



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN SALUD
MENCIÓN: SALUD PÚBLICA



**AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA
ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL ALTIPLANO - PUNO, 2023**

**TESIS PRESENTADA POR:
GIONELLA COPA GUTIERREZ**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN SALUD
MENCIÓN: SALUD PÚBLICA**

**JULIACA - PERÚ
2024**



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN SALUD
MENCIÓN: SALUD PÚBLICA

**AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA
ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL ALTIPLANO - PUNO, 2023**

**TESIS PRESENTADA POR:
GIONELLA COPA GUTIERREZ**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN SALUD
MENCIÓN: SALUD PÚBLICA**

APROBADA POR:

PRESIDENTE DEL JURADO:




Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI

PRIMER MIEMBRO:



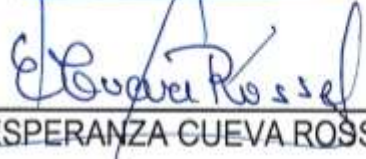
Dra. SONIA BENITA FERNANDEZ TAPIA

SEGUNDO MIEMBRO:



Dr. FREDY TORIBIO CHALCO VARGAS

ASESOR DE TESIS



Dra. ESPERANZA CUEVA ROSSEL

LINEA DE INVESTIGACIÓN

: SALUD PÚBLICA - P42



RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 245-2024-D-EPG-UANCV/J

Juliaca, 16 de agosto del 2024

VISTOS:

El expediente N° 2024-08132, presentado por el (la) Bachiller **COPA GUTIERREZ GIONELLA**, con número de DNI. **43403411**, asignado (a) con código de matrícula **1710200082**, de la **Maestría en SALUD, Mención: SALUD PÚBLICA**, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de la Filial Puno.

CONSIDERANDO:

Que, el (a) Bach. **COPA GUTIERREZ GIONELLA**, con número de DNI. **43403411**, asignado (a) con código de matrícula **1710200082**, de la **Maestría en SALUD, Mención: SALUD PÚBLICA**, ha solicitado fecha, hora y modalidad de sustentación de la Tesis titulada: **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO, 2023** La misma que pertenece a la Línea de Investigación: **SALUD PÚBLICA - P42** y;

Que, el (a) referido (a) Dictamen de Tesis aprobado por los jurados el 05 de julio del 2024. Establece la fecha de sustentación; habiendo para el efecto cumplido los requisitos establecidos en el reglamento para la Obtención del Grado Académico de *Magíster/Maestro* y *Doctor* de la Escuela de Posgrado de la UANCV;

Que, en el Artículo 66 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado de la UANCV, establece que la sustentación de Tesis de Postgrado es un trabajo de investigación original y crítico, de actualidad y de alto valor científico;

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "J" del artículo 17° del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, y el Art. 76 del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – DECLARAR EXPEDITO para la Sustentación de la Tesis titulada: **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO, 2023** Elaborado por el (la) Bachiller **COPA GUTIERREZ GIONELLA**. Integrado por los siguientes docentes:

Presidente del Jurado	:	Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Miembro del Jurado	:	Dra. SONIA BENITA FERNANDEZ TAPIA
Miembro del Jurado	:	Dr. FREDY TORIBIO CHALCO VARGAS
Asesor de Tesis	:	Dra. ESPERANZA CUEVA ROSSEL

ARTÍCULO SEGUNDO. - El proceso de la Sustentación de la Tesis en mención, se llevará a cabo:

Fecha	:	Viernes 23 de agosto del 2024
Hora	:	04:00 a.m.
Lugar	:	Aula N° 309 EPG - UANCV – JULIACA

A cuya finalización el Jurado registrará los resultados en el Libro de Actas de Sustentación de Tesis de Maestría con el grado **MAESTRO** de los estudiantes que ingresaron después a la aprobación de la ley Universitaria N° 30220.

ARTÍCULO TERCERO. - Elévese la presente Resolución al Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado Administrativo y Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento.

Regístrese, comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
 ESCUELA DE POSGRADO

Dr. Leopoldo Wenceslao Condori Cari
 DIRECTOR (e)

Co-Árbitro (EPG) (01)
 Miembro (EPG)
 Co-epi (01)
 Jurado (EPG)
 Asesor (EPG)
 Examinador (EPG)
 UANCV



RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 0196-2024-USA-EPG/UANCV

Jullaca, 27 de Marzo del 2024

VISTOS:

El expediente N°. 03734, Presentado por el (a) Bachiller **GIONELLA COPA GUTIERREZ**, con número de DNI **43403411** y con Código de matrícula N.° **1710200082**, quien solicita cambio de **PRESIDENTE** del jurado del Comité de investigación del Proyecto de Tesis titulado: **AUTOCONCEPTO Y ADICIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO** Líneas de Investigación: **SALUD PÚBLICA – P42**, Para optar el Grado Académico de **MAESTRO** en **SALUD** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez", de la Sede Puno.

CONSIDERANDO:

Que, mediante expediente No. 03734, el Bach. **GIONELLA COPA GUTIERREZ**, solicita el cambio del presidente del jurado del Comité de Investigación de la tesis titulada: **AUTOCONCEPTO Y ADICIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO** Aprobado con Resolución Directoral N.° 926-2023-USA-EPG/UANCV, de fecha 04 de octubre del 2023, en el que se le asignó como Presidente a la Dra. Amalia Perez Abarca, el mismo que se cambia por no tener vínculo laboral con la UANCV.

Que, el referido Dictamen de Tesis fue aprobado por los jurados el 02 de Agosto del 2023, registrado en el Folio N° 003675 del Libro de Registro de Proyectos de Investigación de Maestría, establece que se encuentra apto para ser desarrollado a lo establecido en el reglamento de Grado de Investigación conducente al Grado Académico de Magister/Maestro y Doctor de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Jullaca;

Que, en el Reglamento General de la escuela de Posgrado de la UANCV, establece que la sustentación de Tesis de Posgrado es un trabajo de investigación original y crítico de actualidad y de alto valor científico.

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "j" del artículo 17 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, y el Art. 76 del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

PRIMERO.- ACEPTAR EL CAMBIO DEL PRESIDENTE DEL JURADO DEL COMITÉ DE INVESTIGACIÓN, para su revisión de la Tesis titulada: **AUTOCONCEPTO Y ADICIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO** presentado por el (a) Bach. **GIONELLA COPA GUTIERREZ**, de la maestría en: **SALUD**, conformado por los siguientes docentes:

Presidente	: Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Primer Miembro	: Dra. GRACIELA BERNAL SALAS
Segundo Miembro	: Dra. GLADYS MARUJA TORRES CONDORI
Asesor	: Dra. ESPERANZA CUEVA ROSSEL

SEGUNDO- AUTORIZAR el desarrollo de Tesis, de acuerdo al Reglamento de Investigación conducente al Grado Académico de **MAESTRO** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez.

TERCERO.- ELEVAR al Rectorado, Vicerectorado Académico, Vicerectorado Administrativo y Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento, así como a la Oficina de Economía, para cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese



MAESTRO GIONELLA COPA GUTIERREZ
ESCUELA DE POSGRADO
[Firma]
Dra. Esperanza Cueva Rosset
DIRECTORA

Cc/CARGO (01)
ARCHIVO EPG – 2024 (01)
INTERESADO (01)
UANCV/WRCH



RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 0311-2024-USA-EPG/UANCV

Juliaca, 16 de Abril del 2024

VISTOS:

El expediente N°. 04982, Presentado por el (a) Bachiller **GIONELLA COPA GUTIERREZ**, con número de DNI **43403411** y con Código de matrícula N.° **1710200082**, quien solicita cambio del **PRIMER** miembro del jurado del Proyecto de Tesis titulado: **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO** Líneas de Investigación: **SALUD PÚBLICA –P42**, Para optar el Grado Académico de **MAESTRO** en **SALUD** mención **SALUD PUBLICA** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez", de la Sede Puno.

CONSIDERANDO:

Que, mediante expediente No. 04493, el Bach. **GIONELLA COPA GUTIERREZ**, solicita cambio del Primer miembro del jurado de la tesis titulada: **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO** Aprobado con Resolución Directoral N.° 926-2023-USA-EPG/UANCV, de fecha 04 de octubre del 2023, en el que se le asignó como Primer Miembro a la Dra. Graciela Bernal Salas, el mismo que se cambia por licencia con la UANCV.

Que, el referido Dictamen de Tesis fue aprobado por los jurados el 02 de Agosto del 2023, registrado en el Folio N° 003675 del Libro de Registro de Proyectos de Investigación de Maestría, establece que se encuentra apto para ser desarrollado a lo establecido en el reglamento de Grado de Investigación conducente al Grado Académico de Magister/Maestro y Doctor de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Juliaca;

Que, en el Reglamento General de la escuela de Posgrado de la UANCV, establece que la sustentación de Tesis de Posgrado es un trabajo de investigación original y crítico de actualidad y de alto valor científico.

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "j" del artículo 17 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, y el Art. 76 del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

PRIMERO.- ACEPTAR EL CAMBIO DEL PRIMER MIEMBRO DEL JURADO, para su revisión de la Tesis titulada: **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO** presentado por el (a) Bach. **GIONELLA COPA GUTIERREZ**, de la maestría en: **SALUD**, conformado por los siguientes docentes:

- Presidente** : Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
- Primer Miembro** : Dra. SONIA BENITA FERNANDEZ TAPIA
- Segundo Miembro** : Dra. GLADYS MARUJA TORRES CONDORI
- Asesor** : Dra. ESPERANZA CUEVA ROSSEL

SEGUNDO- AUTORIZAR el desarrollo de Tesis, de acuerdo al Reglamento de Investigación conducente al Grado Académico de **MAESTRO** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez.

TERCERO.- ELEVAR al Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado Administrativo y Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento, así como a la Oficina de Economía, para cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
 ESCUELA DE POSGRADO
 DIRECCIÓN
 JULIACA, PUNO
 Dr. Leopoldo Wenceslao Condori Cari
 DIRECTOR (e)

Cc./CARGO (01)
 ARCHIVO EPG - 2024 (01)
 INTERESADO (01)
 LWCC@UANCH



RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 1036-2024-USA-EPG/UANCV

Juliaca, 25 de Julio del 2024

VISTOS:

El expediente N°. 08462. Presentado por el (a) Bachiller **GIONELLA COPA GUTIERREZ**, con número de DNI **43403411** y con Código de matrícula N.º **1710200082**, quien solicita cambio del **SEGUNDO** miembro del jurado e incluir el año en el Proyecto de Tesis titulado: **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO, 2023** Líneas de Investigación: **SALUD PÚBLICA – P42**, Para optar el Grado Académico de **MAESTRO** en **SALUD** mención **SALUD PUBLICA** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez", de la Sede Puno.

CONSIDERANDO:

Que, mediante expediente No. 08462, el Bach. **GIONELLA COPA GUTIERREZ**, solicita cambio del segundo miembro del jurado e incluir el año en la tesis titulada: **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO, 2023** Aprobado con Resolución Directoral N.º 926-2023-USA-EPG/UANCV, de fecha 04 de octubre del 2023, en el que se le asignó como segundo Miembro a la Dra. Gladys Maruja Torres Condori, el mismo que se cambia por indisponibilidad de tiempo.

Que, el referido Dictamen de Tesis fue aprobado por los jurados el 02 de Agosto del 2023, registrado en el Folio N° 003675 del Libro de Registro de Proyectos de Investigación de Maestría, establece que se encuentra apto para ser desarrollado a lo establecido en el reglamento de Grado de Investigación conducente al Grado Académico de Magister/Maestro y Doctor de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Juliaca;

Que, en el Reglamento General de la escuela de Posgrado de la UANCV, establece que la sustentación de Tesis de Posgrado es un trabajo de investigación original y crítico de actualidad y de alto valor científico.

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "j" del artículo 17 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, y el Art. 76 del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

PRIMERO.- INCLUIR EL AÑO 2023 EN EL TITULO DEL PROYECTO

SEGUNDO.- ACEPTAR EL CAMBIO DEL SEGUNDO MIEMBRO DEL JURADO, para su revisión de la Tesis titulada: **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO, 2023** presentado por el (a) Bach. **GIONELLA COPA GUTIERREZ**, de la maestría en: **SALUD**, conformado por los siguientes docentes:

Presidente	: Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Primer Miembro	: Dra. SONIA BENITA FERNANDEZ TAPIA
Segundo Miembro	: Dr. FREDY TORIBIO CHALCO VARGAS
Asesor	: Dra. ESPERANZA CUEVA ROSSEL

TERCERO.- AUTORIZAR el desarrollo de Tesis, de acuerdo al Reglamento de Investigación conducente al Grado Académico de **MAESTRO** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez.

CUARTO.- ELEVAR al Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado Administrativo y Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento, así como a la Oficina de Economía, para cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese,



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
ESCUELA DE POSGRADO

Dr. Leopoldo Wenceslao Condori Cari
DIRECTOR (e)

Co: CARGO (01)
ARCHIVO EPG - 2024 (01)
INTERESADO (01)
EMDOCIA/VECHA



RESOLUCION DIRECTORAL N° 926- 2023- USA-EPG/UANCV

Juliaca, 04 de Octubre del 2023.

VISTOS:

El expediente N° 2023-08420, de fecha 05 de setiembre del 2023, presentado por el (la) Bachiller GIONELLA COPA GUTIERREZ con DNI N° 43403411, código de matrícula 1710200082, quien solicita resolución de aprobación de proyecto de tesis titulado: **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA, UNA - PUNO** Línea de investigación **SALUD PÚBLICA – P42**, para optar el grado de **MAESTRO** en **SALUD** mención: **SALUD PÚBLICA** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez Sede Puno.

CONSIDERANDO:

Que, en el Reglamento General de la Escuela de Posgrado de la UANCV, establece que la sustentación de tesis de Posgrado es un trabajo de investigación original y crítico de actualidad de alto valor científico.

Que, según Resolución N° 0555-2019-UANCV-CU-R, de fecha 08 de noviembre del 2019, se aprueba el Reglamento para la obtención del grado académico de Magister, Maestro, Doctor y Titulación de los Programas de Segunda Especialidad Profesional de la Escuela de Posgrado.

Que, el **Art. 17**, establece que la aprobación del proyecto de investigación de tesis para la obtención de grados académicos de Magister, Maestro, Doctor se inicia con la presentación del proyecto de investigación de tesis según corresponda, en forma individual y conforme a las recomendaciones de la Escuela de Posgrado y estándares de la investigación científica, tecnológica y humanística.

Que, en el **Art.60**, señala que la fecha límite para la presentación del borrador de tesis es de 02 años contados desde la emisión de la resolución de aprobación del proyecto de tesis, vencido el plazo máximo el candidato a Magister, Maestro o Doctor deberá presentar un nuevo proyecto de investigación de tesis.

Que, el **Art. 21**, establece que el Director de la Escuela de Posgrado y el Director de la Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado, nominarán por sorteo a 03 docentes miembros del comité de investigación.

Que, mediante oficio circular N° 394-2023-USA-EPG/UANCV-J, de fecha 05 de Julio del 2023, se nombra al Comité de Investigación del proyecto de tesis conformado por los siguientes docentes:

Presidente	: Dra. AMALIA PEREZ ABARCA
Primer Miembro	: Dra. GRACIELA BERNAL SALAS
Segundo Miembro	: Dra. GLADYS MARUJA TORRES CONDORI
Asesor	: Dra. ESPERANZA CUEVA ROSSEL

Que, con registro N° 003675, de fecha 02 de Agosto del 2023, el Comité de Investigación del proyecto de tesis titulado: **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA, UNA - PUNO** cumple con los lineamientos y contenidos establecidos en reglamento de grado de investigación conducentes al grado académico de Magister/Maestro y Doctor de la Escuela de Posgrado de la UANCV.

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "j" del artículo 17 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado y en el artículo 76 del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

PRIMERO: APROBAR, el Proyecto de Investigación de Tesis de maestría y **AUTORIZAR** el desarrollo de la Tesis, titulado **AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA, UNA - PUNO** para obtener el grado académico de **MAESTRO** en **SALUD** mención: **SALUD PÚBLICA**, de la UANCV.

SEGUNDO: ELEVAR al Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado Administrativo, Vicerrectorado de Investigación, Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento y cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
ESCUELA DE POSGRADO
Dra. Leopoldina Mercedes Combarbera
DIRECTORA (EPG)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

« SU CARGO (R) »
ARCHIVO EPG-2023 041
INTERSEADO 001
UANCYCH



GIONELLA COPA GUTIERREZ

AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIO...

TESIS DE MAESTRIAS

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::13016:542905273

Fecha de entrega

23 dic 2025, 9:36 GMT-5

Fecha de descarga

23 dic 2025, 12:32 GMT-5

Nombre del archivo

T036_43403411_M.docx

Tamaño del archivo

14.3 MB

163 páginas

32.479 palabras

149.508 caracteres



21% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 16% Fuentes de Internet
- 10% Publicaciones
- 12% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

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.



Metadatos complementarios

AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO, 2023	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	GIONELLA COPA GUTIERREZ
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	43403411
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0002-2224-9117
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	ESPERANZA CUEVA ROSSEL
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02558176
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-7453-3382
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-2372-6720
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	SONIA BENITA FERNANDEZ TAPIA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01297921
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-2232-6653
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	FREDY TORIBIO CHALCO VARGAS
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01233951
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-9639-3926



Datos de investigación	
Línea de investigación	Salud Pública - P42
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno</p> <p>Coordenadas: Latitud: -15.8243402 Longitud: -70.015479 https://maps.app.goo.gl/jQ6WtqD9R2mLiRZs9</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	OCTUBRE 2023 – AGOSTO 2025
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html	<p>Ciencias de la salud https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#3.03.00</p> <p>Ciencias del cuidado de la salud y servicios (administración de hospitales, financiamiento) https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#3.03.01</p>



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
ESCUELA DE POSGRADO

Dr. Juan Mamani Mamani
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN - EPO



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo GIONELLA COPA GUTIERREZ, identificado con DNI
Nro. 43403411 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

EN SALUD

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICA E
INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO, 2023

Asesorado por: Dra. ESPERANZA CUEVA ROSSEL

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 03 de Diciembre del 2025


Firma del Asesor
(obligatoria)


Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A Dios, que puso en mi vida a las personas que me acompañan y guardan hasta hoy, por ser parte de este momento de mi investigación.

A mi hijo Christopher Fabrizio, por darme la motivación constante lo que me ha permitido lograr mis metas.

A mi esposo Marco Luis, por el apoyo incondicional.

A mi Madre que está en el cielo.



AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento a todos mis docentes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, por su aporte académico en la realización de mi tesis.

A los miembros del jurado por su valorado apoyo y participación en la culminación de mi trabajo de investigación.

A mi asesora de tesis por el apoyo en el presente trabajo.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 EXPOSICIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 Problema general.....	3
1.2.2 Problemas específicos.....	3
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.4 OBJETIVOS	7
1.4.1 Objetivo general.....	7
1.4.2 Objetivos específicos	7
1.5 IMPORTANCIA Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.6 LIMITACIONES Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.7 HIPÓTESIS	10
1.7.1 Hipótesis general	10
1.7.2 Hipótesis específicas	10
1.8 VARIABLES E INDICADORES	11
1.8.1 Conceptualización de las variables	11



1.9 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES 13

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO 14

2.1.1 A nivel internacional..... 14

2.1.2 A nivel nacional..... 17

2.1.3 A nivel regional. 19

2.2 BASES TEÓRICAS 21

2.2.1 Autoconcepto 21

2.2.2 Adicción a las Redes Sociales..... 27

2.3 MACRO CONCEPTUAL 35

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1. MÉTODO O MÉTODOS APLICADO EN LA INVESTIGACIÓN 37

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN..... 37

3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN..... 37

3.4. Diseño de investigación 38

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA 38

3.5.1. Población 38

3.5.2. Muestra 38

3.6. TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN 39

3.6.1. Técnica de la investigación..... 39

3.6.2. Instrumento de la investigación 39

3.7. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN 40

3.7.1. Confiabilidad de los instrumentos..... 40



3.7.2. Validación de los instrumentos	40
3.8. DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA LA PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	41
3.9. PRUEBA DE HIPÓTESIS	43

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	44
4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL	46
4.3. RESULTADO ESPECIFICO 1.....	50
4.3.1. Prueba de hipótesis especifica 1	54
4.3.2. Resultado especifico 2.....	58
4.3.3. Prueba hipótesis especifica 2.....	62
4.3.4. Resultado especifico 3.....	66
4.3.5. Prueba de hipotesis 3	71
4.3.6. Resultado especifico 4:.....	75
4.3.7. Prueba de hipótesis especifica 4	80
4.3.8. Resultado especifico 5.....	85
4.3.9. Prueba de hipótesis especifica 5	89
4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	95
CONCLUSIONES	104
RECOMENDACIONES	108
REFERENCIAS.....	111
ANEXOS	117



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	13
Tabla 2 Prueba de alfa de Cronbach	40
Tabla 3 Prueba de normalidad	42
Tabla 4 Resultado general: Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales	43
Tabla 5 Hipótesis general. Relación entre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales	47
Tabla 6 Resultado específico 1: El Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales	51
Tabla 7 Prueba de hipótesis específica 1: Relación del Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales	43
Tabla 8 Resultado específico 2: El Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales	59
Tabla 9 Prueba hipótesis específica 2: El Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales.....	63
Tabla 10 Resultado específico 3: Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales	67
Tabla 11 Prueba de hipótesis 3: Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales	72
Tabla 12 Resultado específico 4: Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales	63
Tabla 13 Prueba de hipótesis específica 4	82
Tabla 14 Resultado específico 5: El Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales	63
Tabla 15 Prueba de hipótesis específica 5	63



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Resultado general: Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales	45
Figura 2 Análisis de dispersión: Autoconcepto y la adicción a las redes sociales	49
Figura 3 Resultado específico 1: El Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales	53
Figura 4 Análisis de dispersión: Autoconcepto académico y la adicción a redes sociales	57
Figura 5 Resultado específico 2: El Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales	61
Figura 6 Resultado específico 3: Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales	70
Figura 7 Análisis de dispersión	74
Figura 8 Resultado específico 4: Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales	79
Figura 9 Análisis de dispersión	84
Figura 10 Resultado específico 5: El Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales	88
Figura 11 Análisis de dispersión	93



RESUMEN

La investigación sobre Autoconcepto y Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano Puno 2023, busco determinar la relación entre ambas variables en estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de dicha ciudad, responde a una investigación de diseño no experimental, de tipo correlacional – transversal, para este objetivo se utilizó la Escala de Autoconcepto Forma 5 (AF-5) de Musitu et al. (1997) y Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Ecurra y Salas (1). Los resultados indican que existe relación entre Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitario; entre Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales debido a los valores obtenidos y con un nivel de significancia menor a 0,05; Del mismo modo se evidenció que existe relación entre Autoconcepto académico, Autoconcepto social, Autoconcepto familiar, Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno, en conclusión: las variables están relacionadas.

Palabras claves: adicción a las redes sociales, autoconcepto, estudiantes.



ABSTRACT

The research on Self-concept and Addiction to social networks in university students of the Professional School of Statistical and Computer Engineering, National University of the Altiplano Puno 2023, sought to determine the relationship between both variables in university students of the National University of the Altiplano of said city. responds to a non-experimental, correlational-cross-sectional design research, for this objective the Self-Concept Scale Form 5 (AF-5) by Musitu et al was used. (1997) and Social Network Addiction Questionnaire (ARS) by Escurra and Salas (1). The results indicate that there is a relationship between Self-concept and Addiction to social networks in university students; between Physical Self-Concept and Addiction to Social Networks due to the values obtained and with a level of significance less than 0.05; In the same way, it was evidenced that there is a relationship between academic self-concept, social self-concept, family self-concept, emotional self-concept and addiction to social networks in university students in the city of Puno, in conclusion: the variables are related.

Keywords: addiction to social networks, self-concept, students.



INTRODUCCIÓN

En el contexto contemporáneo, el autoconcepto se erige como un elemento crucial en el progreso socio-afectivo de los jóvenes, desempeñando un papel determinante en la construcción de su persona y su estructura cognitiva individual. Este proceso de formación de la imagen de uno mismo se ve profundamente influenciado por la omnipresencia de las redes sociales, plataformas que han permeado la vida de la mayoría de los adolescentes desde una edad temprana, configurando perfiles digitales que se entrelazan con la identidad offline.

El análisis retrospectivo, prospectivo y perspectivo que conforma la autoevaluación constante del ser humano se ve ahora moldeado por las interacciones en línea, donde las experiencias pasadas, presentes y futuras se entrelazan en un entorno virtual. En el último siglo, las innovaciones tecnológicas han transformado radicalmente la manera de comunicarnos, siendo las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp y Tinder las protagonistas de esta revolución digital, especialmente influyentes en la población adolescente.

Sin embargo, este cambio en la comunicación no está exento de desafíos, ya que las redes sociales también introducen riesgos sustanciales, especialmente para los adolescentes y estudiantes universitarios. Este trabajo de investigación se centra en la relación entre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales, explorando cómo el uso compulsivo de estas plataformas puede impactar la percepción de sí mismos en estudiantes universitarios.

Las redes sociales, a pesar de sus beneficios evidentes, han sido asociadas con problemas significativos, desde la falta de habilidades sociales



y la ruptura de relaciones interpersonales hasta la amenaza del ciberbullying y los crecientes índices de crímenes. Este estudio busca entender la magnitud de la implicancia de la adicción a las redes sociales en la conceptualización de la propia identidad, examinando cómo los estudiantes universitarios enfrentan los desafíos psicosociales que surgen de esta interacción digital constante.

Es por ello. Que la importancia de estudiar y comprender la interacción entre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales en alumnos universitarios proporcionando una nueva perspectiva de comprensión que se considera esencial para proponer medidas de intervención pertinentes que aborden la realidad psicosocial que impacta directamente a esta población, debilitando sus círculos sociales y modelando su comportamiento, lo que contribuye a entender cómo afecta la percepción de uno mismo y como el autoconocimiento, autovaloración y control del uso de redes sociales entre los estudiantes universitarios.



CAPÍTULO I

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 EXPOSICIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

El autoconcepto de sí mismo se considera crucial en el crecimiento emocional y social de los jóvenes, ya que está estrechamente ligado a las redes sociales. En la actualidad, la mayoría de los adolescentes participan activamente en estas plataformas desde temprana edad, lo que influye en su personalidad y en su forma de pensar. Con el fin de construir su identidad, las personas examinan sus percepciones y comprenden sus acciones en tres dimensiones: mirando hacia atrás (acciones pasadas), en el presente (acciones actuales) y hacia adelante (visión del futuro). Fruto de esta evaluación que se convierte en una reflexión continua sobre uno mismo.

En el último siglo, los avances de la tecnológica han influido en la manera de comunicarnos; influyen de manera focalizada en la población adolescente, Se menciona el empleo de plataformas digitales como Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Tinder, entre otras, las cuales han tenido un impacto significativo en la conducta de los individuos, limitando su vida social y generando una serie de problemas de interacción personal.



Dentro de estos elementos se encuentra el empleo de las plataformas digitales, dado que pasar mucho tiempo en ellas o participar activamente puede provocar la dependencia. Por lo general, son los jóvenes en edad adolescente y universitarios quienes se ven afectados en la mayoría de las situaciones. No obstante, individuos de todas las edades recurren a plataformas digitales para entablar comunicación al instante con cualquier rincón del planeta, descubrir datos, conversar con sus seres queridos, enviar sus currículums con la ilusión de hallar empleos atractivos, mantenerse al día con las últimas tendencias y deleitarse con videollamadas económicas y sencillas. A pesar de la utilidad de estas alternativas, representan un riesgo para quienes las utilizan. Así que, los inconvenientes relacionados con el empleo de plataformas digitales abarcan una variedad de aspectos, entre los que se encuentran los siguientes: A través del tacto, las personas buscan confirmar la interpretación de las emociones. La tarea se complica en internet cuando alguien se alegra de compartirlo en su publicación. La calidad de las relaciones interpersonales se deteriora, se malgasta el tiempo, se incrementa el acoso en línea y la tasa de criminalidad crece de forma preocupante en Perú. Una influencia adicional igualmente importante de lo mencionado previamente es la confianza en uno mismo. Cumple una función importante la aprobación posterior de la publicación. La manera en que los niños, adolescentes y universitarios se muestran al mundo se ve afectada por cómo crean su identidad buscando la aceptación de los demás. La falta de adversidad los vuelve más vulnerables ante los desafíos cotidianos y, en ocasiones, los lleva a comportarse de manera más hostil.

Es por ello que la presente investigación buscara determinar cómo están relacionados el autoconcepto con la adicción a las redes sociales en estos



alumnos universitarios y que tiene de implicancia tiene dicha adicción a la forma de conceptualizarse, estos resultados nos brindaran información clara y verídica a través de los resultados que obtengamos para proponer las medidas de intervención correspondientes frente a dicha realidad, el aspecto psicosocial impacta de lleno a los universitarios, debilitando su entorno social y comportamiento de alguna forma. A través de este estudio se ofrecerá datos recientes acerca de cómo los universitarios perciben el autoconocimiento, la autovaloración y la gestión de su uso de redes sociales. Es por eso que surge la cuestión de investigación.

1.2 FORMULACIÓN DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre el Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023?

1.2.2 Problemas específicos

PE1. analizar la relación significativa entre el Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

PE2. comprobar la relación significativa entre el Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



- PE3.** demostrar la relación significativa entre el Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.
- PE4.** hallar la relación significativa entre el Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.
- PE5.** determinar la relación significativa entre el Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La razón de ser de este estudio radica en la relevancia de llevar a cabo un examen sobre cómo las redes sociales afectan a los alumnos de la Escuela Profesional de Estadística e Informática de la Universidad del Altiplano. Al comprender de qué manera influye el uso de las redes sociales en la percepción de uno mismo, esta investigación psicológica proporcionará datos sobre los peligros personales asociados con el uso excesivo de las redes sociales para los estudiantes que manifiestan que por el abuso que hacen de las mismas se ocasiona descuido en los estudios, bajo rendimiento e inasistencia a clases, a que prefieren invertir su tiempo en dichas redes antes que cumplir sus deberes académicos, por lo que es importante analizar el impacto que tiene en su autoconcepto .



El uso abusivo de las redes sociales, y su naturalización en cuanto a frecuencia y manejo, no nos ha permitido percatarnos de las potenciales consecuencias desfavorables que pueden surgir de estas acciones, así como de los beneficios positivos que pueden traer si se emplean adecuadamente. Por ello, a través de esta investigación conocer más sobre esta realidad problemática y brindar medidas o pautas de intervención acordes a los resultados obtenidos que lleven a tomar conciencia sobre el uso excesivo de las redes sociales y el daño que logran ocasionar a su autoconcepto. La información actualizada sobre esta realidad que está impactando sobre niños, adolescentes y adultos de nuestro departamento, así mismo tener información sobre los efectos y/o consecuencias a nivel sociales, económicas y ambientales que genere este problema.

Justificación teórica. El respaldo de la teoría psicológica y sociológica es claro en cuanto a la importancia de analizar la conexión entre la percepción de uno mismo y la dependencia a las redes sociales. Específicamente, la autoimagen, que es la forma en que nos vemos a nosotros mismos, está estrechamente relacionada con nuestras acciones y elecciones. Desde una perspectiva teórica. Resulta de gran importancia destacar que un concepto de sí mismo desfavorable o inestable puede llevar a una persona a buscar de manera obsesiva validación a través de las redes sociales. En estos momentos, el uso enorme de las redes sociales ha captado la atención de la psicología conductual y cognitiva en general. Esta obsesión implica una necesidad psicológica que debilita la capacidad de controlarse a sí mismo y el bienestar mental. Asimismo, se pueden observar en los principios propuestos por Festinger, las



aproximaciones a la influencia social y la comparación social que fueron mencionadas con anterioridad.

Justificación práctica, es importante destacar que la problemática utilización de las plataformas digitales es un tema que preocupa cada vez más a los estudiantes universitarios. Reconocer la función que desempeña la percepción de uno mismo en la adicción a las redes sociales logra conducir a la creación de medidas personalizadas hacia fomentar un uso equilibrado de estas plataformas y, de esta manera, reforzar la confianza en sí mismos de los estudiantes. Se podrían emplear los hallazgos para desarrollar iniciativas de concienciación y encuentros formativos que fomenten un equilibrio de tal manera que el uso de redes sociales y el desarrollo particular. En la facultad de Estadística e Informática, el abuso desmedido de la tecnología por parte de los alumnos puede resultar especialmente complicado. Al final, los resultados de estos sondeos podrían guiar la creación de políticas relacionadas con la armonización entre la tecnología y la educación formal.

Desde el punto de vista de la justificación metodológica, este estudio destaca por la escasez de investigaciones que abordan de manera conjunta la conexión entre la autoimagen y la dependencia a las redes sociales en alumnos de universidad de disciplinas tecnológicas. Aunque existen investigaciones anteriores que analizan cómo afectan las redes sociales y otros comportamientos digitales, son escasos los estudios que se enfocan en los rasgos de personalidad subyacentes que podrían moldear estos patrones. El enfoque cuantitativo de este método es importante, ya que posibilita descubrir conexiones y potenciales relaciones de causa y efecto. Mediante cuestionarios y evaluaciones normalizadas, los participantes ofrecerán información precisa y



fidedigna que simplificará el estudio estadístico. De esta manera, esta metodología innovadora aporta al crecimiento del saber científico que puede ser utilizado en campos afines y en futuras investigaciones.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general

Determinar la relación entre el Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

1.4.2 Objetivos específicos

OE1. Establecer la relación entre el Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

OE2. Determinar la relación entre el Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

OE3. Demostrar la relación entre el Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

OE4. Analizar la relación entre el Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de



Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

OE5. Identificar la relación entre el Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

1.5 IMPORTANCIA Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio se centra en un tema de gran importancia en la actualidad, dado que la conexión entre la percepción de uno mismo y la dependencia a las redes sociales podría influir de manera notable en el bienestar mental y el desempeño académico de los universitarios. La autoimagen se relaciona con la forma en que una persona se ve a sí misma dentro de las relaciones sociales. En contraste, la dependencia a componentes, especialmente en los alumnos de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, resulta fundamental, dado que estos individuos están inmersos en un ambiente educativo que requiere una gran concentración y compromiso.

Los hallazgos de este estudio no solo aportarán al conocimiento teórico de la conexión entre la percepción de uno mismo en sociedad y la dependencia a las redes sociales, sino que también brindarán datos concretos y útiles sobre la realidad de los alumnos de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática de la Universidad Nacional del Altiplano-Puno. Estos datos son útiles para crear estrategias y proyectos preventivos que fomenten un uso beneficioso



de las plataformas digitales, y también para fomentar una imagen positiva de sí mismos en los estudiantes.

El alcance de la investigación abarcará a los estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, de la Universidad Nacional del Altiplano en el periodo académico 2023 – II durante el año 2023.

En resumen, la importancia de esta investigación radica en su capacidad para arrojar luz sobre un problema contemporáneo que afecta directamente a los estudiantes universitarios, proporcionando datos valiosos que pueden guiar la implementación de estrategias efectivas para mejorar la salud mental y el bienestar de esta comunidad académica específica.

Las plataformas digitales se están convirtiendo en una tendencia en aumento, con potenciales efectos desfavorables en la rutina cotidiana de las personas. Entender la conexión entre estos dos.

1.6 LIMITACIONES Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Limitaciones de la Investigación:

La investigación se centra específicamente en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno en el año 2023. Por lo tanto, los resultados pueden no ser completamente generalizables a otras poblaciones estudiantiles o contextos temporales.

Delimitación de la Investigación:

La investigación se limita a estudiantes universitarios de la ciudad de Puno en el año 2023. Esta delimitación se realiza para obtener una comprensión específica de las dinámicas presentes en este grupo demográfico particular.



El estudio se centra específicamente en la relación entre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales. Otros factores que podrían influir en el bienestar de los estudiantes, como el entorno familiar o el rendimiento académico, no serán analizados de manera exhaustiva.

La investigación se centra en el año 2023, lo que implica que los resultados reflejarán las condiciones y dinámicas específicas de ese año. Cambios significativos después de este período pueden no estar reflejados en los hallazgos.

Al reconocer estas limitaciones y delimitaciones, se busca garantizar la precisión y la validez interna de la investigación, al tiempo que se establecen límites claros en términos de alcance y aplicabilidad de los resultados.

1.7 HIPÓTESIS

1.7.1 Hipótesis general

Existe relación significativa entre el Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

1.7.2 Hipótesis específicas

H1. Existe relación significativa entre el Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

H2. Existe relación significativa entre el Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de



Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

H3. Existe relación significativa entre el Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

H4. Existe relación significativa entre el Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

H5. Existe relación significativa entre el Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

1.8 VARIABLES E INDICADORES

1.8.1 Conceptualización de las variables

V1: Auto concepto:

Definición Teórica: conjunto de auto esquemas que son organizadas a través de las experiencias pasadas y son usadas para reconocer, interpretar estímulos relevantes en ambientes sociales, el auto esquema es una creencia u opción sobre el sí mismo, que determina el modo en el que es organizada, codificada y usada la información que nos llega sobre nosotros mismos, es un marco de referencia por el cual damos significado a los datos aprendidos sobre nosotros mismos incluso sobre los demás (2).



Definición operacional: Autoconcepto, que fue evaluado a través del cuestionario de Autoconcepto - Forma AF5. Y que tiene las dimensiones autoconcepto Académico, Social, Emocional, Familiar y Físico.

V2: Adicción a las redes sociales:

Definición teórica: Patrón desadaptativo de conducta que parte de un problema de control de impulsos por la necesidad de estar siempre conectados y se caracteriza por el uso abusivo de las redes sociales generando dependencia (3).

Definición operacional: Adicción a las redes sociales, que fue evaluado por medio del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales Acrónimo ARS y que tiene las dimensiones:

Obsesión por las Redes Sociales, Falta de control personal en el uso de las Redes Sociales y Uso Excesivo de Redes Sociales.

1.9 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Categorías	Instrumentos
V1: Autoconcepto	1.1 Académico	Buenas tareas Reconocimiento Buen estudiante	Tendencia Alto Tendencia Media Tendencia Bajo	Escala de autoconcepto Forma 5 (AF5) de Musitu, García Gutiérrez (197) Adaptación peruana: Guerrero y Mestanza (2016)
	1.2 Social	Sociable Amigable Persona alegre		
	1.3 Familiar	Temeroso Nervioso Tímido		
	1.4 Emocional	Critica Feliz Apoyo fraternal Amor fraternal		
	1.5 Físico	Autocuidado Deportista Elegante Aceptación física		
V2: Adicción a Redes Sociales	2.1 Obsesión por las Redes Sociales.	- Compromiso mental con las redes sociales. - Pensar constantemente y fantasear con ellas. - Ansiedad y preocupación por la falta de acceso a las redes	Tendencia Alto Tendencia Media Tendencia Bajo	Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Escurra Salas Perú 2014.
	2.2 Falta de control personal en el uso de las Redes Sociales	- Preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de las redes sociales.		
	2.3 Uso Excesivo de Redes Sociales	- Exceso en el tiempo de uso. - El hecho de no poder controlarse cuando usa las redes sociales y no ser capaz de disminuir la cantidad de uso.		

Nota: Elaboración de acuerdo a las variables en estudio.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

2.1.1 A nivel internacional

Gálvez (4), Con el fin de explorar la visión de un conjunto de jóvenes acerca de cómo las redes sociales impactan en su autoestima y autoimagen, se llevó a cabo este estudio en el año 2024, incluyendo también un análisis detallado de sus hábitos de uso. Jóvenes que hacen uso de estas redes sociales. Con el propósito de lograrlo, se empleó una técnica cualitativa que consistió en realizar una entrevista semiestructurada a 10 alumnos de la Institución Educativa Darío de Bedout, quienes se ofrecieron voluntariamente para participar en ella. Tras revisar diversas fuentes de información, se descubrió que las redes sociales tienen una importancia significativa en la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos, especialmente en lo que respecta a su aspecto físico.

Morán y Castaño (5), en la Revista Internacional de Psicología Clínica y de Salud publicó un estudio titulado "Autoconcepto en las redes sociales y su vínculo con el afecto en adolescentes". El propósito principal de la investigación fue explorar la conexión entre la armonía o discrepancia en la



percepción de uno mismo en línea y fuera de línea, y su relación con las emociones. En este estudio, 350 jóvenes participaron completando los cuestionarios AF-5 para evaluar su autoconcepto, y el PANANS para evaluar sus estados emocionales o disposiciones personales, en dos ocasiones cada uno, considerando situaciones tanto en entornos virtuales como reales. Se recopiló datos en sus hallazgos. Los adolescentes que presentan variaciones en su percepción de sí mismos experimentan mayores niveles de felicidad en comparación con aquellos que tienen una visión más uniforme de sí mismos. Concluyendo que las redes sociales provocan que los jóvenes vivan una percepción de sí mismos distinta, se observa que esto influye en sus emociones.

Moral y Fernández (6) Se llevó a cabo una investigación sobre el uso problemático de internet en jóvenes españoles, y cómo se relaciona con la autoestima y la impulsividad. El propósito era investigar las conexiones entre estos factores, así como examinar las disparidades en los conflictos personales y sociales según el género y la edad. Un total de 240 adolescentes y jóvenes, cuyas edades van desde los 15 hasta los 22 años, formaron parte en la actividad. En lo que respecta a los hallazgos, se indica que el 11,25% de los jóvenes presentan un uso problemático de internet, mientras que el 88,75% demuestran un uso moderado. Además, en relación a las disparidades según el sexo (disputas interpersonales $t = ,218$; $p > .05$; disputas intrapersonales $t = ,372$; $p > .05$) y la edad no han mostrado relevancia. Además, se ha descubierto que la falta de confianza en uno mismo y la tendencia a actuar de manera impulsiva y sin planificación son factores que indican una mayor probabilidad de utilizar internet de forma perjudicial.



Pérez y Salamanca (7), Se llevó a cabo un estudio sobre cómo la autovaloración se relaciona con pensamientos suicidas en jóvenes colombianos de 14 a 17 años, con la participación de 76 individuos en la muestra. Se llevó a cabo un estudio de tipo correlativo no experimental. Se utilizaron la Escala de autoevaluación de Rosenberg y la Escala de pensamientos suicidas positivos y negativos (PANSI) como herramientas de medición. Tras el análisis, se descubrió que el 72% de los participantes mostraron un nivel de autoestima promedio, mientras que el 28% manifestaron pensamientos suicidas. Además, se observó un coeficiente de correlación de Spearman que reveló una relación significativa y negativa (-.602) entre las variables, señalando una conexión considerable entre ellas.

Ulloa (8), realizó una investigación en Ecuador, denominada: uso del tiempo libre y adicción a las redes sociales en adolescentes de 13 a 19 años. Su propósito principal fue descubrir la conexión entre ambas variables. En la evaluación se emplearon los siguientes formularios: uno sobre la utilización del tiempo libre, el Test de dependencia de internet (IAT) y el Test de dependencia de redes sociales (ARS), aplicados a un grupo de 91 estudiantes. Se descubrió que un 7,7% de los jóvenes sufren de una dependencia a las redes sociales. En relación al test IAT, solo una estudiante encuestada (1,1%) muestra signos de adicción a internet, mientras que el 33% de los adolescentes experimentan problemas debido a su uso.

Sahagún et al. (9), investigaron la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en la población de 15 a 19 años en la población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. Un total de 171 individuos conformaron la muestra representativa. Se empleó la Escala de



adicción a internet de Lima para recopilar información, dividiendo a los participantes en dos categorías: aquellos con adicción y aquellos sin adicción. Por otro lado, se administró el Test de Rosenberg para evaluar la autoestima. A partir de los datos recopilados, se descubrió que el 66.7% de las personas mostraban dependencia a internet, mientras que el 33.3% restante no la presentaba. Además, se observó que el 62.7% tenía dificultades con su autoestima. No obstante, no se halló ninguna conexión $OR= 1.283$, $IC\ 95\%$ (0.551-2.897) $p =.909$, entre los factores.

2.1.2 A nivel nacional

Catasi y Salas (10), llevó a cabo un estudio en estudiantes de psicología de una universidad privada en Lima Metropolitana para investigar la conexión entre la autoestima y la adicción a las redes sociales.

El enfoque del estudio fue cuantitativo, descriptivo y correlacional, con un diseño no experimental y transversal. Con una muestra de 163 estudiantes y empleando el Inventario de Autoestima de Coopersmith (1975) y el Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS, 2008). Encontrando relaciones significativas, inversas y moderadas entre la variable. Se llega a la conclusión de que la falta de confianza en uno mismo podría estar vinculada con una fuerte dependencia a las redes sociales.

Venero (11), en su investigación sobre Autoconcepto y riesgo de adicción a las redes sociales en estudiantes de unas instituciones educativas de Cusco, que buscaba determinar la relación entre las variables, estudio cuantitativo, descriptivo correlacional, no experimental, transversal, con una muestra de 298 estudiantes, utilizando la escala de autoconcepto forma AF5 y el cuestionario ARS 24. Los hallazgos señalan que hay una conexión tenue y



desfavorable entre la percepción de uno mismo y la probabilidad de caer en la adicción a las redes sociales. En cuanto a las dimensiones, se observó una conexión leve y desfavorable entre el riesgo de adicción a las redes sociales y el autoconcepto académico laboral, emocional y familiar. Por otro lado, no se encontró ninguna relación entre la adicción a las redes sociales y el autoconcepto social y físico.

Jiménez y Sedano (12), En su estudio acerca de la Dependencia en redes sociales y la percepción del cuerpo en estudiantes de psicología de una Universidad Privada en Los Olivos en el año 2021, se propuso establecer la conexión entre dichas variables. El enfoque metodológico utilizado fue básico, correlacional, no experimental y de corte transversal. Mediante la utilización del Cuestionario de Descontento con la Imagen Corporal (IMA- GEN) creado por Solano y Cano en 2010, junto con el cuestionario de dependencia a las redes sociales (ARS) desarrollado en 2014. Con un grupo de 234 alumnos matriculados en la especialidad de Psicología. Se ha encontrado una conexión importante entre las variables, mostrando una relación directa y fuerte ($Rho=0,535$). Esto confirma que los jóvenes que utilizan más frecuentemente las redes sociales tienden a sentirse más insatisfechos con su imagen corporal en comparación con aquellos que las utilizan de manera más restringida.

Tarazona, M (13), en su tesis Inteligencia emocional y adicción a redes sociales en estudiantes de 4° y 5° de secundaria de Juanjui de San Martín, que busco conocer relación entre las variables, con método cuantitativo predictivo simple, con una muestra de 203 estudiantes de secundaria, empleando el Inventario Breve de Inteligencia Emocional (EQ-i_M20) de Pérez et al. y El cuestionario de adicción a redes sociales ARS de Salas y Ecurra. Se



encontró una relación importante en sentido opuesto entre la adicción a las redes sociales y la inteligencia emocional, con un coeficiente de correlación de -0.259 y un nivel de significancia de $p < .001$. Al llegar a la conclusión de que en el caso de tener una inteligencia emocional elevada, la probabilidad de sufrir una adicción a las redes sociales disminuirá, o al contrario.

Vera (14), Dentro de su estudio acerca de la Nomofobia y la percepción de sí mismos en alumnos de ingeniería de una institución privada en Huancayo, se propuso investigar la conexión entre estos dos aspectos. La investigación se llevó a cabo de manera no experimental y transversal, con la participación de 113 estudiantes de primer ciclo de diversas facultades, utilizando el cuestionario de Nomofobia (NMP-Q) creado por Correia y Caglar Yildirim, así como el cuestionario de Autoconcepto Forma 5 (AF-5) desarrollado por García y Musitu. Tras analizar la conexión entre estas variables, se concluye que no hay ninguna relación entre la nomofobia y el autoconcepto académico. Esto se debe a que el valor P ($0,600$) supera el nivel de significancia ($0,05$), lo que sugiere que no existe vínculo entre la nomofobia y el autoconcepto académico en los estudiantes de esa institución educativa.

2.1.3 A nivel regional.

Ramos y Mita (15), La finalidad de este estudio es descubrir la conexión entre la adicciones a redes sociales y la tendencia a postergar tareas en alumnos de secundaria. En el año 2023, la IEP Andean Light School en Juliaca se enfrenta al desafío de los estudiantes que, al sumergirse en el vasto mundo de internet, tienden a emplear las redes sociales de manera excesiva, descuidando así sus compromisos académicos. La investigación se basa en correlaciones, con un diseño no basado en experimentos.



Se tomó una selección aleatoria de 132 alumnos de secundaria de la escuela IEP Andean Light School en Juliaca, a quienes se les administró un cuestionario. La dependencia de las redes sociales y la medida de postergación en adolescentes. Los datos revelan una conexión de importancia estadística entre la dependencia a las redes sociales y la postergación en el ámbito educativo en los alumnos analizados, lo que sugiere que aquellos con una mayor adicción a las redes sociales tienden a exhibir mayores niveles de aplazamiento en sus tareas escolares.

Cari (16), Con el fin de establecer la correlación entre la adicción a las redes sociales y las destrezas sociales en alumnos de la Institución Educativa José Carlos Mariátegui Aplicación de la ciudad de Puno durante el año 2019. Se buscaba establecer relaciones entre variables, utilizando un diseño transaccional no experimental. Se utilizó un enfoque deductivo y descriptivo, y la muestra consistió en 109 estudiantes de la Institución Educativa. Para recopilar la data, se efectuó una encuesta y se aplicaron instrumentos como el cuestionario sobre adicción a redes sociales. Se realizaron a cabo pruebas estadísticas utilizando el método de Rho de Spearman, con un nivel de confianza del 95% y un nivel de significancia de $p < 0,05$. Se decide que cuanto más arraigada sea la dependencia. Los resultados obtenidos revelan una conexión opuesta, con un coeficiente de compensación de $-0,224$ y un valor p de $0,019$. Las habilidades sociales disminuirán en proporción al aumento de periodo dedicado a las redes sociales. Mostrando cifras de la población total de forma creativa, el 45 % reveló un grado medio de adicción a las redes sociales. Dentro de este grupo, un 19,3 % mostró un grado alto, con falta de autocontrol y dependencia, lo que genera riesgos personales, familiares y sociales. Además,



el 26,6 % presentó un grado bajo en habilidades sociales, lo que indica una deficiencia en sus relaciones interpersonales.

Quispe (17), Se buscó averiguar la influencia del impacto de las adicciones de las redes sociales está alterando la conducta de los alumnos de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. Llevándose estudios cuantitativos con un diseño de investigación no experimental de tipo correlacional. Se utilizó la entrevista como técnica de investigación y el cuestionario como instrumento. Se aplicó el análisis de clasificación, prestando especial atención a los supuestos estadísticos. Se llegó a las siguientes conclusiones: El entramado digital del 80% de los estudiantes experimentaron una transformación en su conducta debido a las interacciones sociales, tomando el primer cuartil como punto de inflexión. Este cambio resultó ser significativo al 1% con un impacto notable. Con un coeficiente de estimación de Pearson de 0.304 y un Spearman de 0.257, se logra una conexión de grado medio, destacando la ausencia de control personal en el uso de las redes sociales. Concluyendo que la adicción más prevalente en la actualidad es la relacionada con los dispositivos móviles, seguida de la obsesión por las redes sociales y su uso desmesurado.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Autoconcepto

Definición de Autoconcepto:

Piers Harris (18), definen el Autoconcepto como una serie de acciones que claramente demuestran cómo un individuo percibe su propia cognición, se forma a través de una variedad de éxitos y relaciones (familia, educación, amigos) que el niño adquiere a medida que desarrolla su identidad.



De acuerdo a Coopersmith (19), El concepto de uno mismo se formaría basándose en cuatro pilares: 1. En cuanto a cómo se valora la manera en que son queridos o apreciados, y la medida en que son aprobados por personas importantes, la orientación que reciben en casa es crucial y contrasta con la influencia del entorno social, que hoy en día se da a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). La capacidad o aptitud para realizar labores que se valoren como significativas. En esta situación, las tecnologías de la información y la comunicación estimularían una forma de rivalidad centrada en los deseos favorables o desfavorables de los jóvenes. El compromiso con los principios éticos y morales, algo que se refuerza en el ambiente familiar; y 4. La medida en que las personas ejercen influencia sobre sí mismas y sobre los demás. Las tecnologías de la información y la comunicación también tienen un papel relevante, ya que permiten a los jóvenes compartir vivencias y expresiones de su vida. De esta forma, se desprende que la autoestima no sería un concepto estático, inmodificable, sino dinámico y cambiante, que puede disminuir, aumentar o mantener (20).

Para Tintaya (21), "El autoconcepto es un sistema de valoraciones y definiciones de las potencialidades y los horizontes de sí mismo que conforman la autoimagen del sujeto". La percepción de uno mismo se construye mediante la interacción de los procesos mentales. Al reflexionar de manera consciente sobre nuestras necesidades, aspiraciones y habilidades, podemos descubrir nuestras fortalezas y debilidades personales.

Por su parte Periago, R. (22), Indica que el autoconcepto es un proceso de formación y creación basado en las impresiones obtenidas de vivencias, evolucionando en tres fases cada vez más elaboradas. Durante los dos primeros



años de vida, los niños experimentan una estrecha conexión con sus padres, lo que les hace percibir su entorno de una manera única en comparación con los demás. Esta etapa inicial se distingue por esta intensa relación familiar.

Para Álvaro (23), La noción de autoconcepto abarca aspectos cognitivos, emocionales y de comportamiento. Su importancia radica en su capacidad para entender cómo las personas interactúan con su entorno, ya que desempeña roles relacionados con el control de la conducta, la motivación personal, la confianza en uno mismo, entre otros aspectos.

El autoconcepto (self concept) es entendido como una construcción sobre cómo el individuo se percibe y se valora sí mismo, y que se conforma en el marco de diversas experiencias socio-culturales a lo largo de todo el ciclo vital (24). Comprende a su vez, dimensiones cognitivas, afectivas, y conductuales (25). La importancia de este concepto radica en su capacidad para entender cómo las personas interactúan con su entorno, ya que desempeña roles relacionados con el control de la conducta, la motivación interna y la confianza en uno mismo. Aunque suele mencionarse a la autoestima como sinónimo del autoconcepto, actualmente es fuerte el acuerdo entre diversos teóricos al afirmar que la autoestima formaría parte del autoconcepto, siendo aquella el aspecto valorativo de los juicios descriptivos que conforman a este último (25).

Dimensiones del autoconcepto

Creado por García y Musitu (26), este instrumento es ampliamente utilizado para medir la percepción de uno mismo en diferentes grupos de personas. Esta herramienta se basa en un enfoque estructural y multidimensional del autoconcepto, el cual se explora a través de cinco dimensiones fundamentales.



Autoconcepto Académico/Laboral. En esta esfera se tiene en cuenta la apreciación que las personas tienen de su rendimiento y habilidades en el ámbito educativo o laboral. Dentro de esta dimensión se contemplan elementos como la sensación de desafío, el impulso por aprender o trabajar y la visión de logro en estas actividades. En el ámbito estudiantil, es fundamental destacar la influencia que la autoimagen tiene en el proceso de aprendizaje y en la consecución de objetivos profesionales. Un nivel de autoimagen reducido en este aspecto podría estar vinculado con una menor tenacidad y confianza en uno mismo para enfrentar los retos académicos. Por el contrario, tener una imagen positiva de uno mismo se vincula con la seguridad y la dedicación hacia la evaluación de la tarea (27).

Autoconcepto Social. Se analiza cómo una persona se ve a sí misma en términos de su habilidad para conectarse e involucrarse con los demás con el fin de establecer relaciones sociales positivas y fructíferas. En esta esfera se incluyen las habilidades para integrarse en un colectivo, recibir una cálida acogida y cultivar conexiones gratificantes con las personas que nos rodean. Una percepción negativa de uno mismo en sociedad podría llevar a la soledad o al rechazo, mientras que una positiva facilita la creación de redes de apoyo y la capacidad de adaptarse a nuevas situaciones. La importancia de esta dimensión en un entorno académico radica en que las condiciones sociales pueden influir en el bienestar emocional y la conexión con la comunidad estudiantil (28).

Autoconcepto emocional. Es importante investigar cómo cada persona percibe su equilibrio emocional y su habilidad para gestionar emociones como la ansiedad, la tristeza o la ira. Cuando los estudiantes tienen una percepción negativa de sí mismos a nivel emocional, pueden ver comprometidos su



habilidad para enfrentar retos tanto en el ámbito académico como en el social. En cambio, un elevado nivel de autoconciencia emocional resultará en una mayor capacidad de autorregulación y autocontrol, lo que facilitará mantener la serenidad en momentos de estrés. Una vez más, este factor puede ser equipado con el manejo del estrés y medir la resistencia ante situaciones difíciles. Cuando se trata de estudiantes, una baja autoestima emocional puede impactar en su habilidad para enfrentar retos académicos o sociales. En cambio, un elevado nivel de autoconciencia emocional generará una mayor capacidad de autorregulación y autocontrol, lo que facilitará mantener la serenidad en momentos de estrés (29).

Autoconcepto familiar. En este apartado se analiza el sentimiento de la persona dentro de su núcleo familiar, explorando la calidad de las relaciones con sus seres queridos y la percepción de contar con un respaldo positivo o negativo, y viceversa. Una apreciación elevada de esta faceta está vinculada con la cohesión familiar y la sensación de ser parte de algo. Cuando las calificaciones son bajas, pueden reflejar dificultades en las relaciones con los demás, conflictos o sentimientos desfavorables hacia uno mismo. Mediante este elemento se podrá analizar de qué manera la atmósfera familiar y emocional influye en la identidad y visión personal de cada persona (30).

Autoconcepto Físico. Esto está vinculado de manera directa con la forma en que la persona percibe su aspecto físico y sus habilidades corporales. Al analizar la belleza física, la resistencia, el bienestar y las habilidades al realizar actividades físicas. En contextos sociales, la apariencia física puede influir significativamente en cómo nos percibimos a nosotros mismos y en nuestras relaciones con los demás. Una estatura física menor puede generar



inseguridades o una autoimagen negativa, en contraste, una autoimagen positiva está vinculada a una mayor confianza y valoración de la propia identidad (31).

Factores que determinan el Autoconcepto.

- a) La actitud o motivación: Consiste en la inclinación a responder ante una situación después de haberla valorado de forma positiva o negativa. Es el motor que nos incita a tomar acción.
- b) El esquema corporal: Nuestra percepción corporal se forma a través de las sensaciones y estímulos que experimentamos. La influencia de las relaciones sociales, la moda, los complejos y los sentimientos hacia uno mismo se reflejan de manera significativa en esta imagen.
- c) Las aptitudes: Se refiere a la habilidad que una persona tiene para llevar a cabo algo de manera efectiva, ya sea a través de su inteligencia, razonamiento, destrezas, entre otros.
- d) Valoración externa: La percepción que los demás tienen de nosotros es la valoración o estimación que nos otorgan. Se refieren a las muestras de apoyo de la comunidad, elogios, cercanía física, gestos expresivos, y el reconocimiento de la sociedad, entre otros.

Niveles del Autoconcepto.

- a) Nivel Cognitivo – intelectual; Las ideas, opiniones, creencias, percepciones y la forma en que procesamos la información del mundo que nos rodea son elementos fundamentales. Nuestra percepción de nosotros mismos se construye a partir de vivencias previas, creencias y convicciones acerca de quiénes somos.



- b) Nivel Emocional Afectivo: Se trata de una apreciación subjetiva de nuestras virtudes, que refleja la satisfacción que experimentamos al reconocerlas en nosotros mismos.
- c) Nivel Conductual: Se trata de la determinación de poner en marcha una conducta coherente (32).

2.2.2 Adicción a las Redes Sociales

Definiciones

Hay numerosas interpretaciones posibles de la Adicción a Internet, sin embargo, aún no se ha llegado a un consenso definitivo en el ámbito científico. En la actualidad, la adicción a Internet no es considerada una enfermedad mental por organismos importantes como la Asociación Americana de Psiquiatría o la Organización Mundial de la Salud. Sin embargo, debido al aumento de casos y sus impactos, varios autores han investigado este fenómeno, lo que ha facilitado la comprensión de esta nueva forma de dependencia.

Actualmente la American Psychiatric Association (APA) no reconocen la mayoría de estos comportamientos como adictivos, entre otros motivos porque se siguen calificando más como un problema del control de impulsos que como una adicción propiamente dicha (32), definen las redes sociales como patrón desadaptativo de conducta que parte de un problema de control de impulsos por la necesidad de estar siempre conectados y se caracteriza por el uso abusivo de las redes sociales generando dependencia (3).

De acuerdo a todo ello, se podría definir como, Una red social en línea es un espacio virtual donde individuos diversos pueden conectarse a través de intereses compartidos, intercambiar información en diferentes formas y construir



relaciones personales. Las redes sociales permiten una fluida interacción de datos entre individuos y colectivos en situaciones de gran diversidad. Se trata de un sistema dinámico de edificación continua que implica a grupos que comparten las mismas necesidades y desafíos. Su peculiaridad es la posibilidad de comunicación inmediata mediante la red de redes (33).

Las TIC Tecnologías de la Información y de la Comunicación Facilitan las tareas diarias, agilizando la exploración, descubrimiento y compartición de una amplia gama de información en el menor tiempo posible. Además, permiten conectar con otras personas de forma sencilla, sin importar la distancia.

De esta forma, como se citó previamente, existe un uso positivo de estas tecnologías; sin embargo, también se observa actualmente el abuso de las mismas, las cuales pueden llegar a provocar cambios y alteraciones en el comportamiento y en la conducta de las personas, dentro de ellas se han identificado los siguientes: aislamiento, indicadores de ansiedad, disminución de la autoestima, poco autocontrol de acciones relacionados al uso de las tecnologías (34).

Según Pedaroto (35) indica que las redes sociales son formas de interacción social entendidas como intercambio dinámico entre personas, grupos o instituciones en contextos de complejidad en tiempo real. En otras palabras, las comunidades en línea posibilitan la interacción con individuos de diversas partes del planeta, sirven como un espacio de comunicación que une a las personas, concentra recursos como imágenes y videos, y otros datos en un sitio de fácil acceso, gestionado por los propios usuarios.



Antecedentes históricos:

El origen de Internet se remonta a los primeros avances en las redes de comunicación. La noción de una red informática concebida para facilitar la interacción entre usuarios de distintos equipos, implica tanto avances tecnológicos como la integración de la infraestructura de la red actual y los sistemas de telecomunicaciones. La primera vez que se registró información sobre las posibles conexiones sociales que podrían surgir a través del networking se encuentra en una colección de notas redactadas por... En agosto de 1962, C. R. Licklider, perteneciente al Instituto Tecnológico de Massachusetts. A finales de los años cincuenta surgieron las versiones más antiguas de estas ideas. El comienzo de la aplicación concreta de estas ideas se remonta a finales de los años ochenta y se extendió a lo largo de la década de los noventa. Durante los años 80, se difundieron por todo el planeta tecnologías que sentarían las bases del internet contemporáneo.

Las redes sociales se apoyan en la fascinante idea de los seis grados de separación, propuesta en 1967, la cual sostiene que cada individuo en el planeta está vinculado con otros a través de un máximo de seis conexiones intermedias en una intrincada red de relaciones. Imagínate si alguien que conoces, conoce a otra persona, que a su vez conoce a alguien más, y así sucesivamente hasta llegar a tu artista favorito. Esta cadena de contactos se expande rápidamente a medida que se suman más conexiones, lo que significa que con solo unas pocas conexiones podemos crear una red que nos conecte a todos, permitiéndonos enviar un mensaje a cualquier persona en el mundo. Las redes sociales se han integrado en la cotidianidad de las personas, transformando gradualmente la manera en que el mundo lleva a cabo sus actividades, desde la obtención de



información hasta la comunicación y la interacción entre individuos. Dentro de sus ventajas, las redes sociales nos permiten mantenernos en contacto con antiguos amigos que, por diversas razones, no están cerca de nuestra ubicación actual.

Las redes sociales Han sido concebidas y se fundamentan en función de las conexiones entre sus usuarios, los tipos de plataformas sociales son diversos, tales como los que se mencionan a continuación:

Redes sociales genéricas. Se trata de las ampliamente reconocidas y al mismo tiempo las más abundantes de todas las que existen Facebook, Twitter y Google.

La red social por excelencia es Facebook, Una de las plataformas digitales más influyentes a nivel global es una red social que ha cautivado tanto a jóvenes como a adultos desde su surgimiento. Ha logrado consolidarse como un canal de comunicación preferido, compitiendo con la telefonía móvil. La plataforma de redes sociales Facebook posibilita a sus usuarios compartir contenidos de forma diaria.

Tipos de Redes Sociales

Facebook: Según Flores (36) refiere sobre Facebook, En el año 2004, Mark Zuckerberg creó esta plataforma con el propósito de fomentar la apertura y la conexión en todo el mundo. Quienes acceden a esta plataforma en línea buscan mantener lazos con sus seres queridos y amistades, al mismo tiempo que exploran las novedades mundiales y comparten sus intereses de manera creativa y personal. En el último mes de 2012, hubo más de mil millones de usuarios activos, de los cuales seiscientos ochenta millones accedieron a la plataforma a través de un dispositivo móvil.



Twitter: Según Flores (36) refieres sobre Twitter (2013) Se trata de una plataforma de interacción instantánea. Facilita a los usuarios mantenerse conectados con las novedades más recientes, pensamientos y puntos de vista sobre temas que les resulten atractivos. En este sitio web, lo que los usuarios comparten se llama "tweets", los cuales tienen una extensión de ciento cuarenta caracteres. Es posible comunicar pensamientos o emociones, además de poder relacionarse con otros usuarios a través de tu propio perfil. Es posible también compartir imágenes o videos que hayan sido publicados en otras plataformas de redes sociales.

Nació en la ciudad de San Francisco y en la actualidad se puede acceder a ella en veinte idiomas diferentes, brindando la posibilidad al usuario de seleccionar el que más le guste. En las redes sociales, es posible hallar seguidores de marcas reconocidas a nivel global, novedades, agrupaciones políticas, equipos deportivos variados, figuras destacadas, guías espirituales y aquellos que buscan conectarse con los mencionados anteriormente, así como con amigos y familiares (36).

WhatsApp: Se trata de una app de chat para smartphones que permite intercambiar mensajes a través de la red, ampliando las opciones de comunicación junto con el correo electrónico, la mensajería instantánea, los SMS y el servicio de mensajes multimedia. Aparte de emplear la mensajería de texto, los usuarios de la agenda telefónica tienen la capacidad de formar grupos y compartir entre ellos imágenes, videos y grabaciones de voz. En el año 2016, el número de usuarios de esta plataforma sobrepasó los mil millones, lo que significa que tiene cien millones más que Facebook Messenger.



Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales

Según Ross y Sigüenza (37):

Ventajas

Promueven la colaboración y la interacción entre individuos que no requieren estar físicamente juntos para llevar a cabo sus tareas.

Posibilitan la creación de una identidad, tanto real como digital, que habilita a los usuarios a compartir con otros internautas una variedad de datos, tales como intereses, convicciones, y pensamientos.

Promueven la conexión entre individuos, eliminando posibles obstáculos culturales o geográficos.

Se encargan de proveer cualquier dato requerido en todo momento, gracias a una actualización inmediata de la información disponible.

Desventajas

Han servido para llevar a cabo hechos delictivos como lo son estafas y secuestros.

Promueven el aislamiento entre las personas.

Desalientan las actividades fuera de las mismas redes sociales, ya sea en el computador, tabletas o teléfonos móviles.

La información hallada puede resultar poco fidedigna.

Es posible intercambiar gradualmente los lazos emocionales reales por los lazos virtuales.

Existe la posibilidad de que el uso excesivo de las redes sociales se convierta en una obsesión patológica o genere una adicción a las mismas.



Características de las redes sociales

Las redes sociales están construidas y dirigidas por los mismos usuarios, quienes además las nutren con su propio contenido por lo que sus principales características según (35) son:

Interactividad, ya que poseen salas de chat y foros.

Diversos son los momentos en que todas las personas conectadas a la red pueden recibir o comentar al instante los contenidos compartidos por un usuario específico.

La capacidad de difundir información compartida por un usuario a través de una red de contactos y conexiones secundarias.

La posibilidad de acceder y compartir sin límites ni barreras, lo que brinda la oportunidad de comentar las noticias compartidas por amigos.

Actualización permanente a criterio del usuario.

Tipos De Ciberadicción

Rogers (40) propone 5 diferentes tipos de ciber-adicción:

Adicción computacional, asociada al uso de juegos en línea

Sobrecarga de información, que implica la navegación compulsiva por diferentes sitios.

La necesidad obsesiva de comprar en línea, que implica el uso excesivo de dinero en adquisiciones.

La adicción a la ciber-sexualidad abarca desde la visualización de contenido pornográfico hasta la participación en relaciones íntimas en línea.

La dependencia a las conexiones virtuales se manifiesta a través del uso de plataformas en línea (41).



Criterios para establecer una adicción

Echeburúa y Corral (42), mencionan los criterios que propone Young (1998), los cuales deben ser considerados para establecer el paso de una afición a una adicción y que denotan una dependencia a las nuevas tecnologías o a las redes sociales, son las siguientes:

Privarse de sueño (menos de cinco horas) para estar conectado a la red, a la que se dedica unos tiempos de conexión anormalmente altos.

Descuidar compromisos esenciales como la interacción familiar, las relaciones sociales, el aprendizaje o el bienestar físico.

Recibir reclamos sobre el uso de Internet por parte de personas cercanas, como padres o hermanos.

Mantener la mente enredada en la red en todo momento, incluso cuando no se está en línea, y experimentar una irritación desmedida cuando la conexión falla o es demasiado lenta.

Tratar de restringir el tiempo en línea resultó ser infructuoso, lo que llevó a perder la noción del tiempo.

Engañar acerca de la cantidad de tiempo que se pasa conectado en línea.

Experimentar un aislamiento social, manifestar irritabilidad y disminuir el desempeño académico, o sentir una excesiva emoción y activación inusual al estar frente a la computadora.

Así es como se define el perfil de una persona adicta a internet: se conecta al llegar a casa o al despertar, y es lo último que hace antes de dormir. Además, reduce el tiempo dedicado a actividades diarias como comer, dormir, estudiar y pasar tiempo con la familia. Lo crucial no radica tanto en la cantidad de tiempo



que se invierte en estar en línea o en una plataforma social, sino en el nivel de intrusión que pueda tener en la rutina diaria de la persona.

Según el estudio, las personas que tienen una fuerte dependencia de Facebook y otras plataformas sociales tienen mayores probabilidades de experimentar tristeza, carecer de destrezas para relacionarse y poseer una autoestima reducida.

Asimismo, aquellos que pasan mucho tiempo en las redes sociales suelen experimentar una desconexión con su familia, lo que les brinda la oportunidad de forjar nuevas relaciones o encontrar inspiración para definir quiénes son.

2.3 MACRO CONCEPTUAL

- **Autoconcepto.** percepción propia que permite la formación de valores, creencias y rasgos de personalidad lo que contribuye al planteamiento de objetivos, establecer vínculos y superar dificultades (26).
- **Autoconcepto Académico:** evalúa el desenvolvimiento del ser humano en su entorno académico, a través de cumplimiento de tareas, la comprensión y su desenvolvimiento con docentes y compañeros de clases. (26).
- **Autoconcepto Social.** Se relaciona con el adecuado desenvolvimiento en sociedad, el cumplimiento de normas y la buena forma de relacionarse con pares y figuras de autoridad o significativas. (26).
- **Autoconcepto Emocional.** Implica la percepción que la persona tiene sobre su manera de sentir en diversas ocasiones, las emociones que experimenta y la forma en la que las afronta, de ser positiva tendrá una percepción saludable y estable; por el contrario, de ser negativa, suele vivenciar



síntomas relacionados a la ansiedad o depresión, lo que dificulta su capacidad de interacción con otros. (26).

- **Autoconcepto Familiar.** Implica la valoración subjetiva que la persona realiza a partir de sus vínculos familiares, donde evalúa aspectos relacionados a la protección, cariño, apoyo, compromiso e interés en el bienestar personal y global (26).
- **Autoconcepto Físico.** Implica aquella percepción relacionada a la salud, condición física y el rendimiento frente a los deportes. Al ser bueno, la persona percibe que es capaz de rendir en los deportes, confianza, habilidad y capacidad para rendir en competencias que van acorde a su edad y desarrollo físico (26).
- **Obsesión por las redes sociales.** Pensamiento en exceso para utilizar las redes sociales, siendo que el mismo tiende a generar sentimientos preocupantes e irritantes. (1)
- **Falta de control personal en el uso de las redes sociales.** Intranquilidad por la falta de autocontrol ocasionando no realizar tareas diarias o un rendimiento académico bajo (1)
- **Uso excesivo de las redes sociales.** Inconveniente para moderar el horario de uso de redes sociales, así como la incapacidad para reducir esas horas (1).



CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1. MÉTODO O MÉTODOS APLICADO EN LA INVESTIGACIÓN

El método aplicado fue hipotético deductivo, Arias (43) refiere que este método constituye un proceso operacional, actividades estratégicas para encontrar soluciones a problemas investigativos. Además, este tipo de método parte de cuestiones generales "leyes y teorías" a cuestiones específicas.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo que se utilizó es la básica, Arias (43) refiere que, puesto que se incrementaron y precisaron los conocimientos científicos actuales acerca de la realidad, además tiene como objetivo fomentar la investigación y aumentar el conocimiento acerca de la relación que existe entre ambas variables.

3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación utilizado es correlacional; dado que se evalúan los niveles de asociación y relación entre las variables, siempre teniendo presente las características particulares que tienden a afectar a la otra (45).



3.4. Diseño de investigación

El diseño de investigación que se utilizó es no experimental – transversal, puesto que no se modificó ni alteró ninguna de las variables para determinar su relación. Además, se desarrollo es un solo periodo especifico (46).

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1. Población

La población consiste en un conjunto finito o infinito de individuos que forman parte de un estándar determinado reuniendo requisitos comunes que los hacen propicios para el desarrollo de la investigación (47). En este, estudio la población asciende a 398 estudiantes de la Escuela profesional de Estadística e Informática.

3.5.2. Muestra

La muestra es definida como un subgrupo de la población, mediante la cual se efectuarán los estudios correspondientes y se determinarán los resultados obtenidos a través de las respuestas que estos individuos otorguen a la investigación (47). El tipo de muestreo que se aplicó en el estudio es no probabilístico de tipo aleatorio simple, siendo la formula el siguiente:

Formula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{N^2 + Z^2 PQ}$$

Donde:

- n:** Muestra : ¿?
- N:** Población : 398
- Z:** Porcentaje de confianza : 1.96



- P:** Variabilidad positiva : 0,5
Q: Variabilidad negativa : 0,5
E: Porcentaje de error : 0,05

Efectuando:

$$n = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5)(398)}{398 (0.05)^2 + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 195$$

La muestra, determinada mediante el método de muestreo aleatorio simple, es 195 estudiantes de la Escuela Profesional de Estadística e Informática a quienes se aplicó el cuestionario de autoconcepto y adicción a las redes sociales.

3.6. TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

3.6.1. Técnica de la investigación

La técnica que se empleó es la encuesta, ya que se considera un método que posibilita la recolección de datos mediante diversos canales con el propósito de obtener resultados medibles que puedan ser examinados en el futuro (45),

3.6.2. Instrumento de la investigación

El instrumento es definido como el mecanismo a través del cual se recolectaron los datos partiendo de la técnica seleccionada para la investigación de acuerdo a las necesidades de la misma y el criterio del autor (47).

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario en dos modalidades; para la variable Autoconcepto fue Escala de Autoconcepto Forma 5 (AF-5) de Musitu et al. (25) y para la variable adicción a las redes sociales, se empleó el cuestionario de Adicción a Redes Sociales de Ecurra y Salas (1).

3.7. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

3.7.1. Confiabilidad de los instrumentos

La confiabilidad es un proceso estadístico que tiene por finalidad la estimación de los niveles de confianza que tiene un determinado instrumento de medición (46).

Tabla 2

Prueba de alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,958	54

Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS.

La tabla presenta los resultados de la prueba de Alfa de Cronbach, utilizados para evaluar la confiabilidad interna del instrumento aplicado. El valor obtenido es 0,958, lo cual indica un nivel de consistencia interna excelente, ya que supera ampliamente el umbral aceptable de 0,7 según los criterios estándar. Este resultado sugiere que las 54 preguntas o ítems evaluados en el cuestionario son altamente consistentes y miden con precisión las variables propuestas.

3.7.2. Validación de los instrumentos

El instrumento utilizado en el estudio fue adaptado a partir de dos escalas validadas y reconocidas en investigaciones previas. La Escala de Autoconcepto AF5, desarrollada por García y Musitu (1999), mide el autoconcepto en cinco dimensiones fundamentales: académica, social, emocional, familiar y física, lo que permite evaluar la percepción que los individuos tienen de sí mismos en diferentes ámbitos de su vida. Por otro lado, se utilizó el Test de Adicción a las Redes Sociales diseñado por Ecurra y Salas (2014), un instrumento validado para medir la dependencia y uso excesivo de estas plataformas. Ambas



herramientas fueron adaptadas al contexto específico del estudio, conservando su estructura original y garantizando su validez a través del respaldo de los autores. Esta combinación de instrumentos asegura la confiabilidad y la pertinencia del cuestionario aplicado, ya que permite analizar con profundidad la relación entre el autoconcepto en sus diversas dimensiones y la adicción a redes sociales en estudiantes universitarios, proporcionando datos sólidos y consistentes para el estudio.

3.8. DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para la selección del diseño de prueba de hipótesis, se realizó previamente la prueba de normalidad con el objetivo de determinar si los datos seguían una distribución normal, lo cual es fundamental para elegir entre pruebas estadísticas paramétricas o no paramétricas. En este caso, se aplicó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, ya que la muestra utilizada supera los 50 participantes. Esta prueba es adecuada para muestras grandes, ya que evalúa si los datos se ajustan a una distribución normal mediante la comparación entre la distribución observada y la teórica esperada. Los resultados de la prueba indicaron que los datos no presentaban una distribución normal, lo cual llevó a la selección de pruebas no paramétricas para la contratación de hipótesis. La elección de métodos no paramétricos asegura un análisis estadístico robusto cuando los supuestos de normalidad no se cumplen, brindando resultados válidos y precisos en el estudio. Esta rigurosidad en la selección de pruebas estadísticas garantiza la confiabilidad y el rigor científico del análisis realizado.

La hipótesis de prueba normalidad es la siguiente:

- Hipótesis Nula (H_0): La distribución de los datos es normal. (No hay diferencias significativas entre la distribución observada y la distribución teórica normal).
- Hipótesis Alternativa (H_a): La distribución de los datos no es normal. (Existen diferencias significativas entre la distribución observada y la distribución teórica normal).

Tabla 3*Prueba de normalidad*

Variables	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Autoconcepto	,464	195	,000
Adicción a las redes sociales	,467	195	,000

Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS.

La Tabla 3 muestra los resultados de la prueba de Kolmogórov-Smirnov aplicada para verificar la normalidad de los datos. En el caso del autoconcepto y la adicción a las redes sociales, los valores de significancia (Sig.) obtenidos son 0,000, los cuales son menores al nivel de significancia estándar (0,05). Esto indica que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_a) afirmando que la distribución de los datos no es normal. Dado que los datos no siguen una distribución normal, se optó por aplicar pruebas no paramétricas, como el Rho de Spearman, para evaluar la relación entre las variables. El Rho de Spearman es una medida de calificación adecuada cuando los supuestos de normalidad no se cumplen, ya que trabaja con rangos en lugar de valores directos, proporcionando resultados robustos y confiables en este contexto.



3.9. PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para la prueba de hipótesis se utilizó el Rho de Spearman debido a que los datos no siguen una distribución normal, como lo evidenció la prueba de Kolmogórov-Smirnov con valores de significancia menores a 0.05. La prueba de Rho de Spearman es una medida no paramétrica que permite evaluar la relación entre dos variables ordinales o cuantitativas, calculando la clasificación a través de los rangos de los datos. A diferencia del coeficiente de Pearson, esta prueba no requiere cumplir con el supuesto de normalidad, lo cual la hace adecuada para este estudio.



CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

Resultado general: Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 4

Resultado general: Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales

Escala	Autoconcepto		Adicción a redes sociales	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Tendencia bajo	1	0,5	0	,5
Tendencia media	147	75,4	74,9	75,4
Tendencia alta	47	24,1	25,1	24,1
Total	195	100,0	100,0	100,0

Fuente. Análisis realizado en SPSS. Cuestionario.



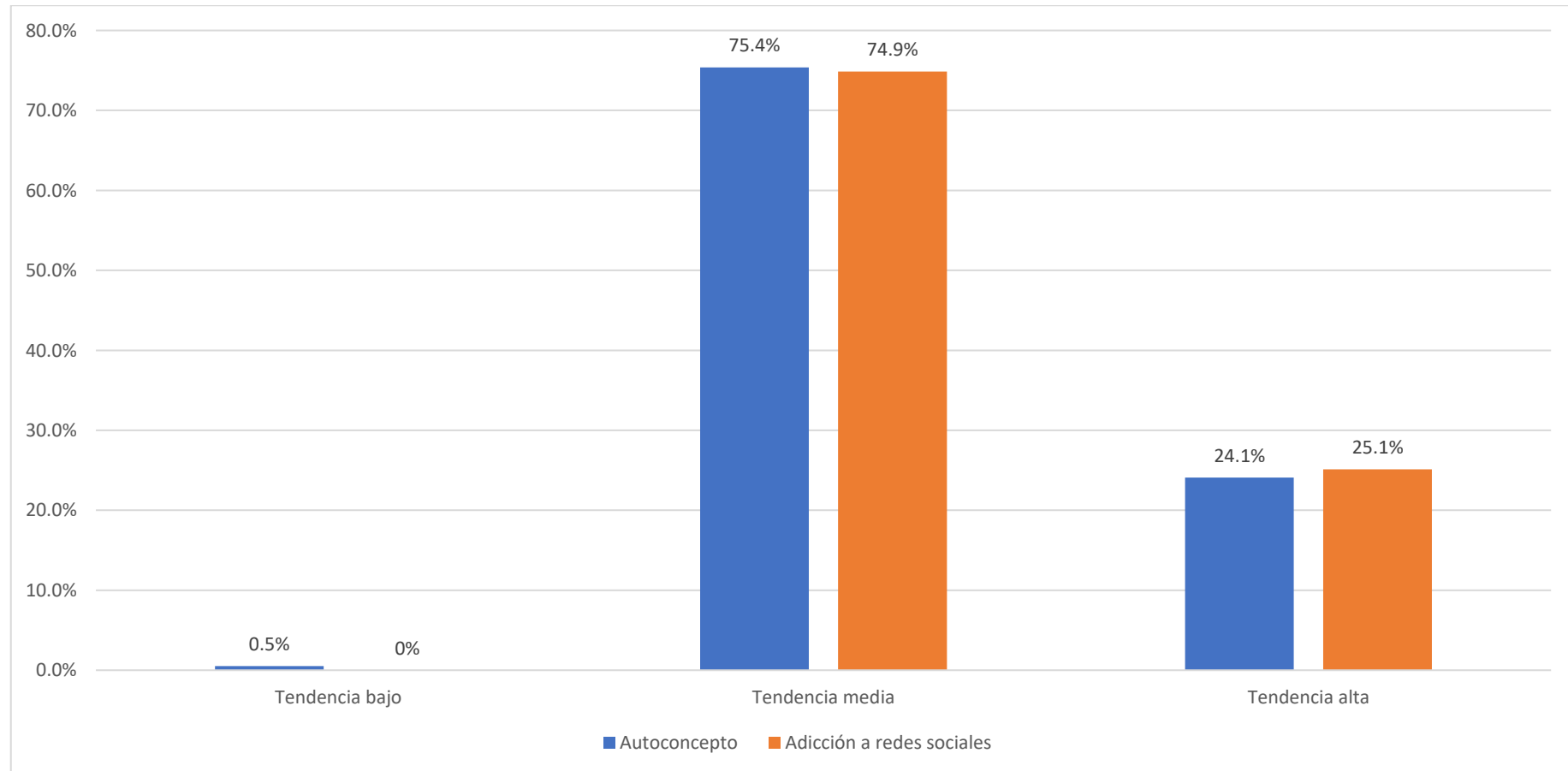
La **tabla 4**, presentada refleja los resultados obtenidos sobre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno en 2023. En cuanto al autoconcepto, se observa que la mayoría de los estudiantes (75,4%) se ubican en la tendencia media, lo que sugiere que poseen una percepción moderadamente equilibrada de sí mismos en cuanto a sus habilidades, autoestima y actitudes. Solo un pequeño porcentaje, equivalente al 0,5%, reporta una tendencia baja de autoconcepto, lo cual indica una percepción de autoimagen más desfavorable o limitada. Por otro lado, el 24,1% de los estudiantes presenta una tendencia alta en autoconcepto, reflejando altos niveles de autovaloración y confianza personal. Estos resultados evidencian que la gran mayoría de los estudiantes tiene una percepción promedio, sin grandes extremos, lo cual puede ser interpretado como un equilibrio en la formación de su autoconcepto durante esta etapa universitaria. En cuanto a la adicción a las redes sociales, los resultados muestran una distribución similar a la del autoconcepto. La mayoría de los estudiantes (74,9%) se encuentran en la tendencia media, indicando un uso moderado y constante de las redes sociales, aunque no necesariamente compulsivo. Sin embargo, un 25,1% de los estudiantes muestra una tendencia alta en adicción, lo cual sugiere que una cuarta parte de la población estudiada podría presentar un uso problemático, con implicaciones en su tiempo, concentración o desempeño académico. Es relevante destacar que ninguno de los estudiantes evaluados se encuentra en la tendencia baja respecto a la adicción, lo que puede indicar que las redes sociales son una parte significativa de su vida cotidiana. En general, estos datos reflejan que existe una coexistencia entre el uso promedio y alto de



las redes sociales y el nivel de autoconcepto, lo que abre la posibilidad de explorar una relación más profunda entre ambas variables para entender cómo se influyen mutuamente en este grupo universitario.

Figura 1

Resultado general: Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales



Fuente. Análisis realizado en SPSS. Tabla 4.

La **figura 1**, muestra los resultados generales sobre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios, distribuidos en tres niveles: tendencia baja, media y alta. En la tendencia baja, se observa un valor mínimo del 0,5% para el autoconcepto y 0% en la adicción a las redes sociales, lo que indica que casi ningún estudiante presenta una percepción extremadamente negativa de sí mismo ni un uso nulo de redes sociales. En la tendencia media, el 75,4% de los estudiantes reporta un nivel moderado de autoconcepto, mientras que el 74,9% presenta una adicción media a las redes sociales. Esto sugiere que la mayoría de los estudiantes mantiene una percepción equilibrada de sus capacidades y autoestima, acompañada de un uso constante, pero no excesivo, de las redes sociales. Finalmente, en la tendencia alta, un 24,1% de los estudiantes muestra un autoconcepto positivo y sólido, mientras que un 25,1% manifiesta una adicción alta a las redes sociales. Este grupo podría estar experimentando un uso compulsivo de redes sociales, posiblemente vinculado a la búsqueda de validación o reconocimiento en plataformas digitales. La gráfica refleja una evaluación entre niveles medios de autoconcepto y adicción, destacando la necesidad de intervenciones que equilibran el uso de redes sociales y promueven un desarrollo integral del autoconcepto en los estudiantes.

4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL

Ha. Existe relación significativa entre el Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Ho. No existe relación significativa entre el Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2024



Tabla 5

Hipótesis general. Relación entre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales

Rho de Spearman		Autoconcepto	Adicción a redes sociales
Autoconcepto	Coefficiente de correlación	1,000	,802**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	195	195
Adicción a redes sociales	Coefficiente de correlación	,802**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	195	195

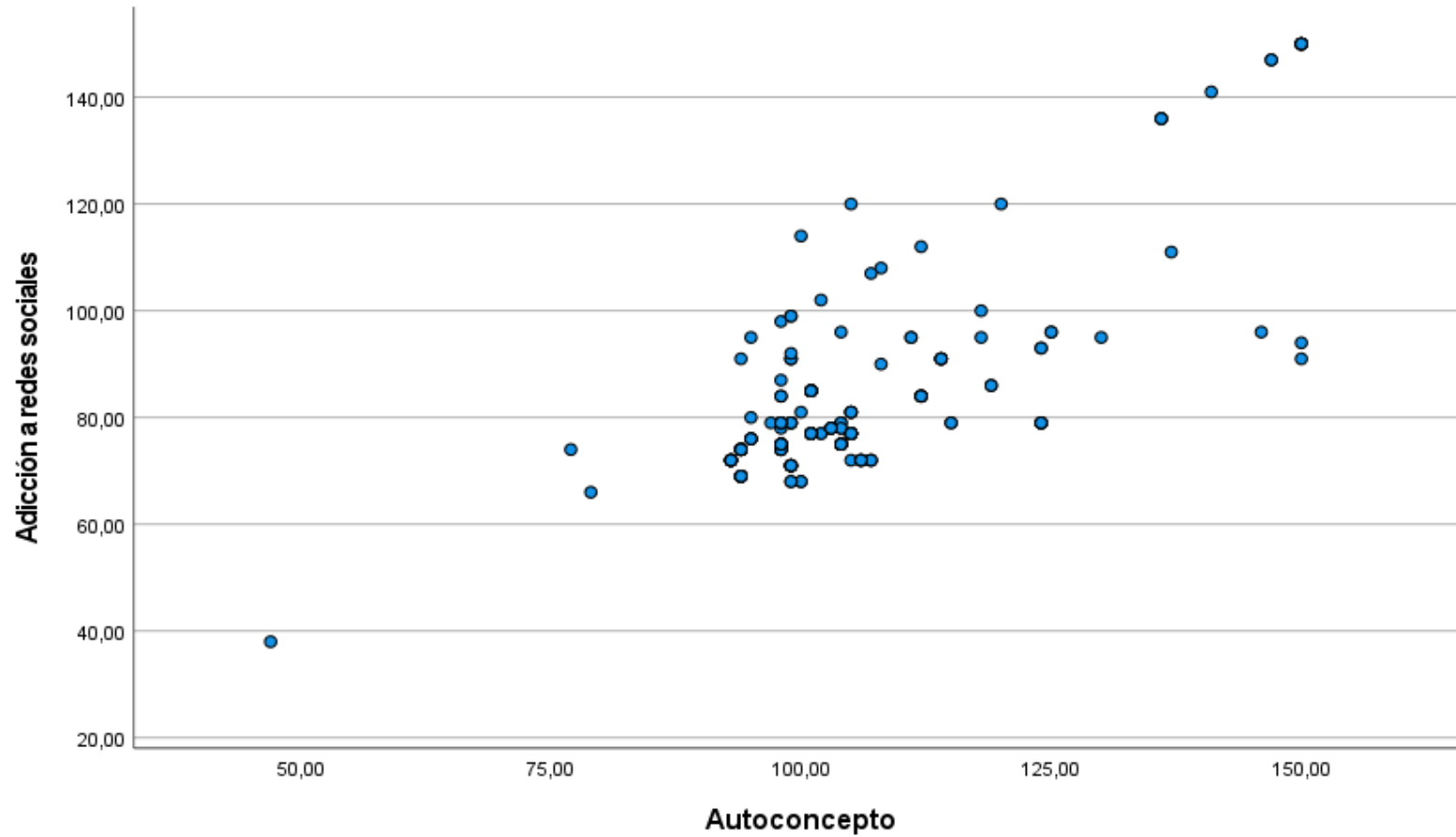
Fuente. Análisis realizado en SPSS. Cuestionario.



La **tabla 5**, presenta la prueba de hipótesis general que evalúa la relación entre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. La hipótesis alternativa (H_a) plantea que existe una relación significativa entre ambas variables, mientras que la hipótesis nula (H_0) sugiere que no existe dicha relación. Según los resultados obtenidos mediante el coeficiente de compensación de Spearman, se registra un valor de 0,802 con un nivel de significancia bilateral de 0,000. Comparando este coeficiente con la tabla de interpretación de Spearman, se observa que 0,802 corresponde a una clasificación positiva muy alta. Esto significa que a medida que aumenta el autoconcepto en los estudiantes, también tiende a aumentar la adicción a las redes sociales. El valor de significancia de 0,000, al ser menor que 0,05, confirma que esta relación es estadísticamente significativa y no producto del azar, lo cual permite rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alternativa (H_a). Es importante resaltar que, aunque la relación es positiva y muy alta, no implica causalidad, sino una asociación entre ambas variables. Estos resultados sugieren la necesidad de profundizar en cómo el autoconcepto, en sus diversas dimensiones, puede influir en el uso de redes sociales y viceversa, planteando posibles intervenciones para moderar este fenómeno.

Figura 2

Análisis de dispersión: Autoconcepto y la adicción a las redes sociales



Fuente. Análisis realizado en SPSS. Tabla 5

La **figura 2**, muestra un análisis de dispersión entre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. Se observa una tendencia positiva moderada a alta, lo que indica que, a medida que aumenta el autoconcepto, también tiende a incrementarse los niveles de adicción a las redes sociales. Los puntos se concentran principalmente alrededor de valores de autoconcepto cercanos a 100 y 110, donde los niveles de adicción oscilan entre 80 y 100. Esto sugiere que los estudiantes con un autoconcepto equilibrado suelen usar las redes sociales de forma constante, aunque no siempre excesiva. Sin embargo, en los extremos superiores del autoconcepto, cercanos a 150, se observa una dispersión más marcada, con valores de adicción superiores a 120, lo que indica que algunos estudiantes con un alto nivel de autopercepción podrían depender más de las redes sociales. Por otro lado, existen valores atípicos con un autoconcepto bajo (cerca de 50) y niveles de adicción más bajos, alrededor de 40. Esto revela que no todos los estudiantes con bajo autoconcepto desarrollan una adicción significativa a las redes. En conjunto, el gráfico confirma una relación positiva entre ambas variables, sugiriendo que los estudiantes con una percepción más alta de sí mismos podrían utilizar las redes como un medio para reforzar su autovaloración y socialización.

4.3. RESULTADO ESPECIFICO 1

El Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 6

Resultado específico 1: El Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales

Escala	Autoconcepto académico		Adicción a redes sociales	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Tendencia bajo	1	0,5%	0	,5
Tendencia media	154	79,0%	74,9	75,4
Tendencia alta	40	20,5%	25,1	24,1
Total	195	100,0	100,0	100,0

Fuente. Análisis realizado en SPSS. Cuestionario.

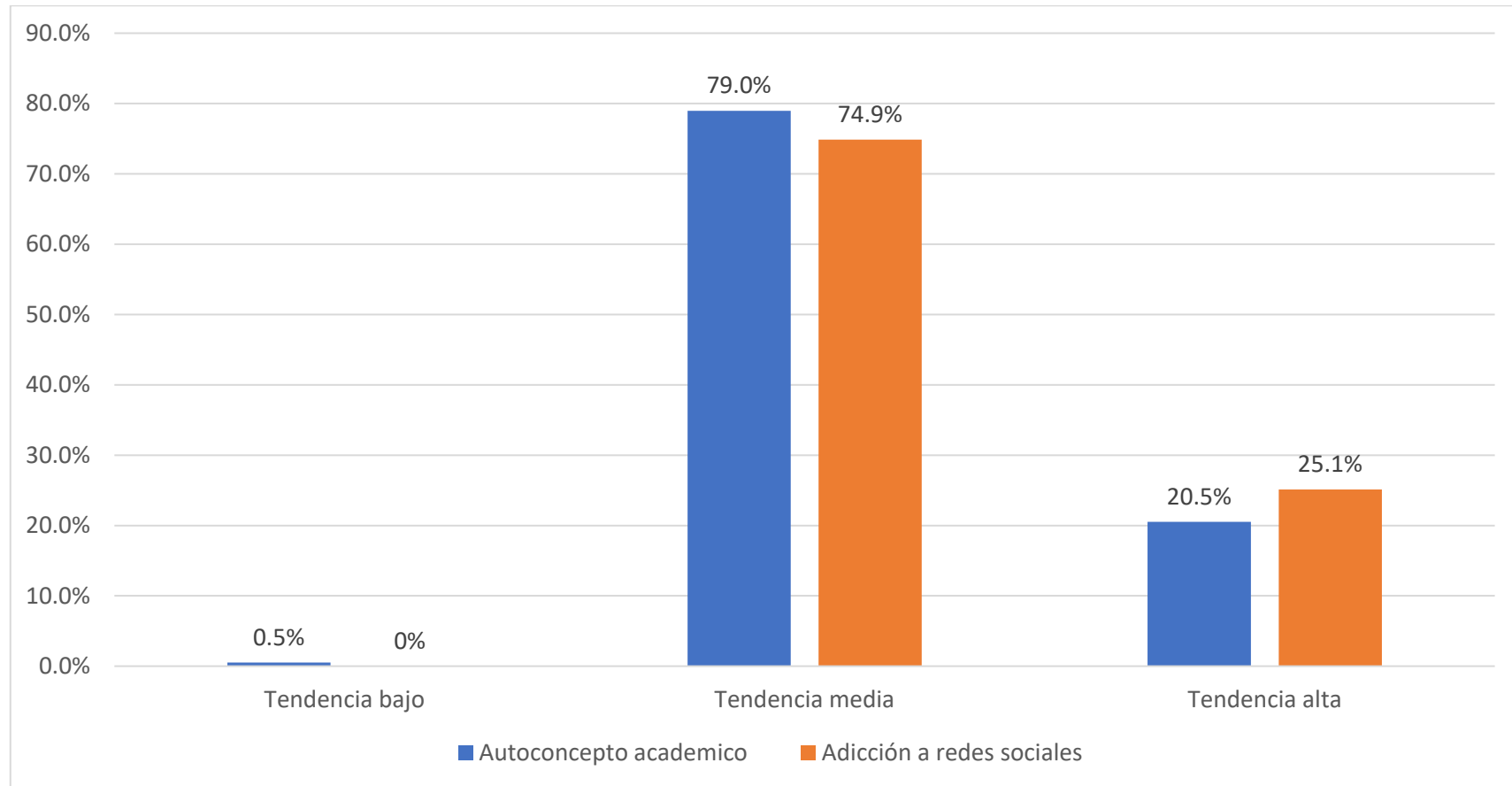


La **tabla 6**, presenta los resultados específicos sobre el autoconcepto académico y la adicción a las redes sociales en estudiantes de Ingeniería Estadística e Informática de la Universidad Nacional del Altiplano-Puno 2023. En lo que, respecto al autoconcepto académico, una gran mayoría de estudiantes, equivalente al 79,0%, presenta una tendencia media, lo que indica que tienen una percepción moderadamente favorable de sus capacidades académicas y rendimiento escolar. Esta cifra refleja estabilidad en la percepción de su desempeño académico, aunque no alcanza niveles sobresalientes. Por otro lado, un 20,5% de estudiantes manifiesta una tendencia alta, lo cual sugiere confianza en sus habilidades académicas y una autoevaluación más positiva. Sin embargo, llama la atención que un 0,5% de los participantes reporta un autoconcepto bajo, evidenciando dificultades o inseguridades en su desempeño académico. Este resultado plantea la necesidad de intervenciones para fortalecer el autoconcepto académico de aquellos con percepciones desfavorables.

En cuanto a la adicción a las redes sociales, los resultados indican que el 75,4% de los estudiantes se ubica en la tendencia media, reflejando un uso constante pero no extremo de estas plataformas. Sin embargo, el 24,1% de los encuestados presenta una tendencia alta, lo cual es preocupante, ya que implica que un cuarto de la población podría estar experimentando dificultades para moderar el tiempo dedicado a las redes sociales, lo que potencialmente afecta su rendimiento académico. Cabe destacar que no se registraron casos en la tendencia baja, lo que sugiere que prácticamente todos los estudiantes integran las redes sociales en su vida diaria, aunque en diferentes grados de intensidad. La comparación entre las dos variables revela un contraste entre un autoconcepto académico predominantemente estable y una adicción a las redes sociales que, en niveles altos, podría convertirse en un factor de riesgo.

Figura 3

Resultado específico 1: El Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales



Fuente. Análisis realizado en SPSS. Tabla 6



La figura 3, presenta los resultados específicos sobre el autoconcepto académico y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. En la tendencia baja, se observa que solo el 0,5% de los estudiantes presenta un autoconcepto académico desfavorable, mientras que, en la adicción a redes sociales, el 0% se ubica en este nivel, lo que indica que todos los estudiantes utilizan estas plataformas. en algún grado. En la tendencia media, un 79,0% de los estudiantes muestra un autoconcepto académico moderado, lo que refleja que perciben sus capacidades y desempeño académico como aceptables, aunque no sobresalientes. Paralelamente, el 74,9% se ubica en la tendencia media de adicción a redes sociales, lo cual sugiere un uso constante pero no extremo, que posiblemente coexista con un equilibrio académico. Finalmente, en la tendencia alta, un 20,5% de los estudiantes reporta un autoconcepto académico sólido, evidenciando confianza en su rendimiento escolar y habilidades intelectuales. Por otro lado, el 25,1% de los estudiantes se encuentra en la tendencia alta de adicción a las redes sociales, lo que indica un uso excesivo que podría interferir con sus responsabilidades académicas. La comparación sugiere que, aunque la mayoría de los estudiantes mantiene un equilibrio en ambas variables, el grupo con alta adicción podría necesitar estrategias para moderar su uso de redes y así evitar efectos negativos en su desempeño académico.

4.3.1. Prueba de hipótesis específica 1

Ha. Existe relación significativa entre el Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Ho. No existe relación significativa entre el Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 7

Prueba de hipótesis específica 1: Relación del Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales

Rho de Spearman		Autoconcepto académico	Adicción a redes sociales
Autoconcepto académico	Coefficiente de correlación	1,000	,754**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	195	195
Adicción a redes sociales	Coefficiente de correlación	,754**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	195	195

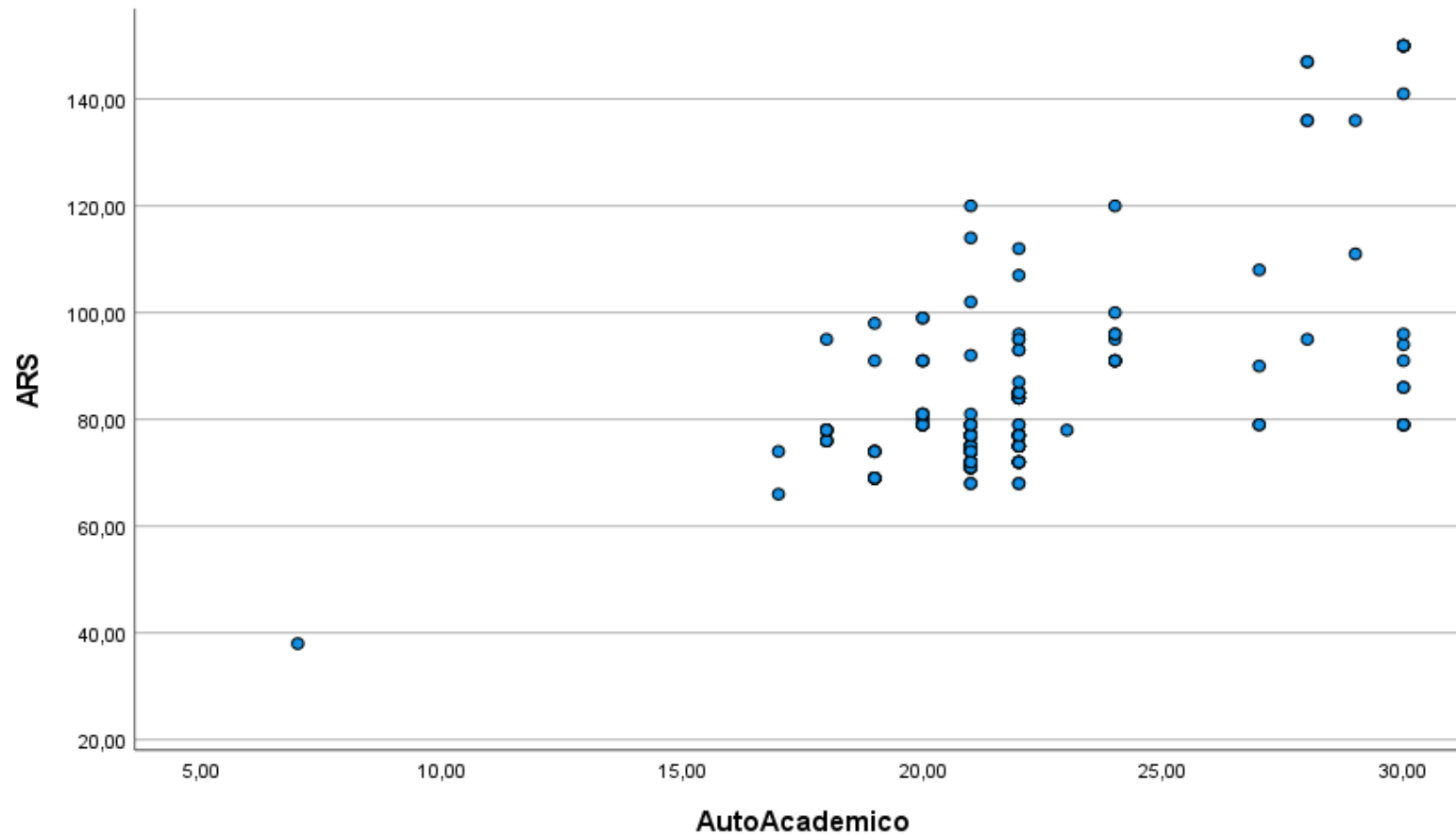
Fuente. Análisis realizado en SPSS. Cuestionario



La prueba de exposición específica 1 evalúa la relación entre el autoconcepto académico y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. La hipótesis alternativa (H_a) plantea que existe una relación significativa entre ambas variables, mientras que la hipótesis nula (H_0) afirma lo contrario. Según la Tabla 5, el coeficiente de precisión de Spearman obtenido es de 0,754, lo que, según la interpretación de los valores de rho, corresponde a una tensión positiva alta. Este resultado indica que un mayor autoconcepto académico está asociado a un incremento en la adicción a las redes sociales. Además, el nivel de significancia bilateral es 0,000, valor que al ser menor que 0,05, confirma que la relación encontrada es estadísticamente significativa. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_a). Es importante destacar que, aunque existe una relación positiva alta entre estas dos variables, esto no implica causalidad, sino una asociación que sugiere que estudiantes con percepciones más favorables de su desempeño académico tienden también a mostrar un uso más elevado de redes sociales. Este hallazgo podría estar relacionado con la necesidad de conectividad digital en entornos académicos o con el uso de redes como un espacio para la validación y socialización, lo cual abre la posibilidad de analizar esta relación con mayor profundidad en futuros estudios.

Figura 4

Análisis de dispersión: Autoconcepto académico y la adicción a redes sociales



Fuente. Análisis realizado en SPSS. Cuestionario

La **figura 4** presenta un análisis de dispersión que relaciona el autoconcepto académico y la adicción a redes sociales (ARS) en estudiantes universitarios. Se evidencia una tendencia positiva moderada entre ambas variables, lo que sugiere que a medida que el nivel de autoconcepto académico aumenta, también tiende a incrementarse la adicción a las redes sociales. Los datos se concentran principalmente en niveles de autoconcepto académico entre 18 y 25, donde los valores de adicción a las redes oscilan entre 80 y 100. Esto indica que los estudiantes que tienen una percepción moderada o alta de sus capacidades académicas mantienen un uso constante de las redes sociales, probablemente relacionados con actividades de interacción, estudio o validación personal. Por otro lado, en niveles más altos de autoconcepto académico, cercanos a 30, se observa un incremento considerable en los valores de adicción, alcanzando picos superiores a 120. Esto podría deberse a un mayor uso de redes sociales como recurso de apoyo académico, búsqueda de información o incluso distracción. Sin embargo, algunos puntos atípicos muestran valores bajos de autoconcepto académico (por debajo de 15) con niveles variados de adicción, lo que revela que no existe una relación estrictamente lineal. En general, aunque hay una presión positiva, la dispersión de los datos sugiere que otros factores pueden estar influyendo en la adicción a redes sociales, como la presión académica o el uso recreativo.

4.3.2. Resultado específico 2

El Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 8

Resultado específico 2: El Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales

Escala	Autoconcepto social		Adicción a redes sociales	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Tendencia bajo	2	1,0%	0	,5
Tendencia media	104	53,3%	74,9	75,4
Tendencia alta	89	45,6%	25,1	24,1
Total	195	100,0	100,0	100,0

Fuente. Análisis realizado en SPSS. Cuestionario.



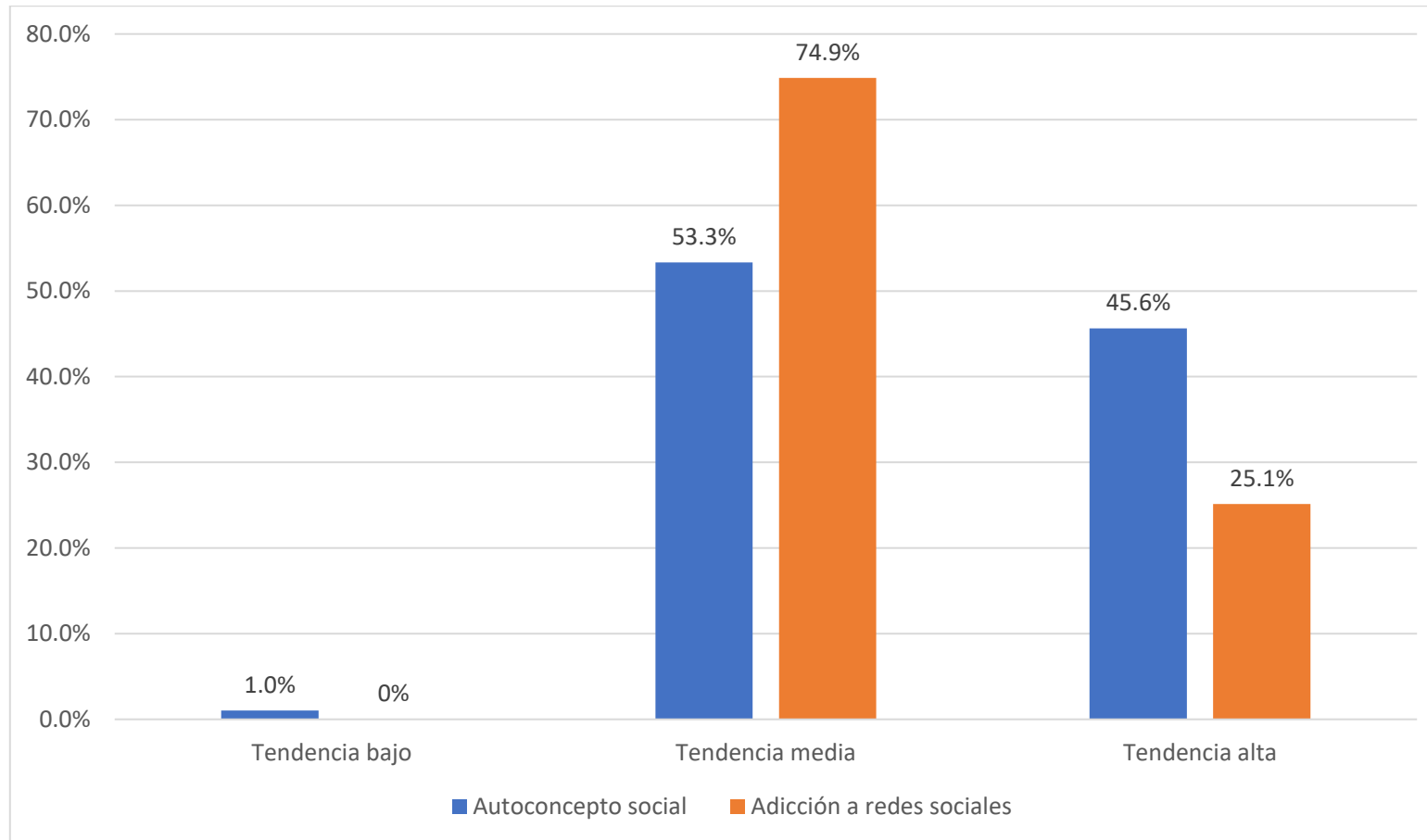
La **tabla 8**, presenta los resultados específicos sobre el autoconcepto social y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de Ingeniería Estadística e Informática. En cuanto al autoconcepto social, se observa que el 53,3% de los estudiantes presenta una tendencia media, lo que indica que más de la mitad percibe sus habilidades sociales y relaciones interpersonales como moderadamente desarrolladas, sin sobresalir ni presentar deficiencias notables. En contraste, un 45,6% de los estudiantes manifiesta una tendencia alta, lo cual evidencia una percepción muy positiva de sus competencias sociales y habilidades para interactuar con los demás. Por otro lado, un 1,0% de los participantes muestra una tendencia baja, lo que sugiere que estos estudiantes enfrentan dificultades significativas en sus relaciones sociales, posiblemente afectando su desarrollo personal y académico. Este resultado destaca la necesidad de fortalecer programas de desarrollo social en los estudiantes para mejorar estas percepciones y lograr un equilibrio más favorable en el autoconcepto social. En relación con la adicción a las redes sociales, los datos muestran una distribución constante respecto a tablas anteriores, donde el 75,4% de los estudiantes presenta una tendencia media. Este resultado revela un uso moderado pero frecuente de las redes sociales, que si bien no llega a los extremos, podría impactar indirectamente en su tiempo y productividad. Un 24,1% de los estudiantes presenta una tendencia alta, evidenciando un uso excesivo y posiblemente problemático de estas plataformas. Este grupo podría enfrentar mayores dificultades en sus relaciones presenciales debido a la prioridad dada a la interacción virtual. Es importante resaltar que no se registraron casos en la tendencia baja, lo que indica que, de alguna manera, las redes sociales tienen un papel predominante en la vida cotidiana de los



estudiantes. En conjunto, los resultados permiten observar un equilibrio entre un autoconcepto social mayormente positivo y el uso moderado de redes, aunque el uso excesivo en algunos estudiantes sugiere una necesidad de intervenciones preventivas y educativas.

Figura 5

Resultado específico 2: El Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales



Fuente. Análisis realizado en SPSS. Tabla 4.



La **figura 5**, muestra los resultados específicos sobre el autoconcepto social y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. En la tendencia baja, solo el 1,0% de los estudiantes presenta un autoconcepto social bajo, lo que sugiere que muy pocos enfrentan dificultades significativas en sus interacciones y relaciones personales. En cambio, 0% se encuentra en la tendencia baja de adicción a redes sociales, evidenciando un uso generalizado de estas plataformas. En la tendencia media, un 53,3% de los estudiantes reporta un autoconcepto social moderado, lo que indica que perciben sus habilidades sociales de manera aceptable, aunque sin destacar. Paralelamente, la adicción a redes sociales alcanza un 74,9% en esta categoría, mostrando que una gran proporción de estudiantes hace un uso constante, pero no excesivo, de estas plataformas. Finalmente, en la tendencia alta, un 45,6% de los estudiantes tiene un autoconcepto social positivo y sólido, reflejando confianza en sus capacidades interpersonales. Sin embargo, solo el 25,1% se ubica en la tendencia alta de adicción, lo que sugiere que los estudiantes con autoconcepto social elevado tienden a regular su uso de redes. En conjunto, la figura revela que mientras la mayoría presenta un autoconcepto moderado y un uso constante de redes sociales, existe un equilibrio favorable en aquellos con alta valoración de sus habilidades sociales, quienes parecen menos propensos a depender excesivamente de las redes.

4.3.3. Prueba hipótesis específica 2

Ha. Existe relación significativa entre el Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Ho. No existe relación significativa entre el Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 9

Prueba hipótesis específica 2: El Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales

	Rho de Spearman	Autoconcepto social	Adicción a redes sociales
Autoconcepto social	Coefficiente de correlación	1,000	,418**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	195	195
Adicción a redes sociales	Coefficiente de correlación	,418**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	195	195

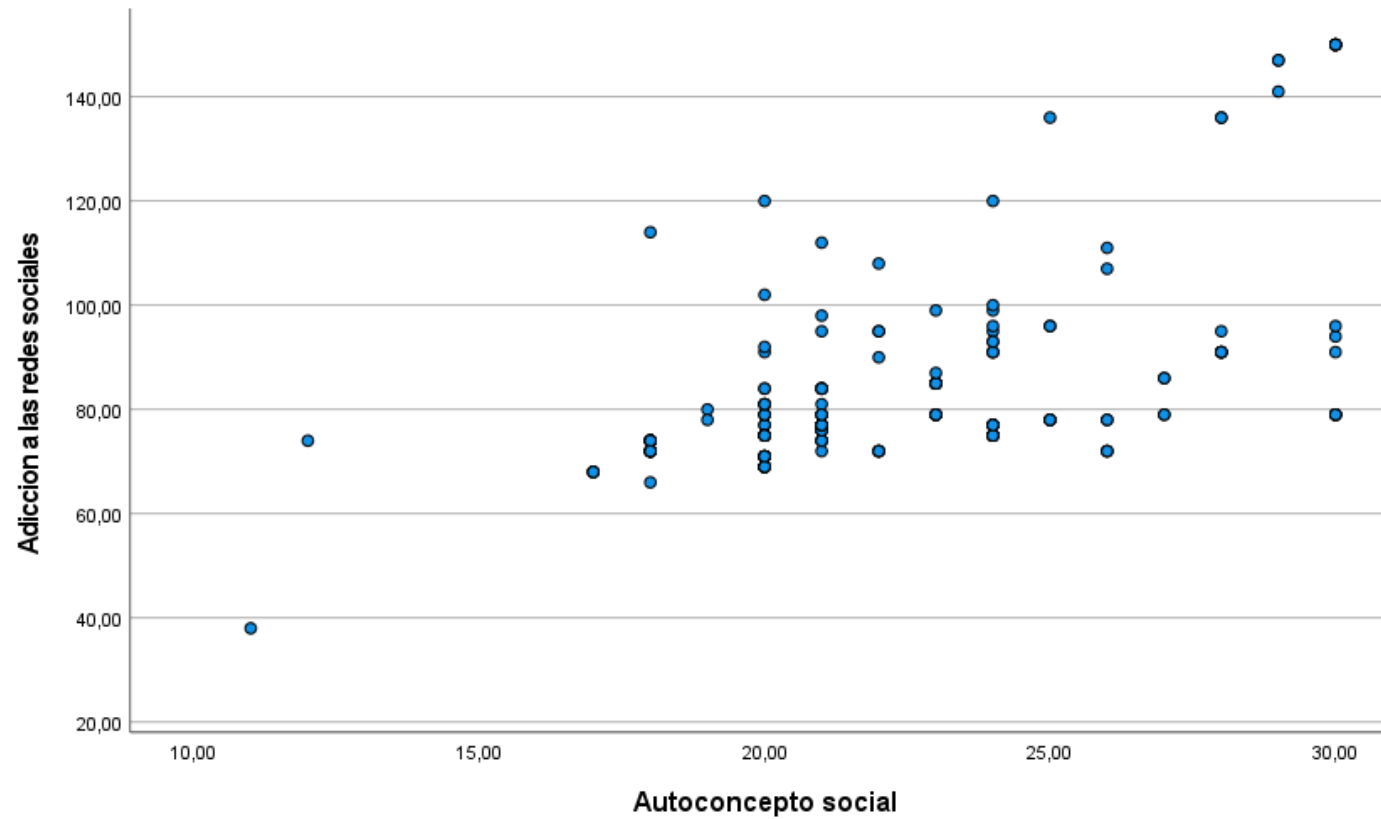
Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS



La prueba de exposición específica 2 examina la relación entre el autoconcepto social y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. La hipótesis alternativa (H_a) plantea que existe una relación significativa entre ambas variables, mientras que la hipótesis nula (H_0) sostiene lo contrario. Según la tabla de resultados, el coeficiente de calificación de Spearman es 0,418, lo que, de acuerdo con la interpretación estándar de la rho de Spearman, corresponde a una calificación positiva moderada. Esto significa que un mayor autoconcepto social está asociado con un aumento en la adicción a las redes sociales, aunque la relación no es tan fuerte como en otros autoconceptos. El valor de significancia es 0,000, lo que, al ser menor que 0,05, indica que la relación encontrada es estadísticamente significativa. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_a). Estos resultados sugieren que los estudiantes con una percepción más positiva de sus habilidades sociales y relaciones interpersonales tienden a utilizar más las redes sociales, posiblemente porque estas plataformas facilitan la interacción social y el mantenimiento de contactos. Sin embargo, la evaluación moderada también refleja que existen otros factores que podrían influir en el uso excesivo de redes, lo que requiere un análisis más profundo en estudios futuros para entender la complejidad de esta relación.

Figura 6

Análisis de dispersión



Fuente. Tabla 9 del análisis realizado en el SPSS.



La figura muestra un análisis de dispersión entre el autoconcepto social y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. Se observa una tendencia positiva moderada, evidenciando que, a medida que el autoconcepto social aumenta, también se incrementan los niveles de adicción a las redes sociales. La mayoría de los puntos se concentran en valores de autoconcepto social entre 18 y 25, con niveles de adicción a redes que oscilan entre 80 y 100, lo que sugiere que una percepción social equilibrada suele coincidir con un uso constante pero moderado de las redes. Sin embargo, en niveles altos de autoconcepto social, cercanos a 30, los valores de adicción a redes sociales tienden a dispersarse, mostrando algunos casos con niveles superiores a 120. Esto podría indicar que los estudiantes con un mayor autoconcepto social utilizan las redes para fortalecer sus interacciones, reforzar su autoestima o validar sus relaciones sociales. Es importante destacar que existen valores atípicos en la zona baja del autoconcepto social (alrededor de 10 a 15) con niveles de adicción variados, lo cual sugiere que una baja percepción social no determina necesariamente el uso reducido de redes. En general, aunque existe una variación positiva, la dispersión de los datos sugiere que otros factores también intervienen en el uso de redes sociales, lo cual requiere un análisis más profundo.

4.3.4. Resultado específico 3

Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 10

Resultado específico 3: Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales

Escala	Autoconcepto familiar		Adicción a redes sociales	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Tendencia bajo	3	1,5%	0	,5
Tendencia media	141	72,3%	74,9	75,4
Tendencia alta	51	26,2%	25,1	24,1
Total	195	100,0	100,0	100,0

Fuente Cuestionario del análisis realizado en SPSS.



La tabla muestra los resultados específicos sobre el autoconcepto familiar y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de Ingeniería Estadística e Informática. Respecto al autoconcepto familiar, la mayoría de los estudiantes, un 72,3%, se ubica en la tendencia media, lo que refleja una percepción equilibrada de su rol, comunicación y vínculos dentro del núcleo familiar. Esto sugiere que más de dos tercios de los encuestados consideran que tienen relaciones familiares estables y funcionales, aunque no excepcionalmente destacadas.

En contraste, un 26,2% de los estudiantes presenta una tendencia alta, lo que indica una valoración muy positiva de sus interacciones familiares, donde se perciben como miembros importantes y respaldados emocionalmente. Por otro lado, un pequeño porcentaje del 1,5% reporta un autoconcepto bajo, lo que refleja posibles dificultades en su entorno familiar, como la falta de comunicación, apoyo o problemas en sus relaciones familiares. Este grupo minoritario necesita atención especial para fortalecer sus vínculos familiares y mejorar su percepción del entorno en el hogar.

En cuanto a la adicción a las redes sociales, los resultados muestran que un 75,4% de los estudiantes presenta una tendencia media, indicando un uso moderado pero constante de estas plataformas en su vida diaria. Esto refuerza la idea de que, aunque las redes sociales forman parte importante de la rutina de los estudiantes, no necesariamente interfieren de manera negativa en su desempeño familiar o académico.

Sin embargo, un 24,1% de los encuestados se encuentra en la tendencia alta, lo que sugiere un uso excesivo de las redes, potencialmente impactando sus interacciones familiares al priorizar la comunicación virtual sobre las relaciones

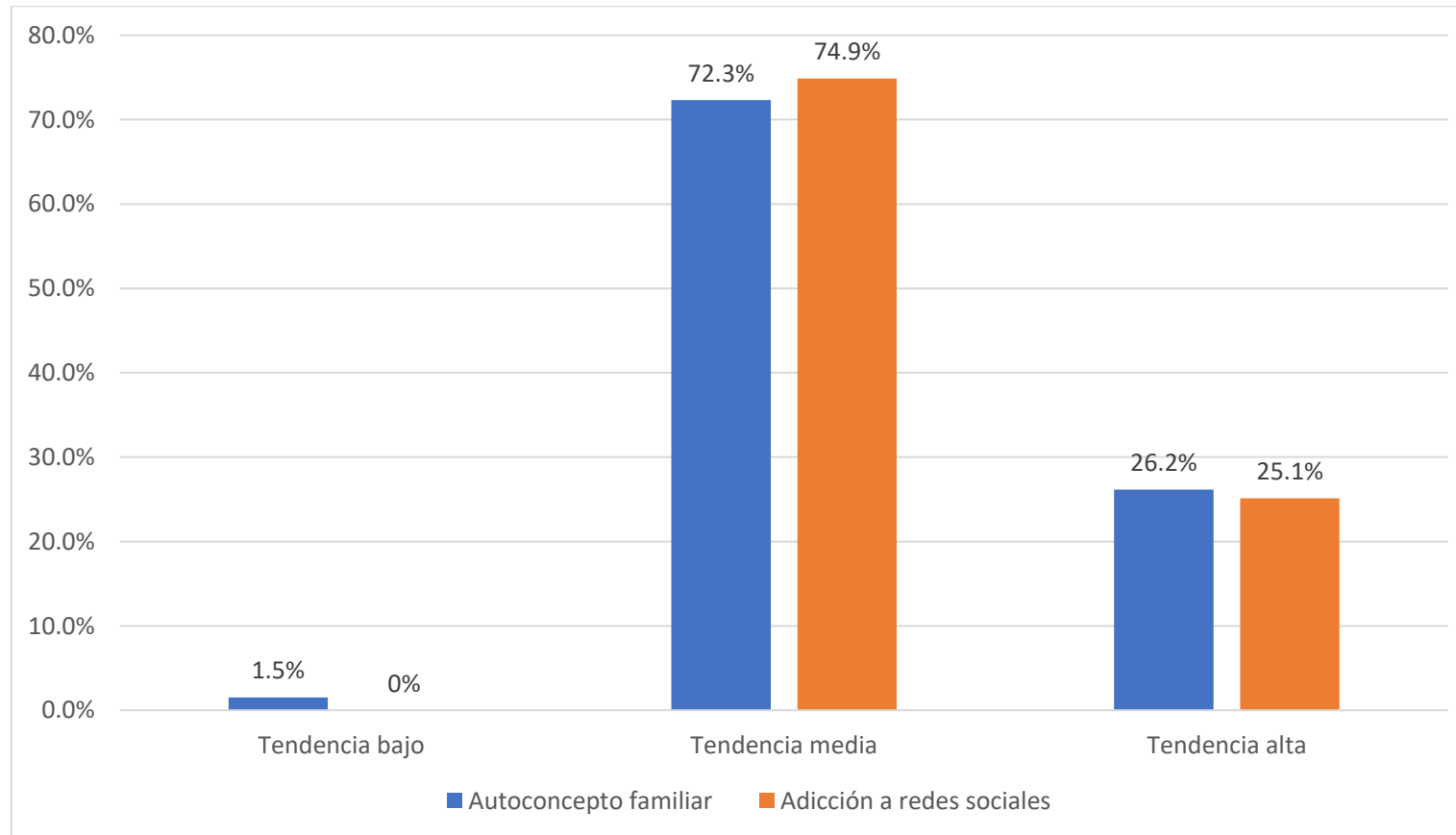


presenciales. Es destacable que no se identificó ningún caso en la tendencia baja, lo que confirma la prevalencia generalizada del uso de redes sociales entre los estudiantes. Los resultados muestran un equilibrio entre las percepciones familiares mayoritariamente positivas y un uso medio a alto de redes sociales, lo cual plantea la necesidad de promover un uso más responsable de estas plataformas sin que interfieran en la calidad de las relaciones familiares.



Figura 6

Resultado específico 3: Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales





La figura muestra los resultados específicos sobre el autoconcepto familiar y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. En la tendencia baja, un 1,5% de los estudiantes presenta un autoconcepto familiar desfavorable, lo que indica posibles dificultades en sus relaciones dentro del núcleo familiar, como falta de comunicación, apoyo o afecto. Por otro lado, no se registraron casos (0%) en la tendencia baja de adicción a redes sociales, lo que sugiere que todos los estudiantes utilizan estas plataformas en algún nivel. En la tendencia media, un 72,3% de los estudiantes tiene una percepción moderada de sus relaciones familiares, reflejando un vínculo estable, aunque no del todo sobresaliente. De manera paralela, un 74,9% de los estudiantes muestra una adicción media a las redes sociales, evidenciando un uso constante pero no extremo de estas herramientas digitales. En la tendencia alta, un 26,2% de los estudiantes presenta un autoconcepto familiar elevado, lo que denota una percepción sólida y positiva de su rol y relación con sus familiares. A su vez, un 25,1% de los estudiantes muestra una adicción alta a las redes sociales, indicando un uso excesivo que podría interferir con sus vínculos familiares. Estos resultados revelan que, aunque la mayoría mantiene un equilibrio entre su percepción familiar y el uso de redes, es importante atender al grupo que experimenta un uso elevado para evitar posibles impactos negativos en su entorno familiar.

4.3.5. Prueba de hipótesis 3

Ha. Existe relación significativa entre el Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Ho. No existe relación significativa entre el Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 11

Prueba de hipótesis 3: Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales

	Rho de Spearman	Autoconcepto familiar	Adicción a redes sociales
Autoconcepto familiar	Coeficiente de correlación	1,000	,538**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	195	195
Adicción a redes sociales	Coeficiente de correlación	,538**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	195	195

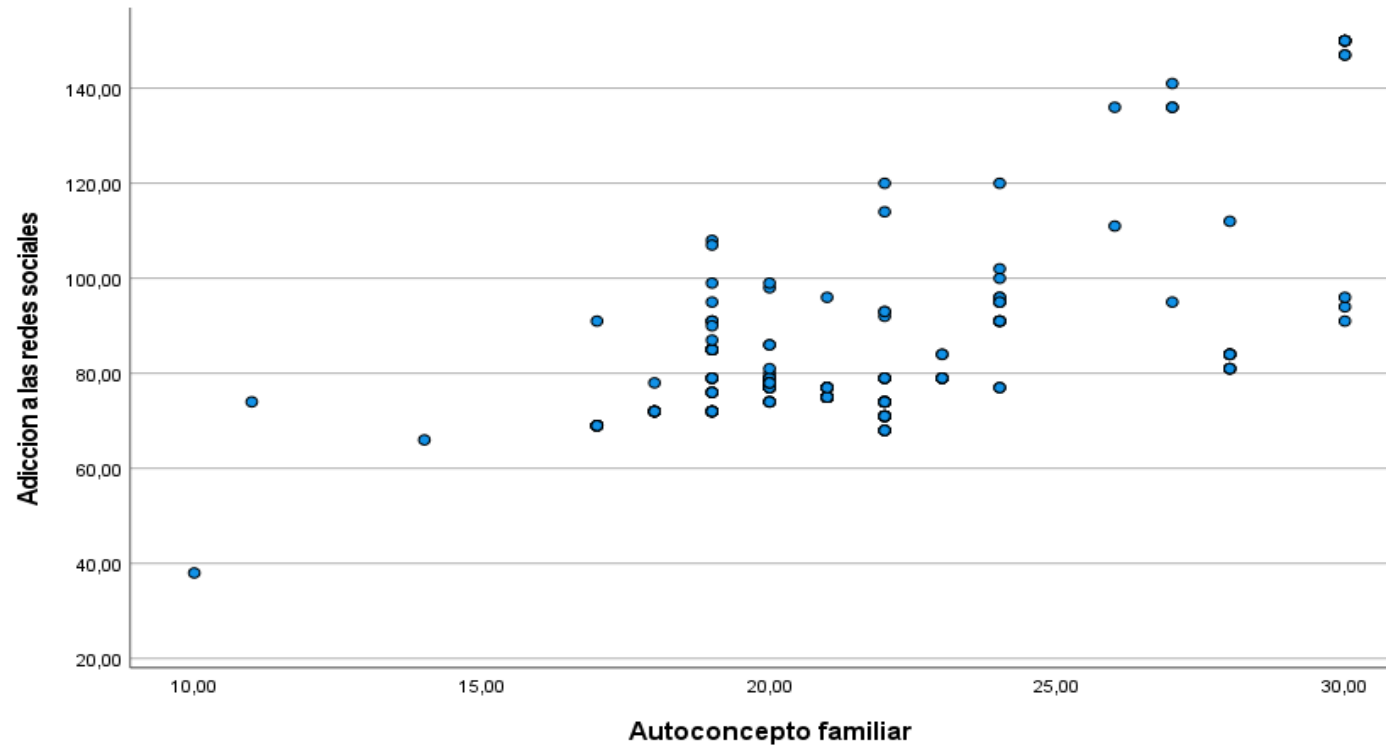
Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS.



La prueba de hipótesis 3 evalúa la relación entre el autoconcepto familiar y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. La hipótesis alternativa (H_a) plantea que existe una relación significativa entre estas dos variables, mientras que la hipótesis nula (H_o) sostiene que no hay relación. Según los resultados mostrados en la Tabla 9 , el coeficiente de calificación de Spearman es 0,538 , lo que, de acuerdo con la escala de interpretación, corresponde a una calificación positiva moderada-alta . Esto significa que, a medida que aumenta el autoconcepto familiar, también tiende a aumentar la adicción a las redes sociales. El valor de significancia bilateral es 0,000, lo que es menor que 0,05, confirmando que la relación encontrada es estadísticamente significativa y permite rechazar la hipótesis nula (H_o) y aceptar la hipótesis alternativa (H_a). Este hallazgo sugiere que los estudiantes que perciben un apoyo familiar sólido y estable pueden usar más las redes sociales, quizás como una extensión de la comunicación y vínculos familiares o como una herramienta de conexión social. No obstante, esta relación moderada también deja espacio para otros factores que pueden influir en la adicción a las redes sociales. En consecuencia, se recomienda analizar cómo el entorno familiar contribuye al uso equilibrado de estas plataformas, identificando estrategias que promuevan un desarrollo sano en los estudiantes.

Figura 7

Análisis de dispersión



FIGURAS DE DISPERSION 1 – Figura 8

Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS.



La figura presenta un análisis de dispersión que ilustra la relación entre el autoconcepto familiar y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. Se observa una tendencia positiva moderada, lo que significa que a medida que el autoconcepto familiar aumenta, también tiende a incrementarse la adicción a las redes sociales. Los puntos en el gráfico se concentran principalmente en valores de autoconcepto familiar entre 18 y 25, con niveles de adicción a redes sociales oscilando entre 60 y 100. Esto indica que muchos estudiantes con una percepción moderada o alta de su relación familiar presentan niveles medios de adicción. Sin embargo, en niveles más altos de autoconcepto familiar, cercanos a 30, se observa una mayor dispersión y un incremento en los valores de adicción, superando incluso los 120 puntos. Esto podría sugerir que los estudiantes con una percepción muy favorable de su entorno familiar utilizan más las redes sociales, posiblemente para fortalecer vínculos o compartir aspectos positivos de sus relaciones. También se destacan algunos valores atípicos en los niveles bajos de autoconcepto familiar, donde la adicción a las redes sociales varía ampliamente, lo que refleja que no hay un patrón absoluto. En conclusión, aunque existe una relación positiva entre ambas variables, esta no es determinante, sugiriendo que otros factores externos también podrían influir en el uso excesivo de las redes sociales.

4.3.6. Resultado específico 4:

Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 12

Resultado específico 4: Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales

Escala	Autoconcepto emocional		Adicción a redes sociales	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Tendencia bajo	59	30,3%	0	,5
Tendencia media	109	55,9%	74,9	75,4
Tendencia alta	27	13,8%	25,1	24,1
Total	195	100,0	100,0	100,0

Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS.



La tabla presenta los resultados específicos sobre el autoconcepto emocional y la adicción a las redes sociales en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática. En cuanto al autoconcepto emocional, los datos muestran una distribución variada: el 55,9% de los estudiantes se ubica en la tendencia media, lo que sugiere un manejo moderado de sus emociones, es decir, son capaces de reconocer y gestionar sus sentimientos, aunque con limitaciones en situaciones más complejas. Por otro lado, un 30,3% de los estudiantes reporta una tendencia baja, lo que revela dificultades significativas en el control emocional y la percepción de sus sentimientos, lo cual podría afectar su bienestar personal y académico. Solo un 13,8% de los encuestados manifiesta una tendencia alta, lo que indica una capacidad sólida para comprender y manejar sus emociones, permitiéndoles actuar con mayor equilibrio y resiliencia ante situaciones adversas. Este resultado refleja que una parte importante de los estudiantes requiere apoyo en la gestión emocional para mejorar su estabilidad emocional.

En cuanto a la adicción a las redes sociales, los resultados mantienen una tendencia constante con las tablas anteriores: el 75,4% de los estudiantes se ubica en la tendencia media, lo que sugiere un uso moderado y frecuente de las redes sociales, sin que necesariamente interfiera en su desempeño general. Sin embargo, un 24,1% de los estudiantes muestra una tendencia alta, lo que implica un uso excesivo que podría estar relacionado con la evasión emocional o la búsqueda constante de gratificación en entornos digitales.

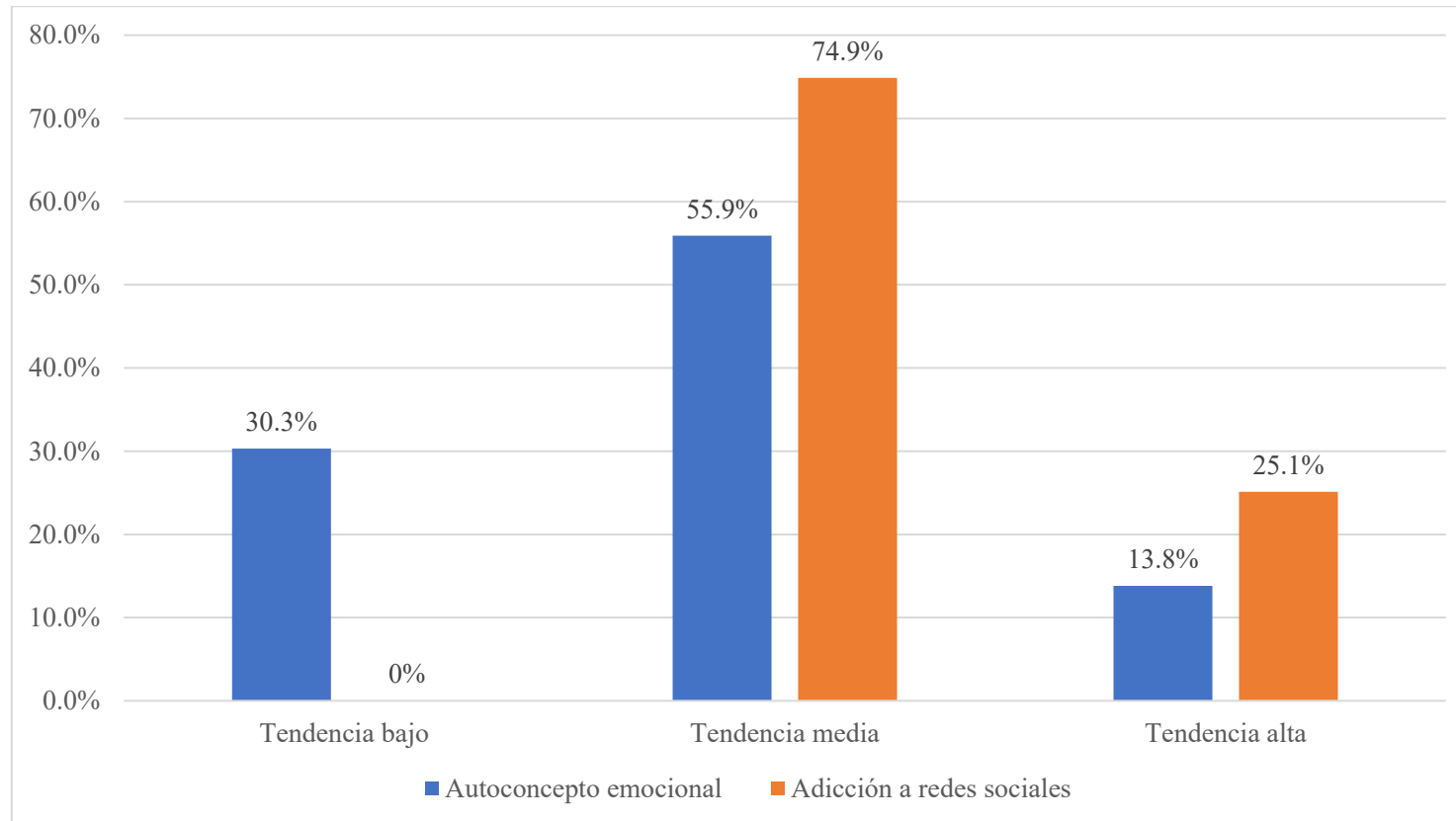
Este comportamiento puede tener consecuencias en su desarrollo emocional, agravando las dificultades ya existentes en el grupo con tendencia baja en autoconcepto emocional. Finalmente, cabe destacar que no se registraron casos



en la tendencia baja de adicción, lo cual reafirma que el uso de redes sociales es una práctica generalizada entre los estudiantes universitarios. En conjunto, estos hallazgos reflejan una necesidad de fortalecer el autoconcepto emocional de los estudiantes para reducir la posible dependencia emocional hacia las redes sociales y fomentar un mayor equilibrio en su bienestar integral.

Figura 8

Resultado específico 4: Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales





La figura muestra los resultados específicos sobre el autoconcepto emocional y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. En la tendencia baja, un 30,3% de los estudiantes presenta un autoconcepto emocional bajo, lo que revela dificultades significativas en el manejo de sus emociones y en su capacidad para afrontar situaciones adversas. Este dato es preocupante, ya que una percepción emocional negativa puede afectar su bienestar general y rendimiento académico.

Por otro lado, el 0% de los estudiantes se encuentra en la tendencia baja de adicción a las redes sociales, lo que indica que todos los participantes utilizan estas plataformas en alguna medida. En la tendencia media, el 55,9% de los estudiantes presenta un autoconcepto emocional moderado, reflejando un equilibrio parcial en su manejo emocional, aunque con oportunidades de mejora. En esta misma categoría, el 74,9% de los estudiantes manifiesta una adicción media a las redes sociales, lo que evidencia un uso constante pero no extremo. Finalmente, en la tendencia alta, solo el 13,8% de los estudiantes tiene un autoconcepto emocional elevado, mostrando confianza en la gestión de sus emociones. Paralelamente, un 25,1% presenta una adicción alta a las redes, lo que sugiere un uso excesivo que podría estar asociado a intentos de evadir o compensar emociones negativas. Estos resultados resaltan la necesidad de fortalecer el manejo emocional y promover un uso responsable de las redes sociales.

4.3.7. Prueba de hipótesis específica 4

Ha. Existe relación significativa entre el Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de



Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.

H0. No existe relación significativa entre el Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 13

Prueba de hipótesis específica 4

	Rho de Spearman	Autoconcepto emocional	Adicción a redes sociales
Autoconcepto emocional	Coefficiente de correlación	1,000	,380**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	195	195
Adicción a redes sociales	Coefficiente de correlación	,380**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	195	195

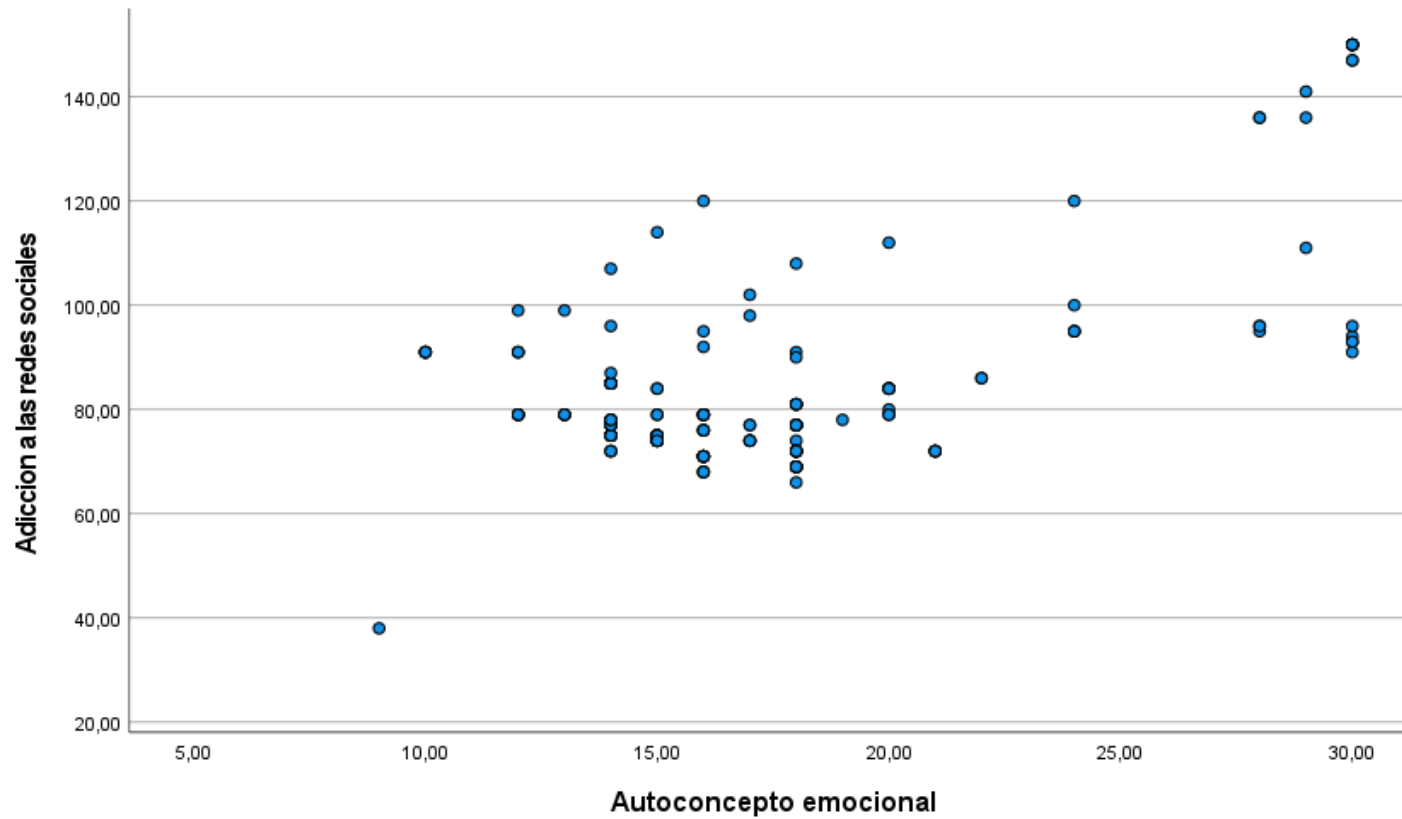
Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS.



La prueba de hipótesis específica 4 analiza la relación entre el autoconcepto emocional y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. La alternativa (H_a) plantea que existe una relación significativa entre ambas variables, mientras que la hipótesis nula (H_0) sostiene que no hay relación. Según la Tabla 11, el coeficiente de calificación de Spearman es 0,380, lo que indica una calificación positiva baja-moderada entre el autoconcepto emocional y la adicción a las redes sociales. Este valor sugiere que a medida que los estudiantes muestran una percepción favorable de su autoconcepto emocional, es decir, mayor control y comprensión de sus emociones, tienden también a registrar un mayor uso de las redes sociales, aunque en un nivel moderado. La significancia bilateral de 0,000 (menor que 0,05) confirma que la relación es estadísticamente significativa, permitiendo rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alternativa (H_a). Este hallazgo implica que, aunque existe una relación entre estas variables, su fuerza no es alta, lo cual sugiere que factores adicionales pueden estar influyendo en el uso de redes sociales. Es posible que los estudiantes con un autoconcepto emocional más equilibrado utilicen las redes como una herramienta de distracción o socialización, pero no necesariamente como un medio compulsivo. Se recomienda seguir profundizando en esta relación para identificar patrones específicos y establecer estrategias de uso responsable de las redes.

Figura 9

Análisis de dispersión



FIGURAS DE DISPERSION 2 – Figura 10

Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS.

La figura presenta un análisis de dispersión que examina la relación entre el autoconcepto emocional y la adicción a las redes sociales. Se observa una tendencia positiva entre ambas variables, lo que sugiere que a medida que el autoconcepto emocional de los estudiantes aumenta, también lo hace su nivel de adicción a las redes sociales. La distribución de los puntos muestra que la mayoría de los valores del autoconcepto emocional se concentran entre 15 y 25, con niveles de adicción a redes sociales ubicados principalmente entre 80 y 100. Sin embargo, en valores más elevados de autoconcepto emocional, cercanos a 30, los niveles de adicción a redes sociales también tienden a incrementarse y dispersarse, alcanzando valores superiores a 120. Esto podría interpretarse como que los estudiantes con mayor control y percepción positiva de sus emociones utilizan más las redes sociales, posiblemente para mantener interacciones positivas o reforzar su bienestar emocional. Por otro lado, existen algunos valores atípicos con un autoconcepto emocional bajo (alrededor de 10), donde la adicción a las redes sociales varía significativamente, reflejando que no todos los estudiantes con menor autoconcepto emocional presentan una dependencia elevada. En general, la gráfica confirma una clasificación positiva baja a moderada, destacando que otros factores podrían influir en el uso de redes sociales, como la búsqueda de distracción o validación externa.

4.3.8. Resultado específico 5

El Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 14

Resultado específico 5: El Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales

Escala	Autoconcepto físico		Adicción a redes sociales	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Tendencia bajo	2	1,0%	0	,5
Tendencia media	108	55,4%	74,9	75,4
Tendencia alta	85	43,6%	25,1	24,1
Total	195	100,0	100,0	100,0

Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS.



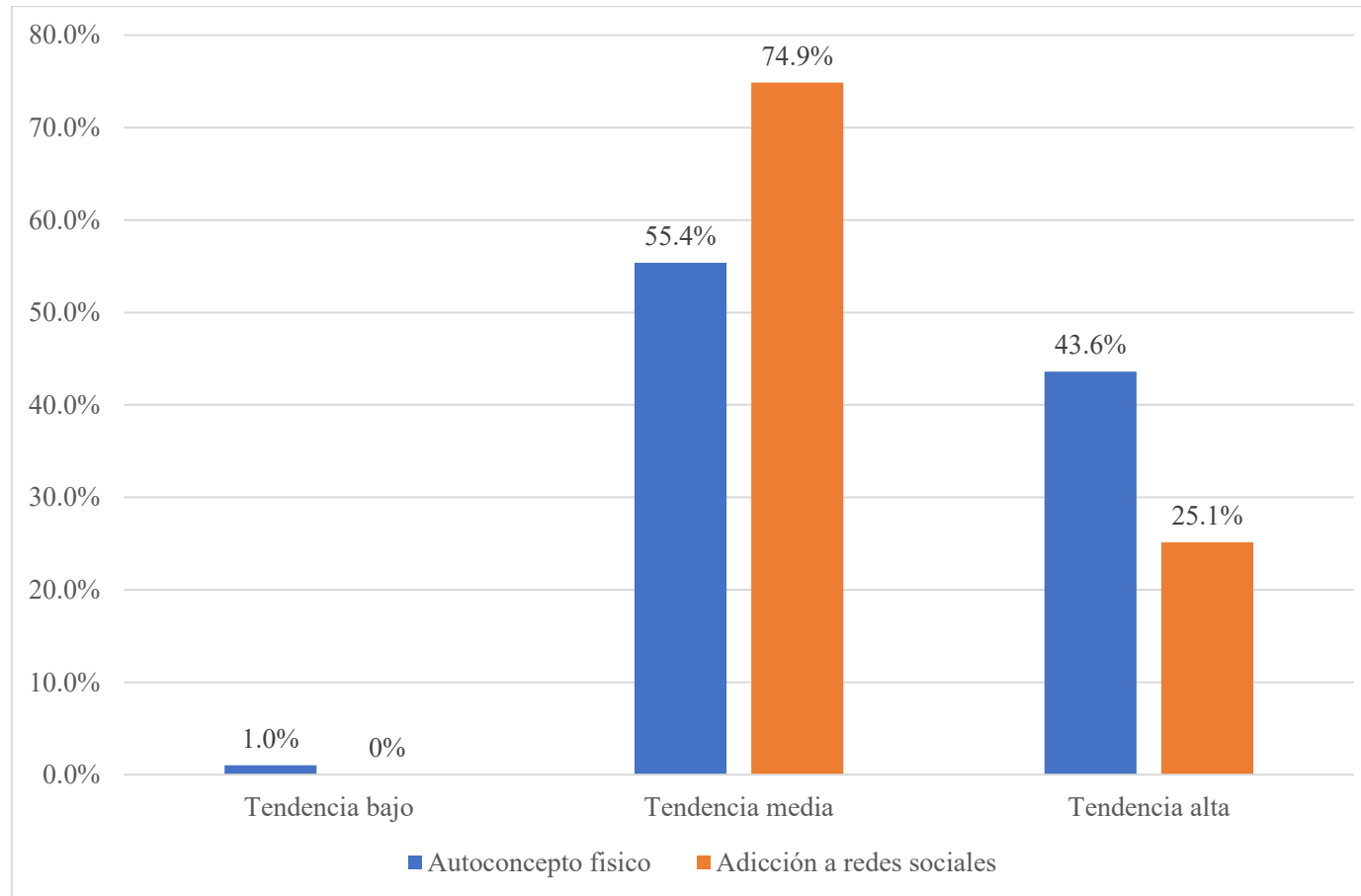
La tabla presenta los resultados específicos sobre el autoconcepto físico y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática. En relación al autoconcepto físico, los datos revelan que la mayoría de los estudiantes, un 55,4%, se encuentra en la tendencia media, lo que sugiere que más de la mitad tiene una percepción moderadamente positiva de su apariencia física y habilidades relacionadas con el cuerpo. No obstante, un 43,6% de los encuestados presenta una tendencia alta, lo que refleja una percepción favorable y segura de su físico, indicando altos niveles de aceptación y valoración de su imagen personal. Solo un 1,0% de los estudiantes reporta una tendencia baja, lo cual es preocupante, ya que puede implicar problemas de autoestima y percepción negativa de su imagen corporal. Estos resultados reflejan una distribución general positiva del autoconcepto físico en la muestra estudiada, aunque con una pequeña fracción de estudiantes que podría requerir intervenciones de apoyo. Por otro lado, la adicción a las redes sociales mantiene una distribución similar a los resultados anteriores. Un 75,4% de los estudiantes se sitúa en la tendencia media, lo que sugiere un uso constante pero no extremo de las redes sociales, permitiendo que estas formen parte de su vida diaria sin evidenciar una interferencia severa. En contraste, un 24,1% de los encuestados presenta una tendencia alta, lo que implica un uso excesivo de las redes, posiblemente asociado a una dependencia emocional a una búsqueda constante de validación social a través de estas plataformas. Es significativo que no se registren casos en la tendencia baja, lo cual reafirma la predominancia del uso de redes en la vida cotidiana de los estudiantes. La relación entre el autoconcepto físico y el uso de redes sociales sugiere que aquellos con percepciones altas de su físico podrían encontrar en



las redes un medio para reforzar su autoestima, mientras que quienes se encuentran en tendencia baja podrían verse afectados negativamente por comparaciones constantes en entornos digitales.

Figura 10

Resultado específico 5: El Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales





La figura presenta los resultados específicos sobre el autoconcepto físico y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. En la tendencia baja, solo el 1,0% de los estudiantes muestra un autoconcepto físico desfavorable, lo que sugiere que muy pocos tienen una percepción negativa de su apariencia y capacidades físicas. En cuanto a la adicción a redes sociales, no se registraron casos (0%) en la tendencia baja, confirmando que el uso de estas plataformas es generalizado en el grupo estudiado. En la tendencia media, el 55,4% de los estudiantes percibe su autoconcepto físico de manera moderada, reflejando que la mayoría tiene una visión aceptable de su imagen corporal sin llegar a extremos de satisfacción o insatisfacción. Por otro lado, el 74,9% presenta una adicción media a las redes sociales, lo que indica un uso frecuente pero no necesariamente problemático. Finalmente, en la tendencia alta, un 43,6% de los estudiantes reporta un autoconcepto físico positivo, mostrando confianza y aceptación de su físico. Sin embargo, solo el 25,1% se ubica en la tendencia alta de adicción a redes sociales, lo que implica que un grupo significativo podría estar experimentando un uso excesivo de estas plataformas. Estos resultados sugieren que un autoconcepto físico positivo puede estar relacionado con un mejor manejo del uso de redes sociales, mientras que los estudiantes con una percepción menos favorable podrían verse más afectados emocionalmente por la comparación social en entornos digitales.

4.3.9. Prueba de hipótesis específica 5

Ha. Existe relación significativa entre el Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Ho. No Existe relación significativa entre el Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.



Tabla 15

Prueba de hipótesis específica 5

	Rho de Spearman	Autoconcepto físico	Adicción a redes sociales
Autoconcepto físico	Coefficiente de correlación	1,000	,350**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	195	195
Adicción a redes sociales	Coefficiente de correlación	,350**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	195	195

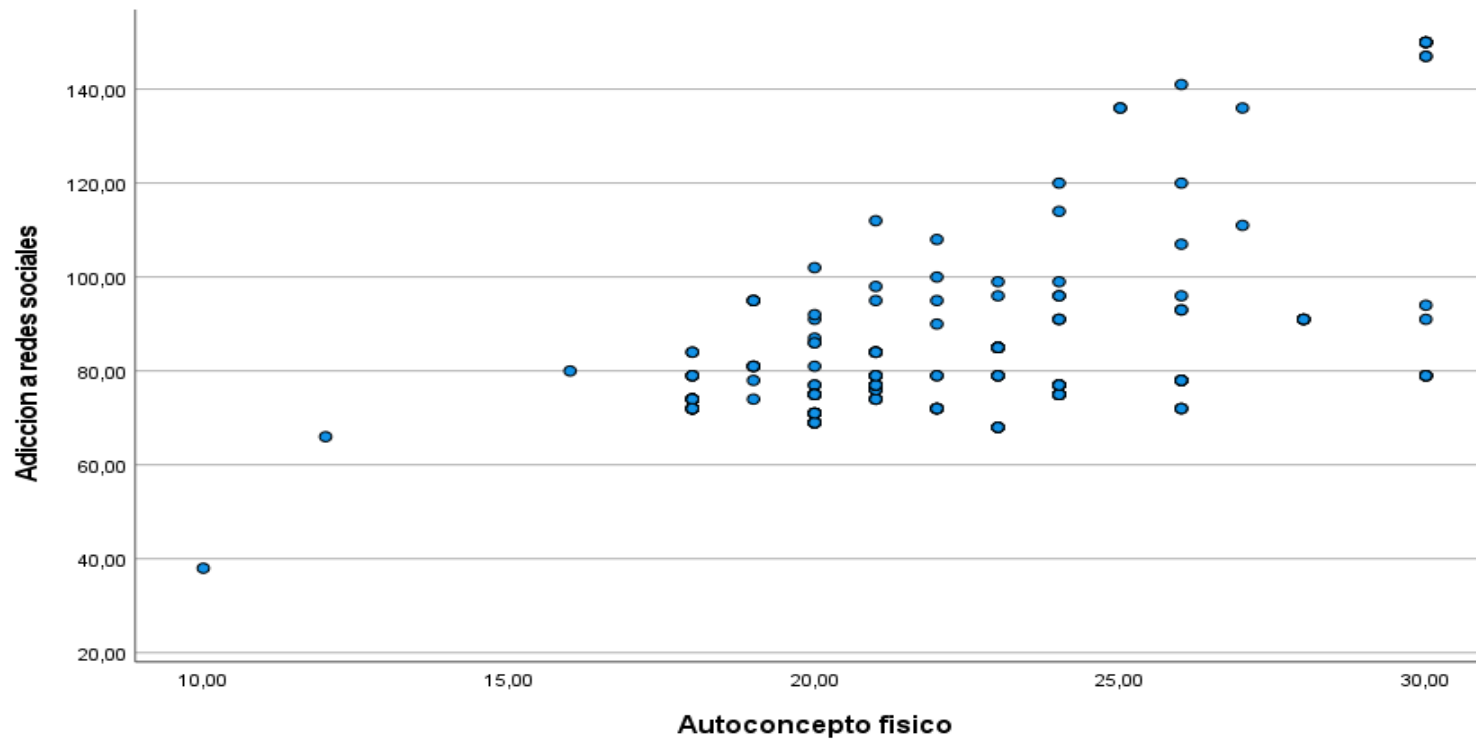
Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS.



La prueba de exposición específica 5 analiza la relación entre el autoconcepto físico y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. La hipótesis alternativa (H_a) sugiere que existe una relación significativa entre ambas variables, mientras que la hipótesis nula (H_0) sostiene que no existe tal relación. De acuerdo con los resultados presentados en la tabla, el coeficiente de correlación de Spearman es 0,350, lo que indica una clasificación positiva baja-moderada. Esto significa que a medida que aumenta el autoconcepto físico, también se observa un ligero incremento en la adicción a las redes sociales. Aunque la relación no es fuerte, es significativa, ya que el valor de significancia bilateral es 0,000 (menor a 0,05). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_a). Este hallazgo sugiere que los estudiantes con una percepción más favorable de su imagen y habilidades físicas podrían usar las redes sociales como una herramienta para compartir su autovaloración y buscar validación externa a través de interacciones y publicaciones. Sin embargo, el nivel de ponderación indica que otros factores también influyen en la adicción a las redes sociales. Se recomienda profundizar en cómo el autoconcepto físico interactúa con el uso de estas plataformas y promover prácticas saludables para evitar un uso excesivo vinculado a necesidades emocionales o comparaciones sociales.

Figura 11

Análisis de dispersión



FIGURAS DE DISPERSION 3 – Figura 12

Fuente. Cuestionario. Análisis realizado en SPSS.



La figura presenta un análisis de dispersión que muestra la relación entre el autoconcepto físico y la adicción a las redes sociales. En el gráfico, se observa una ligera tendencia positiva entre las dos variables, donde a medida que los valores del autoconcepto físico aumentan, también tienden a incrementarse los valores de adicción a redes sociales. Sin embargo, la dispersión de los puntos revela que la relación no es perfectamente lineal, ya que existen diversas agrupaciones con cierta variabilidad. En la zona intermedia del autoconcepto físico, aproximadamente entre 18 y 25, los valores de adicción a las redes sociales están más concentrados entre 60 y 100, lo que sugiere que la mayoría de los estudiantes con autoconcepto físico moderado presentan niveles medios de adicción. Por otro lado, en niveles altos de autoconcepto físico (cerca de 30), se observan valores más dispersos y elevados de adicción a redes, lo cual podría indicar que los estudiantes con mayor confianza en su imagen física usan más las redes para compartir su percepción positiva, buscar reconocimiento o socializar. Sin embargo, también hay estudiantes con niveles bajos de adicción, lo que indica que no todos responden de la misma manera. En conjunto, el gráfico confirma una relación positiva baja a moderada, coherente con el coeficiente de correlación anterior, destacando la influencia de otros factores en la adicción a redes.



4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El objetivo general de la investigación fue determinar la relación entre el Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023, y según los resultados obtenidos se observa una significativa correlación entre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales en la muestra estudiada ($N = 195$). Este coeficiente adquiere relevancia cuando $p < 0.01$, tal como lo evidencia el valor de significancia bilateral ($\text{Sig.} = 0.000$). Esto implica que, a medida que se incrementa el grado de dependencia hacia las redes sociales, también se observa una tendencia consistente y paralela en la modificación del autoconcepto. Lo que se asemeja a lo encontrado por Catasi y Salas (9) en su tesis sobre Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una Universidad Privada De Lima Metropolitana, que busco determinar la relación entre ambas variables, de enfoque cuantitativo, descriptivo - correlacional, y de diseño no experimental y transversal. Con una muestra de 163 estudiantes y empleando el Inventario de Autoestima de Coopersmith (1975) y el Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS, 2008). Encontrando relaciones significativas, inversas y moderadas entre la variable. Concluye que los niveles bajos de autoestima podrían estar relacionados con niveles altos de adicción a las redes sociales. Para Vera (14) el autoconcepto abarca aspectos cognitivos, emocionales y comportamentales, y es crucial para entender cómo el individuo interactúa con su entorno, ya que influye en la autorregulación conductual, la motivación personal, la autoeficacia, entre otros aspectos relevantes. En la actualidad, la mayoría de estos comportamientos no son reconocidos como adictivos por la



Asociación Americana de Psiquiatría (APA), principalmente porque se los considera más como problemas de control de impulsos que como adicciones propiamente dichas. Brugal et al. (3) definen las redes sociales como un patrón desadaptativo de comportamiento que surge de problemas de control de impulsos relacionados con la necesidad constante de conexión, y se caracteriza por un uso abusivo de las redes sociales que genera dependencia.

Los objetivos específicos que persiguió la investigación fueron:

El Objetivo específico a fue establecer la relación entre el Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023. Los resultados indican que se observa una fuerte correlación (coeficiente de evaluación = 0.754) entre el autoconcepto académico y la adicción a las redes sociales en la población estudiada (N = 195). Esta evaluación posee relevancia estadística al nivel de $p < 0.01$, dado que el valor de significancia bilateral es 0.000. Esto sugiere una correlación consistente entre ambas variables: a medida que se incrementa la adicción a las redes sociales, también se observa una influencia en el autoconcepto académico (o viceversa). Lo que se discrepa a lo encontrado por Vera. (14). En su estudio Nomofobia y autoconcepto en estudiantes de ingeniería de una Universidad Privada de la Ciudad de Huancayo, que busco determinar la relación entre las variables, investigación de diseño no experimental, con una muestra de 113, empleando el cuestionario Nomofobia Questionnaire (NMP-Q) de Correia y Yildirim y el AF-5 Autoconcepto Forma 5" de García y Musitu. Los resultados indican que no existe relación entre nomofobia y autoconcepto académico ya que el P-valor (,600) es mayor que el nivel de significancia (0.05) lo que indica



que, no existe relación entre Nomofobia y Autoconcepto académico en estudiantes de dicha universidad. Para García y Musitu (2001) el Autoconcepto Académico define la percepción que el individuo tiene de sí mismo, evaluando variables como el rendimiento académico y social. El autoconcepto hace la valoración de uno mismo en relación directa con el logro de metas, especialmente cuando se elige una carrera que se alinea con la vocación de servicio y genera motivación real, culminando en la autosatisfacción.

El Objetivo específico b. Determinar la relación entre el Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023, La muestra en estudio presenta una evaluación positiva moderada (coeficiente de evaluación = 0.418) entre el autoconcepto social y la dependencia a las redes sociales (N = 195). Esta evaluación posee significancia estadística al nivel de $p < 0.01$, tal como lo evidencia el valor de significancia bilateral (Sig. = 0.000). Este hallazgo sugiere que con el incremento de la adicción a las redes sociales, el autoconcepto social tiende a evolucionar en una dirección similar (o en contraposición), aunque esta correlación no es tan intensa como en otros contextos. Mostrando una discrepancia con lo encontrado por Venero (10) en su investigación sobre Autoconcepto y riesgo de adicción a las redes sociales en estudiantes de una institución educativa de Cusco, que buscaba determinar la relación entre las variables, estudio cuantitativo, descriptivo correlacional, no experimental, transversal, con una muestra de 298 estudiantes, utilizando la escala de autoconcepto forma AF5 y el cuestionario ARS 24. Los resultados indican que no existe una relación entre la adicción a las redes sociales y el autoconcepto social. Para Chalco (46), El Autoconcepto



se define a través de dos ejes: El primer enfoque se concentra en la red social de la persona y en su destreza para cultivarla y hacerla crecer, mientras que el segundo aspecto se vincula con atributos esenciales en las conexiones entre individuos, como la amabilidad y la alegría. La autoimagen en sociedad se relaciona de manera positiva con la adaptación emocional, la salud mental, el desempeño en estudios y trabajo, la valoración de maestros y jefes, la aceptación y aprecio de los compañeros, el comportamiento solidario y los principios universales. Además, se relaciona de forma inversa con conductas disruptivas, agresividad y síntomas de depresión.

El Objetivo específico c. Establecer la relación entre el Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023, Se observa una correlación moderada positiva (coeficiente de evaluación = 0.538) entre el autoconcepto familiar y la dependencia a las redes sociales en la población estudiada (N = 195). Esta evaluación posee significancia estadística al nivel de $p < 0.01$, tal como lo evidencia el valor de significancia bilateral (Sig. = 0.000). Este hallazgo sugiere que, con el incremento de la adicción a las redes sociales, se evidencia una modificación en el autoconcepto familiar de los individuos participantes (o en su contraposición). Lo que coincide con lo encontrado por Vera. (14). En su estudio Nomofobia y autoconcepto en estudiantes de ingeniería de una Universidad Privada de la Ciudad de Huancayo, que busco determinar la relación entre las variables, investigación de diseño no experimental, con una muestra de 113, empleando el cuestionario Nomofobia Questionnaire (NMP-Q) de Correia y Yildirim y el AF-5 Autoconcepto Forma 5" de García y Musitu. Los resultados



indican de acuerdo al P Valor $P\text{-valor} = ,014$ siendo menor que el nivel de significancia (0.05) y por consiguiente se indica que, existe relación entre la adicción a las redes sociales y Autoconcepto familiar en estudiantes en dichos estudiantes. Para Tejada (47), La autoimagen familiar se refiere a cómo una persona percibe su participación, compromiso e inclusión en su entorno familiar. La relevancia de este elemento se basa en dos aspectos fundamentales. El primer enfoque se dirige exclusivamente hacia los progenitores, tratando dos elementos esenciales de la dinámica familiar: la confianza y el cariño. El segundo punto tiene que ver con la familia y el hogar, tomando en cuenta cuatro elementos diferentes. Dos de las afirmaciones están llenas de optimismo, como "experimento alegría" y "mi familia me brindaría asistencia", expresando sentimientos de felicidad y respaldo. Por otro lado, las otras dos expresan lo contrario, como "mi familia se siente desilusionada" y "recibo críticas constantes", reflejando la sensación de rechazo y falta de conexión con los demás integrantes de la familia. Este aspecto, que es uno de los pilares fundamentales de la percepción de uno mismo, se relaciona de manera positiva con el desempeño en el ámbito académico y laboral, la adaptación psicosocial, la sensación de bienestar, la inclusión en ambientes educativos y profesionales, la conducta solidaria, los principios universalistas y la percepción de salud tanto física como mental. Además, se observa una relación inversa con los síntomas de depresión, la ansiedad y el uso de sustancias. En el ámbito de los niños y jóvenes, la percepción que tienen de su familia se relaciona de forma favorable con los estilos de crianza que abarcan cariño, empatía y respaldo, y de forma desfavorable con la coerción, la violencia, la falta de interés y la falta de atención.



El Objetivo específico d. Determinar la relación entre el Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023, La muestra estudiada presenta una puntuación positiva de baja a moderada (coeficiente de calificación = 0.380) entre el autoconcepto emocional y la dependencia a las redes sociales (N = 195). Esta evaluación posee significancia estadística al nivel de $p < 0.01$, tal como lo evidencia el valor de significancia bilateral (Sig. = 0.000). Esto indica que un incremento en la adicción a las redes sociales se correlaciona con modificaciones en el autoconcepto emocional de los individuos involucrados, aunque esta correlación no es particularmente intensa. Coincidiendo con la investigación realizada por Tarazona, M (12) en su estudio sobre la conexión entre la inteligencia emocional y la adicción a las redes sociales en estudiantes de 4° y 5° de secundaria en Juanjui de San Martín, se exploró la relación entre estas variables. Se utilizó un enfoque cuantitativo predictivo simple, con una muestra de 203 estudiantes de secundaria. Se aplicaron el Inventario Breve de Inteligencia Emocional (EQ-i_M20) de Pérez et al. y el cuestionario de adicción a redes sociales ARS de Salas y Ecurra. Se pudo apreciar una relación notablemente inversa entre la adicción a las redes sociales y la inteligencia emocional, con un valor de correlación de -0.259 y un nivel de significancia estadísticamente significativo ($p < 0.001$). Al llegar a la conclusión de que a medida que la inteligencia emocional aumenta, disminuyen los niveles de adicción a las redes sociales, o viceversa. Según Gracia et al (25), el autoconcepto emocional hace referencia a la percepción que tiene un individuo sobre sus emociones y reacciones frente a circunstancias concretas,



demostrando un nivel de compromiso y participación en su rutina diaria. Esta variable posee dos aspectos de importancia: uno se refiere a la percepción general de las emociones (como la ansiedad o la facilidad para asustarse), y el otro se enfoca en circunstancias más concretas, sobre todo cuando la otra persona tiene una posición de autoridad. Un alto nivel de autoconciencia emocional sugiere que la persona es capaz de manejar sus emociones y respuestas en diferentes circunstancias, reaccionando de forma apropiada y sin ansiedad. En cambio, una autoimagen emocional deficiente tiende a relacionarse con problemas en el control de las emociones y reacciones menos exitosas ante diversas situaciones que se presentan a lo largo de la vida.

El Objetivo específico e. Establecer la relación entre el Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023. La muestra estudiada presenta una evaluación positiva baja (coeficiente de evaluación = 0.350) entre el autoconcepto físico y la dependencia a las redes sociales (N = 195). Esta evaluación posee significancia estadística al nivel de $p < 0.01$, tal como lo evidencia el valor de significancia bilateral (Sig. = 0.000). Esto sugiere que, con el incremento de la adicción a las redes sociales, existe una correlación con el autoconcepto físico de los participantes, aunque esta correlación es insuficiente. Lo que se asemeja a lo encontrado por Jiménez y Sedano (11) En su estudio acerca de la Adicción a las redes sociales y la percepción del cuerpo en alumnos de psicología de una Universidad Privada en Los Olivos en el año 2021, se propuso establecer la conexión entre dichas variables mediante un enfoque metodológico básico, correlacional, no experimental y de corte transversal.



Mediante la utilización del Cuestionario de Descontento con la Apariencia Física (IMA- GEN) creado por Solano y Cano (2010), junto con el cuestionario de dependencia a las redes sociales (ARS) del año 2014. Con un grupo de 234 alumnos matriculados en la especialidad de Psicología. Se ha encontrado una conexión importante entre las variables, mostrando una relación directa y significativa con un coeficiente de correlación de 0,535. Esto confirma que los jóvenes que utilizan más activamente las redes sociales tienden a sentirse más insatisfechos con su imagen corporal en comparación con aquellos que las utilizan de manera más restringida. Este factor se refiere a cómo una persona percibe su apariencia física y su condición física. Está centrado en dos aspectos complementarios en su significado. El primero se relaciona con la participación en actividades deportivas desde una perspectiva social, física y de habilidad, abordando aspectos como ser buscado en contextos deportivos y tener habilidades destacadas. El segundo se centra en el aspecto físico, incluyendo la atracción, la autopercepción positiva y el sentido de elegancia. Cuando una persona tiene una alta autoimagen física, significa que se ve a sí misma como atractiva físicamente, cuida de su salud física y puede participar en actividades deportivas con éxito. Por el contrario, un autoconcepto físico bajo sugiere lo opuesto. Para Guibelalde (48), Este factor se refiere a cómo una persona percibe su apariencia física y su condición física. Está centrado en dos aspectos complementarios en su significado. El primero se relaciona con la participación en actividades deportivas desde una perspectiva social, física y de habilidad, abordando aspectos como ser buscado en contextos deportivos y tener habilidades destacadas. El segundo se centra en el aspecto físico, incluyendo la atracción, la autopercepción positiva y el sentido de elegancia. Un autoconcepto



físico elevado indica que la persona se percibe como físicamente agradable, cuida de su salud física y puede participar en actividades deportivas con éxito. Por el contrario, un autoconcepto físico bajo sugiere lo opuesto. El autoconcepto físico muestra una correlación positiva con la percepción de salud, el autocontrol, el bienestar percibido, el rendimiento deportivo, la motivación para el logro y la integración social y escolar.



CONCLUSIONES

PRIMERA. En el resultado general, el coeficiente Rho de Spearman obtenido fue 0.802, lo cual indica una clasificación positiva muy alta entre el autoconcepto y la adicción a las redes sociales. Este valor sugiere que a medida que los estudiantes presentan niveles más altos de autoconcepto global, también incrementa su adicción a las redes sociales. La significancia estadística obtenida, $p = 0.000$, valida que esta relación no es producto del azar, confirmando su relevancia. El autoconcepto, como percepción general que los individuos tienen sobre sí mismos, parece vincularse con el uso prolongado de redes sociales, posiblemente como un espacio para fortalecer la identidad, obtener reconocimiento social o mantenerse conectados. No obstante, es importante resaltar que este tipo de uso, cuando no se regula adecuadamente, podría convertirse en una adicción, afectando otros aspectos del bienestar personal. Por lo tanto, el hallazgo general subraya la necesidad de monitorear el uso de redes sociales, especialmente en estudiantes universitarios

SEGUNDA. En relación con el autoconcepto académico, el coeficiente Rho de Spearman fue 0.754, lo cual representa una valoración positiva alta entre esta dimensión del autoconcepto y la adicción a las redes sociales. Este resultado significa que los estudiantes que perciben positivamente sus capacidades académicas y su rendimiento tienden a mostrar un mayor uso de las redes sociales. La significancia estadística de $p = 0.000$ confirma que esta relación es válida y no producto del azar. Una posible explicación es que los estudiantes



utilizan las redes sociales como una herramienta para compartir logros académicos, acceder a recursos educativos o interactuar con compañeros en contextos formales e informales. Sin embargo, este uso puede derivar en un tiempo excesivo en redes sociales, generando dependencia y distracciones que afectan su desempeño académico a largo plazo. La alta calificación demuestra la complejidad de equilibrar el uso adecuado de estas plataformas.

TERCERDA. Para el autoconcepto social, el Rho de Spearman obtuvo fue 0.418 , lo que indica una clasificación positiva moderada entre esta dimensión y la adicción a las redes sociales. Este índice sugiere que los estudiantes con un autoconcepto social más elevado, es decir, una percepción positiva de sus habilidades para interactuar y relacionarse con otros, tienden a usar más las redes sociales. La significancia estadística de $p = 0.000$ confirma que la relación es válida y relevante. Este hallazgo puede explicarse porque las redes sociales son herramientas fundamentales para la interacción y el mantenimiento de relaciones sociales, permitiendo a los estudiantes fortalecer sus vínculos interpersonales. Sin embargo, este tipo de uso puede derivar en una dependencia gradual, donde las redes se convierten en el principal espacio para la validación social. Es necesario fomentar un uso equilibrado de estas plataformas, evitando que la búsqueda de aceptación virtual reemplace las relaciones reales.

CUARTA. En cuanto al autoconcepto familiar, el coeficiente Rho de Spearman fue 0.538 , lo cual representa una clasificación positiva moderada-alta entre esta dimensión y la adicción a las redes sociales. La



significancia estadística de $p = 0.000$ respalda que esta relación es válida. El resultado sugiere que los estudiantes con un autoconcepto familiar positivo, es decir, aquellos que perciben el respaldo, apoyo y valoración de su entorno familiar, presentan un uso más frecuente de las redes sociales. Una explicación plausible es que las redes sociales se utilizan como un espacio para mantener la comunicación con la familia o compartir experiencias personales. Sin embargo, este uso también puede transformarse en una adicción si se prioriza la interacción virtual sobre las conexiones físicas. Por ello, es importante promover un equilibrio entre las relaciones familiares tradicionales y el uso saludable de las redes sociales para evitar efectos negativos.

QUINTA. Respecto al autoconcepto emocional, el Rho de Spearman fue 0.380, lo que indica una clasificación positiva baja-moderada entre esta dimensión y la adicción a las redes sociales. El valor de significancia estadística de $p = 0.000$ confirma que esta relación es significativa. Este índice sugiere que los estudiantes con mayor estabilidad y control emocional tienden a usar redes sociales con mayor frecuencia, posiblemente como un espacio para gestionar su bienestar emocional. Las redes pueden ser un refugio donde los estudiantes buscan distracción, apoyo o validación emocional. Sin embargo, aunque la valoración es baja, es relevante que un uso excesivo puede impactar negativamente en la regulación emocional a largo plazo, generando dependencia o alteraciones en el estado anímico. Estos resultados subrayan la necesidad de fortalecer habilidades



emocionales que permitan un uso responsable y saludable de las plataformas digitales.

SIXTA. Finalmente, en el autoconcepto físico, el Rho de Spearman fue 0.350, lo cual refleja una activación positiva baja-moderada entre esta dimensión del autoconcepto y la adicción a las redes sociales. La significancia estadística de $p = 0.000$ valida que esta relación es relevante. Este resultado indica que los estudiantes con una percepción positiva de su imagen corporal y habilidades físicas tienden a utilizar más las redes sociales. Es posible que estas plataformas se utilicen como un medio para compartir contenido relacionado con la apariencia física o el estilo de vida, lo que puede generar una mayor interacción y validación social. No obstante, esta relación también puede conducir a comparaciones constantes y al uso excesivo, lo cual impacta la autoestima y genera adicción. Es necesario educar a los estudiantes sobre el uso consciente de las redes sociales, enfocándose en la autoaceptación y evitando la sobreexposición a estándares irreales.



RECOMENDACIONES

PRIMERA: Al director de la escuela profesional, dado que la correlación positiva entre el Autoconcepto Físico y la Adicción a las Redes Sociales es altamente significativa, se sugiere encarecidamente implementar intervenciones específicas y personalizadas que aborden de manera efectiva la percepción física y la autoimagen de los estudiantes en entornos educativos y sociales. Programas y estrategias que promueven una percepción positiva de la imagen corporal y fomentan hábitos de vida saludables podrían desempeñar un papel fundamental en la disminución de la tendencia a caer en la adicción a las redes sociales.

SEGUNDA: Al director de estudios de la escuela, tras realizar un análisis detallado de las diferentes dimensiones del Autoconcepto que presentó una evaluación significativa con la adicción a las redes sociales (Académico, Social, Familiar y Emocional), resulta fundamental tener en cuenta diversos factores contextuales y ambientales que puedan influir en esta dinámica. Se podrían llevar a cabo investigaciones exhaustivas para analizar detalladamente las múltiples variables presentes en el entorno académico, social, familiar y emocional que podrían tener un impacto significativo en la compleja relación entre el autoconcepto y la potencial adicción a las redes sociales.

TERCERA: A los docentes de la escuela, a pesar de las notables diferencias que puedan existir en las dinámicas relacionales, es fundamental resaltar la trascendencia de fomentar un concepto de sí mismo



positivo y enriquecedor en términos generales. Implementar estrategias efectivas que contribuyan al desarrollo positivo de la autoestima, la percepción académica y las habilidades sociales, sin duda alguna, puede generar impactos sumamente favorables y perdurables en la salud mental y el bienestar emocional de los estudiantes a lo largo de su trayectoria educativa.

CUARTA: al director de estudios, en vista de que la adicción descontrolada a las redes sociales puede representar un problema significativo en la sociedad actual, se sugiere encarecidamente la puesta en marcha de programas educativos integrales que aborden de manera efectiva el fomento de un uso responsable y equilibrado de las plataformas digitales. Estos programas podrían incluir recomendaciones detalladas sobre el tiempo de pantalla, reflexiones sobre la dependencia tecnológica y diversas estrategias para lograr y mantener un equilibrio armonioso entre la vida digital y la vida real.

QUINTA: Proporcionar servicios especializados de asesoramiento psicológico y apoyo social integral para aquellos estudiantes universitarios que puedan estar experimentando niveles significativos de adicción a las redes sociales, con el objetivo de promover su bienestar emocional y su desarrollo personal. Estos servicios especializados pueden ser de gran ayuda para abordar las diversas preocupaciones subyacentes que podrían estar contribuyendo a esta adicción, y además proporcionar una amplia gama de estrategias y herramientas para fomentar un uso más equilibrado y beneficioso de las plataformas digitales.



SEXTA: Incorporar en los planos de estudio estrategias efectivas de afrontamiento para gestionar de manera adecuada el estrés, la ansiedad y diversos retos emocionales que puedan surgir en el transcurso de la formación académica. Un autoconcepto emocional bien desarrollado y puede desempeñar un papel fundamental en disminuir la susceptibilidad a caer en la adicción a las plataformas de redes sociales, las cuales pueden llegar equilibrado a ser utilizado como un recurso de afrontamiento poco saludable en momentos de dificultad emocional .



REFERENCIAS

1. Escurra M., Salas (2014). *Construcción y Validación del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales ARS*. Universidad Nacional Mayor de San Andrés.
2. Benavides Raffo, (1995) L. *Autoconcepto del niño escolar*. 1ª. ed. Perú: Editorial San Marcos, (Pp.67)
3. Brugal, M.T., Rodríguez-Martos, A. Y Villalbí, J.R. (2006). *Nuevas y viejas adicciones: implicaciones para la salud pública*. Gaceta Sanitaria, (pp. 55- 62)
4. Gálvez Puerta, A (2024) *INCIDENCIA DEL CONSUMO DE REDES SOCIALES EN LA FORMACIÓN DEL AUTOCONCEPTO EN ADOLESCENTES*
<https://bibliotecadigital.iue.edu.co/jspui/handle/20.500.12717/3320>
5. Morán, N. & Castaño, E. (2021). Autoconcepto en las redes sociales y su relación con el afecto en adolescentes. *Behavioral Psychology / Psicología Conductual*, Vol. 29, N° 3, 2021, pp. 611-62.
<https://www.behavioralpsycho.com/producto/autoconcepto-en-las-redes-sociales-y-su-relacion-con-el-afecto-en-adolescentes/>
6. Moral, M. de la V., y Fernández, S. (2019). *Uso problemático de internet en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad*. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 37(1), 103-119.
7. Pérez, N. y Salamanca, Y. (2017). *Relación entre autoestima e ideación suicida en adolescentes colombianos*. *Revista de Psicología GEP*, 8(1), 8-21.
8. Sahagun, M., Martinez, B., Delgado, E. y Salamanca, C. (2015) *Adicción a Redes Sociales y su relación con problemas de Autoestima en la población*



- de 15 a 19 años en la población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. Revista Médica MD, 6(4), 285-289. Recuperado de <http://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=60331>
9. Catasi, L. y Salas, D, (2022) "*Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una Universidad Privada De Lima Metropolitana*". (Tesis de Licenciatura). Universidad privada del Norte.Peru. Sitio web: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30980/Catasi%20Diaz%2c%20Laly%20AndreaSalas%20Navarro%2c%20Diana%20Karolina.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
10. Venero, R. (2022) *Autoconcepto y riesgo de adicción a las redes sociales en estudiantes de quinto de secundaria de instituciones educativas mixtas del distrito de Cusco, 2021* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Perú. Sitio web: <https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6348/253T20220043.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
11. Jiménez, V. y Sedano, E. (2022) Dependencia a las redes sociales y la imagen corporal en estudiantes de la carrera de psicología de una Universidad Privada De Los Olivos, 2021. (Tesis Licenciada). Universidad privada de Norte. Perú. Sitio web: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/31310/Jimenez%20Pacar%2C%20Valeria%20Alicia%20Sedano%20Flores%2C%20Erika.pdf?sequence=6&isAllowed=y>



12. Tarazona, M (2022) *Inteligencia emocional y adicción a redes sociales en estudiantes de 4° y 5° de secundaria de Juanjui de San Martín*. (Tesis de Licenciatura). Universidad San Martín de Porres. Perú. Sitio web:
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10360/TARAZONA_JM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
13. Vera, L. (2020). *Nomofobia y autoconcepto en estudiantes de ingeniería de una Universidad Privada de la Ciudad de Huancayo- 2020*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Peruana Los Andes. Perú. Sitio web:
<https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1940/TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
14. Mita Jove, B., & Ramos Chipana, S. E. (2024). *Adicción a redes sociales y procrastinación en estudiantes del nivel secundario de la IEP Andean Light School, Juliaca 2023*. Tesis de pregrado. Universidad José Carlos Mariátegui.
[https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/2948/Sonia-Brigida tesis titulo 2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/2948/Sonia-Brigida%20tesis%20titulo%202024.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
15. Cari, F. (2021) *adicción a redes sociales y habilidades sociales, en estudiantes de la institución educativa José Carlos Mariátegui aplicación de la ciudad de puno, 2019*. Tesis de pregrado. Universidad Nacional del Altiplano.
https://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/16550/Cari_Bellido_Fiorela_Noritza.pdf?sequence=1&isAllowed=y
16. Quispe, J. (2019) *impacto de la adicción a las redes sociales en el cambio de comportamiento de los estudiantes de la universidad nacional del altiplano, puno-2018*. Tesis de post grado. Universidad Nacional del Altiplano.
http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/22167/Quispe_Cayo_Jos%c3%a9_Justino.pdf?sequence=1&isAllowed=y



17. Piers, E. V. Y Harris, D.B. (1969). Escala de autoconcepto grabación del consejero y Pruebas.
18. Coopersmith, S. (1990). *Los antecedentes de la autoestima*
19. Valék De Bracho Mónica. "Autoestima y motivaciones sociales en estudiantes de educación superior". Universidad Rafael Urdieta; 2007.
20. Tintaya, P (2000). "Desarrollo del Autoconcepto". La Paz – Bolivia.
21. Periago Roses, C. (1998). "Autoconcepto y expectativas en adolescentes embarazadas".
22. Álvaro, J. (2015). *Análisis del autoconcepto en relación con factores educativos, familiares, físico y psicosociales en adolescentes de la provincia de Granada*. Universidad de Granada.
23. Thompson, A.E. (1986): *una teoría relacional objetiva de la madurez afectiva: aplicaciones a la prueba de apercepción temática*.
24. Garcia A. Y Sanchez R., (2003) Prácticas educativas familiares y Autoestima. *Psicothema*, vol. 17, (pp, 76-82).
25. García Y Musitu, (1999) Autoconcepto forma 5
26. García, F., y Musitu, G. (2014). *AF5: Autoconcepto Forma 5*. TEA.
27. Álvarez, Ron, R., (2015). *Niños, adolescentes y redes sociales. ¿Conectados o atrapados*
28. Fuentes, M., García, J., Gracia, E., y Lila, M. (2011). Autoconcepto y ajuste psicosocial en la adolescencia. *Psicothema*, 23(1), 7–12.
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21266135>
29. Hattie, J. (2014). *Self-concept*. Psychology Press.
30. García, J., Musitu, G. y Veiga, F. (2006). Autoconcepto en adultos de España y Portugal. *Psicothema*, 18(1965), 551–556.



31. Encinas José Antonio (2017). *Niveles de Autoconcepto*.
32. Aruguete, G. Casales E., Aguilar, Real. J. Y Barrientos. B, (2011). *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y estudiantes universitarios*. Madrid: Pirámide. (pp. 45-57).
33. Casales, A., Real J., & Marcos B (2011). *Las redes sociales de internet*. Revista electrónica de tecnología educativa N ° 38.
34. Pedaroto, P., (2005). Autoestima y refuerzo en estudiantes
35. Flores Cueto, (2009) Las Redes Sociales. (pp. 33).
36. Rayo Ascoli Alejandra (2014). "*Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de estudiantes universitarios de 18 y 24 años que presentan adicción a las mismas.*"
37. Ross, P. Y Singüenza, S. (2010). *Las redes sociales: La problemática afamiliar. Investigación de la comunicación*. Universidad del Valle de México.
38. Rogers, C. R. Y G. 1. (1983) Haigh, "Camina suavemente por la vida"en: The ArtandScienceof Psychotherapy, (pp. 6-14).
39. Camello, L., León, A., Y Salcedo, C. (2013). *Adicción A Internet: Aproximación A Una Perspectiva Latinoamericana Desde Una Revisión Bibliográfica*. Tercer Milenio, Periodismo Y Comunicación, (pp, 31–38).
40. Echeburúa Y Corral, (2009). *Adicciones tecnológicas*.
41. Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta*. Fidas G. Arias Odón.
42. Ramos, C. A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances En Psicología*, 23(1), 9–17. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2015.v23n1.167>



43. Supo Condori, J. A., & Zacarías Ventura, H. R. (2020). Metodología de la Investigación Científica. Tercera Edición ed. *Arequipa-Perú: Bioestadístico EEDU EIRL*, 86.
44. Sánchez Pardo Lorenzo (2015). *Los adolescentes y las tecnologías de la información y la comunicación (tic)*.
45. Hernández Sampieri, Roberto (1998). Metodología de la investigación (pp.60).
46. Challco, K., Rodríguez, S., y Jaimes, J. (2016). *Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria*. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 9(1), 9-15. Recuperado de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/rc_salud/article/view/236
47. T5
48. Guibelalde (2010) Yo, Autoestima, Autoconcepto (pp 15-18)



ANEXOS



MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN PROPUESTA

Planteamiento del problema	Hipótesis	Objetivos	variables	Dimensiones	Método	Estadísticas
<p>¿Cuál es la relación entre el Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno, 2023?</p> <p>PE1. analizar la relación significativa entre el Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.</p>	<p>Hipótesis General: Existe relación significativa entre el Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023.</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre el Autoconcepto y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno, 2023.</p>	<p>Autoconcepto</p>	<p>Académico</p> <p>Social</p> <p>Familiar</p> <p>Emocional</p> <p>Físico</p>	<p>Diseño de la investigación no experimental, transaccional descriptivo.</p>	<p>Para el análisis de datos se empleará el programa estadístico IBM SPSS Statistics 25 Core System (SPSS 25) y las pruebas estadísticas para determinar la normalidad de los datos de la muestra a través de la prueba de Kolmogorov-Smirnov (con la corrección Lilliefors), los estadísticos descriptivos y dependiendo de la normalidad de la misma de la muestra se empleará el estadístico adecuado</p>
<p>PE2. comprobar la relación significativa entre el Autoconcepto social y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.</p> <p>PE3. demostrar la relación significativa</p>	<p>Hipótesis derivadas: HE1. Existe relación significativa entre el Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023. HE2. Existe relación significativa entre el Autoconcepto social y la Adicción a las redes</p>	<p>Objetivos Específicos: OE1. Establecer la relación entre el Autoconcepto académico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023. OE2. Determinar la relación entre el Autoconcepto social y la Adicción a las redes</p>	<p>Adicción a las redes sociales</p>	<p>Obsesión por las Redes Sociales.</p> <p>Falta de control personal en el uso de las Redes Sociales.</p> <p>Uso Excesivo de Redes Sociales</p>		



<p>entre el Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023.</p> <p>PE4. hallar la relación significativa entre el Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023</p> <p>PE5. determinar la relación significativa entre el Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Ingeniería Estadística e Informática, Universidad Nacional del Altiplano-Puno, 2023</p>	<p>sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023.</p> <p>HE3. Existe relación significativa entre el Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023.</p> <p>HE4. Existe relación significativa entre el Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023.</p> <p>HE5. Existe relación significativa entre el Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023.</p>	<p>sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023.</p> <p>OE3. Demostrar la relación entre el Autoconcepto familiar y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023.</p> <p>OE4. Analizar la relación entre el Autoconcepto emocional y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023.</p> <p>OE5. Identificar la relación entre el Autoconcepto físico y la Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Puno 2023.</p>				
---	--	---	--	--	--	--

ESCALA DE AUTOCONCEPTO AF5

Garcia y Musitu (1999)

Instrucciones

Este cuestionario intenta recoger sus opiniones y actitudes ante diversas cuestiones relativas a sus estudios, sus relaciones sociales, entre otras. Como opiniones son tus opiniones, no se trata de acertar o fallar con sus respuestas, sino de responder con sinceridad y precisión sus opiniones que, como tales, tienen un interés especial para nosotros.

A continuación, encontrará una serie de frases. Lea cada una de ella cuidadosamente y conteste marcando con una X.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Autoconcepto Académico					
1. Hago bien los trabajos escolares y/o académicos.	1	2	3	4	5
2. Soy un buen estudiante.	1	2	3	4	5
3. Mis profesores me consideran inteligente.	1	2	3	4	5
4. Trabajo mucho en clase.	1	2	3	4	5
5. Mis profesores me estiman.	1	2	3	4	5
6. Mis profesores me consideran un buen estudiante.	1	2	3	4	5
Autoconcepto Social					
7. Soy una persona amigable.	1	2	3	4	5
8. Consigo fácilmente amigos	1	2	3	4	5
9. Tengo muchos amigos.	1	2	3	4	5
10. Es difícil para mí hacer amigos	1	2	3	4	5
11. Soy una persona alegre.	1	2	3	4	5
12. Me cuesta hablar con desconocidos	1	2	3	4	5
Autoconcepto Emocional					
13. Muchas cosas me ponen nervioso.	1	2	3	4	5
14. Me siento nervioso.	1	2	3	4	5
15. Me asusto con facilidad	1	2	3	4	5
16. Cuando los mayores me dicen algo me pongo muy nervioso.	1	2	3	4	5
17. Me pongo nervioso cuando me pregunta el profesor.	1	2	3	4	5
18. Tengo miedo de algunas cosas.	1	2	3	4	5
Autoconcepto Familiar					
19. Me siento querido por mis padres.	1	2	3	4	5
20. Mis padres me dan confianza.	1	2	3	4	5
21. Me siento feliz en casa.	1	2	3	4	5
22. Mi familia me ayudaría en cualquier tipo de problema.	1	2	3	4	5
23. Soy muy criticado en casa.	1	2	3	4	5
24. Mi familia está decepcionada de mí.	1	2	3	4	5
Autoconcepto Físico					



25. Soy bueno haciendo deporte.	1	2	3	4	5
26. Me buscan para realizar actividades deportivas.	1	2	3	4	5
27. Soy una persona atractiva	1	2	3	4	5
28. Me gusta como soy físicamente	1	2	3	4	5
29. Me cuido físicamente	1	2	3	4	5
30. Me considero elegante.	1	2	3	4	5



Test Adicción a las Redes Sociales

A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, marque con una X en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piense o hace.

Nunca	Rara vez	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Preguntas	Respuestas				
	S	RV	CS	N	AV
1 Siento gran necesidad de permanecer conectada a las redes sociales.	1	2	3	4	5
2 Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.	1	2	3	4	5
3 El tiempo que antes destinaba para estar conectada a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.	1	2	3	4	5
4 Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.	1	2	3	4	5
5 No sé qué hacer cuando quedo desconectada de las redes sociales.	1	2	3	4	5
6 Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.	1	2	3	4	5
7 Me siento ansiosa cuando no puedo conectarme a las redes sociales.	1	2	3	4	5
8 Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.	1	2	3	4	5
9 Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.	1	2	3	4	5
10 Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.	1	2	3	4	5
11 Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.	1	2	3	4	5
12 Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.	1	2	3	4	5
13 Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.	1	2	3	4	5
14 Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.	1	2	3	4	5
15 Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.	1	2	3	4	5
16 Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.	1	2	3	4	5
17 Permanezco mucho tiempo conectada a las redes sociales.	1	2	3	4	5
18 Estoy atenta a las alertas que me envían desde	1	2	3	4	5



las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19 Descuido a mis amigos o familiares por estar conectada a las redes sociales.	1	2	3	4	5
20 Descuido las tareas y los estudios por estar conectada a las redes sociales.	1	2	3	4	5
21 Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.	1	2	3	4	5
22 Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.	1	2	3	4	5
23 Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales me siento aburrida.	1	2	3	4	5
24	1	2	3	4	5



BASE DE DATOS

	Autoconcepto																													
	Autoconcepto Académico						Autoconcepto Social						Autoconcepto Emocional						Autoconcepto Familiar					Autoconcepto Físico						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	5	2	2	4	3	3	4	4	3	
2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	3	2	4	4	5	3	3	3	4	2	3	1	3	3	2	2	5	4	5	3	2	2	3	4	5	3	5	4
5	4	4	3	3	4	4	5	3	4	4	3	1	3	2	3	3	3	1	4	5	4	3	2	2	4	4	3	3	3	3
6	3	3	4	3	2	4	4	5	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3
7	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3	5	4	3	4	2	2	3	3	3	4	5	3
9	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	3	4	5	4	4	3	2	3	3	3	2	4	3
10	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	3	2	5	4	3	4	3	2	4	3	5	3	5	4
11	3	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	5	4	2	3	2	1	2	4	4	3	5	1	2	3	3	5	3	4	5
12	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3
13	5	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	4	2	1	2	2	2	1	5	5	5	5	2	2	5	5	5	3	5	5
14	4	3	3	3	3	3	4	3	5	5	3	3	3	2	3	3	4	2	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4
15	4	4	3	2	4	3	4	3	5	5	3	2	3	2	2	2	2	2	5	5	4	4	1	1	4	3	3	3	5	5
16	4	3	3	2	3	3	4	4	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	5	1	3	4	3	3	4	4	3
17	4	4	2	3	3	4	4	2	3	3	4	2	3	1	2	2	2	2	4	5	4	4	1	1	4	4	4	3	5	4
18	4	4	5	3	3	3	5	4	5	5	4	3	4	1	3	2	2	2	4	4	4	4	2	1	5	4	5	3	5	4
19	4	3	3	3	5	4	4	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	5	5	3	3	3	3	3	5	4
20	4	4	3	3	4	3	5	3	4	2	4	2	2	2	3	2	3	5	5	4	3	5	4	3	3	4	3	4	3	2
21	5	5	2	1	5	5	5	1	5	4	5	1	2	1	5	5	5	1	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1	5	5
22	3	2	5	5	1	1	3	5	1	1	1	1	5	5	1	1	1	5	1	1	1	2	5	1	1	1	1	5	1	1
23	4	2	3	5	3	3	3	5	3	1	3	4	4	3	3	2	4	5	2	3	4	4	4	3	1	3	3	4	3	2
24	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	5	2	2	4	3	3	4	4	3
25	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	3	2	4	4	3	4	5	3	5	4	3	1	3	3	2	2	5	4	5	3	2	2	3	4	5	3	5	4
28	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	4	5	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3
29	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3
30	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	3	3	3	3	5	4	3	4	2	2	3	3	3	4	5	3
32	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	2	2	2	2	3	4	5	4	4	3	2	3	3	3	2	4	3
33	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	5	4	2	2	2	3	3	2	5	4	3	4	3	2	4	3	5	3	5	4
34	3	4	4	3	4	4	3	3	5	3	4	5	4	2	3	2	1	2	4	4	3	5	1	2	3	3	5	3	4	5
35	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	3
36	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	2	1	2	2	2	1	5	5	5	5	2	2	5	5	5	3	5	5
37	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4
38	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	5	5	3	2	2	2	2	2	5	5	4	4	1	1	4	3	3	3	5	5
39	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	5	1	3	4	3	3	4	4	3
40	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	1	2	2	2	2	4	5	4	4	1	1	4	4	4	3	5	4
41	4	4	5	3	3	3	5	4	5	3	5	4	4	1	3	2	2	2	4	4	4	4	2	1	5	4	5	3	5	4
42	4	3	3	3	5	4	3	3	3	3	5	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	5	4
43	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	5	3	3	2	3	3	4	2	5	5	5	3	2	4	3	3	3	3	5	3
44	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	5	2	2	4	3	3	4	4	3
45	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	2	2	2	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5
47	4	4	3	2	4	4	3	4	5	3	5	4	3	1	3	3	2	2	5	4	5	3	2	2	3	4	5	3	5	4
48	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	4	5	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3
49	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3
50	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	3	3	3	3	5	4	3	4	2	2	3	3	3	4	5	3
52	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	2	2	2	2	3	4	5	4	4	3	2	3	3	3	2	4	3
53	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	5	4	2	2	2	3	3	2	5	4	3	4	3	2	4	3	5	3	5	4
54	3	4	4	3	4	4	3	3	5	3	4	5	4	2	3	2	1	2	4	4	3	5	1	2	3	3	5	3	4	5
55	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	3
56	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	2	1	2	2	2	1	5	5	5	5	2	2	5	5	5	3	5	5
57	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4
58	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	5	5	3	2	2	2	2	2	5	5	4	4	1	1	4	3	3	3	5	5
59	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	5	1	3	4	3	3	4	4	3
60	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	1	2	2	2	2	4	5	4	4	1	1	4	4	4	3	5	4
61	4	4	5	3	3	3	5	4	5	3	5	4	4	1	3	2	2	2	4	4	4	4	2	1	5	4	5	3	5	4
62	4	4	4	3	4	4	2	3	2	3																				



BASE DE DATOS: ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES

Adicción a las redes sociales																								
N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
5	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
6	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
9	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
11	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3
12	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
14	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
15	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
16	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
17	3	5	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	3	3	5	4	3	3	3	4	5	4	4	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	3	4	4	2	2	4	4	5	4	2	4	3	4	2	4	2	5	2	4	4	5	4	2	5
20	5	5	2	5	3	5	2	2	5	5	2	5	3	5	2	5	5	5	2	2	2	2	2	5
21	5	5	4	2	5	4	2	4	3	5	4	1	5	2	4	4	5	2	4	4	4	2	2	1
22	5	5	5	5	5	2	3	2	3	2	5	5	5	5	2	5	2	3	5	5	2	2	2	2
23	3	1	2	3	2	4	2	5	3	2	2	2	5	2	4	5	3	5	5	4	2	5	5	4
24	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
27	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
28	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
29	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
32	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
33	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
34	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
35	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
36	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
37	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
38	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
39	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
40	3	5	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	3	3	5	4	3	3	3	4	5	4	4	3
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	3	4	4	2	2	4	4	5	4	2	4	3	4	2	4	2	5	2	4	4	5	4	2	5
43	5	2	2	5	2	4	4	2	2	2	5	3	3	5	5	2	2	5	2	2	2	2	4	5
44	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
47	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
48	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
49	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
52	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
53	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3



54	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
55	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
57	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
58	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3
59	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
60	3	5	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	3	3	5	4	3	3	3	4	5	4
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	2	5	4	3	2	2	2	5	3	5	5	5	2	2	2	5	3	3	2	5	5	2
63	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
64	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
67	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
68	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
69	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
70	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
72	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
73	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
74	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
75	3	5	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	3	3	5	4	3	3	3	4	5	4
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	3	4	4	2	2	4	4	5	4	2	4	3	4	2	4	2	5	2	4	4	5	4
78	5	2	2	5	2	4	4	2	2	2	5	3	3	5	5	2	2	5	2	2	2	4
79	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
81	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
82	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
83	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
84	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
87	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
88	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
89	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
90	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
91	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
92	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
93	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
94	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
95	3	4	4	2	2	4	4	5	4	2	4	3	4	2	4	2	5	2	4	4	5	4
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
97	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
98	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
99	2	2	4	5	4	4	4	2	4	4	2	4	2	2	4	4	2	2	4	4	2	4
100	3	4	4	2	2	4	4	5	4	2	4	3	4	2	4	2	5	2	4	4	5	4
101	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
102	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
103	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
104	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
105	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
106	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
107	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
108	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
109	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
110	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
111	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4



112	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
114	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
115	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
116	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
117	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
118	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
119	2	4	4	2	4	4	4	2	5	5	2	4	3	2	4	2	2	2	4	4	2	5	4
120	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	2	4	1	1
121	1	1	1	1	5	2	2	2	2	2	5	1	4	5	4	1	1	1	2	5	5	5	5
122	5	5	2	2	5	2	2	5	4	4	2	2	5	5	2	4	2	2	2	2	4	5	4
123	1	4	4	1	4	4	3	4	4	5	4	1	5	5	4	2	1	2	4	4	4	4	1
124	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	2	5	4	4	4	2	4	4

ANEXO 2

EJECUCION DE PROYECTO

ESCALA DE AUTOCONCEPTO

INSTRUCCIONES
A continuación, se le presentan 30 afirmaciones. Te pedimos que contestes con sinceridad a cada una de las opciones de respuesta eligiendo la opción que más se parezca a tu forma de ser (No hay opciones correctas ni incorrectas).

Considere el siguiente cuadro

Siempre (S)	Casi siempre (CS)	Algunas veces (AV)	Casi nunca (CN)	Nunca (N)
1	2	3	4	5

1. Hago bien los trabajos escolares. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

2. Consigo fácilmente amigos(as). *

1. Nunca (N).

2. Consigo fácilmente amigos(as). *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

3. Tengo miedo de algunas cosas. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

4. Soy criticado(a) en casa. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Soy criticado(a) en casa. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

5. Me cuido físicamente. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

6. Los profesores me consideran bueno(a)estudiante. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

5. Me cuido físicamente. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

6. Los profesores me consideran bueno(a)estudiante. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

7. Soy amigable. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

7. Soy amigable. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

8. Muchas cosas me ponen nervioso(a). *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

9. Me siento feliz en casa. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

29. Me siento querido por mis padres. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

30. Soy una persona atractiva. *

1. Nunca (N).

2. Casi nunca (CN).

3. Algunas veces (AV).

4. Casi siempre (CS).

5. Siempre (S).

TEST DE ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES

¿Cuáles son las redes sociales que más utilizas? *

- Facebook
- Facebook Messenger
- Instagram
- YouTube
- WhatsApp
- Tik Tok
- WeChat
- QQ

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

- En mi casa.
- En las cabinas de internet.
- En mi celular.
- En las computadoras del colegio.

¿Con que frecuencia se conecta a las redes sociales? *

- Todo el tiempo estoy conectado.
- Entre siete a doce veces al día.
- Entre tres a seis veces por día.
- Una o dos veces al día.
- Dos o tres veces por semana.
- Una vez por semana.

6. Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales. *

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

De todas las personas que conozco a través * de la red social, ¿cuántos conozco personalmente?

- 10% o menos.
- Entre el 11% y 30%.
- Entre el 31% y el 50%.
- Entre el 51% y el 70%.
- Más del 70 %.

7. Me siento ansioso(a) cuando no puedo * conectarme a las redes sociales.

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

18. Estoy atento(a) a las alertas que me * envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.

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

19. Descuido a mis amigos o familiares * por estar conectado(a) a las redes sociales.

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

23. Cuando estoy en clase sin conectar * con las redes sociales, me siento aburrido(a).

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

24. Creo que es un problema la intensidad * y la frecuencia con la que entro y uso la red social.

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



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 03/12/2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Gionella Copa Gutiérrez

Dirección: Torres de San Carlos C3 - Puno

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 43403411

Teléfono: 986870557

email: gionela2510@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____

email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Maestría en Salud

Escuela Profesional o Mención: Salud Pública

Título o Grado Académico a optar: Maestro en Salud

Asesor: Dra. Esperanza Cueva Rossel

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: AUTOCONCEPTO Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO, 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): Adicción a las redes sociales, autoconcepto, estudiantes.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación. Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: Salud Pública - P42


Firma de Autor



huella digital

03 de Diciembre del 2025

Fecha