

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN**



TESIS

**REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA DE
LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL
DE EDUCACIÓN DE PUERTO MALDONADO,
2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
EDUCACIÓN: ESPECIALIDAD PRIMARIA E INFORMÁTICA**

AUTORES:

Bach. ASHLEY LAUCATA MAMANI
Bach. ZABULON CONCHACALLA CRUZ

ASESOR:

Dr. QUISPE LAYME Wilian

CO-ASESOR

Mgt. ROMERO CENTENO, Yancarlos
Wilfredo

Puerto Maldonado, Agosto 2024

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN**



TESIS

**REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA DE
LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL
DE EDUCACIÓN DE PUERTO MALDONADO,
2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
EDUCACIÓN: ESPECIALIDAD PRIMARIA E INFORMÁTICA**

AUTORES:

Bach. ASHLEY LAUCATA MAMANI

Bach. ZABULON CONCHACALLA CRUZ

ASESOR:

Dr. QUISPE LAYME Wilian

CO-ASESOR

Mgt. ROMERO CENTENO, Yancarlos
Wilfredo

Puerto Maldonado, Agosto 2024

TURNITIN_ASHLEY LAUCATA & ZABULON CONCHACALLA

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unamad.edu.pe Fuente de Internet	10%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Nacional Amazonica de Madre de Dios Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.utesup.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	

Presentación

Mostramos el informe final denominado “Redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022”, cuyo fin fue determinar la relación que existe entre las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022, y de acuerdo con la normativa de la UNAMAD para lograr el ansiado título de Primaria e Informática.

Introducción

En la Universidad, la misión de guiar y apoyar el crecimiento integral de los estudiantes es una tarea difícil. Es fundamental impartir una educación de alta calidad con el fin de formar nuevos profesionales y construir así una sociedad nueva fundada en las doctrinas de la paz, los valores y el compromiso proactivo con las necesidades e intereses sustanciales de nuestra realidad contemporánea. En el actual estudio titulado “Las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022”, se demuestra esta dedicación.

Pretendemos potenciar la autoestima destacando la puesta en práctica de estrategias didácticas por parte del docente, tomando un papel activo y orientador, capacitando en última instancia a los estudiantes universitarios para cultivar y reforzar su autoestima.

El estudio esta estructurado en 4 Capítulos: Problema de investigación, Marco teórico, Metodología y Resultados.

Índice

Presentación	
Introducción	
CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Descripción del Problema	1
1.2. Formulación del Problema	3
1.2.1. Problema general	3
1.2.2. Problemas específicos	3
1.3. Objetivos de la investigación	4
1.3.1. Objetivo general	4
1.3.2. Objetivos específicos	4
1.4. Variables de estudio	4
1.4.1. Definición conceptual	4
1.5. Operacionalización de variables	6
1.6. Hipótesis de la investigación	7
1.6.1. Hipótesis general	7
1.6.2. Hipótesis Específicas	7
1.7. Justificación del estudio	7
1.7.1. Justificación teórica	7
1.7.2. Justificación práctica	7
1.7.3. Justificación metodológica	8
1.7.4. Justificación legal	8
1.8. Consideraciones éticos	8
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes de la investigación	9
2.1.1. Antecedentes nacionales	9
2.1.2. Antecedentes internacionales	10
2.2. Marco teórico	12
2.2.1. Redes sociales	12
2.2.2. Autoestima	17
2.3. Definición de términos básicos	21
CAPITULO III: METODOLOGIA	22

3.1.	Tipo y nivel de investigación	22
3.2.	Nivel de la investigación	22
3.3.	Diseño de la investigación.....	22
3.4.	Población y muestra de estudio.....	23
3.4.1.	Población	23
3.4.2.	Muestra	24
3.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
3.6.	Tratamiento de los datos	25
CAPITULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....		26
4.1.	Resultados para la variable Redes Sociales y sus dimensiones.....	29
4.2.	Resultados para la variable Autoestima	33
4.3.	Resultados descriptivos	37
4.4.	Prueba de normalidad o bondad de ajuste	38
4.5.	Pruebas de hipótesis.....	39
4.5.1.	Prueba de Hipótesis General.....	39
4.5.2.	Prueba de Hipótesis específicas	40
CAPITULO V: DISCUSIÓN		43
CONCLUSIONES.....		44
SUGERENCIAS		45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		46
ANEXOS		49
Anexo 1: Matriz de consistencia		
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables		
Anexo 3: Instrumento		
Anexo 4: Solicitud de autorización de estudio		
Anexo 5: Solicitud de validación de instrumento		
Anexo 6: Ficha de validación		
Anexo 7: Consentimiento informado		

Índice de Tablas

TABLA 1: RESUMEN DEL PROCESAMIENTO DE CASOS DE LA VARIABLE REDES SOCIALES	27
TABLA 2: ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD DE LA VARIABLE REDES SOCIALES	27
TABLA 3: RESUMEN DEL PROCESAMIENTO DE CASOS DE LA VARIABLE AUTOESTIMA... ..	27
TABLA 4: INSTRUMENTO DE LA VARIABLE AUTOESTIMA.....	28
TABLA 5: OPINIÓN DE EXPERTOS.....	28
TABLA 6: TABLA DE FRECUENCIA DE LA VARIABLE REDES SOCIALES	29
TABLA 7: TABLA DE FRECUENCIA DE LA DIMENSIÓN OBSESIÓN POR LAS REDES SOCIALES.....	30
TABLA 8: TABLA DE FRECUENCIA DE LA DIMENSIÓN FALTA DE CONTROL.....	31
TABLA 9: TABLA DE FRECUENCIA DE LA DIMENSIÓN USO EXCESIVO DE REDES SOCIALES	32
TABLA 10: TABLA DE FRECUENCIA DE LA VARIABLE AUTOESTIMA	33
TABLA 11: TABLA DE FRECUENCIA DE LA DIMENSIÓN PERSONAL.....	34
TABLA 12: TABLA DE FRECUENCIA DE LA DIMENSIÓN FAMILIAR	35
TABLA 13: TABLA DE FRECUENCIA DE LA DIMENSIÓN SOCIABILIZACIÓN.....	36
TABLA 14: ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS PARA LA VARIABLE REDES SOCIALES Y SUS DIMENSIONES.....	37
TABLA 15: ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS PARA LA VARIABLE AUTOESTIMA Y SUS DIMENSIONES	38
TABLA 16: CORRELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES REDES SOCIALES Y LA AUTOESTIMA.	39
TABLA 17: CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN OBSESIÓN POR LAS REDES SOCIALES Y LA VARIABLE AUTOESTIMA.	40
TABLA 18: CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN FALTA DE CONTROL Y LA VARIABLE AUTOESTIMA.	41
TABLA 19: CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES Y LA VARIABLE AUTOESTIMA	42

CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema

En estos tiempos, la mayoría de las personas utilizan como medio de comunicación las redes sociales, un gran porcentaje de jóvenes y adolescente. Las redes sociales están profundamente arraigadas en nuestras rutinas diarias, simplificando nuestras tareas e introduciendo un nuevo método de comunicación que ha suplantado progresivamente a la interacción tradicional cara a cara. Este paradigma de comunicación, facilitado por la tecnología, viene acompañado de diversas aplicaciones que se engloban en la amplia categoría de «redes sociales», como Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, WhatsApp, Messenger y YouTube, entre otras. Estas plataformas en línea se crean con la intención de fomentar las conexiones y facilitar la comunicación entre individuos e instituciones a través de las distancias.

Actualmente, las redes sociales se convirtieron en un aspecto integral de nuestra vida cotidiana. Marín y Cabero (2019), de España, destacaron en su artículo que las plataformas de medios sociales son herramientas fundamentales utilizadas por personas de todos los grupos de edad, especialmente los adolescentes, lo que llevó a los adultos a denominarlos la «generación silenciosa» debido a su preferencia por la comunicación escrita a través de estas plataformas. Además, Heredia y García (2017) en España, junto con Rojas et al. (2018), plantearon preocupaciones significativas sobre la utilización excesiva de la internet y redes sociales, lo que lleva a la dependencia entre los adolescentes y exhibe diversos impactos conductuales. Como resultado, existe una necesidad apremiante de establecer estrategias educativas proactivas para prevenir el riesgo de adicción

derivado de la utilización inadecuada de estas plataformas. De forma similar, Medrano, Rosales y Loving (2017) se hacen eco de los sentimientos de los estudios antes mencionados en relación con los retos sociales y de comportamiento asociados con la participación de los adolescentes en las redes sociales.

Huamán et al. (2017) destacaron la influencia significativa de la tecnología en la comunicación en Perú, haciendo hincapié en su efecto transformador en la vida cotidiana, especialmente para los adolescentes. Su estudio observó el creciente tiempo que los adolescentes pasan en línea y las plataformas específicas de medios sociales con las que se relacionan. La investigación encontró que los adolescentes perciben la tecnología como esencial para sus tareas educativas y se sienten obligados a permanecer conectados a través de sus dispositivos móviles, con una preferencia por plataformas como Facebook y WhatsApp. Estas redes sociales son favoritas dado que poseen una capacidad que ayuda la interacción social y proporcionar acceso al entretenimiento, incluidas las películas.

Yupanqui (2020) profundizó en los hallazgos de Huamán sobre cómo los adolescentes utilizan las redes sociales, haciendo hincapié en sus numerosos beneficios para la comunicación, al tiempo que destacó los posibles efectos negativos sobre su comportamiento, autoestima y salud mental, incluida la depresión. Además, Salazar et al. (2017) observaron un creciente sentimiento de desesperación entre los adolescentes, atribuido a factores como los rasgos de personalidad, la motivación y los aspectos cognitivos. Estas características a menudo se manifiestan en la idea de suicidio entre los adolescentes, lo que contribuye a un número creciente de estudiantes en riesgo de resultados graves, que experimentan sentimientos de depresión y baja autoestima, lo que en última instancia conduce a pensamientos de autolesión.

En su estudio sobre competencias emocionales y autoestima en adolescentes, Schoeps et al. (2019) afirmaron que los individuos poseen la capacidad de cultivar y regular no solo sus propias emociones, sino también las de los demás, abordando y resolviendo así los desafíos emocionales. A pesar de esta

afirmación, numerosos adolescentes luchan por conseguirlo, dando lugar a casos de depresión y dificultades emocionales.

Asimismo, Díaz, Fuentes y Senra (2018) enfatizaron la importancia de la adolescencia como una fase fundamental para el desarrollo de la autoestima. Destacaron la importancia de promover la concienciación entre las familias y las instituciones educativas para identificar posibles escenarios de riesgo y promulgar medidas preventivas psicosociales. El objetivo primordial es fusionar diferentes factores ambientales con la autoestima, con la ayuda de instituciones centradas en la socialización y la estimulación, junto con diversos enfoques pedagógicos destinados a reforzar la autoestima. Además, es vital dotar a los futuros educadores de elementos autorreferenciales, animándoles a cultivar su propia autoestima para alimentar eficazmente la de sus alumnos.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

PG: ¿Qué relación existe entre las redes sociales y la Autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022?

1.2.2. Problemas específicos

PE1: ¿Qué relación existe entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022?

PE2: ¿Qué relación existe entre la falta de control y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022?

PE3: ¿Qué relación existe entre el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

OG: Determinar la relación que existe entre las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

OE1: Determinar la relación que existe entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

OE2: Determinar la relación que existe entre la falta de control y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

OE3: Determinar la relación que existe entre el uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

1.4. Variables de estudio

Variable 1: Redes Sociales

Variable 2: Autoestima

1.4.1. Definición conceptual.

Redes Sociales

Las redes sociales representan una forma de compromiso social caracterizada por interacciones dinámicas entre personas, organizaciones y grupos en entornos difíciles. Las redes sociales basadas en Internet nos brindan la oportunidad de relacionarnos con otros, independientemente de nuestra familiaridad. El sistema funciona en una plataforma abierta, que evoluciona con las aportaciones de cada participante en la red. A medida que se incorporan

nuevos miembros, moldean invariablemente la dinámica del grupo, dando paso a un nuevo grupo (Devis, 2004).

Autoestima

La autoestima abarca cómo nos vemos a nosotros mismos, nuestros pensamientos, juicios, emociones y cómo actuamos, todo ello centrado en nuestra identidad, comportamiento y las cualidades de nuestro cuerpo y carácter. Esencialmente, es cómo nos evaluamos a nosotros mismos.

1.5. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN
VARIABLE I REDES SOCIALES	Las redes sociales representan una forma de compromiso social caracterizada por intercambios dinámicos entre individuos, grupos e instituciones en contextos complejos. Las redes sociales basadas en Internet nos brindan la oportunidad de relacionarnos con otros, independientemente de nuestra familiaridad. El sistema funciona en una plataforma abierta, que evoluciona con las aportaciones de cada participante en la red. A medida que se incorporan nuevos miembros, moldean invariablemente la dinámica del grupo, dando paso a un nuevo grupo (Devis, 2004).	Obsesión por las redes sociales	✓ Constante uso de redes sociales.	Siempre=5 Casi Siempre = 4 Algunas veces=3 Rara vez=2 Nunca = 1
		Falta de control	✓ Uso incontrolable de las redes sociales.	Siempre=5 Casi Siempre = 4 Algunas veces=3 Rara vez=2 Nunca = 1
		Uso excesivo de las redes sociales	✓ Uso desmedido de las redes sociales	Siempre=5 Casi Siempre = 4 Algunas veces=3 Rara vez=2 Nunca = 1
VARIABLE II AUTOESTIMA	La autoestima abarca cómo nos vemos a nosotros mismos, nuestros pensamientos, juicios, emociones y cómo actuamos, todo ello centrado en nuestra identidad, comportamiento y las cualidades de nuestro cuerpo y carácter. Esencialmente, es cómo nos evaluamos a nosotros mismos.	Personal	✓ Percepción de incapacidad. ✓ Percepción de fracaso ✓ Percepción de éxito.	Muy de acuerdo = 4 De acuerdo =3 En desacuerdo =2 Muy en desacuerdo = 1
		Familiar	✓ Habilidad ✓ Capacidad ✓ Complejo	Muy de acuerdo = 4 De acuerdo =3 En desacuerdo =2 Muy en desacuerdo = 1
		Sociabilización	✓ Necesidad ✓ Utilidad ✓ Inherente	Muy de acuerdo = 4 De acuerdo =3 En desacuerdo =2 Muy en desacuerdo = 1

1.6. Hipótesis de la investigación

1.6.1. Hipótesis general

HG: Existe relación entre las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

1.6.2. Hipótesis Específicas

HE1: Existe relación entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

HE2: Existe relación entre la falta de control y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

HE3: Existe relación entre uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

1.7. Justificación del estudio

1.7.1. Justificación teórica

Se justifica conforme a la falta actual de una comprensión clara del tema (medios sociales y autoestima), que surge de las escasas investigaciones o estudios realizados en diferentes universidades.

1.7.2. Justificación práctica

El objetivo de este proyecto es ofrecer reflexiones, resultados y recomendaciones. Estas reflexiones pretenden mejorar la comprensión tanto de las ventajas como de los inconvenientes de la tecnología, en particular del uso de las TIC, cuando la educación no consigue fomentar eficazmente el desarrollo de competencias.

1.7.3. Justificación metodológica

Diversas metodologías, como el enfoque hipotético-deductivo y los métodos estadísticos, son viables para el desarrollo de la investigación. Además, la comprensión de los métodos existentes ayuda a elaborar instrumentos para recopilar la información necesaria. En consecuencia, los métodos y técnicas empleados en este estudio proporcionarán un marco para posteriores investigaciones.

1.7.4. Justificación legal

Este trabajo se justifica legalmente, ya que se alinea con el plan de estudios de la universidad, concluyendo con el informe de tesis obligatorio, tal como se especifica en la Ley Universitaria 30220, art. 60, inc. 2.

1.8. Consideraciones éticas

De acuerdo con las normas éticas, el investigador garantizará el anonimato de los participantes y respetará los derechos de propiedad intelectual de terceros. Además, la investigación dará prioridad a los objetivos altruistas, con el fin de beneficiar a los grupos sociales o a la institución en la que se lleve a cabo, respetando al mismo tiempo los resultados obtenidos del análisis de los datos.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación.

2.1.1. Antecedentes nacionales

(IGLESIAS & MINETTO, 2022), en su trabajo “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución”, Encontraron que la adicción a las redes sociales se relaciona de forma inversa y baja con la autoestima del estudiante. La investigación reveló que un 64,8% de los estudiantes presentaba un nivel de adicción regular a las redes sociales, por otro lado, el 18,5% usaba las redes sociales de manera ocasional, un 11,1% estaba en riesgo de adicción y un 5,6% se encontraba con un nivel problemático de uso. Además, un 52,7% de alumnos presentaba una autoestima moderada, un 30,6% poseía una autoestima bajo y un 16,7% de los alumnos tenía la autoestima alta. En conclusión, estadísticamente no se encontro una diferencia significativa entre las variables que se estudiaron.

(ALCANTARA & TELLO, 2021), en su trabajo “Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas de la ciudad de Cajamarca”, Encontraron que la adicción a las redes sociales se correlaciona de manera inversa y significativo con la autoestima del estudiante. El nivel de adicción más prevalente fue el uso habitual, en tanto que el menos frecuente fue la adicción plena. El nivel de autoestima más destacado entre los adolescentes fue el moderado, en tanto que el menos común fue el bajo. Todas las dimensiones de la adicción a las redes sociales estaban relacionadas con las dimensiones de la autoestima, lo que indica una clara correlación entre el uso habitual de las redes sociales y una autoestima moderada.

(RAVELLO, 2021), en su trabajo “Relación entre redes sociales y autoestima en los estudiantes de quinto grado de educación primaria de la institución educativa privada San José – Chimbote – 2018”. Encontraron que las redes sociales se correlacionan de manera significativo con la autoestima del estudiante, con un nivel de significación aproximado de $p = 0,036$, que está por debajo del umbral de 0,05. Esto indica que el uso de las redes sociales está significativamente relacionado con la autoestima. Los efectos de las redes sociales dependen principalmente de cómo reforzamos, como sociedad y como personas, el sentimiento de autoestima de los jóvenes y los niños, inculcándoles que todo el mundo es diferente y que eso no hace a nadie mejor ni peor que los demás. De este modo, cuando utilicen plataformas como Facebook, su autoestima no se verá minada por las autocomparaciones.

(TINCAHUALLPA, 2021), en su trabajo “Las redes sociales en la autoestima de los estudiantes de educación secundaria de una institución educativa, cusco 2021”. Concluyó que las redes sociales influyen de manera significativa en la autoestima de los estudiantes, como lo indican los resultados porcentuales promedio del índice de Nagelkerke. Adicionalmente señaló, los datos revelaron que el uso de redes sociales repercute en la autoestima relacionada con sus pares. Sin embargo, el estudio no encontró que la utilización de redes sociales influyera en la autoestima académica de los estudiantes.

2.1.2. Antecedentes internacionales

(ALCANTARA & JUAN, 2020), en su investigación titulada “El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes”, Determinaron que las redes sociales pueden poseer diferentes efectos respecto a la autoestima. Los adolescentes de hoy en día están muy involucrados con las plataformas de las redes sociales. ¿Podemos imaginarnos la adolescencia sin ellas? Las redes sociales sirven como plataformas para entretenerse, expresarse, socializar con amigos, compartir intereses, aficiones, experiencias personales y mantenerse al

día de la vida de los demás. Además, funcionan como repositorios de estatus social, estándares de belleza, comparaciones sociales y aspiraciones de estilo de vida. Así pues, las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la formación de la identidad durante la adolescencia, un proceso que, según afirman, implica fluctuaciones en los niveles de autoestima a medida que los adolescentes exploran sus identidades, se distancian de rasgos indeseables y se esfuerzan por conciliar la imagen que tienen de sí mismos con sus aspiraciones.

(CUAICAL & YAR, 2019), en su trabajo, “Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes de B.G.U, de la Unidad Educativa Municipal Julio Enrique Moreno, de la ciudad de Quito durante el periodo lectivo 2018 - 2019”. subrayan el papel omnipresente de los medios sociales en la vida de las personas, particularmente entre los estudiantes que representan uno de los mayores grupos demográficos de usuarios. En el ámbito educativo, emergen dos tendencias predominantes: la integración de los medios sociales como una herramienta de apoyo para las actividades consideradas esenciales por las instituciones educativas, los profesores y los estudiantes, y el impacto adverso de los medios sociales en el comportamiento y la administración del tiempo de los estudiantes.

(MORAL & FERNANDEZ, 2019), en su investigación titulada “Uso problemático de internet en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad”, En su conclusión señala que el 88,75% de adolescentes demostraron que realizan un uso adecuado del internet y el 1,25% utilizan la internet de manera problemática. Las variaciones de edad y sexo no arrojaron resultados dignos de mención. Se ha demostrado que la impulsividad cognitiva no planificada y planificada, así como la baja autoestima, son predictores más fuertes del uso inadecuado de Internet. Es más probable que una persona obtenga una puntuación más alta en los conflictos interpersonales relacionados con el uso inadecuado de Internet si tiene una mayor tendencia a emitir juicios con rapidez y un mayor deseo de tomar decisiones ahora que en el futuro.

(WEISS, 2018), en su investigación titulada “Redes Sociales 2.0 & La Autoestima de los Jóvenes”, Sus conclusiones sugieren que no hay una relación significativa entre la frecuencia de uso de “Instagram” y los niveles de “autoestima”. Incluso, no hay pruebas suficientes que apoyen la idea de que las personas que utilizan Instagram con más frecuencia tienden a tener una autoestima más baja. La investigación también reveló que la mayoría de los adultos jóvenes que poseen la edad que oscila entre 18 y 24 años de la Ciudad de Buenos Aires tienen altos niveles de autoestima. Específicamente, los datos de la encuesta indicaron que el 72% de los encuestados exhibió una autoestima alta, mientras que el 22% mostró niveles moderados, y sólo el 6% fue categorizado como de baja autoestima.

Con este conocimiento, el estudio se centró en el subgrupo de individuos con alta autoestima, compuesto por 113 adultos jóvenes que poseen la edad entre 18 y 24 años de la Ciudad de Buenos Aires. Esta cohorte demostró un compromiso sustancial con Instagram, con una mayoría que accedía a la plataforma más de cinco veces al día y pasaba más de cinco horas a la semana en ella. Los resultados indicaron que el 76% de los participantes accedía a Instagram más de cinco veces al día, y el 46% dedicaba más de cinco horas semanales a la plataforma. En consecuencia, según los resultados, puede afirmarse que no existe una correlación perceptible entre el uso excesivo de Instagram y la disminución de la autoestima en este entorno de redes sociales.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Redes sociales

Existen numerosas definiciones y teorías sobre la naturaleza de las “redes sociales”, pero el consenso sobre el tema sigue siendo difícil de alcanzar. La opinión predominante entre la mayoría de los autores es que una red social es un sitio web diseñado para facilitar las conexiones entre usuarios, la comunicación, el intercambio de contenidos y la creación de comunidades. Además, sirve como herramienta para democratizar la información, capacitando

a los individuos tanto para consumir como para producir contenidos. Según algunos autores, las redes son lugares de interacción social definidos por interacciones dinámicas entre personas, organizaciones y grupos en entornos difíciles.

Estas redes constituyen sistemas abiertos y en perpetua evolución en los que grupos de personas con necesidades e inquietudes similares se organizan para aprovechar sus recursos. Una sociedad marcada por la fragmentación, la marginación de las minorías y el debilitamiento de las redes relacionales corre el riesgo de socavar la democracia participativa, ya que los ciudadanos pueden carecer de agencia en los procesos transformadores. Las intervenciones en red representan esfuerzos deliberados y reflexivos para dar forma a estas interacciones e intercambios, permitiendo a los individuos definirse a sí mismos a través de la diferenciación de los demás.

Las redes sociales funcionan como estructuras sociales a distintos niveles, desde los vínculos familiares hasta las redes organizativas de ámbito estatal, conocidas como redes políticas. Desempeñan un rol fundamental en la configuración de la agenda política y determinan el nivel en que las personas o las organizaciones logran sus objetivos o se ven afectados.

Cuando se habla de la identificación de la red que rodea a un individuo en diferentes entornos sociales, se denomina su «red personal».

Además, las redes sociales suelen designar plataformas en línea destinadas a mejorar la comunicación y abordar cuestiones sociales.

Las redes representan modos de compromiso social caracterizados por interacciones dinámicas entre personas, organizaciones y grupos en entornos difíciles.

Las redes sociales en línea ofrecen vías de interacción con personas desconocidas. El sistema permanece abierto y evoluciona continuamente, moldeado por las contribuciones de cada miembro. La inclusión de nuevos miembros provoca la transformación de la dinámica del grupo. (Devis, 2004)

a) Tipos de redes sociales

Redes sociales directas

Este tipo de redes implican la colaboración de grupos de individuos con intereses comunes. Mediante una interacción igualitaria, tienen la capacidad de regular la información que comparten.

Los participantes en estas redes sociales establecen perfiles para controlar su información personal y sus conexiones con los demás. Normalmente, el acceso a la información del perfil viene determinado por la configuración de privacidad establecida por los propios usuarios.

Xing, MySpace, Fotolog, Menéame, Meetic, LinkedIn, Facebook, YouTube, Wikipedia y hi5, son ciertos ejemplos de este tipo de redes (Morduchowicz, Marcon, Sylvestre, & Ballestrini, 2010).

Diferentes enfoques pueden dar lugar a distintas clasificaciones de las redes sociales directas:

Según finalidad. Se tiene en consideración el fin que el usuario persigue. Se identifican las categorías siguientes:

- ✓ **Redes sociales para el ocio:** Consiste principalmente el entretenimiento y pretenden fortalecer las relaciones personales interactuando con otros, mediante comentarios, comunicación o intercambio de información, ya sea escrita o audiovisual. Por ende, su función principal es fomentar las conexiones personales entre sus miembros.
- ✓ **Redes sociales profesionales:** Las personas que utilizan esta red generalmente buscan avanzar en su actividad profesional, manteniéndose informados en su campo o área de especialización y ampliar su red profesional.

Según modo de funcionamiento. las redes sociales pueden clasificarse según los procesos que las estructuran y orientan sus actividades específicas:

- ✓ Redes sociales basadas en contenidos: Los usuarios generan contenidos en formato escrito o audiovisual, que luego distribuyen y comparten con otros usuarios. Estos contenidos suelen ser revisados para comprobar su idoneidad antes de ser publicados y abiertos a comentarios. Una característica notable de estas redes es que la información suele ser accesible a todos los usuarios sin tener la necesidad de poseer un perfil.
- ✓ Redes sociales basadas en perfiles: Estas redes cuentan con perfiles personales y profesionales. Estos perfiles residen en fichas informativas en las que los usuarios facilitan datos personales y/o profesionales, que suelen incluir una foto. Generalmente para utilizar todas las funciones de estas redes, hay que crear un perfil.
- ✓ Redes sociales de microblogging: Denominadas también como redes de “nanoblogging”, están pensadas sobre todo para comentar y compartir breves contenidos informativos (normalmente medidos en caracteres). Estas publicaciones pueden hacerse tanto desde ordenadores como dispositivos móviles, que permitan a los usuarios seguir las actualizaciones de forma activa.

Según grado de apertura. Dado por su nivel de acceso y las restricciones aplicadas.

- ✓ **Redes sociales públicas.** Cualquier persona con acceso a internet puede acceder a ellos; no es necesario pertenecer a ningún grupo u organización en particular.
- ✓ **Redes sociales privadas.** Son restringidas y no están disponibles para el público en general. El acceso está limitado a los miembros de un grupo específico o de una organización privada, que suele cubrir los costes. Los usuarios y el grupo u organización suelen poseer un acuerdo contractual o algo similar.

Según nivel de integración. se hace hincapié en la afinidad, el interés y la implicación, principalmente en asuntos o actividades profesionales.

- ✓ **Redes sociales de integración vertical.** suelen ser usadas por un grupo de usuarios conectados por intereses o afiliaciones profesionales específicas. El acceso suele realizarse por invitación de un miembro existente, y la información del perfil suele verificarse para comprobar su exactitud. Estas redes pueden requerir una cuota de afiliación, cuyos costes corren a cargo de los usuarios. Suelen tener muchos menos usuarios que las redes de integración horizontal.

- ✓ **Redes sociales de integración horizontal.** Estas redes están abiertas a un público más amplio y no se limitan a usuarios con intereses específicos en un tema concreto. (Morduchowicz, Marcon, Sylvestre, & Ballestrini, 2010)

b) Redes sociales indirectas

Las “redes sociales indirectas” se refieren a plataformas en las que los usuarios, normalmente sin perfiles visibles, acceden a servicios basados en Internet controlados por un individuo o grupo, dirigiendo debates o información sobre temas específicos.

Estas redes engloban foros y blogs:

Foros. Inicialmente diseñados para expertos dentro de campos específicos o como herramientas informativas, los foros facilitan el intercambio de información, evaluaciones y opiniones. Los usuarios pueden interactuar respondiendo a preguntas o comentando los mensajes de otros.

Blogs. Estas plataformas ofrecen actualizaciones periódicas y suelen presentar contenidos en orden cronológico de uno o varios autores. A menudo contienen enlaces incrustados y suelen estar gestionados por su autor o autores, que

comparten ideas personales que consideran relevantes o interesantes. (Morduchowicz, Marcon, Sylvestre, & Ballestrini, 2010)

2.2.2. Autoestima

La autoestima abarca cómo nos vemos a nosotros mismos, nuestros pensamientos, juicios, emociones y cómo actuamos, todo ello centrado en nuestra identidad, comportamiento y las cualidades de nuestro cuerpo y carácter. Esencialmente, es cómo nos evaluamos a nosotros mismos.

La autoestima engloba un conjunto complejo y cambiante de percepciones, creencias y actitudes que los individuos tienen sobre sí mismos.

Existen varias perspectivas sobre la definición de autoestima. Comúnmente se entiende como la combinación de emociones y cogniciones que los individuos albergan sobre sí mismos. Cuando un alumno se percibe a sí mismo como alguien importante y valioso, su autoestima se refleja en su comportamiento: muestra responsabilidad, creatividad, proactividad, iniciativa, fomenta mejores relaciones con sus compañeros y educadores y mantiene un nivel elevado en sus actividades académicas y sociales.

Nuestra autoestima está formada por la percepción que tenemos de nuestro propio valor, en la que influyen nuestros pensamientos, sentimientos, sensaciones y experiencias vitales. Si hablamos de autoestima, nos referimos al grado en que nos aceptamos a nosotros mismos y a la consideración que tenemos de nuestra propia identidad. Implica sentirse bien con uno mismo, pero, lo que es más importante, implica alimentar el propio camino de autorrealización. En este contexto, Voli (2014) describe la autoestima como una autoevaluación de sí mismo, reconociendo su responsabilidad hacia sí mismo, así como sus conexiones intra e interpersonales. (p. 60).

Las personas que se valoran a sí mismas en virtud de sus cualidades o de su valía tienden a abrazar de forma natural la responsabilidad, a hacer que sus acciones sean realizables, a tomar riesgos y a ayudar a otros sin miedo ni dudas, comprometiéndose activamente en la colaboración, la participación y la contribución.

El concepto también se entiende como una combinación de percepciones, pensamientos, valoraciones, emociones e inclinaciones conductuales centradas en nosotros mismos, nuestros gestos y las cualidades de nuestro cuerpo y personalidad que conforman lo que colectivamente denominamos autoestima (Bonet, 1994).

Braden (1993) señala que la autoestima es como sentirse competente para llevar una vida plena y merecedora de felicidad, siendo apto para los retos y exigencias de la vida.

A partir de las apreciaciones de los autores, podemos inferir que la autoestima implica autoevaluarse, reconocerse a sí mismo para afrontar la vida, sus retos y sus exigencias.

Cabe señalar que en la autoestima influyen distintos niveles.

a) Nivel de autoestima.

Nivel de autoestima alta

La persona con alta autoestima posee un sentido de la propia valoración, reconoce su importancia y, por tanto, fomenta pensamientos y emociones que le infunden confianza en la consecución de sus objetivos.

Las manifestaciones de alta autoestima en los individuos varían, dependiendo tanto de rasgos personales como de influencias externas. Según Céspedes Rossel (1996), los individuos con suficiente autoestima experimentan sensaciones placenteras de valor personal, comprendiendo su propia valía, sintiéndose importantes y valorados por los demás, o sintiéndose seguros y contentos debido a su destreza para sortear los retos de la vida. Esta mentalidad está vinculada a pensamientos y emociones optimistas respecto a la consecución de ambiciones, deseos y objetivos.

Cuando las personas se sienten aceptadas, respetadas y queridas por lo que son, pueden cultivar una autopercepción y una autoestima positivas, lo que les permite abordar diversas situaciones con seguridad y serenidad.

Numerosos factores, de naturaleza diversa, contribuyen a la formación de la autoestima. Algunos de ellos están relacionados con la educación recibida durante la infancia, con las interacciones con los cuidadores y otras figuras influyentes.

La influencia recibida por otras personas

El trato que reciben las personas, ya sea positivo o negativo, puede influir en su capacidad para valorarse y estimarse a sí mismas o, por el contrario, provocar sentimientos de desprecio y rechazo. Por ejemplo, frases como «eres un desastre», «no vales nada», «nosotros te valoramos» y «te queremos» pueden reforzar o minar la autoestima.

El lenguaje afectivo

Aunque este aspecto forma parte del tema anterior, merece una consideración aparte debido al profundo impacto que pueden tener las palabras a la hora de moldear o dañar la vida de una persona. Las palabras dejan impresiones duraderas en la mentalidad en función de su esencia, mensaje, tono e intención. Por ejemplo: «Habrías sido mejor de niño», «Eres un inútil».

Las comparaciones familiares y sociales

Hacer comparaciones entre personas, a menudo para rebajarlas o hacerlas sentir inadecuadas o tontas, es insensible y provoca heridas emocionales duraderas, que a menudo desembocan en sentimientos de ira y resentimiento. Esto ocurre con frecuencia cuando los padres establecen diferencias entre sus hijos o vecinos, por ejemplo, diciendo: «Mira a tu hermano; sabe hacer las cosas».

Proyecto de vida presente

Los objetivos, los esfuerzos y los planes de futuro pueden a veces provocar frustración y afectar a la autoestima, haciendo que las personas se sientan inadecuadas o estancadas y fomentando un sentimiento de desesperanza. De

ahí que se haga hincapié en reconocer los logros actuales como cimientos para un mañana mejor.

La familia, la escuela y la sociedad desempeñan un papel fundamental en la formación de la autoestima. Cada una de estas instituciones influye en los individuos a través de sus distintas interacciones, interpretaciones y valoraciones. Dado que los seres humanos son criaturas intrínsecamente sociales, desde que nacen entran en una interacción continua con el entorno. Es en esta interacción dinámica entre factores internos y externos donde se nutren y desarrollan la autoestima y la autovaloración.

b) Componentes de la autoestima.

Componente cognitivo

Este componente implica tomar medidas para modificar los pensamientos negativos e irracionales y sustituirlos por otros positivos. Refleja la forma en que los individuos se ven a sí mismos tras la autorreflexión y engloba las características utilizadas para describirse a sí mismos.

Componente afectivo

Esta dimensión implica evaluar tanto los aspectos positivos como los negativos de nosotros mismos, indicando un sentimiento propicio o perjudicial que percibimos en nosotros mismos.

Componente conductual

Abarca la «autoafirmación» dirigida hacia el interior y el reconocimiento y agradecimiento recibidos de los demás.

Componente actitudinal

Este componente representa la mentalidad duradera con la que nos relacionamos con nosotros mismos, sirviendo como marco fundamental a través del cual organizamos nuestras percepciones de nuestra identidad personal.

2.3. Definición de términos básicos

Comunicación: Proceso de transferencia de información de una entidad a otra.

Concordancia: Rasgo morfosintáctico presente en algunas lenguas flexionadas, capaz de indicar la relación entre 2 o más elementos de una secuencia lingüística por medio del empleo de morfemas gramaticales específicos.

Distorsión: Alteración de una imagen o sonido al propagarse. También se refiere a la tergiversación de los hechos o de las palabras de terceros.

Expresión: Manifestación externa de un deseo, sentimiento o pensamiento por medios verbales o no verbales. Abarca el estilo y la forma en que uno se comunica, incluida la elección de palabras y gestos.

Lengua: Sistema organizado de comunicación que se encuentre en la capacidad humana de transmitir significados a través de signos, que pueden incluir secuencias de sonidos, gestos, símbolos y señales. El modo primario del lenguaje es a través de signos lingüísticos.

Redes sociales: Estructuras sociales que comprenden conjuntos de individuos vinculados por diversas condiciones, como la amistad, el parentesco, los intereses compartidos o el intercambio de conocimientos e ideas a través de la expresión abierta. Sirven de plataformas para la interacción entre individuos por medio de actividades en línea como juegos, chats, foros de debate y espacios virtuales.

CAPITULO III: METODOLOGIA

3.1. Tipo y nivel de investigación

El tipo de investigación es básica, dado que se centra en la búsqueda de conocimiento por el mero interés en ampliar la comprensión de un fenómeno o proceso, sin necesariamente tener aplicaciones prácticas inmediatas (Murillo, 2008, p.48)

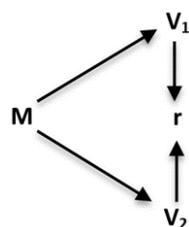
3.2. Nivel de la investigación

La investigación fue de nivel correlacional.

Según Hernández y Baptista (2010), consiste principalmente en observar los fenómenos tal y como se desarrollan de forma natural y analizarlos posteriormente. Se basa en categorías, conceptos y variables que han ocurrido o se han desarrollado sin la influencia directa del investigador.

3.3. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación será no experimental- descriptivo correlacional; Según Hernández et al. (2010), la investigación no experimental implica observar fenómenos en su entorno natural y su posterior examen. También hablaron de los estudios transversales, que implican la recogida de datos en un único punto en el tiempo para describir variables y analizar su ocurrencia e interconexión en ese momento concreto.



Dónde:

- M : Muestra.
 V1 : Redes sociales
 V2 : Autoestima
 R : Correlación

Enfoque

El estudio adopta una metodología cuantitativa para examinar hipótesis a partir de los datos recogidos, empleando medidas numéricas y análisis estadísticos para delinear patrones de comportamiento y verificar teorías. El proceso se adhiere a una secuencia sistemática, con flexibilidad potencial en ciertas etapas. Comienza con un concepto refinado, que conduce a la formulación de objetivos y preguntas de investigación. Se examina la literatura y se establece un marco teórico. Se formulan hipótesis basadas en las preguntas de la investigación y se identifican las variables. A continuación se formula una estrategia (diseño) para evaluar estas hipótesis. Las variables se evalúan en un contexto específico y los datos recogidos se analizan mediante técnicas estadísticas. Por último, se extraen una serie de conclusiones sobre la o las hipótesis. (Sampieri, 2014)

3.4. Población y muestra de estudio

3.4.1. Población

La población abarca todos los casos que cumplen unos criterios específicos (Selltiz et al., 1980). Representa los elementos colectivos interconectados en el ámbito de la investigación, compartiendo cada uno de ellos características de estudio y contexto de información similares.

El estudio tendrá una población finita, compuesta por 60 estudiantes matriculados en la escuela profesional de educación.

3.4.2. Muestra

Será una muestra no probabilística

N°	Carrera profesional	cantidad
01	Educación Matemática y computación.	20
02	Educación primaria e informática.	20
03	Educación inicial y especial.	20
Total		60

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Técnicas de recolección de datos

a) Técnica:

El método elegido consiste en realizar una encuesta virtual a través de un enlace a un formulario de Google, lo que facilita la recogida de información.

Según la descripción de Vidal Díaz de Rada (2001), una encuesta es una búsqueda metódica de información en la que los investigadores indagan sobre los datos deseados de los encuestados, recopilando efectivamente datos agregados (Mayntz et al., 197;133). Este método garantiza la coherencia al formular preguntas idénticas en la misma secuencia y en condiciones comparables (Introducción: aclarar conceptos y terminología, p.13).

b) Instrumento:

El instrumento para el estudio fue cuestionario la cual se aplicó de forma virtual utilizando Google Formulario, las preguntas estaba relacionado a las variables adicción a las redes sociales y autoestima. La validez de este instrumento fue dada a juicio de tres profesionales en la materia.

3.6. Tratamiento de los datos

Procedimientos

- ✓ Se solicitó autorización para poder realizar la aplicación del instrumento a los estudiantes de la “Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios”.
- ✓ Posterior a tener la autorización, se aplicó el cuestionario de manera virtual.
- ✓ Una vez obtenido los datos se procesó con el software SPSS v. 25.
- ✓ Se determinó el “alfa de Cronbach” a fin de medir la confiabilidad del instrumento.
- ✓ Se realizó la tabla de frecuencias respecto a cada variable y dimensión.
- ✓ Calculamos la “prueba de kolmogorov smirnov”.
- ✓ Se calculó las correlaciones entre variables y dimensiones.
- ✓ Se interpretó los resultados.

Tabla 1: Resumen del procesamiento de casos de la variable Redes Sociales

		N	%
Casos	Válido	60	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 2: Estadísticas de fiabilidad de la variable Redes Sociales

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.803	24

Para la tabla 2, podemos contemplar que se tiene un valor para el coeficiente que equivale a 0.803, lo cual establece que al ser una cifra elevada refiere que se tiene un alto grado de confiabilidad al ser aplicados los instrumentos, considerando un límite máximo para el puntaje que equivale a 1, en tal sentido tenemos un coeficiente numérico que demuestra tener una validez científica.

Tabla 3: Resumen del procesamiento de casos de la variable Autoestima.

		N	%
Casos	Válido	60	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 4: Instrumento de la variable Autoestima.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.815	25

Para la tabla 4, podemos contemplar que se tiene un valor para el coeficiente que equivale a 0.815, lo cual establece que al ser una cifra elevada refiere que se tiene un alto grado de confiabilidad al ser aplicados los instrumentos, considerando un límite máximo para el puntaje que equivale a 1, en tal sentido tenemos un coeficiente numérico que demuestra tener una validez científica.

Técnica de Opinión de expertos.

Con respecto a que se contemple y asegure el nivel de confianza de los instrumentos, se utilizó a los juicios de los profesionales, es imprescindible hacer realce que estos instrumentos fueron probados y adecuados para el personal a quienes van a ser aplicados. Tales puntajes de pueden visualizar en el cuadro que se demuestra a continuación:

Tabla 5: Opinión de expertos

Categorías	Juez 1	Juez 2	Juez 3	Total
Claridad	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Objetividad	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Actualidad	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Organización	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Suficiencia	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Intencionalidad	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Consistencia	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Coherencia	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Metodología	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Estadístico de resumen				MUY BUENO

Leyenda:

Juez 1: Dr. Jaime Cuse Quispe

Juez 2: Mgt. Lic. Roger Calsin Vilca

Juez 3: Mgt. Lic. Primo Yampi Qqueccaño

Se vuelve necesaria la mención de que estas calificaciones respaldan y ratifican que los instrumentos son válidos y fiables, debido a que se hicieron pruebas piloto para poder ser adecuada.

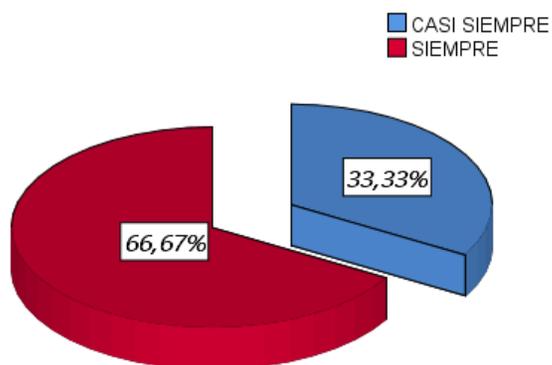
4.1. Resultados para la variable Redes Sociales y sus dimensiones.

Tabla 6: Tabla de frecuencia de la variable Redes Sociales

REDES SOCIALES				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CASI SIEMPRE	20	33,3	33,3	33,3
SIEMPRE	40	66,7	66,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: SPSS v22

Figura 1: Variable Redes Sociales



INTERPRETACIÓN:

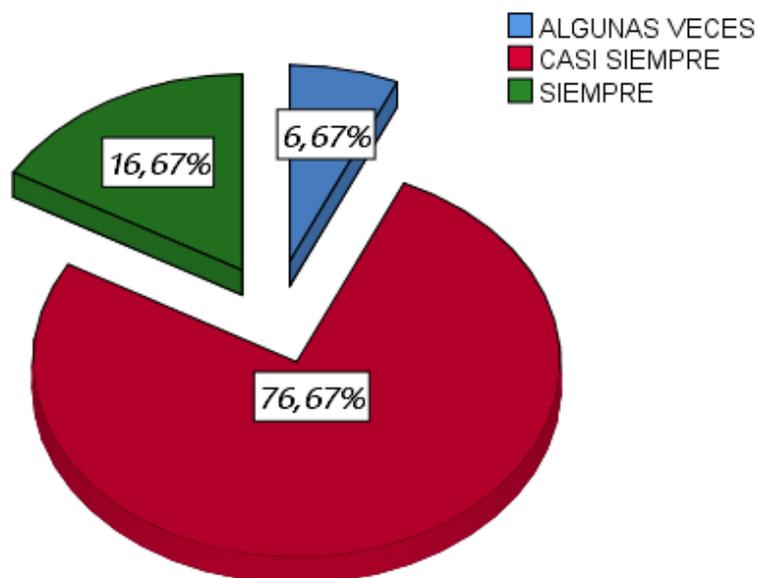
De acuerdo a la tabla 6 y figura 1, se encontró que el 66.67% de los encuestados se hallan ubicados en un rango de siempre, y un 33.33% de ellos están ubicados dentro del rango de casi siempre. Lo que significa que más del 50% de los estudiantes siempre utilizan las redes sociales.

Tabla 7: Tabla de frecuencia de la dimensión Obsesión por las redes sociales

OBSESION POR LAS REDES SOCIALES				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALGUNAS VECES	4	6,7	6,7	6,7
CASI SIEMPRE	46	76,7	76,7	83,3
SIEMPRE	10	16,7	16,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: SPSS v25

Figura 2: Dimensión Obsesión por las redes sociales



Interpretación:

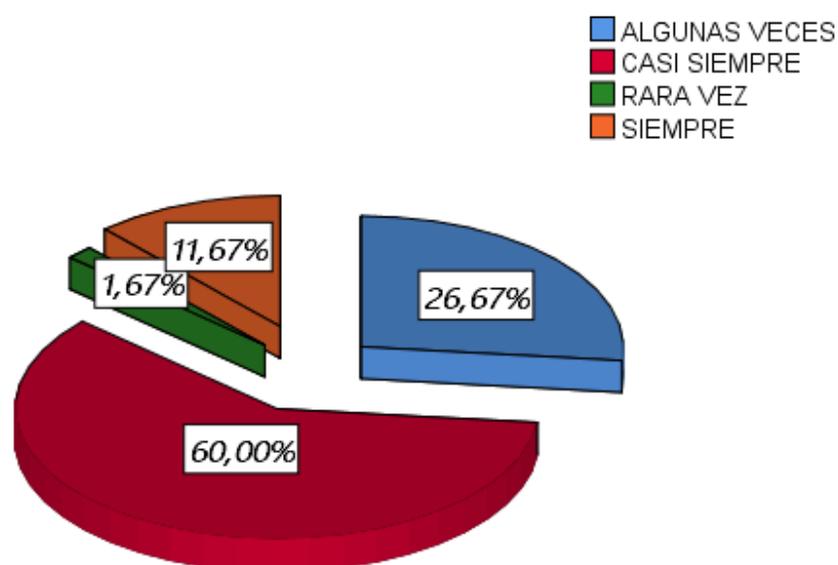
De acuerdo a la tabla 7 y figura 2, se encontró que 76.67% de los estudiantes se hallan ubicados en un rango de casi siempre, por otro lado, un 16.67% de ellos están ubicados dentro del rango de siempre y solo el 6.67% establece encontrarse dentro del rango de algunas veces.

Lo que significa que más del 50% casi siempre estas obsesionados por las redes sociales.

Tabla 8: Tabla de frecuencia de la dimensión Falta de control

FALTA DE CONTROL				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALGUNAS VECES	16	26,7	26,7	26,7
CASI SIEMPRE	36	60,0	60,0	86,7
RARA VEZ	1	1,7	1,7	88,3
SIEMPRE	7	11,7	11,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: SPSS v25

Figura 3: Dimensión Falta de control**Interpretación:**

La tabla 8 y figura 3, se encontró que 60% de los que estudiantes establecen que están ubicados dentro de un rango de casi siempre, por otro lado, un 26.67% están ubicados dentro del rango de algunas veces, y el 11.67% establece encontrarse dentro del rango de siempre y solo el 1.67% en rara vez.

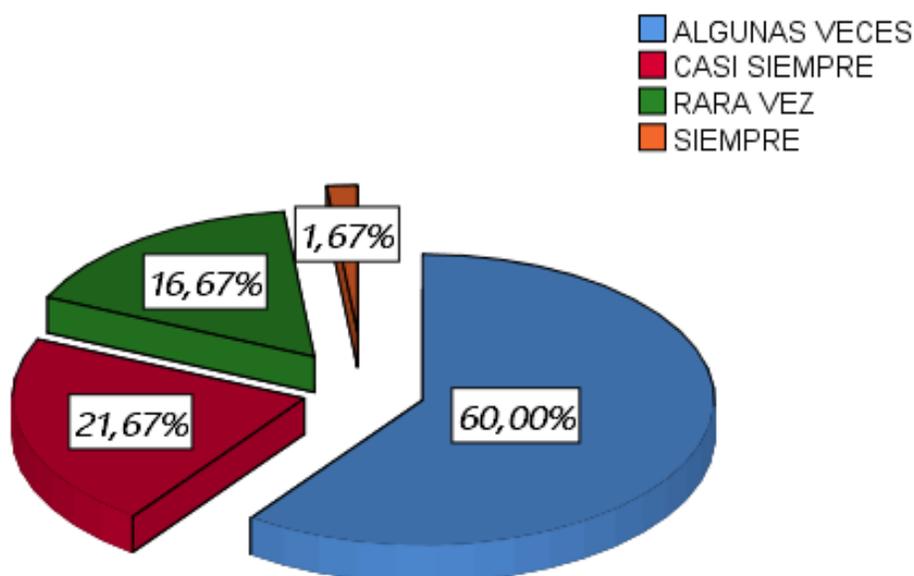
Lo que significa que más del 50% casi siempre pierde el control en el uso de las redes sociales.

Tabla 9: Tabla de frecuencia de la dimensión uso excesivo de redes sociales

USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALGUNAS VECES	36	60,0	60,0	60,0
CASI SIEMPRE	13	21,7	21,7	81,7
RARA VEZ	10	16,7	16,7	98,3
SIEMPRE	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: SPSS v25

Figura 4: Dimensión uso excesivo de redes sociales



Interpretación:

De acuerdo a la tabla 9 y figura 4, se encontró que 60.00% de los estudiantes establecen que están ubicados dentro de un rango de algunas veces, por otro lado, el 21.67% están ubicados dentro del rango de casi siempre, el 16.67% establece encontrarse dentro del rango de rara vez, por último, el 1.67% se halla en un nivel de siempre.

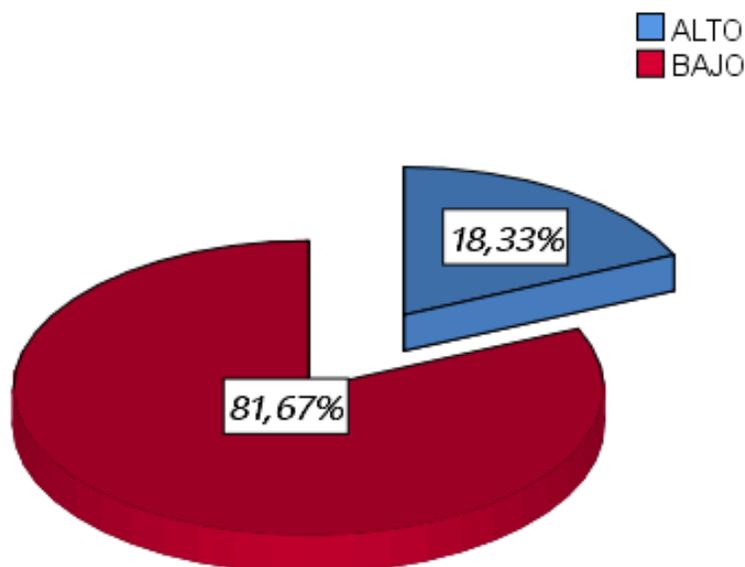
4.2. Resultados para la variable Autoestima

Tabla 10: Tabla de frecuencia de la variable Autoestima

AUTOESTIMA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALTO	11	18,3	18,3	18,3
BAJO	49	81,7	81,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: SPSS v 25

Figura 5: Variable Autoestima



Interpretación

De acuerdo a la tabla 10 y figura 5, se encontró que el 81.86% están ubicados dentro de un rango de bajo, por otro lado, un 18.33% de ellos están ubicados dentro del rango de alto.

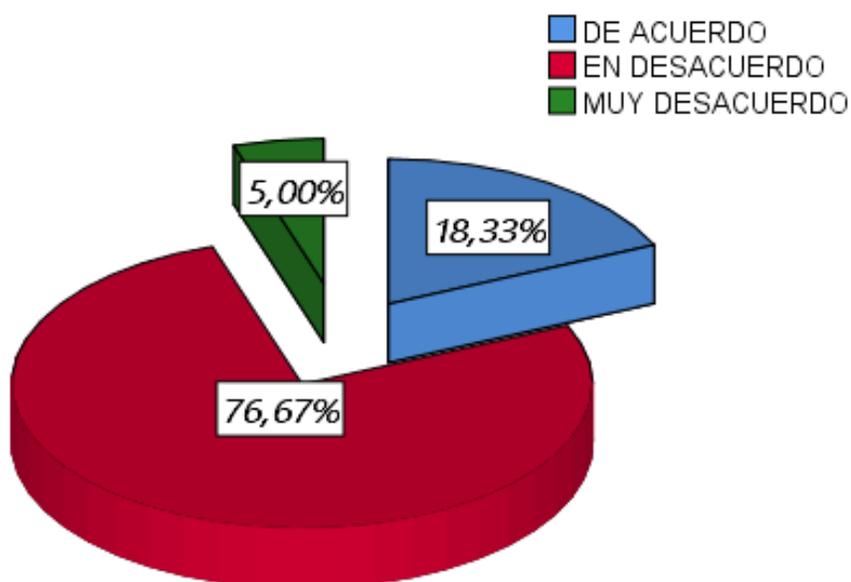
Lo que significa que más del 50% de los estudiantes presentan una baja autoestima.

Tabla 11: Tabla de frecuencia de la dimensión Personal

PERSONAL				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
DE ACUERDO	11	18,3	18,3	18,3
EN DESACUERDO	46	76,7	76,7	95,0
MUY DESACUERDO	3	5,0	5,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: SPSS v 25

Figura 6: Dimensión Personal



Interpretación

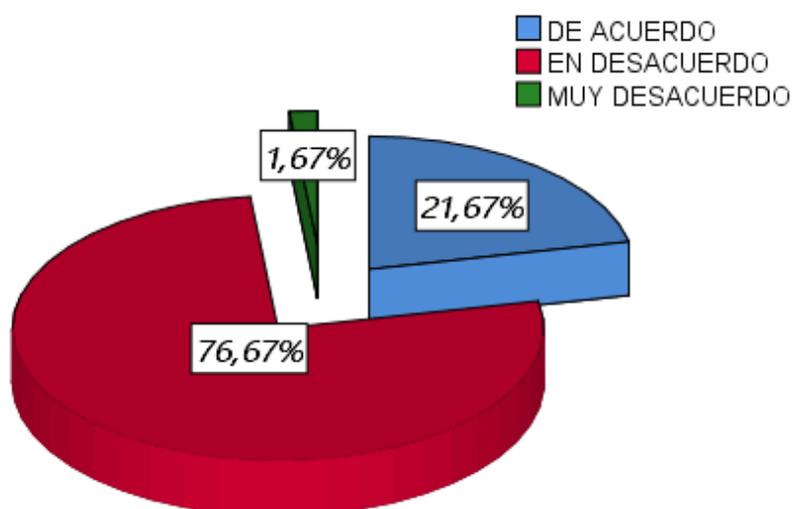
De acuerdo a la tabla 11 y figura 6, se encontró que el 76.67% están ubicados dentro de un rango en desacuerdo, por otro lado, un 18.33% de ellos están ubicados dentro del rango de acuerdo y solo el 5% se encuentra en el nivel de muy desacuerdo.

Tabla 12: Tabla de frecuencia de la dimensión Familiar

FAMILIAR				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
DE ACUERDO	13	21,7	21,7	21,7
EN DESACUERDO	46	76,7	76,7	98,3
MUY DESACUERDO	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: SPSS v 25

Figura 7: Dimensión Familiar



Interpretación

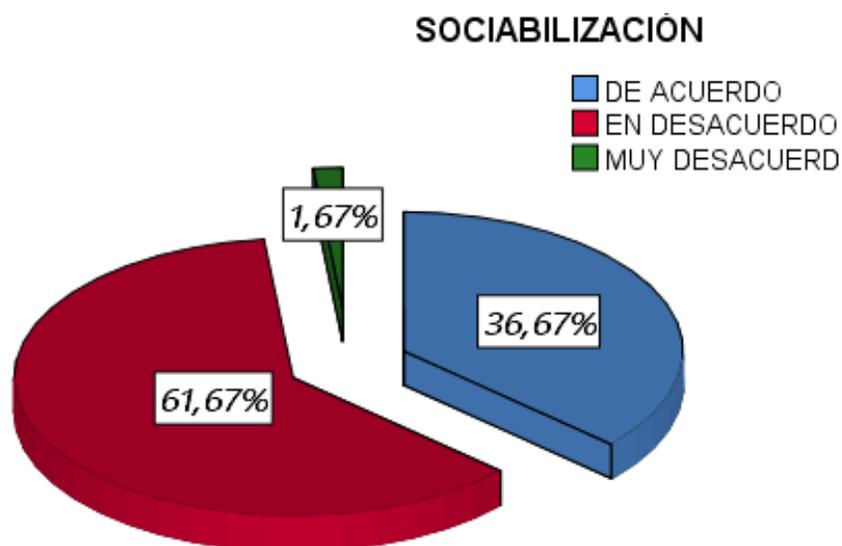
La tabla 12 y figura 7, se encontró que el 76.67% están ubicados dentro de un rango en desacuerdo, por otro lado, un 21.67% de ellos están ubicados dentro del rango de acuerdo, y el 1.67% se encuentra en el nivel de muy desacuerdo.

Tabla 13: Tabla de frecuencia de la dimensión Sociabilización

SOCIABILIZACIÓN				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
DE ACUERDO	22	36,7	36,7	36,7
EN DESACUERDO	37	61,7	61,7	98,3
MUY DESACUERD	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: SPSS v 25

Figura 8: Dimensión Sociabilización



Interpretación

De acuerdo a la tabla 13 y figura 8, se encontró que el 61.67% están ubicados dentro de un rango en desacuerdo, por otro lado, un 36.67% de ellos están ubicados dentro del rango de acuerdo y finalmente el 1.67% se encuentra en un nivel de muy desacuerdo.

4.3. Resultados descriptivos

Tabla 14: Estadísticos descriptivos para la variable Redes Sociales y sus dimensiones.

Estadísticos descriptivos				
	N	Media	Desv. Desviación	Varianza
V1: REDES SOCIALES	60	83,13	6,248	39,033
D1: OBSESION POR LAS REDES SOCIALES	60	30,55	2,375	5,642
D2: FALTA DE CONTROL	60	28,42	3,411	11,637
D3: USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES	60	24,17	3,751	14,073
N válido (por lista)	60			

Fuente: SPSS v.25

Interpretación

De acuerdo a la tabla N° 14, hallamos para la variable Redes Sociales que presenta una media cuyo valor es de 83.13, mismo que se halla en el rango de siempre, cuya desviación típica es 6.248. Para la dimensión “Obsesión por las redes sociales” presenta la media de cuyo valor es de 30.55, lo cual se encuentra en el rango casi siempre, cuya desviación típica es 2.375. Para la dimensión falta de control presenta la media cuyo valor es 28.42, lo cual se encuentra en el rango casi siempre, cuya desviación típica es 3.411. Para la dimensión “uso excesivo de las redes sociales” presenta una media cuyo valor es de 24.17, el cual se encuentra en el rango de algunas veces, cuya desviación típica es de 3.751.

Tabla 15: Estadísticos descriptivos para la variable Autoestima y sus dimensiones

Estadísticos descriptivos				
	N	Media	Desv. Desviación	Varianza
AUTOESTIMA	60	59,80	5,025	25,247
PERSONAL	60	18,45	2,375	5,642
FAMILIAR	60	19,10	2,105	4,431
SOCIABILIZACIÓN	60	22,25	2,495	6,225
N válido (por lista)	60			

Fuente: SPSS v 20

Análisis:

De acuerdo a la tabla N° 15, hallamos para la Autoestima presenta una media con un valor de 59.80, dicho valor se encuentra dentro del rango de bajo, la desviación típica posee un valor de 5.025. Para la dimensión Personal se encontró una media de 18.45, desviación estándar de 2.375, para la dimensión Familiar se encontró una media de 19.10, desviación estándar de 2.105. Para la dimensión sociabilización se encontró una media de 22.25 puntos y desviación estándar 2.495.

4.4. Prueba de normalidad o bondad de ajuste

Pruebas de normalidad			
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
REDES SOCIALES	,082	60	,200*
AUTOESTIMA	,079	60	,200*

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación

Como el p-valor obtenido ($p = 0.20 > \alpha = 0.05$), entonces se confirma que los datos siguen una distribución normal, por tal se usara el r de Pearson.

4.5. Pruebas de hipótesis.

Para ello acudimos a la estadística y al software SPSS. v. 25, adquiriendo para el análisis de la correlación (R de Pearson) con una significación de $\alpha=0,05$, entre estas las dos variables, en las siguientes tablas apreciaremos los resultados.

4.5.1. Prueba de Hipótesis General.

$$H_0: \rho = 0$$

No existe relación entre las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

$$H_a: \rho \neq 0$$

Existe relación entre las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

Tabla 16: Correlación entre las variables redes sociales y la autoestima.

		Correlaciones	
		REDES SOCIALES	AUTOESTIMA
REDES SOCIALES	Correlación de Pearson	1	-,690
	Sig. (bilateral)		,000
	N	60	60
AUTOESTIMA	Correlación de Pearson	-,690	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	60	60

Fuente. SPSS v 25

Toma de Decisión: Dado que el p-valor = 0,000 es menor que el grado de significación (0.05), corresponde rechazar el H_0 y aceptar a la H_1 , siendo r de Pearson de -0.690.

4.5.2. Prueba de Hipótesis específicas

Hipótesis Especifica 1

H₀: $\rho=0$

No existe relación entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

H_a: $\rho \neq 0$

Existe relación entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

Tabla 17: Correlación entre la dimensión obsesión por las redes sociales y la variable autoestima.

		Correlaciones	
		OBSESION POR LAS REDES SOCIALES	AUTOESTIMA
OBSESION POR LAS REDES SOCIALES	Correlación de Pearson	1	-,571
	Sig. (bilateral)		,000
	N	60	60
AUTOESTIMA	Correlación de Pearson	-,571	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	60	60

Fuente. SPSS v 25

Toma de Decisión: Dado que el p-valor = 0,000 es menor que el grado de significación (0.05), corresponde rechazar la H₀ y aceptar a la H₁. Siendo r de pearson de -0.571.

Hipótesis Especifica 2

$H_0: \rho=0$

No existe relación entre la falta de control y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

$H_a: \rho \neq 0$

Existe relación entre la falta de control y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

Tabla 18: Correlación entre la dimensión falta de control y la variable autoestima.

		Correlaciones	
		FALTA DE CONTROL	AUTOESTIMA
FALTA DE CONTROL	Correlación de Pearson	1	-,598
	Sig. (bilateral)		,000
	N	60	60
AUTOESTIMA	Correlación de Pearson	-,598	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	60	60

Fuente. SPSS v 25

Toma de Decisión:

Dado que el p-valor = 0,000 es menor que el grado de significación (0.05), corresponde rechazar la H_0 y aceptar a la H_1 : mismo que establece que existe relación entre la falta de control y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022. Siendo r de pearson de -0.598.

Hipótesis Específica 3

H₀: $\rho=0$

No existe relación entre uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

H_a: $\rho \neq 0$

Existe relación entre uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.

Tabla 19: Correlación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales y la variable autoestima

		Correlaciones	
		USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES	AUTOESTIMA
USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES	Correlación de Pearson	1	-,617
	Sig. (bilateral)		,000
	N	60	60
AUTOESTIMA	Correlación de Pearson	-,617	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	60	60

Fuente. SPSS v 25

Toma de Decisión:

Dado que el p-valor = 0,000 es menor al grado de significación (0.05), corresponde rechazar la H₀ y aceptar a la H₁. Siendo r de pearson de -0.617.

CAPITULO V: DISCUSIÓN

Se pudo encontrar un valor para la correlación de las redes sociales y la autoestima es -0.690 , mismo que pretende tener un nivel de relación negativo, con un grado de confiabilidad de 0.95 , entonces procede rechazar la H_0 y aceptar la H_a , este resultado es muy similar a (IGLESIAS & MINETTO, 2022), en su investigación titulada “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución”.

Se pudo encontrar un valor para la correlación de la dimensión obsesión por las redes sociales y autoestima es -0.571 mismo que pretende tener un nivel de relación negativo, con un grado de confiabilidad de 0.95 , entonces se procedió con el rechazo del H_0 y se acepta la H_a , este resultado es muy similar al trabajo de (ALCANTARA & TELLO, 2021), titulada “Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas de la ciudad de Cajamarca”.

Se pudo encontrar un valor para la correlación de la dimensión falta de control y autoestima cuyo valor es -0.598 , mismo que pretende tener un nivel de relación negativo, con un grado de confiabilidad de 0.95 , entonces se procede con el rechazo de la H_0 y se aceptan la H_a , este resultado es muy similar al trabajo de (RAVELLO, 2021), titulada “Relación entre redes sociales y autoestima en los estudiantes de quinto grado de educación primaria de la institución educativa privada San José – Chimbote – 2018”.

Se pudo encontrar un valor para la correlación de uso excesivo de las redes sociales y la autoestima cuyo valor es -0.617 , mismo que pretende tener un nivel de relación negativo, con un grado de confiabilidad de 0.95 , entonces se procede con el rechazo de la H_0 y se aceptan la H_a , este resultado es muy similar al estudio de TINCAHUALLPA, (2021).

CONCLUSIONES

- Se pudo comprobar un grado de correlación negativa para la Redes Sociales y el Autoestima que logro alcanzar un valor de -0.690 con el grado de confiabilidad equivalente a 0.95, también para la variable redes sociales alcanza una media de 83.13 mismo que refiere a situarse dentro de un rango de siempre, lo que significa que más del 50% de los estudiantes siempre utilizan las redes sociales.
- Se pudo comprobar un grado de correlación negativa para la dimensión obsesión por las redes sociales y la variable autoestima que logro alcanzar un valor de -0.571, con el grado de confiabilidad equivalente a 0.95.
- Se pudo comprobar un grado de correlación negativa para la dimensión falta de control y la variable autoestima que logro alcanzar un valor de -0.598, con el grado de confiabilidad equivalente a 0.95.
- Se pudo comprobar un grado de correlación negativa para la dimensión uso excesivo de las redes sociales y la variable autoestima que logro alcanzar un valor de -0.617, con el grado de confiabilidad equivalente a 0.95.

SUGERENCIAS

Primero

Para frenar la adicción de los universitarios, organizar talleres sobre buenos usos de las redes sociales.

Segundo

Reactivar los seminarios de autoestima con el propósito de asistir a los adolescentes en el fortalecimiento y desarrollo de su sentido de sí mismos. Esto debería implicar mantenerse en contacto con los chicos que muestran una conducta desafiante.

Tercero

Es fundamental que los universitarios asistan a una charla sobre este tema para concienciarles sobre una realidad que nos afecta a todos y educarles en la conexión entre la adicción a las redes sociales y la autoestima.

Cuarto

Para ayudar a los jóvenes a evitar problemas de conducta adictiva y ayudarles a formar buenos hábitos de vida, hay que seguir apoyando el deporte y las actividades competitivas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALCANTARA, M. R., & JUAN, F. M. (2020). EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y SU INCIDENCIA EN LA AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES. CORDOBA, ARGENTINA.
- ALCANTARA, Z. L., & TELLO, R. J. (2021). ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA. CAJAMARCA, PERU.
- AMAYA, M., & FORERO, A. (JULIO DE 2020). INCIDENCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL RENDIMIENTO ACADEMICO DEL AREA DE MATEMATICAS. BOYACA, COLOMBIA.
- ARONES, A. D., & BARZOLA, C. L. (2018). ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y RENDIMIENTO ACADÉMICO EN ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD "ALAS PERUANAS" AYACUCHO 2018. AYACUCHO, PERU.
- CRUZ, P. I. (2016). PERCEPCIONES EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y SU APLICACION EN LA ENSEÑANZA DE LAS MATEMÁTICAS. *PIXCEL BIT. REVISTA DE MEDOS Y EDUCACION*, 165-186.
- CRUZ, P. I., PUENTES, P. A., & CABERO, A. J. (SEPTIEMBRE DE 2017). LA UTILIZACIÓN DE LA REDES SOCIALES PARA LA ENSEÑANZA DE LAS MATEMATICAS. REPUBLICA DOMINICANA.
- CUAICAL, C. Y., & YAR, T. A. (2019). INFLUENCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES DE B.G.U, DE LA UNIDAD EDUCATIVA MUNICIPAL "JULIO ENRIQUE MORENO", DE LA CIUDAD DE QUITO DURANTE EL PERIODO LECTIVO 2018 - 2019. . QUITO, ECUADOR.
- GARRIDO, T. D. (2016). USO DE LAS REDES SOCIALES Y EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES MATEMÁTICAS DE LOS ESTUDIANTES DE SEGUNDO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA AUGUSTO BOURONCLE ACUÑA DE PUERTO MALDONADO - 2015. PUERTO MALDONADO, TAMBOPATA, PERU.
- HUDGSON, G. N., & MANUEL, H. G. (2018). REDES SOCIALES Y SU APOORTE EN EL FORTALECIMIENTO DEL APRENDIZAJE DEL LENGUAJE EN LOS ESTUDIANTES DE LA BASICA PRIMARIA. BARRANQUILLA, COLOMBIA.

- IGLESIAS, G. A., & MINETTO, A. G. (2022). ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN . LIMA, PERU.
- LIPA, R. E. (2019). USO DE REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN EL APRENDIZAJE DEL AREA DE CIENCIAS SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DEL 4TO Y 5TO GRADO DE LA INSTITUCION EDUCATIVA SECUNDARIA AGRO INDUSTRIAL PUTINA - 2018. PUNO, PERU.
- MORAL, J. M., & FERNANDEZ, D. S. (2019). USO PROBLEMÁTICO DE INTERNET EN ADOLESCENTES ESPAÑOLES Y SU RELACIÓN CON AUTOESTIMA E IMPULSIVIDAD. BOGOTA, COLOMBIA.
- RAVELLO, I. J. (2021). RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA "SAN JOSÉ" – CHIMBOTE – 2018. CHIMBOTE , PERU.
- SALAS, E. Y ESCURRA, M. (2014). USO DE REDES SOCIALES ENTRE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS LIMEÑOS. REVISTA PERUANA DE PSICOLOGÍA Y TRABAJO SOCIAL, 3, (1), 75-90. UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA.
- SÁNCHEZ-CARBONELL, X., CASTELLANA, M., CHAMARRO, A. Y OBERST, U. (2008). LA ADICCIÓN A INTERNET Y AL MÓVIL: ¿MODA O TRASTORNO?. ADICCIONES, 20, (2), 149-159. SOCIEDAD CIENTÍFICA ESPAÑOLA DE ESTUDIOS SOBRE EL ALCOHOL, EL ALCOHOLISMO Y LAS OTRAS TOXICOMANÍAS. PALMA DE MALLORCA, ESPAÑA.
- SÁNCHEZ, E. (1999). RELACIÓN ENTRE LA AUTOESTIMA PERSONAL, LA AUTOESTIMA COLECTIVA Y LA PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD. ANALES DE PSICOLOGÍA, 15, (2), 251-260. UNIVERSIDAD DE GRANADA. MURCIA
- TINCAHUALLPA, P. R. (2021). LAS REDES SOCIALES EN LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, CUSCO 2021. LIMA, PERU.
- WEISS, I. M. (2018). REDES SOCIALES 2.0 & LA AUTOESTIMA DE LOS JÓVENES. BUENOS AIRES, ARGENTINA.
- YEN, Y. (2013) COMUNICACIÓN FAMILIAR Y PREDISPOSICIÓN A LA ADICCIÓN A FACEBOOK EN ADOLESCENTES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE PAITA. REVISTA HERALDO DE PIURA. 1, 30-35.

[HTTP://WWW.PIURAHERALDO.NET/JSPUI/BITSTREAM/123456789/30/1/YENSANCHEZ.PDF](http://www.piuraheraldo.net/jspui/bitstream/123456789/30/1/YENSANCHEZ.PDF).

YOUNG, K.S. (1998). ADICCIÓN A INTERNET: LA APARICIÓN DE UN NUEVO TRASTORNO CLÍNICO. CIBERPSICOLOGÍA Y COMPORTAMIENTO, 1(3), 237-24

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia
REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO, 2022.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES/ DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL: PG: ¿Qué relación existe entre las redes sociales y la Autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS PE1: ¿Qué relación existe entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022?</p> <p>PE2: ¿Qué relación existe entre la falta de control y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022?</p> <p>PE3: ¿Qué relación existe entre el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: OG: Determinar la relación que existe entre las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS OE1: Determinar la relación que existe entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.</p> <p>OE2: Determinar la relación que existe entre la falta de control y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.</p> <p>OE3: Determinar la relación que existe entre el uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: HG: Existe relación entre las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS HE1: Existe relación entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.</p> <p>HE2: Existe relación entre la falta de control y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.</p> <p>HE3: Existe relación entre uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la escuela profesional de educación de Puerto Maldonado, 2022.</p>	<p>VARIABLE DE ESTUDIO 1: REDES SOCIALES <u>DIMENSIONES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Obsesión por las redes sociales ➤ Falta de control ➤ Uso excesivo de las redes sociales <p>VARIABLE DE ESTUDIO 2: ACTITUDES AUTOESTIMA <u>DIMENSIONES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal ➤ Familiar ➤ Sociabilización 	<p>Tipo de Investigación Básica</p> <p>Diseño de Investigación Correlacional</p> <p>Población:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes del 620 de la escuela profesional de educación <p>Muestra: Se considerará a los estudiantes de los primeros semestres. Muestra=60</p> <p>Técnicas e Instrumentos de recojo de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario • Análisis Documental <p>Técnicas de Análisis de Datos Cuadros de frecuencia, diagramas, estadísticos de centralización y dispersión, coeficientes de correlación.</p>

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN
VARIABLE I REDES SOCIALES	Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Gracias a las redes sociales en Internet tenemos la posibilidad de interactuar con otras personas, aunque no las conozcamos, el sistema es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada suscripto a la red aporta, cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo. (Devis, 2004)	Obsesión por las redes sociales	✓ Constante uso de redes sociales.	Siempre=5 Casi Siempre = 4 Algunas veces=3 Rara vez=2 Nunca = 1
		Falta de control	✓ Uso incontrolable de las redes sociales.	Siempre=5 Casi Siempre = 4 Algunas veces=3 Rara vez=2 Nunca = 1
		Uso excesivo de las redes sociales	✓ Uso desmedido de las redes sociales	Siempre=5 Casi Siempre = 4 Algunas veces=3 Rara vez=2 Nunca = 1
VARIABLE II AUTOESTIMA	La autoestima es un conjunto de percepciones, pensamientos, evaluaciones, sentimientos y tendencias de comportamiento dirigidas hacia nosotros mismos, hacia nuestra manera de ser y de comportarnos, y hacia los rasgos de nuestro cuerpo y nuestro carácter. En resumen, es la percepción evaluativa de uno mismo.	Personal	✓ Percepción de incapacidad. ✓ Percepción de fracaso ✓ Percepción de éxito.	Muy de acuerdo = 4 De acuerdo =3 En desacuerdo =2 Muy en desacuerdo = 1
		Familiar	✓ Habilidad ✓ Capacidad ✓ Complejo	Muy de acuerdo = 4 De acuerdo =3 En desacuerdo =2 Muy en desacuerdo = 1
		Sociabilización	✓ Necesidad ✓ Utilidad ✓ Inherente	Muy de acuerdo = 4 De acuerdo =3 En desacuerdo =2 Muy en desacuerdo = 1

Anexo 3: Instrumento
CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES(ARS)
Salas y Ecurra (2014)

A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

NUNCA	RARA VEZ	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

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

17.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22.	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23.	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

CUESTIONARIO DE AUTOESTIMA

Adaptado de Coopersmith (1967)

A continuación, se presentan 24 ítems referidos a la autoestima, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

MUY EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO
1	2	3	4

N°	ITEMS	1	2	3	4
1	Usualmente las cosas no me molestan				
2	Me resulta difícil hablar frente a un grupo.				
3	Hay muchas cosas sobre mí que cambiaría si pudiera				
4	Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades.				
5	Soy una persona divertido(a)				
6	Me altero fácilmente en casa.				
7	Me toma mucho tiempo acostumbrarme a cualquier cosa nueva				
8	Soy popular entre las personas de mi edad.				
9	Generalmente mi familia considera mis sentimientos				
10	Me rindo fácilmente				
11	Mi familia espera mucho de mí				
12	Es bastante difícil ser yo mismo(a).				
13	Me siento muchas veces confundido(a)				
14	La gente usualmente sigue mis ideas.				
15	Tengo una pobre opinión de mí mismo.				
16	Hay muchas ocasiones que me gustaría irme de casa.				
17	Frecuentemente me siento descontento con mi trabajo.				
18	No estoy tan simpático(a) como mucha gente.				
19	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo				
20	Mi familia me comprende.				
21	Muchas personas son más preferidas que yo				
22	Frecuentemente siento como si mi familia me presionara				
23	Frecuentemente me siento desalentado con lo que hago				
24	Frecuentemente desearía ser otra persona				
25	No soy digno de confianza				

Anexo 4: Solicitud de autorización de estudio



UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACION
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN

SOLICITO: Facilidades para la aplicación virtual de instrumentos de investigación.

Dr. MANUEL FELIPE GUEVARA DUAREZ
DIRECTOR DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS	
FACULTAD DE EDUCACIÓN	
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES	
RECIBIDO	
Fecha: 05 MAR 2024	
Reg.:	Folio: 01
Hora: 11:47	Firma:

Yo, **Ashley Laucata Mamani y Zabulon Conchacalla Cruz**, egresados de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, de la Escuela Profesional de Educación, ante Usted me presento y expongo:

Que, siendo requisito indispensable la ejecución de un trabajo de investigación, para optar el título profesional de Licenciado en Educación especialidad Primaria e Informática; solicito a su despacho facilidades para la aplicación virtual del instrumento de investigación para la tesis cuyo título es: "REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO".

Por lo Expuesto:

Solicito a usted señor director de la dirección de escuela profesional de educación, acceder a mi petición por ser de justicia.

Puerto Maldonado, 04 marzo de 2024.

ASHLEY LAUCATA MAMANI
UNAMAD

ZABULON CONCHACALLA CRUZ
UNAMAD

Anexo 5: Solicitud de validación de instrumento



UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACIÓN

Puerto Maldonado, 03 de noviembre de 2022

CARTA S/N -2022

SEÑOR (A):

(Dr.) (Mgt.) (Lic)

..... PRIMO YAMPI QUOCBAÑO

Presente. -

Recibo la
para
Primo Yampi
Quocbaño

ASUNTO: SOLICITO OPINION PARA VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Es grato dirigirme a Ud. para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, en condición de egresado de la UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS, Vengo realizando el trabajo de investigación cuyo título es: "REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO, 2022"

Por tal razón, recorro a su conocimiento y experiencia en el campo de la investigación para solicitarle su opinión profesional a la estructura y validez de los instrumentos que acompaño a la presente.

- MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACION
- MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES
- INSTRUMENTOS

Agradezco por anticipado su aceptación a la presente, quedando de Ud. muy reconocida.

Atentamente.

.....
ASHLEY LAUCATA MAMANI
UNAMAD

.....
ZABULON CONCHACALLA CRUZ
UNAMAD



UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACIÓN

Puerto Maldonado, 03 de noviembre de 2022

CARTA S/N -2022

SEÑOR (A):

(Dr.) (MgC) (Lic)

ROGER CALSIN VILCA

Presente. -

ASUNTO: SOLICITO OPINION PARA VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Es grato dirigirme a Ud. para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, en condición de egresado de la UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS, Vengo realizando el trabajo de investigación cuyo título es: "REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO, 2022"

Por tal razón, recorro a su conocimiento y experiencia en el campo de la investigación para solicitarle su opinión profesional a la estructura y validez de los instrumentos que acompaño a la presente.

- MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACION
- MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES
- INSTRUMENTOS

Agradezco por anticipado su aceptación a la presente, quedando de Ud. muy reconocida.

Atentamente.

ASHLEY LAUCATA MAMANI
UNAMAD

ZABULON CONCHACALLA CRUZ
UNAMAD



UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACIÓN

Puerto Maldonado, 03 de noviembre de 2022

CARTA S/N -2022

SEÑOR (A):

(Dr.) (Mgt.) (Lic)

..... JAIME CUSE QUISPE

Presente. -

ASUNTO: SOLICITO OPINION PARA VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Es grato dirigirme a Ud. para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, en condición de egresado de la UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS, Vengo realizando el trabajo de investigación cuyo título es: "REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO, 2022"

Por tal razón, recorro a su conocimiento y experiencia en el campo de la investigación para solicitarle su opinión profesional a la estructura y validez de los instrumentos que acompaño a la presente.

- MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACION
- MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES
- INSTRUMENTOS

Agradezco por anticipado su aceptación a la presente, quedando de Ud. muy reconocida.

Atentamente.

.....
ASHLEY LAUCATA MAMANI
UNAMAD

.....
ZABULON CONCHACALLA CRUZ
UNAMAD

Anexo 6: Ficha de validación

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACION

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación:

"REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO, 2022"

Nombre del instrumento: Cuestionario

Investigador (a): Bach. ASHLEY LAUCATA MAMANI

Bach. ZABULON CONCHACALLA CRUZ

II. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos:

Roger CASIR Vilca

Lugar y fecha:

PTO MALD.

III. OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1. FORMA: (Ortografía, coherencia lingüística, redacción)

Muy Bueno

2. CONTENIDO: (Coherencia en torno al instrumento. Si el indicador corresponde a los ítems y dimensiones)

Muy Bueno

3. ESTRUCTURA: (Profundidad de los ítems)

Muy Bueno

IV. APOORTE Y/O SUGERENCIAS:

— — —

LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse

Sello y Firma

Mgt. o Dr.: Roger CASIR Vilca

DNI: 42177690

Cel: 982765516

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACION**

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación:

"REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO, 2022"

Nombre del instrumento: Cuestionario

Investigador (a): Bach. ASHLEY LAUCATA MAMANI

Bach. ZABULON CONCHACALLA CRUZ

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				✓	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				✓	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				✓	
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				✓	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				✓	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				✓	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				✓	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación.				✓	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.				✓	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				✓	

II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse



Sello y Firma

Mgt. Dr.: Roger Cayulo Vilca

DNI N°: 42179690

Cel.: 982765516

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACION

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación:

"REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO, 2022"

Nombre del instrumento: Cuestionario

Investigador (a): Bach. ASHLEY LAUCATA MAMANI

Bach. ZABULON CONCHACALLA CRUZ

II. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos:

Primo Yampi Oqueccas

Lugar y fecha:

Pto. Maldonado

III. OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1. FORMA: (Ortografía, coherencia lingüística, redacción)

Muy bueno

2. CONTENIDO: (Coherencia en torno al instrumento. Si el indicador corresponde a los ítems y dimensiones)

Muy bueno

3. ESTRUCTURA: (Profundidad de los ítems)

Muy bueno

IV. APOORTE Y/O SUGERENCIAS:

.....
.....

LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse

[Firma]
Sello y Firma

Mgt. o Dr.: *Primo Yampi Oqueccas*

DNI: *23994251*

Cel: *952456304*

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACION**

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación:
"REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO, 2022"

Nombre del instrumento: Cuestionario
Investigador (a): Bach. ASHLEY LAUCATA MAMANI
Bach. ZABULON CONCHACALLA CRUZ

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				R	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				R	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				R	
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				R	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				R	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				R	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				R	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación.				R	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.				R	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				R	

II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación
Debe corregirse


 Sello y Firma
 Mgt. Dr.: P. ms Yamari Agueccas
 DNI N°: 23994251
 Cel: 952456304

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACION

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación:

"REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO, 2022"

Nombre del instrumento: Cuestionario

Investigador (a): Bach. ASHLEY LAUCATA MAMANI

Bach. ZABULON CONCHACALLA CRUZ

II. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos:

Dr. Jaime Cse Ruiz

Lugar y fecha:

Pto. Maldonado

III. OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1. FORMA: (Ortografía, coherencia lingüística, redacción)

Muy Bueno

2. CONTENIDO: (Coherencia en torno al instrumento. Si el indicador corresponde a los ítems y dimensiones)

Muy Bueno

3. ESTRUCTURA: (Profundidad de los ítems)

Muy Bueno

IV. APOORTE Y/O SUGERENCIAS:

LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación

Debe corregirse


Sello y Firma

Mgt. o Dr.: Jaime Cse Ruiz

DNI: 82812909

Cel: 927 615826

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACION

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

Título del trabajo de investigación:
"REDES SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACION DE PUERTO MALDONADO, 2022"

Nombre del instrumento: Cuestionario
Investigador (a): Bach. ASHLEY LAUCATA MAMANI
Bach. ZABULON CONCHACALLA CRUZ

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				X	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				Y	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				Y	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				X	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				X	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación.				X	
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.				X	
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				X	

II. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación
Debe corregirse

Sello y Firma

Mgt. Dr.: 
DNI N°: 23863909
Cel: 927 615926

