

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ENFERMERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ENFERMERÍA



TESIS

**ADICCION A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN
ESTUDIANTES DE LA INSTITUCION EDUCATIVA ANTONIO
RAYMONDI - DISTRITO DE SAYLLA - CUSCO, 2025**

PRESENTADO POR:

Br. VALIA YASHIRA CHALLCO CASA
Br. YOVANA TTITO ROMACCA

**PARA OPTAR AL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ENFERMERIA**

ASESORA:

Dra. CAYREL GENOVEVA JIMENEZ
PAREDES

**CUSCO - PERÚ
2026**



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor Dra. Cayrel Genoveva Timenez Paredes
..... quien aplica el software de detección de similitud al
trabajo de investigación/tesis titulada:

Adición a Redes Sociales y Autoestima en estudiantes
de la Institución Educativa Antonio Raymondi - Distrito de
Raylla - Cusco, 2025

Presentado por: Valio Yashira Challo Casa DNI N° 73009795 ;

presentado por: Yovana Tito Romera DNI N°: 47339756

Para optar el título Profesional/Grado Académico de
Licenciado en Enfermería

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por2... veces, mediante el
Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de**
Similitud en la UNSAAC y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de8.....%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	☒
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	☐
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	☐

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto
las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 04 de marzo de 2026

Himénez Paredes
.....

Firma

Post firma Dra. Cayrel Genoveva Timenez Paredes

Nro. de DNI 02431206

ORCID del Asesor 0000 - 0003 - 4725 - 5003

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: oid: ::: 27259 : 563476492

ADICCION A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCION EDUCATIVA ANTONIO R...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:563476492

Fecha de entrega

4 mar 2026, 6:58 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

4 mar 2026, 7:25 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

ADICCION A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCION EDUCATIVAdocx

Tamaño del archivo

3.8 MB

84 páginas

18.190 palabras

100.188 caracteres

8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 20 palabras)

Fuentes principales

- 4%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

PRESENTACIÓN

SEÑOR RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO

SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE ENFERMERÍA

En cumplimiento del reglamento de Grados y títulos de la Escuela Profesional de Enfermería, con la finalidad de optar el título profesional de Licenciado en Enfermería, ponemos a consideración la tesis de investigación titulada: “ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ANTONIO RAYMONDI - DISTRITO DE SAYLLA - CUSCO, 2025”.

Los resultados obtenidos en la presente investigación sean una fuente bibliográfica para futuras investigaciones relacionadas con el tema investigado.

Br. Challco Casa Valia Yashira

Br. Ttito Romacca Yovana

AGRADECIMIENTO

Nuestro reconocimiento se extiende a nuestra alma mater, la Tricentenaria Casa de Estudios Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, así como a las autoridades y docentes por acogernos y brindarnos la oportunidad de formarnos profesionalmente dentro de su comunidad científica y estudiantil.

Agradecemos de manera especial a la Facultad de Enfermería, a sus autoridades y docentes, por transmitirnos conocimientos teóricos y prácticos esenciales para el desarrollo de esta investigación. Valoramos su dedicación, profesionalismo y apoyo constante, además de reforzar valores fundamentales como la responsabilidad, la ética y la solidaridad, pilares para ofrecer en el futuro un cuidado humanizado.

Así mismo, hacemos llegar nuestro agradecimiento a nuestra asesora, Dra. Cayrel Genoveva Jiménez Paredes, por su paciencia, orientación y valiosos aportes que guiaron adecuadamente la elaboración de este estudio. Gracias por confiar en nosotras y nuestra capacidad.

Finalmente, extendemos nuestro sincero agradecimiento al director, docentes, padres de familia y estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi, por su colaboración y por permitirnos llevar acabo esta investigación en sus espacios de formación.

DEDICATORIA

Con profunda gratitud y devoción, elevo mi reconocimiento a Dios y a la Virgen del Carmen, quienes han sido mi guía, mi luz y mi fortaleza en cada paso de este camino. Su presencia ha sido el refugio espiritual que me sostuvo en los momentos de dificultad, brindándome esperanza, fe y consuelo en el trayecto hacia la meta.

Dedico esta tesis con todo mi corazón a mis papás Dani Marisa Casa y Balvino Challco, pilares fundamentales en mi vida. A través de su ejemplo de esfuerzo, responsabilidad y amor incondicional, sembraron en mí, valores que hoy me permiten alcanzar este logro. Su compañía constante, sus palabras de aliento y su confianza en mí han sido el impulso que me mantuvo firme en esta etapa.

A mis hermanos Willder Giovanny y Raúl Anhydrouw, por acompañarme y apoyarme en todo el proceso, por sus palabras de aliento, recordándome siempre que no estaba sola. También agradezco a mi pequeño sobrino Jared Santiago, por iluminar mis días e inspirarme a seguir adelante para que sea su tía que siempre lo apoyará en todo. A mi abuelita Vicenta Casa, por su amor, comprensión y por siempre estar conmigo.

A todos los que fueron parte de mi formación académica y profesional, al personal de salud de Paucartambo, personas que conocí y que me hicieron sentir valiosa durante mi estadía en la tierra bendita, gracias por todos los momentos gratos y satisfactorios.

A Peluche, Canela, Rico, Mara, Donatelo, Rocky y Romina por su compañía y amor incondicional durante este proceso lleno de sacrificios. Les dedico la culminación de mi trabajo y esfuerzo porque, aunque no logré romper las barreras del idioma que les permitan comprender esto, quiero que el mundo sepa lo importante que son para mí. Gracias por las amanecidas juntos y por convertirse en mi impulso para esforzarme más cada día.

Br. Challco Casa Valia Yashira

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso, Señor de Qoyllurit'i cuya fortaleza me sostuvo en mis momentos más desafiantes iluminando mi camino. A la Virgen Purificada que con esa luz serena guió mis pasos, alivió mis dudas y colmo de esperanza mis días donde el camino se hacía largo.

A mi querido angelito; papá Gregorio Ttito, sé que desde el cielo guías mis pasos, que en cada sacrificio hecho escuchaba tu voz alentándome a no rendirme e imaginándome tu cálido abrazo, fuiste mi inspiración. Aunque ya no te encuentres aquí, sé que festejas conmigo este triunfo que también es tuyo.

A mi hermosa mamá, Hilda Regina, por ser mi guía y mi refugio en cada instante de mi vida. Gracias por todo tu amor, principios y valores que me inculcaste, a tu sacrificio constante pese a tantas adversidades, cada triunfo en este trayecto de mi vida es por ti, sin tu presencia nada se hubiera hecho posible.

A mis queridos hermanos; María Zoraida, Jackeline, Gregorio y Franklin, por ser mi pilar incondicional; por su amor infinito, su apoyo en mis momentos difíciles; por ser mi motivación y creer siempre en mí. Gracias por enseñarme que la mejor manera de enfrentar los retos es con una sonrisa, y que todo esfuerzo y sacrificio es recompensado.

A Antonio mi confidente por su apoyo constante, cuya presencia calma mis días difíciles y de alegría mis triunfos. Gracias por acompañarme en cada paso que di en el transcurso de este camino.

Br. Ttito Romacca Yovana

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE.....	vi
INDICE DE TABLAS.....	viii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	5
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.1. Caracterización del problema	5
1.2. Formulación del problema.....	8
1.3. Objetivos de la investigación.....	8
1.4. Justificación.....	10
1.5. Área de estudio	11
CAPÍTULO II.....	12
MARCO TEÓRICO	12
2.1. Estudios previos.....	12
2.3. Marco conceptual.....	35
CAPITULO III.....	36
HIPOTESIS Y VARIABLES	36
3.1.- Hipótesis de la investigación.....	36
3.2. Variables de estudio.....	37
3.3. Operacionalización de variables	38
CAPÍTULO IV	40
DISEÑO METODOLÓGICO	40
4.1. Tipo, nivel y diseño de estudio.....	40
4.2. Población	41
4.3. Muestra	41
4.4. Criterios de inclusión y exclusión	42
4.5. Técnicas e instrumentos	43
4.6. Validez y confiabilidad de los instrumentos	44
4.7. Procedimiento de recojo de datos.....	46
4.8. Procedimiento de análisis de datos	46
CAPITULO V	47
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47

5.1. Resultados	47
5.2. Discusión.....	53
CONCLUSIONES	56
SUGERENCIAS	57
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	59
ANEXOS.....	64

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población de estudiantes de acuerdo con el grado que cursan de la Institución Educativa Antonio Raymondi.	41
Tabla 2: Matriz de muestreo estratificado según según el grado que cursan los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi.	42
Tabla 3: Confiabilidad del cuestionario de Adicción a redes sociales (ARS).....	44
Tabla 4: Confiabilidad de la escala de Autoestima de Rosenberg (EAR).....	45
Tabla 5: Características sociodemográficas de los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.....	47
Tabla 6: Descripción de la edad de los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.	48
Tabla 7: Nivel de adicción a redes sociales en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.....	49
Tabla 8: Nivel de autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.....	50
Tabla 9: Relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.....	50
Tabla 10: Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025..	52

RESUMEN

El uso continuo de las redes sociales no solo modifica nuestros hábitos, sino también la manera en que valoramos nuestra imagen y nuestras relaciones interpersonales, principalmente en adolescentes en edad escolar. El **objetivo** que es determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi – distrito de Saylla – Cusco, 2025. La **metodología** es no experimental con enfoque cuantitativo, de diseño transversal, de nivel descriptivo correlacional; realizado en una muestra de 118 estudiantes, empleándose el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) y la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR). Los **resultados** obtenidos indican donde el 51,7% de los estudiantes son de sexo femenino y el 35,6% cursan tercero y cuarto grado, con relación a la adicción a las redes sociales, el 75,4% presentan un nivel de adicción media y el 1,7% alcanza un nivel alto, con respecto a la autoestima, el 79,7% evidencia un nivel medio y el 0,8% alcanza un nivel bajo. En **conclusión**, existe una relación negativa y significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima demostrada con el estadígrafo de Spearman $Rho = -0,338$, $p = 0,000$; por tanto, podemos decir que al existir adicción a redes sociales este afecta de manera directa a la autoestima de cada estudiante.

Palabras claves: Adicción a redes sociales, Autoestima, Uso continuo, Autoimagen.

ABSTRACT

The continuous use of social media not only modifies our habits but also the way we value our image and interpersonal relationships, especially among school-aged adolescents. The objective of this study was to determine the relationship between social media addiction and self-esteem in students of the Antonio Raymondi Educational Institution in the Saylla district of Cusco, 2025. A non-experimental, quantitative, cross-sectional, descriptive-correlational methodology was used, conducted with a sample of 118 students. The Social Media Addiction Questionnaire (ARS) and the Rosenberg Self-Esteem Scale (EAR) were employed. The results indicate where 51.7% of the students were female, and 35.6% were in the third and fourth grades. Regarding social media addiction, 75.4% presented a medium level of addiction, and 1.7% reached a high level. With respect to self-esteem, 79.7% showed a medium level, and 0.8% reached a low level. In conclusion, a significant negative correlation exists between social media addiction and self-esteem, as demonstrated by Spearman's rho ($\rho = -0.338$, $p = 0.000$). Therefore, we can say that social media addiction directly affects each student's self-esteem.

Keywords: Social media addiction, Self-esteem, Continuous use, Self-image.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las redes sociales han transformado profundamente las dinámicas de interacción entre los adolescentes, especialmente entre los estudiantes de nivel secundario. Esta etapa del desarrollo se caracteriza por una búsqueda constante de identidad y pertenencia, lo que hace que los jóvenes recurran con frecuencia a plataformas digitales como Facebook, Instagram, TikTok y otras, no solo para entretenerse, sino también para construir relaciones y validar su autoimagen. Sin embargo, el uso excesivo y descontrolado de estas plataformas ha generado preocupaciones en torno a la posible presencia de conductas adictivas y sus implicaciones en la salud emocional de los estudiantes (1).

La adicción a las redes sociales se ha conceptualizado como un trastorno del comportamiento que implica una necesidad compulsiva de utilizar estas plataformas, a pesar de las consecuencias negativas que puedan derivarse en el ámbito académico, familiar o social (2). Esta problemática se vuelve aún más relevante al considerar su impacto en la autoestima, entendida como la percepción y valoración que un individuo tiene de sí mismo (3). En contextos escolares, los adolescentes que presentan baja autoestima pueden buscar validación constante a través de "me gusta", comentarios y reacciones, lo que puede generar una dependencia emocional hacia las redes sociales (4).

Diversos estudios han señalado que la comparación social frecuente, el miedo a perderse de algo (FOMO, por sus siglas en inglés), y la presión por mantener una imagen idealizada en redes sociales, pueden contribuir significativamente a la disminución de la autoestima en los adolescentes, estudiantes de secundaria, este fenómeno se manifiesta con mayor intensidad, ya que se encuentran en un periodo de vulnerabilidad emocional y construcción del autoconcepto (5).

Frente a esta realidad, resulta necesario investigar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria, con el fin de comprender los efectos que el entorno digital está ejerciendo sobre el bienestar psicológico de los jóvenes. Este análisis permitirá fundamentar propuestas de intervención orientadas al uso responsable de la tecnología y al fortalecimiento de

la autoestima como un factor de protección frente a conductas de riesgo en la adolescencia.

El objetivo es determinar la relación que existe entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi por todas estas consideraciones el trabajo presenta la siguiente estructura.

Capítulo I: En él se desarrolla el problema de investigación: caracterización del problema, formulación del problema, objetivos de la investigación, justificación y área de estudio.

Capítulo II: Comprende el marco teórico, estudios previos, bases teóricas, marco conceptual.

Capítulo III: Enfoca la hipótesis general y especifica así mismo la operacionalización de variables.

Capítulo IV: Donde se describe el diseño metodológico; el tipo, diseño y nivel de estudio; la población, muestra, criterios de inclusión y exclusión, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, procedimiento y análisis de datos.

Capítulo V: Comprende los resultados, discusión, conclusiones y sugerencias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Caracterización del problema

En la situación actual en el cual vivimos la sociedad ha generado un nuevo sistema de comunicación mediante las redes sociales, debido al cambio de generación y el avance tecnológico que cada vez todas las personas tienen más acceso desde donde se encuentren, una de las interacciones es mediante el uso de la red social a través de sus distintas plataformas de interacción, ya que esta actividad forma parte de nuestro día a día mucho más ahora con la era de la digitalización. Esta situación conlleva a los estudiantes a hacer un uso más continuo de las plataformas de comunicación social, mediante las redes sociales participan para realizar algunas actividades como las clases virtuales, comunicación con familiares a distancia, interacción con personas locales e internacionales y el emprendimiento con diversos contenidos propios de la actualidad. Pero a su vez el uso desmedido de estas redes sociales ha afectado en gran medida el desarrollo normal de algunas otras actividades, tanto que se ve afectada la autoestima desde un punto de aceptación en la red social.

La adicción a redes sociales según Andreassen se define como: “Un problema que puede provocar que las personas estén continuamente enfocadas en encontrar la manera de conectarse, con el fin de aliviar sentimientos de ansiedad, frustración o dificultades personales” (6).

Según Rosenberg M. autoestima se define como: “Un sentimiento hacia uno mismo, que puede ser positivo o negativo, el cual se construye por medio de una evaluación de las propias características” (7).

La autoestima según Navarro SM. Es definida como: “El sentimiento valorativo de nuestro ser, el juicio que hacemos de nosotros mismos de nuestra manera de ser de quienes somos del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad determina nuestra manera de percibirnos y valorarnos y moldea nuestra vida” (8).

La autoestima según García AR, es: “La actitud hacia uno mismo, si la complementamos como una actitud refiriéndonos a la forma habitual de pensar, amar, sentir y comportarse consigo mismo, para enfrentarnos con nosotros mismos por el cual ordenamos nuestras experiencias” (9).

En un estudio realizado en una Institución Educativa privada de Arequipa por Valdez sobre la adicción a redes sociales y la relación existente con la autoestima en adolescentes se presenta que existe un 23% con un nivel de adicción a redes sociales “Alta” que posee baja autoestima; asimismo un 18.4% con un nivel de adicción a redes sociales “Medio” que posee una baja autoestima (10).

El estudio realizado por Sahagún et al. (11) sobre la adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en una institución mexicana evidenció que la adicción a redes corresponde al 66,7% y autoestima normal que fue de 37,3% y problemas de autoestima es de 62,7%.

La UNESCO, en un estudio realizado sobre Facebook donde el 32% de los escolares se sienten mal con los cuerpos que tienen, que a causa de Instagram se sienten peor y también resalta que la adicción a TikTok que se caracteriza por los videos de corta duración y llamativo, estos modelos de redes sociales puede intervenir en los hábitos de aprendizaje, la atención, la aceptación y bienestar de cada uno, dificultando en sus actividades diarias (12).

Según el informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el uso inadecuado de las redes sociales entre adolescentes ha registrado un notable incremento en los últimos años, de acuerdo con un informe sobre comportamientos relacionados con la salud en escolares de 13 y 15 años, realizado en 44 países y regiones de Europa, Asia Central y Canadá, la proporción de jóvenes afectados creció del 7 % en 2018 al 11 % en 2022, siendo más frecuente entre las chicas (13 %) que entre los chicos (9 %) (13).

Diversas manifestaciones de los estudiantes de la institución de nivel secundario Antonio Raymondi de Saylla, indicaron que se sienten inquietos e impacientes cuando no pueden acceder a redes sociales y es primordial para ellos participar activamente de las transmisiones de las personas que siguen o admiran, algunos

estudiantes cuentan que les cuesta realizar una planificación adecuada para llevar a cabo sus estudios debido a que constantemente sienten la necesidad de utilizar la red social y así mismo describen dificultades al momento de concentrarse en sus actividades académicas, por esta razón expresan que, debido a ello, no se sienten muy orgullosos de sí mismos, al percibirse como personas incapaces de merecer el respeto de los demás, muchos de estos estudiantes también afirman sentirse mal, este uso adictivo de las plataformas de redes sociales causa un problema en la vida estudiantil, ausencia o poca comunicación con docentes y compañeros de clase, los cuales indican que no sienten necesidad de transmitir sus emociones hacia los demás, los estudiantes creen encontrar un refugio emocional en el uso de las redes sociales confiando más en lo encuentran en estas plataformas, viendo que esas interacciones se adecuan más a su personalidad, lo que termina por debilitar la confianza en su entorno familiar como en ellos mismos; así mismo, los estudiantes han reportado molestias físicas derivadas por el uso excesivo de estas plataformas, como dolores en las muñecas, espalda, cuello, fatiga visual y cansancio general; A pesar de ello, ellos indican que interactúan constantemente en las redes sociales donde encuentran información de sus amistades o extraños; tales como fotos, videos, historias, estados, emprendimientos, ayudas comunitarias, viajes turísticos, y muchas otras publicaciones que encuentran su interés para mantenerse al día. Indican que, sin ninguna interacción social mediante estas plataformas, los estudiantes llegan a sentir ansiedad sin importar su bienestar física y emocional, afectando seriamente a la autoestima que tenían antes de ser dependientes de estas redes.

Los docentes de la Institución Educativa señalan que los estudiantes muestran poco interés por las clases impartidas, situación que se atribuye al uso excesivo de las redes sociales, incluso de manera oculta durante el horario escolar. Como consecuencia, el nivel de concentración es mínimo, lo que provoca una disminución progresiva en las calificaciones. Asimismo, se observa que esta problemática afecta negativamente la autoestima de los alumnos y contribuye al incremento de la inseguridad emocional tanto dentro como fuera del aula.

Por último, se observa que los estudiantes utilizan con más frecuencia las redes sociales populares como Facebook, WhatsApp, Instagram y TikTok para ocupar su

tiempo, ellos reconocen que actualmente dependen en gran medida de los medios tecnológicos para informarse, comunicarse o entretenerse, si bien destacan ciertas ventajas, tales como la posibilidad de establecer comunicación inmediata con otras personas desde cualquier otro lugar. La autoestima de estos adolescentes tiende a fluctuar en función de la aceptación que reciben en las redes sociales, lo que vuelve difícil de evaluar con precisión su nivel de amor propio.

1.2. Formulación del problema

Problema general

¿Qué relación existe entre la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025?

Problemas específicos

- 1.- ¿Cuáles son las características sociodemográficas de los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025?
- 2.- ¿Cuál es el nivel de adicción a redes sociales en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025?
- 3.- ¿Cuál es el nivel de autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025?
- 4.- ¿Qué relación existe entre las dimensiones de la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025?

1.3. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025

Objetivos específicos

- 1.- Identificar las características sociodemográficas de los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.
- 2.- Estimar el nivel de adicción a redes sociales en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.
- 3.- Medir el nivel de autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.
- 4.- Relacionar las dimensiones de la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025

1.4. Justificación

La presente investigación aborda una problemática actual que afecta directamente a los adolescentes en etapa escolar: la adicción a las redes sociales. En los últimos años, se ha observado un incremento significativo en el tiempo que los estudiantes de secundaria dedican a estas plataformas digitales, muchas veces en perjuicio de sus actividades académicas, familiares y sociales. Este uso excesivo puede desencadenar consecuencias negativas en su bienestar emocional, entre ellas la disminución de la autoestima, entendida como la valoración que cada persona hace de sí misma y que constituye un pilar fundamental en el desarrollo de la personalidad.

Asimismo, resulta importante indagar sobre esta relación porque los adolescentes se encuentran en una etapa crucial de construcción de identidad, donde la aprobación social y la interacción con sus pares tienen un peso determinante. En este sentido, la constante exposición a comparaciones, validaciones externas a través de "me gusta" o comentarios, y la presión por mantener una imagen idealizada en redes sociales, puede afectar la percepción que los estudiantes tienen de sí mismos, condicionando su seguridad personal, sus relaciones interpersonales y su rendimiento escolar. Esta conducta lejos de ser inofensiva puede convertirse en un factor que influye negativamente en la autoestima de los adolescentes.

Por estas razones, es importante resaltar la relación de las variables de estudio para generar conocimiento que permita abordar de forma preventiva y formativa los riesgos asociados al uso desmedido de estas plataformas sociales. Asimismo, los hallazgos que se obtengan podrán servir de base estadística y de información para sugerir al señor director y docentes que realicen programas educativos para los estudiantes y así fortalecer el bienestar emocional y fomentar una autoestima positiva entre los estudiantes.

1.5. Área de estudio

El área de estudio de dicha investigación es la Institución Educativa Antonio Raymondi, con código modular: 0621300, código de local educativo: 148841, forma de atención: escolarizada, código de DRE o UGEL que supervisa la Institución: 080001 perteneciente a la UGEL Cusco, se encuentra a una altitud de 3050 m.s.n.m, situada al sur de Cusco específicamente en el distrito de Saylla, provincia de Cusco, departamento de Cusco, referencia frente a la municipalidad distrital de Saylla. Es una Institución educativa pública el cual ofrece servicios educativos solo a nivel secundaria.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estudios previos

Soria P. et al.- “Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes” Ecuador, 2023. Objetivo: Determinar la relación existente entre adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de la unidad educativa San Luis Gonzaga. Metodología: Cuantitativa, descriptiva, correlacional de corte transversal, la población es de 406 adolescentes, se aplicó un cuestionario de Adicción a redes sociales (ARS), que consta de 24 ítem, también se utilizó la escala de autoestima de Rosenberg con 10 ítems ambos con escala tipo Likert. Resultados: Se muestra la existencia de una correlación negativa entre el factor obsesión por mantenerse conectado a las redes sociales y la autoestima, en cambio, los factores de modificación del estado de ánimo y uso excesivo de redes existe una correlación positiva con la autoestima. Conclusión: Se identificó que la población con mayor vulnerabilidad para desarrollar adicción a las redes sociales es el grupo adolescente que se encuentra en la etapa entre la niñez y la vida adulta (14).

Collantes K. et al.- “Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios”, Ecuador, 2023. Objetivo: Determinar la relación que existe entre adicción a redes sociales y autoestima. Metodología: Cuantitativa, diseño no experimental correlacional simple, muestra de 280 estudiantes, instrumento Escala de autoestima de Rosenberg y Social Media Addiction Scale; Resultados: 37,0% presenta adicción moderada, 82,5% presenta ligeramente baja autoestima; Conclusión: No se halló una relación significativa entre adicción de redes sociales y la autoestima (15).

Battistesa N. et al.- “Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes de zona oeste del Gran Buenos Aires”, Argentina, 2023. Objetivo: Determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes de zona oeste del gran buenos aires. Metodología: Cuantitativa, diseño no experimental, descriptiva, correlacional, muestra de 179

participantes, instrumentos Escala de autoestima de Rosenberg y la Escala de adicción a redes sociales (ARS); Resultados: 45,9% jóvenes muestran un autoestima bajo, 53,1% adultos jóvenes muestran un autoestima alto, 21,53% de adicción en jóvenes, 17,05% de adicción en adulto joven; Conclusión: Se estableció la presencia de una relación significativa entre las variables autoestima y la adicción a las redes sociales, podría ser un resultado inverso a un elevado grado de adicción a redes sociales estaría asociada a bajo autoestima (16).

Iglesias A. et al.- “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Privada de Lima Norte”, Lima, 2022. Objetivo: Determinar la relación que existe entre la adicción de redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la secundaria de la Institución Educativa Privada Lima Norte. Metodología: Cuantitativo, diseño no experimental, tipo descriptivo correlacional, muestra de 216 alumnos, instrumento Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS-6) y la Escala de autoestima de Rosenberg (EAR); Resultados: 64,8% muestran un uso moderado de las redes sociales y el 52,7% muestran un nivel moderado de autoestima; Conclusión: Se identificó una correlación baja entre las variables adicción a redes sociales y autoestima (17).

Valdez M.- “Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa de Magdalena de Mar”, Lima, 2021. Objetivo: Determinar la relación existente entre la adicción a las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la Institución Educativa de Magdalena de Mar; Metodología: tipo descriptivo correlacional, con una muestra de 196 alumnos entre varones y mujeres, instrumentos Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) y Test de Autoestima de Coopersmith; Resultados: 67,3% de estudiantes se encuentran en un nivel medio de adicción a las redes sociales y en cuanto al autoestima según a las dimensiones se hallan en una categoría baja con 62,8% en familia, 53% en emociones y 49% en identidad personal en lo que en autoestima general se halla en el nivel bajo; Conclusión: Se evidenció que existe una relación significativa entre ambas variables (18).

Condemaita B.- “Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui aplicación UNA – Puno, 2022”. Objetivo: Determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la IE José Carlos Mariátegui UNA – Puno; Metodología: tipo descriptivo y correlacional con enfoque cuantitativo de corte transversal no experimental, con una población de 314 estudiantes donde la muestra es de 173 estudiantes de la institución mencionada, la técnica utilizada fue la encuesta, se aplicó el cuestionario de adicción a redes sociales y la escala de autoestima de Rosenberg; Resultados: la investigación revela una correlación Rho Spearman de 0,319 entre las dos variables, con un valor de $p = 0,000 < 0,05$, también se reveló que el 30,1% de los estudiantes encuestados tienen mayor prevalencia en el uso excesivo de las redes sociales y presentan una autoestima media; Conclusión: existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y a la autoestima de los estudiantes (19).

Sal R. et al.- “Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una Institución Educativa pública del distrito de Puente Piedra, Lima, 2022”. Objetivo: determinar la relación entre la adicción a redes sociales y el autoestima en estudiantes de una Institución educativa de Lima; Metodología: tipo correlacional de corte transversal no experimental, con una población total de 850 estudiantes y la muestra utilizada es de 100 estudiantes de dicha institución, se aplicó el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) y el test de autoestima de Rosenberg; Resultados: se evidenció que el 60% de los estudiantes presentó una adicción baja, el 54% mostró una autoestima elevada, por medio de la R de Pearson se obtuvo una correlación negativa baja; Conclusión: se revela que mientras más insistencia se presente por el uso sin medida de las redes sociales, es muy probable que exista la carencia en la autoestima (20).

Vargas L.- “Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de dos colegios estatales en San Juan de Miraflores, 2022”. Objetivo: Hallar la relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de nivel secundario; Metodología: tipo descriptivo correlacional, no experimental, se tuvo una muestra de 300 estudiantes de ambas instituciones, se aplicó el test de autoestima de Rosenberg y el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS);

Resultados: se evidenció que el 37% de estudiantes logró un índice muy alto de adicción a redes sociales y el 52,7% obtuvo una baja autoestima, también se halló una correlación negativa y con intensidad alta de $p < 0,05$; $r = - 0,792$; Conclusión: se evidencia que a mayor adicción a redes sociales el autoestima de los estudiantes será más baja (21).

Tincahuallpa R.- “Las redes sociales en la autoestima de los estudiantes de educación secundaria de una Institución Educativa, Cusco 2021”. Objetivo: determinar la influencia del uso de redes sociales y la autoestima en estudiantes de la Institución Educativa del cusco; Metodología: enfoque cuantitativo de nivel correlacional de diseño no experimental, la población fue de 525 estudiantes de nivel secundario, con una muestra de 61 estudiantes de tercer grado de secundaria, se aplicó el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) y el inventario de autoestima en el medio escolar; Resultados: Se mostró la existencia de un grado de influencia de las redes sociales en la autoestima de los estudiantes; Conclusión: tener acciones preventivas para evitar problemas emocionales en un futuro y también posibles adicciones al uso de redes sociales y la influencia en la autoestima de los estudiantes (22).

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Adicción a redes sociales

Adicción

Definir la adicción a las redes sociales en estos tiempos puede causar mal interpretaciones ya que el término adicción puede ir asociado al alcoholismo drogadicción; sin embargo, estudios en estos temas demuestran que tienen bastantes aspectos en común por lo que se tiene mucho cuidado al caer en el uso excesivo de las redes. Es decir, la adicción se define como una afición patológica lo cual trae muchas consecuencias negativas como la dependencia y la pérdida de interés por otras actividades, en este caso interfiere más que todo en la vida escolar y familiar (23).

El comportamiento de una persona con adicción se ve reflejada en el cambio de su personalidad ya que perdió el control de sus acciones y se puede asociar con una obsesión por realizar una actividad en concreto, una persona normal hace el uso de las redes sociales para interactuar con los demás más que todo por necesidad, por otro lado, una persona adicta hace el uso de las redes sociales para sentir un alivio emocional de esta forma tranquiliza su paz interior evitando el aburrimiento, el nerviosismo y hasta controlar la ira (23).

La adicción es una condición que afecta tanto al cuerpo como al estado emocional de la persona, generando una fuerte dependencia o necesidad hacia una sustancia, una conducta o incluso un vínculo interpersonal; se manifiesta a través de diversos signos y síntomas, en los que intervienen aspectos biológicos, genéticos, psicológicos y sociales (24).

Es una enfermedad crónica y potencialmente mortal, que se caracteriza por la pérdida constante de control, alteraciones en la forma de pensar y una resistencia a reconocer el problema (25).

Redes Sociales

Son parte del desarrollo del internet a medida que se vieron las necesidades de interacción entre personas se crearon las redes sociales, las siguientes son algunas que se utilizan en nuestro ámbito local, Facebook, TikTok, Twitter e Instagram. Surgieron a partir de las relaciones virtuales vía internet de las personas, en las cuales se puede conversar, compartir opiniones, debatir temas, o simplemente usarlo de manera de ocio (26).

En ese entender la red social está conformada por personas que interactúan mediante plataformas de redes sociales del internet, a su vez se puede diferenciar el objetivo por el cual interactúan ya sea el ámbito social, laboral, educativo, deportivo, entre muchas otras. En dichas interacciones encuentran soluciones a sus problemas y satisfacen sus expectativas que tienen al unirse a alguna red en específico que tengan intereses en común (26).

Más que todo, las redes sociales en su gran porcentaje lo hacen uso los adolescente y jóvenes de la sociedad, sin embargo, no es exclusivo para esta población, ya que lo pueden usar desde niños hasta adultos mayores que sin problema se adaptan a estas nuevas tecnologías para entablar nuevas relaciones con personas de distintos lugares; en general las redes sociales lo pueden usar cualquier persona que tenga acceso a internet, su uso positivo o negativo dependerá mucho del tiempo y el tema que se tenga en interés (26).

Aunque las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están diseñadas para facilitarnos la vida, en realidad pueden complicarla considerablemente. En los adolescentes, en particular, estas tecnologías pueden dejar de ser simples herramientas para convertirse en fines en sí mismos. El deseo constante de adquirir el modelo más reciente de teléfono móvil o reproductor de música puede transformarse en una obsesión. Además, cuando los jóvenes ven en las TIC la principal fuente de satisfacción personal, esto puede revelar una necesidad interna muy intensa. De manera similar, las redes sociales pueden atrapar a muchos adolescentes, ya que la realidad ficticia que presentan impacta su manera de ser, fomentando el desarrollo de identidades falsas y provocando la pérdida de vínculos reales con los demás o una visión distorsionada de la realidad (27).

Independientemente de si intervienen o no sustancias químicas, cualquier actividad realizada de manera excesiva puede desembocar en una adicción, ya que la conciencia del individuo se reduce, al igual que su variedad de intereses; además, la adicción, entendida como una inclinación patológica, convierte a la persona en alguien dependiente; de hecho, quienes desarrollan una adicción ven afectadas su salud y sus relaciones con familiares y compañeros escolares, todo ello originado en comportamientos cotidianos que inicialmente parecían inofensivos (28).

El estudio llevado a cabo por Herrera y colaboradores identificó que la adicción a las redes sociales puede provocar diversas dificultades, entre ellas depresión, baja asertividad, problemas en la interacción con los pares, dificultades al hablar en público y en las relaciones familiares. Además, se observó que aquellos con niveles más altos de adicción, especialmente a Facebook, tendían a mostrar síntomas depresivos, falta de asertividad, y presentaban obstáculos para comunicarse en público y mantener vínculos sólidos con familiares y amigos. Asimismo, evidenciaban inseguridad, producto de una baja motivación derivada del temor al fracaso (29).

Tipos de redes sociales

Cuando se hace referencia a las redes sociales, se alude a diversas plataformas que ofrecen a las personas la posibilidad de comunicarse y relacionarse con otros, ya sean compañeros de colegio, amigos de barrio, familiares o incluso desconocidos; estas redes permiten mantener conversaciones, compartir fotografías y contenidos personales, debido a la amplitud del público que las utiliza, especialmente los adolescentes, existe un conjunto de plataformas más populares y concurridas por la población ya mencionada.

Las plataformas sociales más utilizadas por los adolescentes y jóvenes peruanos en los últimos cinco años, fueron: Facebook (94%), WhatsApp (86%), YouTube (62%), Instagram (60%), Messenger (60%), Twitter (29%), resultados según estudios de Ipsos Perú, además, el 37% de jóvenes entre 21 a 37 años usa la plataforma de Netflix y en la plataforma de música Spotify el 26% (30).

Clasificación por tipos de redes sociales

Actualmente existen distintos tipos de redes sociales, que se dividen según su enfoque principal:

- **Redes sociales horizontales** → Dirigido a un público amplio y sin ningún tema en específico, utilizado para la creación de comunidades,

comunicación personal o marketing masivo; por ejemplo, Facebook, Instagram, WhatsApp, etc (31).

- **Redes sociales verticales** → Se encamina a temas específicos, empleado en marketing segmentado y Networking dentro de comunidades especializadas; por ejemplo, literatura, deportes, música, teatro, etc (31).
- **Redes de contenido compartido** → Se especializa en plataformas audiovisuales, creadores de contenido y consumidores multimedia, también se monetiza el contenido y marketing de influencia; tales como, YouTube, multimedia, Pinterest (31).
- **Redes profesionales** → Se relacionan con diseños para mantener una red de contactos profesionales (networking), desarrollo laboral (LinkedIn) (31).
- **Redes de ocio y entretenimiento** → Su funcionalidad se centra en el contenido viral y diversión y entretenimiento para usuarios adolescentes y jóvenes en busca de contenido viral; por ejemplo, Tik tok (videos cortos y tendencias culturales), Twitch (transmisiones en vivo, especialmente en comunidad gamer) (31).

Adicción a redes sociales

De acuerdo al uso que se le dé a las redes sociales podemos calificarlo como positivo o perjudicial, casos donde los adolescentes hacen uso excesivo del internet mediante las plataformas de redes sociales dejando de lado sus deberes y obligaciones que representan a un porcentaje de los que están expuestos a los peligros de las redes, sin embargo también existe el lado bueno de uso de las redes sociales para las comunicaciones e investigaciones, en definitiva el potencial del internet depende del monitoreo de su uso por parte de un adulto responsable (32).

Factores de riesgo de la adicción a redes sociales

La adicción a las redes sociales está influenciada por múltiples factores de riesgo, entre los que se encuentran aspectos psicológicos, sociales y contextuales, entre los más relevantes se incluyen la vulnerabilidad

emocional, el estrés, la disfunción familiar, la presión del entorno, la soledad, el aburrimiento, la baja autoestima y la tendencia a postergar responsabilidades; además, el fácil acceso a internet y la necesidad constante de comunicación refuerzan estos patrones de conducta (33).

Factores de riesgo específicos:

- Vulnerabilidad emocional: La presencia de baja autoestima, ansiedad o síntomas depresivos puede hacer que las personas busquen consuelo en el entorno digital.
- Estrés: Muchas personas recurren a las redes como una vía de escape frente a situaciones estresantes.
- Entornos familiares inestables: La ausencia de contención o apoyo en el ámbito familiar puede incrementar el uso de redes como medio de compensación afectiva.
- Presión del grupo: La necesidad de sentirse aceptado y formar parte de un grupo puede provocar un uso excesivo de estas plataformas.
- Aislamiento social: La carencia de vínculos sociales reales puede impulsar la búsqueda de conexión en entornos virtuales.
- Aburrimiento: Las redes se utilizan como una forma rápida y accesible de entretenimiento, especialmente en momentos de inactividad.
- Autoestima deficiente: El deseo de obtener aprobación y reconocimiento digital puede llevar a una dependencia progresiva.
- Procrastinación: Muchas personas usan las redes como excusa para evitar deberes y responsabilidades.
- Acceso constante a internet: La disponibilidad permanente de conexión facilita y promueve el uso excesivo.
- Necesidad de comunicación constante: La urgencia de mantenerse en contacto con los demás puede convertirse en una forma de dependencia.
- Etapa adolescente: Los cambios emocionales, sociales e intelectuales que ocurren en esta etapa pueden aumentar la necesidad de socialización en línea.

- Imagen corporal: La exposición continua a estándares de belleza en redes puede distorsionar la percepción del cuerpo y propiciar conductas de riesgo como los trastornos alimentarios.
- Déficit en habilidades sociales: La interacción digital puede sustituir la comunicación cara a cara, afectando el desarrollo social.

Criterios para la adicción a redes sociales

- Modelo teórico propuesto por Griffiths

Griffiths plantea que tanto las adicciones relacionadas con el uso de redes sociales como aquellas vinculadas al consumo de sustancias se desarrollan dentro de un marco biopsicosocial; además, ambas comparten una sintomatología similar, esta semejanza permite comprender mejor el origen y evolución de estas conductas adictivas, facilitando la aplicación de conocimientos y criterios clínicos ya establecidos para las adicciones químicas a otros tipos de comportamientos adictivos; así, muchas conductas compulsivas encuentran respaldo en la terminología médica tradicionalmente utilizada para describir la dependencia a sustancias (34).

- Saliencia: Se refiere a aquellas actividades que adquieren una importancia central en la vida de una persona, llegando a influir profundamente en su forma de pensar, sentir y comportarse.
- Cambios de humor: Este concepto hace referencia a las variaciones emocionales que experimenta una persona cuando se involucra en una actividad adictiva. Generalmente, dicha actividad provoca un aumento del estado de ánimo y actúa como una vía para aliviar el malestar emocional.
- Tolerancia: Se refiere a la necesidad de aumentar constantemente la frecuencia o duración de una actividad para lograr el mismo nivel de satisfacción o estímulo emocional.
- Síndrome de abstinencia: Consiste en alteraciones emocionales y físicas, como irritabilidad o ansiedad, que aparecen cuando se reduce o interrumpe una actividad que solía realizarse con frecuencia.

- Conflicto: Hace alusión a los problemas que surgen tanto en el ámbito interpersonal como en el personal debido al uso excesivo de una actividad. En las adicciones a redes sociales, esto se evidencia cuando una persona reconoce que ha deteriorado relaciones con amigos o seres queridos por el uso constante de estas plataformas, pero no puede dejar de usarlas.
- Recaída: Se refiere a la sensación de pérdida de control que experimenta una persona al retomar el uso excesivo de una red social, después de haber estado alejada de ella por un tiempo.
- Modelo teórico de young

De acuerdo con Young, diversos modelos y factores psicológicos influyen en la formación de hábitos adictivos; en particular, las aplicaciones que permiten una interacción social directa, como las redes sociales, tienen un mayor potencial adictivo, las personas que desarrollan dependencia hacia estas plataformas suelen proyectarse a sí mismas a través del uso constante de estas herramientas digitales (35).

A diferencia de los usuarios que no presentan conductas problemáticas, quienes generalmente utilizan internet con fines informativos o para mantener vínculos ya establecidos, los usuarios dependientes tienden a buscar nuevas conexiones e interacciones, priorizando el contacto con personas desconocidas, esta conducta se sustenta en tres áreas principales de refuerzo que favorecen el uso compulsivo de las redes (35).

- Apoyo social: Muchas personas encuentran más sencillo y rápido establecer vínculos con otros a través del entorno digital, ya que la interacción online ofrece anonimato, inmediatez y ausencia de juicio directo, lo que facilita la conexión, especialmente con desconocidos (35).
- Satisfacción sexual: Algunas redes sociales permiten la exploración de deseos sexuales en un entorno libre, rápido y anónimo, lo que resulta atractivo para ciertos usuarios, este tipo de interacción puede ser especialmente relevante para quienes no se sienten cómodos con su apariencia física en la vida real (35).

- Creación de una personalidad ficticia: El uso intensivo de internet y redes sociales permite a algunos usuarios construir una imagen falsa de sí mismos, proyectando una versión idealizada que no corresponde con la realidad, esto les sirve como estrategia para obtener validación, reconocimiento o una sensación de control frente a los demás (35).

Características de la adicción a redes sociales

Sánchez señala que las personas con adicción a las redes sociales presentan una serie de síntomas característicos (36). Estos incluyen:

- Pérdida de control emocional y cognitivo: La persona se ve dominada por su propio comportamiento en relación con el uso de redes sociales.
- Aumento progresivo del tiempo de uso: Se requiere cada vez más tiempo dedicado a las redes para alcanzar satisfacción.
- Síntomas de abstinencia: Experimenta malestar o irritación si no puede acceder a internet o si se interrumpe su conexión.
- Alteración del estado emocional: Predominan emociones negativas como la ansiedad y el enfado debido a la implicación constante en estas actividades.
- Conflictos interpersonales y abandono de responsabilidades: El uso excesivo genera tensiones con familiares o compañeros, además de descuidar deberes en el ámbito familiar, escolar o laboral.
- Reacciones extremas: Muestra irritabilidad si no puede conectarse, y una marcada euforia cuando logra hacerlo.
- Engaño sobre el uso: Miente respecto al tiempo real que pasa conectado o sobre las actividades que realiza en línea.
- Dependencia persistente: Aunque no esté conectado, sigue sintiendo la necesidad de estarlo o piensa constantemente en ello.
- Distorsión de la verdad: La persona minimiza u oculta la cantidad de tiempo que dedica a las redes sociales o disfraza el tipo de actividades que realiza en ellas.
- Pensamiento constante en redes: Aunque no esté conectado, sigue reflexionando o conversando con personas cercanas acerca de lo que

ocurre en las plataformas digitales, lo que evidencia una preocupación constante por el contenido de estas.

Las adicciones se desarrollan de forma progresiva, hasta que la persona pierde por completo el control sobre su comportamiento, este proceso da lugar a una serie de síntomas específicos que permiten distinguir la adicción de otros trastornos o dificultades conductuales que pueden surgir en la vida cotidiana (36).

Dimensiones de la adicción a redes sociales

La adicción a las redes sociales se puede entender a través de varias dimensiones que la caracterizan, entre las cuales se incluyen la obsesión, la falta de control en su uso, y el uso excesivo; además, se ha identificado una dimensión relacionada con la necesidad constante de estar informado y conectado (37).

- Obsesión por las redes sociales: Se evidencia en la necesidad compulsiva de revisar las redes sociales en momentos inapropiados y en la preocupación constante por el contenido y las interacciones en ellas.
- Falta de control en el uso de las redes sociales: Se refiere a la incapacidad de reducir el tiempo de uso, incluso cuando se desea hacerlo, y a la persistencia de la adicción a pesar de las consecuencias negativas.
- Uso excesivo de las redes sociales: Esta dimensión implica dedicar un tiempo excesivo a las redes sociales, lo que lleva al descuido de otras responsabilidades importantes, como el trabajo, los estudios o las relaciones interpersonales.

2.2.2. Autoestima

La autoestima es el sentimiento que una persona tiene hacia sí misma, y refleja la necesidad fundamental de aceptarse y quererse, también puede entenderse como la capacidad para enfrentar las adversidades de la vida, fortaleciendo una forma de

pensar positiva y realista sobre uno mismo; de este modo decimos que cuanto más nos aceptamos y nos valoramos como persona mayor será nuestro desempeño dentro de la sociedad, este surge a través de la felicidad lograda como un triunfo de nuestros principios que nos ayuda a desarrollarnos alcanzando nuestras metas y haciendo valer y respetar nuestros derechos (38).

La autoestima es una valoración esencial para el ser humano que tiene que ver con el bienestar personal y la aceptación de uno mismo tal cual es, según diversos autores podemos definirlo desde distintos puntos de vista (39).

Se puede distinguir dos grandes componentes dentro de la autoestima que están relacionadas entre sí; primero, tenemos a la confianza que una persona siente frente a las adversidades y desafíos que se presente en la vida, esto conlleva a desarrollar nuestro ser en cuanto al aprendizaje y toma de decisiones; y el segundo es la capacidad que tenemos para entender que somos merecedores del respeto propio y del sentimiento de la felicidad de esta manera satisfacer nuestra necesidad de vivir en tranquilidad y armonía (38).

Significado de la Autoestima

- Las raíces del Autoestima como necesidad: A lo largo del tiempo en el desarrollo de la humanidad surge una necesidad de sobrevivir con el entorno y saber utilizar adecuadamente nuestra inteligencia es vital para el bienestar de nuestra especie, cada persona tiene una personalidad diferente a las demás y tiene su capacidad esencial del uso adecuado de su conciencia, de esta forma cada individuo se comporta de manera natural frente a situaciones donde deba mostrar sus pensamientos y sentimientos (38).
- La Autoestima y el Orgullo: Se diferencian básicamente en la funcionalidad que desempeñan para la satisfacción de una necesidad, en cuanto a la autoestima está ligada a los planes que tiene para realizar una acción, mientras que el orgullo surge mediante el logro de alguna acción que conlleva a sentirse satisfecho emocionalmente por ello (38).
- La Autoestima y la ilusión: A menudo cuando nos sentimos con baja autoestima, nuestro ser tiende a ser manipulada generalmente por el miedo

de sentir rechazo por falta de confianza a nosotros mismos, este hecho puede llegar a ser peligroso siempre y cuando tengamos una definición mala de nuestra persona de modo que llegamos al punto de sentir impotencia al momento de querer transmitir nuestros sentimientos (38).

- **Faz de la Autoestima:** La autoestima se manifiesta de manera directa y honesta, y puede expresarse de mediante el afecto ligadas a las actitudes que tiene cada uno, de manera que se disfruta al desenvolverse dentro las interacciones que se da garantizando el bienestar propio y de los demás además se puede apreciar mediante los gestos y movimientos corporales que nos pueden indicar la forma natural en el que uno actúa (38).

Importancia de la Autoestima

La autoestima es fundamental y es vital para las personas, ya que influye de manera directa en nuestro crecimiento individual. Es esencial mantenernos constantes en lo que queremos, porque la autoestima no solo va a afectar el aspecto psicológico, sino también puede darse un impacto en otras áreas de nuestra vida, como nuestra económica. para que cada uno puede estar sujeta a un mundo cada vez distinto de esa manera contar con una autoestima sólida nos permite adaptarnos mejor y enfrentar los desafíos con seguridad y determinación (40).

Componentes de la Autoestima

Dentro del desarrollo general de nuestra autoestima observamos que existen tres componentes fundamentales que a su vez están interrelacionados, de manera que si tomamos en cuenta cada uno de ellos el nivel de nuestra autoestima se verá mejor estimulada (38):

- **Cognitivo:** A medida que maduramos nuestra capacidad cognitiva se acentúa más, llegando a comprender de mejor manera a nosotros mismo y llegando a la aceptación del yo interno que tenemos; la confianza en nosotros mismos se ve reflejada en base a nuestras creencias, cultura, nivel socioeconómico y nuestras capacidades intelectuales que nos ayudan a interpretar de mejor manera la situación en la que nos encontramos (38).

- **Afectivo:** Está basada en los sentimientos que adquirimos en los hogares, barrios, escuelas y a lo largo con la convivencia en sociedad, es este componente destaca la auto aceptación, la admiración, el afecto, gozo, sufrimiento y dolor, se distingue que es lo favorable y desfavorable según las necesidades que tenemos, de esta manera encaminamos nuestras metas según los valores aprendidos (38).
- **Conductual:** Es la manera como nos desenvolvemos frente a las demás personas en busca de aceptación y de ganar respeto según nuestras actitudes mostradas, en esta etapa merecemos ser reconocidos como persona y nuestra autoafirmación definirá la consideración que tendrán hacia nosotros (38).

Características de la autoestima

- **Autoestima baja:** Generalmente las personas con una autoestima baja tienden a manifestar un estado de ánimo cambiante claramente vulnerables a ser rechazados y ser objeto de críticas y burlas, ya que tienen una identidad inestable y poca confianza en sí mismos; en ámbitos de socialización son personas temerosas e inseguras de tomar iniciativas incapaces de liderar o sobresalir para afrontar dificultades del entorno (41) .

En cuanto al autoestima de los estudiantes se considera variable ya que depende a la situación en la que se encuentran, puede variar desde lo más leve como pequeñas inseguridades de interactuar entre compañeros o hasta situaciones de mayor gravedad que puedan afectar considerablemente en el rendimiento académico sintiendo el rechazo en el ámbito de estudios, así como también dentro de sus propios hogares (41).

- **Autoestima alta:** Las personas que tienen una alta autoestima son aquellas que se sienten bien consigo mismas, se respetan y se aceptan tal como son, sobresalen de los demás trabajan en grupo y tienden a ser líderes son personas que están conscientes que no todo es fácil en la vida reconocen las dificultades y buscan soluciones a los problemas (41).

Con respecto a los estudiantes con alta autoestima son los que tienen mayor rendimiento académico debido a que son más participativos entre compañeros y con los docentes, tienen la capacidad de agruparse y adaptarse a cualquier situación (41).

La Autoestima y sus fuentes interiores:

- El enfoque: Debemos tener presente que nuestra autoestima se afianza desde la infancia, entonces decimos que va depender mucho de todo aquello que vamos aprendiendo a lo largo de nuestras vidas, además se manifiesta según nuestra capacidad de raciocinio y de pensamiento; generalmente cuanto más confianza desarrollamos dentro de nuestro hogar mayor será el nivel de autoestima que podamos poseer y esto nos favorece a involucrarnos con otras personas (38).
- La voluntad: Es una fuerza que nace de nuestro interior para realizar alguna actividad, nuestra voluntad va depender muchas veces del uso adecuado de nuestro pensamiento, quiere decir que cuanto más conscientes somos de lo que hacemos mayor será el énfasis con lo que nos realicemos como persona (38).
- Vivir conscientemente: El motivo de nuestra supervivencia como especie humana depende del desarrollo de nuestra conciencia, a medida que vamos evolucionando aprendimos a convivir con nuestro entorno desarrollando nuestras capacidades de socialización aprendizajes y sentimientos, así podemos distinguir diferentes culturas con las que interactuamos adecuadamente porque llegamos a comprender la manera en que los demás viven y cómo nos afecta a nosotros (38).
- La aceptación de sí mismo: Nuestra autoestima no será posible mientras no nos aceptamos a nosotros mismos; la autoestima está relacionada con aquello que podemos experimentar, podemos distinguir tres niveles (38).
 - El primer nivel comprende que uno está para sí mismo.
 - El segundo nivel comprende la etapa de experimentación.
 - El tercer nivel comprende la capacidad de ser amigo de uno mismo.

- Responsabilidad de uno mismo: A lo largo de nuestras vidas experimentamos muchos deseos de libertad, esto conlleva a asumir muchas responsabilidades para tomar un control adecuado sobre nuestras acciones; la responsabilidad abarca muchos ámbitos de nuestro desarrollo como persona, la manera de ser feliz, nuestras elecciones, el tipo de conducta y nuestra calidad con lo que nos relacionamos dentro de la sociedad; todo lo que realicemos se bien o mal recaerá sobre nosotros mismos ya que somos conscientes de los actos que realizamos (38).
- La autoafirmación: Es cuando hacemos valer nuestros derechos frente a los demás, de modo que podamos satisfacer nuestros deseos y necesidades en cuanto a nuestras manifestaciones y expresión de valores de manera voluntaria; por otra lado nos ayuda a ser una persona auténtica, distinta y capaz de afrontar la realidad del mundo exterior y del mundo interior de un individuo haciendo lo que se considera correcto y cumpliendo nuestras propias expectativas (38).
- Vivir con un propósito: Hacer el uso adecuado de nuestras facultades depende mucho para poder lograr nuestros objetivos trazados durante cada etapa de nuestra vida, al inicio de cualquier proyecto en nuestro desarrollo como persona se traza consciente o inconscientemente metas que nos hagan sentir satisfechos al momento de realizarlos, esto hace que nos mantengamos interesados por algún tema en específico asumiendo toda la responsabilidad por su cumplimiento (38).
- Integridad personal: Se da cuando aprendemos a asimilar conscientemente nuestras creencias, ideas, deseos, normas y nuestra conducta adquirida durante las etapas de vivencia afianzando nuestros valores para ser una persona razonable y empática con los demás, surge como la armonía entre nuestras acciones y nuestro comportamiento, la madurez de nuestro raciocinio de querer hacer el bien, alguien que sea digno de admiración y confianza liberando toda carga emocional y vivir en tranquilidad armonía y paz con uno mismo y con los demás (38).
- La filosofía y autoestima: Es importante aceptar que somos personas suficientemente capaces de poder expresar nuestras necesidades y emociones aceptándonos tal como somos y qué somos únicos y diferentes a los demás en

cuanto a necesidades, creencias y cultura, somos responsables de todos los actos que realizamos y nadie determina qué podemos hacer nuestras vidas respecto a nosotros mismos (38).

- La felicidad es el éxito que alcanzamos al haber realizado una determinada tarea, el respeto por los demás nace del respeto que generemos a nosotros mismos, la supervivencia en este mundo que cada vez está en evolución depende del uso adecuado de nuestra consciencia y los valores adquiridos poniendo en práctica los conocimientos alcanzados (38).

La autoestima y sus fuentes exteriores

- El trabajo y la autoestima: El punto del desarrollo humano surge a través de la creación de la economía y la necesidad de trabajo aparece para poder sobresalir de entre los demás, es necesario adaptarse a los cambios agigantados que se crean en la sociedad a fin de vivir de manera adecuada y con el confort necesario (38).

El respeto y entrega que se da a un cierto puesto de trabajo nace como una competencia por sobrevivir, nuestra mentalidad va guiada hacia la economía y al desarrollo personal y familiar, en ese sentido nuestras capacidades intelectuales y emocionales se ven afectadas y condicionadas en cuanto al desempeño de una labor y está en nosotros la oportunidad de poder aprovechar nuestros ideales y creencias para la ejecución de una actividad; en la actualidad nuestro pensamiento debe estar enfocado a la mentalidad empresarial guiada a una adaptación económica que nos mantenga activos y llenos de espíritu por sobresalir (38).

- La psicoterapia en la autoestima: La autoestima es determinante para la evaluación de una persona, en todos los aspectos siempre cumple un papel importante, la tarea principal de un psicoterapeuta es poder contribuir a las personas a que afiancen su autoestima eliminando sus preocupaciones, miedos y sufrimientos mediante ejercicios a aceptación de sí mismos, incrementando de esta manera el nivel de auto aceptación y a reconocer

plenamente el papel que va desempeñar dentro de una familia o de una sociedad (38).

- Cultura y autoestima: Desde tiempos pasados los seres humanos nacimos en diferentes contextos, no se podía elegir el camino que uno realmente quería ser, cada persona tiene su propia cultura dependiendo del contexto que lo rodea es así que se han desarrollado diferentes tipos autoestima, y a su vez cada región tiene su manera propia de interpretar y asimilar que es realmente lo que significa la autoestima, las tradiciones y estándares de vida son muy diferentes de cada individuo, por lo que se observa que se han extendido la variedad de personalidades (38).

Pilares de la autoestima

- Autoconcepto: Es el conjunto de creencias que tenemos de uno mismo que se ha podido construir a lo largo de los años y con la experiencia adquirida va en constante cambio, dentro de este concepto definimos la autoaceptación valorando nuestras cualidades y valores que nos caracteriza como seres únicos además se debe tener en cuenta lo siguiente (39):
 - Cómo ver qué imagen tenemos de uno mismo y cómo es que creemos que somos en realidad.
 - Cómo deberíamos ser en realidad y cómo nos desenvolvemos con los demás.
 - Como quisiéramos que nos vean los demás y aceptarnos como somos.

También vendría a ser la agrupación de distintas características que describe a uno mismo, la imagen que nace de uno mismo y como los demás nos observan de diferentes maneras ya sea como es nuestro comportamiento y como somos ante la sociedad, el amor propio que uno puede tener (40).

- Autoimagen: Se abarca no solo en lo físico, si no esto también será consecuencia el que pienses y lo que sientas de tu persona, esto se da desde el lugar donde tú creciste con la gente importante apoyándote en la formación en tu vida (40).

- Autoconocimiento: Se presenta más que todo en lugares conocidos como en el ámbito laboral donde uno se puede desenvolver de manera eficaz y con la confianza adecuada, pero al mismo tiempo esta persona puede estar pasando problemas en su familia lo cual haría cambiar su autoestima dependiendo en el lugar donde se encuentra (39).

Las caracterológicas, surge de los pensamientos ya sean positivos o negativos del cual va depender la autoestima, algunas personas pueden distorsionar el ambiente tal cual es, sintiéndose inferiores a los demás y al compararse con sus semejantes surge un sentimiento de temor, por otra parte, las personas perciben con más claridad sus sentimientos y fortalezas que los caracteriza sacándole provecho para mejorar sus habilidades de relacionarse con la sociedad (39).

- Autoeficacia: Es un estado psicológico en el cual una persona define si es capaz de realizar una determinada tarea de tal modo que lo logre sin dificultad, generalmente es un tipo de elección donde el individuo considera cuáles son sus fortalezas que lo hagan sentir más hábiles y a menudo descartar las posibilidades donde no podamos desenvolvernos fácilmente (39).

Según Albert Bandura cada persona es capaz de crear y modificar las condiciones de vida que quiere llevar, uno se tiene que sentir en la capacidad para poder realizar cualquier actividad sin importar las adversidades (39).

Existen cuatro estrategias para poder lograr la autoeficacia:

- Experimentar: Surge cuando repetimos las actividades y mejoramos con la experiencia y la práctica hasta lograr el resultado que buscamos (39).
- Seguir los pasos de otros: Se puede tomar como ejemplo la capacidad de otras personas que ya lograron con éxito sus metas y objetivos, tomando en cuenta que somos capaces de realizar los mismos trabajos (39).
- Retroalimentación: Estamos en constante aprendizaje a lo largo de toda nuestra vida, el interactuar e intercambiar ideas con los demás de nuestro

entorno nos hará ganar confianza y experiencia para afrontar dificultades (39).

- Poner como prioridades la atención a nuestras emociones: Tomar en cuenta la capacidad física y emocional de nosotros mismos para continuar con determinadas actividades o tomar un descanso si así fuese necesario, nos vemos comprometidos en nuestro rendimiento según nuestro estado de ánimo para lo cual debemos estar preparados a afrontar se debe estar seguro de las fortalezas que nos distinguen de los demás (39).

Teorías de la Autoestima

Para Morris Rosenberg desde una vista sociocultural la autoestima se define como la actitud positiva y negativa de uno mismo, esta valoración es el resultado de la influencia del entorno como la cultura, sociedad, familia y relaciones interpersonales; por tanto, el nivel de autoestima de la persona va depender de su capacidad de evaluación según los valores que su entorno social considere relevantes (42).

Sigmund Freud considera que la autoestima está ligado en dos significados primordiales; el primero es distinguir el concepto que tenemos de nosotros, la apreciación con la que nos podamos definir es clave para poder calificar nuestra autovaloración, en segundo lugar, están los valores adquiridos a lo largo de nuestras vidas y dependiendo como hayamos comprendido que si un valor es positivo o negativo nos sentiremos seguros o temerosos respectivamente (39).

Para Carl Rogers existe un problema que considera el origen para calificar la autoestima, según sus estudios nos indica que en su mayor parte las personas se deprecian y en muchos casos no encuentran valor a sus vidas y para ser amados se consideran indignos, entonces para solucionar este problema tenemos que fortalecer nuestra aceptación tener en mente que cada uno de nosotros somos valiosos, únicos y merecedores de respeto (39).

Según Alfred Adler indica que la autoestima se puede relacionar con el sentimiento de superioridad o inferioridad, es algo común que la mayoría de las personas tiene el deseo de superioridad, pero muchas veces esta conducta refleja que esta persona oculta sus sentimientos y muestra otra personalidad, en cambio las personas con complejos de inferioridad a menudo surgen por temor a fallar en alguna situación determinada (39).

Según el psicólogo Abraham Maslow todas las personas tenemos una necesidad primordial de recibir atención y aprecio, para conseguir esto debe partir por uno mismo, es decir, que primeramente el aprecio debe venir de uno mismo, no necesariamente tenemos que agradar a todo el mundo y no debemos renunciar a nuestros principios para poder satisfacer a los demás, lo esencial es no depender de la atención de otros más al contrario fortalecer nuestra autoaceptación (39).

Según William James la autoestima es considerada como un proceso afectivo manifestado por emociones o sensaciones influenciados por las experiencias de éxito y fracaso de individuo, cumple una función orientada al crecimiento y la mejora personal(42).

2.3. Marco conceptual

Adicción: Es la condición que afecta o al cuerpo como también al estado emocional de la persona, esta puede ser manifestada por diversos signos y síntomas.

Redes sociales: Plataformas que se dan por el desarrollo del internet, por la necesidad de interacción o comunicación con personas de distintos lugares.

Autoestima: Creer en ti mismo, en tus propias ideas y en nuestra personalidad de tal modo que podemos lograr merecer nuestra felicidad tal como somos.

Estado de ánimo: Cúmulo de sentimientos encontrados de un individuo que va experimentando culpa o una disminución de la autoestima donde hace que el individuo viva en un mundo virtualizado que de esa manera puede sentir tranquilidad.

Autoimagen: Representación interna de la persona, como se valora así mismo, la cual es construida a partir de sus características físicas, emocionales y sociales.

Adolescente: Constituye una de las etapas del desarrollo humano situada entre la niñez y la adultez, caracterizada por ser un proceso de transición que la persona experimenta cambios biológicos, psicosociales y sociales.

Estudiante: Es el individuo que se halla matriculado en una institución educativa donde su participación lo hace de forma activa y constante en los diferentes procesos de enseñanza y aprendizaje.

Emociones: Es la manera natural en la que el ser humano reacciona frente a estímulos de su entorno.

Facebook: Es una plataforma de redes sociales que permite a los usuarios crear perfiles personales, estableciendo conexiones con otras personas.

CAPITULO III

HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1.- Hipótesis de la investigación

3.1.1 Hipótesis General

H^a = La adicción a redes sociales tiene relación significativamente con la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

H^o = La adicción a redes sociales no tiene relación significativamente con la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

3.1.2 Hipótesis Específicas

3.1.2.1 Hipótesis específica 1

No se tomó por que es descriptiva

3.1.2.2 Hipótesis específica 2

H^a = El nivel de adicción a redes sociales es medio en estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

H^o = El nivel de adicción a redes sociales es alto en estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

3.1.2.3 Hipótesis específica 3

H^a = El nivel de autoestima es medio en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

H^0 = El nivel de autoestima es alto en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

3.1.2.4 Hipótesis específica 4

H^a = Las dimensiones de la adicción a redes sociales tienen relación significativa con la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

H^0 = Las dimensiones de la adicción a redes sociales no tienen relación significativa con la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025

3.2. Variables de estudio

Adicción a Redes Sociales

- ✓ Obsesión por redes sociales
- ✓ Falta de control personal
- ✓ Uso de redes sociales

Autoestima

- ✓ Edad
- ✓ Sexo
- ✓ Grado

3.3. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	CATEGORÍA	ESCALA
Adicción a redes sociales	Alteración conductual de la persona ya que hace uso de las redes sociales de manera compulsiva y sin control, lo que puede tener una consecuencia negativa en su entorno personal, laboral y social.	Es un patrón de uso persistente y desadaptativo, caracterizado por un apego excesivo y una necesidad compulsiva de interacción virtual, que provoca obsesión, falta de control sobre el tiempo dedicado a estas plataformas e interferencia con las actividades cotidianas.	Obsesión	- Pensamientos constantes - Urgencia de uso - Preocupación excesiva	Bajo nivel de adicción (0 – 31)	Ordinal
			Falta de control	- Dificultad para detenerse. - Interfiere con otras actividades.	Nivel medio o moderado (32 – 63)	
			Uso excesivo	- Tiempo prolongado. - Uso mayor al deseado. - Prioridades sobre otras actividades.	Alto nivel de adicción (64 – 96)	

Autoestima	Es la manera en que un individuo se valora y se siente a sí mismo, englobando su aceptación y reconocimiento de sus cualidades y limitaciones personales que pueda tener.	Es la valoración, aceptación y respeto que una persona tiene hacia sí mismo, influyendo en su comportamiento, emociones y relaciones interpersonales.		- Autovaloración - Autoaceptación - Confianza en uno mismo - Sentido de valía personal - Estabilidad emocional - Autoeficacia	Autoestima baja (0 – 25). Autoestima media (26 - 29) Autoestima alta (30 – 40)	Ordinal
Características del estudiante						
Edad	Descrita como el tiempo vivido de la persona	Número de años cumplidos por el estudiante al día de la aplicación del instrumento			Valores mínimo y máximo (13 – 17)	Ordinal
Sexo	Son las características fisiológicas y biológicas para definir al varón y a la mujer	Sexo del estudiante que será evaluada			Masculino Femenino	Nominal
Grado	Secciones donde se agrupan por edades y conocimiento educativo	Nivel de escolaridad establecida por el Ministerio de Educación			3° grado 4° grado 5° grado	Ordinal

CAPÍTULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO

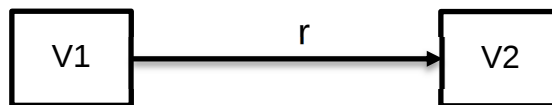
4.1. Tipo, nivel y diseño de estudio

No experimental con un enfoque cuantitativo.

Descriptivo, porque permitió describir las variables de adicción a redes sociales y la autoestima en su contexto natural.

Transversal, porque permitió recoger la información en un momento específico sobre la adicción a redes sociales y la autoestima.

Correlacional, porque relacionó las variables de adicción a redes sociales y la autoestima.



V1= Adicción a redes sociales

V2 = Autoestima

r = Coeficiente de correlación

4.2. Población

La población de estudio está conformada por 170 estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi que cursan tercero, cuarto y quinto grado de secundaria.

Tabla 1: Población de estudiantes de acuerdo con el grado que cursan de la Institución Educativa Antonio Raymondi, distrito de Saylla – Cusco, 2025.

Grado que cursan de la Institución Educativa Antonio Raymondi.	Población
3° de secundaria	61
4° de secundaria	60
5° de secundaria	49
Total	170

Fuente: Base de datos de la Institución Educativa Antonio Raymondi, Saylla-Cusco 2025.

4.3. Muestra

La muestra se obtuvo aplicando la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N - 1) \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 170}{(170 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$
$$n = 118.062$$
$$n = 118$$

Donde:

N = Tamaño de población

Z = 1.96 Valor de tabla IC 95%

e = 0.05 Margen de error máximo admitido

p = 0.5 Probabilidad de éxito

q = 0.5 Probabilidad de fracaso

n = Tamaño de la muestra

Muestreo

El tipo de muestreo aplicado será probabilístico estratificado con un tamaño muestral de 118 estudiantes agrupados según el grado que cursa.

Tabla 2: Matriz de muestreo estratificado según el grado que cursan los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi.

Grado de nivel secundario de la Institución Educativa Antonio Raymondi	Población	$n_i = n \cdot \frac{n_i}{N}$	Muestra
3° de secundaria	61	$n_i = 118 \cdot \frac{61}{170}$	42
4° de secundaria	60	$n_i = 118 \cdot \frac{60}{170}$	42
5° de secundaria	49	$n_i = 118 \cdot \frac{49}{170}$	34
Total	170		118

Fuente: Base de datos de la Institución Educativa Antonio Raymondi Saylla - Cusco 2025.

4.4. Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión

Estudiantes matriculados y que estén cursando tercero, cuarto y quinto grado de secundaria.

Estudiantes que tengan el consentimiento informado firmado por sus padres.

Estudiantes que den su asentimiento informado

Criterios de exclusión

Estudiantes que no asista o este con permiso.

Estudiantes que no deseaban participar en la investigación

Estudiantes que cursan primero y segundo grado

4.5. Técnicas e instrumentos

4.5.1. técnicas de recolección de datos

Encuesta: se empleó esta técnica con el objetivo de recopilar información directa y cuantificable sobre las variables de adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de la Institución Educativa que cursan el presente año.

4.5.2 Instrumentos

1.- Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)

Elaborado por Ecurra M y Salas E en Lima en el año 2014, “Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales ARS” (43). Consta de 24 ítems, basado en escala de Likert de cinco puntos, donde: nunca = 0, rara vez) = 1, algunas veces = 2, casi siempre = 3 y siempre = 4. Esta agrupada en tres dimensiones: Obsesión por las redes sociales (2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23), falta de control en el uso de las redes sociales (4, 11, 12, 14, 20, 24) y uso excesivo de las redes sociales (1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21) Cuyos ítems 13 perteneciente a la dimensión uno tiene una calificación inversa (44). La puntuación según niveles es: Bajo nivel de adicción: 0 a 31 puntos; nivel medio o moderado de adicción: 32 a 63 puntos; Alto nivel de adicción: 64 a 96 puntos.

2.- Escala de autoestima de Rosenberg (EAR)

Esta escala fue planteada por Rosenberg M, en 1965, con el objetivo de evaluar los niveles de autoestima; consta de 10 ítems, cada uno con cuatro opciones de respuesta: Muy de acuerdo (MA) = 4, De acuerdo (DA) = 3, En desacuerdo (ED) = 2 y Muy en desacuerdo (MD) = 1. Los ítems del 1 al 5 corresponden a afirmaciones de autoestima positiva y se califican de forma directa (de 4 a 1 puntos). En cambio, los ítems del 6 al 10 reflejan autoestima negativa, por lo que su puntuación se invierte (Muy de acuerdo = 1, Muy en desacuerdo = 4); la puntuación general según niveles es: autoestima baja:0

a 25 puntos; autoestima media: 26 a 29 puntos; autoestima alta: 30 a 40 puntos (45).

4.6. Validez y confiabilidad de los instrumentos

Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)

- Validez

Según Ecurra M y Salas E, en su estudio “Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)” cuyo objetivo fue diseñar construir y validar dicho cuestionario, el método aplicado fue mediante el cuestionario, con una muestra de 380 participantes provenientes de instituciones de Lima: donde se concluyó que el presente cuestionario es un instrumento confiable y valido para medir dicha variable sobre la adicción a redes sociales (ARS).

- Confiabilidad

En los resultados de confiabilidad se aplicó el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo valores elevados que reflejan una alta consistencia interna; el cuestionario total se reportó un alfa de 0,95, dicho resultado confirma que el ARS es instrumento confiable y estable para medir la adicción a redes sociales (43).

Así mismo, aunque el instrumento ya contaba con una validación previa este fue llevado a una evaluación de una prueba piloto equivalente a un 20% del total, donde se evidencio una confiabilidad alta.

Tabla 3: Confiabilidad del cuestionario de Adicción a redes sociales (ARS).

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,857	24

Fuente: Elaboración propia

Observando la tabla de confiabilidad del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), se confirma mediante la prueba estadística que el instrumento ya mencionado es altamente confiable.

Escala de autoestima de Rosenberg

- Validez

Según el estudio realizado por Ventura J, Caycho T, Barboza M y Salas G. en el 2018 “Evidencias psicométricas de la escala de autoestima de Rosenberg en adolescentes Limeños”, cuyo objetivo fue analizar la estructura interna de la escala de autoestima de Rosenberg y la validación de la misma (EAR), se realizó mediante propiedades psicométricas de un test, con una muestra 481 adolescentes; se concluyó que dicho cuestionario es confiable y validado para medir el nivel de autoestima (46).

- Confiabilidad

La Escala de autoestima de Rosenberg, está conformada por 10 ítems que al llevarlo al estadígrafo de Alfa de Cronbach para analizar su fiabilidad se obtuvo un resultado de 0,887; por lo tanto, se indica que es un instrumento con una confiabilidad excelente (46) .

Sin embargo, aunque el instrumento ya contaba con evidencia de validez previa, fue sometido nuevamente a un proceso de revalidación mediante una muestra piloto equivalente al 20% de la población total

Tabla 4: Confiabilidad de la escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,740	10

Fuente: Elaboración propia.

Evidenciando la tabla de confiabilidad de la escala de autoestima de Rosenberg, se confirma mediante la prueba estadística que el instrumento ya mencionado tiene una buena confiabilidad.

4.7. Procedimiento de recojo de datos

- Se solicitó la autorización y aceptación dirigido al señor director de la Institución Educativa Antonio Raymondi del distrito de Saylla, para realizar la aplicación del proyecto de investigación y obtener los datos en dicha institución.
- Se le envió un formato de consentimiento informado a los estudiantes del nivel secundario para obtener permiso o consentimiento de los padres de familia para su participación.
- Se coordinó con el director de la Institución Educativa para cronogramar los horarios de trabajo para la aplicación de los instrumentos previa entrega de los consentimientos informados.
- Se verificó los instrumentos y su correcto llenado.

4.8. Procedimiento de análisis de datos

Se procedió con revisión y codificación de los instrumentos en el programa de Excel, posteriormente los datos serán procesados en SPSS, en este último se realizará un análisis estadístico, descriptivo, presentando los resultados para un análisis cuantitativa y finalmente se determina la relación existente entre ambas variables.

CAPITULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Resultados

Tabla 5: Características sociodemográficas de los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

		f	%
Sexo	Masculino	57	48,3
	Femenino	61	51,7
	Total	118	100
Grado	3ro de secundaria	42	35,6
	4to de secundaria	42	35,6
	5to de secundaria	34	28,8
	Total	118	100

Fuente: Cuestionario aplicado en la Institución Educativa Antonio Raymondi – Saylla, 2025

Análisis e interpretación:

En la presente tabla se demuestra que el 51,7% son de sexo femenino y el 48,3% masculino; y por grados el 35,6% son estadísticamente de tercero y cuarto grado y con un 28,8% son de quinto grado.

Tabla 6: Descripción de la edad de los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

		Edad
Media		15,44
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	15,26
	Límite superior	15,62
Mediana		15,00
Desv. Estándar		,983
Mínimo		13
Máximo		17

Fuente: Cuestionario aplicado de características de edad

Análisis e interpretación:

En la tabla 6, se muestra que la edad promedio es de 15,44 años, con una mediana de 15 años y un rango máximo y mínimo de 13 a 17 años, la cercanía entre la media y la mediana sugiere una distribución aproximadamente simétrica con ligera tendencia a concentrarse en la mitad de la adolescencia (15 – 16 años); en conjunto, estos resultados muestran un grupo etario relativamente homogéneo, adecuado para analizar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima.

Tabla 7: Nivel de adicción a redes sociales en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

Variable		f	%
Adicción a redes sociales	Baja	27	22,9
	Media	89	75,4
	Alta	2	1,7
	Total	118	100

Fuente: Cuestionario aplicado sobre adicción a redes sociales

Análisis e interpretación:

En la presente tabla se observa que el nivel medio de adicción a redes sociales resalta con un 75,4% y una presencia muy reducida en un nivel alto con 1,7%, donde los resultados obtenidos nos indican que los estudiantes sostienen un nivel medio de adicción a las redes sociales.

Tabla 8: Nivel de autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

Variable		f	%
Autoestima	Baja	1	0,8
	Media	94	79,7
	Alta	23	19,5
	Total	118	100

Fuente: Cuestionario aplicado sobre Autoestima

Análisis e interpretación:

En la tabla, se evidencia que el 79,7% presenta un nivel medio de autoestima, seguido de un 19,5% con nivel alto de autoestima y solo un 0,8% con nivel bajo. Los resultados obtenidos indican que los estudiantes mantienen niveles de autoestima moderadamente estables; sin embargo, se observa la necesidad de reforzar aspectos vinculados con la autoestima positiva para favorecer un autoconcepto más sólido.

Tabla 9: Relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

		Autoestima		Baja		Media		Alta		Prueba estadística
		f	%	f	%	f	%			
Adicción a redes sociales	Baja	1	2,9	22	62,9	12	34,3	Rs= - 0,206 p = 0,020		
	Media	0	0,0	70	86,4	11	13,6			
	Alta	0	0,0	2	100	0	0,0			
	Total	1	0,8	94	79,7	23	19,5			
Falta de control personal	Baja	0	0,0	14	60,9	9	39,1	Rs= - 0,207 p = 0,024		
	Media	1	1,1	76	84,4	13	14,4			
	Alta	0	0,0	4	80	1	20			
	Total	1	0,8	94	79,7	23	19,5			
Uso excesivo de las redes sociales	Baja	0	0,0	15	55,6	12	44,4	Rs= - 0,335 p = 0,000		
	Media	1	1,2	72	85,7	11	13,1			
	Alta	0	0,0	7	100	0	0,0			
	Total	1	0,8	94	79,7	23	19,5			

Fuente: Cuestionario aplicado sobre dimensiones de adicción a redes sociales y autoestima

Análisis e interpretación:

En la tabla 9, se muestra que existe una relación negativa y significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima. Esto significa que, a medida que aumenta la adicción, la autoestima de los estudiantes tiende a disminuir. En particular, se observó que las dimensiones de obsesión ($R_s = - 0,206$, $p = 0,020$) y falta de control personal ($R_s = - 0,207$, $p = 0,024$) presentan relaciones negativas leves, mientras que el uso excesivo ($R_s = - 0,335$, $p = 0,000$) muestra una relación más fuerte; entonces, los estudiantes que usan menos las redes sociales o mantienen un mejor control sobre su uso tienden a tener una autoestima alta. Por ejemplo, entre quienes tienen un nivel bajo de uso excesivo, el 44,4% presenta autoestima alta, mientras que en los niveles medio y alto este porcentaje disminuye drásticamente (13,3% y 0%, respectivamente); por tanto, los resultados confirman que cuanto mayor es el uso problemático de las redes sociales especialmente el uso excesivo, menor es la autoestima. Esta tendencia coincide con la hipótesis inicial de que la adicción a las redes se relaciona de manera inversa con la valoración personal de los estudiantes.

Tabla 10: Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.

Adicción a redes sociales \ Autoestima	Baja		Media		Alta		Prueba estadística
	f	%	f	%	f	%	
Baja	0	0,0	15	55,6	12	44,4	Rs = -0,338 p = 0,000
Media	1	1,1	77	86,5	11	12,4	
Alta	0	0,0	2	100	0	0,0	
Total	1	0,8	94	79,7	23	19,5	

Fuente: Cuestionario aplicado sobre la relación de ambas variables

Análisis e interpretación:

La Tabla 10 presenta se empleó la correlación de Spearman, obteniéndose un coeficiente $R_s = -0,338$ y un valor de significancia $p = 0,000$, lo que evidencia la existencia de una relación negativa, estadísticamente significativa y de intensidad moderada entre ambas variables. Este resultado indica que, a mayor nivel de adicción a redes sociales, menor nivel de autoestima en los estudiantes.

En el análisis descriptivo se observa que los estudiantes con baja adicción a redes sociales presentan principalmente niveles de autoestima media (55,6 %) y alta (44,4 %), sin registrarse casos de autoestima baja. El 44,4 % de autoestima alta se explica porque un uso limitado y controlado de las redes sociales reduce la exposición a factores que afectan negativamente la autovaloración personal.

Por otro lado, los estudiantes con adicción media se concentran mayoritariamente en el nivel de autoestima media (86,5 %), observándose una menor proporción con autoestima alta (12,4 %) y casos aislados de autoestima baja (1,1 %). En cuanto a los estudiantes con alta adicción a redes sociales, no se identificaron casos de autoestima alta, registrándose el 100 % con autoestima media, lo que refuerza la relación inversa entre ambas variables.

En conjunto, los resultados permiten concluir que la baja adicción a redes sociales se asocia con niveles más elevados de autoestima, confirmando la influencia negativa del uso excesivo de estas plataformas sobre el bienestar emocional de los estudiantes.

5.2. Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo identificar las características sociodemográficas de los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi, se muestra en la tabla 5 que el sexo femenino es predominante con un porcentaje de 51,7% (61 estudiantes), así también, la mayoría de los estudiantes, se encuentran cursando en tercero y cuarto grado de secundaria, ambos con un porcentaje de 35,6% (42 estudiantes).

Respecto a la edad correspondiente a las características sociodemográficas, la tabla 6 evidencia que la edad media de los estudiantes es de 15,44 en ambos sexos, donde el rango mínimo según el análisis del cuestionario es de 13 años y el rango máximo es de 17 años.

Concerniente al siguiente objetivo sobre estimar el nivel de adicción a redes sociales de los estudiantes, se evidenció en la tabla 7 que el nivel medio es el más predominante con un 75,4% y un nivel alto con 1,7% como porcentaje menor, resultados que tienen similitud en los hallazgos de Valdez en el 2021, donde nos muestra que el 67,3% de estudiantes se encuentran en un nivel medio de adicción, un 29,1% en nivel alto y en el nivel bajo se muestra un 3,6% (18). Por otro lado, en el estudio de Collantes en el 2023, se evidencia que el nivel moderado es el de mayor porcentaje con 37%, seguido del nivel bajo con 29,5% y el nivel alto con un 18,5% (15). Donde dichos resultados evidencian que los estudiantes tienen poco control sobre el uso de las redes sociales, consecuentemente la decadencia de las relaciones interpersonales y el bajo rendimiento en las actividades que realizan.

El siguiente objetivo fue medir el nivel de autoestima en los estudiantes, se encontró en la tabla 8 que la autoestima de los estudiantes que fueron evaluados se encuentran en un nivel medio con un promedio de 79,7%, cuyo resultado indica que, si bien los estudiantes presentan una percepción positiva de sí mismo, aún existen áreas susceptibles de fortalecer para mejorar su bienestar integral y su rendimiento académico; resultados que se asemejan a las investigaciones realizadas por Condemaita en el 2022, evidenciando un 30,1% como nivel medio siendo el porcentaje mayor, el 23,7% con un nivel alto y por último el nivel bajo con

1,2% (19). También en los hallazgos de Iglesias en el 2022, se refleja que el 52,7% tienen un autoestima medio siendo el más elevado, con un 30,6% en autoestima baja y el 16,7% con autoestima alta (17). Los resultados reflejan que en cuanto a la autoestima de los estudiantes este debe tener la capacidad de enfrentar retos académicos y sociales manifestándose mediante motivación para el aprendizaje y capacidad de adaptación en situaciones adversas.

Así mismo en el siguiente objetivo se debe relaciona las dimensiones de la adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en los estudiantes, se evidenció en la tabla 9, que existe una asociación negativa y significativa con las dimensiones de obsesión por las redes ($p = 0,020$), falta de control personal en el uso de las redes sociales ($p = 0,024$) y uso excesivo de las redes sociales ($p = 0,000$), con un valor de p menor a 0,05; donde los estudiantes con menor porcentaje en las dimensiones de obsesión/ uso muestran mayor porcentaje en autoestima alta, mientras que la dimensión de uso excesivo nos muestra un nivel alto, la autoestima será de nivel medio o bajo; por lo tanto, los resultados obtenidos respaldan que a mayor implicación problemática en las redes (especialmente en uso excesivo a redes), menor será la autoestima, con efectos pequeños en obsesión a redes, falta de control personal en redes sociales y moderados en uso excesivo de redes sociales, coherentes con la hipótesis alterna planteada; resultados un tanto preocupantes porque indica que el nivel de adicción está creciendo gradualmente en los adolescentes y la autoestima está siendo afectada, es importante tomar conciencia y reflexionar sobre el daño que se está generando y prevenir posibles consecuencias a nivel personal y social.

En lo concerniente al objetivo de determinar la relación entre adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes, en la tabla 10 se observa, que la correlación de Spearman nos da un valor de - 0,338 y un p valor 0,000, menor al nivel de significancia de $p = 0,05$, lo que permite rechazar la hipótesis nula comprobando que si existe asociación negativa y significativa entre ambas variables; por tanto, podemos decir que al existir adicción a redes sociales este afecta de manera directa a la autoestima de cada estudiante, resultados previamente descritos en los hallazgos de Iglesias en el 2022, en su estudio “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una

institución educativa privada de Lima Norte”, donde nos muestra una correlación inversa y altamente significativa entre ambas variables, a correlación de Spearman de su estudio nos da un valor de $-0,228$ y un p valor $0,001$; el significado de los siguientes resultados indica que, a medida que los niveles de adicción a redes sociales incrementen, los niveles de autoestima disminuirán, y viceversa.

CONCLUSIONES

Primero. Referente a las características sociodemográficas, se muestra que el porcentaje mayor de los estudiantes son de sexo femenino y por grado académico la mayoría es de tercero y cuarto grado de secundaria, la edad promedio fue de 15,44 años, con un rango de edad entre 13 y 17 años.

Segundo. En cuanto a la adicción a redes sociales en los estudiantes de secundaria es de nivel medio, esto implica que los estudiantes hacen un uso frecuente y medianamente desregulado de las redes sociales, generándose distracciones e interrupciones en sus actividades diarias y no saber controlar el tiempo de conexión.

Tercero. Respecto a la autoestima de los estudiantes es de nivel medio, es decir, que los estudiantes tienen una valoración personal moderada, parcialmente estable, ya que no presenta un déficit grave y de esa manera fortalecer la seguridad y confianza de sí mismos.

Cuarto. Las dimensiones de la adicción a las redes sociales tienen relación con la autoestima, ya que los resultados obtenidos muestran que, a mayor problemática en las redes sociales, tiende a disminuir la autoestima.

Quinto. Finalmente, la adicción a redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi – Saylla, presentan una relación negativa y significativa evidenciada con un p valor 0,000.

SUGERENCIAS

A las autoridades de la Institución Educativa Antonio Raymondi de Saylla

Se sugiere desarrollar proyectos educativos que promuevan el uso responsable y consciente de las redes sociales, actividades que fomenten la disminución al uso del celular, tales como deporte, arte, clubes escolares.

Al personal de salud de Psicología de la Institución Educativa Antonio Raymondi

Se propone realizar sesiones de tutorías con implementación de talleres psicoeducativos, autoconocimiento, fortalecimiento personal, realizar también actividades de comunicación asertiva y escucha activa para fortalecer el desarrollo personal, social y académico, brindar una orientación individual y seguimiento psicológico y promover hábitos saludables.

A los padres de familia de los estudiantes de la institución educativa

Se recomienda, fortalecer su conocimiento sobre el uso de las plataformas virtuales para tener un mejor círculo de comunicación y confianza con sus menores hijos, lo que permitirá tener un mejor control en los límites respecto al tiempo que cada hijo adolescente dedica al uso de las redes sociales y otros medios de interacción virtual.

A los estudiantes de la institución educativa Antonio Raymondi.

Se les recomienda ser partícipes de los talleres, proyectos educativos y actividades que la institución implementa con la finalidad de mejorar la responsabilidad sobre el uso adecuado de las redes sociales y así mismo, fomentar el bienestar emocional, personal y social de cada uno.

A los investigadores de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco y público en general.

Se propone seguir realizando estudios que se relacionen con las variables estudiadas, dado que los resultados a obtenerse tendrán mayor incremento en el futuro y esto permitirá percibir que el crecimiento de la tecnología incrementa la adicción a las redes sociales y así mismo afecta a la autoestima.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Andreassen C. Adicción a las redes sociales en línea: Un análisis exhaustivo | Informes actuales sobre adicciones. 2015. 01 de Junio;2:175-84.
2. Kuss D, Griffiths M. Redes sociales y adicción: diez lecciones aprendidas. 2017. 2017;14(3):311.
3. Rossenbergs M (1965). La sociedad y la autoimagen adolescente. Princeton University Press, Princeton, NJ. - Referencias - Publicaciones de investigación científica. 2016 [Internet]. 2016 [citado 1 de junio de 2025];6(3). Disponible en: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1819423>
4. Valkenburg PM, Koutamanis M, Vossen HGM. Relaciones concurrentes y longitudinales entre el uso de redes sociales por parte de adolescentes y su autoestima social - ScienceDirect. 2017. 2017;76:35-41.
5. Shannon H, Bush K, Villeneuve PJ, Hellemans KG, Guimond S. Uso problemático de las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes: revisión sistemática y metanálisis. JMIR Ment Health. 14 de abril de 2022;9(4):e33450.
6. Andreassen C. Adicción a las redes sociales en línea: una revisión completa [Internet]. [citado 10 de mayo de 2025]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/275227100_Online_Social_Network_Site_Addiction_A_Comprehensive_Review
7. Rojas Barahona CA, Zegers P B, Förster M CE. La escala de autoestima de Rosenberg: Validación para Chile en una muestra de jóvenes adultos, adultos y adultos mayores. Rev Médica Chile [Internet]. junio de 2009 [citado 11 de mayo de 2025];137(6). Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872009000600009&lng=en&nrm=iso&tlng=en
8. Navarro Suanes M. Autoconocimiento y autoestima. Disponible en: <https://educrea.cl/wp-content/uploads/2021/06/autoconocimiento-y-autoestima.pdf>
9. Garcia A. La educación emocional, el autoconcepto, la autoestima y su importancia en la infancia - Dialnet [Internet]. [citado 11 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4596298>
10. Valdez A. Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de nivel secundario de una institución privada [Internet]. [citado 10 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1aedcf64-e5bd-4a15-9da4-cfaf2e947439/content>

11. Sahagún Cuevas MN, Martínez Castillo BA, Delgado Quiñones EG, Salamanca Rodríguez CG. Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. 01 de agosto, 2015. 2015;6(4):285-289pp.
12. Un nuevo informe de la Unesco advierte que las redes sociales afectan al bienestar, el aprendizaje y las opciones profesionales de las niñas | Global Education Monitoring Report [Internet]. [citado 1 de junio de 2025]. Disponible en: <https://www.unesco.org/gem-report/es/articles/un-nuevo-informe-de-la-unesco-advierte-que-las-redes-sociales-afectan-al-bienestar-el-aprendizaje-y>
13. Organización mundial de la salud. Organización Mundial de la Salud advierte del «fuerte aumento» de uso problemático de redes sociales por adolescentes - SWI swissinfo.ch [Internet]. [citado 1 de junio de 2025]. Disponible en: <https://www.swissinfo.ch/spa/oms-advierte-del-fuerte-aumento-de-uso-problematico-de-redes-sociales-por-adolescentes/87611538>
14. Soria P. Adicción a las redes sociales y su relacion con la autoestima en adolescentes | Psicología UNEMI [Internet]. [citado 31 de marzo de 2025]. Disponible en: https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1780?utm_source=chatgpt.com
15. Collantes D, Tobar A. Vista de Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. 19 de enero de 2023. 2023;4(1):848.
16. Battistesa NYD, Preuss M, Justo M. Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes de zona oeste del Gran Buenos Aires | Psicología del desarrollo. 2023. (3):72-92.
17. Iglesias Garcia AM, Minetto Alcadio GA. Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte [Internet]. [citado 11 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30119>
18. Valdez MN. Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Magdalena del Mar [Internet]. [citado 10 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1287/Valdez%20Panduro%20c%20Martha%20Nancy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
19. Condemaita Barrientos B. Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui aplicación UNA - Puno, 2022 [Internet] [Tesis]. [Puno]: Universidad Nacional Del

- Altiplano; 2022. Disponible en:
<https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/23538>
20. Sal R, Benites R. Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa pública del distrito de Puente Piedra, Lima, 2022 [Internet]. [citado 27 de abril de 2025]. Disponible en:
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/32199>
 21. Vargas L. Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de dos colegios estatales en San Juan de Miraflores, 2022 [Internet]. [citado 27 de abril de 2025]. Disponible en:
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/3550>
 22. Tincahuallpa Peña R. Las redes sociales en la autoestima de los estudiantes de educación secundaria de una institución educativa, Cusco 2021 [Internet]. [Lima]: Universidad Cesar Vallejo; 2021 [citado 27 de abril de 2025]. Disponible en:
https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/70378?utm_source=chatgpt.com
 23. Echeburúa Adríozola E, Requesens Moll A. Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes - Ediciones Pirámide [Internet]. [citado 15 de noviembre de 2025]. Disponible en:
<https://www.edicionespiramide.es/libro/ojos-solares/adiccion-a-las-redes-sociales-y-nuevas-tecnologias-en-ninos-y-adolescentes-enrique-echeburua-odrizola-9788436826869/>
 24. adicciones_completo.pdf [Internet]. [citado 15 de noviembre de 2025]. Disponible en:
https://www.url.edu.gt/portalurl/archivos/99/archivos/adicciones_completo.pdf
 25. Instituto Nacional sobre el Abuso de Drogas (NIDA) [Internet]. [citado 15 de noviembre de 2025]. Disponible en:
https://nida.nih.gov/sites/default/files/soa_sp_2014.pdf?utm_source=chatgpt.com
 26. Zueco MM, Garrido JS. Propuesta para un uso responsable de las TIC. Disponible en: <https://zaguan.unizar.es/record/47760/files/TAZ-TFG-2015-1244.pdf>
 27. Becoña Iglesias E. Libro Adicción a Nuevas Tecnologías (Saber Para Vivir/ Learn to Live) [Internet]. [citado 28 de abril de 2025]. Disponible en:
https://www.buscalibre.us/libro-adiccion-a-nuevas-tecnologias-saber-para-vivir-learn-to-live/9788485401154/p/1893331?srsItid=AfmBOoo_T4OljrjnchvQ5smKI8vImxv5Q3_0YlwNNmi0owCq-Sb5Q-oiP&utm_source=chatgpt.com

28. Echeburúa Adríozola E, De Corral Gallardo P. Adicciones psicológicas: Más allá de la Metáfora | Revista de psicología. 1994. 5(3):251-8.
29. Herrera Harfuch MF, Pacheco Murguía MP, Palomar Leve J, Zavala Andrade D. Vista de La adicción a facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales | Psicología Iberoamericana. Enero-Junio 2010. 2010;18(1):6-18.
30. Uso de Redes Sociales entre peruanos conectados 2020 | Ipsos [Internet]. [citado 16 de noviembre de 2025]. Disponible en: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-08/redes_sociales_2020_v3_6ago_20.pdf
31. Tipos de Redes Sociales: Guía Completa y Actualizada [Internet]. [citado 16 de noviembre de 2025]. Disponible en: <https://www.houseoftherisingseo.com/post/tipos-de-redes-sociales?srsId=AfmBOoo1ehTCjer7inXWGMvpUlvKhYK0jsvSnGnqk3XgKr4IbUrw-Nta#viewer-hxafv145>
32. Adicción a las redes sociales: qué es, causas y tratamiento [Internet]. [citado 9 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.unobravo.com/es/blog/adiccion-redes-sociales>
33. Factores de riesgo de la adicción a las redes sociales libros - Buscar con Google [Internet]. [citado 1 de mayo de 2025]. Disponible en: <http://omextad.salud.gob.mx/contenidos/investigaciones/Guiaparaeducadores.pdf>
34. Griffiths MD. Un modelo de «componentes» de la adicción dentro de un marco biopsicosocial: Journal of Substance Use: Vol 10, No 4 - Obtener acceso [Internet]. [citado 1 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14659890500114359>
35. Young K, Rogers R. La relación entre la depresión y la adicción a internet | Ciberpsicología y comportamiento [Internet]. [citado 1 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cpb.1998.1.25>
36. Sánchez Carbonell X, Beranuy M, Castellana M, Chamarro A, Oberst U. La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno? 2008;20(2):149-60.
37. Dimensiones de la adicción a las redes sociales - Buscar con Google [Internet]. [citado 1 de mayo de 2025]. Disponible en: https://www.google.com/search?q=Dimensiones+de+la+adicci%C3%B3n+a+las+redes+sociales&rlz=1C1CHZN_esPE1027PE1027&oq=Dimensiones+de+la+adicci%C3%B3n+a+las+redes+sociales&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBg gAEEUYOdIBCTEyNjNqMGoxNagCCLACAFefgIkoEFw_pZQ&sourceid=chrome&ie=UTF-8

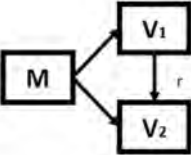
38. Branden N. Los seis pilares de la autoestima | PlanetadeLibros [Internet]. [citado 11 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.planetadelibros.com.pe/libro-los-seis-pilares-de-la-autoestima/305696>
39. Gomá H. Autoestima para vivir | PlanetadeLibros [Internet]. 2018 [citado 11 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.planetadelibros.com.pe/libro-autoestima-para-vivir/265527>
40. Villalobos HP. Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal. 2019; Disponible en: <https://alternativas.me/wp-content/uploads/2019/03/2.-Autoestima-teorias-y-su-relacion-con-el-exito-personal.pdf>
41. Rojas VMQ, Torres EEL. La autoestima. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22594/Quispe_RVM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
42. Boletín Científico :: UAEH [Internet]. [citado 20 de enero de 2026]. Disponible en: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/atotonilco/n5/m4.html>
43. Mayaute ME. Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). 20 de febrero. 2014;20(1):73-91.
44. Test Adicción a redes sociales | PDF | Alfa de Cronbach | Neurociencia [Internet]. [citado 11 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/451705027/TEST-ARS>
45. Gonzales Rivera JA, Pagán Torres OM. Validación y análisis de la dimensionalidad de la Escala de Autoestima de Rosenberg en mujeres puertorriqueñas: ¿unifactorial o bifactorial? | Apuntes de Psicología. 2017. 2017;35(3):169-77.
46. Ventura León J, Caycho Rodríguez T, arboza Palomino M. Vista de Evidencias psicométricas de la escala de autoestima de Rosenberg en adolescentes limeños | Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology. 2018. 2018;52(1):44-60.

ANEXOS

ANEXO N° 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ANTONIO RAYMONDI - DISTRITO DE SAYLLA, CUSCO 2025							
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	CATEGORÍA	TIPO DE INVESTIGACIÓN
GENERAL: ¿Qué relación existe entre la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025? ESPECÍFICAS: PE 01: ¿Cuáles son las características sociodemográficas	GENERAL: Determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la institución educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025. ESPECÍFICAS: OE 01: Identificar las características sociodemográficas	GENERAL: H° = La adicción a redes sociales no tiene relación significativamente con la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025. Ha = La adicción a redes sociales tiene relación significativamente con la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi -	Variable de estudio (X1) Adicción a redes sociales	Obsesión Falta de control Uso excesivo	- Pensamientos constantes - Urgencia de usos - Preocupación excesiva. - Dificultad para detenerse. - Interfiere con otras actividades. - Tiempo prolongado	Bajo nivel de adicción (0 – 31) Nivel medio o moderado (32 – 63) Alto nivel de adicción (64 – 96)	Tipo de investigación: No experimental con enfoque cuantitativo Diseño: Transversal Nivel de investigación: Descriptiva Correlacional.

as de los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025?	as de los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.	distrito de Saylla - Cusco, 2025. ESPECÍFICAS: El nivel de adicción a redes sociales es medio en estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025. H°= El nivel de adicción a redes sociales es alto en estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025. H° = El nivel de autoestima es alto en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco 2025. H° = Las dimensiones de la adicción a redes			- Uso mayor al deseado. - Prioridad sobre otras actividades.		 V1: Adicción a redes sociales V2: Autoestima Población: Estudiantes de una Institución Educativa Antonio Raymondi Saylla – cusco, 2025. N =170 Muestra: n= 118 Técnicas de recolección de datos: Se aplicará la encuesta. Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario de Adicción a Redes
PE 02: ¿Cuál es el nivel de adicción a redes sociales en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025?	OE 02: Estimar el nivel de adicción a redes sociales en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.		Variable de estudio (X2)		- Autovaloración - Autoaceptación - Confianza en uno mismo - Sentido de valía personal - Estabilidad emocional - Autoeficacia	Autoestima baja (0 – 25) Autoestima media (26 – 29) Autoestima alta (30 – 40)	
PE 03: ¿Cuál es el nivel de autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi – distrito de Saylla - Cusco, 2025?	OE 03: Medir el nivel de autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.						

PE 04: ¿Qué relación existe entre las dimensiones de la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025?	OE 04: Relacionar las dimensiones de la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.	sociales no tienen relación significativa con la autoestima en los estudiantes de la institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025 H^a = Las dimensiones de la adicción a redes sociales tienen relación significativa con la autoestima en los estudiantes de la institución Educativa Antonio Raymondi - distrito de Saylla - Cusco, 2025.					Sociales (ARS) Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)
---	---	--	--	--	--	--	--

ANEXO N°2

INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS DE LA ADICCION A REDES SOCIALES Y LA AUTOESTIMA

Este cuestionario es parte del proyecto de investigación que busca determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la institución Educativa Antonio Raimondi - distrito de Saylla – Cusco. Se garantiza la confidencialidad de la información recolectada, se asegura que todo es con fines de investigación, anticipadamente se le agradece su participación.



He sido informado sobre la intención del proyecto de investigación y acepto ser parte del proceso de recolección de datos sobre la adicción a redes sociales y la autoestima.

DATOS GENERALES

EDAD: _____

SEXO: Masculino / Femenino

GRADO Y SECCIÓN: _____

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG (EAR)

INSTRUCCIONES:

A continuación, se presentan 10 ítems con relación a la autoestima, por favor responda con total sinceridad, no existe respuesta adecuada, buena, inadecuada o mala. Tomando en consideración la siguiente escala de valores: Muy de acuerdo (MD), De acuerdo (DA), En desacuerdo (ED), Muy en desacuerdo (MED). Marque con aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que usted hace, siente o piense:

N°	ITEMS	RESPUESTA			
		AUTOESTIMA POSITIVA			
		Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1	Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás				
2	Estoy convencido que tengo cualidades buenas.				
3	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.				
4	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a				
5	En general estoy satisfecho/a de mí mismo/a				
N°	ITEMS	AUTOESTIMA NEGATIVA			
		Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
6	Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a.				
7	En general me inclino a pensar que soy un fracasado/a				
8	Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo				
9	Hay veces que realmente pienso que soy un inútil				
10	A veces creo que no soy buena persona				

CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)

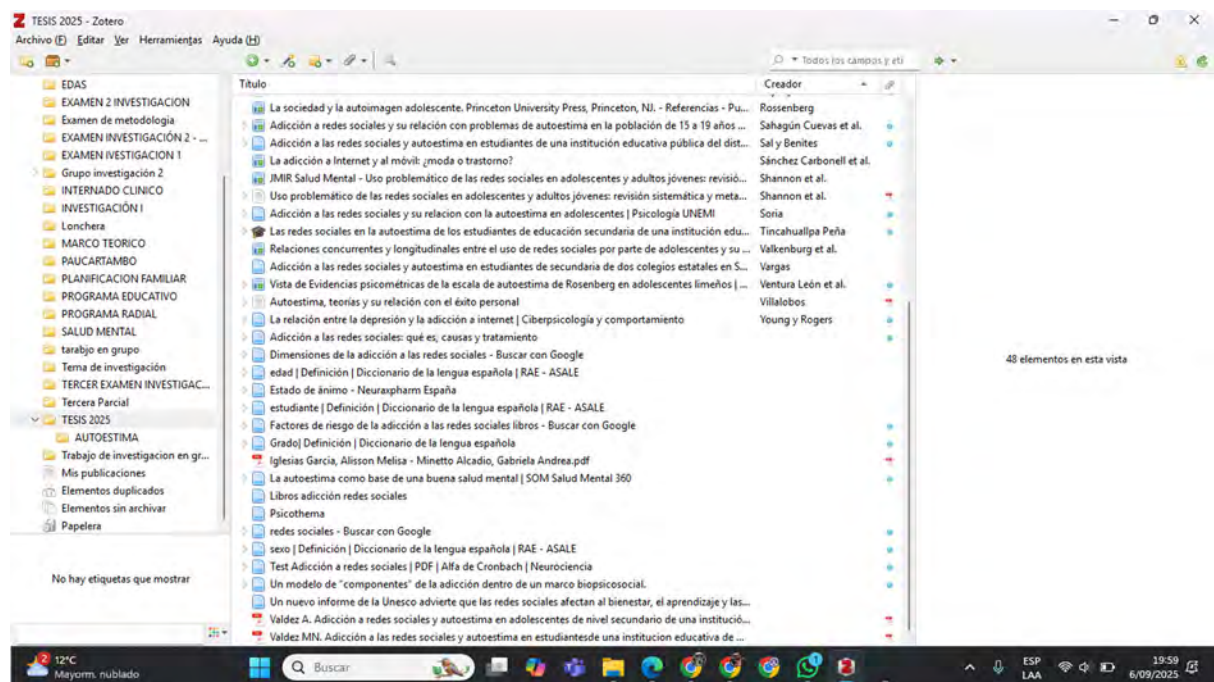
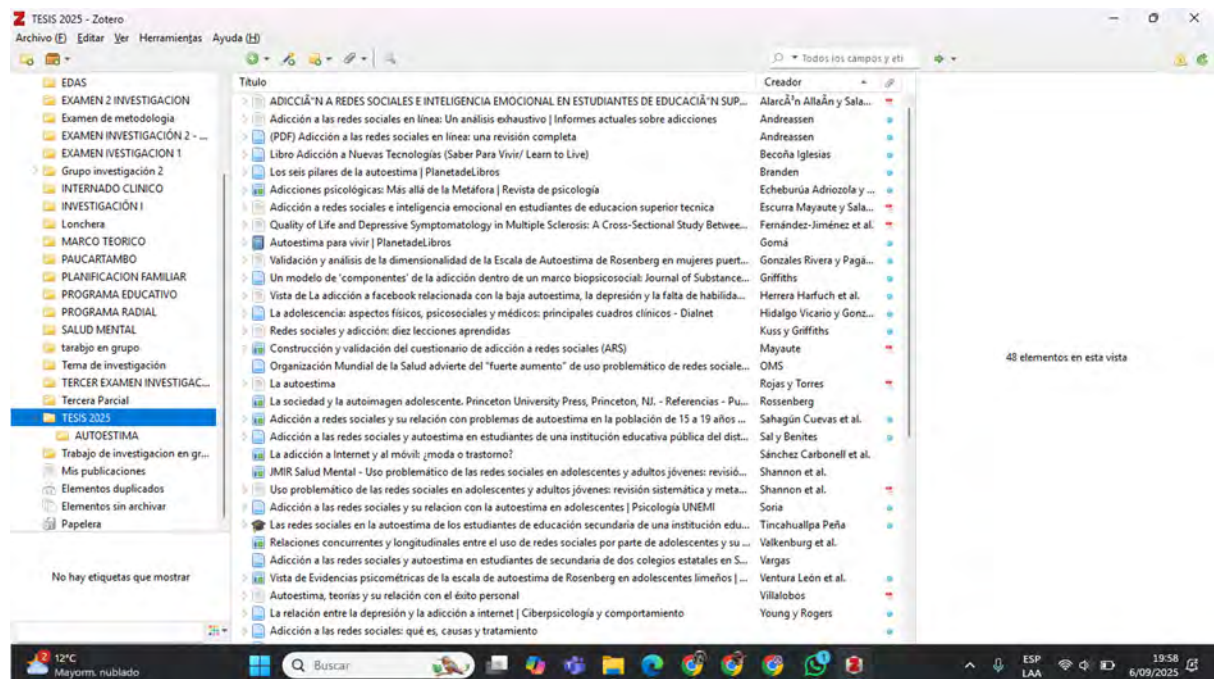
A continuación, se presentan 24 ítems con relación al uso de las redes sociales, por favor responda con total sinceridad, no existe respuesta adecuada, buena, inadecuada o mala. Tomando en consideración la siguiente escala de valores: Siempre (S), Casi siempre (CS), Algunas veces (AV), Rara vez (RV), Nunca (N). Marque con aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que usted hace, siente o piense:

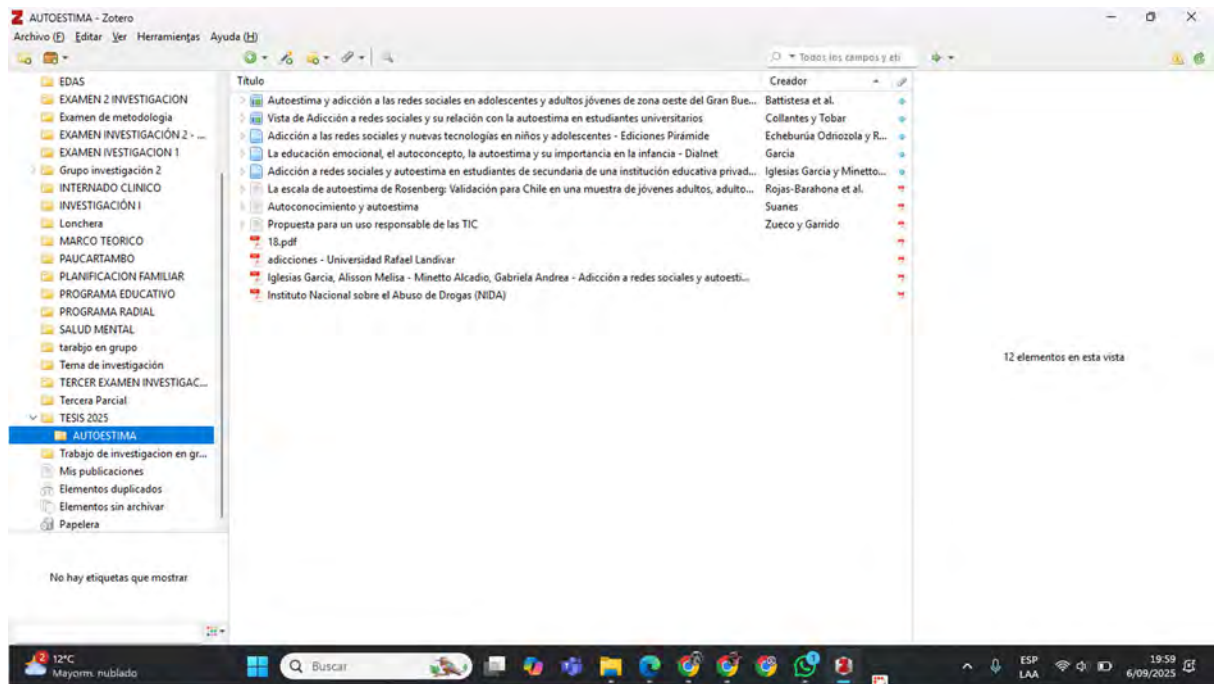
Nº	ITEMS	RESPUESTAS				
		Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Rara Vez	Nunca
1	Siento gran necesidad de permanecer conectado (a) a las redes sociales					
2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) 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 quedé desconectado(a) de las redes sociales.					
6	Me pongo de malhumor si no me puedo conectar 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 y me relaja.					
9	Cuando entro en las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había sentido.					
11	Pienso en lo que pueda estar pasando en las redes sociales.					
12	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarse 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 desarrolló 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, 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 entró y uso la red social.					

ANEXO N°3

EVIDENCIA DE ZOTERO





ANEXO N° 4

DOCUMENTOS ENTREGADOS A LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ANTONIO RAYMONDI

SOLICITUD DE PERMISO DE APLICACIÓN DE INSTRUMENTO
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”



**SOLICITO: AUTORIZACION PARA
LEVANTAMIENTO DE DATOS**

Señor:

LIC. FREDY AYALA CHAMPI

DIRECTOR DE LA INSTITUCION EDUCATIVA ANTONIO RAYMONDI

Previo un cordial saludo, nosotras **CHALLCO CASA VALIA YASHIRA** con **DNI N° 73009795** e identificada bajo código de matrícula **N° 182390** y **TTITO ROMACCA YOVANA** con **DNI N° 47339756** e identificada bajo código de matrícula **N° 182430**; bachilleres de la Escuela Profesional de Enfermería de la Facultad de Enfermería de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, nos presentamos ante usted con debido respeto y exponemos lo siguiente:

Que habiendo culminado la carrera profesional de Enfermería en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, nos encontramos desarrollando nuestro tema de investigación de tesis que lleva por título: **“ADICCION A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCION EDUCATIVA ANTONIO RAYMONDI – DISTRITO DE SAYLLA – CUSCO, 2025”**, por lo cual solicito a su persona y/o despacho respectivo el permiso o autorización para proceder con levantamiento de datos para su posterior análisis, puesto que la población considerada para el desarrollo de dicha tesis son los **estudiantes de tercero, cuarto y quinto del nivel secundaria** de la Institución Educativa Antonio Raymondi, a la cual su persona representa.

POR LO EXPUESTO

Solicitamos a usted acceder a nuestra solicitud, de igual manera esperamos una respuesta positiva de su persona, así como el respaldo durante el desarrollo de la investigación, anticipadamente agradecidas de su atención y pronta respuesta.

Cusco, 01 de octubre de 2025

Atentamente

Chalco Casa Valia Yashira
DNI:73009795

Ttito Romacca Yovana
DNI: 47339756



**INSTITUCION EDUCATIVA ESTATAL MIXTO
"ANTONIO RAYMONDI" - SAYLLA**
C.M. 0621300 – UGEL CUSCO



"AÑO DE LA RECUPERACION Y CONSOLIDACION DE LA ECONOMIA PERUANA"

CONSTANCIA

EL QUE SUSCRIBE LICENCIADO IGNACIO FREDY AYALA CHAMPI, DIRECTOR DE LA INSTITUCION EDUCATIVA ESTATAL MIXTA "ANTONIO RAYMONDI" DEL DISTRITO DE SAYLLA PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DEL CUSCO.

HACE CONSTAR:

Que, la Srta. Valia Yashira Chalco Casa con DNI N° 73009795 y la Srta. Yovana Tito Romacca con DNI N° 47339756 Bachilleres de la Escuela profesional de Enfermería de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, realizaron la aplicación de instrumentos para el trabajo de tesis intitulada "ADICCION A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ANTONIO RAYMONDI, DISTRITO DE SAYLLA - CUSCO - 2025" los días 06, 07, 09 y 10 de octubre del año 2025, en nuestra Institución Educativa "Antonio Raymondi" de Saylla.

Se expide la presente CONSTANCIA, a solicitud de las interesadas para los fines que estimen por conveniente.

Saylla, 10 de octubre del 2025.

Atentamente,


Lic. Ignacio Fredy Ayala Champi
Director

**INSTITUCION EDUCATIVA PUBLICA ANTONIO RAYMONDI**

Proyecto de investigación: "Adicción a redes sociales y Autoestima en estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi – Distrito de Saylla – Cusco, 2025"

Estimados padres de familia:

Las bachilleres de la escuela profesional de enfermería de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco nos dirigimos a ustedes para informarles que estamos realizando una investigación cuyo objetivo principal es determinar la relación entre adicción a redes sociales y los niveles de autoestima en los estudiantes de la institución.

Para ello, se aplicará un cuestionario que contiene preguntas sobre el uso de redes sociales y sobre aspectos relacionados con la autoestima. La participación de su hijo(a) será voluntaria, anónima y confidencial, y en ningún caso se afectará su situación académica ni personal.

Los resultados permitirán obtener información valiosa para comprender mejor el impacto del uso de redes sociales en los adolescentes y fomentar estrategias de apoyo en la comunidad educativa.

DECLARACION DE CONSENTIMIENTO:

Yo, _____, con DNI N° _____, en calidad de padre/ madre/tutor del estudiante _____, autorizo de manera libre y voluntaria la participación de mi hijo(a) en el cuestionario de la investigación titulada "Adicción a redes sociales y Autoestima en estudiantes de la Institución Educativa Antonio Raymondi – Distrito de Saylla – Cusco, 2025".

Declaro que he leído y comprendido la información anterior, y que se me han aclarado las dudas respecto al estudio.

Firma del padre/madre/tutor: _____

DNI: _____

Grado y Sección de su menor hijo(a): _____

Fecha: ____ / ____ / 20____

ANEXO N° 5

EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS

