



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**“Uso de redes sociales y su relación con el desarrollo de la autoestima en
estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43, 2024”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Comunicación Estratégica

PRESENTADO POR:

Alfaro Rivera, Jimena Pamela - Comunicación Estratégica

ASESOR

Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra

LIMA, PERÚ

2025

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra

MIEMBROS DEL JURADO

Huertas Valladares, Eduardo

Sam Anlas, Carlos Antonio

Quijano Aranibar, Iván Ernesto

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, **Jimena Pamela Alfaro Rivera** Identificado (a) con DNI N° **76276868** perteneciente al Programa de **Comunicación Estratégica**, siendo mi asesor el Sr(a) **Roxana Alexandra Albarracin Aparicio**, identificado (a) con DNI N°: **41981490**, y cuyo código ORCID es **0000-0002-6930-3718**.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Soy el autor del documento académico titulado **“Uso de las redes sociales y su relación con el desarrollo de la autoestima en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43, 2024”**
- b) El proyecto de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El asesor ha revisado minuciosamente el proyecto de investigación, incluyendo las citas a otros autores y las referencias bibliográficas. Este proceso se ha llevado a cabo cumpliendo con las pautas académicas y respetando las normas internacionales.
- d) El proyecto de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 14% de similitud.
- e) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411° del código penal, el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS y los artículos 14° y 15° de la RVM 049-2022-MINEDU.

Fecha: 16, de Junio de 2025.



Firma del Autor



Firma del Asesor

DEDICATORIA

Esta investigación se la dedico a mi familia.
Quienes me apoyaron en todo este proceso y
siempre me motivaron a seguir luchando por
mis sueños. A mi fiel compañera Unnie, quien
me acompaño en todas mis desveladas y
nunca me dejo sola, y mis queridos angelitos
Bobby y Cutochi.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi asesora Roxana por acompañarme en este proceso de investigación y a mi querido colegio Fe y Alegría 43 – La Salle.

ÍNDICE

DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	14
1.1 Título del Proyecto	14
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	14
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	14
1.4 Alcance de la solución	14
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA	15
2.1.2 Formulación del problema	17
2.1.2.1 Problema general	17
2.1.2.2 Problemas específicos	17
2.1.3 Objetivos de investigación	18
2.1.3.1 Objetivo general	18
2.1.3.2 Objetivos específicos	18
2.1.4 Justificación de la investigación	19
2.1.4.1 Justificación teórica	19
2.1.4.2 Justificación metodológica	19
2.1.4.3 Justificación práctica	20
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	21
3.1. Antecedentes de la investigación	21
3.1.1. Antecedentes nacionales.....	21
3.1.2. Antecedentes internacionales	23
3.2. Marco teórico	25
3.2.1. Redes Sociales.....	25
3.2.2. Autoestima	34
3.3. Definición de términos básicos	42
CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES.....	43
4.1. Formulación de hipótesis.....	43
4.1.1. Hipótesis general	43
4.1.2. Hipótesis específicas	43
4.2. Operacionalización de variables.....	43
CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	46
5.1. Diseño metodológico.....	46
5.2. Población.....	46
5.3. Muestra.....	47
5.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	48

5.5.1. Análisis descriptivo	50
5.5.2. Análisis ligados a las hipótesis	60
CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE INNOVACIÓN	67
6.1. Alcance esperado.....	67
6.2. Descripción del mercado objetivo del producto o servicio	67
6.3. Diagnostico Situacional.....	67
6.5. Fuentes de Ingreso.....	82
6.6. Presupuesto.....	82
CONCLUSIONES	84
RECOMENDACIONES	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	86
ANEXOS.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	44
Tabla 2	45
Tabla 3	49
Tabla 4	50
Tabla 5	50
Tabla 6	51
Tabla 7	52
Tabla 8	53
Tabla 9	54
Tabla 10	55
Tabla 11	56
Tabla 12	57
Tabla 13	58
Tabla 14	59
Tabla 15	60
Tabla 16	61
Tabla 17	62
Tabla 18	63
Tabla 19	64
Tabla 20	65
Tabla 21	67
Tabla 22	70
Tabla 23	71
Tabla 24	72
Tabla 25	73
Tabla 26	74
Tabla 27	76
Tabla 28	77
Tabla 29	83

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	50
Gráfico 2	51
Gráfico 3	52
Gráfico 4	53
Gráfico 5	54
Gráfico 6	55
Gráfico 7	56
Gráfico 8	57
Gráfico 9	58
Gráfico 10	59
Gráfico 11	68
Gráfico 12	69
Gráfico 13	70
Gráfico 14	78
Gráfico 15	78
Gráfico 16	79
Gráfico 17	79
Gráfico 18	80
Gráfico 19	80
Gráfico 20	81

RESUMEN

En esta presente investigación el objetivo es determinar de qué manera el uso de las redes sociales y su relación con el desarrollo de la autoestima en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43. En la investigación se aplicó la metodología cuantitativa, y con un diseño descriptivo, no experimental debido a que no se altera ningún dato o variable obtenida en la investigación. La técnica empleada para recolección de datos es la encuesta y como herramienta se empleó el uso del cuestionario impreso. La muestra fue conformada por 70 estudiantes de 4to de secundaria del colegio Fe y Alegría 43 de entre 14 a 16 años que manejan redes sociales de manera activa. Los resultados encontrados señalan que existe una baja relación casi moderada ($Rho: 0.40$) entre el uso de las redes sociales con la relación del desarrollo de la autoestima en los estudiantes, pero esto puede variar según el nivel de autoestima que presente el estudiante. Los resultados son variables al tipo de autoestima del estudiante, se reportaron baja autoestima en el ámbito social, y familiar es por ello la importancia de explicar y enseñar un buen manejo de las redes sociales para que aprovechen los beneficios que le brinda esta herramienta a su generación.

Palabras claves: redes sociales, desarrollo, autoestima, estudiantes, colegio.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine how the use of social media relates to the development of self-esteem in 4th high school students at CE Fe y Alegría 43. The research used quantitative methodology and a descriptive, non-experimental design, as no data or variables obtained in the research were altered. The technique used for data collection was a survey, and a printed questionnaire was used as a tool. The sample consisted of 70 4th high school students at the Fe y Alegría 43 school, aged 14 to 16, who actively use social media. The results indicate that there is a low to moderate relationship (Rho: 0.40) between the use of social media and the development of self-esteem in students, but this may vary depending on the student's level of self-esteem. The results vary according to the type of self-esteem of the student. Low self-esteem was reported in the social and family spheres, which is why it is important to explain and teach good social media management so that students can take advantage of the benefits that this tool offers their generation.

Keywords: social media, development, self-esteem, students, school.

INTRODUCCIÓN

Los estudiantes de secundaria se enfrentan a distintos procesos de cambio que los lleva a crear su identidad o a desarrollar habilidades personales, sociales, y académicas que les permite un óptimo desarrollo como individuo. Estos cambios van acompañados con la era digital en la que su generación se ve enfrentada, con ello el manejo que le dan a las redes sociales. Es por ello, el objetivo de la investigación, encontrar la relación que tiene el desarrollo de la autoestima en sus 5 tipos (Corporal, Personal, Académica, Social y Familiar) en las redes sociales con el uso que le dan a las redes sociales. Es así que en la investigación se realizará una encuesta impresa a los estudiantes de 4to de secundaria del colegio Fe y Alegría 43. Con los datos obtenidos, se determinará la relación de los 5 tipos de autoestima con el uso de las redes sociales para determinar si la relación con las redes sociales interfiere de manera positiva o negativa en el desarrollo del estudiante. Con los análisis correspondientes se ideará un manual digital que enseñe y explique a los estudiantes a cómo mejorar hábitos y aprovechar los beneficios que les puede brindar las redes sociales a su generación si las usan de la manera correcta.

Es por ello, que la presente investigación de 6 capítulos está estructurada de la siguiente manera:

En el capítulo 1: Este capítulo está conformado por información general, entre ellas el área de estrategia del desarrollo, la actividad económica y el alcance de solución de la investigación.

En el capítulo 2: En este capítulo se describe la realidad problemática de la investigación. La formulación del problema principal, los problemas específicos, el objetivo principal y objetivos específicos de la investigación. Además de la justificación (Teórica, Metodológica y Práctica).

En el capítulo 3: En este capítulo consta del marco referencial, el cual contiene los antecedentes nacionales e internacionales, y el desglose del marco teórico por cada variable (Redes sociales y Autoestima). Y la definición de los términos básicos.

En el capítulo 4: Este capítulo se describe la hipótesis principal y las hipótesis específicas de la investigación, además de la operacionalización por variable.

En el capítulo 5: En este capítulo se explica el diseño metodológico de la investigación, muestra y población. También, se explica la técnica, herramienta de recolección de datos y técnica de procesamiento de la información (Validez y Confiabilidad) de la investigación. Además del análisis descriptivo y correlación de los datos obtenidos.

En el capítulo 6: Este capítulo consta de la estructura de innovación de la investigación. En la que se explica, el alcance esperado, descripción de propuesta de valor, diagnóstico situacional y el desarrollo de la propuesta de investigación junto al presupuesto.

Por último, se encuentran las conclusiones y recomendaciones de la investigación. Además de referencias usadas en todo la investigación y anexos.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Uso de redes sociales y su relación con el desarrollo de la autoestima en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43, 2024.

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

Para la presente investigación se considera la línea de comunicación, sociedad y cultura, debido a que, un medio de comunicación como las redes sociales son un punto usado para transmitir mensajes en textos, imágenes, videos y canciones. Marcando una influencia en estudiantes para el desarrollo de la autoestima. Los adolescentes son individuos que absorben y tienden a reaccionar al contenido que ven. Ello puede influir en mejorar como persona y desarrollar e impulsar la autoestima.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

La actividad en la cual se desarrollará la investigación es de tipo social, en el sector educativo donde se buscará que las condiciones emocionales de los estudiantes puedan ser mejoradas en gran medida, para el desarrollo personal del estudiante y fortalecer su estabilidad emocional mediante una formación de competencias digitales. Es de conocimiento que los jóvenes de 4to año de secundaria son muy activos en redes sociales, según una encuesta realizada por Mayo Medic (2022), un 35% de adolescentes puede manejar al menos 5 plataformas de redes sociales. Este porcentaje representa una gran influencia en los adolescentes por lo que ve o hace en internet para su desarrollo emocional.

1.4 Alcance de la solución

El presente estudio tiene como objetivo crear un manual para fortalecer el desarrollo de autoestima en los estudiantes aprovechando los beneficios de las redes sociales. Para lograr el objetivo se realizará un estudio de manejo de redes sociales y de autoestima de los estudiantes, para entender cómo esta relación afecta de manera positiva o negativa en ellos.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1 Descripción de la realidad problemática

Los adolescentes del mundo están expuestos a distintos medios sociales, por ello los apoderados están muy preocupados por la gran exposición a la tecnología. Según expertos los medios sociales estarían promoviendo ansiedad y baja autoestima en los jóvenes. En una encuesta realizada a jóvenes en Gran Bretaña, se concretó que, en los siguientes medios sociales, Instagram, Facebook, Snapchat, y Twitter incrementan el sentimiento de ansiedad, depresión y disminuye el autoestima. Por ello, es indispensable tener pequeños respiros, para evitar la desconexión del exterior, agotamiento emocional y ser propenso a desarrollar ansiedad. (Ehmke, 2024)

Los adolescentes dan distintos usos a las redes sociales, por ello con el fin de analizar la conducta de los jóvenes en medios sociales, se realizó una encuesta a 2371 alumnos de la ESO en España. Los resultados arrojaron que más del 90% usa las redes para tener contacto con sus amigos, un 15% lo usa para hablar con “gente nueva” y otro 14.5% para encontrar pareja en redes sociales de chat. Datos que elevan los riesgos de los medios sociales en estudiantes jóvenes al no dimensionar el peligro que conlleva conocer gente nueva por internet. (Del Barrio; Ruiz., 2014)

El mal uso de los medios sociales en jóvenes es una problemática nacional en la República de Corea, los jóvenes ya son considerados como “adictos al internet” en dicho país por el tiempo que pueden mantenerse sentados al frente de una computadora sin comer o hacer tareas. Una problemática que el país evalúa. Por ello plantean regular el acceso de juegos en línea en menores de edad y la iniciativa de enviar a las escuelas asesores que inculquen un uso saludable del internet a estudiantes de educación primaria. (La Nación, 2020)

En Latinoamérica, específicamente en Argentina, las redes sociales son consideradas indispensables en el sector educativo. Según el estudio, las

redes sociales son el sitio en el que los estudiantes pasan mayor tiempo al día, lo cual puede ser muy perjudicial. Pero, para evitar ello debe de ser usado como un punto estratégico para mejorar su aprendizaje. (Naso et al., 2012)

En México se realizó un estudio, establecen que las redes tienen mala influencia para el bienestar de los adolescentes. El uso exagerado de los dispositivos móviles en la noche genera problemas para dormir. Según el, el uso de redes sociales reemplaza las horas de sueño, genera activación emocional antes de dormir y las pantallas brillantes son indicadores que generan problemas de sueño. Generando consecuencias en el desarrollo del adolescente. (Navarrete et al., 2017)

Los adolescentes tienen un uso estimado de 194 minutos al día, ello puede ser un indicador perjudicial para su desarrollo. Por ello en Chile se realizó una investigación con 230 estudiantes. En la investigación redujeron el uso de medios sociales a 30 minutos por 2 semanas, dando como resultado una reducción en la ansiedad y la depresión de los jóvenes. Indicando que puede existir un efecto positivo en la disminución de actividad de las redes sociales en jóvenes. (Fundación para la Convivencia Digital, 2023)

En el Perú, el incremento de acceso a internet generó un aumento en la actividad en medios sociales en escolares de 12 a 17 años, esta cifra pasó de 79.7% a 85.8% en el primer trimestre de 2022. Creando un dilema si su uso es de manera positiva y si es considerado un distractor de la vida real y de responsabilidades. Pero, según jóvenes entrevistados en Loreto, los medios sociales les brinda un apoyo valioso que permite el desarrollo de lazos sociales. (INEI, 2022)

El mal manejo de los medios sociales en escolares de 3ero y 4to de educación secundaria ha generado una gran adicción en este grupo, en una investigación realizada en Lima y Arequipa los resultados arrojaron que el nivel alto de adicción en medios sociales con una muestra de 914 alumnos encuestados es de 46,8% y de un nivel de adicción medio en un 35,2%. Datos alarmantes, ya que son ellos los más afectados en este auge tecnológico. (Carrasco, Pinto., 2021)

En el CE. Fe y Alegría 43, específicamente en escolares de 4to de secundaria. El uso de redes sociales en escolares es indispensable, pero no se está dando de la manera correcta para potenciar sus habilidades y mejorar su autoestima.

Generar un buen hábito de las redes sociales en los escolares del CE. Fe y Alegría 43 podría generar un cambio para mejorar habilidades sociales, potenciar mejores resultados educativos y aumentar el desarrollo de autoestima.

Por ello se sugiere un mejor asesoramiento a los escolares para mejorar la actividad en los medios sociales, con el fin de concientizar a los escolares que los medios sociales no son malas, sino, mal usadas. Con ello, ayudar en el desarrollo personal del estudiante.

2.1.2 Formulación del problema

2.1.2.1 Problema general

¿De qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima en estudiantes de 4to de secundaria del CE Fe y Alegría 43?

2.1.2.2 Problemas específicos

¿De qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima corporal en estudiantes de 4to de secundaria del CE Fe y Alegría 43?

¿De qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima personal en estudiantes de 4to de secundaria del CE Fe y Alegría 43?

¿De qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima académica en estudiantes de 4to de secundaria del CE Fe y Alegría 43?

¿De qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima social en estudiantes de 4to de secundaria del CE Fe y Alegría 43?

¿De qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima familiar en estudiantes de 4to de secundaria del CE Fe y Alegría 43?

2.1.3 Objetivos de investigación

2.1.3.1 Objetivo general

Determinar de qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

2.1.3.2 Objetivos específicos

Determinar de qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima corporal en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Determinar de qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima personal en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Determinar de qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima académica en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Determinar de qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima social en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Determinar de qué manera el uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima familiar en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

2.1.4 Justificación de la investigación

2.1.4.1 Justificación teórica

El presente estudio es de tipo teórico, debido a que permite realizar el análisis, observación de literatura y las fuentes vinculadas al estudio, el cual ayudará en la elaboración de los datos encontrados. Con ello se analizará el comportamiento de medios sociales en escolares de secundaria y cómo esto puede causar un cambio positivo o negativo en el desarrollo educativo, personal y social del estudiante.

El tema es relevante, debido a que permitirá visualizar el comportamiento digital de los estudiantes y cómo influye en potenciar sus capacidades sociales y potenciar el desarrollo de la autoestima. Con ello se busca reconocer los comportamientos positivos y negativos, para ser replicados o mejorados para un buen hábito en las redes sociales en estudiantes.

2.1.4.2 Justificación metodológica

La justificación metodológica de esta investigación consiste en evaluar el comportamiento del uso de redes sociales en estudiantes de educación secundaria. Para ello se realizará un estudio cuantitativo, mediante encuestas donde se analizará su comportamiento en redes sociales, tiempo de uso, aspectos positivos y aspectos negativos en el desarrollo personal del estudiante. Además de analizar su nivel de autoestima, con ello, se analizará de manera objetiva todos los datos obtenidos, así crear un manual para mejorar y potenciar los comportamientos de los estudiantes en redes sociales.

2.1.4.3 Justificación práctica

La justificación práctica de esta investigación es valiosa, debido a que con los datos obtenidos se podrá analizar la relación que tienen las redes sociales en la autoestima de los estudiantes del CE. Fe y Alegría 43 con el fin de encontrar puntos positivos que replicar para crear un manual que los guíe a potenciar sus habilidades sociales, personales y educativas. Además, de fomentar el desarrollo de la autoestima. Este manual brindará un apoyo en la formación personal de los estudiantes, ayudará a relacionarse mejor con su entorno escolar y familiar mediante un uso adecuado de las redes sociales. Permitiendo, mejorar hábitos y generar confianza en el estudiante.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación

3.1.1. Antecedentes nacionales

Tincahuallpa (2021). Desarrolló una investigación de título: “Las redes sociales en la autoestima de los estudiantes de educación secundaria de una institución educativa, Cusco 2021”. Cuyo objetivo fue: “determinar la influencia entre el uso de redes sociales y la autoestima en estudiantes del 3º de secundaria de la Institución Educativa del Cusco”. En cuanto a la metodología se utilizaron: Para este estudio se usó la metodología cuantitativa de diseño no experimental. A una población compuesta por: El conjunto estudiado fueron estudiantes de tercero de secundaria. La herramienta empleada para recopilar información fue en base a cuestionarios, en el cual se emplearon instrumentos para recolectar datos en base a dos encuestas validadas por especialistas. Los resultados mostraron que: los datos más relevantes obtenidos en las estadísticas fueron que, las redes perjudican la autoestima de los escolares. Por ello, se necesita tomar medidas con el fin de prevenir en un futuro complicaciones emocionales y el riesgo de adicción por el hábito de uso en medios sociales. Es así como evitaremos que los medios sociales perjudiquen el autoestima en estudiantes de nivel secundaria en un establecimiento educativo, Cusco 2021.

Iglesias y Minetto (2022). Desarrolló una investigación de título: “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte”. Cuyo objetivo fue: “determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte”. En cuanto a la metodología se utilizaron: en este estudio la metodología fue cuantitativa, y este fue realizado de manera descriptiva, además de comparativo y correlacional. A una población compuesta por: estudiantes, un total de 216 participantes sin distinción de género. El estimado de edad de los encuestados es de entre 12 a 16 años. Para esta estudio los instrumentos empleados fueron: la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) y los cuestionarios de Adicción a las redes (ARS – 6). Los resultados mostraron que: el reporte de variables sobre sobreuso de las redes y la autoestima es realmente significativa y mantiene vínculo ($\rho = -,228$, $p = ,001$). Además, se reportó que del total de encuestados

los que tienen un diagnóstico regular de adicción a los medios sociales es de 64.8%, un 18.5% de los encuestados lo maneja de manera ocasional. Y los datos más alarmantes son: un reporte de 11.1% mantiene un manejo de redes preocupante y los más alarmantes tiene un 5.6%. Siguiendo con los datos estadísticos, de los encuestados un 52.7% maneja diagnóstico adecuado de autoestima, un 30.6% tienen un bajo diagnóstico de autoestima y para finalizar un 16.7% presentaron un alto nivel. Es así como, no se reportó grandes diferencias con la adicción a medios sociales ($U= 5581.500$; $p = 0.611$), de igual forma con el autoestima ($U= 5135.500$; $p = 0.134$).

Guerra (2024). Desarrolló una investigación de título: “Adicción a redes sociales y la autoestima en la autonomía del aprendizaje en estudiantes de 5to de secundaria, Lima - 2022”. Cuyo objetivo fue: “Se pretende verificar la influencia de la adicción a redes sociales y la autoestima en la autonomía del aprendizaje en estudiantes de 5to de secundaria”. En cuanto a la metodología se utilizaron: para este estudio se usó la metodología cuantitativa, realizado con el método hipotético-deductivo. y de característica aplicada, con diseño empleado no experimental, correlacional-causal y transversal. A una población compuesta por: Un total de 209 encuestados. Todos los participantes respondieron debidamente mediante Google Forms, Las herramientas usadas fueron: cuestionario de autoestima CA-14, los cuestionarios de Ecurra y Salas, y sobre la autonomía del aprendizaje. Para realizar las encuestas se autorizó y se tuvo el consentimiento de todos. Los resultados mostraron que: se obtuvo un valor relevante ($p = 0.012$) el cual es inferior a 0.05. Siendo así que se afirma la alternativa y rechaza la hipótesis. Con estos resultados se concluye que, la autonomía en el aprendizaje de escolares de quinto año secundario influye por el vicio a redes y la autoestima, Lima - 2022. Por el cual, el nivel que influyen las variables anteriores es de 14.4%. Con ello, se entiende que hay la existencia de extrañas variables que afectan en el bienestar de la enseñanza en los estudiantes.

Grimaldo (2019). Desarrolló una investigación de título: “Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador”. Cuyo objetivo fue: “determinar la relación entre autoestima y la adicción a redes sociales (ARS)”. En cuanto a la

metodología se utilizaron: en este proyecto se empleó la metodología cuantitativa, con los diseños correlacional y no experimental. A una población compuesta por: un total de 500 encuestados, con una edad de 13 a 17 años. Por ello se emplearon los siguientes instrumentos: el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Escurra y Salas (2014) y el Inventario de autoestima de CooperSmith (1967) – adaptado por Abendaño (2018). Los resultados mostraron que: existe una relación considerable, de poca intensidad, con los datos de la autoestima y ARS ($p < .05$). Por ello, se reportaron gran coincidencia con las dimensiones de ARS de bajo nivel y de autoestima. Con respecto a los datos porcentuales de autoestima, se concluyó con un nivel bajo con un 45.6%, un nivel adecuado con 52.4% y un nivel alto de 2%. También, con respecto a los datos porcentuales de ARS, se concluyó con un muy bajo nivel de 23.2%, un bajo nivel con 47%, un nivel promedio con 24.4%, además de un alto nivel con 5.2% y un muy alto nivel con 0.2%. Para finalizar, no se reportaron grandes diferencias por el género y nivel de estudio en la autoestima como variable, pero con respecto a la ARS como variable si se registraron.

3.1.2. Antecedentes internacionales

Rodriguez y Almazán (2019). Desarrolló una investigación de título: “Ansiedad y Autoestima: su relación con el uso de redes sociales en adolescentes mexicanos”. Cuyo objetivo fue: “conocer la influencia que pueden tener las redes sociales en la ansiedad y autoestima de las personas, así como la relación que tienen en la autoestima y niveles de ansiedad generales en estudiantes de secundaria y bachillerato”. En cuanto a la metodología se utilizaron: la metodología cuantitativa, mediante el uso de instrumentos psicométricos y aplicación de encuestas. A una población compuesta por: un estudio con 129 jóvenes, con una edad promedio de 13 hasta los 20 años. Con ello, se analizarán datos que beneficien a próximos estudios para obtener mayor análisis y se relacionen con estas variables. Los resultados mostraron que: el nivel secundario son los más afectados, por otro lado, en este estudio no se muestran las edades, ni el tiempo de uso de los dispositivos móviles como variables importantes. Con la conclusión que el manejo excesivo de los medios sociales produce en mayor nivel la ansiedad y disminuir el desarrollo de autoestima en escolares. Además, de que los más vulnerables son los individuos que padecen de rasgos ansiógenos y depresivos.

Gutiérrez et al (2022). Desarrolló una investigación de título: “Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comunas de la Provincia de Concepción, Chile”. Cuyo objetivo fue: “indagar la relación entre el uso de redes sociales virtuales con autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio”. En cuanto a la metodología se utilizaron: en este caso se usó la metodología cuantitativa, con corte transversal y con estudio descriptivo y correlacional. Las herramientas utilizadas en este estudio son la escala “Adicción a redes sociales” (ARS) elaborada por Miguel Escurra Mayaute y Edwin Salas Blas (2014), el inventario de autoestima de Coopersmith, adaptado por Hellmut Brinkman (1987) para la República de Chile e interrogantes con ideales de la investigación. A una población compuesta por: escolares del segundo año y tercer año de instituciones educativas en un pueblo de concepción. Los resultados mostraron que: se obtuvo que los escolares tienen un autoestima adecuado con un porcentaje de 23.63% y un porcentaje de 19.9% tienen un bajo autoestima. Con respecto a la variable ARS se obtuvo 43.64% como bajo valor y a nivel medio un 24.55%. Para concluir se halló una asociación opuesta muy relevante entre el vicio a medios sociales y la autoestima.

Collantes y Tobar (2023). Desarrolló una investigación de título: “Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios”. Cuyo objetivo fue: “establecer la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en los estudiantes universitarios”. En cuanto a la metodología se utilizaron: en este estudio se empleó una metodología cuantitativa, de corte transversal con diseño no experimental. A una población compuesta por: un estudio con 280 integrantes, 74.7% del género femenino y 25.3% del género masculino. Sus edades en promedio son de 17 a 25 años que pertenezcan un colegio público superior. Las herramientas usadas son el Social Media Addiction Scale y la Escala de Autoestima de Rossenberg. Los resultados mostraron que: hay un nivel perjudicial significativo entre las dimensiones antes mencionadas. Los resultados fueron cambio del ánimo ($\rho = -0.402$), ocupación ($\rho = -0.281$), conflicto ($\rho = -0.386$) y recaída ($\rho = -0.310$), siendo los datos de autoestima. También, no se reportó gran diferencial en los resultados con respecto al género con respecto al porcentaje de adicción ($p >$

0.05). Para terminar, se concluye que se tiene un mayor riesgo de adicción en universitarios con un menor nivel de autoestima.

Román et al (2023). Desarrolló una investigación de título: “Influencia de la red social Tik Tok en la autoestima de los estudiantes del grado quinto de la Escuela Normal Superior de Bucaramanga”. Cuyo objetivo fue: “evaluar la influencia del uso de la red social Tik Tok en la autoestima de los estudiantes de quinto grado del colegio Escuela normal Superior de Bucaramanga.”. En cuanto a la metodología se utilizaron: metodología cuantitativa, de tipo no experimental y de corte transversal. A una población compuesta por: 155 estudiantes, de las cuales hay 58 hombres y 97 mujeres, sin embargo, se realizó la discriminación de dicha población con los consentimientos informados y en total se obtuvieron 63 estudiantes. Que se realizará el muestreo aleatorio simple con los escolares de primaria (quinto año) en la institución normal superior de Bucaramanga. Este estudio usa las herramientas, el cuestionario del efecto del uso de la red social tik tok en adolescentes e inventario de autoestima de Cooper Smith (1959). Los resultados mostraron que: el autoestima contribuye de manera considerable, los datos porcentuales son los siguientes: un 72.86% maneja un diagnóstico promedio del autoestima y un diagnóstico bajo con 27.14%. Concluyendo que ningún participante tiene un porcentaje alto de autoestima.

3.2. Marco teórico

3.2.1. Redes Sociales

Las redes son una herramienta muy usada por todo el mundo hoy en día. Hablar de ellas es centrarse en un mundo inmenso en el que puedes encontrar contenido variado según el gusto de cada persona.

Celaya (2008) citado por Herrera (2012), define las redes como: “Las redes sociales son lugares en internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”. (p. 3)

Este concepto define que las redes son una fuente amplia para distribuir información, además de que nosotros mismos somos los que exponemos esta información personal al mundo.

Las redes son un mundo por conocer, y todos estamos expuestos Por ello Torre (2012) argumenta que:

“Estamos en la era de la sociedad en red global. Aun cuando esta afirmación no equivale a decir que todas las personas en todo el mundo participen en las redes digitales, el número de usuarios en ellas es creciente y, de alguna manera, todo el mundo se ve afectado por los procesos que tienen lugar en la estructura de la red global. Es decir que las redes sociales no solamente modifican la manera de comunicarse de quienes las usan, sino que configuran y reconfiguran, integran y desintegran, la estructura social, la vida privada y la vida pública o laboral de toda la sociedad.” (p. 7)

Con respecto a lo anterior, Torre nos explica que no todos participan de las redes, pero aun así su crecimiento progresivo con el tiempo ocasiona que todo el mundo se vea involucrado. Además, de cómo esté por consiguiente genera cambios de la privacidad de las personas.

También los medios sociales son un gran instrumento para comunicarse con muchas personas, tanto conocidas como desconocidas. Es así como, Herrera (2012) comenta:

“Las redes sociales se han consolidado como herramienta de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuáles, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir y difundir información con públicos o grupos específicos”. (p. 8)

Con este concepto podemos descifrar que las redes son un medio fundamental para mantenernos comunicados e informados de distintos sucesos que pueden pasar a nuestro alrededor y el mundo. Siendo fundamental para toda la sociedad.

También, para Sánchez (2024) las redes sociales son:

“Herramientas tecnológicas que promueven la comunicación y el intercambio de información mediante textos, imágenes, videos y enlaces,

conectando a personas de diversas partes del mundo en tiempo real. Además, las redes sociales incorporan funcionalidades que permiten a los usuarios seguir y ser guiados, reaccionar a publicaciones, y participar en grupos y foros de difusión sobre temas de interés común”. (p. 3162)

Las redes sociales pueden ser usadas para muchas cosas, pero se debe de tener un manejo moderado para que estas no sean perjudiciales o peligrosas en los más jóvenes.

Comportamiento en redes sociales

El mal manejo de las redes ocasiona diversos comportamientos en los adolescentes. Estos comportamientos pueden ser positivos o negativo Por ello, Cavazos (2015) citado por Silva (2017) argumenta que:

“Las redes sociales han cambiado la manera en que nos comunicamos, abriendo una brecha entre las generaciones antes y después de su llegada”. (p. 21)

Con el argumento de Cavazos (2015) podemos resaltar que las redes han ocasionado un cambio en el comportamiento tras su llegada y esto altera nuestra forma de comunicación.

Por ello los cambios en el comportamiento tras el manejo de redes se dan en su mayoría por jóvenes, que están en proceso de desarrollo y de conocerse a sí mismos. Al respecto Rial et al (2014) argumenta que:

“Es cierto que Internet proporciona diferentes beneficios para la sociedad en general, al poner a nuestro alcance distintas fuentes de conocimiento, convirtiéndose en un potente instrumento para el aprendizaje y la formación intelectual, profesional y personal. Ha supuesto además la aparición de nuevos tipos de comunicación y relación y ha aportado un medio inagotable para el entretenimiento, la diversión y el esparcimiento. (p. 642)

Con respecto al argumento las redes son una gran fuente de aprendizaje y apoyo en la formación personal y profesional, pero con ello desconocidos comportamientos en base a su uso.

Todo ello genera comportamientos positivos en los adolescentes, pero también existen los comportamientos negativos. Es así como The Nielsen Company (2010) citado por Prieto & Moreno (2015) argumenta lo siguiente:

“La extensión de las redes sociales y el cúmulo de contenidos a los que se puede acceder, incluyéndose los “materiales negativos” pueden generar una ansiedad fruto de la magnitud de información colectiva que se genera al instante. Dichas conductas deben ser conocidas y descritas con el fin de reducir el posible perjuicio que llegaran a ocasionar a las personas”. (p. 4)

El comportamiento que adapta la gente al uso de medios sociales es diverso, por ello se debe de estar atento a los cambios que pueden tener los jóvenes por su bienestar y evitar consecuencias.

Uso de las redes sociales

La población usa las redes como principal fuente de comunicación de manera rápida y sencilla. Por lo tanto, Lampe, Ellison y Steinfield (2007) citado por Prieto & Moreno (2015) argumentan lo siguiente:

“En el campo personal, social o de hobbies, es un medio excepcional de comunicación rápida, fluida y efectiva. Siendo posible mantener comunicaciones con amigos, familiares, conocidos y desconocidos”. (p. 3)

Con respecto al argumento anterior, las redes son indispensables para mantener comunicación con cualquier persona, conocida o desconocida. Mantenernos comunicados es indispensable, y ello conlleva riesgos para las personas. Por ello, Young (1998) citado por Ikemiyashiro (2017), explica que: “Las redes sociales son un avance tecnológico que ha revolucionado el mundo. A pesar de que son útiles para la comunicación; pueden provocar, por su uso excesivo, distorsiones en las habilidades sociales”. (p. 3). Según lo explicado por Young las redes son buenas, pero podría generar problemas para las personas, si no se da un buen uso o se crea una adicción a ella.

Así como se da un mal uso a las redes, hay usos adecuados para contribuir a un buen desarrollo educativo en los jóvenes. Por ello, Gil & Calderon (2021) argumentan que: “Las RRSS, además de cumplir con la habitual función

relacional, se han configurado como elemento de gran potencial para vehicular aplicaciones, recursos didácticos y obtener contenidos en cada uno de los niveles educativos”. (p. 92). Con lo argumentado podemos concluir que el uso adecuado de las herramientas que nos brindan las redes podría beneficiar en gran medida a todos los escolares en el entorno educativo.

Pero también el uso de estos mismos puede causar algo negativo, por ello Avala (2023) citado por Aucapiña & Campodónico (2024) menciona que: “Las redes sociales son uno de los principales medios causantes en la inseguridad y autoestima trayendo repercusión en su estilo de vida de los jóvenes” (p. 76) Con este dato, se interpreta a que los jóvenes son muy susceptibles al contenido que pueden consumir en redes sociales.

Peligros de las redes sociales

Los infantes y jóvenes son expuestos desde muy pequeños en redes sociales y son vulnerables al ciberbullying. El ciberbullying consta de burlarse de un individuo con el afán de hacerles daño y hay diversas maneras de difundir este tipo de contenido. Por ello, Arab & Díaz (2015) describen que: “Se manifiesta de diversas formas: difundir en redes un video, imagen, “memes”, datos privados y cualquier dato que perjudique o avergüence a alguien o suplantando la identidad creando una cuenta falsa, por cualquier motivo para exponer información privada o agredir a más personas, entre otros. (p. 10)

También, Sanjurjo (2024) describe el ciberbullying como: “El ciberbullying es un tipo de acoso realizado en redes sociales o grupos de mensajería que tiene como objetivo intimidar y aislar a la víctima de sus amigos y familiares e incluso excluirla de actividades sociales” (p. 102). Con lo descrito, podemos precisar que hay diversas maneras de generar ciberbullying en redes y como todos están expuestos a caer en este tipo de agresión en redes y cómo esto puede generar dificultades para la víctima.

La adicción a las redes es cada vez más usual entre los internautas y cómo esto los afecta poco a poco. Por ello, Echeburúa (2012) comenta que:

“Otras veces se trata de personas que muestran una insatisfacción personal con su vida o que carecen de un afecto consistente y que intentan llenar esa carencia con drogas o

alcohol o con conductas sin sustancias, como el uso del Internet. En estos casos Internet, y los aparatos de última generación, actúan como una prótesis tecnológica”. (p. 47)

Con respecto a lo comentado anteriormente, las redes podrían generar la misma reacción que cualquier sustancia nociva, por ello se debe de tener mucho cuidado y regular el uso entre los más jóvenes.

Si bien todo el mundo está alerta a los riesgos de las redes, los apoderados deben de estar pendientes en el manejo de redes de sus menores hijos. A raíz de ello, De Frutos & Marcos (2017) comentan que: “Los menores están familiarizados con los riesgos de las redes sociales, pero ello no se traduce necesariamente en un comportamiento preventivo en ellas”. (p. 90). Con respecto a lo anterior, podemos entender que hasta los más jóvenes saben de los riesgos, pero aun si son vulnerables a cualquier tipo de riesgo.

Un hecho que también hace vulnerables a los más jóvenes es la libertad con la que se pueden crear perfiles falsos y entablar comunicación con personas que no conocen, por lo que Morales & Solis (2022) argumentan que: “muchos niños y adolescentes no se dan cuenta de que la otra persona con la que conversan en redes sociales es un depredador hasta que es demasiado tarde, como cuando tratan de acercarse a ellos o ponerse en contacto en persona.” (p. 7)

Información alarmante, debido a que los padres no están tan al pendiente del contenido o con quien entablan conversación sus hijos.

Adicción a Redes sociales

En base a los peligros que recurren al uso de las redes sociales, también existe el riesgo de adicción a ellos en los jóvenes. Por ello describir la palabra adicción es fundamental para entender el riesgo de esta palabra. Es así como Cobis & Vilorio (2022) mencionan que la adicción es:

“un comportamiento concreto que se manifiesta con determinadas características, que se asocian tanto con la frecuencia, tiempo invertido o intensidad; como con el grado de interferencia que pueden tener en las relaciones familiares y sociales de la persona, quien suele aislarse de su entorno cotidiano” (p.21)

Con lo que mencionan ambos autores, la adicción presenta características mediante una frecuencia continua que los aísla y tiene un efecto drástico con su entorno cercano. Afectando la relación familiar, social y más de un individuo.

Con estos datos, las redes sociales pueden ser un gran factor de adicción en jóvenes ocasionando muchos daños sociales en ellos. Por lo que Gúzman & Gélvez (2023) mencionan que: “el uso adictivo de las redes sociales, tienen características clínicas similares a las adicciones tradicionales: la dificultad en el control del comportamiento y las interferencias en las actividades cotidianas o en las relaciones interpersonales.” (p.12). Saber que la adicción a las redes sociales tiene un efecto muy alarmante en los jóvenes, por las consecuencias que pueden ocasionar en ellos y en su desarrollo personal y social.

Es así como los estudiantes son muy propensos a esta adicción y con ello crear comportamientos impulsivos y desmedidos que Bautista et al (2023) los describe de la siguiente manera:

“los estudiantes, regularmente, sienten la necesidad de saber qué sucede en las redes sociales (Facebook, WhatsApp, TikTok, YouTube e Instagram), acceden para interactuar virtualmente, incluso en momentos poco oportunos (en clase o en hora de la alimentación), suelen descuidar las relaciones interpersonales presenciales y dejan de lado sus responsabilidades académicas y domésticas.” (p.514)

Con los datos anteriores, se refuerza los efectos negativos que trae la adicción a redes en individuos tan vulnerables como son los estudiantes.

Por ello, Arrivillaga et al (2022) argumenta que: “El uso problemático de las redes sociales se refiere a un estado de preocupación constante sobre las mismas, en el que se verifican frecuentemente y se les dedica mucho tiempo, lo cual lleva a que diversas áreas de la vida se vean afectadas negativamente” (p.2) Con respecto al mal uso, generar dependencia hacia las redes sociales ocasionan riesgos para los jóvenes, el cual puede de manera interna y externa al usuario.

Beneficios de las redes sociales

Así como existen los peligros, también existen los privilegios que pueden brindar los medios sociales a los más jóvenes. Es así como, Villegas y Cortés (2016) opinan que:

“En Internet, las redes sociales se han convertido en una de las formas de comunicación más usadas por los nos y jóvenes; por un lado encontramos que el uso excesivo de éstas puede producir adicción e importantes daños psicológicos y, por el otro, si su uso es adecuado, pueden ser una herramienta de suma importancia en el ámbito educativo, pues se convierte en una nueva forma de enseñar y también de aprender, en la que el alumno puede desarrollar un importante trabajo cooperativo”. (p. 48)

El uso adecuado como se comenta es indispensable y beneficioso para todos los que puedan usar y es indispensable conocerlos y aprovecharlos para un óptimo desarrollo. Las redes son una herramienta indispensable y valiosa que debe de ser reconocida. Por ello, Naso et al (2012) argumenta que:

“Las redes sociales permiten al alumno expresarse por sí mismo, entablar relaciones con otros, así como atender a las exigencias propias de su educación”. (p. 3)

Parte de ello, la educación es la más beneficiada por las redes, en el argumento anterior este permite a los alumnos relacionarse el cual conlleva a desarrollar sus habilidades sociales. Estos otros beneficios, podemos encontrar que podemos diversos contenidos, e así que, González (2020) argumenta que:

“Una de las formas de difusión del conocimiento más utilizadas en la actualidad es la Web. Esta tecnología ha evolucionado sistemáticamente, lo que ha posibilitado el desarrollo de múltiples servicios, incluyendo los multimedia. Esto les brinda a los usuarios la posibilidad de disponer de novedosas funcionalidades que les permiten participar directamente en el proceso comunicativo que se genera en una página web”. (p. 42)

Las redes nos abren las puertas a conocer nuevos contenidos, mantenernos informados y ayuda a comunicarnos desde cualquier parte del mundo, además de brindarnos todas las herramientas posibles por su evolución constante.

Muchas veces se usan las redes sociales, pero no con un fin beneficioso, por lo que González (2020) menciona también que las redes sociales:

“Constituyen un recurso que puede contribuir al desarrollo de las habilidades comunicativas y puede usarse como estrategia de aprendizaje por parte de los estudiantes y profesores, pues la mayor parte de ellos las utilizan diariamente sin beneficio específico. Si se les enseña a hacer un uso adecuado de estas, pueden incluirlas como parte de sus actividades académica”. (p. 50)

Es así como se deben aprovechar todos los recursos y beneficios que nos brindan las redes sociales. Y así mitigar los riesgos y peligros de estos para un buen desarrollo personal y profesional en los jóvenes.

Uso adecuado de las redes sociales

Fomentar un uso adecuado en los adolescentes es fundamental para aprovechar todos sus recursos y todas las herramientas necesarias para que dejen de ser un peligro. Es así como Huerta (2022) menciona que:

“Promover un uso responsable y reflexivo de estas plataformas, garantizar la equidad en el acceso y uso de la tecnología, y desarrollar estrategias educativas que fomenten el bienestar emocional y el desarrollo integral de los estudiantes. En última instancia, el objetivo debe ser aprovechar el potencial de las redes sociales como herramienta para promover un aprendizaje colaborativo significativo y enriquecedor en el contexto educativo actual.” (p.22)

Con lo que menciona el autor, el buen uso de las redes sociales puede garantizar el desarrollo de estrategias educativas para los estudiantes para fomentar el aprendizaje colectivo en el ámbito educativo.

Además, otros beneficio de dar un uso adecuado de las redes sociales los menciona Moreira et al (2021):

“son muchos los beneficios aparejados al uso ideal de las redes sociales, por ejemplo, aumenta la cantidad de información disponible para su uso en el ámbito escolar y en grupos de amigos, favoreciendo el contacto indirecto con personas con los mismos intereses, además [...] las personas tímidas también se benefician de las redes sociales, ya que pueden mejorar la sociabilidad con ayuda de la red” (p. 333)

Con la información mencionada por el autor, los beneficios sociales en personas tímidas es una oportunidad para relacionarse, además de

aprovecharse todo los recursos de información para los estudiantes en el ámbito escolar.

También Espinel et al (2021), menciona que: “Los estudiantes identifican en las redes sociales posibilidades para potenciar el aprendizaje, la comunicación, el intercambio de material educativo y la conformación de grupos de trabajo académico.” (p. 152) Con ello, se entiende que los estudiantes ya detectan y entienden cómo usar las redes sociales a su beneficio.

Por ello, González (2023) comenta que: “Varios estudios han demostrado que el uso moderado de estas plataformas puede aumentar la participación de los estudiantes, promover la colaboración y desarrollar las habilidades digitales necesarias en el siglo XXI.” (p.579)

He de mencionar que dar un buen uso de las redes sociales genera cambios positivos en el ámbito educativo en los estudiantes, es un indicio de que son una herramienta valiosa hoy en día para la educación.

3.2.2. Autoestima

La autoestima en una persona se puede diferenciar por la seguridad o inseguridad de uno mismo, la definición de esta palabra es diversa. Por ello, Branden (1995), define la autoestima como:

“Una buena autoestima es creer en uno mismo, en nuestros propios ideales, en nuestra persona para lograr ser merecedores de nuestra propia felicidad. Es generar tu propia motivación para mostrarte realmente cómo eres. Todo ello influye mucho en nuestros actos, en cómo nos realizamos y vemos las cosas”. (p. 22)

También, Palladino (1998) citado por Rojas (2017) lo define como: “La autoestima es consciente e inconsciente. Es una evaluación constante de uno mismo. Una creencia de lo que usted puede hacer y de lo que no”. (p. 10)

Con ambos argumentos podemos definir la autoestima como el constante desarrollo de seguridad de uno mismo, el cual permite nuestra

felicidad y motiva a confiar en las capacidades. Con la definición de autoestima, una buena autoestima permite a las personas a desarrollarse de mejor manera y creerse capaz de todas sus habilidades. Es así como, Martínez (2010) citado por Penasso & Arango comenta que:

“La confianza en nuestra capacidad de enfrentarnos a los desafíos básicos de la vida” “La confianza en nuestro derecho a triunfar y a ser felices; el sentimiento de ser respetables, de ser dignos, y de tener derecho a afirmar nuestras necesidades y carencias, a alcanzar nuestros principios morales y a gozar del fruto de nuestros esfuerzos”.
(p. 1)

La autoestima según Martínez es un derecho que nos permite gozar de muchas cosas y ser felices. Además de, ser indispensable en la vida de todos para confiar en uno mismo. Es así como tener una buena autoestima ayuda a cada individuo a superar diversas dificultades al confiar en sus capacidades y confiar en sí mismo. Por ello, Beauregard (2005) argumenta que:

“La autoestima es una representación efectiva que nos hacemos de nosotros mismos. Es un juicio efectivo para con nosotros referido a nuestras cualidades y habilidades. Es también la capacidad de conservar en la memoria estas representaciones positivas, para poder utilizarlas haciendo frente a los desafíos, superando las dificultades y viviendo en la esperanza”. (p. 16)

Para concluir con el argumento de Beauregard, la autoestima nos permite ser positivos y poder enfrentar desafíos por nuestra capacidad de conocernos y confiar en nosotros.

Tipos de Autoestima

La autoestima engloba muchos aspectos de una persona o individuo, por lo que se divide en 5 tipos.

Autoestima Corporal

Este tipo de autoestima es muy superficial, ya que las personas pueden tener más o menos autoestima debido a los estereotipos físicos entablados por la

sociedad. Con ello que, Maganto & Garaigordobil (2013) citado por Peris & Garaigordobil (2016) lo describe la siguiente forma:

“la imagen corporal es un concepto que se refiere a la manera en que uno percibe, imagina, siente y actúa respecto a su propio cuerpo, es decir, percepciones, pensamientos, sentimientos, actitudes y comportamientos referidos principalmente a la apariencia física, y cuyas alteraciones pueden dar lugar a problemas emocionales, especialmente en la etapa inicial de la adolescencia.” (p. 51)

Para reforzar lo anterior, Peris et al (2013) argumenta que: “En la adolescencia la corporalidad cobra más importancia, generando una gran preocupación por la apariencia e imagen física.” (p.172) Con esta información podemos interpretar que los jóvenes son muy propensos a verse afectados en su apariencia física, ocasionando inseguridades y problemas emocionales en medio de su desarrollo en la adolescencia.

Autoestima Personal

La autoestima personal, radica más en la confianza que un individuo pueda tener de uno mismo, confianza que le permite mostrarse como es y ser auténtico. Para el autor Estrada (2015) se divide en dos partes:

“La autoaceptación que es admitir y reconocer todas las partes de sí mismo como un hecho, como la forma de ser y sentir, ya que solo a través de la aceptación se puede transformar lo que es susceptible de ello.” y “El autorespeto que es atender y satisfacer tus propias necesidades y valores. Expresar y manejar en forma conveniente sentimientos y emociones, sin hacerse daño ni culparse. Además de, buscar y valorar todo aquello que lo haga a uno sentirse orgulloso de sí mismo.” (p.16)

Con los datos del autor Estrada, vemos que parte fundamental de la autoestima personal son la autoaceptación y el autorespeto que pueda tener uno mismo para poder sentirse orgulloso de sí mismo. Schoeps et al 2019 lo describe como: “la autoestima, es el conjunto de pensamientos y sentimientos que un individuo tiene acerca de su propio valor” (p. 52) Con este argumento, el propio concepto y el cariño que una persona pueda tener hacia uno mismo es el nivel

de autoestima que posee. Con esto, alguien que no se quiere o valora, presenta signos de baja autoestima.

Autoestima Académica

La autoestima académica, consiste en la confianza que puede generar ser bueno en los estudios o la desconfianza que genera ser malo o que no te vaya bien en los estudios. Por lo que Bongiorno (2015) comenta que:

“Cuando un niño fracasa en un área específica del rendimiento escolar, su autoestima será amenazada. En cambio, cuando tiene éxito, se siente aprobado, aceptado y valorizado; los sentimientos asociados a esas situaciones de éxito van a ir modificando positivamente las percepciones que la persona tiene de sí mismo.” (p.5)

Con lo que argumenta el autor, en este caso el autoestima depende mucho del rendimiento académico del estudiante, por ello se debe de explicar que una nota no define la capacidad como estudiante, sino que debe de verse como una oportunidad para seguir mejorando.

Con respecto al fracaso académico, el autor Ferrei et al (2014) menciona lo siguiente:

“El fracaso académico, es un problema que afrontan los estudiantes que presentan un rendimiento académico deficiente, generando su deserción o expulsión del sistema educativo [...] El rendimiento académico es también la resultante del complejo mundo que envuelve al estudiante, determinado por una serie de aspectos cotidianos como el esfuerzo, la capacidad de trabajo, la intensidad de estudio, sus competencias, aptitudes, personalidad, atención, motivación, memoria, medio relacional, recursos tecnológicos, entre otros, que afectan directamente el desempeño académico de los individuos.” (p.36)

Los más jóvenes tienen mucha presión académica, al estar constantemente evaluados por sus capacidades académicas, lo cual genera estrés y baja autoestima en ellos al no alcanzar las expectativas.

Autoestima Social

Este tipo de Autoestima es fundamental en la relación con el mundo que pueden tener los jóvenes. El ser social y vivir en ello permite al adolescente a relacionarse y encontrar su identidad. Es así que Leiva et al (2013) lo describen de la siguiente manera:

“La interacción social que establece el joven adolescente con sus amistades o pares conforma un nuevo factor protector externo destacado, en tanto provee un soporte afectivo adicional y aún más, en algunos casos, suple las falencias del grupo familiar disfuncional, el grupo actúa como un agente de socialización, en el cual el joven adolescente pone en práctica conductas, destrezas y roles que contribuyen a la formación de su propia identidad” (p. 114)

Con lo descrito por los autores, la autoestima social puede ser muy beneficiosa para los jóvenes que puedan tener algunos problemas en casa. Por ello es fundamental mantener un buen desarrollo de esta autoestima en los jóvenes.

Con respecto al entorno social, tener una baja autoestima puede afectar la relación del adolescente con su entorno cercano. Es por ello que Tamez (2016) argumenta que: “Las personas que presentan una falta de asertividad pueden reflejarla presentando una dificultad en su forma de relacionarse con los demás”. (p. 8) Con lo descrito, poseer una baja autoestima social, limita y aísla al individuo de encontrar su propia identidad.

Autoestima Familiar

La autoestima familiar en los jóvenes es parte fundamental para el desarrollo de las habilidades sociales y personales del menor. Ya que son el entorno más cercano y de formación de identidad desde que son bebés. Por ello, Gutiérrez et al (2007) argumentan: “Para que el rendimiento escolar sea adecuado se requiere un ambiente familiar con estimulación perceptiva, psicológica y social, que promueva experiencias de interacción que estimulen y faciliten el desarrollo del pensamiento” (p. 598) El argumento da a entender que parte de la autoestima o relación del adolescente en casa, puede afectar con su rendimiento académico y social.

Desarrollo de la autoestima

Tener buena autoestima es indispensable y se debe desarrollar desde temprana edad. Es así como, Díaz et al (2019) define el tema como:

“El desarrollo de la autoestima tiene su inicio en la infancia, sin embargo, la adolescencia es uno de los períodos más críticos para su desarrollo. Esto se debe a la búsqueda de la identidad en un proceso de cambios, tareas evolutivas e interacción social activa con la familia, la escuela, los iguales y los medios de comunicación”. (p. 99)

También, Díaz et al (2019) argumenta que: “La adolescencia es una etapa de intensos cambios sociales, psicológicos, biológicos, sexuales y neuropsicológicos. Se identifica como una etapa de crisis en el desarrollo del ser humano, que eslabona como período de transición, entre la niñez y la adultez. Marca el inicio de la independencia personal construida sobre la base de la autoidentidad en la estructuración de la personalidad, para lo cual es fundamental lograr el adecuado desarrollo del “yo” mediante el fortalecimiento del autoconocimiento”. (p. 99)

Con lo anterior, podemos reconocer que, para el aumento de la autoestima, es todo un procedimiento que se pasa en la adolescencia y es indispensable, ya que permite una independencia personal y el desarrollo del autoconcepto de uno mismo.

El nacimiento del desarrollo de la autoestima inicia desde muy pequeños y poco a poco en la adolescencia se va desarrollando progresivamente. Es así que, Mejía et al (2011) lo define como: “El concepto del YO y la Autoestima se desarrollan gradualmente durante toda la vida, iniciando en la infancia y pasando por diferentes etapas de progresiva complejidad, se definen diferentes etapas o ciclos de vida del sujeto”. (p. 5) Es así como la autoestima y su desarrollo no es algo que termina de completarse de manera rápida, sino que es un proceso largo en la que la persona se va conociendo a lo largo de toda su vida.

Tener un desarrollo adecuado de la autoestima desde temprana edad, genera mejor rendimiento en los estudiantes. Hernández (2023) argumenta que: “Los niños que tienen una buena actitud de confianza y seguridad en sí mismos. Se sienten capaces de enfrentar desafíos y creen en sus propias habilidades. Esta

confianza les permite explorar nuevas experiencias y tomar riesgos de manera constructiva”. (p. 12)

Con el argumento de Hernández podemos concluir que tener un desarrollo óptimo de autoestima desde temprana edad permite generar confianza y seguridad. Y nos convierte en capaces de enfrentar adversidades al confiar en nuestras habilidades.

Desarrollo personal

El desarrollo personal es la superación de un individuo, que permite superarte y motiva a conseguir metas y fortalecer el bienestar personal. Sobre el tema, Goleman (2006) lo define como: “Por desarrollo personal, o crecimiento personal, se entiende como el afán de superación que motiva a avanzar hacia delante, o aquello que la persona puede hacer más allá de su desarrollo natural en función de la edad”. (p. 128) Con la definición antes descrita entenderemos que el desarrollo individual permite a cualquier individuo tener la motivación de superarse y seguir creciendo.

A raíz de la motivación por un buen desarrollo personal, las personas se creen capaces de lograr muchos objetivos y metas. Por ello, Dongil y Cano (2014) definen que:

“El desarrollo personal como un proceso mediante el cual las personas intentamos llegar a acrecentar todas nuestras potencialidades o fortalezas y alcanzar nuestros objetivos, deseos, inquietudes, anhelos, etc., movidos por un interés de superación, así como por la necesidad de dar un sentido a la vida”. (p. 2)

La definición anterior nos lleva a entender que este desarrollo es un procedimiento en el que cada persona reconoce sus fortalezas y ello los motiva a seguir metas, objetivos y más. El desarrollo personal es una fuente en la que las personas se pueden desenvolver y cumplir metas. Ante ello, PNUD (2013) citado por Rosales et al (2020) afirma que:

“El desarrollo humano es un estado que supera la condición de ingresos o situación económica de una nación, es encontrar entornos donde cada uno de los miembros de la sociedad se puedan desenvolver de manera adecuada, desarrollando sus potencialidades, a partir de sus

capacidades creativas, de sus intereses y metas, y con ello vivir una vida que aprecie en el lugar y área que se desenvuelva”. (p. 105)

Contar con un buen desarrollo personal nos ayuda a querer superarnos, por ello en el argumento anterior concluimos con que este desarrollo nos permite desenvolvernos de manera óptima en cualquier lugar que nos encontremos.

Autoconcepto

El autoconcepto para una persona significa, como uno mismo se puede ver y conocer. Es la percepción que uno mismo tiene de sí mismo. Es así como, Haeussler y Milicic (2014) argumentan que el autoconcepto inicia:

“Desde muy pequeño y a partir de sus primeras experiencias, el niño se va formando una idea acerca de lo que lo rodea y también va construyendo una idea de sí mismo y una imagen personal. Esta imagen mental es una representación que, en gran medida, corresponde a lo que las otras personas piensan de él o ella”. (p. 16)

Con el argumento anterior, sabemos que el autoconcepto inicia desde que empezamos a experimentar, desde pequeños, por lo tanto, todo lo que nos rodea genera una idea y crea un concepto poco a poco de cómo somos y cómo los demás nos perciben. Por ello, el autoconcepto de las personas es indispensable, para el desarrollo de cada persona. Es así como, González et al (1997) afirma: “El autoconcepto es una de las variables más relevantes dentro del ámbito de la personalidad, tanto desde una perspectiva afectiva como motivacional”. (p. 271)

Con este concepto, reiteramos la importancia del autoconcepto de cada persona, y como conocernos y tener un concepto propio permite tener una personalidad y tener una identidad. El autoconcepto se define de manera simple con saber quién eres. Y, Fundación AMIGÓ (2008) nos lo resume como: “Es responder a la pregunta de quién soy yo, la conciencia que tengo de mí mismo, la identidad que me diferencia de los demás”. (p. 2)

Con el concepto anterior, podemos concluir que la palabra autoconcepto es simple de entender, pero si le preguntas a alguien quien es posiblemente no dará una respuesta rápida. Por ello la importancia de conocernos y saber quién eres es fundamental tener en cuenta cada día.

3.3. Definición de términos básicos

Autoconcepto: Cómo te percibes a ti mismo, una visión propia de cómo eres y ello se transmite a los demás. Un procedimiento que se desarrolla desde muy pequeño.

Autoestima: Quererte como eres y tener confianza en sí mismo. Reconocer tus habilidades y creerte merecedor de todo lo que has logrado y ser feliz contigo mismo.

Beneficios: Aporta de manera positiva a un individuo o a un grupo. Un bien que genera satisfacción y apoyo a quienes lo hacen y a quienes lo reciben.

Ciberbullying: Bullying por medios digitales que busca hacer daño a una o más personas de manera masiva en internet. Este daño con un fin de humillar, amenazar o molestar al afectado o los afectados.

Comportamiento: Acción que toma una persona al usar algo o al comunicarse con los demás. Esta acción puede generar diversas reacciones como la felicidad o la tristeza.

Desarrollo personal: Superación individual de cada individuo que le permite superarse y tomar las mejores decisiones en todo concepto. Además, de ser un proceso que ayuda a mejorar y superarse como persona.

Edad temprana: Inicio de la etapa de una persona, desde que naces. Un proceso de crecimiento temprano, en el cual te adaptas a tu entorno, te desarrollas como persona.

Identidad: Rasgos que te caracterizan como persona y te diferencian del resto. Estos rasgos diferenciales pueden ser por tu físico, comportamiento, valores y más.

Redes sociales: Plataformas en internet que permite comunicarnos con los demás desde cualquier lugar del mundo y te permite publicar contenido variado de manera pública o privada.

Riesgo: Es un indicio para estar alerta y tener precauciones. Un signo que te hace vulnerable en todo momento, por ello se debe estar atento por la posibilidad de algún peligro o amenaza.

CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES

4.1. Formulación de hipótesis

4.1.1. Hipótesis general

El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

4.1.2. Hipótesis específicas

H1: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima corporal en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

H2: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima personal en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

H3: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima académica en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

H4: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima social en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

H5: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima familiar en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

4.2. Operacionalización de variables

Variable 1: Redes sociales

Descripción Conceptual: Son herramientas digitales que permiten mantenerte conectado con el mundo, una gran herramienta de comunicación y para publicar contenido de todo tipo en privado o público. Desde niños pequeños hasta adultos mayores se encuentran conectados en la digitalización social, sin embargo, gran parte son los adolescentes al ser los usuarios más conectados a las redes sociales. (Barrón & Mejía., 2021)

Esta variable se define en tres dimensiones.

D1: Adicción a las redes sociales

D2: Beneficios de las redes sociales

D3: Uso adecuado de las redes sociales

Tabla 1

Operacionalización de la variable 1

Variable	Definición conceptual	Definición ocupacional	Dimensiones
V1: Redes sociales	Son herramientas digitales que permiten mantenerte conectado con el mundo, una gran herramienta de comunicación y para publicar contenido de todo tipo en privado o público. Desde niños pequeños hasta adultos mayores se encuentran conectados en la digitalización social, sin embargo, gran parte son los adolescentes al ser los usuarios más conectados a las redes sociales. (Barrón & Mejía., 2021)	Esta variable se define en tres dimensiones.	Adicción a redes sociales
			Beneficios de las redes sociales
			Uso adecuado de las redes sociales

Variable 2: Autoestima

Descripción Conceptual: La autoestima significa confiar en uno mismo y creer que mereces todo lo que tienes o lo que te rodea. Además, de ser feliz con uno mismo. Según Buitrago & Sáenz., 2021, p.6): “La autoestima está asociada al gusto, valoración y aceptación de sí mismo, es decir, se orienta a tener una imagen positiva de sí y a estar satisfecho, además de mantener buenas relaciones consigo mismo”.

Esta variable operacionalmente tiene cinco dimensiones.

D1: Autoestima Corporal

D2: Autoestima Personal

D3: Autoestima Académica

D4: Autoestima Social

D5: Autoestima Familiar

Tabla 2

Operacionalización de la variable 2

Variable	Definición conceptual	Definición ocupacional	Dimensiones
V2: Autoestima	La autoestima significa confiar en uno mismo y creer que mereces todo lo que tienes o lo que te rodea. Además, de ser feliz con uno mismo. Según Buitrago & Sáenz., 2021, p.6): “La autoestima está asociada al gusto, valoración y aceptación de sí mismo, es decir, se orienta a tener una imagen positiva de sí y a estar satisfecho, además de mantener buenas relaciones consigo mismo”.	Esta variable operacionalmente tiene tres dimensiones.	Autoestima Corporal Autoestima Personal Autoestima Académica Autoestima Social Autoestima Familiar

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Diseño metodológico

Tipo: Dicha investigación es de tipo aplicada, debido a que se pretende obtener una solución determinada y práctica del problema mencionado en esta investigación. Además, de obtener un impacto en los estudiantes. Para, Lozada (2014) “La investigación aplicada busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad”. Además, para Ramirez et al (2018) “La metodología de la Investigación e investigación aplicada son asignaturas que dan continuidad a la investigación como eje transversal del proceso de formación profesional”.

Enfoque: En esta investigación se aplicará el enfoque cuantitativo, esto debido a que se emplea el uso de encuestas con el fin de obtener resultados objetivos en base a la recopilación de datos. Lo que busca el enfoque cuantitativo es la expansión de datos e información, se basa en investigaciones previas, también, se utiliza para consolidar creencias previamente fundamentadas de manera lógica y formular patrones exactos del comportamiento de una cierta población. (Hernández, et al., 2014)

Diseño: Esta investigación es el diseño descriptivo, no experimental, debido a que ningún dato o variable será alterada. Toda la investigación usa los datos específicos obtenidos sin variación alguna. Para Calle (2023) “El diseño obedece a una forma de ver la realidad como algo concreto y objetivo” (p. 1876)

Nivel: El nivel empleado es correlacional, porque se analiza la relación de ambas variables de dicha investigación y si están afectan de manera positiva o negativa entre sí. Para Cauas (2015) “Este tipo de estudios se utilizan para determinar en qué medida dos o más variables están relacionadas entre sí. Se trata de averiguar de qué manera los cambios de una variable influyen en los valores de otra variable”. (p.9)

5.2. Población

Estudiantes matriculados de 4to grado de secundaria del colegio estatal Fe y Alegría 43, 2025. Para Supo (2015): “El análisis de la factibilidad de tu estudio comienza con definir, identificar y ubicar a tu población de estudio.” (p.7), además de que “La población de estudio se define como el conjunto de las unidades de estudio”. (p.10)

5.3. Muestra

Para la muestra de estudio se aplican los criterios de inclusión y exclusión, así poder delimitar con mayor precisión a los participantes.

Criterios de inclusión:

- estudiante activo en redes sociales.
- rango de edad de 14 a 16 años.

Criterios de exclusión:

- no tener permiso del apoderado.
- no tener redes sociales.
- compromiso del estudiante.

Luego de su aplicación se logró determinar a 84 estudiantes, a los cuales se les aplicó la fórmula de poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Datos:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

E = 0.05 (5% nivel de error)

p = 0.5% (50% de probabilidad)

q = 0.5% (50% de probabilidad)

Z = 1.96 (95% de nivel de confianza)

Aplicando esta fórmula se obtiene una muestra de 70 estudiantes.

Tipo de muestreo: Para esta investigación, se usará el tipo probabilístico. Esto debido a que según Caparó et al (2017): “El tamaño de la muestra está relacionado, con el tipo de estudio, en el caso de estudios descriptivos, el objetivo es tener un tamaño de muestra que sea representativo de la población y la potencia del estudio está relacionada de manera proporcional con el tamaño de la muestra.” (p. 61)

5.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Para esta investigación se emplea el uso de la técnica Encuesta, debido a su efectividad para recopilar datos a un grupo de personas determinado.

Para Reyes (2015): “La encuesta se ha convertido en una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales [...] Además, utilizan esta técnica como un instrumento indispensable para conocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos.” (p. 1)

La herramienta empleada en esta investigación es el cuestionario por medio de la escala de Likert estratificada, donde se medirá opiniones mediante una escala de 1 al 5 donde inicia con la escala más baja y termina con la escala más alta.

La escala de Likert con más de 80 años de ejercerse se considera como una herramienta práctica para el desarrollo de investigaciones. Además de su sencillez al hacer su aplicación. (Morales et al., 2016)

El cuestionario contará con dos variables con un total de 39 preguntas. La primera variable es “Redes Sociales”, contiene 3 dimensiones con 20 preguntas. Y la segunda variable “Autoestima”, contiene 5 dimensiones con 19 preguntas.

5.5. Técnica de procesamiento de la información

La herramienta usada en esta investigación es el cuestionario, en este caso se emplea el uso de un cuestionario impreso, donde se separa en dos secciones de acuerdo con las dos variables de la investigación, Redes Sociales como primera variable y Autoestima como segunda variable. En total consta de 39 preguntas por medio de la escala de Likert, 20 preguntas de Redes sociales y 19 preguntas de autoestima.

Al tener el cuestionario impreso, se iniciará con la recopilación de datos, por ello se proporcionará de manera presencial la formulación de las encuestas a los estudiantes que pasaron por los criterios de inclusión y exclusión, y por la aplicación de fórmula de población finita.

Con los datos ya recolectados, el procesamiento de datos consta de pasar la información a una hoja de cálculo de Microsoft Excel para luego pasar los datos obtenidos por un análisis estadístico mediante el software Jamovi.

Jamovi es un software que demuestra la eficiencia y efectividad en análisis de datos recopilados, sin perder la profundidad ni calidad de los resultados que se obtienen. Además, de ser una herramienta accesible al ser gratuita. (Lino et al., 2024) Mediante Jamovi, se generarán tablas y gráficos sobre los resultados del cuestionario. Posteriormente, se realizará una reflexión y análisis descriptivo para explicar la razón de los resultados obtenidos.

Validez:

En esta investigación para hacer óptima su validez. Se realizará una validez externa de la herramienta empleada mediante el juicio de un experto. Es así como el experto dará sus opiniones y aprobación para aplicar la encuesta al grupo de investigación.

Confiabilidad:

Para este estudio, se emplea mediante la herramienta estadística Alfa de Cronbach, es así como se recopilan los resultados correspondientes por cada variable.

En la primera variable se alcanzaron los siguientes resultados.

Tabla 3

Coefficiente de correlación

N° de elementos	Coefficiente
8	0.702

Para la primera variable se alcanzó un resultado de 0.702, eso se comprende a un porcentaje de 70%. Según la tabla de evaluación este resultado corresponde a un Alfa aceptable.

- $\alpha \geq 0,9$ - Excelente
- $0.8 \leq \alpha < 0.9$ - Buena
- $0.7 \leq \alpha < 0.8$ - Aceptable
- $0.6 \leq \alpha < 0.7$ - Cuestionable
- $0.5 \leq \alpha < 0.6$ - Pobre
- $\alpha < 0,5$ - Inaceptable

En la segunda variable se alcanzaron los siguientes resultados.

Tabla 4

Coefficiente de correlación

N° de elementos	Coefficiente
8	0.802

Para la segunda variable se alcanzó un resultado de 0.802, eso se comprende a un porcentaje de 80%. Según la tabla de evaluación este resultado corresponde a un Alfa buena.

- $\alpha \geq 0,9$ - Excelente
- $0.8 \leq \alpha < 0.9$ - Buena
- $0.7 \leq \alpha < 0.8$ - Aceptable
- $0.6 \leq \alpha < 0.7$ - Cuestionable
- $0.5 \leq \alpha < 0.6$ – Pobre
- $\alpha < 0,5$ – Inaceptable

5.5.1. Análisis descriptivo

A continuación, se mostrarán los resultados de las encuestas impresas obtenidos de los 70 estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Tabla 5

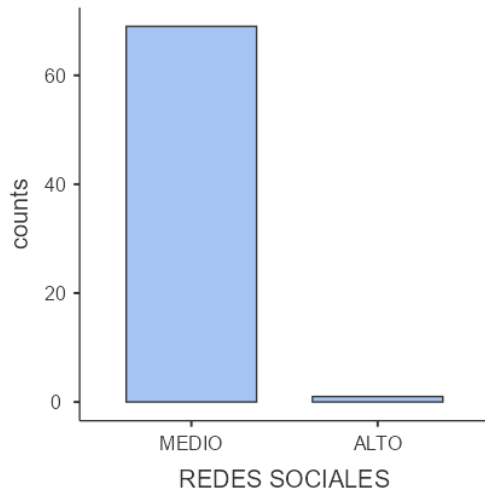
V1 – Redes Sociales

Frecuencia de REDES SOCIALES

REDES SOCIALES	Frecuencias	% del total	% acumulado
MEDIO	69	98.6%	98.6%
ALTO	1	1.4%	100.0%

Gráfico 1

V1 – Redes Sociales



Interpretación: Los resultados en la primera variable arrojaron que un 98.6% se encuentra en un nivel medio, un 1.4% en un nivel alto y ningún porcentaje en un nivel bajo. Este resultado refleja que los estudiantes encuestados de 4to de secundaria tienen un manejo a nivel intermedio con respecto a la adicción de las redes sociales, conociendo los beneficios que tienen estos en ellos y teniendo un uso adecuado y con los cuidados necesario de la misma.

Tabla 6

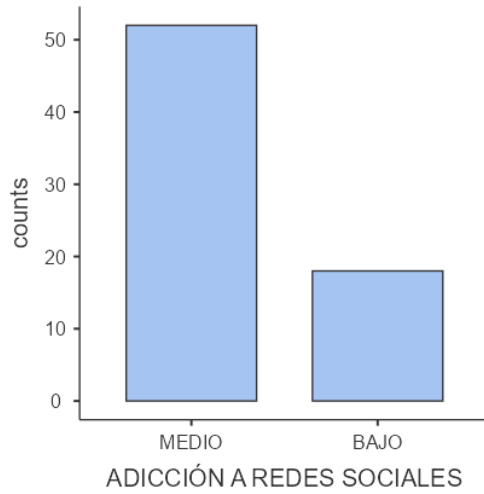
D1 – Adicción a redes sociales

Frecuencia de ADICCIÓN A REDES SOCIALES

ADICCIÓN A REDES SOCIALES	Frecuencias	% del total	% acumulado
MEDIO	52	74.3%	74.3%
BAJO	18	25.7%	100.0%

Gráfico 2

D1 – Adicción a las redes sociales



Interpretación: Los resultados en la primera dimensión de la primera variable arrojaron que hay un 74.3% de los encuestados tienen un nivel medio y un 25.7% un nivel alto. Estos resultados arrojan que el tiempo de uso de las redes sociales en los estudiantes de 4to de secundaria están a un nivel moderado sin una adicción en concreto, pero aun así existe un 25.7% manejan un nivel de adicción con más de 4 horas de uso al día.

Tabla 7

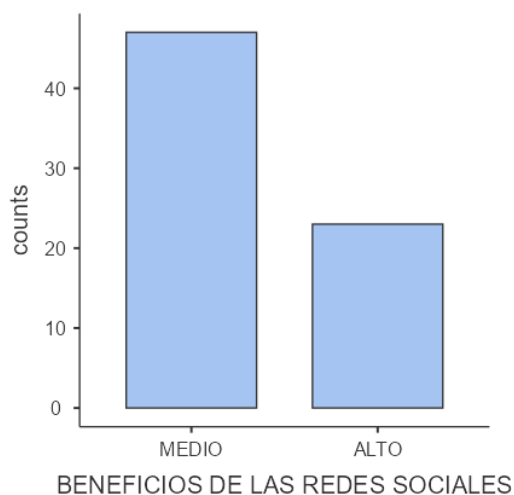
D2 – Beneficios de las redes sociales

Frecuencia de BENEFICIOS DE LAS REDES SOCIALES

BENEFICIOS DE LAS REDES SOCIALES	Frecuencias	% del total	% acumulado
MEDIO	47	67.1%	67.1%
ALTO	23	32.9%	100.0%

Gráfico 3

D2 – Beneficios de las redes sociales



Interpretación: Los resultados de la segunda dimensión de la primera variable arrojan que un 67.1% están a un nivel medio y un 32.9% a un nivel alto. Con estos resultados se puede interpretar que todos los estudiantes encuestados de 4to de secundaria conocen los beneficios que tienen las redes sociales, algunos en mayor proporción que otros. Y esto puede ser bien aprovechado por estos estudiantes.

Tabla 8

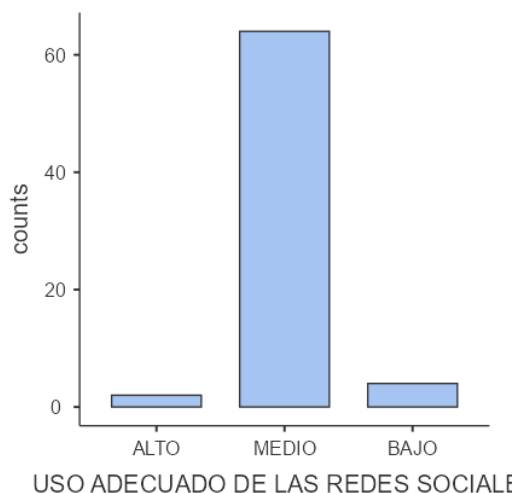
D3 – Uso adecuado de las redes sociales

Frecuencia de USO ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES

USO ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES	Frecuencias	% del total	% acumulado
ALTO	2	2.9%	2.9%
MEDIO	64	91.4%	94.3%
BAJO	4	5.7%	100.0%

Gráfico 4

D3 – Uso adecuado de las redes sociales



Interpretación: Los resultados para la tercera dimensión de la primera variable son de un 2.9% a un nivel alto, 91.4% a un nivel medio y 5.7 a un nivel bajo. Estos resultados con respecto al uso adecuado de los estudiantes encuestados de 4to de secundaria arrojan que les dan un uso adecuado y correcto a las redes sociales, consumiendo contenido adecuado para su edad y cuidando información personal a un nivel intermedio con un pequeño porcentaje a nivel alto. Pero, existe un porcentaje mínimo que no tiene un uso adecuado, siendo un factor que observar.

Tabla 9

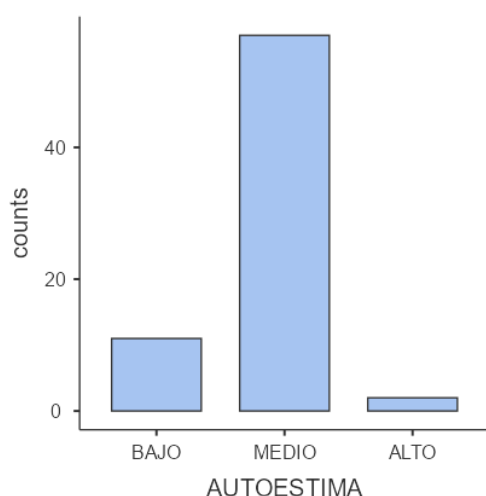
V2 – Autoestima

Frecuencia de AUTOESTIMA

AUTOESTIMA	Frecuencias	% del total	% acumulado
BAJO	11	15.7%	15.7%
MEDIO	57	81.4%	97.1%
ALTO	2	2.9%	100.0%

Gráfico 5

V2 – Autoestima



Interpretación: Los resultados con respecto a esta segunda variable son, 15.7% están a un nivel bajo, un 81.4% a un nivel medio y un 2.9% a un nivel alto. Con estos resultados podemos interpretar que un porcentaje mayor tienen una autoestima media, reconociendo sus habilidades comunicativas, académicas y su autoestima personal reconociendo sus fortalezas y debilidades. Pero aun así hay un porcentaje por analizar teniendo una autoestima baja, que no se debe pasar por alto.

Tabla 10

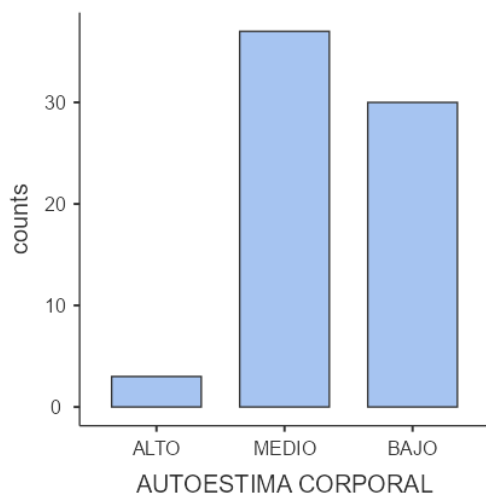
D1 – Autoestima Corporal

Frecuencia de AUTOESTIMA CORPORAL

AUTOESTIMA CORPORAL	Frecuencias	% del total	% acumulado
ALTO	3	4.3%	4.3%
MEDIO	37	52.9%	57.1%
BAJO	30	42.9%	100.0%

Gráfico 6

D1 – Autoestima Corporal



Interpretación: Los resultados de la primera dimensión de la segunda variable son los siguientes, 4.3% presenta un nivel alto, un 52.9% un nivel medio y un 42.9% un nivel bajo. Con respecto al autoestima corporal de los estudiantes encuestados de 4to de secundaria más de la mitad de los encuestados tienen un nivel intermedio de autoestima y un pequeño nivel de autoestima alto en este tipo de autoestima. Un buen resultado de los encuestados, pero también hay un porcentaje considerable de estudiantes con autoestima corporal bajo, que no están conformes con su imagen física el cual no es un buen indicio y debe de cambiar.

Tabla 11

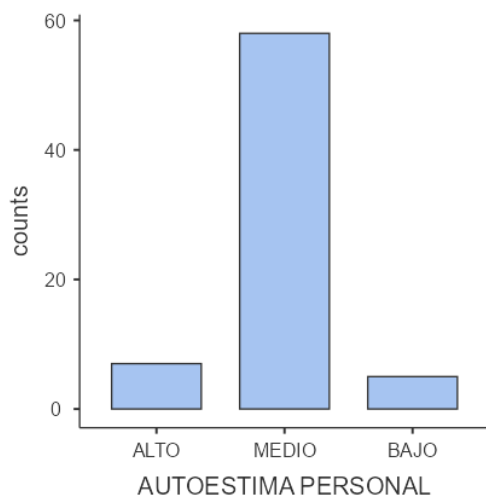
D2 – Autoestima Personal

Frecuencia de AUTOESTIMA PERSONAL

AUTOESTIMA PERSONAL	Frecuencias	% del total	% acumulado
ALTO	7	10.0%	10.0%
MEDIO	58	82.9%	92.9%
BAJO	5	7.1%	100.0%

Gráfico 7

D2 – Autoestima Personal



Interpretación: Los resultados para la segunda dimensión de la segunda variable son, 10% presenta un nivel alto, 82.9% un nivel medio y un 7.1% un nivel bajo. Con respecto al autoestima personal de los estudiantes de 4to de secundaria un porcentaje muy alto maneja una autoestima personal medio con un porcentaje del 10% con una autoestima personal alto, siendo un factor positivo ya que los estudiantes pueden reconocer sus habilidades, fortalezas y debilidades. Pero, aun así, hay un pequeño porcentaje con autoestima personal baja, que puede ser significativo para esta investigación.

Tabla 12

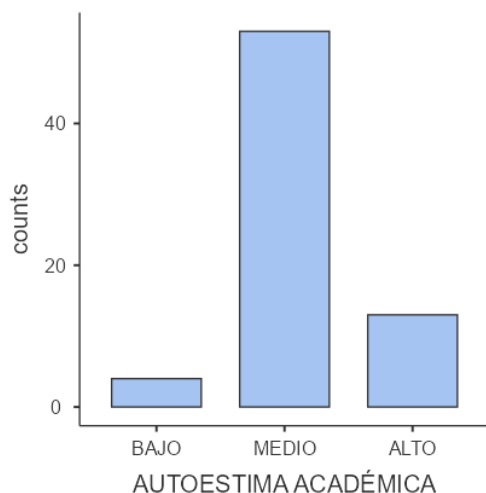
D3 – Autoestima Académica

Frecuencia de AUTOESTIMA ACADÉMICA

AUTOESTIMA ACADÉMICA	Frecuencias	% del total	% acumulado
BAJO	4	5.7%	5.7%
MEDIO	53	75.7%	98.6%
ALTO	13	18.6%	100.0%

Gráfico 8

D3 – Autoestima Académica



Interpretación: Los resultados para esta tercera dimensión de la segunda variable podemos observar los siguientes resultados, un 5.7% tiene una autoestima académico bajo, un 75.7% un nivel medio y un 18.6% un nivel alto. Este resultado es muy bueno por parte de los estudiantes, ya que un gran porcentaje de estudiantes confía en sus habilidades académicas, generando una buena autoestima en ello. Pero, aun así, hay una minoría con una autoestima académica baja que no confía en sus capacidades académicas y afectan en su autoestima.

Tabla 13

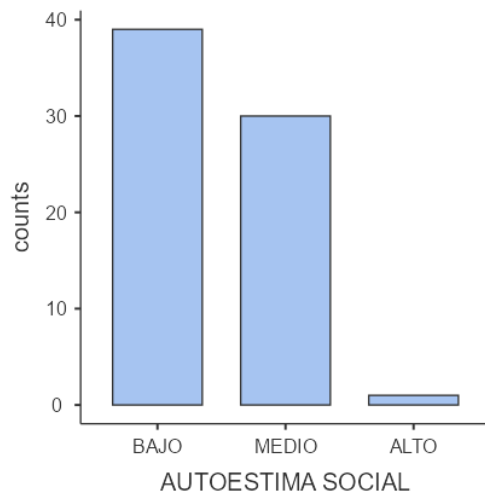
D4 – Autoestima Social

Frecuencia de AUTOESTIMA SOCIAL

AUTOESTIMA SOCIAL	Frecuencias	% del total	% acumulado
BAJO	39	55.7%	55.7%
MEDIO	30	42.9%	98.6%
ALTO	1	1.4%	100.0%

Gráfico 9

D4 – Autoestima Social



Interpretación: Los resultados para la cuarta dimensión de la segunda variable son, un 55.7% presenta autoestima social bajo, un 42.9% un nivel medio y un 1.4% un nivel alto. Estos datos son preocupantes debido a que casi la mitad de los estudiantes encuestados de 4to de secundaria tienen una autoestima social bajo con respecto a sus habilidades sociales. Pero, aun así, más de la mitad de los encuestados presentan una autoestima social media. Reconociendo en mediana proporción sus habilidades y tienen confianza en ello.

Tabla 14

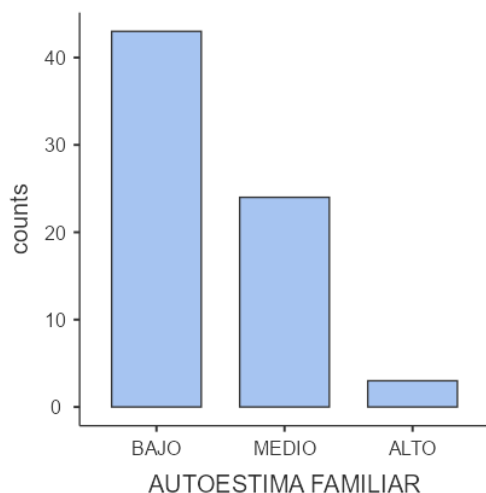
D5 – Autoestima Familiar

Frecuencia de AUTOESTIMA FAMILIAR

AUTOESTIMA FAMILIAR	Frecuencias	% del total	% acumulado
BAJO	43	61.4%	61.4%
MEDIO	24	34.3%	95.7%
ALTO	3	4.3%	100.0%

Gráfico 10

D5 – Autoestima Familiar



Interpretación: Los resultados de la quinta dimensión de la segunda variable son, un 61.4% presenta una autoestima familiar bajo, un 34.3 un nivel medio y un 4.3% un nivel alto. Con estos resultados, se puede interpretar que más de la mitad de los estudiantes tiene un nivel bajo de autoestima familiar, siendo un factor preocupante con respecto a los anteriores resultados. Si bien hay un grupo moderado con autoestima media, con este resultado se debe tomar énfasis en la autoestima familiar de los estudiantes.

5.5.2. Análisis ligados a las hipótesis

Hipótesis Principal:

HP: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la autoestima en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

HP0: El uso de redes sociales no se relaciona con el desarrollo de la autoestima en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Correlación de la Hipótesis Principal:

Tabla 15

Correlación de la V1 con la V2

CORRELACIÓN: V1 con la V2

		V1	V2
REDES SOCIALES	Rho de Spearman	0.40	
	gl	68	
	valor p	0.00	
AUTOESTIMA	Rho de Spearman		0.40
	gl		68
	valor p		0.00

Análisis:

Se obtiene de la matriz de correlación que el resultado de Rho de Spearman es 0.40 y un p valor de 0.00 con lo cual se demuestra que existe una relación baja entre la variable 1 y la variable 2. Con este resultado, existe una relación entre la variable 1 y la variable 2. Si bien hay una relación baja entre ambas variables, estaba casi al tope para ser considerada una relación moderada, la razón de los resultados se debe a que los estudiantes de 4to de secundaria según sus datos descriptivos manejan una autoestima moderada, por el cual el uso de las redes sociales les sirve para aprovechar sus beneficios con el cuidado adecuado para que no los haga vulnerables al contenido.

0.00 – 0.20	Relación muy baja
0.21 – 0.40	Relación baja
0.41 – 0.60	Relación moderada
0.61 – 0.80	Relación significativa
0.81 – 1.00	Relación muy significativa

Hipótesis Secundaria:

Hipótesis Especifica 1:

HE1: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la **autoestima corporal** en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

HE0: El uso de redes sociales no se relaciona con el desarrollo de la **autoestima corporal** en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Correlación de la Hipótesis Especifica 1:

Tabla 16

Correlación de la V1 con la V2D1

CORRELACIÓN: V1 con la V2D1

		V1	V2D1
REDES SOCIALES	Rho de Spearman	0.35	
	gl	68	
	valor p	0.00	
AUTOESTIMA CORPORAL	Rho de Spearman		0.35
	gl		68
	valor p		0.00

Análisis:

Se obtiene de la matriz de correlación que el resultado de Rho de Spearman es 0.35 y un p valor de 0.00 con lo cual se demuestra que existe una relación baja entre la variable 1 y la Dimensión 1 de la variable 2. Con estos resultados podemos interpretar que la razón por el que hay una relación baja debido a que el contenido de redes sociales que consumen los estudiantes de 4to de secundaria no los hace sentir inseguros al tener un autoestima moderado, pero, aun así, con el resultado hay una minoría que sí se siente afectado en base a desarrollo de su autoestima y genera desconfianza en su apariencia física.

0.00 – 0.20	Relación muy baja
0.21 – 0.40	Relación baja
0.41 – 0.60	Relación moderada
0.61 – 0.80	Relación significativa
0.81 – 1.00	Relación muy significativa

Hipótesis Específica 2:

HE2: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la **autoestima personal** en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

HE0: El uso de redes sociales no se relaciona con el desarrollo de la **autoestima personal** en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Correlación de la Hipótesis Específica 2:

Tabla 17

Correlación de la V1 con la V2D2

CORRELACIÓN: V1 con la V2D2

		V1	V2D2
REDES SOCIALES	Rho de Spearman	0.45	
	gl	68	
	valor p	0.00	
AUTOESTIMA PERSONAL	Rho de Spearman		0.45
	gl		68
	valor p		0.00

Análisis:

Se obtiene de la matriz de correlación que el resultado de Rho de Spearman es 0.45 y un p valor de 0.00 con lo cual se demuestra que existe una relación moderada entre la variable 1 y la Dimensión 2 de la variable 2. Con este resultado de relación, se puede justificar que la relación moderada de ambos se debe a que el buen uso de los estudiantes y saber aprovechar los beneficios de estas genera una buena autoestima en los estudiantes de 4to de secundaria, el cual los ayuda a conocerse mejor a desarrollar distintas habilidades a su beneficio.

0.00 – 0.20	Relación muy baja
0.21 – 0.40	Relación baja
0.41 – 0.60	Relación moderada
0.61 – 0.80	Relación significativa
0.81 – 1.00	Relación muy significativa

Hipótesis Específica 3:

HE3: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la **autoestima académica** en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

HE0: El uso de redes sociales no se relaciona con el desarrollo de la **autoestima académica** en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Correlación de la Hipótesis Específica 3:

Tabla 18

Correlación de la V1 con la V2D3

CORRELACIÓN: V1 con la V2D3

		V1	V2D3
REDES SOCIALES	Rho de Spearman	0.36	
	gl	68	
	valor p	0.00	
AUTOESTIMA ACADÉMICO	Rho de Spearman		0.36
	gl		68
	valor p		0.00

Análisis:

Se obtiene de la matriz de correlación que el resultado de Rho de Spearman es 0.36 y un p valor de 0.00 con lo cual se demuestra que existe una relación baja entre la variable 1 y la Dimensión 3 de la variable 2. Esta relación baja se debe a que según los datos descriptivos los estudiantes ellos manejan una buena autoestima en base a sus capacidades académicas, siendo este el factor principal del por qué una relación baja. El contenido que pueden consumir en redes no afecta en sus calificaciones, por la confianza de conocimiento que poseen la mayoría de los encuestados.

0.00 – 0.20	Relación muy baja
0.21 – 0.40	Relación baja
0.41 – 0.60	Relación moderada
0.61 – 0.80	Relación significativa
0.81 – 1.00	Relación muy significativa

Hipótesis Específica 4:

HE4: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la **autoestima social** en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

HE0: El uso de redes sociales no se relaciona con el desarrollo de la **autoestima social** en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Correlación de la Hipótesis Específica 4:

Tabla 19

Correlación de la V1 con la V2D4

CORRELACIÓN: V1 con la V2D4

		V1	V2D4
REDES SOCIALES	Rho de Spearman	0.31	
	gl	68	
	valor p	0.00	
AUTOESTIMA SOCIAL	Rho de Spearman		0.31
	gl		68
	valor p		0.00

Análisis:

Se obtiene de la matriz de correlación que el resultado de Rho de Spearman es 0.31 y un p valor de 0.00 con lo cual se demuestra que existe una relación baja entre la variable 1 y la Dimensión 4 de la variable 2. Este resultado de relación es bajo debido a que la autoestima social baja de los estudiantes de 4to de secundaria no se debe al contenido que puedan consumir en redes sociales. Si bien existe una autoestima baja, las redes sociales no son el causante de ello, al igual de no ser indispensable como herramienta para desarrollar la autoestima social en los estudiantes encuestados. El cual debería ser aprovechado.

0.00 – 0.20	Relación muy baja
0.21 – 0.40	Relación baja
0.41 – 0.60	Relación moderada
0.61 – 0.80	Relación significativa
0.81 – 1.00	Relación muy significativa

Hipótesis Específica 5:

HE5: El uso de redes sociales se relaciona con el desarrollo de la **autoestima familiar** en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

HE0: El uso de redes sociales no se relaciona con el desarrollo de la **autoestima familiar** en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43.

Correlación de la Hipótesis Específica 5:

Tabla 20

Correlación de la V1 con la V2D5

CORRELACIÓN: V1 con la V2D5

	V1	V2D5
--	----	------

REDES SOCIALES	Rho de Spearman	0.40
	gl	68
	valor p	0.00
AUTOESTIMA FAMILIAR	Rho de Spearman	0.40
	gl	68
	valor p	0.00

Análisis:

Se obtiene de la matriz de correlación que el resultado de Rho de Spearman es 0.40 y un p valor de 0.00 con lo cual se demuestra que existe una relación baja entre la variable 1 y la Dimensión 5 de la variable 2. La relación baja en esta correlación se debe a que la autoestima familiar es baja en los estudiantes encuestados, no es por las redes sociales o por el tiempo de uso. La baja autoestima puede ser por distintos factores de convivencia entre otros, pero no por el manejo de redes sociales.

0.00 – 0.20	Relación muy baja
0.21 – 0.40	Relación baja
0.41 – 0.60	Relación moderada
0.61 – 0.80	Relación significativa
0.81 – 1.00	Relación muy significativa

CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1. Alcance esperado

Esta investigación tiene como propósito elaborar un manual digital sobre cómo usar de manera correcta las redes sociales para los estudiantes de 4to de secundaria del colegio Fe y Alegría 43, mostrando de manera didáctica cómo aprovechar sus recursos y cómo prevenir caer en peligros o adicción. Este manual digital los guiará a dar un uso correcto a las redes sociales y ayudarlos a fomentar el desarrollo del autoestima. Con ello, mejorar su desarrollo personal, social, académico y familiar.

6.2. Descripción del mercado objetivo del producto o servicio

En la investigación se detectó que en los estudiantes de 4to de secundaria del colegio Fe y Alegría 43 presentan incidencias negativas por el mal uso de las redes sociales. Por lo que la propuesta de innovación consta con implementar un manual digital didáctico que guíe a los estudiantes para que puedan aprovechar los beneficios de las redes sociales y los ayude en su desarrollo personal y social.

6.3. Diagnostico Situacional

El colegio estatal Fe y Alegría 43, como institución busca preparar a sus estudiantes para el futuro. Promoviendo el desarrollo de habilidades prácticas a sus alumnos, de la mano con docentes capacitados y dedicados. Sus valores, fe, compromiso y servicio refuerzan su calidad educativa. Además de potenciar habilidades y celebrar logros de sus alumnos y exalumnos.

FODA del colegio Fe y Alegría 43

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Más de 33 años de experiencia. Alianzas estratégicas para la educación de sus estudiantes. Talleres prácticos para sus estudiantes. Profesores calificados. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de herramientas tecnológicas en la educación. Área especializada en la salud mental de los estudiantes. Poca visibilidad en redes sociales. Pocas vacantes cada año.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> Implementar metodología tecnológica. Buen prestigio del colegio, asociado a recomendaciones. Apoyo del estado. Gran demanda de estudiantes en la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> La delincuencia por la zona. Calidad educativa de los colegios particulares. Desastres naturales. Apertura de nuevos colegios.

Nota: Elaboración propia

Gráfico 11

Mapa de Percepción de redes sociales de los alumnos de 4to de secundaria



Nota: Elaboración propia

6.4. Desarrollo del Proyecto de Innovación

6.4.1. Etapa 1: Diagnóstico y análisis

En esta primera etapa se contará con la aprobación y permiso del colegio Fe y Alegría 43 para realizar el análisis a los estudiantes de 4to de secundaria sobre su manejo y percepción de las redes sociales, así como su nivel de autoestima. Con estos resultados, se iniciará con una estrategia para afrontar los problemas y riesgos que pueden tener en redes sociales, al igual que reforzar y explicar las oportunidades que pueden obtener de ellas. Todo ello de la mano con fortalecer y desarrollar la autoestima de los estudiantes.

Gráfico 12

Diagrama de Ishikawa - Redes Sociales en los adolescentes.



Nota: Elaboración propia

En el diagrama de Ishikawa muestra las consecuencias y peligros que se enfrentan los adolescentes al usar las redes sociales, entre ellas, adicción, consumir contenido inapropiado, caer en manos de pedófilos o perfiles falsos. Así como exponerse al mundo digital a tan corta edad.

Gráfico 13

Diagrama de Ishikawa – Autoestima en los adolescentes.



Nota: Elaboración propia

En este diagrama de Ishikawa, se muestran las consecuencias de tener baja autoestima en los adolescentes, que son muy vulnerables por los cambios que enfrentan a su edad. Factores que pueden afectar en su desarrollo personal, social, académico y familiar.

6.4.2. Etapa 2: Definir los objetivos del manual

Para la segunda etapa, con los resultados y análisis correspondientes. Se ideará un cuadro que plantee los objetivos estratégicos del manual. Además de un Objetivo SMART para plantear un objetivo principal del manual para los estudiantes de 4to de secundaria.

Tabla 22

Objetivos Estratégicos del Manual Digital

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS
Fomentar un uso responsable y consciente de RRSS en los estudiantes de 4to de secundaria.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear módulos temáticos sobre el uso responsable de RRSS. • Actividades de autoevaluación y reflexión.
Desarrollar las habilidades socioemocionales de los estudiantes a través de las RRSS.	<ul style="list-style-type: none"> • Promover respeto, empatía y autorregulación emocional. • Plantear ejercicios de comunicación digital.
Promover el desarrollo académico de los estudiantes, dando un uso educativo a las RRSS.	<ul style="list-style-type: none"> • Enseñar como las RRSS pueden ser una herramienta de estudio. • Recomendar cuentas educativas y grupos de estudio.
Mejorar los vínculos familiares, mediante diálogos informativos sobre las RRSS.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar sesión con padres de familia para aconsejar sobre el uso responsable de RRSS en sus hijos. • Proponer acuerdos familiares con respecto al uso de RRSS.
Fortalecer el desarrollo de la autoestima y la identidad digital de los estudiantes en RRSS.	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades para crear una identidad positiva en RRSS. • Fomentar la autenticidad en las RRSS y el respeto a los demás usuarios.

Nota: Elaboración propia

En esta tabla se plantean cinco objetivos estratégicos que tiene el manual digital, y las estrategias para lograrlas con éxito. Fundamentales para dar inicio en el diseño y producción del manual digital.

Tabla 23

Objetivo SMART

S (Específico)	M (Medible)	A (Alcanzable)	R (Relevante)	T (Tiempo)
Fortalecer la autoestima personal, social, académica, y familiar, de los estudiantes mediante el uso de RRSS.	Mediante un manual digital estructurado para los estudiantes de 4to de secundaria del colegio Fe y Alegría 43.	Con una sesión por mes, para que el proceso sea aprendido sin dificultar sus estudios.	Para contribuir a un buen desarrollo personal y así puedan aprovechar las habilidades y oportunidades que brindan las RRSS a su generación.	Durante un proceso de 5 meses.

Nota: Elaboración propia

Un objetivo SMART permite tener una visión clara y objetiva de lo que se desea lograr al ser específico y estratégico.

6.4.3. Etapa 3: Diseño del Manual

El diseño del manual digital estará estructurado en 5 partes, cada una de ellas en base a los objetivos estratégicos ya planteados. El manual contará con un introducción del tema, explicando las redes sociales (riesgos, tipos y beneficios), además de explicar sobre el autoestima en la adolescencia (factores negativos y positivos). Como estructura, contará con testimonios, casos y ejemplos de la relación de las RRSS con la autoestima. Posteriormente, explicar las buenas prácticas digitales mediante consejos, límites y buenos hábitos. Para concluir se realizarán actividades (retos, autoevaluación y ejercicios) y brindar links con recomendaciones y apps para ayudarlos y guiarlos en el proceso.

Tabla 24

Estructura del Manual - Sesión 1

ESTRUCTURA DEL MANUAL - Sesión 1	
TEMA: Introducción y uso responsable y consciente de RRSS	
Introducción	¿Qué son las redes sociales?
	¿Qué es la autoestima?
Redes Sociales	Tipos de Redes Sociales
	Riesgos
	Beneficios
Autoestima en la adolescencia	Baja Autoestima
	Factores Negativos de una Baja Autoestima
	Buena Autoestima
	Factores Positivos de una buena autoestima
	CASO 1: Adolescente con baja autoestima

Testimonios	CASO 2: Adolescente con adicción a redes sociales
Reflexión de los casos	
Refrigerio	
Buenas prácticas en las redes sociales	Seguridad y Privacidad
	Respeto y Convivencia Digital
	Pensamiento Crítico y Veracidad
	Uso responsable del tiempo en RRSS
Reto del mes	Verificar las configuraciones de seguridad e implementar las buenas prácticas vistas en la sesión.
Conclusiones	
Encuesta de satisfacción	

Nota: Elaboración propia

En esta tabla se muestra la estructura del manual que se dará en la primera sesión. Esta sesión consta de la introducción y la explicación del uso responsable y consciente de las redes sociales.

Tabla 25

Estructura del Manual - Sesión 2

ESTRUCTURA DEL MANUAL - Sesión 2	
TEMA: Desarrollo de las habilidades socioemocionales con las RRSS	
Introducción	¿Qué son las habilidades socioemocionales?
Conexión con las Redes Sociales	¿Cómo influyen en nuestras emociones y relaciones?
	Riesgos
	Beneficios

Comunicación asertiva	Diferencia entre comunicación agresiva, pasiva y asertiva
	Ejemplos de comentarios positivos vs. tóxicos
	Cómo expresar opiniones con respeto
Dinámica: reescribir mensajes para que sean asertivos	
Refrigerio	
Testimonios	CASO 1: Adolescente que recibe buenos comentarios en redes sociales
	CASO 2: Adolescente que recibe hate y comentarios malos en las redes sociales
Reflexión de los casos	
Autoestima y autenticidad	El impacto de los “likes” y comparaciones
	Diferenciar entre la vida real y la vida editada
	Fomentar publicaciones auténticas y positivas
Reto del mes	Crear una publicación que refleje tu verdadero yo
Conclusiones	
Encuesta de satisfacción	

Nota: Elaboración propia

En esta tabla, se muestra la estructura de la segunda sesión del manual. En esta sesión se explica cómo desarrollar sus habilidades socioemocionales en las redes sociales.

Tabla 26

Estructura del Manual - Sesión 3

ESTRUCTURA DEL MANUAL - Sesión 3	
TEMA: Promover el desarrollo académico con las Redes Sociales	
Introducción	¿Las redes sociales pueden ayudar en nuestro desarrollo académico?
Redes sociales como fuentes de aprendizaje	Plataformas educativas
	¿Cómo encontrar cuentas que enseñan?
	Beneficios
Colaboración y trabajo en equipo	Grupos de estudio
	¿Cómo compartir recursos, resolver dudas y preparar trabajos juntos?
Dinámica: crear un grupo de estudio para una materia específica	
Testimonios	CASO 1: Adolescente que sabe usar las redes sociales para mejorar su rendimiento académico
	CASO 2: Adolescente que no usa las redes como recurso para mejorar su rendimiento académico
Reflexión de los casos	
Refrigerio	
Expresión académica y creatividad	¿Cómo publicar reflexiones, ensayos, proyectos o investigaciones?
	Crear contenido educativo propio
Criterios para evaluar la información	¿Cómo distinguir fuentes confiables de contenido dudoso?
	Verificación de datos antes de compartir
Reto del mes	Implementar lo aprendido y ser parte de un grupo de estudio.
Conclusiones	
Encuesta de satisfacción	

Nota: Elaboración propia

En esta tabla, se explica la estructura de la sesión 3 del manual, en esta sesión se explica como emplear y aprovechar las redes sociales para mejorar su rendimiento académico. Mostrando plataformas educativas, grupos de estudio y tips para lograrlo.

Tabla 27

Estructura del Manual - Sesión 4

ESTRUCTURA DEL MANUAL - Sesión 4	
TEMA: Mejorar los vínculos familiares	
Introducción	¿Cómo las redes afectan la comunicación en casa?
	¿Qué piensan los padres sobre las redes? ¿Qué piensan los hijos?
	Mitos y realidades sobre el uso adolescente de redes sociales
El poder del diálogo en familia	Importancia de hablar sobre redes sociales en casa
	Claves para un diálogo efectivo: escucha activa, respeto, apertura
Acuerdos familiares sobre el uso de redes	¿Qué límites son razonables?
	¿Qué reglas pueden negociarse?
Dinámica: diseñar un borrador de pacto digital en grupos	
Testimonios	CASO 1: Familia que tiene un pacto digital
	CASO 2: Familia que no tiene un pacto digital
Reflexión de los casos	
Refrigerio	
Seguridad digital en familia	¿Cómo proteger la privacidad de la familia?
	Situaciones de riesgo (acoso, estafas, exposición)
Reto del mes	Crear un pacto digital en familia
Conclusiones	

Encuesta de satisfacción

Nota: Elaboración propia

En esta tabla se explica la estructura de la sesión 4 del manual, en esta sesión se explica a los estudiantes y a sus padres como plantear un pacto digital familiar para mejorar su relación familiar.

Tabla 28

Estructura del Manual - Sesión 5

ESTRUCTURA DEL MANUAL - Sesión 5	
TEMA: Fortalecer el desarrollo de la autoestima y la identidad digital	
Introducción	¿Qué es la autoestima y cómo se forma?
	Factores que la fortalecen o debilitan
	Diferencia entre autoestima real y validación externa
Identidad digital: ¿quién soy en redes?	¿Qué imagen proyectamos en redes sociales?
	¿Es coherente con quién somos fuera de ellas?
Dinámica: “Mi perfil habla de mí” (análisis)	
Comparaciones y presión social	El impacto de ver vidas “perfectas” en redes
	Cómo evitar compararse de forma dañina
Refrigerio	
Testimonios	CASO 1: Adolescente con identidad digital
	CASO 2: Adolescente sin una identidad digital
Reflexión de los casos	
Manejo de críticas y comentarios negativos	Diferenciar entre crítica constructiva y ataque
	Estrategias para proteger tu bienestar emocional

Reto del mes	Mejorar tu identidad digital y ser auténtico
Conclusiones	
Encuesta de satisfacción	
FIN DE LAS SESIONES	

Nota: Elaboración propia

En esta tabla, se muestra la estructura de la última sesión del manual, en la que se explica cómo las redes pueden ser usadas para impulsar sus habilidades y con ello su autoestima (confianza). Además de consejos para enfrentar críticas y ser auténticos en redes sociales.

6.4.4. Etapa 4: Desarrollo del contenido del manual

Con respecto al contenido del manual, se implementará un lenguaje claro, juvenil (acorde a la edad de los estudiantes), además de motivador. En el manual se incluirán testimonios y casos reales breves para conectar con los estudiantes con frases motivacionales en todo momento. También de implementar gráficos y tablas visuales coloridas y didácticas.

Gráfico 14

Tipografías

Tipografía
Coco Gothic
Coco Gothic
Garet
Garet

Nota: Elaboración propia

Gráfico 15

Paleta de Colores

Paleta de colores



Nota: Elaboración propia

6.4.5. Etapa 5: Diseño gráfico y formato

El diseño que tendrá el manual contará con diapositivas coloridas, de la mano con estilos visuales acorde a los estudiantes. Se usarán herramientas digitales como Canva, Adobe Illustrator y Adobe After Effect para crear íconos, ilustraciones y elementos visuales atractivos en el manual digital.

Gráfico 16

Portada del Manual de la primera sesión



Nota: Elaboración propia

Portada de la primera sesión del manual digital para los estudiantes de 4to de secundaria del colegio Fe y Alegría 43.

Gráfico 17

Esquema del Manual de la primera sesión

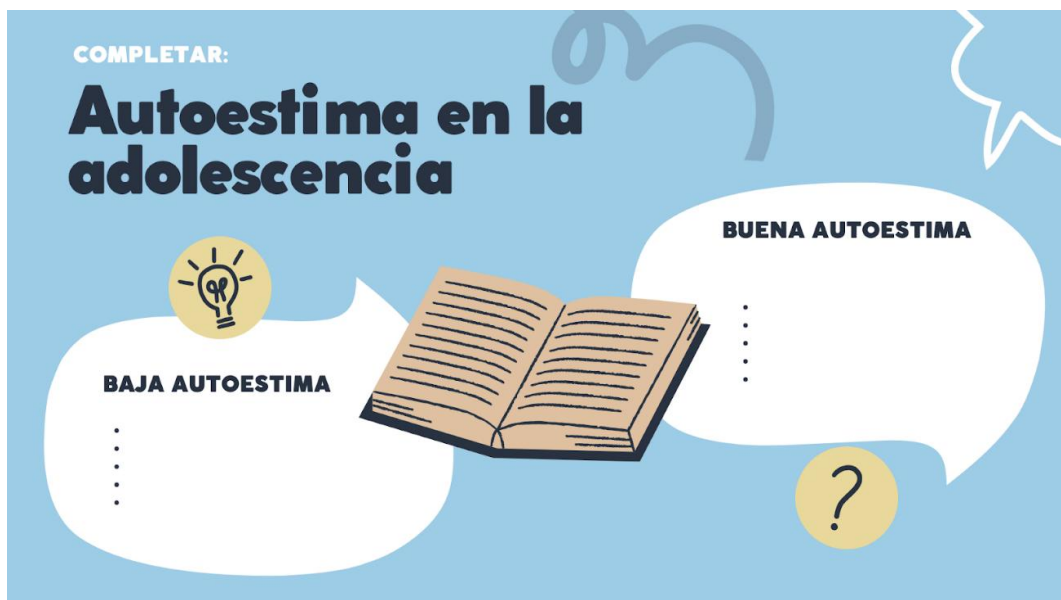


Nota: Elaboración propia

Diapositiva con el esquema y los temas que se presentarán en la primera sesión del manual digital.

Gráfico 18

Dinámica para introducir al tema en la sesión 1



Nota: Elaboración propia

Diapositiva para interactuar con los estudiantes, además de conocer lo que saben de autoestima antes de explicar el tema.

Gráfico 19

Testimonios: Caso 1 Adolescente con Baja Autoestima



Analicemos el caso

Nota: Elaboración propia

Diapositiva colocando el caso de un adolescente con baja autoestima, un video de un minuto, que se debe de analizar con la participación de los estudiantes.

Gráfico 20

Reto del mes: Sesión 1



Nota: Elaboración propia

Diapositiva con el "Reto del mes", una pequeña tarea para que los estudiantes utilicen las herramientas vistas en la sesión en su día a día.

6.4.6. Etapa 6: Validación y Retroalimentación

Una vez concluido el borrador final del manual digital, pasará por una revisión y validación por docentes, psicólogos y estudiantes. Esta evaluación servirá para detectar errores, tomar en cuenta recomendaciones de mejora por parte de profesionales y de estudiantes que será fundamental su opinión.

6.4.7. Etapa 7: Aprobación del Manual

Con toda la información y recomendaciones el manual pasará por mejoras pertinentes, hasta contar con el visto bueno, por parte de las autoridades del colegio, psicólogos especialistas en adolescentes y docentes.

Una vez aprobado el manual, pasará por una prueba piloto con algunos estudiantes, para comprobar la eficacia del manual y solventar algunos detalles finales para su aplicación final.

6.4.8. Etapa 8: Aplicación del manual

Como último paso, con la aprobación final del proyecto. Se iniciará con el proceso de fechas para la aplicación y explicación del manual digital en los estudiantes de 4to de secundaria.

Las fechas establecidas serán una vez por mes durante 5 meses. La aplicación del manual será dado en el horario de tutoría, para no interferir con las clases o talleres que llevan los estudiantes.

El material del manual, será explicado por profesionales capacitados y especializados en adolescentes.

Durante las 5 sesiones, se tomarán encuestas de satisfacción para una próxima aplicación en otros grados de secundaria. Además de posibles aplicaciones en otros colegios públicos y privados.

6.5. Fuentes de Ingreso

La fuente de ingresos será por el recurso propio que maneja el colegio Fe y Alegría 43 por parte de los fondos de los padres de familia (APAFA), fondos que son usados para programas o charlas en beneficio al desarrollo personal y social de los estudiantes de todos los niveles (Inicial, Primaria y Secundaria).

6.6. Presupuesto

Para la realización de este manual, se contará con el siguiente presupuesto. Que cubre con los gastos de materiales didácticos, refrigerio en cada sesión

(5). Además del paso del personal capacitado y profesionales que realizarán el manual y los que dictarán las sesiones. Este presupuesto cubre el proceso de realización del manual digital y el pago por cada sesión (5) al profesional.

Tabla 29

Presupuesto Manual Digital - Colegio Fe y Alegría

CANTIDAD	ITEM	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
1	Diseñador Digital	S/. 3,000	S/. 3,000
1	Sociólogo	S/. 5,000	S/. 5,000
1	Psicólogo especialista en adolescentes	S/. 4,000	S/. 4,000
1	Especialista en Redes Sociales	S/. 3,000	S/. 3,000
5	Psicólogo especialista - cada sesión	S/. 800	S/. 4,000
5	Refrigerio para 80 estudiantes - cada sesión	S/. 400	S/. 2,000
1	Materiales didácticos para las sesiones	S/. 1,000	S/. 1,000
TOTAL			S/. 22,000

Nota: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Al concluir con el desarrollo de la presente investigación, se da con la conclusión que existe una relación baja al límite de ser significativa entre el uso de las redes sociales y el desarrollo de la autoestima en los estudiantes de 4to de secundaria del colegio Fe y Alegría 43. Con esta conclusión, observamos que los estudiantes manejan una autoestima moderada, lo que les permite no ser tan susceptibles o vulnerables a las redes sociales. Lo que les permite conocer e identificar los riesgos de estas y poder aprovechar todos los beneficios que les brindan las redes sociales para su desarrollo personal, social, académico y familiar.

En la investigación se encontró que las redes sociales si se relacionan con el desarrollo de autoestima corporal, pero con la minoría de estudiantes que presentan baja autoestima. Ya que poseer buena autoestima brinda confianza a los estudiantes para no ser vulnerables o inseguros con su aspecto o sus cuerpos.

La relación del desarrollo de la autoestima personal es moderada con respecto al uso de las redes sociales, esto debido a que los estudiantes presentan una buena autoestima. Un dato alentador, ya que, al usar bien las redes sociales, les permite aprovechar las herramientas y beneficios que les brinda estar conectados a las redes sociales para beneficio en su desarrollo personal a su edad.

En la investigación también se registró una baja relación con respecto al uso de las redes sociales con el desarrollo de la autoestima académica de los estudiantes. Los estudiantes de 4to de secundaria del colegio Fe y Alegría 43 presentan confianza en su rendimiento académico, un dato relevante ya que podrían usar las redes sociales como una fuente de ayuda y apoyo en su rendimiento académico.

También, en la investigación se encontró que el bajo autoestima social de los estudiantes presenta una relación baja con respecto al uso de las redes sociales. Un dato a tomar en cuenta, ya que su desarrollo social podría mejorar si usan las redes sociales y las herramientas correctas.

La investigación no respalda que el uso de las redes sociales son los causantes de una baja autoestima familiar de los estudiantes. Esto debido a factores externos que pueden presentar con su convivencia en casa, pero sí podría verse perjudicada su relación familiar por las redes sociales si no se habla sobre el uso desmedido de las redes sociales.

RECOMENDACIONES

Con los datos obtenidos, el uso de las redes sociales debe de ser aprovechada para beneficio de los estudiantes de 4to de secundaria que presentan en su mayoría una buena autoestima corporal. Es por ello, que implementar un taller o charla para fortalecer su autoestima corporal. Para contar con más confianza en sí mismos y no ser vulnerables a las opiniones que puedan recibir en redes sociales.

Los datos también arrojan que los estudiantes presentan un nivel medio de autoestima personal, dato que les permite no ser tan vulnerables al contenido que puedan consumir en redes sociales. Es por ello, la importancia de implementar un plan de buenas prácticas en las redes sociales, que les permita conocer e identificar riesgos que pueden verse expuestos por la adicción o mal uso de las redes sociales a su edad.

Las redes sociales pueden ser una gran fuente de apoyo y ayuda en el rendimiento académico de los estudiantes, al usarlas por más de 4 horas al día. Este tiempo empleado podría aprovecharse para crear grupos de estudio para profundizar conocimientos. Enseñanza que podría emplearse en sus clases de tutoría.

La autoestima social de casi la mitad de los estudiantes es baja, un dato alarmante. Es por ello que implementar talleres que profundicen las relaciones sociales de los estudiantes. Ya que ser una persona sociable trae muchos beneficios como mejorar el estado de ánimo y reducir el estrés en las personas.

Los datos con respecto a la autoestima familiar de los estudiantes son alarmantes, debido a que no poseen una buena relación familiar por no tener un plan familiar sobre el uso de las redes sociales. Es por ello que implementar un plan de uso de las redes sociales en una reunión de padres de familia, ayudará a que los padres comprendan y establezcan límites sobre el tiempo de uso u el horario. Así, evitar conflictos familiares por el uso desmedido que le dan a las redes sociales.

La recomendación final es que las redes sociales deben de ser usadas como una herramienta de desarrollo personal, social y académico en los estudiantes. Para ello se debe explicar o enseñar para que los estudiantes puedan aprovechar los beneficios que les brindan las redes sociales a su generación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arab, L., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048>
- Arrivillaga, C., Rey, L., & Extremera, N. (2022). Uso problemático de redes sociales e inteligencia emocional en adolescentes: Análisis de las diferencias por género. *European journal of education and psychology*, 15(1), 6.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8464531>
- Aucapiña, I., & Campodónico, N. (2024). Revisión sistemática sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. *Revista de Psicología UNEMI*, 8(15), 73-87. <https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1880/1851>
- Barrón, M., & Mejía C. (2021). Redes sociales y salud mental: vivencias digitales de alumnos de la FESI UNAM. *Cuidarte*, 10(19), 1-14.
<https://www.medigraphic.com/pdfs/cuidarte/cui-2021/cui2119d.pdf>
- Bautista, J., Velazco, B., Estrada, E., Córdova, L., & Ascona, P. (2023). Adicción a las redes sociales y procrastinación académica en adolescentes de educación básica regular. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(3), 509-517.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202023000300509&script=sci_arttext
- Beauregard, L., Bouffard, R., & Duclos, G., (2005). *Autoestima: Para quererse más y relacionarse mejor (Vol. 6)*. Narcea Ediciones.
- Bongiorni, P. (2015). *Autoestima y rendimiento académico* [Tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires]. Biblioteca Digital UBA.
http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0922_BongiorniPA.pdf
- Branden, N., (1995). *Los seis pilares de la autoestima*. Paidós.
https://planetadelibroscom.cdnstatics2.com/libros contenido extra/50/49324_Los seis pilares de la autoestima.pdf
- Buitrago. R., & Sáenz, N. (2021). Autoimagen, autoconcepto y autoestima, perspectivas emocionales para el contexto escolar. *Educación y Ciencia*, 25(1), 1-18.

<https://pdfs.semanticscholar.org/d4bc/75b1bd02628edb0b18ce7cfefb08c57fa842.pdf>

Calle, S., (2023). Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 1865-1879.

<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7016/10657>

Caparó, E., Alvear, M., Cuenca, K., Calderón, M., Zhunio, K., & Webster, F. (2017). El tamaño muestral para la tesis. ¿cuántas personas debo encuestar?. *Odontología Activa Revista Científica*, 2(1), 59-62.

<https://oactiva.ucacue.edu.ec/index.php/oactiva/article/view/175/233>

Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. *Biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia*, 2(1), 1-11.

<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24762w/Definiciondelasvariables,enfoqueytipodeinvestigacion.pdf>

Cobis, M., & Viloría, E. (2022). Adicción a las redes sociales en adolescentes. *Sistemas Humanos*, 2(1), 18-33.

<https://asociacionvenezolanadesociologia.org/wp-content/uploads/2022/11/Adiccion-a-las-redes-sociales-en-adolescentes.pdf>

Collantes, K., & Tobar, A. (2023). Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios *Latam: revista latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 848-860.

<https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.300>

De Frutos, B., & Marcos, M. (2017). Disociación entre las experiencias negativas y la percepción de riesgo de las redes sociales en adolescentes. *Profesional de la Información*, 26(1), 88-96.

https://www.researchgate.net/publication/312081143_Disociacion_entre_las_experiencias_negativas_y_la_percepcion_de_riesgo_de_las_redes_sociales_en_adolescentes

Díaz, D., Fuentes, I., & Senra, N. (2019). Adolescencia y autoestima: su desarrollo desde las instituciones educativas. *Conrado*, 14(64), 98-103.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442018000400098&script=sci_arttext

Dongil, E., & Cano, A. (2014). Desarrollo personal y bienestar. *Sociedad Española para el Estudio de la Ansiedad y el Estrés*. Editorial Ministerio de Sanidad,

Servicios Sociales e Igualdad.

https://www.researchgate.net/publication/372482277_Habilidades_Sociales_Sociedad_Espanola_para_el_Estudio_de_la_Ansiedad_y_el_Estres_SEAS

Echeburúa, E., (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogadependencia* 37(4), 435-447. https://red.aesed.com/descargas/revistas/v37n4_5.pdf

Espinel, G., Hernández, C., & Prada, R. (2021). Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: de lo entretenido a lo educativo. *Encuentros*, 19(1), 137-156. <https://repositorio.ufps.edu.co/entities/publication/e96e4e43-2515-4cd5-b37c-bd24470f95da>

Estrada, M. (2015). *Autoestima: clave del éxito personal* (4a ed). Editorial El Manual Moderno.

Ferreí, F., Vélez, J., & Ferrel, L. (2014). Factores psicológicos en adolescentes escolarizados con bajo rendimiento académico: depresión y autoestima. *Encuentros*, 12(2), 35-47. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s1692-58582014000200003&script=sci_arttext

Fundación AMIGÓ (2008). Autoconcepto y autoestima. *Slideshare*. <https://es.slideshare.net/slideshow/autoconcepto-y-autoestimapdf-255287793/255287793>

Gil, R., & Calderón, D. (2021). El uso de las redes sociales en educación: una revisión sistemática de la literatura científica. *Digital Education Review*, 40(1), 82-109. <https://diposit.ub.edu/items/d79884e7-fa62-4aec-b93d-ebd0783be5f2>

Goleman, D. (2006). *Inteligencia Social*. Kairós SA.

González, K. (2023). Uso de las redes sociales y su influencia en el desarrollo educativo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 579-593. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/6897>

González, C. (2020). Redes sociales y aprendizaje: aplicabilidad, beneficios y riesgos. *Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas*, 13(11), 40-51. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8590357>

- González, J., Nuñez, J., Glez, S., & García, M. (1997). Autoconcepto, autoestima y aprendizaje escolar. *Psicothema*, 9(2), 271-289.
<https://www.redalyc.org/pdf/727/72709204.pdf>
- Grimaldo, M. (2019). *Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/905>
- Guerra, E. (2024). *Adicción a redes sociales y la autoestima en la autonomía del aprendizaje en estudiantes de 5to de secundaria* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional Digital UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/94326>
- Gutiérrez, D., Foreman, S., & Molina, B. (2022). 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: revista de trabajo social*, 39(1), 107-126.
<https://doi.org/10.29344/07171714.39.2987>
- Gutiérrez, P., Camacho, N., & Martínez, M. (2007). Autoestima, funcionalidad familiar y rendimiento escolar en adolescentes. *Atención primaria*, 39(11), 597-603.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656707709861>
- Guzmán, V., & Gélvez, L. (2023). Adicción o uso problemático de las redes sociales online en la población adolescente. *Una revisión sistemática. Psicoespacios*, 17(31), 1-22. <https://doi.org/10.25057/21452776.1511>
- Haeussler, I., & Milicic, N. (2014). *Confiar en uno mismo: Programa de desarrollo de la autoestima*. Editorial Catalonia.
- Hernández, E. (2023). *El desarrollo de la autoestima hacia una mejora del rendimiento académico en Educación Primaria* [Tesis de pregrado, Universidad de Oviedo]. Repositorio Institucional de la Universidad de Oviedo. <https://hdl.handle.net/10651/69343>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias* (6a ed.). McGraw Hill Education.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58257558/Definiciones_de_los_enfoques_cuantitativo_y_cualitativo_sus_similitudes_y_diferencias.pdf

- Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://archivo.revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1513/1521>
- Huerta, A. (2022). El impacto de las redes sociales en el aprendizaje colaborativo: Caso de estudio en educación secundaria. *Revista Ingenio global*, 1(1), 15-25. <https://editorialinnova.com/index.php/rig/article/view/53>
- Iglesias, A., & Minetto, G. (2022). *Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN. <https://hdl.handle.net/11537/30119>
- Ikemiyashiro, J. (2017). *Uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola] Repositorio Institucional USIL. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/2766>
- Leiva, L., Pineda, M., & Encina, Y. (2013). Autoestima y apoyo social como predictores de la resiliencia en un grupo de adolescentes en vulnerabilidad social. *Revista de psicología*, 22(2), 111-123. <https://www.redalyc.org/pdf/264/26430690011.pdf>
- Lino, V., Carvajal, D., Sornoza Sornoza, D., Vergara, J., & Intriago, Y. (2024). Herramienta tecnológica Jamovi en el análisis e interpretación de datos en proyectos de Ingeniería Civil. *Revista Innovaciones Educativas*, 26(41), 151-165. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S2215-41322024000200151&script=sci_arttext
- Lozada, J. (2014, 3 de diciembre). Investigación aplicada: Definición, propiedad intelectual e industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 34-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Mejía, A., Pastrana, J., & Mejía, M. (2011). La autoestima, factor fundamental para el desarrollo de la autonomía personal y profesional. *De teoría de la educación*, 12(1), 1-13. <https://www.cite2011.com/wp-content/Comunicaciones/A+R/103.pdf>

- Morales, K., & Solís, P. (2022). *Peligro en el uso de redes sociales por menores de edad* [Tesis de pregrado, Universidad Gabriela Mistral]. Repositorio Académico UGM. <http://repositorio.ugm.cl/handle/20.500.12743/2290>
- Morales, N., Sequeira, N., Prendas, T., & Zúñiga, K. (2016). Escala de Likert una herramienta económica. *Revista PDF*, 6(1), 1-6. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/50710763/La_escala_de_Likert_una_herramienta_economica-libre.pdf
- Moreira, R., Carvalho, T., Lopes, J., do Vale, J., de Oliveira, K., & Fontes, S. (2021). Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. *Enfermería global*, 20(64), 324-364. https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1695-61412021000400324&script=sci_arttext
- Naso, F., Balbi, M., Di Grazia, N., & Peri, J. (2012). La importancia de las redes sociales en el ámbito educativo. *VII Congreso de Tecnología en Educación y Educación en Tecnología*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/18296>
- Penasso, K., & Arango, M. (2017). La Autoestima, Proceso Humano. *Revista electrónica Psyconex*, 9(14), 1-9. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/328507>
- Peris, M., Maganto, C., & Garaigordobil, M. (2016). Escala de Autoestima Corporal: Datos psicométricos de fiabilidad y validez. *Revista de psicología clínica con niños y adolescentes*, 3(2), 51-58. <https://www.redalyc.org/pdf/4771/477152554006.pdf>
- Peris, M., Maganto, C., & Kortabarria, L. (2013). Autoestima corporal, publicaciones virtuales en las redes sociales y sexualidad en adolescentes. *European Journal of Investigation in Health*, 3(2), 171-180. <https://pdfs.semanticscholar.org/c172/6486fe82c1028bc69867a822b8051344e6d4.pdf>
- Prieto, J., & Moreno, A. (2015). Las Redes Sociales de Internet, ¿Una nueva adicción?. *Revista Argentina de Clínica Psicológica* 24(1), 149-155. <https://docta.ucm.es/entities/publication/e57513af-02d6-4cac-8ed6-a8da79c36d3a>
- Ramirez, J., Castillo, B., Benavides, J., Peralta, Y., Berrios, J., Idalia, F., Moncada, H., Navarro, M., Molina, M., Flores, Y., Navarro, S., & Alfaro, J. (2018).

- Metodología de la investigación e investigación aplicada para Ciencias Económicas y Administrativas. *Revista de La Universidad Autónoma*, 1(1), 1-89. <https://opomania.net/wp-content/uploads/2021/05/Metadologia-de-la-investigacion-basica-e-investigacion-aplicada.pdf>
- Reyes, M. (2015). *La encuesta*. Sala de lectura digital David Wald CNICM / BMn. <https://web.archive.org/web/20180424060624id/http://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/la-encuesta.pdf>
- Rial, A., Gómez, P., Varela, J., & Braña, T. (2014). Actitudes, percepciones y uso de internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega. *Anales de Psicología*, 30(2), 642-655. https://scielo.isciii.es/pdf/ap/v30n2/psico_adolescencia5.pdf
- Rodriguez, C., & Almazán, O. (2019). Ansiedad y autoestima: su relación con el uso de redes sociales en adolescentes mexicanos. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 22(1), 367-381. <https://www.iztacala.unam.mx/carreras/psicologia/psiclin/vol22num1/Vol22No1Art20.pdf>
- Rojas, M., (2017). *La autoestima* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional Digital UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/22594>
- Román, C., Bonilla, S., & Serrano, D. (2023). *Influencia de la red social Tik Tok en la autoestima de los estudiantes del quinto grado de la Escuela Normal Superior de Bucaramanga* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/55375>
- Rosales, R., Guizado, F., Salvatierra, A., Juño, K., & Mescua, A. (2020). Programa de desarrollo personal para el desarrollo de habilidades sociales en los estudiantes de secundaria. *PsiqueMag*, 9(1), 102-117. <https://barnes.edu.pe/wp-content/uploads/2025/04/a07v9n1.pdf>
- Sánchez, J., Barajas, J., Garzón, G., & Palacios, A. (2024). Evaluación del impacto de las redes sociales en el bienestar psicológico de adolescentes. *MQRInvestigar*, 8(2), 3153-3172. <https://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/1395/4775>

- Sanjurjo, S., (2024). *Peligros en las redes sociales*. Palencia IES ALONSO BERRUGUETE <https://iesalonsoberruquete.com/wp-content/uploads/2024/05/PROYECTOS-BIE-2024.pdf#page=93>
- Schoeps, K., Tamarit, A., González, R., & Montoya, I. (2019). Competencias emocionales y autoestima en la adolescencia: impacto sobre el ajuste psicológico. *Revista de psicología Clínica con Niños y adolescentes*, 6(1), 51-56. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6749057>
- Silva, M. (2017). *Uso de las redes sociales en los adolescentes del quinto grado de educación secundaria del Colegio Ignacia Velásquez de Moyobamba* [Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio Institucional Digital UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/23710>
- Supo, J. (2015). *Cómo empezar una tesis*. Bioestadístico Eirl. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36351224/Jose_Supo_-_Como_empezar_una_tesis-libre.pdf
- Tamez, A. (2016). *Integración de modelo cognitivo-conductual y terapia centrada en soluciones en un caso de falta de asertividad y baja autoestima* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Nuevo León]. Repositorio Académico Digital UANL. <http://eprints.uanl.mx/id/eprint/13816>
- Tincahuallpa, R. (2021). *Las redes sociales en la autoestima de los estudiantes de educación secundaria de una institución educativa* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional Digital UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/70378>
- Torre, L. (2012). Las redes sociales: conceptos y teorías. *Consonancias*, 11(39), 7-11. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/7067>

ANEXOS

ANEXO 1: INFORME TURNITIN

JIMENA PAMELA ALFARO RIVERA

Proyecto de Investigaci%C3%B3n - FINAL - Jimena Alfaro.docx

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid::30163:532807101

Fecha de entrega
25 nov 2025, 12:25 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
16 dic 2025, 3:15 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Proyecto de Investigación - FINAL - Jimena Alfaro.docx

Tamaño del archivo
3.4 MB

103 páginas

20.168 palabras

110.292 caracteres

14% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

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

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión


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

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

Firma del autor

Nombres	Apellidos	DNI	Firma
Jimena Pamela	Alfaro Rivera	76276868	

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	DNI	Firma
Roxana Alexandra	Albarracin Aparicio	41981490	

ANEXO 2: REGISTRO DE IMPACTOS Y RESULTADOS

Registro de Impacto y Resultados

Tipo de documento: Trabajo de Investigación

Título del Trabajo de Investigación:

“Uso de las redes sociales y su relación con el desarrollo de la autoestima en estudiantes del CE. Fe y Alegría 43, 2024”

Integrante:

1. Alfaro Rivera, Jimena Pamela

Asesor: Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

Esta investigación aborda una problemática real, el mal uso de las redes sociales están siendo perjudiciales por distintos aspectos en los jóvenes. Afectando en su rendimiento académico, sus habilidades sociales, desconexión con el exterior y disminución de la autoestima. Afectando en el proceso de desarrollo y en la formación de identidad del estudiante. Por ello, se busca crear una guía que acompañe a mejorar hábitos digitales y brindar herramientas a favor del desarrollo y bienestar del estudiante.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

Los datos obtenidos de la investigación reflejaron una relación baja casi moderada del uso de las redes sociales y el desarrollo de la autoestima. Ello por el manejo correcto de manera intermedia de los estudiantes a las RRSS. El cual permite a los estudiantes a estar abiertos a mejorar hábitos, reconocer riesgos como detectar beneficios que pueden obtener gracias al uso de RRSS.

Es por ello, que se debe de aprovechar este resultado para enseñar, guiar y acompañar al estudiante para aprender a usar las RRSS de la manera correcta, sin afectar su desarrollo y a favor de su formación personal. Para potenciar habilidades sociales, académicas y personales. Y por sobre todo fomentando su confianza.

ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TÍTULO: Uso de redes sociales y su relación con el desarrollo de la autoestima en estudiantes de 4to de secundaria del CE. Fe y Alegría 43, 2024						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
			REDES SOCIALES			
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Item
¿DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43?	DETERMINAR DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.	EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.	ADICCIÓN A REDES SOCIALES	Obsesión a redes sociales	Te sientes ansioso cuando no usas las redes sociales	1
					Usas las redes sociales al estar en clases	2
				Control personal	Haz intentado reducir el uso de las redes sociales	3
					Controlas el tiempo de uso de las redes sociales	4
					Si tienes un examen, ¿reduces el tiempo de uso de tus redes sociales para estudiar?	5
				Uso excesivo de redes sociales	Tus notas se ven perjudicadas por el tiempo de uso de las redes sociales	6
					Estas activo en redes sociales más de 4h al día	7
			BENEFICIOS DE LAS REDES SOCIALES	Acceso a información y educación	¿Usas las redes sociales para buscar información educativa?	8
					¿Empleas las redes sociales como medio para aprender y mejorar en tu desarrollo educativo?	9
				Desarrollo de habilidades digitales y comunicativas	¿Distingues con facilidad información real o falsa en redes sociales?	10
					Usar redes sociales te ayuda a mejorar tus habilidades comunicativas	11
				Comunicación	Te adaptas con facilidad a los cambios digitales de las redes sociales	12
					¿Usas las redes sociales para comunicarte con tus conocidos?	13
			USO ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES	Uso responsable de redes sociales	Mantener contacto constante por chat, ¿te brinda beneficios?	14
					Cuidas del contenido que publicas en redes sociales	15
				Privacidad	El contenido que consumes es adecuado para tu edad	16
					¿Tu tiempo en redes sociales es el adecuado?	17
					Si vas al cine ¿Publicas en ese mismo momento que te encuentras en el lugar?	18
				¿Expones tu vida personal en redes sociales?	19	
				¿Cuidas tu información personal en redes sociales?	20	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	AUTOESTIMA			
¿DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA CORPORAL EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43?	DETERMINAR DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA CORPORAL EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.	EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA CORPORAL EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.	AUTOESTIMA CORPORAL	Satisfacción corporal	¿Estas conforme con tu apariencia física?	1
				Comparación social	¿Te comparas con cuerpos de redes sociales?	2
					Afecta en tu autoestima compararte con un influencer	3
				Comportamientos asociados	Las redes sociales genera un cambio en tus hábitos alimenticios	4
¿DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA PERSONAL EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43?	DETERMINAR DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA PERSONAL EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.	EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA PERSONAL EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.	AUTOESTIMA PERSONAL	Autoevaluación	¿Reconoces tus habilidades, rasgos y capacidades?	5
				Impacto externa	¿Las redes sociales generan impacto en tu autoestima?	6
				Autoconcepto	Reconoces con facilidad tus debilidades y fortalezas	7

<p>¿DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA ACADEMICA EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43?</p>	<p>DETERMINAR DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA ACADEMICA EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.</p>	<p>EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA ACADEMICA EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.</p>	<p>AUTOESTIMA ACADEMICA</p>	Autoeficiencia académica	¿Confías en tu rendimiento académico?	8
				Rendimiento académico	¿Tu rendimiento académico afecta en tu autoestima?	9
				Motivación	Ver logros académicos en redes sociales te motiva a mejorar tu rendimiento académico	10
				Comparación del rendimiento	¿Qué tan seguido comparas tu rendimiento académico?	11
<p>¿DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA SOCIAL EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43?</p>	<p>DETERMINAR DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA SOCIAL EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.</p>	<p>EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA SOCIAL EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.</p>	<p>AUTOESTIMA SOCIAL</p>	Validación social en redes sociales	La aceptación en redes sociales impacta en tu autoestima	12
				Tiempo dedicado en redes sociales	El tiempo usado en redes afecta en tus habilidades sociales	13
				Estereotipos	Tiene impacto en ti los estándares de belleza en redes sociales	14
				Nivel de participación en redes sociales	Frecuencia en la que publicas contenido o interactúas en redes sociales	15
<p>¿DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA FAMILIAR EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43?</p>	<p>DETERMINAR DE QUE MANERA EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA FAMILIAR EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.</p>	<p>EL USO DE REDES SOCIALES SE RELACIONA CON EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA FAMILIAR EN ESTUDIANTES DE 4TO DE SECUNDARIA DEL CE. FE Y ALEGRIA 43.</p>	<p>AUTOESTIMA FAMILIAR</p>	Comparación	Comparas tu familia con las que ves en redes sociales	16
				Idealizar una imagen familiar	Genera un impacto en tu autoestima ver familias "perfectas" en redes sociales	17
				Relación familiar	Tu relación familiar tiene relación con tu autoestima	18
				Uso de redes sociales	¿Usar redes sociales todo el tiempo afecta en tu relación familiar?	19

ANEXO 4: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES																						
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALAS														
								1	2	3	4	5										
VI: Redes sociales	Son herramientas digitales que permiten mantenerte conectado con el mundo, una gran herramienta de comunicación y para publicar contenido de todo tipo en privado o público. Desde niños pequeños hasta adultos mayores se encuentran conectados en la digitalización social, sin embargo, gran parte son los adolescentes al ser los usuarios más conectados a las redes sociales. (Barrón & Mejía., 2021)	Esta variable se define en tres dimensiones.	Adicción a redes sociales	Obsesión a redes sociales	ORDINAL	1	CUESTIONARIO VI	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE										
				Control personal		2																
				Uso excesivo de redes sociales		3																
				Acceso a información y educación		4																
				Desarrollo de habilidades digitales y comunicativas		5																
				Comunicación		6																
			Beneficios de las redes sociales	Uso responsable de redes sociales		7																
				Privacidad		8																
				Uso adecuado de las redes sociales		9																
			VD: Autoestima	La autoestima significa confiar en uno mismo y creer que mereces todo lo que tienes o lo que te rodea. Además, de ser feliz con uno mismo. Según Bonilla & Salcedo., 2021, p.6): "La autoestima está asociada al gusto, valoración y aceptación de sí mismo, es decir, se orienta a tener una imagen positiva de sí y a estar satisfecho, además de mantener buenas relaciones consigo mismo".		Esta variable operacionalmente tiene cinco dimensiones.							Autoestima Corporal	Satisfacción corporal	ORDINAL	CUESTIONARIO VI	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	
														Comparación social								1
														Comportamientos asociados								2
													Autoestima Personal	Autoevaluación								3
														Impacto externa								4
														Autoconcepto								5
													Autoestima académica	Autoeficiencia académica								6
														Rendimiento académico								7
														Motivación								8
														Comparación del rendimiento								9
Autoestima social	Validación social en redes sociales	10																				
	Tiempo dedicado en redes sociales	11																				
	Estereotipos	12																				
	Nivel de participación en redes sociales	13																				
Autoestima familiar	Comparación	14																				
	Idealizar una imagen familiar	15																				
	Relación familiar	16																				
	Uso de redes sociales	17																				
								18														
					19																	

ANEXO 5: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Uso de las redes sociales en relación con el desarrollo de la autoestima en estudiantes de 4to de secundaria

REDES SOCIALES - 20 preguntas

1. Te sientes ansioso cuando no usas las redes sociales.

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

2. Usas las redes sociales al estar en clases

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

3. Haz intentado reducir el uso de las redes sociales

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

4. Controlas el tiempo de uso de las redes sociales

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

5. Si tienes un examen, ¿reduces el tiempo de uso de tus redes sociales para estudiar?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

6. Tus notas se ven perjudicadas por el tiempo de uso de las redes sociales

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

7. Estas activo en redes sociales más de 4h al día

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

8. ¿Usas las redes sociales para buscar información educativa?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

9. ¿Empleas las redes sociales como medio para aprender y mejorar en tu desarrollo educativo?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

10. ¿Distingues con facilidad información real o falsa en redes sociales?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

11. Usar redes sociales te ayuda a mejorar tus habilidades comunicativas

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

12. Te adaptas con facilidad a los cambios digitales de las redes sociales

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

13. ¿Usas las redes sociales para comunicarte con tus conocidos?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

14. Mantener contacto constante por chat, ¿te brinda beneficios?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

15. Cuidas del contenido que publicas en redes sociales

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

16. El contenido que consumes es adecuado para tu edad

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

17. ¿Tu tiempo en redes sociales es el adecuado?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

18. Si vas al cine ¿Publicas en ese mismo momento que te encuentras en el lugar?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

19. ¿Expones tu vida personal en redes sociales?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

20. ¿Cuidas tu información personal en redes sociales?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

AUTOESTIMA - 19 preguntas

1. ¿Estas conforme con tu apariencia física?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

2. ¿Te comparas con cuerpos de redes sociales?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

3. Afecta en tu autoestima compararte con algún influencer

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

4. Las redes sociales generan un cambio en tus hábitos alimenticios

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

5. ¿Reconoces tus habilidades, rasgos y capacidades?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

6. ¿Las redes sociales generan impacto en tu autoestima?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

7. Reconoces con facilidad tus debilidades y fortalezas

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

8. ¿Confías en tu rendimiento académico?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

9. ¿Tu rendimiento académico afecta en tu autoestima?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

10. Ver logros académicos en redes sociales te motiva a mejorar tu rendimiento académico

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

11. ¿Qué tan seguido comparas tu rendimiento académico?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

12. ¿La aceptación en redes sociales impacta en tu autoestima?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

13. ¿El tiempo usado en redes afecta en tus habilidades sociales?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

14. Tiene impacto en ti los estándares de belleza en redes sociales

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

15. Frecuencia en la que publicas contenido o interactúas en redes sociales

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

16. ¿Comparas tu familia con las que ves en redes sociales?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

17. Genera un impacto en tu autoestima ver familias "perfectas" en redes sociales

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

18. Tu relación familiar tiene relación con tu autoestima

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre

19. ¿Usar redes sociales todo el tiempo afecta en tu relación familiar?

Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre