



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA



**USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES
DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO
SALCEDO – PUNO 2025.**

TESIS PRESENTADO POR:

Bach. PERCY CHURA YAPUCHURA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

PSICÓLOGO

JULIACA – PERÚ

2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

**USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES
DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025**

TESIS PRESENTADO POR:

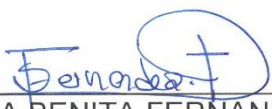
Bach. PERCY CHURA YAPUCHURA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
PSICÓLOGO**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

:


Dra. SONIA BENITA FERNANDEZ TAPIA

PRIMER MIEMBRO

:


Dra. GABRIELA BETTY ARIAS LUQUE

SEGUNDO MIEMBRO

:


Dra. SANDRA ALEJANDRA FERNANDEZ MACEDO

ASESOR DE TESIS

:


Dra. MARIA CONCEPCION FIGUEROA VILCA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN :

SALUD PÚBLICA – P 13



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN DECANAL N° 1379 2025-D-FCS-UANCV

Juliaca, 16 de Diciembre del 2025

VISTOS:

El Expediente N° 2025 – 12176 en el cual solicita fecha y hora para Sustentación de Tesis y el Dictamen de Aprobación, emitido por el Jurado Evaluador del trabajo de investigación titulado: **USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO SALCEDO – PUNO 2025**

CONSIDERANDO:

Que, es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias de la Salud, para la fijación de fecha y hora para la sustentación de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas a la Decana de la Facultad de Ciencias de la Salud y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE

PRIMERO: Ratificar a los jurados para la Sustentación de Tesis para optar el Título Profesional de: **PSICÓLOGO** del bachiller: **CHURA YAPUCHURA PERCY** habiéndose designado por sorteo a los siguientes docentes;

- * **Presidente** : Dra. SONIA BENITA FERNANDEZ TAPIA
- * **1er. Miembro** : Dra. GABRIELA BETTY ARIAS LUQUE
- * **2do. Miembro** : Dra. SANDRA ALEJANDRA FERNANDEZ MACEDO
- * **Asesor (a)** : Dra. MARIA CONCEPCION FIGUEROA VILCA

SEGUNDO: Fijar la programación de Sustentación de Tesis para el:

DIA : MIERCOLES 17 DE DICIEMBRE DEL 2025
HORA : 15:00 HORAS
LOCAL : Salón de Grados de la Facultad de Ciencias de la Salud

TERCERO: Realizado la Sustentación, el Jurado levantará el Acta en el libro respectivo, donde indicará el resultado obtenido por el bachiller sustentante.

CUARTO: La Dirección de la Escuela Profesional de Psicología y la **Comisión de Grados y Títulos** de la Facultad de Ciencias de la Salud y el jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



DISTRIBUCIÓN:
- Jurados (3)
- Interesado (1)
- Asesor de Tesis (1)
- Archivo FCS 2025(1)

**RESOLUCIÓN N° 035 - 2025-UI-FCS-UANCV-J**

Juliaca, 05 de setiembre del 2025

Visto: el Expediente N° 2025 -654 de fecha 17 de julio del 2025, el cual solicita Revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Salud, Escuela Profesional de **PSICOLOGÍA**

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bach., **CHURA YAPUCHURA PERCY**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO SALCEDO – PUNO 2025**, la misma que pertenece a la línea de investigación: **SALUD PUBLICA- P13**, conducente para optar el Título profesional de **PSICÓLOGO**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación, así como la asesora **DRA. MARIA CONCEPCION FIGUEROA VILCA**

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere Facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Salud

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado **USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO SALCEDO – PUNO 2025**, presentado por el (la) Bachiller. **CHURA YAPUCHURA PERCY**, en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER como ASESOR (a): **DRA. MARIA CONCEPCION FIGUEROA VILCA**

ARTICULO TERCERO. - **DISPONER** que, La Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Salud y secretaria académica de la Facultad de ciencias de la Salud, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
Dra. Maria Concepcion Figueroa Vilca
DIRECTORA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCS



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN DECANAL N° 1228 2025-D-FCS-UANCV

Juliaca, 27 de noviembre del 2025

VISTOS:

El Expediente N° 12789-2025 de fecha 25 de noviembre del 2025, presentado por la Bachiller: **CHURA YAPUCHURA PERCY** quien solicita la revisión de Informe Final de investigación (Borrador de Tesis) Titulado: **USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO SALCEDO – PUNO 2025** Por los jurados de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Escuela Profesional de Psicología

CONSIDERANDO:

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Salud en cumplimiento a la Resolución N° 102-2023-CF-FCS-UANCV y con la aprobación del informe final por los siguientes miembros de jurado y asesor:

- * **Presidente** : **Dra. SONIA BENITA FERNANDEZ TAPIA**
- * **1er. Miembro** : **Dra. GABRIELA BETTY ARIAS LUQUE**
- * **2do. Miembro** : **Dra. SANDRA ALEJANDRA FERNANDEZ MACEDO**

- * **Asesor (a)** : **Dra. MARIA CONCEPCION FIGUEROA VILCA**

Estando en la opinión favorable de los miembros del jurado, en concordancia con el Reglamento interno de trabajo de Investigación conducente a Grados y Títulos Resolución N° 094-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N°30220 Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661 y el estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de investigación de la Facultad de Ciencias de la Salud;

SE RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO.- APROBAR, el **INFORME FINAL** de INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la **REVISION** de **SIMILITUD TURNITIN**, presentado por el (la) bachiller **CHURA YAPUCHURA PERCY** para optar el título profesional de: **PSICOLOGO** con el tema: **USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO SALCEDO – PUNO 2025** correspondiente a la línea de investigación **SALUD PÚBLICA**

- * **ARTICULO SEGUNDO.- RATIFICAR** como **ASESOR (A) DE INVESTIGACIÓN** a la: **Dra. MARIA CONCEPCION FIGUEROA VILCA**

* **ARTICULO TERCERO.- DISPONER** que la Unidad de Investigación, de la Facultad de Ciencias de la Salud y Secretaria Académica quedan encargadas del cumplimiento de la presente resolución

Regístrese, Comuníquese, y Archívese.



Distribución: interesado Archivo.



USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO SALCEDO – PUNO 2025. TESIS PRESENTADO POR: Bach. PERCY CHURA YAPUCHURA PARA O

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

11%

PUBLICACIONES

15%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Andina Nestor
Caceres Velasquez

Trabajo del estudiante

9%

2

repositorio.utelesup.edu.pe

Fuente de Internet

2%

3

docplayer.es

Fuente de Internet

1%

4

Loayza Choque, Deysi Jackeline. "Estilos de
aprendizaje y visión de desarrollo rural de los
estudiantes de la Institución Educativa
Secundaria Gran Unidad Escolar "San Juan
Bosco"', Universidad Nacional del Altiplano de
Puno (Peru)

Publicación

1%

5

repositorio.upsc.edu.pe

Fuente de Internet

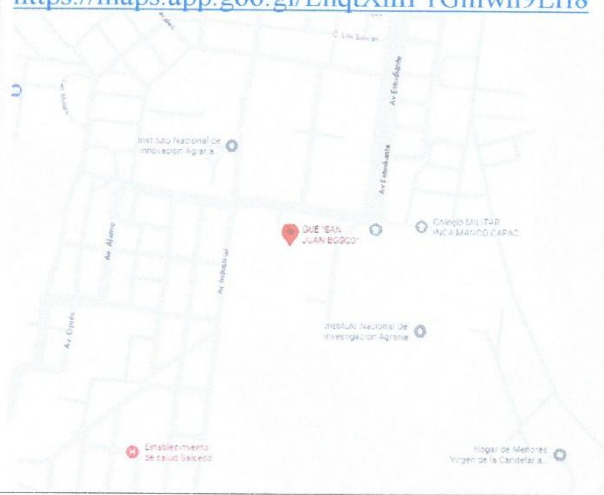
<1%



Metadatos Complementarios

USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	PERCY CHURA YAPUCHURA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	47512768
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0005-2587-4841
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	MARIA CONCEPCION FIGUEROA VILCA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02401506
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-4252-5265
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	SONIA BENITA FERNANDEZ TAPIA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01297921
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	GABRIELA BETTY ARIAS LUQUE
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29344129
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	SANDRA ALEJANDRA FERNANDEZ MACEDO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01309221



Datos de investigación	
Línea de investigación	EVALUACIÓN Y DIAGNOSTICO EN PSICOLOGÍA - P13
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno Latitud: -15.88277 Longitud: -70.00117 https://maps.app.goo.gl/LhqtXmF1Gmwn9Lri8 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	setiembre 2025 - Diciembre 2025
URL de disciplinas OCDE	Ciencias socio biomédicas (planificación familiar, salud sexual, efectos políticos y sociales de la investigación biomédica) https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#3.03.12 Ciencias de la salud https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#3.03.00



UNIVERSIDAD ANDINA NESTOR CACERES VELASQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

[Firma]
Dra. María Concepción Figueroa Vilca
DIRECTORA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo PERCY CHURA YAPUCHURA, identificado con DNI Nro. 47512768, en mi condición de egresado de:

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

PSICOLOGÍA

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

USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025

Asesorado por: **Dra. MARIA CONCEPCION FIGUEROA VILCA**

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.

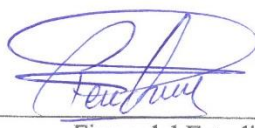
Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

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__18__de diciembre del 2025


Firma del Asesor
(obligatoria)


Firma del Estudiante
(obligatoria)


Huella



DEDICATORIA

A Dios quien fue el que con su manto de bendición logre recibir una formidable fortaleza para seguir adelante y alcanzar el propósito que me plantee, siendo el soporte cuando atravesé este riguroso sendero.

A mis maravillosos padres, quienes fueron los que proporcionaron de manera constante y amor de forma infinita a lo largo que este tramo de para alcanzar la cúspide de mi vocación.



AGRADECIMIENTO

A los educadores que me formaron en la casa de estudios de nivel superior de la Universidad Autónoma del Caribe, quienes fueron la base de mi preparación para desempeñar una labor vocacional tan exigente. Deseo mencionar especialmente a mi apreciada asesora, quien me brindó innumerables consejos y orientaciones durante todo este proceso.



ÍNDICE GENERAL

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

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1. Problema principal	3
1.1.2. Problemas específicos	3
1.2. JUSTIFICACIÓN	3
1.2.1. Justificación Teórica	3
1.2.2. Justificación practica	3
1.2.3. Justificación metodológica	4
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.3.1. Objetivo general	5
1.3.2. Objetivos específicos.....	5
1.4. HIPÓTESIS	6
1.4.1. Hipótesis general.....	6
1.4.2. Hipótesis específicas.....	6
1.5. VARIABLES.....	6
1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	7



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	8
2.1.1. A Nivel Internacional	8
2.1.2. A nivel nacional	12
2.1.3. A nivel local	16
2.2. MARCO TEÓRICO QUE SUSTENTA EL TRABAJO	21
2.3. MARCO CONCEPTUAL	40

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
3.3. MÉTODO O MÉTODOS APLICADOS A LA INVESTIGACIÓN	42
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	42
3.4.1. Población	42
3.4.2. Muestra	42
3.5. TÉCNICAS, FUENTES E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	43
3.5.1. Técnicas	43
3.5.2. Instrumentos	43
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS	44
3.7. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	45
3.8. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO	45
3.8.1. Validez	45
3.8.2. Confiabilidad	45



CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

RESULTADOS Y DISCUSIONES	47
CONCLUSIONES.....	70
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS	81
ANEXO 1: MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN DE DATOS.....	82
ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	83
ANEXO 3: ASENTIMIENTO INFORMADO:	85
ANEXO 4: INSTRUMENTO:	85
ANEXO 5: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	89
ANEXO 6: AUTORIZACIÓN DONDE SE REALIZÓ LA INVESTIGACIÓN	93



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Relación entre plataformas digitales más utilizadas y autoestima en adolescentes de quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo — puno, 2025	47
Tabla 2.	Relación entre el tiempo de uso diario de plataformas digitales y la autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo – puno 2025.	50
Tabla 3.	Relación entre el horario de mayor uso de plataformas digitales y la autoestima en adolescentes de quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco — salcedo, puno 2025	53
Tabla 4.	Relación de la finalidad de uso y el autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo – puno 2025.....	56
Tabla 5.	Relación entre la actividad principal y la autoestima en adolescentes de quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco — salcedo, puno 2025	59
Tabla 6.	Relación entre el nivel de participación y el autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo – puno 2025.....	62
Tabla 7.	Relación entre el tipo de contenido consumido y la autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo – puno 2025.....	65
Tabla 8.	El autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo – puno 2025.	68



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Relación entre plataformas digitales más utilizadas y autoestima en adolescentes de quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo — puno, 2025	48
Figura 2. Relación del tiempo de uso por día y el autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo – puno 2025.....	51
Figura 3. Relación entre el horario de mayor uso de plataformas digitales y la autoestima en adolescentes de quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco — salcedo, puno 2025	54
Figura 4. Relación de la finalidad de uso y el autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo – puno 2025.....	57
Figura 5. Relación entre la actividad principal y la autoestima en adolescentes de quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco — salcedo, puno 2025	60
Figura 6. Relación entre el nivel de participación y el autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo – puno 2025.....	63
Figura 7. Relación entre el tipo de contenido consumido y la autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo – puno 2025.....	66
Figura 8. El autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la institución educativa san juan bosco, salcedo – puno 2025.....	68



RESUMEN

Objetivo: Determinar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo – Puno 2025. **Material y métodos:** El estudio presentó un diseño no experimental transversal, de tipo básico, correlacional y de enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 29 estudiantes, a quienes se aplicó la técnica de encuesta mediante un cuestionario estructurado. Para el análisis de los datos, se utilizó la prueba de Chi cuadrado con el fin de determinar la asociación entre las variables. **Resultados:** Se encontró una asociación significativa entre el comportamiento de uso de las redes sociales y la autoestima en los adolescentes. El 55.1% utiliza TikTok ($p = 0.026$) como plataforma principal, mientras que el mismo porcentaje usa las redes entre 1 y 2 horas diarias ($p = 0.035$), y el 58.7% accede a ellas durante la noche ($p = 0.030$). En cuanto al propósito y tipo de interacción, el 48.2% usa las redes con fines recreativos ($p = 0.040$), la actividad principal es mirar publicaciones (75.9%; $p = 0.029$), la participación pasiva predomina con un 68.9%, y el contenido de entretenimiento es el más consumido (58.6%; $p = 0.037$). Finalmente, en relación con la autoestima, el 55.2% presenta nivel alto, el 34.5% muy alto, el 6.9% medio y el 3.45% bajo. **Conclusión:** el utilizar tiktok con fines recreativos durante la noche tuvieron mayor relación significativa con el autoestima que fue de nivel muy alto.

Palabras clave: Autoestima, adolescentes y uso de redes sociales.



ABSTRACT

Objective: To determine the relationship between social media use and self-esteem in fifth-year secondary school adolescents at the San Juan Bosco Educational Institution, Salcedo - Puno 2025. **Materials and methods:** The study featured a non-experimental, cross-sectional, basic, correlational, and quantitative design. The sample consisted of 29 students, who were administered a structured questionnaire survey. Data analysis was performed using the Chi-square test to determine the association between variables. **Results:** A significant association was found between social media usage behavior and self-esteem in adolescents. 55.1% used TikTok ($p = 0.026$) as their primary platform, while the same percentage used social media between 1 and 2 hours a day ($p = 0.035$), and 58.7% accessed social media at night ($p = 0.030$). Regarding the purpose and type of interaction, 48.2% use social media for recreational purposes ($p = 0.040$), the main activity is viewing posts (75.9%; $p = 0.029$), passive participation predominates at 68.9%, and entertainment content is the most consumed (58.6%; $p = 0.037$). Finally, regarding self-esteem, 55.2% had a high level, 34.5% very high, 6.9% medium, and 3.45% low. **Conclusions:** Those with high levels of self-esteem had greater significance. **Keywords:** Self-esteem, adolescents, and social media use.



INTRODUCCIÓN

El aumento constante en la interacción con entornos digitales y redes sociales ha sido especialmente notable entre los adolescentes. Este grupo encuentra en estas plataformas un medio importante para relacionarse, entretenerse y expresar su identidad. Sin embargo, la exposición continua a estos entornos digitales genera preocupación sobre sus posibles efectos en la salud mental, especialmente en la autoestima juvenil, la cual podría verse afectada o debilitada por el uso prolongado de estas herramientas. (1)

La adolescencia es un periodo clave para el desarrollo de la identidad y la consolidación de la autoestima. En este sentido, las formas de interacción que los jóvenes adoptan en los entornos virtuales pueden influir de manera significativa en la manera en que perciben y construyen su propia individualidad. (2)

La presente tesis se estructura de la siguiente manera: el Capítulo I aborda los aspectos generales del estudio, incluyendo el planteamiento del problema, los objetivos, las hipótesis y la definición y operación de las variables. El Capítulo II presenta el marco teórico, así como los antecedentes que sustentan la investigación. El Capítulo III describe detalladamente los procesos metodológicos empleados, mientras que el Capítulo IV expone los resultados obtenidos, seguidos de su discusión crítica. Finalmente, se incluyen las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio, con el propósito de aportar información útil para futuras investigaciones y para la comprensión de la influencia de las plataformas virtuales en la autopercepción juvenil.



CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel internacional

Diversas investigaciones científicas han evidenciado patrones preocupantes sobre los efectos de los entornos virtuales en la salud psicoemocional de los adolescentes, mostrando una tendencia que varios autores consideran clínicamente alarmante. Un informe de la Organización Mundial de la Salud, publicado en 2022, indicó que el 60 % de los adolescentes de entre 13 y 17 años experimentaron ansiedad o disminución de la autoestima debido a la comparación social en plataformas digitales, un fenómeno que se ha intensificado progresivamente en los últimos cinco años. La exposición constante a contenidos altamente idealizados, junto con la necesidad reiterada de obtener aprobación externa a través de "likes" y seguidores, refuerza las dinámicas de comparación y afecta de manera negativa la autopercepción juvenil. (3)

A nivel nacional

En el contexto nacional peruano, la población adolescente se encuentra cada vez más inmersa en los entornos digitales. Según una investigación realizada



por el Ministerio de Salud en 2021, aproximadamente el 85 % de los jóvenes entre 12 y 18 años utiliza habitualmente diversas plataformas virtuales. Dentro de este grupo, se ha observado una correlación significativa entre el uso intensivo de redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok y la aparición de alteraciones relacionadas con la autoestima, la ansiedad y síntomas depresivos. Además, cerca del 30 % de los adolescentes reporta un aumento en su inseguridad personal tras interactuar en estos espacios digitales, lo que configura un escenario creciente que requiere intervención urgente desde los ámbitos psicopedagógico y de salud mental. (4)

A nivel local

En el contexto de Puno, la situación no es diferente. Según la Dirección Regional de Educación de Puno, más del 70 % de los adolescentes de la región utiliza los entornos virtuales como medio principal para comunicarse y mantener vínculos con sus amistades, aunque alrededor del 40 % ha señalado que estas plataformas afectan negativamente su autoestima. En particular, los jóvenes de las zonas rurales enfrentan un acceso limitado a recursos de apoyo emocional y psicológico, lo que intensifica las consecuencias de la exposición a la cultura digital. Por ello, la Dirección Regional de Educación ha subrayado la necesidad de implementar estrategias formativas que fomenten un uso responsable de los entornos virtuales, al mismo tiempo que ofrezcan soporte a los adolescentes en la autorregulación y manejo adecuado de su identidad digital, aspecto cada vez más determinante en su desarrollo psicosocial de los adolescentes en las circunstancias del uso digital. (5)



1.1.1. Problema principal

PG. ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo – Puno 2025?

1.1.2. Problemas específicos

PE 1. ¿Cuál es la relación que existe entre el comportamiento de uso y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo?

PE 2. ¿Cuál será la relación que existe entre el propósito y tipo de interacción con la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo?

PE 3. ¿Cuál será el nivel de autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. Justificación Teórica

La presente investigación busca aportar al conocimiento sobre los efectos de los entornos virtuales en la autoestima de los adolescentes, prestando especial atención a contextos territoriales específicos, como la región de Puno, donde estas dinámicas adquieren particular relevancia debido a los desafíos que enfrentan los jóvenes en el acceso a recursos de salud mental. Los marcos teóricos del constructivismo social y de la comparación social se emplearán como referencia principal para comprender cómo la

interacción con diversos medios de comunicación e interacción social influye en la autopercepción y la autoestima durante la etapa adolescente.

1.2.2. Justificación practica

Los hallazgos de esta investigación tienen el potencial de beneficiar tanto a los adolescentes como a sus padres y educadores, al ofrecer pautas y estrategias basadas en evidencia para reducir los efectos negativos del uso de plataformas virtuales. Asimismo, el estudio resulta relevante para los responsables de políticas públicas en los ámbitos de salud y educación, quienes podrán contar con insumos técnicos para diseñar programas de intervención que promuevan una interacción digital más equilibrada, saludable y regulada en los entornos virtuales actuales.

1.2.3. Justificación metodológica

El diseño metodológico empleado en esta investigación se enmarca dentro de un enfoque cuantitativo–descriptivo, basado en la aplicación de instrumentos de encuesta y en procedimientos de análisis estadístico orientados a examinar la relación entre el uso de entornos virtuales y los niveles de autoestima en la población adolescente. Este enfoque permite medir de manera objetiva variables concretas y establecer patrones de comportamiento, facilitando la identificación de tendencias significativas dentro del grupo estudiado. La elección de un diseño descriptivo resulta especialmente pertinente para obtener información representativa y confiable, susceptible de ser extrapolada a poblaciones similares, lo que contribuye a una comprensión más amplia del fenómeno. Además, la utilización de herramientas estadísticas rigurosas asegura la validez y



confiabilidad de los datos, ofreciendo una base empírica sólida que respalda la interpretación de los resultados y que puede servir como insumo para futuras investigaciones, así como para la formulación de políticas y estrategias de intervención orientadas a promover un uso saludable y regulado de los entornos virtuales entre los adolescentes.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general

OG. – Determinar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo – Puno 2025.

1.3.2. Objetivos específicos

OE 1. Establecer la relación entre el comportamiento de uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo.

OE 2. Establecer la relación entre el propósito y el tipo de interacción en redes sociales con la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo.

OE 3. Describir el nivel de autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo.



1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. Hipótesis general

HG. – Existe una relación significativa entre el uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo – Puno 2025.

1.4.2. Hipótesis específicas

HE 1. Existe una relación significativa entre el comportamiento de uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo.

HE 2. Existe una relación significativa entre el propósito y el tipo de interacción en redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo.

HE 3. La mayoría de los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo – Puno, presenta un nivel medio de autoestima en el año 2025

1.5. VARIABLES

Variable 1: Uso de redes sociales

Variable 2: Autoestima



1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORES
Variable 1. Uso de redes sociales	1.1. Comportamiento de uso	1.1.1. Plataformas más usadas	a) Facebook b) Tiktok c) WhatsApp d) Otros
		1.1.2. Tiempo de uso por día	a) Menos de 1 hora b) 1 a 2 horas c) Mayor a 2 horas d) Nunca
		1.1.3. Horario de mayor uso	a) Mañana b) Tarde c) Noche d) Todo el día
	1.2. Propósito y tipo de interacción	1.2.1. Finalidad de uso	a) Uso recreativo b) Uso académico c) Uso social d) Ninguna no uso
		1.2.2. Actividad principal	a) Mirar publicaciones b) Enviar mensajes c) Comentar d) Otro e) Ninguna
		1.2.3. Tipo de participación	a) Pasivo (solo observa) b) Activa (crea contenido) c) Ninguna
		1.2.4. Tipo de contenido	a) Entretenimiento b) Moda y estilo de vida c) Contenido educativo d) Noticias e) Contenido motivacional f) Otro especificar
Variable 2 Autoestima	2.1. Nivel de autoestima		a) Baja autoestima b) Autoestima media c) Alta autoestima d) Muy bajo



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. A Nivel Internacional

Albán y Guzmán. (6) "Repercusión de las plataformas virtuales de comunicación en la autovaloración de escolares del plantel educativo Chillanes, Ecuador, 2024" La presente investigación analiza cómo los entornos virtuales de socialización influyen en la autopercepción de los adolescentes del nivel secundario. Su propósito central es examinar esta relación desde el marco epistemológico de la Psicología Clínica y las Ciencias de la Salud. Diversos estudios epidemiológicos han demostrado la existencia de una asociación significativa entre la exposición prolongada a plataformas digitales interactivas y la aparición de síntomas ansiosos y depresivos, especialmente en poblaciones juveniles. En esta línea, Samaniego señala que determinadas plataformas de interacción virtual pueden generar efectos perjudiciales en la autoestima de los estudiantes. Mediante un diseño metodológico descriptivo y no experimental, se recopilará información empírica utilizando cuestionarios estructurados, pruebas psicométricas estandarizadas y técnicas de observación sistemática. Los resultados de investigaciones previas indican que la autovaloración es un constructo psicológico esencial para el equilibrio emocional, y que el uso disfuncional de redes sociales

constituye un factor de riesgo para su deterioro. Comprender esta dinámica psicosocial en una etapa tan sensible como la adolescencia justifica ampliamente la pertinencia y necesidad del presente estudio.

Vidal, et al. (7) Entornos virtuales, autoconcepto, logro educacional y patrones de estudio en adolescentes de educación media pertenecientes a dos localidades de la Provincia de Concepción, Chile, año 2022.

Objetivo: Explorar el vínculo existente entre la utilización de medios telemáticos sociales y constructos tales como autopercepción, logros académicos y rutinas de estudio en adolescentes cursantes de niveles intermedios en planteles educativos de la jurisdicción de Concepción. Método: El estudio se empleó de un modo descriptivo y conforme a la ejecución de trato con un estilo correlacional, con una medición de manera transversal y la valoración fue una aplicación de forma cuantitativa. Resultados: En lo concerniente a la percepción personal global, se documentó que aproximadamente una cuarta parte (23.63%) de la población estudiantil exhibe indicadores dentro de límites normativos, mientras que el 19.9% demuestra niveles compatibles con autoconcepto deteriorado. Concurrentemente, la medición mediante escala ARS determinó que el 43.64% ostenta valoraciones inferiores y el 24.55% se establece en percentiles intermedios. Simultáneamente, emergió una covariación inversa con relevancia estadística entre la autoestima total y los índices de comportamiento compulsivo hacia ecosistemas sociovirtuales, validando la interdependencia antagónica entre ambos fenómenos. Conclusión: El estudio constata en base a la manipulación sin control de redes sociales deteriora la autoestima estudiantil, afectando principalmente a grupos

vulnerables que muestran dependencia comportamental hacia estas plataformas.

Rubio, et al. (8) "Menores en el entorno cibernético actual: evidenciando correlaciones entre comunidades virtuales, control volitivo, autoconcepto y aptitudes de interacción humana, España, 2024" Objetivo:

Hallar como el empleo de plataformas sociales por parte de los individuos de una etapa de adolescencia ocasionan conceptos negativos. Proceso metodológico: La indagación que se muestra empleada, son unidades muestrales con una cantidad 158 por sujetos que están en un estado de adolescencia con una formulación de un estilo cuantitativo con una estructuración de manera descriptiva-correlacional, Resultado: Cerca del 40% de los adolescentes manifestó experimentar incomodidad al realizar intervenciones orales en espacios públicos. Asimismo, seis de cada diez refirieron sentirse esporádicamente "incompetentes" y señalaron que podrían destinar mayor tiempo a sus actividades académicas si no permanecieran conectados de manera frecuente al entorno digital. Aproximadamente el 70% declaró presentar alteraciones en los procesos atencionales. En cuanto al uso de plataformas sociovirtuales, se observó una mayor prevalencia entre las mujeres, con predominio de TikTok, Instagram y WhatsApp, utilizadas preferentemente con fines comunicativos, lúdicos y recreativos. De igual modo, se identificó una asociación estadísticamente relevante entre la interacción en redes sociales y los niveles de autorregulación conductual. Aunque no se registraron patrones severos de dependencia, sí emergieron indicios de dificultades en el autocontrol dentro del grupo juvenil evaluado.



Luna. (9) En los últimos años, los entornos sociovirtuales han ejercido una influencia considerable en los procesos formativos de la población adolescente, así como en su equilibrio emocional. Desde la perspectiva psicológica, se analizan constructos como la autovaloración y el optimismo, considerados elementos nucleares para fortalecer o preservar un adecuado nivel de bienestar psicoafectivo. En este marco, La indagación que se empleó se orienta a examinar la articulación existe un vínculo de optimismo disposicional y la autoestima dentro del desarrollo cognitivo juvenil, evaluando de qué manera ambas variables se ven moduladas por la exposición constante a las redes sociales, lo cual constituye el propósito central del estudio. A partir de este análisis, se infiere que el optimismo opera como un recurso adaptativo significativo, capaz de mitigar el impacto de acontecimientos adversos que incidan directamente en la autovaloración o el autoconcepto, reduciendo su recurrencia o neutralizando sus efectos. Dado el acelerado ritmo de transformación de las plataformas digitales, se recomienda mantener una actualización permanente en este ámbito para contrarrestar de forma más eficaz las repercusiones desfavorables inherentes a la vida en un entorno eminentemente digitalizado.

Aucapiña. (10) **Campodónico NM. Análisis integrador de la relación entre interacción en redes sociales y autoconcepto en adolescentes, México, año 2024.** Los medios sociales ejercen una repercusión relevante sobre la salud psicoemocional en adolescentes, quienes se enfrentan a información que supera su nivel madurativo, haciendo necesaria la supervisión continua de tutores. Objetivo: Examinar de qué manera las transformaciones tecnológicas condicionan las representaciones y comportamientos juveniles mediante la

interacción en plataformas digitales, espacio donde se difunden, experimentan e idealizan tendencias y retos. Proceso metodológico: La pesquisa que se ejecutó mostraba una estructuración de un estilo descriptivo, empleando múltiples variantes de unidades de carácter cualitativas de revisión sistemática. Se recabó información tanto directa como indirecta mediante Scielo, Dialnet, Redalyc y journals de psicología. Empleando el protocolo PRISMA, se definieron normas de elegibilidad para material del último quinquenio. Los descubrimientos enfatizan la necesidad de capacitar a la juventud en el empleo responsable de plataformas sociales, concluyéndose que su práctica habitual impacta negativamente en aspectos emocionales, cognitivos y la valoración de sí mismos

2.1.2. A nivel nacional

Carrasco y Vásquez. (11) "Vinculación patológica con redes sociales y concepto de sí mismo en jóvenes de pregrado de una universidad no estatal del sector norte de Lima, 2020" Objetivo: hallar el vínculo entre la manipulación desmedida de las redes sociales y autoestima, Procedimiento metodológico: La indagación se ejecutó mediante un diseño que tenía una medición de una única medida transversal, con una formulación de un descriptivo por medio de una estructuración de forma correlacional donde se aplicó sobre una unidad poblacional de 122 sujetos que atravesaban por la etapa de adolescencia, con un total de 92 féminas y 30 hombres Los hallazgos evidencian la presencia de una correlación inversa y estadísticamente significativa, aunque de magnitud reducida, entre los indicadores de conducta adictiva hacia las redes sociovirtuales y los niveles de autovaloración. Asimismo, se advierte que el grupo con mayor propensión a desarrollar

patrones de adicción digital corresponde. En contraste, respecto a la dimensión de autoestima, el colectivo perteneciente a Enfermería muestra una tendencia marcada hacia niveles disminuidos de autovaloración, configurando un perfil diferencial entre las disciplinas analizadas.

Gómez. (12) Vinculación con comunidades digitales y nivel de autoestima en adolescentes de un establecimiento educativo público. Chachapoyas, 2023. Objetivo: Indagar si existe conexión entre actividad en redes sociales y autoimagen juvenil. Metodología: Para la ejecución de la pesquisa de la indagación mostrada se empleó un enfoque de un estilo cuantitativo, con una orientación de carácter descriptivo-correlacional, sobre un diseño ¿Qué no requería la manipulación de las variantes de naturaleza independiente en base a una médica de dirección transversal, sobre una unidad muestral de 174 discernientes en etapa de adolescencia Resultados: el instrumento reportó un coeficiente de consistencia interna de 0.72 y un indicador de validez equivalente a 0.80. Para el procesamiento estadístico se recurrió tanto el test de la Chi2 como a procedimientos de estadística descriptiva. Resultados: dan entender que el 59.77% los individuos estudiados se ubican dentro de un nivel de utilización reducido de plataformas sociovirtuales, mientras que el 38.51% se sitúa en un rango intermedio y únicamente el 1.72% alcanza un nivel de uso elevado. En cuanto a la dimensión de autovaloración, se observó que el 49.99% de los adolescentes presenta un rango de autoestima moderada. En síntesis, se constató una asociación relevante de sig. donde el p igual 0.001 menor 0.05 entre la frecuencia de interacción de las plataformas digitales y los niveles de autoestima en la población adolescente evaluada.

Bedoya. (13) Enganche excesivo a las comunidades digitales y percepción de sí mismos en adolescentes de Lima, 2021. Quienes ejercen enfermería suelen enfrentar mucho estrés en su trabajo, pues se ven expuestos a situaciones que afectan su cuerpo y su mente. Por ello, es fundamental utilizar formas adecuadas de afrontamiento que permitan conservar el equilibrio emocional y prevenir enfermedades. Objetivo: Establecer la magnitud de presión laboral y las tácticas de adaptación más utilizadas por el personal enfermero de instituciones gubernamentales. Metodología: Las técnicas empleadas en dichos trabajos de revisión respondieron a un esquema cuantitativo, con estructura de medición de forma transversal y propósito que tiene una dirección de manera descriptiva. Los hallazgos evidencian que los profesionales de enfermería experimentan grados moderados y elevados de tensión ocupacional, asociados al aumento de responsabilidades, compensación insuficiente, sobrecarga de tareas, entre otros factores. El recurso adaptativo predominante identificado fue la orientación hacia la resolución directa de las situaciones estresoras. En conclusión, Los índices de tensión laboral en el personal de enfermería perteneciente al ámbito estatal se sitúan predominantemente entre rangos moderados y elevados, y los mecanismos de afrontamiento empleados con mayor frecuencia corresponden a aquellos orientados a la resolución directa de la situación problemática.

Valdez. (14) "Conducta adictiva hacia medios interactivos y estima propia en adolescentes de secundaria de un plantel privado arequipeño, 2021"

Observación: Se estableció y examinó el vínculo entre la Dependencia de Plataformas Digitales y la Valoración Personal de los alumnos de educación

media sobre una unidad poblacional de 152 del sujeto de evolución cuya característica es estar en una edad de adolescencia, con una unidad muestral 78. Resultados: Se identificó una relación negativa considerable y estadísticamente relevante entre la Dependencia de Plataformas Digitales y la Valoración Personal de los jóvenes ($r = -0,682$, $p < 0,000$). Se determinó que, a mayor vinculación patológica con medios sociales, menor es la autopercepción en adolescentes. Se evidenció una incidencia superior de conducta compulsiva hacia plataformas virtuales en mujeres. Respecto a los años académicos no se halló distinción. Del mismo modo, se detectó que el grado de autovaloración en mujeres mostró un índice reducido y en varones exhibió un índice normal, adicionalmente el grado de estima propia según el año escolar demostró una tendencia moderadamente estable.

García. (15) "Efecto de los medios sociales virtuales en el autoconcepto de dos cohortes generacionales diferentes, Lima, 2022" Desde sus orígenes, los entornos sociales virtuales han incidido progresivamente en la vida actual, alterando hábitos, comportamientos y relaciones, al tiempo que favorecen la adicción y condicionan la percepción personal y las interacciones entre iguales. Objetivo: Examinar el como la manipulación desmedidas de las redes de comunicación sobre la valoración personal de dos grupos etarios distintos. Metodología: Para el desarrollo del trabajo se ejecutó una indagación minuciosa acerca de la autovaloración y los entornos sociovirtuales, complementada con un análisis de los rasgos distintivos propios de cada cohorte generacional. Asimismo, se llevó a cabo una exploración empírica en la isla de Tenerife, aplicada a un conjunto de 170 como unidad poblacional. Los resultados: evidencian que la cohorte generacional Z manifiesta niveles

inferiores de autovaloración, condicionados por la dinámica de las plataformas sociovirtuales, donde se privilegia la apariencia, la visibilidad digital y la acumulación de reacciones. Este grupo muestra una mayor propensión a la dependencia tecnológica y a la inmersión en entornos virtuales, lo que los expone de manera constante a procesos de comparación con figuras idealizadas que exhiben estilos de vida prácticamente inalcanzables.

2.1.3. A nivel local

Mita y Ramos. (16) "Vinculación patológica con plataformas sociales y demora en responsabilidades en jóvenes de nivel medio de la I.E.P. Andean Light School, Juliaca 2023" Objetivo: Establecer el vínculo entre el uso compulsivo de plataformas digitales y la postergación de tareas en el alumnado, en virtud de que la incorporación generalizada de la población adolescente al ecosistema digital incrementa su susceptibilidad a emplear de manera desmesurada los entornos sociovirtuales, lo cual conlleva, de forma paralela, a una desatención reiterada de sus obligaciones formativas y compromisos académicos. Metodología: El estudio que se muestra de una dirección de forma correlacional, con un diseño sin necesidad de manipular las variantes de naturaleza independiente. Resultados: Los hallazgos evidencian una correlación Sig. entre el uso compulsivo de plataformas digitales y la postergación de tareas escolares en los participantes analizados, sugiriendo que quienes presentan mayor dependencia hacia estos medios tienden a exhibir una conducta más marcada de dilación en sus responsabilidades educativas.



Quispe. (17) Evaluación de la autoimagen en estudiantes del quinto año del centro educativo Comercial 32 Mariano H. Cornejo, Juliaca, 2021.

Objetivo, Evaluar la dimensión del concepto que tienen de sí mismos los escolares del año final de secundaria, Procedimiento metodológico: El estudio que se muestra con un estilo cuantitativo, con una medición con una único periodo de carácter transversal y con una estructuración descriptivo, donde la unidad de población fueron discernientes del secundaria media con una extracción 36 estudiantes de como unidad muestral, Se empleó como procedimiento de recolección de datos un sondeo mediante el inventario de Coopersmith, herramienta que funciona como baremo para evaluar la autovaloración en alumnos; la selección de participantes se realizó mediante un método no aleatorio por accesibilidad Resultado: Los datos analizados revelan que en las subescalas familiar y global predomina un nivel disminuido de autovaloración, alcanzando un 66.6%, seguido por un rango intermedio correspondiente al 33.3%. En contraste, dentro de la dimensión social se registra un 51.2% que evidencia una autoestima elevada. Este patrón de resultados sugiere que los estudiantes presentan una mayor predisposición a experimentar desconfianza, sentimientos de insuficiencia y una apreciación depreciada de sí mismos, situación que se ve intensificada por la limitada interacción comunicacional en el entorno doméstico, donde los progenitores constituyen los primeros agentes formadores del desarrollo emocional. conclusión: Las inferencias finales señalan que la autovaloración de los estudiantes se sitúa en un estrato reducido, evidenciando fragilidad en su construcción del autoconcepto. Asimismo, se destaca que la intervención y acompañamiento parental adquieren un rol determinante durante esta fase

evolutiva, ya que una orientación inadecuada puede derivar en decisiones o conductas cuya rectificación posterior resulta sumamente compleja.

Pérez y Quispe. (18) Conectividad social en línea y riesgo de manipulación digital en jóvenes de la I.E. GUE Las Mercedes, Juliaca, 2022. Objetivo: Establecer el vínculo entre la frecuencia de utilización de plataformas digitales y la vulnerabilidad ante el acoso sexual virtual en el alumnado. Procedimiento metodológico: la realización de este proyecto se empleó con una finalidad de forma básico y sobre un estilo de enfoque cuantitativo con una formulación de carácter hipotético deductivo, con un rango de alcance de orientación descriptiva con una manifestación de forma correlacional y de diseño no requiere el manejo sistemático de la variantes de naturaleza independiente con una medida de naturaleza transversal, en el sobre una unidad poblacional de 350 alumnos y la unidad muestral extraída fue de por 198 alumnos. Resultados: El estudio abarcó una muestra donde el 63.1% correspondió al género femenino, mientras que el 36.9% fue masculino. Del total, el 94.9% manifestó emplear plataformas digitales, en contraste con apenas el 5.1% (10/198) que declaró no hacerlo. Respecto a la vulnerabilidad ante el acoso sexual virtual, el 72.7% (144/198) evidenció una exposición moderada, el 19.2% (38/198) mostró una susceptibilidad elevada, y únicamente el 8.1% (16/198) presentó baja probabilidad de contacto con predadores digitales. Estos hallazgos sugieren que la mayoría del alumnado se encuentra en un nivel intermedio de amenaza, situación atribuible potencialmente a la supervisión parental insuficiente y a la naturaleza propia de la adolescencia, etapa caracterizada por la interacción frecuente con individuos desconocidos sin verificación previa de su identidad real.

Conclusión: Los hallazgos evidenciaron una correlación estadísticamente relevante entre la frecuencia de utilización de plataformas digitales y la vulnerabilidad ante el acoso sexual virtual en el alumnado. El coeficiente de Spearman obtenido fue $r_s=0,461$ con un Sig. dando un valor de p igual a 0,000; lo cual indica que a medida que se incrementa la actividad en espacios virtuales sociales, también aumenta la exposición al acoso cibernético con fines de abuso entre los escolares.

Lagoz. (19) Estimación personal y maltrato dentro de vínculos de pareja en féminas atendidas en la jurisdicción Cono Sur de Juliaca, periodo

2024. Objetivo: Examinar el vínculo existente entre la valoración personal y el maltrato dentro de relaciones afectivas en mujeres atendidas previamente en la red sanitaria del Cono Sur tras episodios de agresión. Proceso metodológico: La ejecución de la reciente indagación revelada muestra tener un enfoque cuantitativo y es compuesta por una formulación de carácter correlacional, basándose con la aplicación de un diseño que no requiere la manipulación de la variante de naturaleza independiente sobre un tipo transaccional donde la unidad poblacional fue de 100 féminas. Resultados: Los hallazgos evidenciaron que hay un impacto relevancia entre la percepción de valía personal y las agresiones en el contexto de relaciones sentimentales ($p = .000$). Esta conexión exhibe un sentido negativo y una intensidad considerable ($Rho = - .773$). Adicionalmente, se verificó que todos los componentes que integran las conductas violentas de pareja sostienen igualmente un nexo relevante con el grado de amor propio, consolidando la dinámica opuesta entre ambos fenómenos. Se establece que los actos hostiles perpetrados por el componente masculino en una unión sí

deterioran la autovaloración de quien los padece, y que la precaria autopercepción simultáneamente facilita la perpetuación de dichas dinámicas abusivas a lo largo del tiempo en féminas asistidas en la localidad mencionada.

Ticona. (20) Comportamiento adictivo hacia sitios web de interacción y autoconcepto en jóvenes del plantel educativo secundario comercial N°

45 "Emilio Romero Padilla", Puno – 2024 Objetivo: Examinar el nexo entre

la conducta problemática en espacios virtuales y el amor propio en jóvenes académicos. Procedimiento metodológico: El estudio muestra haber realizado con un enfoque cuantitativo, y se empleó en base a un diseño no requiere la manipulación de las variantes de naturaleza independiente, sobre una medición de manera transversal y con una estructuración correlacional.

El universo de estudio comprendió 197 escolares, de los cuales se eligió un grupo de 131 participantes a través de selección aleatoria estratificada. El procedimiento metodológico empleado consistió en sondeo mediante formularios estructurados para realizar la extracción de la data a tratar Los resultados: Los hallazgos demostraron que había un impacto directo y estadísticamente robusta entre la conducta de dependencia hacia plataformas digitales y la valoración del self con un Rho igual a 0,330.

Paralelamente, se identificaron asociaciones significativas entre componentes específicos del trastorno de uso problemático de entornos virtuales y el autoconcepto: preocupación patológica por medios sociales con un Rho igual a 0.183; Sig. bilateral igual a 0.036, déficit en la autorregulación conductual igual a Rho igual a 0.327; Sig. bilateral igual a 0,000 e hiperconectividad digital con un Rho igual a 0,181; Sig. bilateral igual a 0,039.

Respecto a la distribución de la autopercepción valorativa, el 48% de los participantes manifestó niveles disminuidos, el 30% índices intermedios y el 22% parámetros elevados. Adicionalmente, el 69% de los sujetos exhibió indicadores pronunciados de comportamiento adictivo tecnológico. Se establece la existencia de un nexo proporcional y estadísticamente válido entre la dependencia a espacios de socialización virtual y la estructura de autovaloración en educandos del plantel secundario.

2.2. MARCO TEÓRICO QUE SUSTENTA EL TRABAJO

1. Uso de redes sociales

El manejo sin supervisión de las redes de comunicación digitales ha dejado una huella profunda en la manera en que los adolescentes interactúan, comunican sus ideas y gestionan su identidad. Este fenómeno ha transformado no solo en la acción de interacción por medio de los medios sociales, sino también la formación de la autoestima y el autoconcepto de sí mismos. Hoy en día crearse una cuenta en Fb, Instagram y TikTok dominan el panorama digital juvenil, y se han convertido en canales clave para la expresión personal y la validación social. Resulta imprescindible analizar de qué manera estos entornos digitales permeabilizan la cotidianidad adolescente, modulando sus patrones conductuales e influyendo de forma directa en su equilibrio emocional y en su esfera psicocognitiva.(21)

1.1. Comportamiento de uso

El comportamiento de uso de el involucramiento de la población adolescente en los entornos sociovirtuales no constituye un fenómeno uniforme, sino que se configura a partir de un entramado de variables personales y socioculturales

que fluctúan según el temperamento, las motivaciones particulares y la dinámica doméstica que rodea a cada individuo joven. No obstante, existe una tendencia común: el deseo de conectar con otros, de compartir momentos de su vida y el interés por permanecer actualizados respecto a las dinámicas de su esfera social impulsa diversas modalidades de interacción digital. La conducta vinculada al uso de plataformas sociovirtuales abarca desde la participación activa mediante la generación de contenidos hasta la recepción pasiva de información circulante. Bajo esta lógica, dichos entornos funcionan como territorios simbólicos de afiliación y experimentación identitaria; no obstante, también conllevan contingencias derivadas de la exposición permanente al escrutinio colectivo y a las demandas implícitas de conformidad social (22)

Por una parte, los entornos sociovirtuales constituyen un espacio en el cual los adolescentes pueden acceder a sostén afectivo, converger en afinidades compartidas, manifestar su capacidad creativa y aproximarse a nuevas configuraciones conceptuales y expresivas. Sin embargo, por otro lado, las plataformas pueden fomentar la comparación social constante, lo que puede desencadenar sentimientos de insuficiencia y ansiedad, afectando directamente la autoestima de los jóvenes. (20)

1.1.1. Plataformas más usadas

La notoriedad de las plataformas sociovirtuales no es constante, y la inclinación de los adolescentes hacia determinados entornos digitales se configura en función de múltiples variables, entre ellas la arquitectura del formato, los modos de interacción disponibles, las prestaciones operativas y la dinámica comunitaria que emerge en cada espacio virtual. Facebook, Instagram y TikTok

se destacan como las más utilizadas, aunque su relevancia y el modo en que se usan han evolucionado con el tiempo. (23)

Facebook: Aunque es una plataforma más antigua y ha visto una disminución en su uso por parte de adolescentes más jóvenes, sigue siendo una de las redes más usadas, especialmente en lo que respecta a compartir contenido más extenso, como artículos, pensamientos, enlaces y eventos. Los adolescentes lo utilizan principalmente para mantenerse conectados con familiares y amigos cercanos. La capacidad de crear grupos también permite a los jóvenes participar en comunidades de interés específico. (24)

Instagram: Es una de las plataformas más populares entre los adolescentes debido a su enfoque visual, lo que permite compartir fotos y videos que documentan su vida, intereses y estilo personal. Instagram fomenta la interacción mediante "likes", comentarios y "stories", lo que refuerza la necesidad de validación social en los jóvenes. Además, la función de "reels" ha ampliado la posibilidad de crear contenido viral y de seguir tendencias, lo que aumenta aún más su atractivo entre los adolescentes. (25)

TikTok: TikTok ha experimentado un crecimiento exponencial en el periodo reciente, con particular énfasis en la población juvenil en etapa adolescente. Su formato de videos cortos y dinámicos, acompañados de música y efectos especiales, ofrece una experiencia interactiva y entretenida. La plataforma promueve la creatividad y la posibilidad de viralizar contenido, lo que la hace aún más atractiva para los jóvenes, que buscan obtener reconocimiento y visibilidad.

Cada plataforma ofrece diferentes maneras de interactuar y de construir la identidad digital. Los adolescentes se sienten atraídos por las características particulares de cada una, que les permiten mostrar su individualidad, compartir experiencias y conectar con sus iguales. (26)

1.1.2. Tiempo de uso por día

La duración de la inmersión adolescente en los entornos sociovirtuales constituye una variable de alta relevancia, la cual ha sido ampliamente examinada en múltiples investigaciones debido a su incidencia en diversos procesos psicosociales. En general, los adolescentes tienden a pasar varias horas al día en plataformas sociales, especialmente fuera del horario escolar. Los estudios muestran que los adolescentes, en promedio, pasan entre 2 a 4 horas diarias en redes sociales, aunque este tiempo puede aumentar dependiendo de la disponibilidad de dispositivos y la ausencia de otras actividades que compitan por su tiempo. (27)

Este lapso de exposición a las plataformas digitales conlleva repercusiones ambivalentes. Aunque dichos entornos virtuales pueden facilitar procesos de adquisición cognitiva, interacción socioafectiva y manifestación identitaria, una utilización desmesurada tiende a propiciar fenómenos como la reclusión psicosocial, el estrés y la adicción a las redes, lo que afecta su capacidad para participar en actividades offline, como el estudio, el deporte o el descanso adecuado. Los púberes que destinan periodos extensos a plataformas digitales enfrentan la probabilidad de no desarrollar habilidades relacionales cara a cara, eventualidad que podría ocasionar déficits en la comunicación interpersonal inmediata y, subsecuentemente, impactar desfavorablemente su homeostasis afectivo-mental. (28)

Un empleo desmesurado del tiempo en plataformas digitales suele vincularse con repercusiones desfavorables sobre la esfera psíquica, dado que la ingestión continua y reiterativa de estímulos mediáticos puede inducir estados de ansiedad, tensiones psicofisiológicas y alteraciones vinculadas con la autopercepción corporal. En virtud de ello, múltiples investigaciones postulan la necesidad de que los adolescentes preserven una dosificación equilibrada de su exposición mediática, garantizando que estos entornos virtuales no desplacen actividades nucleares imprescindibles para su maduración holística.

(8)

1.1.3. Horario de mayor uso

Los sujetos que atraviesan por la etapa de la adolescencia suelen disponer del tiempo y contar con momentos específicos del día, y los horarios de mayor uso se distribuyen principalmente después de la jornada escolar y durante la noche. Dicha conducta de navegación obedece a mecanismos de evitación cognitiva frente a demandas escolares y obligaciones interpersonales diurnas, donde las plataformas digitales funcionan como recurso de gratificación inmediata mediante la activación del sistema de recompensa dopaminérgico, facilitando el ocio recreativo, el mantenimiento vincular con pares y la exposición selectiva a material audiovisual congruente con sus preferencias individuales, generando así patrones de reforzamiento positivo que perpetúan el uso compulsivo. (29)

El horario pico de uso se da generalmente en la tarde, entre las 3 y las 8 p.m., cuando los adolescentes ya han terminado su jornada escolar y están más relajados. Durante la noche, entre las 9 p.m. y la medianoche, también se observa un aumento en la actividad digital. Este patrón de uso nocturno puede

estar vinculado con el deseo de escapar de las presiones diarias y el hecho de que los adolescentes se sienten más libres para interactuar sin las restricciones de la rutina diaria. No obstante, dicha práctica puede acarrear repercusiones desfavorables, particularmente cuando la interacción prolongada con entornos digitales perturba los ciclos de reposo nocturno, generando subsecuentemente dificultades en los procesos atencionales y una merma apreciable en el rendimiento académico. (30)

La interacción redes sociales también aumenta durante los fines de semana, cuando los adolescentes tienen más tiempo libre. Sin embargo, es importante señalar que los horarios de uso varían según el tipo de actividad que cada plataforma ofrece. Por ejemplo, TikTok tiende a ser más utilizado en horarios de la tarde-noche debido a la naturaleza de su contenido, mientras que Facebook y Instagram pueden ser utilizados tanto por la mañana como por la noche, dependiendo de la rutina del adolescente. (21)

1.2. Propósito y tipo de interacción

El propósito y la interacción en las redes sociales son aspectos clave para comprender cómo los adolescentes utilizan estas plataformas y cómo cada tipo de interacción puede influir en su comportamiento, emociones y bienestar. La finalidad motivacional subyacente a la navegación en plataformas digitales exhibe heterogeneidad considerable entre la población puberal, abarcando un espectro que oscila desde la búsqueda de gratificación hedónica inmediata hasta la implicación cognitiva substancial en material pedagógico, activismo cívico o construcción de capital social, reflejando así diferencias individuales en estilos de afrontamiento, necesidades psicológicas y niveles de madurez neuropsicológica. (31)

La modalidad de participación dentro de los entornos virtuales, sea mediante un involucramiento observacional o mediante intervenciones directas, condiciona la magnitud y dirección de los efectos que estos ecosistemas informáticos ejercen sobre su funcionamiento psicosocial habitual (31)

.1.2.1. Finalidad de uso

Los sujetos en etapa puberal utilizan los entornos digitales con múltiples propósitos, que pueden agruparse en tres orientaciones centrales: entretenimiento, apoyo al quehacer escolar e interacción interpersonal.

Dichas motivaciones se relacionan con la búsqueda de estimulación emocional, acceso a información para el desempeño académico y la necesidad de pertenencia grupal propia de este periodo del desarrollo.

Tales procesos evidencian que los entornos digitales operan como prolongaciones simbióticas de la realidad material, facilitando la configuración de la autodefinición individual y los intercambios relacionales; sin embargo, paralelamente sitúan a los sujetos en etapas juveniles frente a contextos potencialmente moduladores o disruptores de su equilibrio psicológico y de su adaptación socioemocional.

Uso recreativo: La finalidad recreativa es una de las más comunes entre los adolescentes. En este caso, las redes sociales son utilizadas para el entretenimiento, el descanso y la distracción. Los adolescentes se conectan para ver videos, interactuar con memes, seguir a celebridades o influenciadores, y participar en tendencias virales. Esta conducta de verificación repetitiva en plataformas digitales activa circuitos neurobiológicos de recompensa dopaminérgica, específicamente estimulando regiones

cerebrales como el estriado ventral y el núcleo accumbens Escola Salut SJD. Investigaciones longitudinales de neuroimagen demuestran que adolescentes que consultan plataformas digitales con frecuencia superior a 15 verificaciones diarias evidencian hipersensibilidad neural ante retroalimentación social Infobae, manifestando una trayectoria de neurodesarrollo atípica en comparación con cohortes de menor exposición digital.

El uso recreativo busca liberar tensiones y disfrutar de momentos de ocio, lo que refuerza la conexión emocional que los jóvenes tienen con las plataformas. En este tipo de uso, el objetivo es sobre todo el disfrute, la diversión y la desconexión de las obligaciones diarias. (32)

Uso académico: En el periodo reciente se ha observado un incremento progresivo en la utilización de plataformas virtuales con fines formativos entre individuos en etapa adolescente, especialmente vinculada al acceso a entornos educativos digitales y a la indagación autónoma de contenidos informativos. Este fenómeno responde a la adaptación del proceso instruccional a medios tecnológicos y al reconocimiento de dichos espacios como recursos complementarios para el fortalecimiento del aprendizaje. Si deseas otra versión más breve, más formal o más extensa, puedo generarla. Las plataformas como YouTube, LinkedIn, o incluso grupos privados en Facebook e Instagram, se utilizan como herramientas educativas. Los adolescentes acceden a tutoriales, participando en foros de discusión o interactuando con expertos en diversas áreas. Este uso se ha intensificado especialmente con la proliferación de plataformas que ofrecen cursos en línea, tutoriales académicos o contenidos educativos en diversas disciplinas. (33)

Uso social: El uso social de las plataformas con relación a la comunicación de medios digitales está estrechamente vinculado con la necesidad de conectarse con otros, compartir experiencias y construir relaciones. Las plataformas se utilizan para interactuar con amigos, seguir a conocidos, compartir fotos o pensamientos y participar en discusiones grupales. En este contexto, las plataformas digitales operan como escenarios de vinculación interpersonal y conformación de redes de pertenencia, facilitando que los jóvenes preserven el vínculo con pares, figuras familiares y otros actores relevantes en su entorno afectivo. Dichos espacios funcionan como extensiones relacionales que permiten sostener comunicación, reforzar identidad grupal y consolidar la sensación de integración social característica de esta etapa del desarrollo. (34)

1.2.2. Actividad principal

En los entornos digitales, los jóvenes llevan a cabo diversas acciones, que pueden organizarse en las siguientes modalidades:

Mirar publicaciones: La actividad más pasiva en las redes sociales es el consumo de contenido. Los adolescentes navegan por sus feeds, observan las publicaciones de sus amigos, seguidores, influenciadores o páginas que les interesan. Este patrón conductual, denominado técnicamente "scrolling" o desplazamiento vertical infinito, constituye un proceso de navegación continua que induce sobreestimulación del sistema dopaminérgico mesolímbico mediante la provisión de estímulos cambiantes. La neurobiología subyacente revela que este comportamiento automático genera liberación sostenida de dopamina, condicionando al sistema nervioso central hacia la búsqueda de gratificación inmediata, estableciendo circuitos de reforzamiento positivo análogos a los observados en trastornos adictivos. (34)

Subir fotos: Otra actividad muy común entre los adolescentes es subir fotos o videos. Estas plataformas visuales permiten a los usuarios expresar su identidad y compartir momentos significativos de su vida. Las fotos suelen ser seleccionadas cuidadosamente para mostrar momentos de diversión, éxito o aspectos interesantes de su vida personal. (35)

Los individuos en estadio adolescente establecen conexiones digitales sistemáticas para visualizar contenido multimedia, participar en intercambios semióticos y comprometerse en fenómenos de viralización algorítmica, conducta que activa circuitos neurobiológicos de recompensa dopaminérgica en el estriado ventral y núcleo accumbens en español. Esta actividad se circunscribe al consumo pasivo mediante recepción unidireccional de material iconográfico y audiovisual, prescindiendo de intercambios bidireccionales y limitándose a manifestaciones mínimas de retroalimentación. El desplazamiento vertical infinito induce sobreestimulación del sistema dopaminérgico mesolímbico, condicionando al sistema nervioso central hacia gratificación inmediata y estableciendo circuitos de reforzamiento análogos a trastornos adictivos. (35)

Enviar mensajes: Las redes sociales también funcionan como un medio para la comunicación directa a través de mensajes privados. Los adolescentes utilizan esta funcionalidad para hablar con amigos, compartir experiencias o incluso para hacer nuevos contactos. El envío de mensajes también incluye el intercambio de memes, videos o contenido divertido, lo que hace que la interacción en este formato sea dinámica y entretenida. (36)

Comentar: La intervención en contenidos de otros usuarios constituye una práctica central dentro de estos espacios virtuales, pues posibilita que los

jóvenes se involucren de manera activa en el intercambio comunicativo, mantengan contacto con sus pares y se integren a dinámicas emergentes o temas de interés colectivo. Los comentarios pueden ser simples, como un "me gusta" o respuestas cortas, pero también pueden ser más elaborados, generando debates o intercambios de opiniones. A través de los comentarios, los adolescentes también buscan conectar con otros, recibir reconocimiento y aumentar su visibilidad dentro de sus redes. (37)

1.2.3. Nivel de participación

La intensidad con la que los sujetos en etapa puberal se involucran en entornos virtuales tiende a fluctuar de acuerdo con el medio digital utilizado, las características disposicionales individuales, los intereses predominantes y la naturaleza de los estímulos disponibles. Este grado de involucramiento suele clasificarse en dos expresiones fundamentales, una orientada a la observación pasiva y otra asociada a la intervención activa en las dinámicas de comunicación. Dichas manifestaciones responden tanto a factores de desarrollo psicoemocional como a condiciones contextuales, que modulan el modo en que los jóvenes se vinculan con estas plataformas y construyen sus experiencias socioafectivas en el espacio digital:

Pasivo (solo observa): En el nivel pasivo de participación, los adolescentes se limitan a consumir contenido sin interactuar activamente con él. Esto incluye observar publicaciones, ver videos, seguir cuentas o leer comentarios. Aunque no interactúan directamente, este tipo de participación tiene un impacto, ya que los adolescentes están expuestos a ideas, tendencias y comportamientos que pueden influir en su identidad y autoestima. Este uso pasivo también se asocia

con una menor exposición a la validación social que proporciona el contenido que los adolescentes publican o comentan. (10)

Activo (crea contenido): En un nivel más activo, los adolescentes participan de forma directa creando contenido, ya sea a través de publicaciones, fotos, videos, comentarios o participación en tendencias. Este tipo de participación suele estar vinculado a la búsqueda de reconocimiento y validación, ya que los adolescentes se sienten más conectados con sus redes y más visibilizados cuando comparten su vida, sus logros o sus pensamientos. La creación de contenido activo también puede ser una vía para expresar opiniones, construir una identidad o incluso influir en otros dentro de su comunidad digital. (14)

1.2.4. Tipo de contenido consumido

El tipo de contenido que los adolescentes consumen en redes sociales refleja sus intereses, valores y preocupaciones en diferentes momentos de su vida. Los contenidos varían considerablemente, pero los más comunes incluyen los siguientes:

Entretenimiento: El contenido de entretenimiento ocupa una gran parte del tiempo de los adolescentes en redes sociales. Esto incluye videos cómicos, memes, retos virales, clips de música, y otros tipos de contenido diseñado para hacer reír, relajarse y disfrutar del momento. Las plataformas como TikTok y YouTube son especialmente populares para este tipo de contenido, ya que permiten la creación y el consumo de contenido corto y divertido. (38)

Moda y estilo de vida: Muchos adolescentes siguen a influenciadores o celebridades en redes sociales que comparten contenido relacionado con la moda, el maquillaje, los viajes. Este tipo de contenido no solo entretiene, sino

que también inspira a los adolescentes a adoptar nuevas tendencias y construir su identidad visual. La configuración estética y las pautas contemporáneas de vida ejercen una incidencia notable en la autovaloración juvenil, dado que estos referentes simbólicos pueden favorecer en los adolescentes la sensación de adscripción o pertenencia a una colectividad de alcance global, reforzando de manera reiterativa su identidad socioemocional. (39)

Contenido educativo: Con la proliferación de plataformas como YouTube y LinkedIn, el contenido educativo también ha ganado terreno entre los adolescentes. Este tipo de contenido puede abarcar desde tutoriales sobre habilidades prácticas, hasta explicaciones sobre temas académicos o cursos en línea. El contenido educativo tiene un impacto positivo en los adolescentes, ya que les permite aprender nuevas habilidades, acceder a información relevante y expandir sus horizontes. (40)

Noticias: Las plataformas virtuales funcionan igualmente como canales predominantes de acceso a datos sobre acontecimientos contemporáneos. Los jóvenes suelen acceder a contenidos vinculados con ocio, actividad deportiva, dinámicas sociopolíticas y hechos internacionales. No obstante, este flujo informativo presenta un carácter ambivalente, pues el exceso de estímulos o la presencia de mensajes amplificadas y poco rigurosos puede favorecer estados de tensión emocional, así como distorsiones cognitivas derivadas de la circulación de información poco verificada. En consecuencia, estas experiencias digitales requieren procesos críticos de filtrado y acompañamiento adecuado para minimizar su impacto negativo en la salud mental y en la construcción del criterio personal. (41)

Contenido motivacional: Muchos adolescentes buscan contenido motivacional que les inspire o les ayude a enfrentar desafíos emocionales o sociales. Esto incluye citas inspiradoras, videos de superación personal, historias de éxito y consejos para mejorar la salud mental o el rendimiento académico. Este entramado de contenidos digitales puede ejercer una influencia beneficiosa sobre la autoapreciación y el equilibrio psicoafectivo del adolescente, al posibilitar de manera reiterada la identificación de fuentes de fortaleza subjetiva y mecanismos de afrontamiento durante episodios vitales particularmente complejos. (42)

2. Autoestima

La autovaloración constituye un constructo multidimensional que integra juicios internos, esquemas cognitivos y disposiciones afectivas que el individuo elabora respecto a su propia identidad. Este componente representa un eje esencial dentro del desarrollo psicodinámico y socioemocional, pues condiciona la forma en que el sujeto se percibe, regula su interacción con el entorno y modula su respuesta frente a situaciones demandantes. Una autovaloración adecuada favorece conductas adaptativas, resiliencia y bienestar, mientras que alteraciones en este proceso pueden asociarse a vulnerabilidad psicológica, dificultades relacionales y menor capacidad de afrontamiento ante estresores. La autoestima es esencialmente la capacidad de reconocer y valorar nuestras cualidades, habilidades y limitaciones, y está vinculada a nuestro sentido de valía personal. (43)

La autoestima se construye a lo largo de la vida mediante la interacción con el entorno y está influenciada por diversos factores, como las experiencias tempranas, la educación, el contexto sociocultural, los vínculos afectivos y,

más recientemente, la exposición a entornos virtuales. Durante la pubertad fase clave para la consolidación del sentido de sí este componente psicoemocional se vuelve especialmente sensible, mostrando variaciones constantes frente a los estímulos externos. La autovaloración no es un rasgo fijo, sino un proceso dinámico que cambia según las experiencias y la percepción de los demás. Una autoestima positiva favorece la confianza, el afrontamiento adecuado de los desafíos y una recepción constructiva de las críticas; por el contrario, una autoestima negativa suele generar inseguridad, autocrítica excesiva y mayor vulnerabilidad emocional. (44)

Componentes de la Autoestima

La autovaloración puede entenderse como un sistema compuesto por dimensiones esenciales, entre ellas la autoaceptación, la autoconfianza, el autocuidado y la autocompasión. Su formación se ve influida por las experiencias de socialización, a través de las cuales el individuo internaliza tanto las opiniones de figuras significativas como los valores y estándares de la sociedad. Este proceso integra factores psicológicos, biológicos y ambientales, configurando el sustrato que determina la manera en que cada persona construye sus autopercepciones. A continuación, se describen estos componentes de manera más detallada:

Autoaceptación: a autoaceptación es una dimensión clave de la autoestima y consiste en reconocer tanto nuestras fortalezas como nuestras limitaciones sin emitir juicios severos sobre nosotros mismos. Implica comprender que los errores no determinan nuestro valor personal y que, aunque existan aspectos por mejorar, seguimos siendo valiosos. En la adolescencia, este componente resulta fundamental, ya que permite afrontar de manera saludable los cambios

corporales, emocionales y sociales propios de esta etapa, reduciendo la aparición de tensión psicológica o sentimientos de inseguridad innecesarios (45)

Autoconfianza: La autoconfianza se refiere a la convicción interna de una persona sobre su capacidad para enfrentar desafíos, resolver problemas y alcanzar metas. Constituye un elemento central de la autovaloración, pues está vinculada con la capacidad de perseverar, aprender de los errores y mantener una actitud adaptativa ante la adversidad. Este componente fortalece la resiliencia y la regulación emocional, facilitando respuestas más estables y eficaces frente a las demandas del entorno. En la adolescencia, la autoconfianza resulta especialmente relevante, ya que influye en la interacción social, la exploración de nuevas experiencias y la toma de decisiones clave para el desarrollo personal. (46)

Autocuidado: El autocuidado consiste en reconocer la importancia del bienestar físico, emocional y mental, y en adoptar acciones que lo favorezcan, como mantener una alimentación adecuada, descansar, manejar el estrés y atender las propias necesidades psicológicas. Este componente se relaciona estrechamente con la autovaloración, pues cuando una persona reconoce su dignidad y valor intrínseco, se siente motivada a protegerse y a practicar conductas que preserven su salud integral. Así, el autocuidado se convierte en un pilar fundamental para mantener un equilibrio biopsicosocial armónico. (47)

Autocompasión: La autocompasión es la capacidad de ser amables y comprensivos con nosotros mismos en momentos de sufrimiento o fracaso. Este componente implica reconocer nuestra humanidad compartida, entendiendo que todos cometemos errores y experimentamos dificultades. Las

personas con alta autocompasión no se critican duramente cuando enfrentan dificultades, sino que se tratan con la misma gentileza y apoyo que ofrecerían a un amigo cercano. En los adolescentes, la autocompasión es clave para prevenir la autocrítica destructiva y fomentar una actitud positiva frente a los errores o fracasos, ayudándoles a aprender de sus experiencias en lugar de sentirse derrotados por ellas. (48)

Aprecio por uno mismo: Este componente está relacionado con el valor que le damos a nuestras propias características y logros. Implica reconocer nuestras cualidades, talentos y esfuerzos, y apreciarnos por lo que somos, sin depender excesivamente de la validación externa. Una persona con un alto nivel de aprecio por sí misma es capaz de celebrar sus éxitos, por pequeños que sean, y tiene la capacidad de mantener una visión positiva de sí misma, independientemente de las opiniones de los demás. Este factor adquiere especial relevancia durante la etapa puberal, periodo en el cual los sujetos se hallan inmersos en procesos exploratorios y de consolidación del sentido de sí, convirtiéndose en una pieza clave para la construcción identitario. (49)

2.1. Nivel de autoestima

El grado de la persecución a de uno mismo se llega a denominar autoestima que ejerce una función cardinal dentro del proceso de maduración psicosocial del individuo adolescente, en tanto condiciona de manera directa y reiterativa la autopercepción que construyen sobre su propia identidad y la manera en que afrontan las contingencias, tensiones y exigencias derivadas de su entorno inmediato. Una autoestima alta permite al adolescente valorarse, confiar en sus capacidades, tomar decisiones con mayor seguridad y afrontar los problemas con una actitud resiliente. Por el contrario, una autoestima baja

puede generar inseguridad, miedo al rechazo, dificultades para relacionarse y una percepción negativa de sus habilidades y logros. (49)

a) Baja autoestima: Los adolescentes con baja autoestima suelen mantener una visión negativa de sí mismos, lo que afecta su confianza en sus capacidades y en su valor personal. Esta condición se manifiesta a través de inseguridades, autocrítica excesiva y la tendencia a minimizar sus logros. Como resultado, pueden sentirse poco preparados para enfrentar situaciones nuevas o desafiantes y, en muchos casos, evitar experiencias por temor al fracaso. La falta de reconocimiento social o la exposición constante a críticas tanto en su entorno cercano como en las redes sociales puede intensificar estos sentimientos de insuficiencia. Además, la baja autoestima incrementa la vulnerabilidad frente a problemas emocionales, como la ansiedad y la depresión, y dificulta la construcción de relaciones interpersonales saludables, lo que puede perpetuar un ciclo de malestar psicológico. (23)

b) Autoestima media: Los adolescentes con una autoestima media generalmente tienen una imagen equilibrada de sí mismos. Reconocen sus fortalezas y debilidades, pero no suelen sobrevalorar ni subestimar sus capacidades. Tienen una autoestima razonable que les permite afrontar situaciones de la vida cotidiana con relativa seguridad, aunque pueden experimentar fluctuaciones en su autoestima según las circunstancias o las interacciones sociales. Este nivel de autoestima está asociado con una mayor capacidad para manejar los desafíos, aunque pueden experimentar momentos de inseguridad, especialmente en situaciones de presión o competencia. (39)

c) Alta autoestima: Los adolescentes con alta autoestima poseen una autoimagen fortalecida suelen exhibir una apreciación favorable de sí mismos

y una convicción consistente en sus propias competencias para encarar las contingencias que emergen en su entorno. Este tipo de autoconcepto se distingue por una elevada autoadmisión, seguridad en las facultades personales y una percepción persistente de valía intrínseca. Los adolescentes con niveles superiores de autoestima tienden a aventurarse en situaciones novedosas, adoptar desafíos emergentes y mantener una disposición más optimista frente a la vida cotidiana. Además, muestran mayor capacidad de resiliencia frente al desacierto y a la crítica, pues se reconocen como sujetos significativos y dignos, al margen de los estímulos o validaciones externas. (50)

d) Muy baja autoestima: Los adolescentes con una autoestima muy baja suelen experimentar sentimientos persistentes de inutilidad e incapacidad. Este nivel de deterioro en la autovaloración es más profundo que la baja autoestima común y puede generar una marcada desconexión emocional con los demás, así como la aparición de trastornos psicológicos más severos. Diversos problemas como la depresión, la ansiedad o las alteraciones de la conducta alimentaria se han asociado con niveles significativamente disminuidos de autoestima. En estos casos, los jóvenes desarrollan una autoimagen muy negativa y tienden a evitar contextos sociales, académicos o laborales por miedo anticipado al fracaso. Además, la dinámica de las redes sociales caracterizada por la comparación constante y la exposición a juicios públicos puede intensificar los sentimientos de insuficiencia y profundizar la autodevaluación (51)

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Adicción a redes sociales: La adicción a las redes sociales es el uso excesivo y compulsivo de plataformas digitales, que una persona no puede controlar y que afecta negativamente su vida diaria, su bienestar emocional y sus relaciones. (15)

Adolescencia: La adolescencia es la etapa de desarrollo que va aproximadamente desde los 10 hasta los 19 años, durante la cual ocurren cambios físicos, emocionales y sociales que llevan a la persona de la niñez a la vida adulta. (24)

Autoestima: La autoestima es la valoración que una persona tiene de sí misma, basada en cómo percibe sus capacidades, su valor personal y su bienestar emocional. Influye en la confianza, la toma de decisiones y la forma de enfrentar los desafíos. (43)

Ciberacoso: El ciberacoso es una forma de agresión que ocurre a través de medios digitales, como redes sociales, mensajes, correos o plataformas virtuales, donde una persona hostiga, humilla o amenaza a otra de manera repetida. (31)

Comparación social: La comparación social es un proceso psicológico mediante el cual las personas evalúan sus propias capacidades, características, logros o apariencia contrastándolos con los de los demás. Este mecanismo surge de la necesidad humana de obtener información sobre uno mismo y ubicarse dentro de un contexto social. (26)



CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño del estudio fue no experimental, lo que significa que no se manipuló ninguna de las variables. Las condiciones se observaron tal como ocurrían en la realidad, sin intervenir en el comportamiento de los participantes, lo que permitió preservar la naturalidad de los datos. Este enfoque facilitó el análisis del uso de las redes sociales y su relación con la autoestima en los adolescentes de quinto año de secundaria, observando cómo ambas variables interactuaban de manera espontánea en su entorno cotidiano. (52)

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de tipo básico, de nivel correlacional y transversal.

Básico; Estudio que busco generar conocimiento teórico y comprender fenómenos sin un fin práctico inmediato.

Correlacional; Es aquella que busco determinar la relación o asociación entre dos o más variables, sin manipularlas.

Transversal; Es aquella que recolecto datos en un solo momento del tiempo, con el fin de analizar una situación o relación entre variables en un punto específico (53)

3.3. MÉTODO O MÉTODOS APLICADOS A LA INVESTIGACIÓN

Se aplicó el método, hipotético deductivo con enfoque cuantitativo. ya que se enfoca en la recolección y análisis de datos numéricos con el fin de identificar patrones

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

La población de estudio estuvo conformada por todos los estudiantes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa Secundaria San Juan Bosco, ubicada en la localidad de Salcedo, provincia de Puno, durante el año 2025. Según el padrón institucional, esta población estuvo compuesta por 29 alumnos de quinto grado.

3.4.2. Muestra

Se empleó un muestreo censal, dado que la población total de estudiantes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa Secundaria San Juan Bosco – Salcedo fue reducida, manejable y accesible en su totalidad. Por ello, se incluyó a todos los estudiantes que cumplieron con los criterios de inclusión establecidos.

Criterios de Inclusión

- Estudiantes matriculados en el quinto año de secundaria de la Institución Educativa Secundaria San Juan Bosco – Salcedo en el año 2025.
- Estudiantes que utilizaron al menos una red social (Facebook, Instagram, TikTok, entre otras).
- Estudiantes que otorgaron su consentimiento (asentimiento en caso de ser menores) y contaron con autorización de los padres o apoderados.

- Estudiantes presentes durante el periodo de recolección de datos.

Criterios de Exclusión

- Estudiantes que presentaron dificultades cognitivas o de comunicación que impidieron comprender y responder adecuadamente el cuestionario.
- Estudiantes que no completaron de forma íntegra el instrumento de recolección de datos.
- Estudiantes que se ausentaron durante el tiempo establecido para la aplicación de los instrumentos

Temporalidad:

El periodo de ejecución de la investigación abarcó desde el mes de junio hasta agosto del año 2025, comprendiendo la recolección, procesamiento y análisis de los datos.

3.5. TÉCNICAS, FUENTES E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

3.5.1. Técnicas

Variable 1: Encuesta, Esta técnica permitió recolectar información directamente de los adolescentes sobre su comportamiento en redes sociales y su nivel de autoestima, mediante la aplicación de cuestionarios estructurados.

Variable 2: Encuesta, Esta técnica permitió recolectar el nivel de autoestima, mediante la aplicación de cuestionarios estructurados.

3.5.2. Instrumentos

Variable 1: Cuestionario, se empleó un cuestionario estructurado por el investigador, diseñado para recopilar información detallada sobre las plataformas utilizadas, el tiempo de uso, la finalidad y la participación en redes sociales.

Variable 1: Cuestionario de nivel de autoestima, se aplicó un cuestionario de nivel de autoestima, con el propósito de medir el grado de autoestima de los adolescentes, clasificándolo en categorías como baja, media o alta autoestima.

Puntaje total Categorización de autoestima

Puntaje total	Categorización de autoestima
5 – 11	Baja autoestima.
12 – 22	Autoestima media
23 – 33	Alta autoestima
34 – 45	Muy alta autoestima

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS

a) Coordinación: Se solicitó la autorización a la dirección de la Institución Educativa Secundaria San Juan Bosco, ubicada en Salcedo – Puno, para llevar a cabo el estudio titulado: “Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria”. La recolección de información se realizó mediante la aplicación de un cuestionario estructurado, elaborado con base en instrumentos validados (Escala de Autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales). Esto permitió asegurar la confiabilidad, validez y coherencia en los datos obtenidos, garantizando el anonimato y respeto a los principios éticos durante todo el proceso.

b) Ejecución: Se realizó un análisis descriptivo de los datos, empleándose la sistematización en tablas estadísticas que facilitaron la elaboración de distribuciones de tablas cruzadas y figuras, permitiendo una visualización clara de los patrones observados. Posteriormente, la información fue sintetizada e interpretada de acuerdo con los objetivos del estudio.

c) Análisis inferencial: Se aplicaron pruebas estadísticas, como la correlación de Pearson y la prueba de independencia chi-cuadrado (χ^2), con el fin de evaluar la existencia de relaciones significativas entre las variables. Todo el procesamiento y análisis de los datos se llevó a cabo utilizando el software estadístico IBM SPSS Statistics, versión 25.

3.7. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Para la organización, interpretación y evaluación de los datos obtenidos se empleó la prueba estadística Chi2, debido a que se trataba de variables numéricas.

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

3.8. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

3.8.1. Validez

El instrumento de recolección de datos fue sometido a un proceso de validación por juicio de expertos, con el objetivo de asegurar su pertinencia, claridad, coherencia y relevancia con respecto a los objetivos de la investigación. Para ello, se contó con la participación de 3 psicólogos especializados en el tema.



3.8.2. Confiabilidad

La confiabilidad se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, lo que garantiza la consistencia interna de las variables utilizadas en el estudio.

Análisis de confiabilidad del instrumento

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,784	8



CAPITULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

TABLA 1. RELACIÓN ENTRE PLATAFORMAS DIGITALES MÁS UTILIZADAS Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO — PUNO, 2025

PLATAFORMAS DIGITALES MÁS USADAS	NIVEL DE AUTOESTIMA									
	Baja		Media		Alta		Muy alta		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Facebook	0	0.0	2	6.9	0	0.0	4	13.8	7	20.7
Tiktok	1	3.4	0	0.0	10	34.5	5	17.2	16	55.1
WhatsApp	0	0.0	0	0.0	5	17.2	1	3.5	6	20.7
Otros	0	0.0	0	0.0	1	3.5	0	0.0	1	3.5
TOTAL	1	3.4	2	6.9	16	55.2	10	34.5	29	100.0

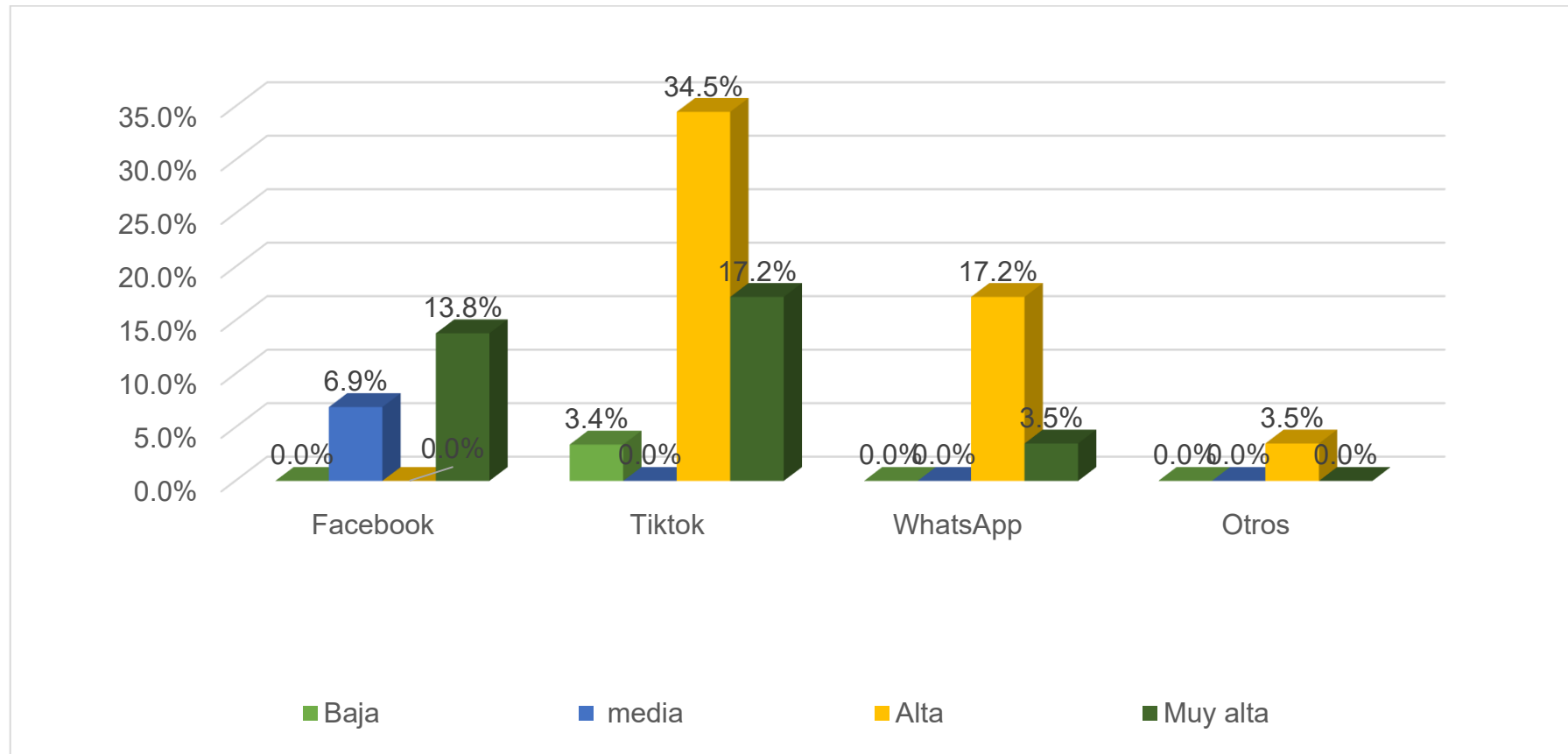
Fuente: Cuestionario.

$X^2 C = 18.910$
 $X^2 T = 16.919$

$GL = 9$
 $P = 0.026$

$ES SIGNIFICATIVA$

FIGURA 1. RELACIÓN ENTRE PLATAFORMAS DIGITALES MÁS UTILIZADAS Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO — PUNO, 2025



Fuente: Tabla 1

En cuanto a las plataformas digitales más utilizadas y su relación con la autoestima en los adolescentes, se evidenció que la mayoría (55.1%) utiliza TikTok, lo que refleja la preferencia por redes sociales de contenido audiovisual breve y dinámico. El 24.2% reportó usar Facebook, lo que indica que, aunque ha perdido popularidad entre los jóvenes, aún conserva cierto uso. Asimismo, el 20.7% señaló emplear WhatsApp, y un 3.5% manifestó utilizar otras plataformas.

Con respecto al nivel de autoestima en los adolescentes, se evidenció que el 34.5% presenta una autoestima alta, el 17.2% posee una autoestima muy alta, el 6.9% muestra un nivel de autoestima media predominante en quienes utilizan con mayor frecuencia el TikTok, y el 3.4% refleja una autoestima baja, siendo más común entre los adolescentes que hacen mayor uso de Facebook.

Según el análisis estadístico realizado mediante la prueba de chi cuadrado, se obtuvo un valor χ^2 calculado de 18.910, el cual supera el valor crítico tabulado de 16.919 para 9 grados de libertad, con un nivel de significancia de $p = 0.026$. Este resultado evidencia la existencia de una asociación estadísticamente significativa entre el uso de las plataformas digitales más utilizadas y el nivel de autoestima en los adolescentes.

Comparando con Rubio et al. (8), se observa que TikTok continúa siendo la plataforma más utilizada por los adolescentes, mientras que Facebook ocupa un lugar secundario en el estudio actual. Aunque en el estudio de Rubio et al. el uso predominaba en mujeres y con fines comunicativos y recreativos, en el presente estudio la preferencia por TikTok se mantiene de manera general. Esto sugiere que las redes de entretenimiento e interacción rápida siguen siendo las más relevantes, con posibles implicaciones en la concentración y la dinámica social.

TABLA 2. RELACIÓN ENTRE EL TIEMPO DE USO DIARIO DE PLATAFORMAS DIGITALES Y LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025.

TIEMPO DE USO POR DÍA	NIVEL DE AUTOESTIMA									
	Baja		media		Alta		Muy alta		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Menos de 1 hora	0	0.0	0	0.0	5	17.2	0	0.0	5	17.2
1 a 2 horas	1	3.4	0	0.0	10	34.5	5	17.2	16	55.1
Mayor a 2 horas	0	0.0	2	6.9	1	3.5	4	13.8	7	24.2
Nunca	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.5	1	3.5
TOTAL	1	3.4	2	6.9	16	55.2	10	34.5	29	100.0

Fuente: Cuestionario.

$$X^2_{Cal} = 15.881$$

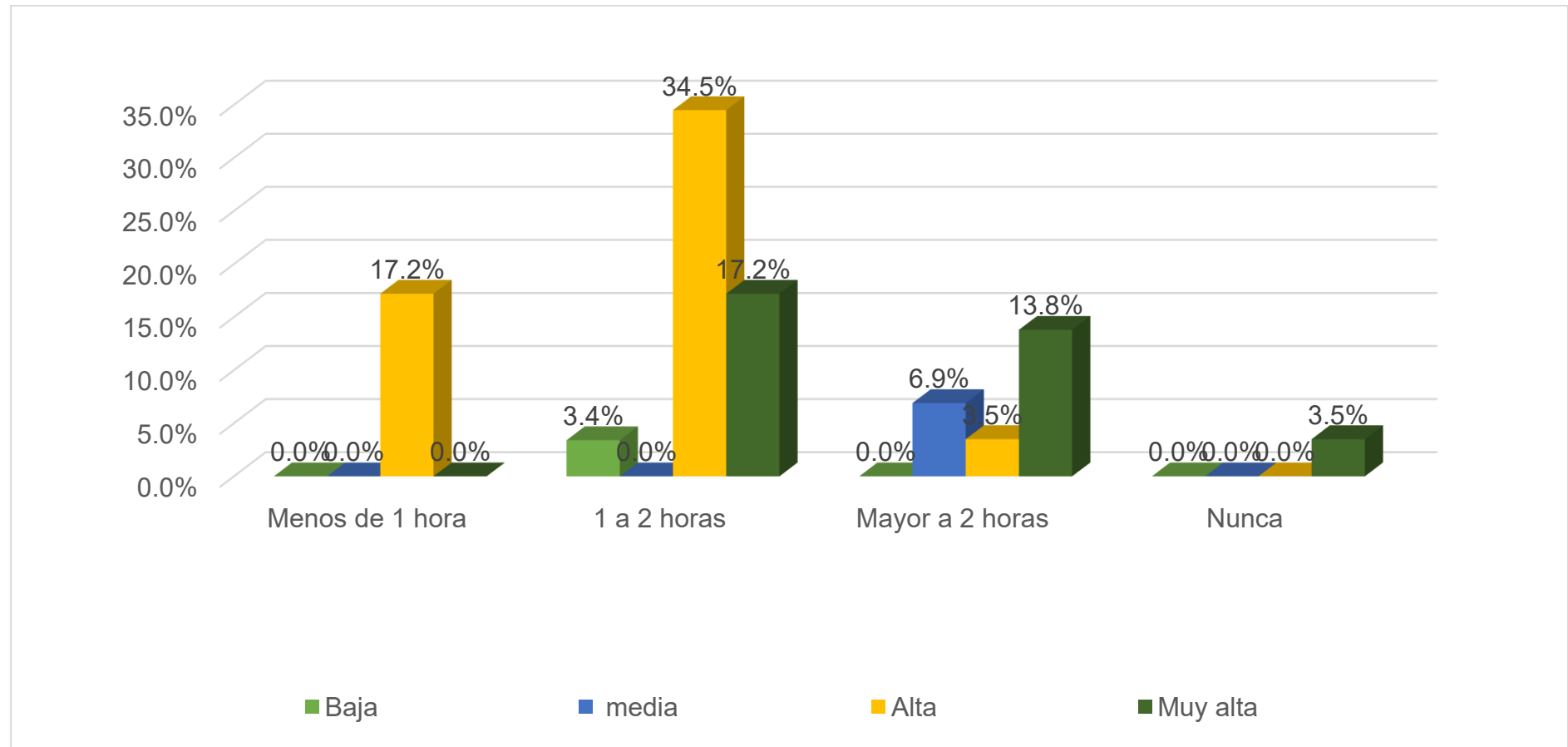
$$GL = 9$$

$$X^2_{Tab} = 16.919$$

$$P=0.035$$

ES SIGNIFICATIVA

FIGURA 2. RELACIÓN DEL TIEMPO DE USO POR DÍA Y EL AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025.



Fuente: Tabla 2

En cuanto al tiempo de uso de las plataformas digitales y su relación con la autoestima en los adolescentes, se evidenció que la mayoría (55.1%) utiliza dichas plataformas entre 1 y 2 horas diarias. Asimismo, el 24.2% manifestó emplearlas por más de 2 horas al día, el 17.2% indicó un uso menor a 1 hora, y finalmente, el 3.5% señaló no utilizar redes sociales.

Con respecto al nivel de autoestima en los adolescentes, se evidenció que el 34.5% presenta una autoestima alta, el 17.2% posee una autoestima muy alta, el 6.9% refleja una autoestima media, siendo más frecuente entre quienes utilizan las plataformas digitales por más de 2 horas diarias, y el 3.4% muestra una autoestima baja, predominante en aquellos que hacen uso de estas plataformas entre 1 y 2 horas al día.

Según el análisis estadístico realizado mediante la prueba de chi cuadrado, se obtuvo un valor χ^2 calculado de 15.881, el cual supera el valor crítico tabulado de 12.591 para 9 grados de libertad, con un nivel de significancia de $p = 0.035$. Este resultado evidencia la existencia de una asociación estadísticamente significativa entre el tiempo de uso de las plataformas digitales y el nivel de autoestima en los adolescentes.

Según Valdez (14), se observa una mayor frecuencia de adicción a las redes sociales en mujeres, lo que indica un uso más intenso y prolongado. En el estudio actual, se encontró que el 55.1% de los adolescentes utiliza las redes sociales entre 1 y 2 horas diarias, seguido del 24.2% que las utiliza más de 2 horas al día. Estos resultados concuerdan parcialmente con lo reportado por Valdez, ya que evidencian un uso significativo de las redes sociales, aunque el estudio actual no diferencia por género, limitando la comparación directa.

TABLA 3. RELACIÓN ENTRE EL HORARIO DE MAYOR USO DE PLATAFORMAS DIGITALES Y LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO — SALCEDO, PUNO 2025

HORARIO DE MAYOR USO	NIVEL DE AUTOESTIMA									
	Baja		Media		Alta		Muy alta		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Mañana	0	0.0	0	0.0	1	3.4	1	3.4	2	6.8
Tarde	0	0.0	1	3.5	4	13.8	4	13.8	9	31.1
Noche	1	3.4	1	3.4	10	34.6	5	17.3	17	58.7
Todo el día	0	0.0	0	0.0	1	3.4	0	0.0	1	3.4
TOTAL	1	3.4	2	6.9	16	55.2	10	34.5	29	100.0

Fuente: Cuestionario.

$$X^2_{Cal} = 22.643$$

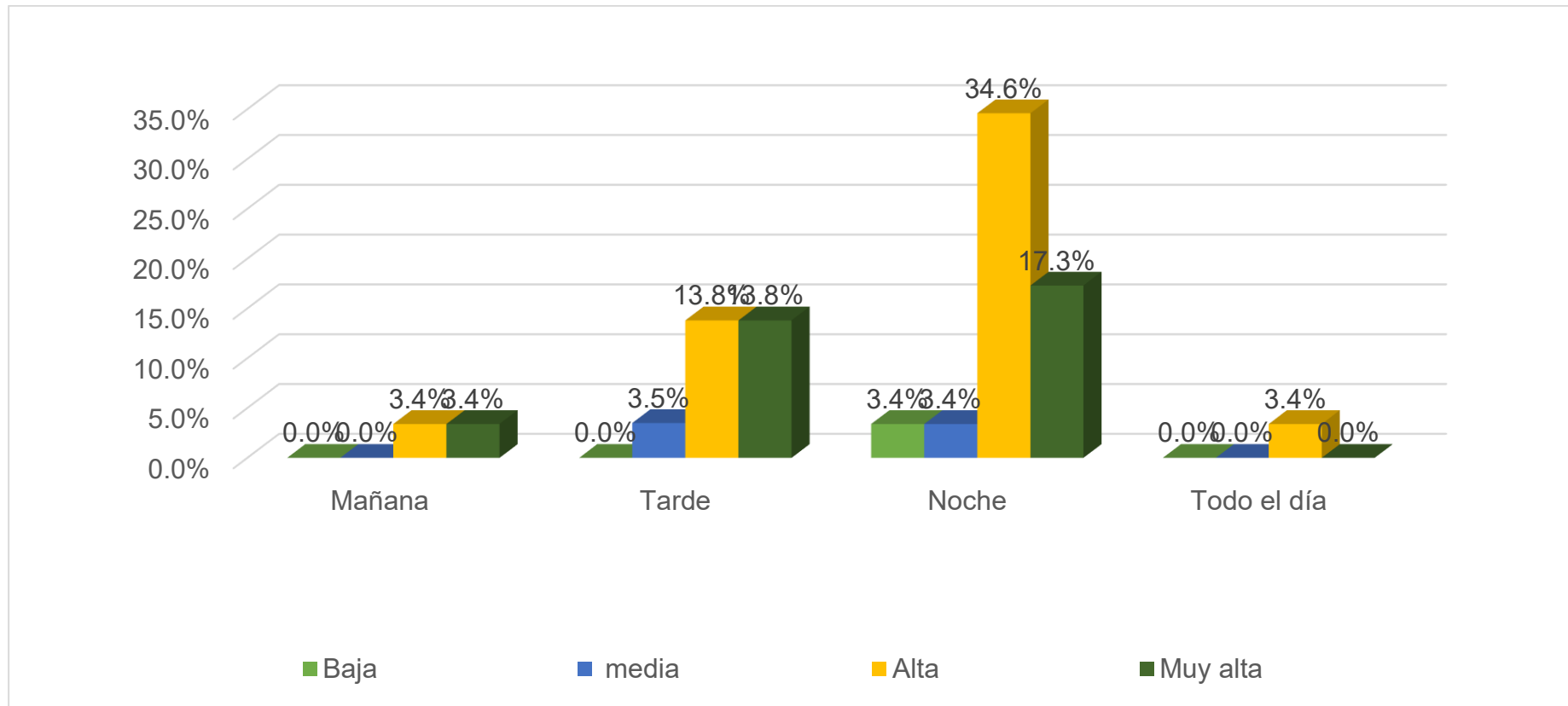
$$GL = 9$$

$$X^2_{Tab} = 16.919$$

$$P = 0.030$$

ES SIGNIFICATIVA

FIGURA 3. RELACIÓN ENTRE EL HORARIO DE MAYOR USO DE PLATAFORMAS DIGITALES Y LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO — SALCEDO, PUNO 2025



Fuente: Tabla 3

En cuanto al horario de mayor uso y su relación con la autoestima en los adolescentes, se observa que el 58.7% lo usa de noche, el 31.1% señala que usa de tarde, el 6.8% lo usa en las mañanas y el 3.4% señala que hace uso durante el día.

Con respecto al nivel de autoestima en los adolescentes, se evidenció que el 34.6% presenta una autoestima alta, el 17.3% posee una autoestima muy alta, el 3.4% refleja una autoestima media y el 3.4% posee una autoestima baja siendo más frecuente entre quienes hacen uso de redes por las noches.

Según el análisis estadístico realizado mediante la prueba de chi cuadrado, se obtuvo un valor χ^2 calculado de 22.643, el cual supera el valor crítico tabulado de 16.919 para 9 grados de libertad, con un nivel de significancia de $p = 0.030$. Este resultado evidencia la existencia de una asociación estadísticamente significativa entre el horario de uso y el nivel de autoestima en los adolescentes.

Según **Pérez y Quispe** (18), un mayor uso de las redes sociales incrementa el riesgo de cyber grooming en los estudiantes, debido a la exposición prolongada a interacciones en línea. En el estudio actual, se observó que el 58.7% de los adolescentes utiliza las redes sociales durante la noche, un horario en el que generalmente hay menos supervisión adulta. Esto concuerda con lo señalado por Pérez y Quispe, ya que el uso nocturno puede aumentar la vulnerabilidad de los adolescentes frente a riesgos digitales, incluyendo cyber grooming, destacando la necesidad de estrategias de orientación y prevención en el manejo seguro de las redes sociales.

TABLA 4. RELACIÓN DE LA FINALIDAD DE USO Y EL AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025.

FINALIDAD DE USO	NIVEL DE AUTOESTIMA									
	Baja		media		Alta		Muy alta		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Uso recreativo	1	3.4	0	0.0	6	20.7	7	24.1	14	48.2
Uso académico	0	0.0	2	6.9	5	17.3	3	10.4	10	34.6
Uso social	0	0.0	0	0.0	4	13.8	0	0.0	4	13.8
Ninguna no uso	0	0.0	0	0.0	1	3.4	0	0.0	1	3.4
TOTAL	1	3.4	2	6.9	16	55.2	10	34.5	29	100.0

Fuente: Cuestionario.

$X^2_{Cal} = 19.529$

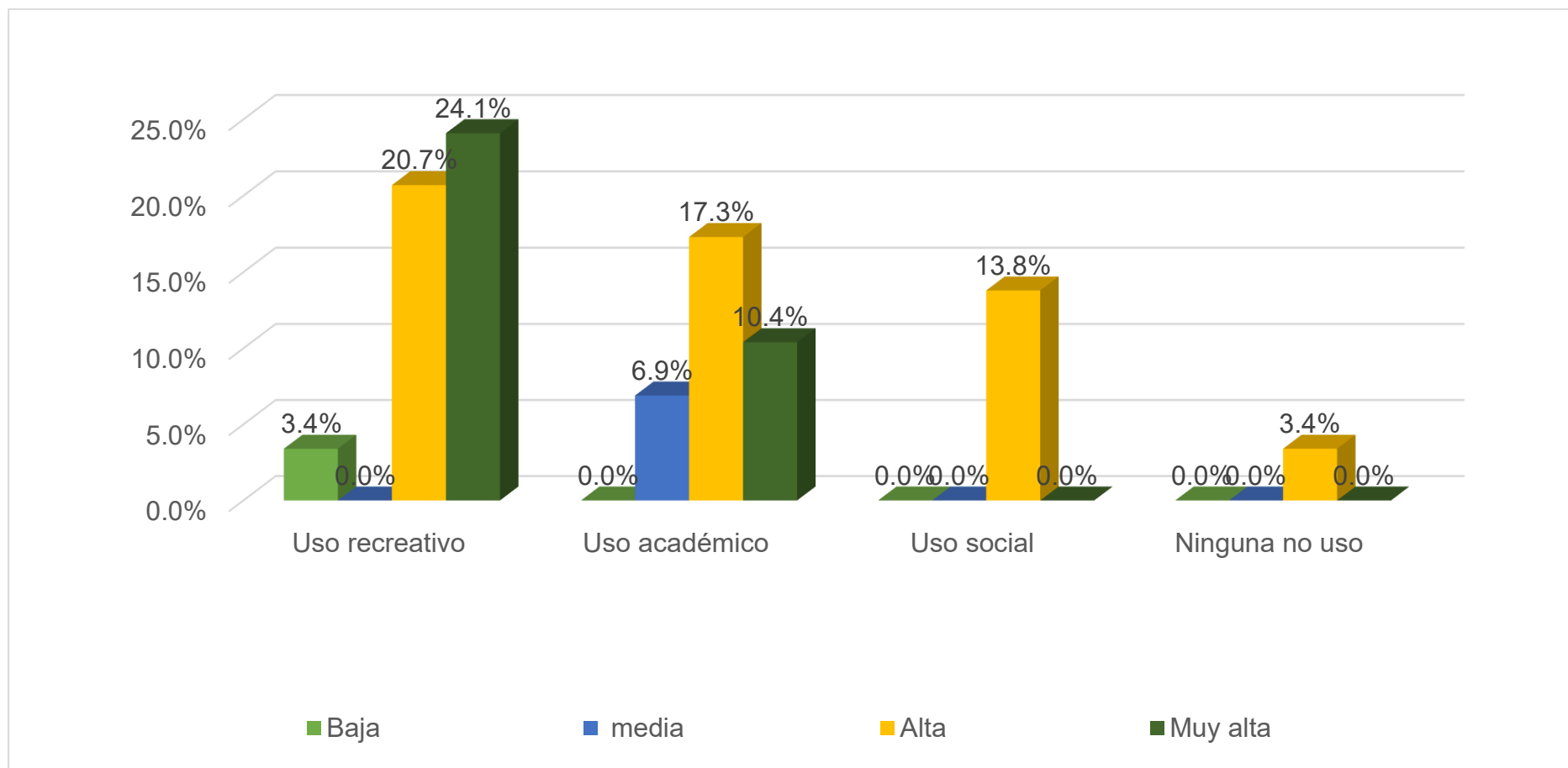
$GL = 9$

$X^2_{Tab} = 16.919$

$P = 0.040$

ES SIGNIFICATIVA

FIGURA 4. RELACIÓN DE LA FINALIDAD DE USO Y EL AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025.



Fuente: Tabla 4

En cuanto a la finalidad de las plataformas digitales uso y su relación con la autoestima en los adolescentes, se observa que el 48.2% hace uso recreativo, el 34.65 hace uso académico, el 13.85 hace uso social y el 3.45 no hace uso de las plataformas digitales.

Con respecto al nivel de autoestima en los adolescentes, se evidenció que el 20.7% presenta una autoestima alta, el 24.1% posee una autoestima muy alta, siendo predominante ambos en quienes hacen uso recreativo, el 6.9% refleja una autoestima media y el 3.4% posee una autoestima baja siendo más frecuente entre quienes hace uso académico y uso recreativo respectivamente.

Según el análisis estadístico realizado mediante la prueba de chi cuadrado, se obtuvo un valor χ^2 calculado de 19.529, el cual supera el valor crítico tabulado de 16.919 para 9 grados de libertad, con un nivel de significancia de $p = 0.040$. Este resultado evidencia la existencia de una asociación estadísticamente significativa entre la finalidad de uso y el nivel de autoestima en los adolescentes.

Rubio et al. (8) señalan que las redes sociales se utilizan principalmente con finalidades comunicativas, de entretenimiento y diversión. En el estudio actual, se observó que el 48.2% de los adolescentes utiliza las redes con fines recreativos, seguido de un 34.6% que las emplea con fines académicos. Esto muestra una coincidencia parcial, ya que el entretenimiento sigue siendo la principal motivación, pero se evidencia un mayor uso orientado a actividades académicas en comparación con lo reportado por Rubio et al. Estos resultados sugieren que, además del ocio y la comunicación, los adolescentes actuales aprovechan las plataformas digitales como herramientas educativas.

TABLA 5. RELACIÓN ENTRE LA ACTIVIDAD PRINCIPAL Y LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO — SALCEDO, PUNO 2025

ACTIVIDAD PRINCIPAL	NIVEL DE AUTOESTIMA								TOTAL	
	Baja		media		Alta		Muy alta			
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Mirar publicaciones	1	3.4	1	3.4	12	41.5	8	27.6	22	75.9
Enviar mensajes	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	6.9	3	6.9
Comentar	0	0.0	1	3.5	1	3.4	0	0.0	2	6.9
Otro	0	0.0	0	0.0	2	6.9	0	0.0	2	6.9
Ninguna	0	0.0	0	0.0	1	3.4	0	0.0	1	3.4
TOTAL	1	3.4	2	6.9	16	55.2	10	34.5	29	100.0

Fuente: Cuestionario.

$$X^2_{Cal} = 21.988$$

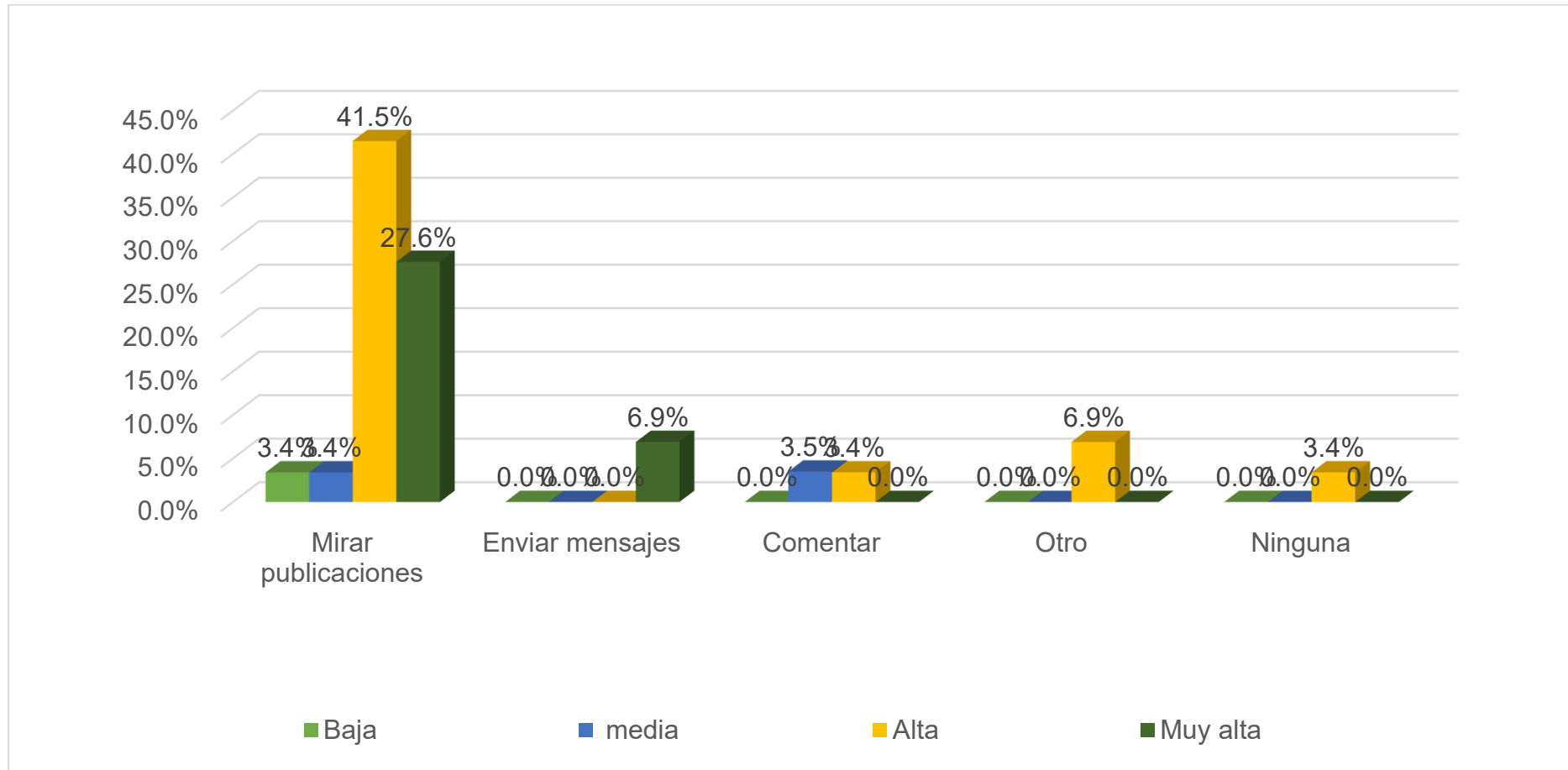
$$GL = 12$$

$$X^2_{Tab} = 21.026$$

$$P = 0.029$$

ES SIGNIFICATIVA

FIGURA 5. RELACIÓN ENTRE LA ACTIVIDAD PRINCIPAL Y LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO — SALCEDO, PUNO 2025



Fuente: Tabla 5

En cuanto a la actividad principal y su relación con la autoestima en los adolescentes, se observa que el 75.9% indica que su actividad principal es mirar publicaciones, el 10.3% utiliza las plataformas para enviar mensajes, el 6.9% las emplea para hacer comentarios, otro 6.9% realiza otras actividades, y finalmente, ningún participante (0.0%) indicó no realizar ninguna actividad en estas plataformas.

Con respecto al nivel de autoestima en los adolescentes, se evidenció que el 41.5% presenta una autoestima alta, el 27.6% posee una autoestima muy alta, el 3.45% refleja una autoestima media y el 3.4% presenta una autoestima baja, siendo estos niveles predominantes en los adolescentes cuya actividad principal en las plataformas digitales es mirar publicaciones.

Según el análisis estadístico realizado mediante la prueba de chi cuadrado, se obtuvo un valor χ^2 calculado de 21.988 el cual supera el valor crítico tabulado de 21.026 para 12 grados de libertad, con un nivel de significancia de $p = 0.029$. Este resultado evidencia la existencia de una asociación estadísticamente significativa entre la actividad principal en las plataformas digitales y el nivel de autoestima en los adolescentes.

Aunque el estudio actual concuerda parcialmente con **García** (15) en cuanto a que la mayoría de los adolescentes (75.9%) realiza principalmente la actividad de ver publicaciones, lo que podría favorecer la exposición a comparaciones sociales y estándares irreales, se observa que los estudiantes mantienen un nivel de autoestima alto. Esto sugiere que, a pesar del consumo pasivo y la exposición a contenidos que podrían generar presión social, otros factores como el apoyo familiar, el entorno escolar, la percepción de logro personal o el manejo crítico de las redes podrían proteger y fortalecer la autoestima de los adolescentes.

TABLA 6. RELACIÓN ENTRE EL NIVEL DE PARTICIPACIÓN Y EL AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025.

TIPO DE PARTICIPACIÓN		NIVEL DE AUTOESTIMA									
		Baja		media		Alta		Muy alta		TOTAL	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Pasivo (solo observa)		1	3.4	2	6.9	11	37.9	6	20.7	20	68.9
Activa	(crea contenido)	0	0.0	0	0.0	3	10.4	3	10.4	6	20.8
Ninguna		0	0.0	0	0.0	2	6.9	1	3.4	3	10.3
TOTAL		1	3.4	2	6.9	16	55.2	10	34.5	29	100.0

Fuente: Cuestionario.

$$X^2 C = 31.179$$

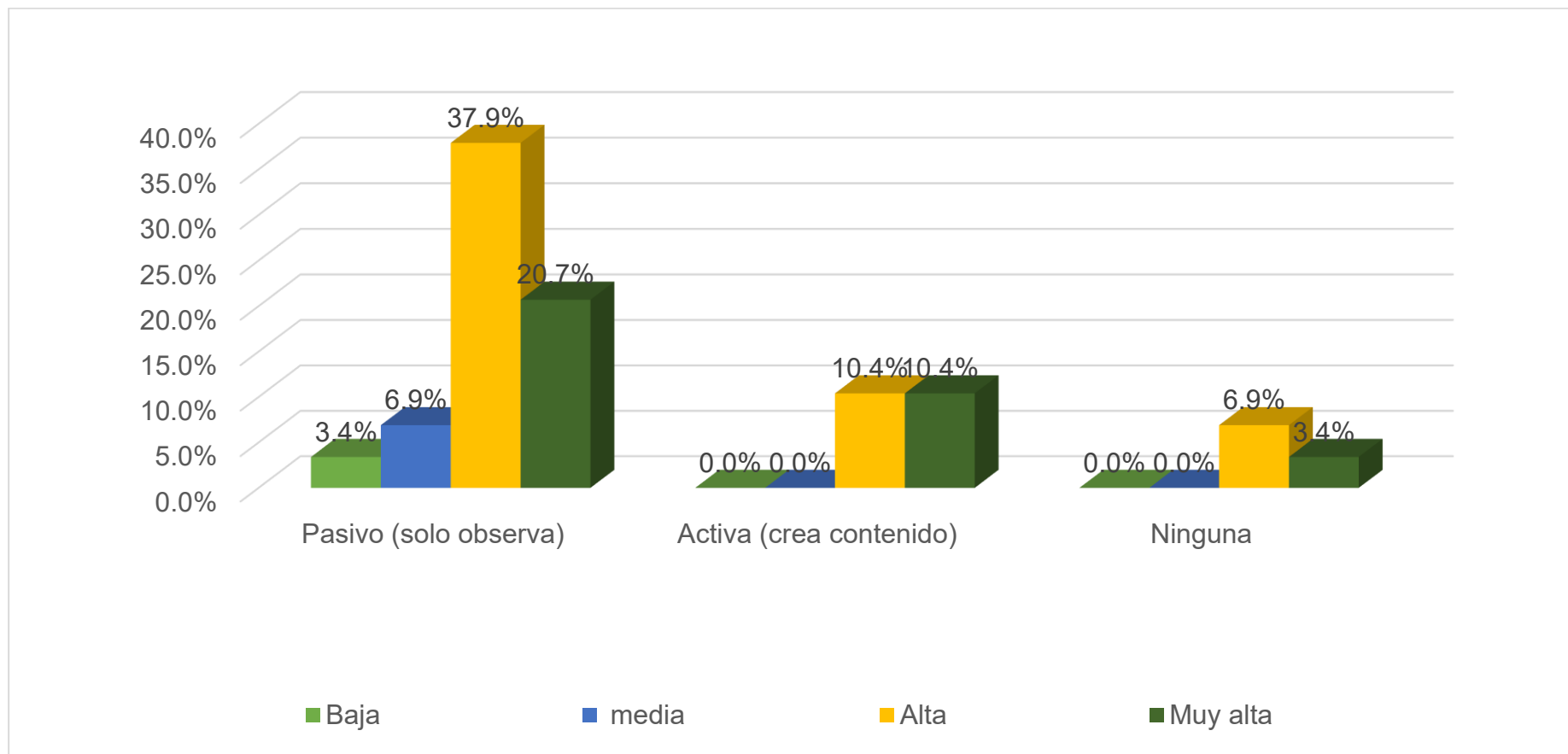
$$X^2 T = 12.591$$

$$GL = 6$$

$$p = 0.010$$

ES SIGNIFICATIVA

FIGURA 6. RELACIÓN ENTRE EL NIVEL DE PARTICIPACIÓN Y EL AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025.



Fuente. Tabla 6

En cuanto al tipo de participación y su relación con la autoestima en los adolescentes, se observa que el 68.9% presenta una participación pasiva, el 20.8% realiza una participación activa y el 10.3% no participa en absoluto.

Con respecto al nivel de autoestima en los adolescentes, se evidenció que el 37.9% presenta una autoestima alta, el 20.7% posee una autoestima muy alta, el 6.9% refleja una autoestima media y el 3.4% presenta una autoestima baja, siendo estos niveles predominantes en los adolescentes cuya participación es de tipo pasiva.

Según el análisis estadístico realizado mediante la prueba de chi cuadrado, se obtuvo un valor χ^2 calculado de 31.179 el cual supera el valor crítico tabulado de 12.591 para 6 grados de libertad, con un nivel de significancia de $p = 0.010$. Este resultado evidencia la existencia de una asociación estadísticamente significativa entre el tipo de participación y el nivel de autoestima en los adolescentes.

Según **García** (15), la Generación Z presenta menor autoestima debido a la influencia de las redes sociales, donde se otorga mayor importancia a la imagen y los "likes" de las publicaciones. En el estudio actual, se observó que la mayoría de los adolescentes (68.9%) realiza una participación pasiva, limitándose a observar contenido, mientras que solo un 20.8% participa activamente creando contenido. Esto sugiere que, aunque predomina la participación pasiva lo que podría generar comparaciones sociales y presión por la imagen, los adolescentes del estudio mantienen niveles de autoestima relativamente altos, lo que indica que otros factores, como el apoyo familiar, la supervisión educativa.

TABLA 7. RELACIÓN ENTRE EL TIPO DE CONTENIDO CONSUMIDO Y LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025.

TIPO DE CONTENIDO CONSUMIDO	NIVEL DE AUTOESTIMA									
	Baja		media		Alta		Muy alta		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Entretenimiento	1	3.4	2	6.9	7	24.2	7	24.1	17	58.6
Moda y estilo de vida	0	0.0	0	0.0	1	3.4	3	10.4	4	13.8
Contenido educativo	0	0.0	0	0.0	2	6.9	0	0.0	2	6.9
Noticias	0	0.0	0	0.0	4	13.9	0	0.0	4	13.9
Contenido motivacional	0	0.0	0	0.0	1	3.4	0	0.0	1	3.4
Otro especificar	0	0.0	0	0.0	1	3.4	0	0.0	1	3.4
TOTAL	1	3.4	2	6.9	16	55.2	10	34.5	29	100.0

Fuente: Cuestionario.

$$X^2_{Cal} = 27.113$$

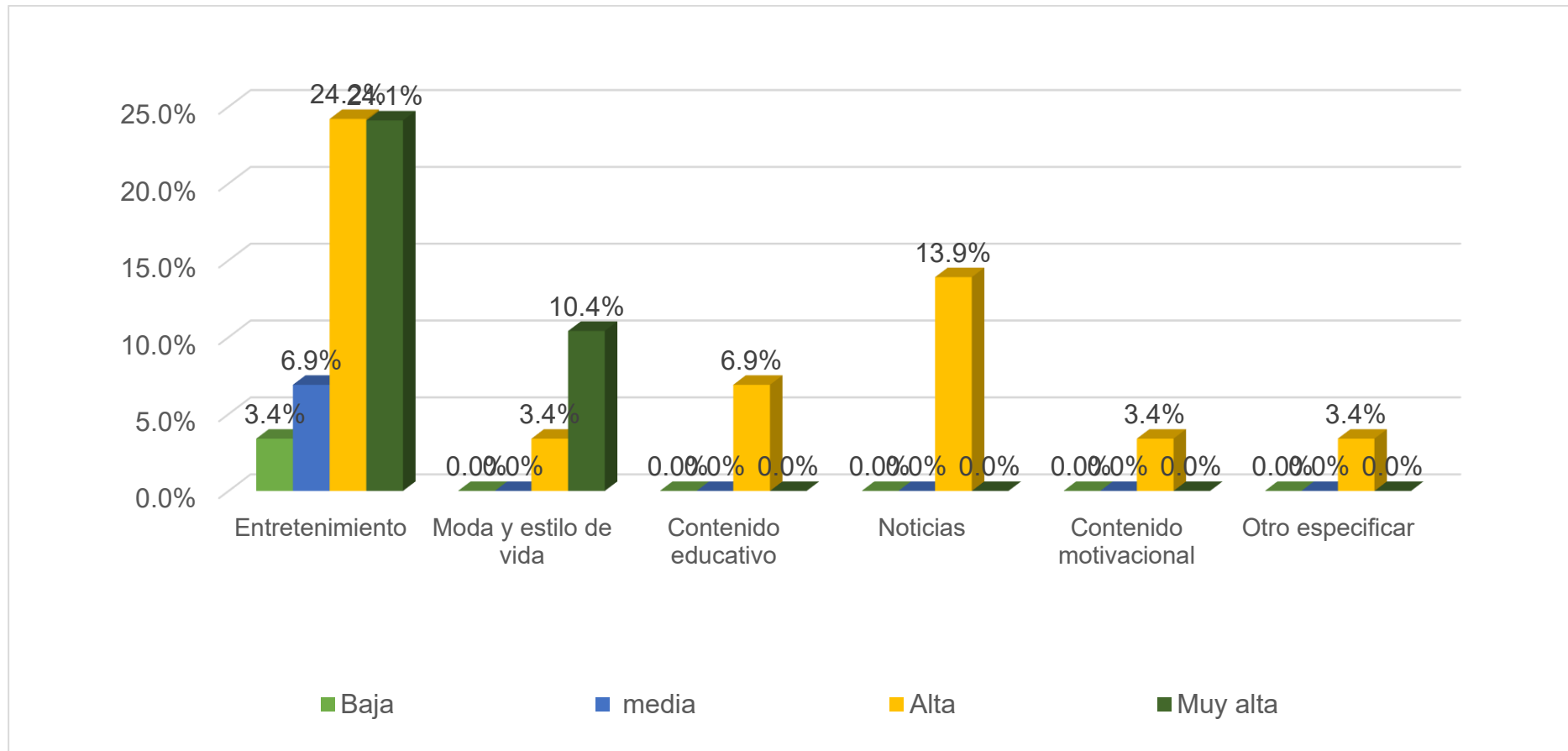
$$GL = 15$$

$$X^2_{Tab} = 24.995$$

$$p = 0.037$$

ES SIGNIFICATIVA

FIGURA 7. RELACIÓN ENTRE EL TIPO DE CONTENIDO CONSUMIDO Y LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025.



Fuente: Tabla 7

En cuanto al tipo de contenido consumido y su relación con la autoestima en los adolescentes, se observa que el 58.6% utiliza las plataformas digitales para consumir contenido de entretenimiento, el 13.9% consume noticias, el 13.8% se interesa por moda y estilo de vida, el 6.9% accede a contenido educativo, el 3.4% prefiere contenido motivacional, y otro 3.4% realiza otro tipo de consumo.

Con respecto al nivel de autoestima en los adolescentes, se evidenció que el 24.1% presenta una autoestima alta, el 24.1% posee una autoestima muy alta, el 6.9% refleja una autoestima media y el 3.4% presenta una autoestima baja, siendo estos niveles predominantes en los adolescentes cuyo contenido que consume es de entretenimiento.

Según el análisis estadístico realizado mediante la prueba de chi cuadrado, se obtuvo un valor χ^2 calculado de 27.113 el cual supera el valor crítico tabulado de 24.995 para 15 grados de libertad, con un nivel de significancia de $p = 0.037$. Este resultado evidencia la existencia de una asociación estadísticamente significativa entre el contenido consumido y el nivel de autoestima en los adolescentes.

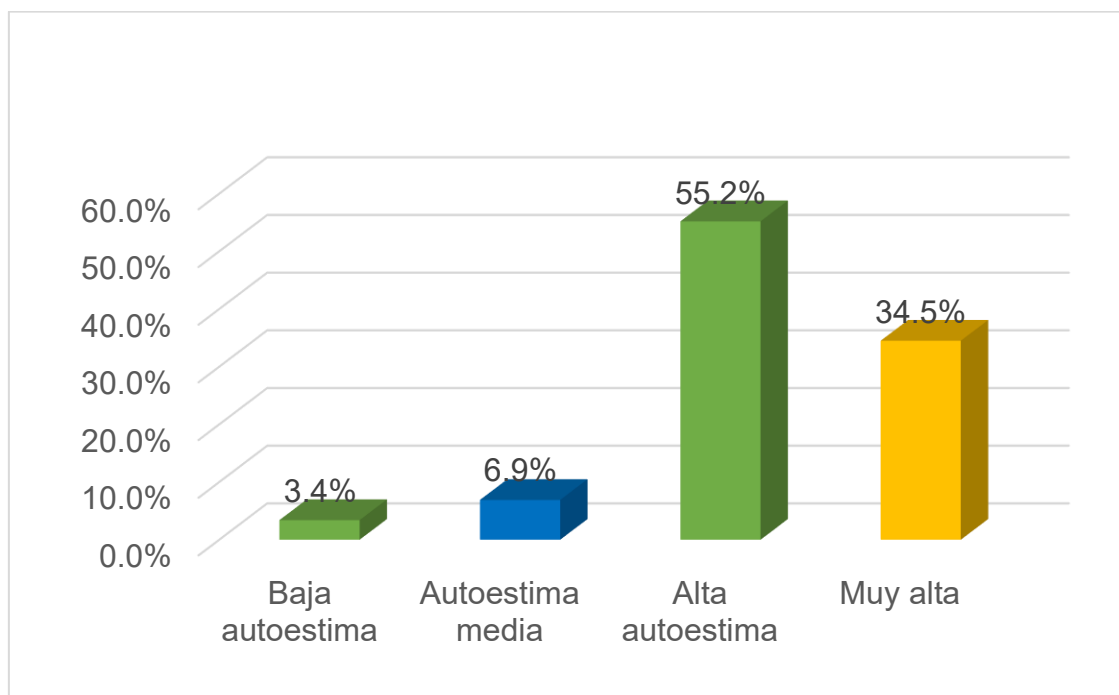
Rubio et al. (8) señalan que las redes sociales son más utilizadas por mujeres, principalmente TikTok, Instagram y WhatsApp, con fines comunicativos, de entretenimiento y diversión. En el estudio actual, se observó que la mayoría de los adolescentes (58.6%) consume contenido de entretenimiento, seguido de un 13.9% que accede a contenido de moda y estilo de vida. Esto muestra cierta coincidencia, ya que el entretenimiento sigue siendo la motivación principal del uso, aunque el estudio actual destaca un interés emergente por contenidos relacionados con la moda y estilo de vida.

TABLA 8. EL AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025.

NIVEL DE AUTOESTIMA	TOTAL	
	fi	%
Baja autoestima	1	3.4
Autoestima media	2	6.9
Alta autoestima	16	55.2
Muy alta	10	34.5
TOTAL	29	100.0

Fuente: Cuestionario.

FIGURA 8. EL AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025.



Fuente: Tabla 8.



Con respecto al nivel de autoestima en los adolescentes, se evidenció que la mayoría presenta autoestima alta (55.2%), seguida de aquellos con autoestima muy alta (34.5%). Asimismo, un 6.9% refleja una autoestima media, mientras que un 3.4% presenta autoestima baja. Estos resultados indican que la mayoría de los adolescentes mantiene una percepción positiva de sí mismos, aunque existe un pequeño porcentaje que podría requerir mayor apoyo para fortalecer su autoestima.

Valdez (14) reporta que las adolescentes presentaron niveles de autoestima bajos, mientras que los adolescentes mostraron un nivel normal, observándose además que la autoestima se mantenía relativamente constante según el grado de estudios. En el estudio actual, se encontró que la mayoría de los adolescentes presentó autoestima alta (55.2%) y muy alta (34.5%), lo que discrepa parcialmente con los hallazgos de Valdez. Esto podría deberse a diferencias en el contexto social, escolar o familiar, así como a factores protectores como apoyo emocional, supervisión educativa y participación en actividades que fortalecen la confianza y la percepción positiva de sí mismos, sugiriendo que la autoestima de los adolescentes puede variar según las condiciones del entorno y no solo por género o nivel académico.

Según **Quispe** (17), los adolescentes pueden presentar niveles bajos de autoestima debido a diversos factores sociales y personales. Sin embargo, en el estudio actual, se observó que la mayoría de los adolescentes presentó autoestima alta (55.2%), seguida de autoestima muy alta (34.5%), lo que discrepa con lo reportado por Quispe.

CONCLUSIONES

Primero: Se determinó una asociación estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo – Puno 2025. Aceptándose parcialmente la hipótesis planteada.

Segundo: Se estableció una asociación significativa entre el comportamiento de uso de las redes sociales y la autoestima en los adolescentes. En cuanto a las plataformas digitales más utilizadas, se observa que el 55.1% hace uso de TikTok ($p = 0.026$). Respecto al tiempo de uso diario, el 55.1% utiliza las plataformas entre 1 y 2 horas al día ($p = 0.035$), y en relación con el horario de mayor uso, el 58.7% de los adolescentes accede a ellas durante la noche ($p = 0.030$). Por lo que se acepta la hipótesis planteada.

Tercera: Se estableció una asociación significativa entre el propósito y el tipo de interacción en redes sociales y la autoestima en los adolescentes. En relación con la finalidad de uso, el 48.2% utiliza las plataformas con fines recreativos ($p = 0.040$). En la actividad principal, el 75.9% de los adolescentes señala que su actividad es mirar publicaciones ($p = 0.029$). En cuanto al tipo de participación, el 68.9% realiza una participación pasiva ($p = 0.010$), el tipo de contenido consumido, el 58.6% en contenido de entretenimiento ($p = 0.037$), por lo que se acepta la hipótesis planteada.

Cuarta: Se describió el nivel de autoestima en los adolescentes, observándose que el 55.2% presentó autoestima alta, el 34.5% mostró autoestima muy alta, el 6.9% reflejó autoestima media, y el 3.45% presentó autoestima baja. Por lo que se acepta de modo parcial la hipótesis planteada.



RECOMENDACIONES

Primera: Al director de la Institución Educativa San Juan Bosco en coordinación con los psicólogos, implemente programas de autocuidado y bienestar emocional digital, donde los adolescentes aprendan a gestionar el tiempo y el tipo de contenido que consumen en redes sociales, promoviendo un uso consciente que fortalezca su autoestima y reduzca los efectos negativos del uso excesivo o inapropiado de estas plataformas.

Segunda: Al subdirector y psicólogos, implementar estrategias de orientación y talleres sobre uso responsable de redes sociales, promoviendo un consumo equilibrado de plataformas como TikTok, estableciendo límites de tiempo y fomentando hábitos digitales saludables para fortalecer la autoestima de los adolescentes.

Tercera: A los psicólogos y docentes, implementar programas de educación digital y bienestar emocional, orientados a que los adolescentes utilicen las redes sociales de manera activa y consciente, fomentando la creación de contenido positivo y la selección de información que fortalezca su autoestima y reduzca los efectos negativos del consumo pasivo y recreativo de estas plataformas.

Cuarta: A los psicólogos, implementar clubes o grupos de mentoría entre pares, donde los adolescentes con autoestima alta puedan guiar y apoyar a sus compañeros con niveles medios o bajos, fomentando la autoexploración, la retroalimentación positiva y la confianza en sí mismos a través de dinámicas colaborativas y actividades prácticas dentro del entorno escolar.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Orben A, Dienlin T, Przybylski AK. Redes sociales, satisfacción corporal y bienestar en adolescentes: un modelo de mediación de la internalización del ideal de apariencia y la comparación social. *Body Image*. 2021;36:139-148. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.005>.
2. Campodónico N, Aucapiña IE. Revisión sistemática sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. *Psicología UNEMI*. 2024 Jul 2;8(15):73–87. doi:10.29076/issn.2602-8379vol8iss15.2024pp73-87p.
3. Comisión Europea. Centro Común de Investigación. Uso de redes sociales y salud mental de los adolescentes en la UE. Informe técnico. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea; 2025. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/390744626_Social_media_usage_and_adolescents'_mental_health_in_the_EU.
4. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Perú: el 98 % de niñas, niños y adolescentes tienen acceso a Internet más de 5 veces por semana. *La República* [Internet]. 2022 sep 19 [citado 2025 jul 14]. Disponible en: <https://larepublica.pe/sociedad/2022/09/19/inei-98-de-ninos-y-adolescentes-en-peru-acceden-a-internet-mas-de-cinco-veces-por-semana/>.
5. Condemaita B. Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la IES José Carlos Mariátegui Aplicación UNA – Puno, 2022. Repositorio UNAP; 13 dic 2024 [Internet]. Disponible en:
6. Albán RG, Guzmán CA. Influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes de la Unidad Educativa Chillanes [Internet]. Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo; 2024 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en: <https://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/15938>.



7. Vidal D, Foreman SN, Molina BP. Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comunas de la Provincia de Concepción, Chile. Perspectivas. Rev Trab Soc. 2022;(39):107–26. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8537419>.
8. Rubio FJ, González E, Olivo JL. Adolescentes en la era digital: desvelando las relaciones entre las redes sociales, el autocontrol, la autoestima y las habilidades sociales. Ciencia y Educación [Internet]. 2024 [citado 2025 Jul 13];8(3):39–58. Disponible en: <https://doi.org/10.22206/cyed.2024.v8i3.3209> [Internet]. 2024 [citado 2025 Jul 13];8(3):39–58. Disponible en: <https://doi.org/10.22206/cyed.2024.v8i3.3209>.
9. Luna CJ. Estudio del optimismo y la autoestima relacionado al uso de las redes sociales en jóvenes adolescentes. Rev Científica Arbitrada de la Univ Autónoma de Baja California Sur [Internet]. 2022 [citado 2025 Jul 13];7(2):1–9. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/5635/563579384019.pdf>.
10. Aucapiña E, Campodónico NM. Revisión sistemática sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. Rev Psicol UNEMI. 2024;12(2):73–87. Disponible en: <https://pure.udem.edu.mx/es/publications/revisi%C3%B3n-sistem%C3%A1tica-sobre-la-influencia-de-las-redes-sociales-en>.
11. Carrasco GM, Vásquez YP. Adicción a redes sociales y autoestima en universitarios de una institución privada de Lima Norte, 2019 [Internet]. Lima: Universidad Privada del Norte; 2020 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25031>.



12. Gómez J. Uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución pública. Chachapoyas, 2023 [Internet]. Chachapoyas: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; 2024 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en: <https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/3755>.
13. Bedoya C. Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes [Internet]. Lima: Universidad de Lima; 2021 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en: <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/13803>.
14. Valdez A. Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de nivel secundario de una institución privada [Internet]. Arequipa: Universidad Católica de Santa María; 2021 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en: <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1aedcf64-e5bd-4a15-9da4-cfaf2e947439/content>.
15. García P. Influencia de las redes sociales en la autoestima de dos generaciones diferentes (Generación Z y Millennials) [Internet]. La Laguna: Universidad de La Laguna; 2022 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/28381/Influencia%20de%20las%20Redes%20Sociales%20en%20la%20autoestima%20de%20dos%20generaciones%20diferentes%20%28Generacion%20Z%20y%20Millennials%29.pdf?sequence=1>.
16. Mita B, Ramos SE. Adicción a redes sociales y procrastinación en estudiantes del nivel secundario de la I.E.P. Andean Light School, Juliaca 2023 [Internet]. Juliaca: Universidad José Carlos Mariátegui; 2024 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en: <https://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/2948>.
17. Quispe N. Nivel de autoestima en los estudiantes de quinto año de la Institución Educativa Comercio 32 Mariano H. Cornejo – Juliaca, 2021 [Internet]. Juliaca:



- Universidad Privada San Carlos; 2022 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en:
<https://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC%20S.A.C./314>.
18. Pérez J, Quispe F. Uso de redes sociales y riesgo de cyber grooming en estudiantes de la I.E. GUE de las Mercedes, Juliaca, 2022 [Internet]. Ica: Universidad Autónoma de Ica; 2022 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en:
<https://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/20.500.14441/2124>.
19. Lagoz A. Autoestima y violencia de pareja en mujeres del distrito de Juliaca que acuden a la Micro Red Cono Sur, Puno, 2024 [Internet]. Huancayo: Universidad Continental; 2025 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en:
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/17610>.
20. Ticona L. Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Comercial N° 45 "Emilio Romero Padilla", Puno – 2024 [Internet]. Puno: Universidad Privada de San Carlos; 2025 [citado 2025 Jul 13]. Disponible en: <https://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/1311>.
21. Organización Mundial de la Salud. Adolescentes, pantallas y salud mental: Tendencias en el uso de redes sociales y su impacto. Oficina Regional para Europa; 25 de septiembre de 2024. Disponible en:
<https://www.who.int/europe/news-room/25-09-2024-teens--screens-and-mental-health>.
22. Malo S, Martín M, Viñas F. Uso excesivo de redes sociales: perfil psicosocial de adolescentes españoles. Comunicar. 2018 Jul;26(56):101–10 [Internet]. Disponible en: <https://doi.org/10.3916/C56-2018-10>.
23. Rubio FJ, González E, Olivo JL. Adolescentes en la era digital: relaciones entre redes sociales, autocontrol, autoestima y habilidades sociales. Ciencia y



- Educación. 2024 Sep;8(3):39-58 [Internet]. Disponible en:
<https://doi.org/10.22206/ciened.2024.v8i3.pp39-58>.
24. Sánchez E, Hernández M, Pérez A. Sentido de la interacción social mediada por Facebook en un grupo de adolescentes, estudiantes de bachilleratos públicos de Colima, México. Redalyc [Internet]. [citado 2025 Jul 14]; disponible en:
<https://www.redalyc.org/journal/316/31642649002/html/>.
25. Redalyc. Aprovechar la mirada: análisis de la mirada, la economía de la atención e Instagram [Internet]. [citado 13 de julio de 2025]. Disponible en:
https://www.researchgate.net/publication/320997955_Capitalizing_on_the_look_insights_into_the_glance_attention_economy_and_Instagram
26. El digital. Impacto de Tiktok jóvenes [Internet]. [citado 13 de julio de 2025]. Disponible en:
<https://www.eldigital.media/texto-diario/mostrar/5023498/impacto-tiktok-jovenes>
27. Rodríguez A, Fernández A. Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental en adolescentes colombianos. Acta Colombiana de Psicología. junio de 2014;17(1):131-40.
28. Mayo Clinic. Los adolescentes y el uso de los medios sociales: ¿cuál es la repercusión? - Mayo Clinic [Internet]. [citado 13 de julio de 2025]. Disponible en:
<https://www.mayoclinic.org/es/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/in-depth/teens-and-social-media-use/art-20474437>
29. Childmind. Cómo afecta el uso de las redes sociales a adolescentes - Child Mind Institute [Internet]. [citado 13 de julio de 2025]. Disponible en:
<https://childmind.org/es/articulo/como-afecta-el-uso-de-las-redes-sociales-los-adolescentes/>



30. Revista de comunicacion. Motivaciones y contradicciones en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios [Internet]. [citado 13 de julio de 2025]. Disponible en: <https://revistadecomunicacion.com/article/view/3425/2828>
31. Lardies F, Potes M. Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente? Avances en Psicología. 23 de junio de 2022;30(1):e2528-e2528.
32. Macías H. Entre el entretenimiento y la socialización: un acercamiento a la cultura digital adolescente a través de TikTok. Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas: RICSH. 2023;12(23):71-97.
33. Redalyc. La confianza de los adolescentes escolarizados en las redes sociales virtuales [Internet]. [citado 13 de julio de 2025]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/4772/477250547012/html/>
34. Influencia de las Redes Sociales en Adolescentes: Análisis y Reflexiones - Studocu [Internet]. [citado 13 de julio de 2025]. Disponible en: <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-nacional-mayor-de-san-marcos/psicologia/influencia-de-las-redes-sociales-en-los-adolescentes/109111041>
35. El Comercio. Validación personal: ¿cómo influyen las redes sociales en la necesidad de ser aceptados? [Internet]. Hace ~1.2 años; citado 2025 Jul 14.
36. Child Mind Institute. Cómo afecta el uso de las redes sociales a adolescentes. [Internet]. Publicado recientemente; citado 2025 Jul 14. Disponible en: <https://www.childmind.org/es/articulo/como-afecta-el-uso-de-las-redes-sociales-los-adolescentes/>.
37. Redalyc. Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidades de adolescentes. [Internet]. Citado 2025 Jul 14. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/1710/171063032008/html/>.



38. Mercado Negro. Videos cortos lideran las preferencias de consumo de redes sociales en adolescentes. Perú; 2023 [Internet]. Disponible en: <https://www.mercadonegro.pe/publicidad/social-media/videos-cortos-lideran-las-preferencias-de-consumo-de-redes-sociales-en-adolescentes/>.
39. Concortv (MTC). 98 % de niños, niñas y adolescentes en Perú consume televisión e Internet. Lima: MTC; 2024 Oct 18 [Internet]. [citado 2025 Jul 14]. Disponible en: <https://www.concortv.gob.pe/mtc-informe-de-concortv-revela-que-el-98-de-ninos-ninas-y-adolescentes-en-peru-consume-television-e-internet/>.
40. Londono M, Rojas T, Anastacio L. Menores peruanos y su exposición al contenido de belleza y maquillaje en redes sociales: análisis del contenido en YouTube, Instagram y TikTok. Rev Mediterr Comun. 2024 [Internet]; (27875). DOI:10.14198/MEDCOM.27875. Disponible en: <https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/27875>.
41. ResearchGate. Adolectes en la era de las redes sociales [Internet]. Publicado; [citado 2025 Jul 14]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/359743619_ADOLESCENTES_EN_LA_ERA_DE_LAS_REDES_SOCIALES.
42. El Comercio Perú. Escolares prefieren YouTube y TikTok: ¿Qué situaciones de peligro han reportado en redes sociales? Lima: El Comercio; 2025 [Internet]. [citado 2025 Jul 14]. Disponible en: <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/escolares-prefieren-youtube-y-tiktok-que-situaciones-de-peligro-han-reportado-en-redes-sociales-estudio-colegios-riesgos-peligros-plataformas-digitales-noticia/>.



43. Colegio de Psicólogos de San Juan. Autoestima en adolescentes: desarrollo y consejos. [Internet]. [citado 2025 Jul 14]. Disponible en: <https://colegiodepsicologossj.com.ar/autoestima-adolescentes-psicologia/>.
44. MundoPsicologos.com. La autoestima en adolescentes: ¿cuáles son los factores que influyen en esta etapa? 21 abr 2023 [citado 2025 Jul 14]. Disponible en: <https://www.mundopsicologos.com/articulos/la-autoestima-en-adolescentes-cuales-son-los-factores-que-influyen-en-esta-etapa>.
45. Fundación MenteClara. Conducta prosocial y autoestima en la adolescencia. Revista Científica Arbitrada Fundación MenteClara. [Internet]; 2025 [citado 2025 Jul 14]. Disponible en: <https://fundacionmenteclara.org.ar/revista/index.php/RCA/article/view/377/712>.
46. La Mente es Maravillosa. La autoestima en los adolescentes. Sara Clemente; actualizado 12 dic 2022 [citado 2025 Jul 14]. Disponible en: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-autoestima-en-los-adolescentes/>.
47. Wikipedia. Autoestima [Internet]. Actualización reciente; [citado 2025 Jul 14]. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Autoestima>.
48. Carballo M, Isidro AI. Educando emociones: pensamientos, autoestima y conducta de los adolescentes en función de su educación emocional. Revista INFAD de Psicología. 2024;1(1):373–380 [Internet] [citado 2025 Jul 14]. Disponible en: <https://revista.infad.eu/index.php/IJODAEP/article/view/2630>.
49. Guzmán EC, Valle MV. Relación entre autoestima y regulación emocional en adolescentes en un colegio de la ciudad de Loja, Ecuador. Uniandes Episteme. 2024;11(2):203–215 [Internet] [citado 2025 Jul 14]. doi:10.61154/rue.v11i2.3497. Disponible en: <https://doi.org/10.61154/rue.v11i2.3497>.



50. Dumont M, Provost MA. Autoestima en la adolescencia: análisis y estrategias de intervención. [Internet]. ResearchGate; 2012 [citado 14 de julio de 2025]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/266153599_Autoestima_en_la_adolescencia_Analisis_y_estrategias_de_intervencion.
51. Tacca DR, Cuarez Cordero R, Quispe Huaycho R. Habilidades sociales, autoconcepto y autoestima en adolescentes peruanos de educación secundaria. International Journal of Sociology of Education. 2020;9(3):293–324 [Internet] [citado 2025 Jul 14]. doi:10.17583/rise.2020.5186. Disponible en: <https://doi.org/10.17583/rise.2020.5186>.
52. Hernández R, Mendoza C. Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. 7.^a ed. México: McGraw-Hill; 2021 [citado 26 jun 2025]. Disponible en: <https://www.mheducation.com.mx/metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativa-cualitativa-y-mixta-7a-ed.html>.
53. Manterola C, Hernández M, Otzen T, Espinosa, M. & Grande, L. (2023). Estudios de corte transversal. Un diseño de investigación a considerar en ciencias morfológicas. International Journal of Morphology, 41(1), 146-155. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022023000100146>.
54. Flores S, Anselmo F. Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria [Internet]. enero de 2019 [citado 19 de marzo de 2025];13(1):102-22. Disponible en: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2223-25162019000100008&lng=es&nrm=iso&tlng=es



ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN DE DATOS.

	plataforma_usada	tiempo	horario	finalidad	actividad_principal	nivel_participacion	tipo_contenido	autoestima
1	3	2	2	2	1	3	4	5
2	1	3	1	1	1	1	1	5
3	3	4	2	2	1	1	1	4
4	1	3	2	1	1	1	5	5
5	1	2	3	2	1	1	1	5
6	1	3	3	3	1	1	1	5
7	3	3	2	1	1	2	1	4
8	1	2	2	3	3	1	2	5
9	1	3	2	1	1	1	1	4
10	3	4	3	2	5	1	1	2
11	3	4	3	2	1	1	1	4
12	3	4	2	1	1	1	1	4
13	3	3	1	1	1	1	1	4
14	3	3	2	1	1	1	1	5
15	5	2	3	2	3	2	2	4
16	1	4	2	2	1	1	1	2
17	3	3	3	1	1	2	1	5
18	1	2	3	2	6	2	3	5
19	3	3	3	2	1	1	4	5
20	3	4	3	1	1	2	2	4
21	3	3	3	1	1	1	1	5
22	3	3	3	1	1	1	1	4
23	3	3	3	1	3	3	2	4
24	3	3	3	3	1	2	4	5
25	4	3	3	3	5	1	6	5
26	3	3	3	4	1	1	4	5
27	3	2	3	2	6	1	3	5
28	3	4	4	1	1	3	1	5
29	4	3	3	1	1	1	1	1

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA DE VALORES	METODOLOGÍA
PG. ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo – Puno 2025?	OG. Determinar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo – Puno 2025.	HG. . Existe una relación significativa entre el uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo – Puno 2025.	Variable 1 Uso de redes sociales	1.1 Comportamiento de uso	1.1.1. Plataformas más usadas	a) Facebook b) Instagram c) Tiktok d) Otros e) Ninguno	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: No experimental
					1.1.2. Tiempo de uso por día	a) Menos de 1 hora b) 1 a 2 horas c) Mayor a 2 horas d) Nunca	TIPO DE INVESTIGACIÓN Fue básica de nivel relacional, corte transversal.
					1.1.3. Horario de mayor uso	a) Mañana b) Tarde c) Noche d) Todo el día	MÉTODO: hipotético-deductivo, Cuantitativo
PE1. ¿Cuál será la relación que existe entre el comportamiento de uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo?	OE 1.- Establecer la relación entre el comportamiento de uso de redes sociales y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo.	PE 1. ¿Cuál será la relación que existe entre el comportamiento de uso y la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo?		1.2. Propósito y tipo de interacción	1.2.1. Finalidad de uso	a) Uso recreativo b) Uso académico c) Uso social d) Ninguna no uso	POBLACIÓN: N° de 90 estudiantes
PE2. ¿Cuál será la relación que existe entre el propósito y tipo de interacción del uso de redes sociales con la autoestima en los adolescentes del	OE 2.- Establecer la relación entre el propósito y el tipo de interacción en redes sociales con la autoestima	PE 2. ¿Cuál será la relación que existe entre el propósito y tipo de interacción con la autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la			1.2.2. Actividad principal	a) Mirar publicaciones b) Subir fotos c) Enviar mensajes d) Comentar e) Otro	MUESTRA: El 100% población
							TÉCNICAS: V1. Encuesta V2. Encuesta INSTRUMENTOS



quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo? PE3. ¿Cuál será el nivel de autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo?	en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo. OE 3.- Describir el nivel de autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo.	Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo? PE 3. ¿Cuál será el nivel de autoestima en los adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa San Juan Bosco, Salcedo?			1.2.3. Nivel de participación
---	--	---	--	--	---



ANEXO 3: ASENTIMIENTO INFORMADO:

ASENTIMIENTO INFORMADO DEL ADOLESCENTE

Yo, _____, estudiante del quinto año de secundaria de la Institución Educativa Secundaria San Juan Bosco – Salcedo, he sido informado(a) de manera clara y sencilla sobre la investigación titulada:

"Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa Secundaria San Juan Bosco, Salcedo – Puno 2025".

Comprendo que mi participación es voluntaria, que los datos serán confidenciales y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento sin que esto afecte mis estudios.

Por lo tanto, acepto participar libremente en esta investigación.

Nombre del adolescente: _____

Firma: _____

Fecha: ____ / ____ / 2025

ANEXO 4: INSTRUMENTO:

CUESTIONARIO: USO DE REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES

Instrucciones: Instrucciones: Marca con una (✓) la opción que más se acerque a tu realidad. No hay respuestas correctas o incorrectas. Tu información será tratada de forma confidencial.

Dimensión 1.1: Comportamiento de uso

1.1.1. ¿Cuáles de estas plataformas usas más frecuentemente?

- a) Facebook
- b) TikTok
- c) WhatsApp
- d) Otros

1.1.2. ¿Cuánto tiempo usas estas plataformas al día?

- a) Menos de 1 hora
- b) 1 a 2 horas
- c) Mayor a 2 horas
- d) Nunca

1.1.3. ¿En qué momento del día usas más las redes sociales?

- a) En la mañana
- b) En la tarde
- c) En la noche
- d) Durante todo el día

1.2.1. ¿Con qué propósito principal usas las redes sociales?

- a) Uso recreativo (diversión, ocio)
- b) Uso académico (tareas, clases, grupos de estudio)



- c) Uso social (hablar con amigos o familia)
- d) Ninguna, no uso redes

1.2.2. ¿Cuál es tu actividad más frecuente en redes sociales?

- a) Mirar publicaciones
- b) Enviar mensajes
- c) Comentar
- d) Otro
- e) Ninguna

1.2.3. ¿Cómo describirías tu participación en redes sociales?

- a) Pasivo (solo observas contenido)
- b) Activa (públicas o creas contenido)
- c) Ninguna

1.2.4. ¿Qué tipo de contenido consumes más en redes sociales?

- a) Entretenimiento (videos graciosos, memes, juegos)
- b) Moda y estilo de vida
- c) Educativo
- d) Noticias
- e) Motivacional
- f) Otro (especificar) _____

Cuestionario: Autoestima

Se aplicará un cuestionario estructurado, basado en ítems adaptados del Cuestionario de nivel de autoestima, validado en población adolescente. Este instrumento consta de 9 preguntas con escala tipo Likert de 5 puntos, donde:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

Puntaje total	Categorización de autoestima
5 – 11	Baja autoestima.
12 – 22	Autoestima media
23 – 33	Alta autoestima
34 – 45	Muy alta autoestima

N°	Ítems	1	2	3	4	5
1	Creo que conseguiré las metas más importantes de mi vida.					
2	Cuando pienso en el futuro, me muestro positivo.					
3	Me ocurren más cosas buenas que malas.					
4	Pienso que todo saldrá mal. (<i>ítem invertido</i>)					
5	Veo cada reto como una oportunidad de éxito.					
6	Aunque las cosas vayan mal, encuentro aspectos positivos.					
7	Veo los aspectos positivos de las cosas.					
8	Confío en que podré superar los problemas.					
9	Tengo confianza en el futuro.					

ANEXO 5: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. Identificación del experto.

Nombres y apellidos: Maribel Rocío Vilca Apaza
 Profesión: Psicóloga
 Otros estudios: Diplomado en Psicoterapia Cognitiva-Conductual en Violencia y Adicciones
 Instrucciones.

Estimado (a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tiene que evaluar con criterio ético y estrictez

2. Juicio de experto.

INDICADORES		CATEGORÍA				
		1	2	3	4	5
1	Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)				X	
2	Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)				X	
3	El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)				X	
4	Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)			X		
5	Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables (coherencia)				X	
6	Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)				X	
7	Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido (validez)				X	
8	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)				X	
9	Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular (orden)				X	
10	Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad (extensión)				X	
11	Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado (inocuidad)					X
12	Calidad en la redacción de los ítems (visión general)				X	
13	Grado de objetividad del instrumento (visión general)					X
14	Grado de relevancia del instrumento (visión general)				X	
15	Estructura técnica básica del instrumento (organización)				X	
Puntaje parcial				3	48	10
Puntaje total: 61						

Nota: Índice de validación del juicio de experto (puntaje total / 75) x 100 = 81.3...

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
El instrumento de investigación esta observado			El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez.				

3. Conclusión general de la validaron y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado)

Instrumento apto como prueba de Investigación

4. Constancia de Juicio de experto.

El que suscribe, Maribel Rocio Vilca Apaza
identificado con DNI N° 70043132..... Certifico que realice el
juicio del experto al instrumento diseñado por la estudiante:

1 Percy chura Yapuchura

Juliaca 06 de Diciembre del 2025.



Maribel Rocio Vilca Apaza
PSICÓLOGA
C.P.S. N° 45818

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. Identificación del experto.

Nombres y apellidos: LUDY LIZET YACA CHAMBILLA.

Profesión: PSICÓLOGA

Otros estudios: _____

Instrucciones.

Estimado (a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tiene que evaluar con criterio ético y estricto

2. Juicio de experto.

INDICADORES		CATEGORÍA				
		1	2	3	4	5
1	Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)					Y
2	Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)				X	
3	El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)				X	
4	Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					X
5	Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables (coherencia)					X
6	Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)				X	
7	Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido (validez)				X	
8	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					X
9	Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular (orden)			X		
10	Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad (extensión)		X			
11	Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado (inocuidad)					X
12	Calidad en la redacción de los ítems (visión general)			X		
13	Grado de objetividad del instrumento (visión general)			X		
14	Grado de relevancia del instrumento (visión general)					X
15	Estructura técnica básica del instrumento (organización)					X
Puntaje parcial			2	9	16	35
Puntaje total:		62				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (puntaje total / 75) x 100 = 82.6

3. Escala de validación.

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
El instrumento de investigación esta observado			El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación

Interpretación: cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez.

4. Conclusión general de la validaron y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado)

..... ADECUADO PARA EL TEMA DE INVESTIGACIÓN

.....

5. Constancia de Juicio de experto.

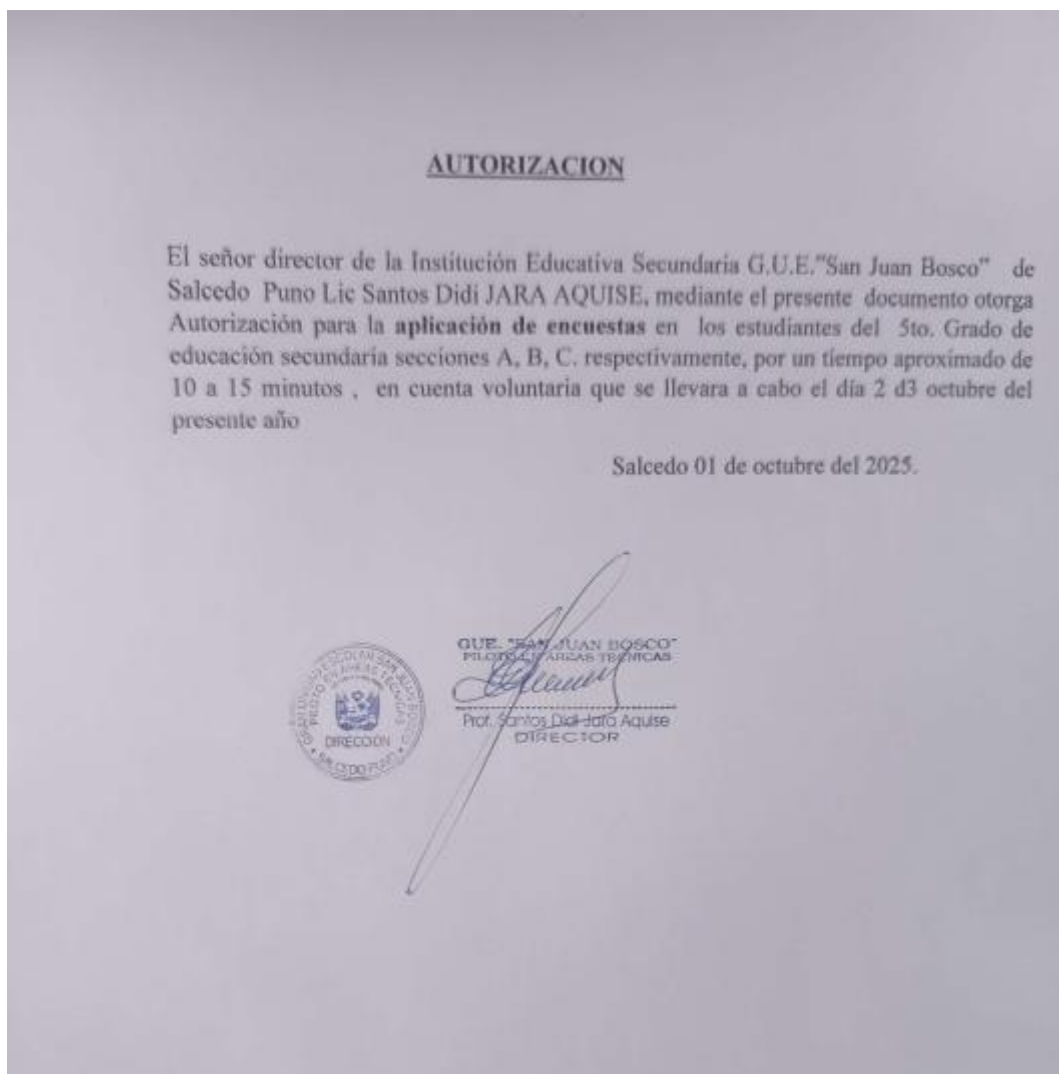
El que suscribe, LUDY UZET YACA CHAMBILLA
identificado con DNI N° 40915969 Certifico que realice el
juicio del experto al instrumento diseñado por la estudiante:

1 PERCY CHUBA YAPUCHUA
Juliaca 06 de DICIEMBRE del 2025.


 Lady L. Vaca Chamblis
C.P.A.P. 31853
PSICOLOGA

FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO

ANEXO 6: AUTORIZACIÓN DONDE SE REALIZÓ LA INVESTIGACIÓN





TESIS UANCV

TESIS UANCV



VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

"OFICINA DE INVESTIGACIÓN"



VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

"OFICINA DE INVESTIGACIÓN"

ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

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



Formato digital ☒

Fecha de entrega: 18/12/2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: PERCY CHURA YAPUCHURA

Dirección: Jr. Juliaca N° 200 - Cabanilla

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 47512768

Teléfono: 950027944

email: churapercy5@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____

email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS DE LA SALUD

Escuela Profesional o Mención: PSICOLOGÍA

Título o Grado Académico a optar: PSICÓLOGO

Asesor: Dra. MARIA CONCEPCION FIGUEROA VILCA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación ☐

Tesis ☒

Trabajo de Suficiencia Profesional ☐

Trabajo Académico ☐

USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DEL QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN BOSCO, SALCEDO – PUNO 2025

Palabras claves, (3 a 5 términos): Autoestima, adolescentes y uso de redes sociales.

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

1

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.

OFICINA DE INVESTIGACIÓN

Publicada con autorización del autor

OFICINA DE INVESTIGACIÓN

Tesis Publicada con autorización del autor

<http://repositorio.uancv.edu.pe/>

<http://repositorio.uancv.edu.pe/>



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 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

☐ Nacional

Línea de investigación: **EVALUACIÓN Y DIAGNOSTICO EN PSICOLOGÍA - P13**

Firma de Autor



huella digital

18 de diciembre del 2025

Fecha