

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Escuela Profesional de Psicología



Una Institución Adventista

La autoestima como factor predictivo en la adicción a redes sociales en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión filial Juliaca, 2020

Tesis para obtener el Título Profesional de Psicólogo

Por:

Gabriela Nahir Jiménez Acosta

Vanessa Katherin Lagos Machaca

Asesor:

Mg. Eddy Wildmar Aquize Anco

Juliaca, agosto de 2021

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS

Mg. Eddy Wildmar Aquize Anco, de la Facultad de Ciencias de la Salud, Escuela Profesional de Psicología, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: **La autoestima como factor predictivo en la adicción a redes sociales en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión filial Juliaca, 2020**, constituye la memoria que presentan la Bachiller Gabriela Nahir Jiménez Acosta y la Bachiller Vanessa Katherin Lagos Machaca para obtener el título de Profesional de Psicólogo, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca, a los 22 días del mes de julio del año 2021



Mg. Eddy Wildmar Aquize Anco

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Puno, Juliaca, Villa Chullunquiani, a doce día(s) del mes de agosto del año 2020 a las 16:10 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Campus Juliaca, bajo la dirección del Señor Presidente del jurado: Psic. Dora Taña Vilca y los demás miembros: Mg. Santos Armandina Farceque Huancas y Dra. Rosa María Alfaro Vásquez

y el (la) asesor(a) Mg. Eddy Wildmar Aquize

Anco con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: La autoestima como factor predictivo en la adicción a redes sociales en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión Filial Juliaca, 2020

de el(los)/la(las) bachiller/es: a) Gabriela Nahir Jiménez Acosta b) Vanessa Katherin Lagos Machaca conducente a la obtención del título profesional de Psicóloga (Nombre del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (los)/a(la)(las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el(los)/la(las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Gabriela Nahir Jiménez Acosta

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	20	A+	Excelente	Excelencia

Candidato (b): Vanessa Katherin Lagos Machaca

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	16	B	Bueno	Muy Bueno

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al(los)/a(la)(las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente



Secretario

Asesor

Miembro

Miembro

Candidato/a (a)

Candidato/a (b)

EVIDENCIA DE SUMISIÓN

9/7/2021

[RCCS] Acuse de recibo de envío - gabrielajimenez@upeu.edu.pe - Correo de Universidad Peruana Unión

The screenshot shows a Gmail interface. At the top, there is a search bar with the text "Buscar correo". Below the search bar, there is a navigation menu with the following items: "Redactar", "Recibidos" (886), "Destacados", "Pospuestos", "Enviados", "Borradores" (17), and "Más". Below the navigation menu, there is a "Meet" section with the following items: "Nueva reunión" and "Mis reuniones". The main content area shows an email from "Keila Ester Miranda Limachi" (revistasalud@upeu.edu.pe) with the subject "[RCCS] Acuse de recibo de envío". The email body contains the following text: "Gabiela Nahir Jiménez Acosta: Gracias por enviar el manuscrito, 'Autoestima como factor predictivo en Unión filial Juliaca' a Revista Científica de Ciencias de la Salud. Con un seguimiento de su progreso a través del proceso editorial: URL del manuscrito: https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/rc_salud/au Nombre de usuario/a: gabrielanahir En caso de dudas, contacte conmigo. Gracias por elegir esta revista pa Keila Ester Miranda Limachi".

Revista: Revista Científica de Ciencias de la Salud.

Fecha de sumisión: 19 de julio de 2021.

Link:

https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/rc_salud

ISSN: 2411 -0094

La autoestima como factor predictivo en la adicción a redes sociales en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión filial Juliaca, 2020

Gabriela Nahir Jiménez Acosta ^{a*}, Vanessa Katherin Lagos Machaca ^a, Eddy Wildmar Aquize Anco ^a

^aEP. Psicología, Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad Peruana Unión

Resumen

El objetivo del presente estudio fue determinar si la autoestima y sus dimensiones predicen la adicción a redes sociales en estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión en Juliaca. La muestra estuvo conformada por 246 estudiantes de ambos géneros a quienes se les aplicó la Escala de Autoestima para Adolescentes cuyos autores son Caso y Hernández y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) previa coordinación con comité de ética de mencionada institución. Los principales hallazgos demuestran que la variable autoestima y adicción a redes sociales poseen una relación baja, indirecta y significativa ($Rho = -.155$; $p < .05$); aunado a ello, se obtuvieron los coeficientes de predicción ($\beta = .581$; $R^2 = 10,6\%$; $p > .05$); sin embargo, los coeficientes de predicción de las dimensiones de la autoestima sobre la adicción a redes sociales, como, Cogniciones de sí mismo ($\beta = -.691$; $p < .05$), cogniciones de competencia ($\beta = -.464$; $p < .05$), relación familiar ($\beta = -.376$; $p < .05$) y enojo ($\beta = -.550$; $p < .05$) prueban ser factores moderados, inversos y estadísticamente significativos de la ARS, lo que demuestra que el comportamiento de Adicción a Redes Sociales puede ser explicado por el Autoestima.

Palabras clave: Autoestima, adicción a redes sociales, pre universitarios, predictivo

1. Introducción

El ser humano, como parte de su desarrollo evolutivo, atraviesa diversas etapas desde su nacimiento hasta la senectud y una de las etapas más difíciles es la adolescencia, en esta, el individuo experimenta cambios físicos y emocionales, además trata de encontrarse consigo mismo y comienza a formar su personalidad. Sin embargo, muchos de los adolescentes presentan desajustes en su comportamiento y relacionamiento con sus pares y demás presentando así rasgos de inseguridad, angustia, frustración, agresividad, falta de respeto consigo mismo y escaso amor propio hacia sí mismos.

Entonces al no percibirse adecuadamente, el adolescente no puede desenvolverse bien consigo mismo ni con los demás. Referente a lo mencionado, Siquia (2018) refiere que uno de cada cuatro niños entre 7 y 17 años se ubica en un nivel bajo de autoestima. En España, Instituto de Investigación en Atención Primaria Jordi Gol (citado por Europa Press, 2018) refieren que el 26% de adolescentes tiene un nivel bajo de autoestima (19.2% mujeres y 7.1% varones). Asimismo, la Organización Mundial de la Salud (2015), señala que las personas que se ubican entre 7 y 17 años, poseen baja autoestima esto debido a diversas dificultades de comportamientos y de salud mental.

De Graaf, Verbeek, Van den Borne y Meijer (2018) señalan que los individuos que se perciben negativamente se refugian constantemente en internet y que mejor en una red social. La tecnología ha hecho avances asombrosos en la última década y es ampliamente utilizado en todo el mundo. Un gran

* Autor de correspondencia: Gabriela Nahir Jiménez-Acosta
Lima, Perú.

E-mail: gabrielajimenez@upeu.edu.pe, vanessalagos78@gmail.com, eddywildmar@upeu.edu.pe

porcentaje de la población tiene acceso a internet a su alcance, ya sea con teléfonos inteligentes, computadoras, tabletas o computadoras portátiles. Sin embargo, la exposición a estos los medios, tiene sus ventajas y desventajas (Gallagher, 2017).

El desarrollo de la tecnología ha evolucionado sorprendentemente, es así que en la actualidad el uso de internet se ha incrementado convirtiendo a las redes sociales como el agente principal de la comunicación humana. A inicios del siglo 21 apareció y evolucionó los sitios de redes en todo el mundo; desde entonces, estos sitios se han convertido en un gran parte de la vida (Jan, Anwwer & Ahmad, 2017), muchos adolescentes están utilizando las redes sociales, para construir relaciones, conectarse con el mundo, mantenerse en contacto con sus pares o enviar fotos, compartir videos y enterarse de actividades (Rossel, 2018).

El excesivo uso de las redes la sociales viene afectando el desarrollo personal de los niños, adolescentes y jóvenes (Oliva, et al., 2012). Todos los días aumentan el número de usuarios de las redes sociales (Kırık et al., 2015). Las redes sociales crean un mundo más allá de las limitaciones del mundo físico y difieren en percepciones como el tiempo, la velocidad y el espacio. Este mundo virtual es tan rápido y temporal como el mundo real no puede ser. Esto mantiene a los usuarios más activos en el mundo virtual. El individuo en el espacio virtual crea una nueva identidad virtual, puede ocultar errores de la vida real y puede eliminar los defectos físicos con la ayuda de un programa de edición (Cezik & Alanka, 2016).

Por su parte Mashable (2012) informa que, en Estados Unidos, la red social Facebook tiene 7 billones de usuarios, Twitter 182 millones, Pinterest 104 millones, LinkedIn 86 millones y Tagged, 72 millones. La Asociación Mexicana de Internet (2012) señala que el 90% de los mexicanos, usan Facebook, Twitter, YouTube, Google+ y LinkedIn. Los usuarios que más frecuentan las redes sociales se ubican entre los 12 y los 24 años (Mitofsky, 2012). La Sociedad de la Información de España (2014) afirma que el 96,2% de usuarios de redes sociales son menores de 24 años. En el Perú, 18 millones de personas utilizan redes sociales. Gálvez (citado por Ikemiyashiro, 2017) señala que, en el Perú se calcula que son 18 millones de persona que utilizan una red social.

Collado (2010 citado por Arones & Barzola, 2018) refiere que las redes sociales más utilizadas en el mundo son Facebook (1,900.00 millones de usuarios), WhatsApp (1200 millones de usuarios), YouTube (1000 millones de seguidores), Instagram (600 millones de seguidores) y Twitter con 319 millones de usuarios y estas han generado adicción en miles de usuarios y esta ocurre por lo general en usuarios más jóvenes que los mayores (Andreassen & Pallesen, 2013).

En el Perú, IPSOS (2018) reportó que existen 11.2 millones de usuarios de internet de los cuales el 98% tiene como cuenta principal Facebook. Otro dato importante es que el 26 % de usuarios oscilan entre 15 y 19 años. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (citado por Andina, 2019) refiere que el 82% de los peruanos utiliza diariamente internet.

Escurra y Salas (2014) definen a la adicción a redes sociales como una compulsión de la actividad excesiva a una plataforma social, por lo cual, la persona sufre una pérdida de control del uso de las redes sociales y continúa accediendo a las mismas a pesar de las consecuencias nocivas que desencadena en su vida.

En el contexto tecnológico, la autoestima es un predictor importante para el desarrollo del ser humano en sus diversos aspectos pues la autoestima o también llamada amor propio, es el juicio personal de dignidad, que se expresa a través a manifestaciones actitudinales y comportamentales hacia uno mismo y con los demás (Branden, 2011). Es una forma de autoaceptación, apreciación personal y respeto subjetivo de uno mismo (Morganett, 2005).

Caso y Hernández (2001) mencionan que la autoestima es parte del transcurso del desarrollo de la persona, y la conceptualización depende del contexto en el que se desenvuelve el individuo. En la etapa del estudiante pre universitario está ligada a cuatro factores: cogniciones de sí mismo, cogniciones de competencia, relación familiar y enojo.

La autoestima se vulnera cuando el adolescente se compara con los demás, se autocrítica, no está conforme consigo mismo ni con su imagen corporal y al percibirse así presenta ansiedad, depresión, insatisfacción personal, angustia, tristeza y dificultades interpersonales, entonces; prefiere estar activo en una red social donde no tiene contacto directo con otros y aparentemente se siente bien. El acceso a las redes sociales es entendido como el ingreso a una red social para comunicarse e interactuar con otros individuos que pueden ser a través de grupos, comunidades u organizaciones (Galán, 2012).

Las redes sociales pueden influir en varios aspectos de la vida, incluida la autoestima de los adolescentes. Hasta fecha, los estudios sobre la relación entre las redes sociales y la autoestima han revelado que aquellos que pasan más tiempo en las redes sociales reportan niveles más bajos de autoestima (Vogel, Rose, Okdie, Eckles y Franz, 2015). Mehdizadeh (2010) sostiene que las personas que pasan mayor tiempo conectado a una red social suelen ser narcisistas y tener baja autoestima. Pues las personas que se perciben negativamente se refugian constantemente en internet y que mejor en una red social en la que pueden interactuar sin estar frente a frente (De Graaf, Verbeek, Van den Borne y Meijer, 2018), es decir se desvinculan del proceso normal y directo de socialización (Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

Los sitios de redes sociales ayudan a las personas a socializar comparaciones que aumentan la angustia psicológica de los individuos y como un resultado reduce el nivel general de autoestima (Chen y Lee, 2013). Diversos investigadores creen que debido al aumento en el uso de redes sociales sitios de redes, las personas se han convertido en víctimas de una baja autoestima y autocrecimiento (Jan, Anwwer & Ahmad, 2017).

Por tal motivo es de interés conocer la relación entre autoestima y acceso a redes sociales considerando que la adolescencia es una etapa de desarrollo caracterizada por importantes cambios físicos, cognitivos y sociales, además se percibe que el 90% de adolescentes están activos de día y noche (Woods & Scott, 2016), usan sus smartphones, computadoras y demás formas de tecnología para pasar un promedio de 9 horas al día usando algún tipo de medios de comunicación (Wallace, 2015).

Asimismo, el presente estudio, se distingue a nivel teórico, por el aporte a la psicología pues analiza la autoestima y su relación con la adicción a redes sociales, siendo este un fenómeno actual de los adolescentes, asimismo cobra importancia porque permitirá profundizar y/o corroborar los conocimientos propuestos por James (1980) y Gámez y Villa (2015). A nivel metodológico, se utilizarán dos instrumentos que permiten medir las variables de estudio, debidamente adaptados a la unidad de análisis (estudiantes del nivel secundario). Uno para conocer la autoestima y otro para evaluar la adicción a redes sociales. A nivel social, aporta conocimientos actualizados para la comunidad académica y científica y aporta estadísticas de la autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes que se preparan para ser universitarios de la Región Puno. A nivel institucional, los hallazgos permitirán a la plana administrativa, disponer y ejecutar planes de mejora.

Por lo tanto, el objetivo de la presente investigación es determinar si la autoestima y sus dimensiones predicen la adicción a redes sociales en estudiantes del Centro Pre Universitarios de la Universidad Peruana Unión.

2. Materiales y Métodos

2.1. Participantes

Se tuvo la participación de 246 estudiantes del Centro Pre Universitario, de ambos sexos cuyas edades oscilaban entre 15 y 30 años. No participaron del estudio estudiantes extranjeros y que no hayan completado el cuestionario.

2.2. Instrumentos

Escala de autoestima para adolescentes de Caso y Hernández

La prueba de autoestima para adolescentes (PAA) fue construida por Caso y Hernández (2001), está configurada por 21 enunciados, distribuidos en 4 dimensiones (Cogniciones sobre sí mismo, cogniciones de competencia, relación familiar y enojo) y debe ser respondida a través de una escala de tipo Likert (nunca, rara vez, algunas veces, usualmente y siempre). La PAA, ha reportado una buena consistencia interna ($\alpha = .88$) y validez basada en la estructura interna (CFI = .94; RMSEA = .05), además fue utilizada en el estudio de Castro (2013) obteniendo una buena fiabilidad ($\alpha = .86$). Además, en el presente estudio se analizó la evidencia de validez basada en el contenido siendo el

juicio de expertos favorable ($V = >0.80$), como también el coeficiente Alfa de Cronbach reporta una adecuada confiabilidad (0.75).

Por otro lado, en el presente estudio se analizó la validez del contenido de la escala PAA, los expertos evaluaron la claridad, congruencia, contexto y dominio del constructo, alcanzando puntuaciones buenas (Tabla 1).

Tabla 1

Coefficiente V de Aiken para la Escala de Autoestima

Dimensiones	Claridad	Congruencia	Contexto	Dominio del constructo	V de Aiken
Cogniciones de sí mismo	0.833	0.958	0.958	0.9583	0.927
Cogniciones de competencia	0.8	0.8	0.85	0.875	0.842
Relación familiar	0.95	1	0.9	1	0.963
Enojo	0.938	1	0.938	0.875	0.938
Variable general	0.875	0.938	0.913	0.925	0.913

Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)

El cuestionario ARS fue construido en la ciudad de Lima por Ecurra y Salas (2014), evalúa la adicción a redes sociales, está compuesta por 24 ítems con cinco opciones de respuesta: nunca, rara vez, algunas veces, casi siempre y siempre. Asimismo, tiene tres factores (obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales). La confiabilidad de la escala ARS es adecuada ($\alpha = .88$) así como la validez de constructo (GFI = .92; RMR = .06; RMSEA = .04). Por otro lado, en la Tabla 2, se aprecia que el juicio de los expertos respecto a la claridad, congruencia, contexto y dominio del constructo de la escala son adecuadas.

Tabla 2

Coefficiente V de Aiken para la Escala de Adicción a Redes Sociales

Dimensiones	Claridad	Congruencia	Contexto	Dominio del constructo	V de Aiken
Obsesión por las redes sociales	0.9	0.975	1	0.95	0.956
Falta de control en las redes sociales	0.875	0.958	1	0.917	0.963
Uso excesivo de las redes sociales	0.969	1	1	0.938	0.977
Variable general	0.979	0.979	1	0.938	0.974

2.3. Análisis de datos

Se envió al Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión sede Juliaca una carta de presentación de las investigadoras responsables del proyecto y se solicitó el permiso correspondiente para ejecutar el estudio teniendo la participación de los estudiantes. Adicionalmente y como anexo a la carta, se presentó un perfil proyecto de investigación el cual mostró los objetivos de la investigación, las consideraciones éticas, y como podría contribuir a la sociedad. Teniendo la autorización del comité de ética institucional, se envió a los correos de los estudiantes un formulario virtual a fin de que puedan completar los cuestionarios, donde se incluyó el consentimiento informado del padre o apoderado en los estudiantes de 15 a 17 años.

Se utilizó el software estadístico SPSS para Windows versión 26, el que permitió crear una base de datos para luego llenarla de acuerdo a las respuestas de los participantes del estudio. Posteriormente se verificó contar con datos válido. Teniendo la data limpia, se realizó los análisis estadísticos a nivel descriptivo, de correlación y de regresión lineal.

3. Resultados y Discusión

3.1. Supuestos de la regresión lineal

Se analizó la linealidad, independencia, homocedasticidad, normalidad y no colinealidad de las variables, encontrando que se cumplen los supuestos por lo que se ejecutó el análisis de regresión lineal previo análisis de correlación.

3.2. Análisis de correlación

Los análisis de correlación demuestran que la variable autoestima como factor general, se correlaciona de manera indirecta, baja y significativa con las adicciones a redes sociales ($r = -0,155$; $p < 0,05$), lo que quiere decir que mientras más puntaje se perciba en autoestima, menos será la probabilidad de desarrollar adicción a las redes sociales; sin embargo, no se evidencian correlaciones entre los componentes de autoestima y adicción a redes sociales.

Tabla 3

Correlación entre Autoestima, sus dimensiones y Adicción a Redes Sociales

	Adicción a redes sociales	
	r	p
Autoestima	- ,155*	0,015
Cogniciones de sí mismo	- ,114	0,076
Cogniciones de competencia	- ,114	0,074
Relación familiar	- ,025	0,701
Enojo	- ,107	0,094

3.3. Análisis predictivo

La tabla 4, evidencian las pruebas de regresión múltiple, teniendo como variables independientes a la autoestima y sus componentes y como variable dependiente a la adicción a redes sociales. Se encontró un modelo lineal en el que la autoestima y dimensiones predicen el 10.6 % el comportamiento de la variable adicción a redes sociales y un grado de relación $R=0,326$.

Tabla 4

Coefficientes de correlación múltiple R, R2, R2 ajustado, Error estándar de la estimación, F.

Modelo	R	R2	R2 ajustado	Erro estándar de la estimación,	F	Sig
1	,326 ^a	,106	,088	12,074	5,7 4	0,000 ^b

Nota: a Predictores: (Constante), Enojo, Cogniciones de competencia, Relación familiar, Cogniciones de sí mismo, Autoestima

b Variable dependiente: Adicción a redes sociales

La tabla 5 muestra los coeficientes β a partir del análisis de regresión lineal teniendo como variable independiente autoestima, junto a sus dimensiones; y adicción a las redes sociales como variable dependiente. Se observa un coeficiente $\beta=,581$; $p>,05$. Por otro lado, la dimensión cogniciones de sí mismo, muestran un coeficiente $\beta=-,691$; $p<,05$ suficiente para evidenciar que la dimensión es un factor predictor negativo de la ARS. La dimensión cogniciones de competencia demuestra ser predictor moderado, negativo y estadísticamente significativo de ARS ($\beta=-,464$; $p<,05$). La dimensión relación familiar muestra ser predictor de influencia baja, negativa pero estadísticamente significativa de la ARS ($\beta=-,376$; $p<,05$). La dimensión enojo prueba ser un factor moderado, inverso y estadísticamente significativo de la ARS ($\beta=-,550$; $p<,05$). En suma se evidencia un grado de influencia de los componentes de la autoestima sobre la adicción a redes sociales hasta en un gradomoderado pero inverso, es decir el comportamiento de la ARS se puede explicar por el comportamiento indirecto de autoestima, así como de sus componentes.

Tabla 5

Coefficientes de regresión múltiple B (no estandarizados), β (estandarizados) y test t

Modelo	B	EE	β	t	Sig.
1(Constante)	77,127	16,157		4,774	,000
Autoestima	2,471	,695	,581	3,555	,000
Cogniciones de sí mismo	-2,795	,582	-,691	-4,802	,000
Cogniciones de competencia	-3,251	,809	-,464	-4,017	,000
Relación familiar	-3,093	,916	-,376	-3,378	,001
Enojo	-3,604	,755	-,550	-4,775	,000

Nota: Variable dependiente: Adicción a redes sociales

Discusión

Los modelos predictivos en torno a la adicción a redes sociales muestran que la autoestima es la variable predictora más adecuada en el análisis de conductas de riesgo (Cava et al., 2006) y que aún se manifestaba

como un factor predictivo en la evolución y pronóstico de la hipertensión arterial (Castillo & Uribe, 2019). Por ello, analizar la capacidad predictiva de la autoestima frente a las tendencias adictivas en redes sociales se muestra como un vacío de conocimiento (Challco et al., 2016) en el uso problemático de internet (Moral & Fernández, 2019).

Los reportes de uso de tecnologías muestran en Latinoamérica un 67% de individuos conectados a redes sociales de forma habitual (Bustos & Gallardo, 2019; Mamani-Aquino & Gonzales-Villegas, 2019) y un 80% de latinoamericanos conectados a alguna red social (Cabanillas & Rojas, 2019). Asimismo, reportes indican el aumento de depresión y conductas adolescentes coincidiendo con el aumento del uso de redes sociales (Vidal et al., 2020). En Perú, el 70,4% de la población incremento su uso de internet (Campos & Vilchez, 2019) por ello, el objetivo de este estudio fue determinar si la autoestima y sus dimensiones predicen la adicción a redes sociales en estudiantes del Centro Pre Universitarios de la Universidad Peruana Unión.

Los hallazgos confirman que las personas con baja autoestima son más adictas a red sociales y esto indica que el nivel de autoestima se puede predecir por la adicción a internet (Rubaiyat et al., 2019). Varios estudios han examinado el uso problemático de internet y la adicción a Internet entre los estudiantes universitarios ya que el periodo de pregrado tiende a ser un momento en el que se usa en exceso Internet (Kandell, 1998; Young, 1998). Kim y Davis (2009) indicaron que la autoestima estaba relacionada con la adicción a Internet en su estudio entre estudiantes universitarios. Las personas con bajos niveles de autoestima tienden a demostrar síntomas de adicción a Internet y aquellos con baja autoestima muestran un aumento de las horas de uso de Internet (Bozoglan et al., 2013). Es evidente que el riesgo de adicción a redes sociales está asociado con niveles más bajos de autoestima (Servidio, 2019).

Los resultados muestran que existe una relación inversa y significativa entre autoestima y redes sociales, lo que significa que a mayor nivel de autoestima los indicadores de adicción a redes sociales disminuyen. Esto significa que una mayor fortaleza en los indicadores de autoestima disminuye los indicadores de adicción a redes sociales. Estos resultados están en consonancia a lo reportado por Mo, Chan, Wang y Lau (2020), quienes mostraron que la adicción a redes sociales está relacionada a diversos daños psicosociales, mostrando que el tiempo dedicado en línea tuvo una asociación negativa con la autoestima. Así mismo, estudios previos manifiestan que el hecho de no asistir a clases es un factor de riesgo destacado para la adicción a redes sociales (Peng et al., 2019). Por otro lado, estudios también mostraron que los estudiantes que se mostraron acosadores o víctimas de violencia o que tienen baja autoestima tienen más probabilidades de ser adictos a internet (Hesapçioğlu & Yeşilova, 2020). Los resultados del análisis predictivo muestran que la autoestima y sus dimensiones predice el 10.6% de la variable adicción a redes sociales, lo que significa que tanto las dimensiones como la variable autoestima se muestran como predictores significativos de la adicción a redes sociales. Esto significa que, en base a este modelo, los estudiantes que manifiestan altos o bajos niveles en sus dimensiones de cogniciones de sí mismo, cogniciones de competencia, relación familiar y niveles de enojo, predicen efectivamente la adicción a redes sociales. Similares resultados fueron encontrados por Rubaiyat et al. (2019) quienes encontraron que la adicción a internet esta interconectado con la autoestima, o el estudio de Gentile, Servidio, Caci y Boca (2021) quienes manifiestan que la autoestima predice la adicción a internet en jóvenes de 18 a 26 años; aunque diferente al reporte de Tian, Qin, Cao y Gao, (2020) quienes reportan que la adicción a internet predijo de forma positiva la autoestima. En relación a la dimensión relación familiar, se ha encontrado que ser hombre, tener padres que no controlan el tiempo de uso de internet, y mayores grados de depresión, son factores asociados a la adicción a internet en adolescentes (Chen et al., 2020). Por el lado de la dimensión de cognición de sí mismo, se ha encontrado que los jóvenes perciben su imagen corporal en relación a la conexión a las redes sociales, lo que indica que la influencia de la publicidad en las redes sociales, afecta la cognición de sí mismos, llevándoles incluso a padecer diferentes trastornos especialmente en las mujeres (Aparicio-Martínez et al., 2017). Por otro lado, en el caso de la red social Facebook, los adultos son más selectivos en la inclusión de redes de amigos que los más jóvenes, pero que son más reales, lo que indica que los jóvenes se pueden llenar de grupos de amigos pero que esto más bien se asocia con niveles bajos de aislamiento social (Chang et al., 2015).

En otro estudio similar entre estudiantes universitarios, se encontró que tener una alta autoestima se vuelve en un factor de protección ante la adicción a redes sociales (Demirciouglu & Goncu, 2020), aunque también se debe señalar que la adicción a internet varía según las diferencias de los rasgos de personalidad (Dalvi-Esfahani et al., 2021) o que puede variar también incluso en relación al género (Su et al., 2020).

Es importante reconocer que los problemas emocionales de los adolescentes y el uso excesivo de las redes sociales podrían deteriorar su autoestima. Estudios realizados entre italianos de 18 a 59 y americanos de 17 a 67 donde para estos grupos de personas, la adicción a internet se asoció con una menor autoestima (Błachnio et al., 2019).

Sobre los modelos predictivos se han encontrado diferentes sustentos teóricos como la teoría de interaccionismo simbólico (Thoits, 1985), por ello, la conducta y los símbolos de los adolescentes y jóvenes se construyen en un contexto social, lo que permite una interacción definida entre la autoestima y las actitudes adictivas. Este enfoque asume que la interacción social es esencial para el desarrollo normal de la personalidad y para una conducta social adecuada. En resumen, es la capacidad de verse a uno mismo desde los ojos de los demás, o de "asumir el papel" de los demás (Mead, 1934). Bajo este supuesto, en esta etapa de transición y búsqueda de identidad la autoestima puede estar disfrazada de un sentimiento de superioridad, y la autopercepción del adolescente se incrementa cuantas más horas esté usando las redes sociales, lo cual explica los valores obtenidos del coeficiente $\beta=,581$ en la variable general de autoestima, pero los valores beta obtenidos en las cuatro dimensiones demuestran ser factores moderados, inversos y estadísticamente significativos de la adicción a redes sociales.

En un estudio predictivo, se encontró que los adolescentes que manifestaban niveles más altos de problemas emocionales y adicción a redes sociales, estaban relacionados con niveles más bajos de autoestima (Acar et al., 2020). Por ello, es importante que las instituciones mejoren la funcionalidad familiar ya que son formas efectivas de reducir la adicción a redes sociales (Chen et al., 2020).

El modelo de predicción encontrado es relevante ya que con ello se puede reducir la gravedad de este trastorno, el cual es corroborado con un estudio reciente desde la teoría cognitiva social, donde el impacto de la adicción a las redes sociales afecta la autoestima y la salud mental (Khan et al., 2021).

Este estudio presenta algunas limitaciones, en primer lugar, la deseabilidad social que los estudiantes pueden manifestar al ser partícipes del proceso de preparación y evaluación para acceder a la educación superior. En relación al número de participantes que fue de sólo 246 personas, consideramos que es importante desarrollar estudios con una muestra más significativa. Finalmente, al considerarse la participación de forma voluntaria, es probable que algunos tuvieran mayor motivación o necesidad de referir su propia experiencia.

Conclusiones

De los resultados, análisis y discusión se extrae la siguiente conclusión sobre la adicción a las redes sociales en estudiantes preuniversitarios.

- El estudio muestra que la autoestima con sus dimensiones de cogniciones de sí mismo, cogniciones de competencia, relación familiar y niveles de enojo, predicen efectivamente la adicción a redes sociales.
- Esta investigación confirma la necesidad de las instituciones de establecer programas de apoyo para reforzar la autoestima en jóvenes y adolescentes, con el consiguiente apoyo de los docentes y psicólogos hacia los estudiantes que se ven afectados por estos trastornos del siglo XXI.

Recomendaciones

- Se recomienda emprender investigaciones predictivas o explicativas considerando variables como autoeficacia, uso de redes sociales, entre otras.
- Se recomienda ampliar la muestra y que considere estudiantes universitarios de universidades públicas.
- El presente estudio se trató de uno de corte trasversal, en el cual se tomó los datos en un solo momento, por lo que se recomienda llevar a cabo estudios de corte longitudinal.
- Se recomienda realizar estudios similares a nivel de región o departamentos del Perú.

Referencias

- Acar, I. H., Avcılar, G., Yazıcı, G., & Bostancı, S. (2020). The roles of adolescents' emotional problems and social media addiction on their self-esteem. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01174-5>
- Andina (2019). 82% de peruanos usa internet a través de un celular. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-inei-82-peruanos-usa-internet-a-traves-un-celular-746720.aspx>
- Andreassen, C.S., & Paellesen, S. (2014). Social network site addiction - an overview. *Current pharmaceutical design*, 20(25), 4053-4061. doi: 10.2174/13816128113199990616
- Aparicio-Martínez, P., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jimenez, M. P., Suarez-Varela Varo, I., & Vaquero-Abellán, M. (2017). Social networks' unnoticed influence on body image in Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 34(8), 1685–1692. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.08.001>
- Arones Alvarez, D., & Barzola Chumbile, L. (2018). Adicción a redes sociales y rendimiento académico en estudiantes de Psicología de la Universidad “Alas Peruanas”. Ayacucho, 2018 (Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/26989/Arones_ad.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Benvenuti, M., Mazzoni, E., & Seidman, G. (2019). Relations Between Facebook Intrusion, Internet Addiction, Life Satisfaction, and Self-Esteem: a Study in Italy and the USA. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(4), 793–805. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-0038-y>
- Branden, N. (2011). El Poder de la Autoestima. España: Paidós.
- Bustos, A., & Gallardo, A. (2019). Relación entre autoestima y uso de las redes sociales Facebook y WhatsApp en estudiantes de octavo a décimo año de Educación General Básica en una Unidad Educativa Femenina Fiscomisional en Guayaquil en el periodo 2018-2019 (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12865/1/T-UCSG-PRE-JUR-TSO-99.pdf>
- Cabanillas, B., & Rojas, M. (2019). Autoestima y acceso a redes sociales en adolescentes de una Institución Educativa Ciudad de Dios 2018 (Universidad Nacional de Trujillo). Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/11620>
- Campos, L., & Vilchez, W. (2019). Adicción a las redes sociales e impulsividad en estudiantes de 4° y 5° grado de secundaria de dos instituciones educativas públicas de Lima Este (Universidad Peruana Unión). Recuperado de <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1660>
- Carter, D. R., DeChurch, L. A., Braun, M. T., & Contractor, N. S. (2015). Social network approaches to leadership: An integrative conceptual review. *Journal of Applied Psychology*, 100(3), 597–622. <https://doi.org/10.1037/a0038922>
- Castillo, D., & Uribe, M. (2019). *Evaluación del bienestar psicológico y autoestima en los pacientes hipertensos, entre 35 y 75 años, atendidos en el Instituto Dominicano de Cardiología, en el período octubre 2018-enero 2019. Sto. Dgo. Rep.Dom.* Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña Facultad.
- Cava, M. J., Musitu, G., & Murgui, S. (2006). Familia y violencia escolar: El rol mediador de la autoestima y la actitud hacia la autoridad institucional. *Psicothema*, 18(3), 367–373. <https://doi.org/Buscado en Google Shoolar y acreditado por la FECYT>
- Cezik, A., & Alanka, Ö. (2016). Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme. *TRT Akademi*, 1(2), 548-569. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/trta/issue/23620/252167>
- Challco, K., Rodríguez, S., & Jaimes, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica de Ciencias de La Salud*, 9(1), 9–15.
- Chang, P. F., Choi, Y. H., Bazarova, N. N., & Löckenhoff, C. E. (2015). Age Differences in Online Social Networking: Extending Socioemotional Selectivity Theory to Social Network Sites. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 59(2), 221–239. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1029126>
- Chang, P. F., Choi, Y. H., Bazarova, N. N., & Löckenhoff, C. E. (2015). Age Differences in Online Social Networking: Extending Socioemotional Selectivity Theory to Social Network Sites. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 221–239. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1029126>
- Chen, H.-C., Wang, J.-Y., Lin, Y.-L., & Yang, S.-Y. (2020). Association of Internet Addiction with Family Functionality, Depression, Self-Efficacy and Self-Esteem among Early Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(23), 8820. <https://doi.org/10.3390/ijerph17238820>

- Chen, W. & Lee, K. (2013). Sharing, liking, commenting, and distressed? The pathway between Facebook interaction and psychological distress. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 728-734. doi: 10.1089/cyber.2012.0272
- Cichocka, A., Marchlewska, M., & de Zavala, A. G. (2016). Does Self-Love or Self-Hate Predict Conspiracy Beliefs? Narcissism, Self-Esteem, and the Endorsement of Conspiracy Theories. *Social Psychological and Personality Science*, 7(2), 157–166. <https://doi.org/10.1177/1948550615616170>
- Dalvi-Esfahani, M., Niknafs, A., Alaedini, Z., Barati Ahmadabadi, H., Kuss, D. J., & Ramayah, T. (2021). Social Media Addiction and Empathy: Moderating impact of personality traits among high school students. *Telematics and Informatics*, 57(October 2020), 101516. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101516>
- De Graaf, M., Verbeek, M., & Van den Borne, S. (2018). Offline and online sexual risk behavior among youth in The Netherlands: Findings from sex under the age of 25. *Frontiers in Public Health*, 6. doi: 10.3389/fpubh.2018.00072
- Demirciouglu, Z., & Goncu, A. (2020). Mediating effects of self-esteem in the relationship between attachment styles and social media addiction among university students. *Dusunen Adam: The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 33(1), 8–18. <https://doi.org/10.14744/DAJPNS.2019.00056>
- Díaz, J., Pacheco, K., Díaz, R., Cervera, M., Banda, A. de J., & Rodríguez, L. (2018). Violencia hacia la mujer en la etapa de enamoramiento a través de las redes sociales. *Revista ENE de enfermería*, 13(1), 1–13. Recuperado de <http://ene-enfermeria.org>
- Echeverri, G., Peclý, R., & Santana, Á. (2019). Redes sociales digitales y pensamiento social: el caso de la ocupación de las escuelas de Río de Janeiro. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 9(1), 105–130. <https://doi.org/10.26864/pcs.v9.n1.9>
- Escurre, M., & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=686/68631260007>
- Europa Press (2018). El 19% de las adolescentes tiene una autoestima baja, frente al 7% de los chicos. Recuperado de <https://bit.ly/2InjZYR>
- Galán, E. (2011). Definición de acceso a las redes sociales. Lima: Debate
- Gallagher, S. (2017). The influence of social media on teens' self-esteem (Theses to master, Rowan University). Retrieved from <https://rdw.rowan.edu/etd/2438>
- Gentile, A., Servidio, R., Caci, B., & Boca, S. (2021). Social stigma and self-esteem as mediators of the relationship between Body Mass Index and Internet addiction disorder. An exploratory study. *Current Psychology*, 40(3), 1262–1270. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-0054-x>
- Hesapçioğlu, S., & Yeşilova, H. (2020). Internet addiction prevalence in youths and its relation with depressive symptoms, self-esteem, and bullying. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 21(5), 1. <https://doi.org/10.5455/apd.72881>
- Herrera, M.; Pacheco, M.; Palomar, J. y Zavala, D. (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 6-18. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1339/133915936002>
- Holme, P. (2015). Modern temporal network theory: a colloquium. *European Physical Journal B*, 88(9), 1–30. <https://doi.org/10.1140/epjb/e2015-60657-4>
- Ikemiyashiro, J. (2017). Uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana. (Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola). Recuperada de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2766/1/2017_Ikemiyashiro_Uso-de-las-redes-sociales-virtuales.pdf
- IPSOS (2018). Perfil del usuario de redes sociales. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-usuario-de-redes-sociales-2>
- Jan, M., Pakistan, S., & Anwer, S. (2017). Impact of Social Media on Self-Esteem. doi: 10.19044/esj.2017.v13n23p329
- Khan, N. A., Khan, A. N., & Moin, M. F. (2021). Self-regulation and social media addiction: A multi-wave data analysis in China. *Technology in Society*, 64(July 2020), 101527. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.10152>
- Kim, H. K. & Davis, K. E. (2009). Toward a Comprehensive Theory of Problematic Internet Use: Evaluating the Role of Self-Esteem, Anxiety, Flow and the Self-Rated Importance of Internet Activities. *Computers*

- Kirik, A.M., Arslan, A., Çetinkaya, A. & Gül, M. (2015). A quantitative research on the level of social media addiction among young people in Turkey. *International Journal of Science Culture and Sport*, 3(3), 108-122. doi: 10.14486/IntJSCS444
- Mamani-Aquino, A. L., & Gonzales-Villegas, D. (2019). Adicción a redes sociales y su relación con la procrastinación académica en estudiantes de nivel secundario de una Institución Educativa Privada en Lima-Este (Universidad Peruana Unión). Recuperado de <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1697>
- Marineau, J. E., Labianca, G. (Joe), Brass, D. J., Borgatti, S. P., & Vecchi, P. (2018). Individuals' power and their social network accuracy: A situated cognition perspective. *Social Networks*, 54, 145–161. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2018.01.006>
- Mashable (2012). Pinterest is Now the No. 3 Social Network in the U.S. Retriew Recuperado de <http://mashable.com/2012/04/06/pinterest-number-3-social-network/>
- Mead, G.H. (1934). *Mind, Self, and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. University of Chicago Press: Chicago.
- Medina, T. (2016). Adicción a internet y habilidades sociales en los estudiantes del nivel secundario de una institución educativa privada de Lima sur, 2015 (Universidad Peruana Unión). Recuperado de http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/UPEU/101/1/Jakelin_Tesis_bachiller_2015.pdf
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13, 357–364. doi: 10.1089=cyber.2009.0257
- Mo, P. K. H., Chan, V. W. Y., Wang, X., & Lau, J. T. F. (2020). Gender difference in the association between internet addiction, self-esteem and academic aspirations among adolescents: A structural equation modelling. *Computers and Education*, 155(April), 103921. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103921>
- Moral, M. de la V., & Fernández, S. (2019). Uso problemático de internet en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad. *Avances En Psicología Latinoamericana*, 37(1), 103–119. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.5029>
- Morganett, S. R. (2005). *Yaşam Becerileri*. Ankara: Pegem Publishing
- Peng, W., Li, D., Li, D., Jia, J., Wang, Y., & Sun, W. (2019). School disconnectedness and Adolescent Internet Addiction: Mediation by self-esteem and moderation by emotional intelligence. *Computers in Human Behavior*, 98(April), 111–121. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.011>
- Ramos, M. (2019). Internet y las redes sociales: los nuevos médicos consultantes. *Rev Urug Cardiol*, 34(1), 25–26. <https://doi.org/10.29277/cardio.34.1.6>
- Randal, C., Pratt, D., & Bucci, S. (2015). Mindfulness and Self-esteem: A Systematic Review. *Mindfulness*, 6(6), 1366–1378. <https://doi.org/10.1007/s12671-015-0407-6>
- Rodríguez, G., & Moreno, O. (2019). Ansiedad y autoestima: su relación con el uso de redes sociales en adolescentes mexicanos. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 22(1), 367–381.
- Rossel Nole, R. (2018). Autoestima y uso de facebook en estudiantes de quinto año de secundaria (Tesis de licenciatura, Universidad Federico Villarreal). Recuperada de <http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2164/ROSSEL%20NOLE%20REISA%20AMALIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rubaiyat, N., Apsara, A. I., Chaki, D., Arif, H., Israt, L., Kabir, L., & Rabiul Alam, M. G. (2019). Classification of Depression, Internet Addiction and Prediction of Self-esteem among University Students. *2019 22nd International Conference on Computer and Information Technology (ICCIT), December*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICCIT48885.2019.9038211>
- Sharafi Farzad, F., Kolli, S., Soltani, T., & Ghanbary, S. (2019). Marcas digitales y empresas de la Web 3.0: análisis de redes sociales y análisis temático de las actividades de los usuarios y patrones de comportamiento del comercio minorista en línea. *AD-minister*, (34), 119–138. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.34.6>
- Siqui (2016). Baja autoestima en la adolescencia. Causas y consecuencia. Recuperado de <https://www.siquia.com/2016/08/baja-autoestima-en-la-adolescencia-causas-y-consecuencias/>
- Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y., & Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and

- women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113(February), 106480. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106480>
- Tian, Y., Qin, N., Cao, S., & Gao, F. (2020). Reciprocal associations between shyness, self-esteem, loneliness, depression and Internet addiction in Chinese adolescents. *Addiction Research and Theory*, 0(0), 1–13. <https://doi.org/10.1080/16066359.2020.1755657>
- Vismara, S. (2016). Equity retention and social network theory in equity crowdfunding. *Small Business Economics*, 46(4), 579–590. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9710-4>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its. *Personality and Individual Differences*, 86, 249–256. doi: 10.1016/j.paid.2015.06.026
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41–49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>

Anexos

Anexo1: Carta de aprobación



Una Institución Adventista

Lima, Ñaña, 27 de noviembre de 2020

EL COMITÉ DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

CONSTA

Que el proyecto de investigación de **Gabriela Nahir Jiménez Acosta**, identificado(a) con DNI No. **73681716** y **Vanessa Katherin Lagos Machaca**, identificado(a) con DNI No. **70938867**, y su asesor(a) **Wildmar Eddy Aquize Anco**, con título "**Autoestima y adicción a redes sociales en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión sede Juliaca, 2020.**" fue evaluado y aprobado por el Comité de Ética de Investigación de la Universidad Peruana Unión, considerando su calidad científica, consideración del bienestar de sus participantes, y conformidad con los estándares de la ética establecidas en el Código de ética para la Investigación de la Universidad Peruana Unión.

Para mantener la aprobación del Comité de Ética, se tiene que cumplir con los siguientes requisitos:

- 1) Cada participante debe dar consentimiento informado. En el caso de menores de edad, por lo menos uno de sus padres o guardianes debe registrar su consentimiento informado y el menor de edad debe registrar su asentimiento informado.

Los resultados de este proyecto puedan ser publicados con referencia a aprobación Número 2020-CEUPeU-00053.



Dr. Salomón Huancahuire Vega
Presidente
Comité de Ética de Investigación

Mg. Michael Thomas White
Secretario
Comité de Ética de Investigación

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

ESCALA DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES

INSTRUCCIONES: El siguiente cuestionario tiene por objetivo recoger información sobre experiencias del uso de las redes sociales y comportamiento agresivo. **La participación es voluntaria y la información recaba es confidencial**, por lo que usted no necesita colocar su nombre en ninguna parte de la encuesta. Por favor lea con detenimiento cada una de las preguntas y/o afirmaciones y responda todos los ítems del instrumento.

DATOS GENERALES

1. Edad _____ años
2. Sexo: (1) Masculino (2) Femenino

ÍTEM	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1. Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2. Necesito cada vez de 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 constantemente en lo que puede estar sucediendo en las redes sociales.					
12. Pienso en que debo controlar el tiempo de estar conectado 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 volver a conectarme a mis redes sociales.					
16. Invierto mucho tiempo en el 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. Mis amigos o familiares me han llamado la atención por la dedicación y el tiempo que destino a las redes sociales.					
23. Cuando estoy en clase sin conectarme a las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24. Creo que la intensidad y la frecuencia con la que uso las redes sociales son un problema.					

ESCALA DE AUTOESTIMA

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrarás una serie de enunciados que hacen referencia a tu modo de pensar. Lee cada frase y contesta marcando con una X de acuerdo con la siguiente escala de valoración:

DATOS GENERALES

3. Edad _____ años

4. **Sexo:** (1) Masculino (2) Femenino

ÍTEMS	Nunca	Rara vez	Algunas veces	Usualmente	Siempre
1. Me gusta como soy					
2. Generalmente hago enojar a mis padres o docentes					
3. Me siento fracasado					
4. Me siento feliz de ser como soy					
5. Si me enojo con un amigo (a) lo(a) insulto					
6. Me siento bien cuando estoy con mi familia					
7. Mi familia se siente decepcionada de mi					
8. Tengo una de las mejores familias de todo el mundo					
9. Demoro mucho al realizar mis trabajos universitarios					
10. No me siento competente al realizar mis trabajos universitarios					
11. Me siento satisfecho de los trabajos presentados en la universidad.					
12. No soy competente para realizar muchas cosas					
13. Me enojo cuando mis padres o docentes no me dejan hacer lo que yo quiero					
14. Me considero valioso (a)					
15. Les echo la culpa a otros de cosas que yo hago mal					
16. Pienso que mis padres serían felices si yo fuera diferente					
17. Soy un(a) buen(a) amigo(a)					
18. Tengo una opinión negativa de mí mismo					
19. Me gustaría ser otra persona					
20. Me gusta la forma como me percibo					
21. Siento ganas de irme de mi casa					