseguridad. A pesar de que en las dimensiones se observa un alto porcentaje en el nivel bajo, el total de autoestima es alto, esto puede deberse a que en la vida universitaria se está constantemente cambiando y hay una evolución de la madurez, según Coopersmith (como se citó en Albán, 2018) los jóvenes universitarios tienen una alta actitud positiva de sí mismos. Esto permite concluir que los jóvenes universitarios presentan un alto control de la satisfacción y el aprecio de su imagen en el plano físico, sus aspiraciones, estabilidad y buenos atributos personales.

En cuanto al cuarto objetivo específico, el cual fue identificar si existen diferencias en el total de autoestima y sus dimensiones en estudiantes de una universidad de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral se encontró lo siguiente:

Primero, en relación al sexo, no se hallaron diferencias significativas en el total de autoestima entre los estudiantes; entonces podemos asegurar, que la variable sexo no establece diferencias ( $p= .059$ ), siendo la autoestima general similar en mujeres y varones. Este resultado es similar a lo que encontraron Padrón, Hernández, Nieto, Aradillas, Cossío y Palos (2015) quienes trabajaron con jóvenes de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México) y no mostraron diferencias ( $p= .264$ ) según la variable sexo. Igualmente se dió en la investigación de Albán (2018) quien elaboró un estudio en una universidad privada de Lima Sur, donde no se hallaron diferencias significativas ( $p= .379$ ) según la variable sexo. Es decir, que el sexo no es una variable que influya en los niveles de autoestima total de los estudiantes universitarios. En relación a las dimensiones de la autoestima, solo se mostraron diferencias significativas según sexo en la dimensión social ( $p= .024$ ), siendo los varones los que presentan una puntuación mayor al de las mujeres; en relación a las dimensiones sí mismo ( $p= .114$ ) y Hogar ( $p= .354$ ), no se establecieron diferencias; siendo semejante los puntajes en las mujeres y varones. Podemos decir que los varones al mostrar diferencias en la dimensión social, suelen aceptarse tal y como son, tienen mayor seguridad en comparación con las mujeres, esto puede deberse a factores culturales. Como mencionaba Sanberg (2019) las mujeres son más exigentes y críticas consigo mismas, esto puede deberse también a que las mujeres a lo largo de la historia han sido educadas a cuidar y amar a otros antes de amarse a sí mismas (Pinto, 2019).

Segundo, en relación a la edad, tanto en el total de autoestima, así como en sus dimensiones se hallaron diferencias significativas. En la autoestima total se obtuvo ( $p= .000$ ), lo que indica diferencias significativas en las edades de 26 a 35 años. La dimensión sí mismo ( $p= .000$ ) y la dimensión social ( $p= .009$ ) tuvieron una mayor puntuación en los estudiantes entre 26 y 35 años. Esto contradice a lo señalado por Campos y Martínez (2009) que investigaron en la Universidad Simón Bolívar en Colombia, en la cual los jóvenes de 16 a 17 años tuvieron un desempeño mayor en las dimensiones de la autoestima. Podemos concluir que debido a la madurez que presentan los universitarios de 26 a 35 años, tienen un mejor desenvolvimiento en las relaciones sociales y una mejor percepción de sí mismos, en cuanto al ámbito familiar, podemos decir que se encuentran en una etapa donde pueden estar experimentando conflictos familiares.

Tercero, en relación al ciclo de estudio, se encontraron diferencias significativas en el total de autoestima ( $p= .001$ ) y en las dimensiones sí mismo ( $p= .001$ ), social ( $p= .017$ ) y hogar ( $p= .023$ ), donde los estudiantes del 7mo y 8vo ciclo tuvieron altos puntajes en comparación a los estudiantes de los ciclos menores. Al establecer diferencias altamente significativas en la autoestima en general, podemos decir, que se debe al factor madurez que presentan los estudiantes de los ciclos mayores, debido a que se encuentran más cerca de culminar la etapa universitaria.

Cuarto, en relación a la variable situación laboral, se encontraron diferencias significativas en el total de autoestima ( $p= .002$ ) y las dimensiones sí mismo ( $p= .000$ ) y social ( $p= .004$ ), siendo los universitarios que trabajan y estudian a la vez los que presentan un mayor puntaje que los universitarios que solo se dedican a estudiar. Podemos decir, que la el trabajar y estudiar a la vez ha sido una forma de reforzar la autoestima de los participantes, han ganado más confianza en sí mismos y a desenvolverse mejor en el ambiente.

En cuanto al quinto objetivo específico, el cual fue analizar la relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales con las dimensiones de la autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, se halló que la dimensión obsesión por las redes sociales tiene una correlación inversa altamente significativa en las dimensión sí mismo ( $r_s= -.397^{**}$ ), hogar ( $r_s= -.344^{**}$ ) y social ( $r_s= -.202^{**}$ ); es decir, que a mayor obsesión por las redes sociales, menor son los niveles de sí mismo, hogar y social, y viceversa. También se encontró que la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales presenta una correlación inversa altamente significativa en las dimensiones sí mismo ( $r_s= -.419^{**}$ ), social ( $r_s= .243^{**}$ ) y hogar ( $r_s= .340^{**}$ ), eso significa que a mayor falta de control personal en el uso de las redes sociales, menor serán los niveles de sí mismo, social y hogar, y viceversa. Por último, se halló que la dimensión uso excesivo de las redes sociales también presenta una correlación inversa altamente significativa en la dimensión sí mismo ( $r_s= -.401^{**}$ ), social ( $r_s= -.207^{**}$ ) y hogar ( $r_s= -.315^{**}$ ), eso significa que a mayor uso excesivo de las redes sociales, menor será el nivel de sí mismo, social y hogar, y viceversa.

## 5.2 Conclusiones

De acuerdo a los resultados de la investigación podemos concluir que a pesar de que se hayan encontrado diferencias significativas entre dicción a redes sociales y autoestima; donde los estudiantes universitarios han obtenido un resultado favorable en autoestima, siendo esta mayor al de adicción a redes sociales. En un primer momento, se creía que la muestra obtendría un nivel más alto en adicción a redes y un nivel menor en autoestima; sin embargo, podemos decir que considerando la deseabilidad social, en donde la persona busca responder de la mejor manera a las preguntas del cuestionario, manipula la respuesta, dando así una imagen favorable de sí misma, de igual forma, se pudo obtener la correlación de estas dos variables de estudio. A mayor nivel de adicción a redes sociales, menor autoestima y viceversa.

En cuanto a las diferencias encontradas se halló que son los estudiantes varones de entre 16 a 20 años que se encuentran en los dos primeros ciclos y que solo se dedican a estudiar, los que presentan mayor diferencia significativa en el total de adicción a redes sociales como en sus dimensiones.

En cuanto al total de autoestima y sus dimensiones, podemos concluir que los universitarios varones que trabajan y estudian, con edades de entre 26 a 35 años que se encuentran en el séptimo y octavo ciclo, son los que presentan diferencias significativas en los niveles de autoestima.

### **5.3 Recomendaciones**

Que se brinde una charla respecto a estos temas a los estudiantes universitarios, para que sean más conscientes sobre una realidad que nos aqueja y se informen sobre esta relación que existe entre adicción a redes sociales y autoestima.

Que la universidad siga fomentando actividades artísticas, físicas y académicas para que los estudiantes pueden obtener otras distracciones fuera de las redes sociales y adquieran más confianza. Debido a que han sido las mujeres las que presentaron un nivel menor en la autoestima, se sugiere que se impartan charlas y talleres que ayuden a mejorar la confianza en sí mismas.

Se sugiere replicar esta investigación en estudiantes de otras carreras profesionales, al igual que en universidades nacionales, para conocer qué relación existe entre adicción a redes sociales y autoestima aplicadas en otro contexto sociocultural. Así mismo, se recomienda ampliar la muestra de estudio, para ampliar la información obtenida.

## **REFERENCIAS**

- Alarcón, R. (2008). *Métodos y diseños de investigación del comportamiento*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.
- Albán, J. (2018). *Autoestima y estrés académico en estudiantes de una universidad de Lima sur* (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma del Perú, Lima, Perú.
- Allpas, M. (2018). *Autoestima y asertividad en estudiantes de la facultad de psicología de la universidad nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, 2017* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú.
- Araujo, E. D. (2016). Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. *Revista digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 10(2), 48-58. doi: <https://doi.org/10.19083/ridu.10.494>
- Araujo, M. y Pinguz, A. (2017). *Estrés académico y adicción a redes sociales en universitarios de La Molina* (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Arias, F. G. (5). (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Episteme.
- Armstrong, L., Phillips, J. G. y Saling, L. L. (2000). Potential determinants of heavier internet usage. *International Journal of Human-Computer Studies*, 53(4), 537-550. doi:10.1006/ijhc.2000.0400
- Arones, D. y Barzola, L. (2018). *Adicción a redes sociales y rendimiento académico en estudiantes de psicología de la universidad Alas Peruanas Ayacucho, 2018* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Atienza, F. (2015). *Autoestima, inteligencia emocional, motivación y bienestar psicológico de los estudiantes de la universidad de las Palmas de Gran Canaria* (Tesis doctoral). Universidad de las Palmas de Gran Canaria, España.
- Balaguer, R. (2012). *La nueva matriz cultural: Claves para entender cómo la tecnología moldea nuestras mentes*. Buenos Aires, Pearson Educación.
- Barbachán, Y. y Paredes, S. (2015). *Violencia en el enamoramiento y autoestima en estudiantes universitarios* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú.

- Boyd, D. M. y Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 11. Recuperado de <https://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>
- Branden, N. (2010). *Cómo mejorar su autoestima*. Madrid, España: Paidós.
- Bustamante, M, y Peralta, L. (2013). *Autoestima: diseño, implementación y evaluación de un programa para niños de 4° grado de primaria* (Tesis de pregrado). Instituto Tecnológico de Sonora, Ciudad Obregón, Sonora, México.
- Campo, J. (2016). Más sobre redes sociales. Digital Friks. Recuperado de <https://www.digitalfriks.com/blog/mas-sobre-redes-sociales>
- Campos, L. A. y Martínez, Y. (2009). Autoestima en estudiantes de primer semestre del programa de psicología de una universidad privada de la costa caribe colombiana. *Psicogente*, 12(21), 124-141. Recuperado de <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/psicogente/article/view/1191>
- Casariego, L., Peña, C. y Rocha, J. (2017). Apego, autoestima y dependencia emocional en estudiantes universitarios de Lima Este. *Apuntes científicos estudiantiles de Psicología*, 1(1). Recuperado de [https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/r\\_psicologia/article/view/933](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/r_psicologia/article/view/933)
- Cerdán, R. (2017). *Adicción a las redes sociales en estudiantes del primer ciclo de psicología de la universidad Inca Garcilaso de la Vega* (Tesis de pregrado). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú.
- Chilca, M. L. (2017). Autoestima, hábitos de estudio y rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Propósitos y Representaciones*, 5(1), 71-127. doi:10.20511/pyr2017.v5n1.145
- Cholán, A. y Valderrama, K. (2017). *Adicción a las redes sociales y procrastinación académica en los estudiantes de la universidad peruana unión Filial Tarapoto, 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Perú.
- Del Carpio, N. y Ojeda, J. (2018). *Intensidad de uso de la red social facebook, las habilidades sociales y autoestima en jóvenes universitarios de la escuela profesional de psicología de la universidad nacional de San Agustín* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú.



- Domínguez, A., Aguilera, S., Aosta., T., Navarro, G. y Ruiz, Z. (2012). La deseabilidad social revalorada: más que una distorsión, una necesidad de aprobación social. *Acta de Investigación Psicológica*, 2(3), 808-824. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-48322012000300005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-48322012000300005)
- Echeburúa, E. y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-96. Recuperado de <http://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196/186>
- Echeburúa, E. (01 de abril de 2015). *¿Cómo prevenir la adicción a las redes sociales en jóvenes y adolescentes?* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://online.ucv.es/resolucion/como-prevenir-la-adiccion-a-las-redes-sociales-en-jovenes-y-adolescentes-por-enrique-echeburua/>
- Echeburúa, E. y Requesens, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Madrid, España: Pirámide.
- Escurre, M y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *LIBERABIT*, 20(1), 73-91. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a07v20n1.pdf>
- Escurre, M. y Salas, E. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 3(1), 75-90. Recuperado de <http://revistas.uigv.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/57>
- Faverón, N. (2018). *Autoestima y Habilidades Sociales en usuarios de Facebook que estudian en una universidad privada de Lima* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, 36(6), 521-527. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/sm/v36n6/v36n6a10.pdf>
- García, J. A. (2013). Adicciones tecnológicas: El auge de las redes sociales. *Salud y drogas*, 13(1), 5-13. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/839/83928046001.pdf>

- Haeussler, I. M. y Milicic, N. (1995). *Confiar en uno mismo*. Madrid, España: General Pardiñas.
- Haro, E. (2018). *Adicción a redes sociales y funcionalidad familiar en estudiantes universitarios y egresados de Lima Metropolitana* (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). México D.F: McGraw-Hill.
- Hootsuite y We Are Social (2019), "Digital 2019 Global Digital Overview". Recuperado de: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. *Población que accede a internet, 2016*. Lima, Perú. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population-access-to-internet/>
- Jasso, J. L., López, F, y Díaz, R. (2017). Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil. *Acta de Investigación Psicológica*, 7(3), 2832-2838. doi: <https://doi.org/10.1016/j.aiprr.2017.11.001>
- Jericó, P. (02 de diciembre de 2019). La autoestima de la mujer: una cuestión de edad. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/elpais/2019/12/02/laboratorio\\_de\\_felicidad/1575267236\\_178562.html](https://elpais.com/elpais/2019/12/02/laboratorio_de_felicidad/1575267236_178562.html)
- Kershenobich, D. (2010). Alcohol y alcoholismo: definiciones actuales, mecanismos de daño y tratamiento clínico. *Revista de Gastroenterología de México*, 2(75), 177-178. Recuperado de <http://www.revistagastroenterologiamexico.org>
- Liberato, I. y Polín, J. (2016). *Riesgo en adicciones a redes sociales y adaptación de conducta en estudiantes de primer ciclo de una universidad privada de Lima Este, 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Lima, Perú.
- Marín, V., Sampedro, B. E. y Muñoz, J. M. (2015). ¿Son adictos a las redes sociales los estudiantes universitarios?. *Revista complutense de Educación*, 26, 233-251. doi:10.5209/rev\_RCED.2015.v26.46659

- Martos, E. (2010). *Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales o redes sociales* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica de Valencia, Gandia, España.
- Medina, M. y Tejada, M. (2015). *La autoestima y procrastinación académica en jóvenes universitarios* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú.
- Mescua, G. (2010). *Relación entre el nivel de autoestima y el tipo de familia de procedencia de los estudiantes de enfermería de la universidad nacional mayor de San Marcos, 2009* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Morales, S. (23 de marzo de 2019). Cambiar el significado del cuerpo perfecto, una premisa para alcanzar el amor propio. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/viu/actitud-viu/cambiar-significado-cuerpo-perfecto-premisa-alcanzar-amor-propio-empoderamiento-femenino-nnda-nnrt-noticia-619329-noticia/?ref=ecr>
- Moreno, M. (06 de junio de 2017). *Los millennials, la generación estresada, infeliz y con problemas de autoestima* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://noticias.universia.es/ciencia-tecnologia/noticia/2017/06/06/1152956/millennials-generacion-estresada-infeliz-problemas-autoestima.html>
- Niemz, K., Griffiths, M. y Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the general health questionnaire (GHQ), and disinhibition. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 562-570. doi:10.1089/cpb.2005.8.562
- Narvaez, M. (2018). *Relación entre la dependencia emocional y la autoestima en jóvenes universitarios de la carrera profesional de enfermería de la universidad Católica Sedes Sapientiae* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Sedes Sapientiae, Lima, Perú.
- Navarro, A. A. y Rueda, G. E. (2007). Adicción a internet, revisión crítica de la literatura. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 36(4), 691-700. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80636409>

- Olaechea, M. S. (2012). Calidad de vida, autoestima y felicidad en mujeres durante el climaterio, de estrato socio-económico medio-alto y bajo, en la ciudad de Lima. *Consensus*, 17(1), 181-193. Recuperado de <http://revistas.unife.edu.pe/index.php/consensus/article/view/945>
- Ornella, M. (2018). *Relación entre autoestima y dependencia emocional en los estudiantes de III al V ciclo de la escuela profesional de psicología de la universidad católica los Ángeles de Chimbote Filial Tumbes, 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles, Chimbote, Perú.
- Ortega, F. (2012). El impacto de las nuevas tecnologías digitales en la cultura comunicativa de los jóvenes universitarios. *Comunifé*, 12(12), 72-87. Recuperado de <http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/comunicacion/comunife12/Flor%20Ortega.pdf>
- Padilla, C. y Ortega, J. (2017). *Adicción a las redes sociales y sintomatología depresiva en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Norte, 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Sedes Sapientiae, Lima, Perú.
- Padrón, A., Hernández, J. F., Nieto, A., Aradillas, C., Cossío, P. E. y Palos, A. G. (2015). Asociación entre autoestima y percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios. *Acta Universitaria*, 25(1), 76-78. doi:10.15174/au.2015.769
- Papalia, D. (2001). *Desarrollo Humano*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Pardo, E. (2016). *Adicción a las redes sociales virtuales: un problema de costo conductual* (Tesis de pregrado). Corporación universitaria Iberoamericana, Bogotá, Colombia.
- Pardo, P. (2018). *Habilidades Sociales y Autoestima en estudiantes universitarios* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Federico Villareal, Lima, Perú
- Pérez, A. (2019). *Adicción a redes sociales y habilidades sociales en jóvenes universitarios del primer al tercer ciclo del programa académico de psicología*

- de la universidad de Huánuco, 2018 (Tesis de pregrado). Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú.
- Prato, L. B. y Villoria, L. N. Aplicaciones web 2.0: Redes sociales. UNVM: EDUNIV.
- Quilla, R. (2018). *La autoestima y su relación con la flexibilidad psicológica en una muestra de estudiantes universitarios de la universidad alas peruanas en el distrito de Lima, durante el año 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Alas Peruanas, Lima, Perú.
- Quiñones, M. (2018). *Procrastinación y adicción a las redes sociales en estudiantes de administración de una universidad privada de Trujillo* (Tesis de pregrado). Universidad Privada de Antenor Orrego, Trujillo, Perú.
- Redacción EC. (28 de marzo del 2019). ¿Cómo utilizan las redes sociales los peruanos? *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/tecnologia/redes-sociales/facebook-utilizan-redes-sociales-peruanos-noticia-620588-noticia/?ref=ecr>
- Rueda, J. P. (2016). Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. *Tlamati Sabiduría*, 7(1), 512-525. Recuperado de <http://tlamati.uagro.mx/t7e1/48.pdf>
- Ruiz, P., Medina, Y., Zayas, A. y Gómez, R. (2018). Relación entre la autoestima y la satisfacción con la vida en una muestra de estudiantes universitarios. *INFAD*, 2(1), 67-76. doi: <http://dx.doi.org/10.17060/ijodaep.2018.n1.v2.1170>
- Salcedo, I. (2016). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima* (Tesis de maestría). Universidad de San Martín de Porres, Lima.
- Sánchez, E. (1999). Relación entre la autoestima personal, la autoestima colectiva y la participación en la comunidad. *Anales de psicología*, 15(2), 251-260. Recuperado de <http://revistas.um.es/analesps/article/view/30141/29341>
- Sánchez, H. H., Reyes, C. y Mejía K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.

- Steiner, D. (2005). *La teoría de la autoestima en el proceso terapéutico para el desarrollo del ser humano* (Tesis de pregrado). Tecana American University, Maracaibo, Venezuela.
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica* (4ª ed.). D.F, México: Limusa.
- Vásquez, S. (2017). *Satisfacción con la vida y autoestima en estudiantes del primer ciclo de la facultad ciencias de la salud de la ULADECH– Católica, Filial Trujillo, 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles, Chimbote, Perú.
- Velásquez, C. M. (2014). Inteligencia emocional y autoestima en estudiantes de la ciudad de Lima metropolitana con y sin participación en actos violentos. *Revista de Investigación en Psicología*, 6(2), 153-166. doi: <https://doi.org/10.15381/rinvp.v6i2.5166>
- .

## **ANEXOS**

## ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Autora: Jessica Emilia, Pillaca Pullo**

TÍTULO	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES		
<p>Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.</p>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>	Variable	Dimensiones	Instrumento
	Determinar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiante de una universidad privada de Lima Sur.	H1: Existe relación significativa entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.	<p>Adicción a redes sociales</p>	Obsesión por las redes sociales	ARS
	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>		Falta de control personal en el uso de las redes sociales	
	Describir los niveles de adicción a redes sociales y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.	H1: Existen diferencias significativas a nivel del total de adicción a redes sociales y por dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral.		Uso excesivo de las redes sociales	
	Identificar si existen diferencias en el total de adicción a redes sociales y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral.	H2: Existen diferencias significativas a nivel del total de autoestima y sus dimensiones en estudiantes de universidad privada de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral.	Variable	Dimensiones	Instrumento
	Describir los niveles de autoestima y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.	<p>H3: Existe relación significativa entre las dimensiones de adicción a redes sociales y las dimensiones de autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.</p>	<p>Autoestima</p>	Si mismo	Inventario de Autoestima de Coopersmith
	Identificar si existen diferencias en el total de autoestima y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral.			Social	
	Determinar la relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales con las dimensiones de la autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.			Hogar	



METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	INSTRUMENTOS
<p data-bbox="315 248 629 272"><b>Tipo y diseño de investigación</b></p> <p data-bbox="203 325 427 349"><b>Tipo de investigación</b> La investigación es de tipo descriptivo y correlacional, porque pretende medir y recoger información de las variables, al igual que se busca conocer la relación que existe entre las dos variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).</p> <p data-bbox="203 584 450 608"><b>Diseño de investigación</b> La presente investigación pertenece a un diseño no experimental, debido a que no se tuvo control directo o manipulación de las variables. Se realizó una observación en su estado natural con sucesos que ya existen, las cuales no fueron cambiadas de forma premeditada por la relación (Alarcón, 2008). Así mismo, fue de corte transversal, debido a que la recolección de información se realizó en un momento determinado (Hernández et al., 2014).</p>	<p data-bbox="938 248 1043 272"><b>Población</b></p> <p data-bbox="768 325 1211 533">La población estuvo conformada por 1949 estudiantes universitarios, que cursan la carrera profesional de Administración de Empresas en una universidad privada de Lima, del I al VIII ciclo académico, varones y mujeres con edades que fluctúan entre los 16 y 35 años.</p> <p data-bbox="768 584 1211 756">La muestra estuvo conformada por 460 estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración de Empresas, con un 95% de confianza y un 4% de margen de error.</p>	<p data-bbox="1240 277 2033 708">Para medir la adicción a redes sociales se utilizó el Cuestionario de adicción a redes sociales, está formado desde la Teoría de Respuesta al Ítem (TRI) para ítems politómicos de respuesta graduada. Consta de 24 ítems pertenecientes a las dimensiones “Obsesión por las redes sociales” (10 ítems), “Falta de control personal en el uso de las redes sociales” (6 ítems) y “Uso excesivo de las redes sociales” (8 ítems). Este instrumento fue creado en base a los criterios de diagnósticos del Manual de los trastornos mentales DSM IV, que caracteriza el trastorno adictivo a sustancias. El cuestionario está proyectado para medir los niveles de adicción a las redes sociales personas de 16 años en adelante (adolescentes, jóvenes y adultos). Está formado por 24 ítems, donde se encuentra un ítem inverso, la calificación consta de cinco puntos: (0) nunca, (1) rara vez, (2) algunas veces, (3) casi siempre y (4) siempre.</p> <p data-bbox="1240 756 2033 1003">Para medir la autoestima se empleó el Inventario de autoestima de Coopersmith versión Adultos, este cuestionario versión Adultos tiene 25 ítems en las dimensiones “Sí mismo” (13 ítems), “Social” (06 ítems), “Hogar” (06 ítems). Esta prueba está proyectada para evaluar las actitudes valorativas en individuos con 16 años en adelante (adolescentes, jóvenes y adultos). Los ítems que se presentan tienen como finalidad responder si se siente identificado o no con las premisas planteadas pudiendo responder con V (verdadero) o F (falso).</p>

## ANEXO 02: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN 01

### CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES - ARS

**Salas y Ecurra (2014)**

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	<b>S</b>	Rara vez	<b>RV</b>
Casi siempre	<b>CS</b>	Nunca	<b>N</b>
Algunas veces	<b>AV</b>		

N° ITEM	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4.	Apenas despierto ya estoy conectándome a 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 03: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN 02

### INVENTARIO DE AUTOESTIMA – SEI

Coopersmith (1967)

Marca con Aspa (X)

- (V) Cuando la frase **SÍ** coincide con tu forma de ser o pensar.
- (F) Si la frase **NO** coincide con su forma de ser o pensar.

N° ítem	Frase Descriptiva	V	F
1	Usualmente las cosas no me molestan.		
2	Me resulta difícil hablar frente a un grupo.		
3	Hay muchas cosas sobre mí que cambiaría si pudiera.		
4	Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades.		
5	Soy una persona 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(a).		
13	Me siento muchas veces confundido(a).		
14	La gente usualmente sigue mis ideas.		
15	Tengo una pobre opinión de mí mismo.		
16	Hay muchas ocasiones que me gustaría irme de casa.		
17	Frecuentemente me siento descontento con mi trabajo.		
18	No estoy tan simpático(a) como mucha gente.		
19	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo.		
20	Mi familia me comprende.		
21	Muchas personas son más preferidas que yo.		
22	Frecuentemente siento como si mi familia me presionara.		
23	Frecuentemente me siento desalentado con lo que hago.		
24	Frecuentemente desearía ser otra persona.		
25	No soy digno de confianza.		

**ANEXO 04:**  
**INFORME DE SOFTWARE ANTI PLAGIO**

**ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN  
ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE  
LIMA SUR**

---

INFORME DE ORIGINALIDAD

---

**20**%

INDICE DE SIMILITUD

**20**%

FUENTES DE  
INTERNET

**3**%

PUBLICACIONES

**1**%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRA LA FUENTE SELECCIONADA)

---

7%

★ **ucsp.edu.pe**

Fuente de Internet

---

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

## ANEXO 05:

### CARTAS DE PERMISO PARA LA INSTITUCIÓN

CARGO



"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"

Lima Sur, 17 de Abril del 2019

**MG. IVÁN RIVAROLA GANOZA**

Coordinador de la Carrera de Administración de Empresas

Universidad Autónoma del Perú

De mi mayor consideración:

Nos es grato dirigirnos a Usted para expresarle nuestro cordial saludo y aprovecho la oportunidad para solicitarle que a través de su persona se brinde la facilidad a nuestra estudiante y pueda ingresar a las aulas de la Carrera de Administración de Empresas, como parte de su investigación titulada: **"Adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una Universidad Privada de Lima"**, deseando aplicar pruebas psicológicas a los estudiantes de esta Carrera; la estudiante encargada de este trabajo se llama:

**JESSICA EMILIA PILLACA PULLO**

Esperando contar con su valioso apoyo y agradeciendo su gentil deferencia, reiteramos nuestro cordial saludo.

Atentamente



*[Firma]*  
Dr. Victor Villanueva Acosta  
DIRECTOR CARRERA PSICOLOGÍA



## **ANEXO 06:**

### **Consentimiento Informado**

A través de este documento se solicita su participación para la ejecución de una prueba psicológica la cuál será aplicada con fines académicos como parte de una investigación y tiene como objetivo determinar la relación entre las adicciones a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una Universidad Privada de Lima.

La participación de este estudio es voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Yo \_\_\_\_\_ de la carrera de \_\_\_\_\_ y del \_\_\_\_\_ ciclo acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Firma \_\_\_\_\_