UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE OBSTETRICIA

TESIS:

Uso de las redes sociales en relación con la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025.

Para optar el título profesional de:
OBSTETRA

PRESENTADO POR:
Bach. Mariory Odilia CUAREZ HUACCACHI
Bach. Yesenia CRISOSTOMO HUACRE

ASESOR:
Dr. Pavel Antonio ALARCÓN VILA

AYACUCHO - PERÚ

2026

DEDICATORIA

A mis padres, con infinito amor y gratitud. Quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyarme moralmente y psicológicamente.

Crisostomo Huacre yesenia

AGRADECIMIENTO

Primeramente, a Dios, por darme la vida, la sabiduría, la salud y la fortaleza para superar cada obstáculo y llegar a la meta. Por guiar mis pasos y poner en camino a personas maravillosas que hicieron posible este logro. Gracias por llenarme de fe y esperanza en los momentos difíciles.
Crisostomo Huacre yesenia

DEDICATORIA

A mi mamá, por estar siempre a mi lado, por su cariño y por darme fuerzas para seguir adelante.
A mi hermano, por acompañarme en cada etapa y compartir conmigo este camino.
A mis abuelos, por su amor, sus consejos y por ser una parte importante de mi vida.
Y a mí misma, por el esfuerzo, la paciencia y por no rendirme ante las dificultades. Este logro también es fruto de todo lo que aprendí y superé en el camino.
Cuarez Huaccachi Mariory Odilia

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fortaleza, sabiduría y perseverancia para continuar y llegar a cumplir esta meta.

A mis maestros, por sus enseñanzas, orientación y por aportar de manera significativa a mi formación profesional.

A todas las personas que me brindaron su apoyo, sus palabras de aliento y su confianza durante este proceso. Cada gesto fue importante para no rendirme y seguir adelante.

A todos, mi más sincero agradecimiento por haber sido parte de este camino.

Cuevas Hasegawa Mariory Odilia

ÍNDICE

ÍNDICE.....6
INTRODUCCION.....8

CAPITULO I PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 10
1.2. REALIDAD PROBLEMATICA..... 11
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....12
1.3.1. Problema general..... 12
1.3.2. Problemas específicos.....12
1.4. OBJETIVOS..... 12
1.4.1. Objetivo general..... 12
1.4.2. Objetivos específicos.....12
1.5. JUSTIFICACIÓN..... 13

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIO.....14
2.2. BASE TEORICO – CIENTÍFICA.....17
2.2.1. Autoestima.....17
2.2.2. Redes sociales.....25
2.3. HIPÓTESIS.....27
2.3.1. Hipótesis general..... 27
2.3.2. Hipótesis específicas.....27
2.4.- DEFINICIÓN DE TERMINOS OPERATIVOS.....28

CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN..... 29
3.2. METODO DE ESTUDIO.....29
3.3. POBLACIÓN.....29
3.4. MUESTRA..... 29
3.5. VARIABLES DE ESTUDIO.....30
3.5.1. Variable Independiente.....30
3.5.2. Variable dependiente..... 30

3.5.3. Variable interviniente..... 30
3.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS . 31
3.7. PROCEDIMIENTO..... 31

CAPITULO IV ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1.- CRONOGRAMA..... 33
4.2.- LUGAR DE EJECUCIÓN..... 33
4.3.- RECURSOS DISPONIBLES..... 33
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA..... 35

RESUMEN

El uso de las redes sociales implica conectar con otros y compartir información, destacando beneficios como la comunicación instantánea, el aprendizaje y el apoyo social, aunque también conlleva riesgos como la adicción, el ciberacoso y la pérdida de privacidad. El objetivo de la investigación fue determinar cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025; mediante un tipo de investigación aplicada, descriptivo, prospectivo y transversal, considerándose a 187 estudiantes, a quienes se les administró un cuestionario de escala de uso de redes sociales y, para determinar la autoestima, se empleó la escala de Rosemberg; los resultados fueron tratados con el estadístico del Chi cuadrado. Los resultados sobre el uso de redes sociales demuestran que, el 31,6 %, tienen nivel leve de adicción, 28,9 % moderado, así como el 21,9 % y 17,6 %, tuvieron nivel normal y alto, respectivamente; asimismo, el 41,2 % tienen una autoestima media, el 32,1 % nivel alto, en tanto que, el 26,7 % tiene un nivel bajo; los estudiantes con nivel moderado y alto de uso de redes sociales, mayormente tienen la autoestima baja, con 9,6 % y 9,1 %, comparando con aquellos que resultaron con nivel normal, demostrándose que, el uso frecuente de las redes sociales influye negativamente en su autoestima ($p < 0,05$); los estudiantes de 20 a 25 años, las mujeres y los solteros, tuvieron mayor uso de las redes sociales, repercutiendo negativamente sobre el rendimiento académico ($p < 0,05$); la condición económica baja, se relaciona con la baja autoestima de los estudiantes ($p < 0,05$), la edad de inicio de ingreso a las redes sociales se dio entre los 13 a 15 años (48,7 %) ($p > 0,05$); en tanto que el uso diario de estas se encontró entre las 3 a 5 horas, tanto entre mujeres y varones ($p < 0,05$). Concluyendo que, el uso frecuente de las redes sociales repercute negativamente en la autoestima de los estudiantes de Obstetricia.

PALABRAS CLAVE: Redes sociales, autoestima, estudiantes,

ABSTRACT

The use of social media involves connecting with others and sharing information, highlighting benefits such as instant communication, learning, and social support, although it also carries risks such as addiction, cyberbullying, and loss of privacy. The objective of this research was to determine the relationship between social media use and self-esteem among Obstetrics students at the National University of San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, from February to May 2025. An applied, descriptive, prospective, and cross-sectional study was conducted with 187 students, who were administered a social media use scale questionnaire. The Rosenberg Self-Esteem Scale was used to determine self-esteem. The results were analyzed using the Chi-square test. The results regarding social media use show that 31.6% have a mild level of addiction, 28.9% a moderate level, and 21.9% and 17.6% have normal and high levels, respectively. Likewise, 41.2% have average self-esteem, 32.1% have high self-esteem, while 26.7% have low self-esteem; students with moderate and high levels of social media use mostly have low self-esteem, at 9.6% and 9.1%, respectively, compared to those with normal levels, demonstrating that frequent social media use negatively influences their self-esteem ($p < 0.05$); students aged 20 to 25, women, and single students had greater use of social media, negatively impacting academic performance ($p < 0.05$); low economic status is related to low self-esteem among students ($p < 0.05$); the age of first access to social media was between 13 and 15 years (48.7%) ($p > 0.05$); while daily use of these networks was found to be between 3 and 5 hours, both among women and men ($p < 0.05$). In conclusion, frequent use of social media negatively impacts the self-esteem of obstetrics students.

KEYWORDS: Social media, self-esteem, students

INTRODUCCIÓN

El uso de las redes sociales ha aumentado considerablemente en los últimos años a nivel mundial, entre algunas razones están la rapidez de respuesta, la facilidad de acceso y las múltiples actividades con recompensas inmediatas (1). Su uso ha revolucionado la manera en la que los individuos interactúan, generando nuevas dinámicas en la comunicación, de tal manera que las nuevas generaciones poseen la habilidad de procesar altos niveles de información de forma simultánea y en breves periodos de tiempo, sin que la ubicación geográfica sea una limitante (2). Pero, no sólo han favorecido la interacción social, si no que han impactado en diversos ámbitos, por ejemplo, en la educación, donde se han convertido en espacios de aprendizaje abierto y multidireccional en el que se fomenta el trabajo en equipo y la interacción entre usuarios (3). Buxarrais, señala que las redes sociales propician la construcción del conocimiento de manera colaborativa, así como la autonomía en la búsqueda de información (4).

Sin embargo, son precisamente estos beneficios los que aumentan el riesgo de adicción a dichas redes, pues el nivel de recompensa es tan elevado que se abandonan paulatinamente las actividades cotidianas. De manera que el uso elevado del Internet se convierte en un escape ante situaciones desagradables para los usuarios, en especial los adolescentes, en quienes se observa un deterioro en la vida social y sus lazos afectivos, así como el reemplazo de actividades antes gratificantes y la constante preocupación cuando no están conectados a Internet (5). Así mismo se ha hablado de ciertos rasgos de personalidad que influyen en la dependencia a las redes sociales, por ejemplo, las personas narcisistas, la extraversión, la apertura a las nuevas experiencias, incluso el aburrimiento (6). Por otra parte, los niveles altos de adicción a las redes sociales tienen consecuencias a nivel psicológico, pues, estudios realizados los han relacionado con niveles más bajos de autoestima entre los estudiantes universitarios, asociados a la frustración y el aislamiento (7). Los mismos resultados fueron confirmados por Herrera et al., quienes hallaron una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Facebook, una baja autoestima, depresión y falta de habilidades sociales en alumnos de la Universidad Iberoamericana (México)

(8); por su parte, Jan et al., encontraron que el aumento en el uso de las redes sociales conlleva una disminución del nivel de autoestima de los estudiantes (9). De manera similar Nie et al., documentan que la adicción severa al Internet se asocia significativamente con una pobre autoestima, depresión y problemas de fluidez verbal semántica (10).

CAPITULO I

PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A medida que la tecnología se ha integrado cada vez más a la vida moderna, el uso de las redes sociales es una actividad que se ha vuelto indispensable en la vida de muchos jóvenes. La creciente necesidad de comprender mejor el impacto que tienen estas en la salud psicológica es fundamental para la prevención y tratamiento de los trastornos que pueden resultar o ser amplificados por el uso de redes sociales. La mayoría de los estudios se han centrado en poblaciones de países que no incluyen México y los pocos estudios de México se han realizado mayormente con adolescentes y han demostrado que el uso de las redes sociales se asocia con niveles más bajos de autoestima y mayores niveles de ansiedad (11).

A inicios del 2020, en el ámbito internacional, más de 4,5 millones de personas ya se encontraban utilizando servicios de internet; es decir, que actualmente un 60% de la población mundial se conecta a la red, y la tendencia es hacia el crecimiento (12). Global Web Index, en su reporte, indica que la población con más usuarios en las redes es Filipinas, dedicando un promedio aproximado de cuatro horas al día por persona; América se ubica en el cuarto puesto en las listas a nivel mundial de personas más adictas a las plataformas sociales con los usuarios de Colombia liderando esta lista, los cuales dedican cerca de tres horas y 45 minutos estar en las redes, seguidos por Brasil con un tiempo aproximado al de Colombia. En Argentina este uso llega a las tres horas y
11 minutos.

Debido a la información encontrada se puede decir que una de las problemáticas presentes es que las cifras con relación al uso de internet y redes sociales por parte de todos los grupos de edad y segmentos de la sociedad sigue en aumento, sobre todo en el contexto de la pandemia de COVID-19, pues si antes del aislamiento social las personas solían prestar bastante atención a sus pantallas de smartphones, ahora esto ocurre mucho más, incrementando las medias del uso problemático de tecnologías entre 0.46 y 1.46 (13).; lo cual no necesariamente es un aspecto negativo, pero que, sin embargo, al no existir un control sobre este uso, puede producir daños en la salud mental de los usuarios

que lleguen a convertir este pasatiempo en una adicción, afectando diferentes aspectos, entre ellos la autoestima y asociándose con la depresión, déficits atencionales, insomnio, disminución de rendimiento académico, entre otros (14).

1.2. REALIDAD PROBLEMATICA

En el Perú ya son más de 22 millones de ciudadanos que cuentan con internet, representando el 68% de la población peruana, siendo el 55% de ellos varones, mientras que el 45% restante se encuentra conformado de mujeres. El grupo mayoritario quienes se encuentran conectados a internet es del sexo masculino, entre las edades de los 18 a 24 años, seguido por varones de 25 a 34 años, luego féminas de 18 a 24 años, posteriormente mujeres de 25 a 34 (15).

Si bien es cierto, la aparición de las redes sociales ha facilitado y simplificado el acceso a la información y la difusión de la misma, pero no se debe de abusar del tiempo que uno puede pasar navegando en las redes y asumiéndola como parte importante de su interactuar diario, generando en los estudiantes no tener vida social normal, lo cual repercute significativamente en la autoestima de ellos, tal como se observa en la población de estudiantes universitarios de la UNSCH, quienes, generalmente, hacen uso excesivo de las redes sociales, consecuentemente, podría influir en su comportamiento psicológico.

La autoestima es la forma de comportarse que tiene cada individuo, sea esta de manera negativa o positiva, con referencia a sí mismo, y esta forma de comportamiento va a influenciar también en cómo se va desarrollando la misma. Para Undurraga (1998), la autoestima hace referencia a la confianza en uno mismo, es decir, en nuestras capacidades, y está compuesta por dos componentes. El primero es la valía personal, que se refiere al valor que la misma persona se da de manera positiva o negativa, y donde están incluidas emociones y actitudes de sí mismo; mientras que el segundo es el sentimiento de capacidad personal, que quiere decir la posibilidad que tiene la persona de poder llevar a cabo sus metas y objetivos de manera exitosa (16).

En este sentido, mediante el presente estudio se desea conocer más sobre la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de jóvenes universitarios de la UNSCH, quienes se encuentran diariamente expuestos a estas plataformas en crecimiento, para así poder conocer y generar indicadores y evidencia 5 empírica que sustente la relación entre ambas variables en nuestro contexto nacional, y sirva como herramienta para generar estrategias de intervención en relación con el tema.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025?

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Determinar cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la frecuencia de uso de las redes sociales en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho
- Identificar los niveles de la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho
- Conocer entre el uso de las redes sociales y los niveles de autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho
- Establecer la relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima con los factores sociodemográficos como la edad, tipo de hogar y condición económica en los estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIO

Portillo et al. (2021), en México, tuvieron como **objetivo**, establecer la relación entre la adicción a las redes sociales, la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios. **Método**, participaron 100 alumnos, 36 hombres y 64 mujeres, a quienes se les aplicó el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), la Escala de Ansiedad Manifiesta en Adultos (AMAS-A) y la Escala de Autoestima de Rosenberg. **Resultados**, los análisis de varianza efectuados muestran que la adicción a las redes sociales se relaciona de forma negativa con el nivel de autoestima, y de forma significativa con el nivel de ansiedad, de manera que los estudiantes con mayor adicción a dichas redes manifiestan también un mayor nivel de ansiedad (11).

Tincahuallpa R. (2021), Tuvo como **objetivo** en la presente investigación determinar la influencia entre el uso de redes sociales y la autoestima en estudiantes del 3º de secundaria de la Institución Educativa del Cusco; **método**, la investigación fue de tipo básica de nivel correlacional causal, de enfoque cuantitativo; de diseño no experimental. La población estudiada estuvo conformada por estudiantes del 3° de secundaria. La técnica empleada para recolectar información fue la encuesta usando los instrumentos de recolección de datos siendo dos cuestionarios debidamente validados por juicio de expertos. **Resultados**, entre los resultados más importantes obtenidos con la prueba estadística, pudo encontrar que existe un grado de influencia de las redes sociales en la autoestima de los estudiantes, por lo que es necesario tener acciones preventivas para evitar futuros problemas emocionales y posibles adicciones al uso de redes sociales y la influencia en la autoestima de los estudiantes de educación secundaria de una institución educativa (17).

Valdez M. (2021), en Lima, tuvo como **objetivo** demostrar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes. **Método**, investigación no experimental, de tipo descriptivo-correlacional. Los instrumentos

de medición utilizados fueron el Test de Autoestima para Escolares de Ruiz Alva y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) de Salas y Escurra. Los **resultados** obtenidos indicaron que la adicción a las redes sociales se correlaciona de forma inversa con la autoestima. El 67,3% de la muestra presentó un nivel de grado medio de adicción, mientras que el 77% de los estudiantes mostraron una tendencia a tener una baja autoestima. **Conclusión**, se presentan diferencias en las dimensiones de la autoestima en función con la edad de los participantes (18).

Bustamante y Celi. (2022), en Ecuador, **objetivo** analizar el impacto de las redes sociales en la autoestima de universitarios y universitarias de la ciudad de Loja. **Método**, se realizó un estudio transversal de enfoque cuantitativo con la participación de 1139 estudiantes universitarios. Se utilizaron dos instrumentos: una encuesta sociodemográfica y la Escala de Rosemberg. **Resultados** el uso excesivo de redes sociales está relacionado con un menor nivel de autoestima, mientras que un uso moderado, está asociado a un mayor nivel de autoestima. Los hallazgos de este estudio muestran información relevante para la evaluación, comprensión y posible abordaje de las condiciones de comportamiento que el uso de las redes sociales genera en el bienestar de los jóvenes (19).

Condori et al. (2023), en Juliaca, **Objetivo:** determinar la relación entre adicción a las redes sociales y cansancio emocional en estudiantes universitarios del programa de Psicología. **Metodología:** diseño no experimental de corte transversal, de enfoque cuantitativo de un estudio de tipo correlacional. La población estuvo conformada por 300 estudiantes de III a VII ciclo de psicología, en la presente investigación se utilizó la versión adaptada en Perú por Lavaggi (2017). **Resultados:** existe relación entre la adicción a las redes sociales y cansancio emocional tratándose de una relación moderada y significativa que indica que el 55% del comportamiento de adicción a las redes sociales se relaciona con el cansancio emocional. **Conclusión:** con niveles mayores a la adicción a las redes sociales mayor cansancio emocional (20).

Collantes y Tobar (2023), en España, **objetivo**, establecer la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en los estudiantes universitarios. **Método**, se utilizó una muestra de 280 participantes, 25.3% son hombres y 74.7% son mujeres entre los 17 a los 25 años de una institución superior pública, a quienes se les aplica la Escala de Autoestima de Rossenberg y el Social Media Addiction Scale. **Resultados**, muestran una relación negativa entre los niveles de adicción

a redes sociales y sus dimensiones: ocupación, modificación del estado de ánimo, recaída y conflicto con los niveles de autoestima, además de que no se encuentra una diferencia significativa en cuanto a la comparación del sexo en mayor o menor nivel de adicción (p> 0.05). **Conclusión**, mientras menor nivel de autoestima presenta los universitarios mayor adicción a redes sociales (21).

Ruiz y Castillo (2023), en Lima, **objetivo**, identificar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de jóvenes universitarios. **Método**, enfoque cuantitativo, un diseño no experimental y es de tipo transversal, con un tamaño de muestra de 195 participantes, quienes fueron evaluados de manera virtual con el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS-6) y la Escala de Autoestima de Rosenberg (RSE). Como **resultado** se obtuvo una correlación negativa (-.34) que es estadísticamente significativa (<.001) y con intensidad débil. Asimismo, al utilizar el estadístico Rank Biserial Correlation como medida del tamaño de efecto, se obtuvo un valor de .1156, el cual se encuentra por debajo del mínimo necesario (.20). **Conclusión**, los hombres presentaron una mayor autoestima en comparación con las mujeres y las mujeres presentaron mayores niveles de adicción a las redes sociales (22).

Soria y Villegas (2024), en Ecuador, el **objetivo** del estudio fue determinar la relación que existe entre adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de la Unidad Educativa “San Luis Gonzaga”. La **metodología** utilizada fue con enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, correlacional de corte transversal. La recolección de información se obtiene mediante la aplicación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), que consta de 24 ítem, también se utiliza la Escala de Autoestima de Rosemberg con 10 ítems y son de escala tipo Likert. Se trabajó con una población de 406 estudiantes con los siguientes criterios de inclusión: tener entre 14 y 17 años, contar con el asentimiento del participante y con el consentimiento informado del representante legal. Los **resultados** muestran que existe una correlación negativa entre el factor obsesión por estar conectado a las redes sociales y la autoestima; mientras que, con los factores modificación del estado de ánimo y uso excesivo de las redes existe una correlación positiva con la autoestima (23).

2.2. BASE TEORICO – CIENTÍFICA

2.2.1. Autoestima

Un aspecto muy importante de la personalidad, del logro de la identidad y de la adaptación a la sociedad, es la autoestima; es decir el grado en que los individuos tienen sentimientos positivos o negativos acerca de sí mismos y de su propio valor. Daremos una serie de definiciones de la autoestima:

- La capacidad que tiene la persona de valorarse, amarse, apreciarse y aceptarse a sí mismo.
- El conjunto de las actitudes del individuo hacia mismo (Burns).
- Es la percepción evaluativa de uno mismo.
- Conozco una sola definición de la felicidad: “ser un buen amigo de sí mismo”
- Es el amor que cada persona tiene de sí mismo.

La autoestima está relacionada con muchas formas de conducta. Las personas con una autoestima elevada suelen reportar menos emociones agresivas, negativas y menos depresión que las personas con una autoestima baja.

De modo similar, las personas con una autoestima elevada pueden manejar mejor el estrés y cuando son expuestas al mismo, experimentan menos efectos negativos en la salud.

La época importante para el desarrollo de la autoestima es la infancia intermedia. El niño, aquí, compara su yo real con su yo ideal y se juzga a sí mismo por la manera en que alcanza los patrones sociales y las expectativas que se ha formado de sí mismo y de qué tan bien se desempeña.

Las opiniones de los niños acerca de sí mismos tienen un gran impacto en el desarrollo de la personalidad, en especial en su estado de ánimo habitual.

Por todo lo anterior, es importante el estudio de la autoestima, así como la presentación de patrones de conducta que lleven al individuo a establecer una autoestima elevada, que le permita un mejor desarrollo de sí mismo.

Por tanto, la autoestima, es el concepto que tenemos de nuestra valía y se basa en todos los pensamientos, sentimientos, sensaciones y experiencias que sobre nosotros mismos hemos ido recogiendo durante nuestra vida; creemos que somos listos o tontos, nos gustamos o no. Los millares de impresiones, evaluaciones y experiencias así reunidos se juntan en un sentimiento positivo hacia nosotros mismos o, por el contrario, en un incómodo sentimiento de no ser lo que esperábamos.

2.2.1.1. Tipos de autoestima

La autoestima se puede desarrollar en las personas de tres formas:

- Autoestima Alta (Normal): La persona se ama, se acepta y se valora tal cual es.
- Autoestima Baja: La persona no se ama, no se acepta y no se valora en sus cualidades.
- Autoestima Inflada: La persona se ama más que a los demás y valora exageradamente sus cualidades.

Características de las personas con alta autoestima

- Saben que cosas pueden hacer bien y qué pueden mejorar.
- Se sienten bien consigo mismos.
- Expresan su opinión.
- No temen hablar con otras personas.
- Saben identificar y expresar sus emociones a otras personas.
- Participan en las actividades que se desarrollan en su centro de estudio o trabajo.
- Se valen por sí mismas en las situaciones de la vida, lo implica dar y pedir apoyo.
- Les gustan los retos y no les temen.
- Tiene consideración por los otros, sentido de ayuda y están dispuestos a colaborar con las demás personas.
- Son creativas y originales, inventan cosa, se interesan por realizar tareas desconocidas, aprenden actividades nuevas.
- Luchan por alcanzar lo que quieren.
- Disfrutan las cosas divertidas de vida, tanto de la propia como de la de los demás.
- Se aventuran en nuevas actividades.
- Son organizados y ordenados en sus actividades.
- Preguntan cuando algo no lo saben.
- Defienden su posición ante los demás.
- Reconocen cuando se equivocan.
- No les molesta que digan sus cualidades, pero no les gusta que los adulen.
- Conocen sus cualidades y tratan de sobreponerse a sus defectos.
- Son responsable de sus acciones.

Características de las personas con baja autoestima

Son indecisos, se les dificulta tomar decisiones, tienen miedo exagerado a equivocarse. Solo toman una decisión cuando tienen seguridad en un 100 por ciento que obtendrán los resultados.

- Piensan que no pueden, que no saben nada.
- No valoran sus talentos. Miran sus talentos pequeños, y los de los otros los ven grandes.
- Le tienen miedo a lo nuevo y evitan los riesgos.
- Son muy ansiosos y nerviosos, lo que los lleva a evadir situaciones que le dan angustia y temor.
- Son muy pasivos, evitan tomar la iniciativa.
- Son aisladas y casi no tienen amigos.
- No les gusta compartir con otras personas.
- Evitan participar en las actividades que se realizan en su centro de estudio o en su trabajo.
- Temen hablar con otras personas.
- Dependen mucho de otras personas para hacer sus tareas o realizar cualquier actividad.
- Se dan por vencidas antes de realizar cualquier actividad.
- No están satisfechas consigo mismas, piensan que no hacen nada bien.
- No conocen sus emociones, por lo que no pueden expresarlas.
- Debido a que no tienen valor, les cuesta aceptar que las critiquen.
- Les cuesta reconocer cuando se equivocan.
- Manejan mucho sentimiento de culpa cuando algo sale mal.
- En resultados negativos buscan culpables en otros.
- Creen que son los feos.
- Creen que son ignorantes.
- Se alegran ante los errores de otros.
- No se preocupan por su estado de salud.
- Son pesimistas, creen que todo les saldrá mal.
- Busca lideres para hacer las cosas.
- Cree que es una persona poco interesante.
- Cree que causa mala impresión en los demás.

- Le cuesta obtener sus metas.
- No le gusta esforzarse.
- Siente que no controla su vida.
- Son líderes naturales.

Características de las personas con autoestima inflada

Tomando elementos básicos de Freud podemos hacer una aproximación, a las características de este tipo:

- Piensan que pueden hacerlo todo, no hay nadie mejor que ellos.
- Creen tener siempre la razón y que no se equivocan.
- Son seguros de si mismo en extremo, pero los hace no ver los riesgos de sus acciones.
- Creen que todas las personas los aman.
- Hablan en extremo y son escandalosos.
- No toman en cuenta a nadie para hacer sus tareas o realizar cualquier actividad.
- Por lo general la gente los rechaza. Por sabelotodo
- Se aman en forma enfermiza a sí mismo.
- Son vanidosos, pero en caso extremo llegan al “narcisismo”. Narciso era un hermoso joven que todos los días iba a contemplar su propia belleza en un lago. Estaba tan fascinado consigo mismo que un día se cayó dentro del lago y se murió ahogado. En el lugar donde cayó nació una flor, a la que llamaron narciso.
- Me siento atractivo (No necesariamente en el aspecto físico).
- Creen que son las personas más interesantes de la tierra.
- Tengo mucha seguridad en mí mismo.
- Cree que le gana a cualquiera en todo.
- Cree que es el cuerpo más bello.
- Cree que impacta a cualquiera que lo conoce.
- Le gusta que lo elogien.
- Cree que todas las personas están obligadas a amarlo.
- Siento que realmente soy mi mejor amigo.
- Cree que nunca se equivoca, pero ataca a los demás cuando se equivocan.
- Siento que nadie es más que como yo como persona.

- Casi siempre tengo una actitud amigable con los demás; los acepto sin juzgarlos.
- Me siento feliz y plenamente a gusto conmigo mismo.
- Cuida en forma enfermiza de su salud.
- Optimista en extremo.
- Siente que merece tener más que los demás.
- Quiere tener lo mejor en ropa, perfume, y objetos materiales.
- Ególatra, Megalómano.

2.2.1.2. Formación de la autoestima

Siguiendo a Campos y Muños, (1992) podemos explicar la formación de la autoestima a partir de los siguientes elementos.

a) Elementos forjadores de una autoestima alta

El niño y la niña desde pequeño:

- Es tratado con amor
- Se le da seguridad,
- Se le aplican normas conductuales firmes, no violentas
- Se le enseña a respetar a las personas
- Se le enseña que puede soñar
- Que logrará todo lo que se proponga
- Se le llama la atención con amor
- Se le cuida su salud, en forma normal
- Se le ayuda a ser independiente

Existen elementos que ayudan a mejorar la autoestima.

Sentido de Pertenencia: Necesitamos experimentar que somos parte de algo., Somos parte de una familia, Una comunidad, en la cual nos quieren y nos respetan, Miembros de una nación, somos curdos, con nuestras costumbres, historia, lengua y otros.

Sentir que somos amados por, familia, nos aman nos cuidan, y si no es así, buscamos una familia sustituta; Amigos, con quienes compartimos nuestros momentos agradables; Vecinos, que nos respetan.

Ser reconocidos en nuestras cualidades, capacidades, habilidades, destrezas y dones.

b) Formación de una baja autoestima

La autoestima se va desarrollando a diario en los primeros años de la vida de los niños y las niñas. Y entre los factores que producen una baja autoestima podemos describir:

1. Amor condicionado a niños: “Si no sacas buenas notas en tus exámenes, no te voy a querer”.

- La repetición constante del no: No hagas eso, no vengas tarde y otros.
- La inconsistencia en las reglas de conducta: papá da una orden y mamá da una orden contraria. Papá no me da permiso, pero mi mamá si...
- Regaño con alto grado de enojo, malas palabras, cólera...
- Indiferencia de los padres, no sabe si está enfermo, si come, por donde anda...
- Reglas familiares rígidas. ¡Quien no viene a las 12, sino después no almuerza en esta casa!
- Pérdidas importantes durante infancia: papá, mamá y otros.
- El abuso físico, o sexual: golpes, violaciones.
- Padre o madre alcohólicos o drogadictos
- Padres sobreprotectores
- Padres muy consentidores
- Comunicación de doble vínculo: es el mensaje con doble fondo, una persona dice una cosa y actúa de otra forma diferente a la que dijo. Ejemplo: Le pide al niño que no mienta, y él miente.
- Situaciones de estrés agudo o estrés post traumático pueden generar Los elementos estresantes pueden ser causa de una baja autoestima

c) Elementos forjadores de una autoestima inflada

Desde niño se le trata así:

- Es tratado con amor enfermizo
- No se le aplican normas conductuales
- Se le enseña a que su opinión es mucho mejor que la de los demás
- Que logrará todo lo que se proponga
- Que puede conseguir lo que quiera, aunque para ello, tiene que utilizar a otros
- Se le complace en todo
- Se le enseña que es el más bonito o bonita
- Que es el más inteligente de todos

- A ser autosuficiente en extremo
- Se le enseñan que los más bonitos son los que consiguen las mejores cosas y que los que tiene mejor cuerpo consiguen mejor pareja.

En grado extremo se va desarrollando en el niño y niña una personalidad vanidosa y narcisista. Y busca estar delgada si es mujer, porque el modelo de mujer es el ser delgado, llegando a la anorexia, sentimiento en el que la persona se siente gorda y deja de comer. O a la bulimia, que come y después bonita para mantenerse delgada. Y en los hombres un culto al cuerpo.

2.2.1.3. Factores Importantes en el desarrollo de la autoestima

La Autoestima está ligada a varios factores:

a) La Resiliencia

Es un concepto difundido en los programas preventivos, es la capacidad que tiene el ser humano de crecer y desarrollarse en medio de factores adversos, para madurar como ser adulto competente y sano pese a los pronósticos desfavorables. Esto significa que un joven puede provenir de una familia donde el padre o la madre sean alcohólicos o ambos y no se practiquen valores asociados a la salud integral, sin embargo, el hijo asimila esta situación como algo que él no quiere vivir y se vuelve "resiliente" dentro de un medio adverso

b) Valores

- Los valores constituyen la estructura del pensamiento, con ellos cada persona diferencia lo que está bien y lo que está mal.
- Un firme sistema de valores ayuda a tomar decisiones con base en los hechos y no en las presiones externas. El comportamiento coherente está impregnado por los valores de la persona. Así se evita caer en contradicciones.
- Los valores fortalecen el logro de metas específicas. Sin directriz se dispersa la energía y se debilitan la intencionalidad y el alcance. A mayor conciencia, mayor congruencia entre lo que se piensa, lo que se cree y lo que se siente y lo que se actúa. Este es un proceso que requiere del desarrollo del autoconocimiento y del control personal.
- La educación en valores puede convertirse en el lugar de reflexión que ayude a: Identificar y cuestionar los aspectos de la realidad cotidiana y de las normas sociales vigentes. Construir formas de vida más equitativas tanto en los ámbitos interpersonales como en los colectivos. Elaborar de forma autónoma y racional, en comunicación consigo mismo, principios

generales de valor que ayuden a establecer juicios críticos sobre la realidad. Motivar a los jóvenes para que elijan un comportamiento congruente con los principios y las normas que personalmente han incorporado.

- Los valores crean un compromiso profundo en el individuo ante sí mismo, ante su grupo de pertenencia y ante la sociedad.
- La disciplina dedicada a los valores se denomina “axiología”.
- Una vez apropiados por la sociedad, hay valores que perduran por consenso histórico.
- Es erróneo decir que algunas personas no tienen valores, simplemente pueden no coincidir con los propios ó jerarquizarlos de manera diferente a la nuestra.
- Jerarquizar los valores no resulta fácil; primero es necesario reflexionar sobre cuáles son los propios deseos, metas y necesidades por satisfacer o alcanzar, y posteriormente elegirlos como guías. La jerarquía de valores varía según la etapa de desarrollo humano que se vive. Por ejemplo, para un adulto será muy importante la vida, la salud, la familia y el trabajo, mientras que para un adolescente lo más importante será, la amistad, la escuela, los momentos de diversión y el ser atractivo para el sexo opuesto.
- Hablar de educación en valores es hablar de educación ética. Con el fin de no entrar en controversias de tipo moral, es importante señalar que, en el tema de responsabilidad y moderación en el consumo de bebidas con alcohol, el valor más importante es el autocuidado de la salud

c) Tiempo libre

- El tiempo libre aparece en la medida que el individuo es capaz de diferenciar lo propio de lo ajeno, y lo que él quiere de lo que los otros quieren.
- Si se rescata el tiempo libre es porque no permitimos que el aburrimiento y el extravío del “nada que hacer” impongan sus límites.
- Tanto el trabajo como el tiempo libre constituyen un derecho y una necesidad.
- Todas las personas deberían contar con trabajo y tiempo libre para satisfacer las necesidades personales y familiares, con la finalidad de perfeccionarse, como una manifestación de la libertad.

- Desafortunadamente no es común saber estar algunos momentos del día con nosotros mismos disfrutando de esta intimidad.
- En pocas ocasiones es posible dialogar con nuestros propios deseos sin la presión de los deseos de los otros.
- Hemos sido arrastrados a pensar en función de "otros", y esto no es necesariamente malo, el problema es que antes no nos hemos puesto a pensar sobre nosotros mismos, cuestionándonos acerca de lo que somos y tenemos, y de lo que nos hace falta.
- El tiempo libre es una fuente continua de información y experiencias, que es potencialidad pura, lista para ser explotada en una innumerable gama de posibilidades; tantas como tenga cada individuo

2.2.2. Redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco, trabajo). Las redes sociales permiten el contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información.

Los individuos no necesariamente se tienen que conocer antes de entrar en contacto a través de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales (24).

2.2.2.1. Tipos de redes sociales

Las redes sociales se pueden clasificar en dos tipos:

- **Redes sociales horizontales o genéricas**. Son aquellas redes sociales que no poseen una temática determinada, sino que apuntan a todo tipo de usuarios. Estas redes funcionan como medios de comunicación, información o entretenimiento. Son muy numerosas y populares, por ejemplo: Facebook o Twitter.
- **Redes sociales verticales**. Son aquellas redes sociales que relacionan personas con intereses específicos en común, como música, hobbies, deportes. Por ejemplo: Flickr, red social cuya temática es la fotografía. Dentro de estas redes se encuentran las redes verticales profesionales, como LinkedIn, que involucra individuos que comparten el ámbito laboral o que buscan ampliar sus fronteras laborales.

En general, ingresar en una red social es muy sencillo ya que simplemente implica rellenar un cuestionario con datos personales básicos y así obtener un nombre

de usuario y una contraseña que le servirán al usuario para ingresar de manera privada a la red. Mientras el usuario cumpla los requisitos para el registro en dicha red (por ejemplo, mayoría de edad), podrá hacerlo de manera simple y rápida.

2.2.2.2. Usos de las redes sociales

- **Comunicar y compartir**. Las redes sociales funcionan como plataformas para el intercambio de información u opinión. Según el tipo de red, varían las funcionalidades y el tipo de comunicación que se establece entre los usuarios. En muchas de ellas, los usuarios pueden compartir imágenes, videos, documentos, opiniones e información.
- **Mantener o establecer contacto**. Las redes permiten a todas las personas que poseen acceso a Internet crearse un usuario en la red y conectarse con otros alrededor del planeta que también estén adheridos a esa red social. Permiten comunicarse con amigos, familiares, hacer nuevas amistades, buscar pareja, establecer relaciones laborales o profesionales.
- **Informarse**. El gran caudal de información que circula en las redes sociales permite a los usuarios mantenerse informados sobre acontecimientos importantes o temáticas de interés. La mayoría de las redes permiten crear un usuario y personalizar el tipo de información que se mostrará en la red.
- **Entretenerse**. Las redes sociales crean comunidades de usuarios con intereses similares sobre determinadas temáticas. Estas redes funcionan como una gran fuente de entretenimiento y distensión.
- **Vender/comprar**. Muchas redes sociales se han erigido como canales para la compra y venta de bienes o servicios. En plataformas como Instagram o Facebook, el usuario puede seguir a los negocios, comercios o trabajadores independientes que sean de su agrado y establecer con ellos relaciones comerciales.

2.2.2.3. Aspectos negativos de las redes sociales

Las redes sociales tienen algunos aspectos negativos contra los que todo usuario debe luchar:

- **El ciberacoso**. Es uno de los principales riesgos de las redes sociales y ocurre cuando un individuo o grupo de individuos acosa u hostiga a otro mediante las redes sociales. Esto puede darse mediante insultos, viralización de información privada, entre otras formas. Se debe educar a

los niños y niñas para que conozcan las consecuencias físicas y psicológicas que este tipo de prácticas puede provocar.

- **El grooming**. Es uno de los mayores peligros dentro del ciberacoso. También llamado “engaño pederasta”, consiste en el acoso de adultos hacia menores de edad por medio de las redes sociales. El grooming es un delito penal y debe ser denunciado.
- **Las fake news**. Es la información falsa o sin chequear que circula gracias al exceso de información que hay en Internet. Esto puede generar confusión en los usuarios y dificultad en la comprensión de los acontecimientos.
- **El acceso indiscriminado a contenidos sensibles**. Existe en las redes contenido de tipo sexual o violento, que muchas veces resulta inadecuado, sobre todo para grupos sociales vulnerables como los niños.
- **El abuso en el uso de las redes sociales**. El uso excesivo de redes sociales puede llevar a la pérdida de contacto con el mundo tangible y provocar adicción.
- **La viralización de información**. Es la reproducción masiva de información. Puede ser un aspecto positivo cuando la información que se viraliza es de agrado para el individuo, pero puede ser negativo cuando se viraliza información confidencial o que daña de algún modo a un individuo al perderse su privacidad (24)

2.3. HIPÓTESIS

2.3.1. Hipótesis general

Existe relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho.

2.3.2. Hipótesis específicas

- El uso de las redes sociales es frecuente en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho
- Los niveles de la autoestima son bajos en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho
- El uso frecuente de las redes sociales se relaciona con niveles bajos de la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho
- Existe relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima con los factores sociodemográficos de los estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho

2.4.- DEFINICIÓN DE TERMINOS OPERATIVOS

1. REDES SOCIALES

Es una estructura social compuesta por un conjunto de actores y uno o más lazos o relaciones definidos entre ellos

2. AUTOESTIMA

Es la valoración que tenemos de nosotros mismos. Se construye y refuerza cada día, así que es muy importante trabajarla para poder construir nuestros sueños y tener una vida más feliz.

3. EDAD

Es el tiempo transcurrido desde el momento del nacimiento hasta la entrevista realizada, representándose en año cronológico.

4. PROCEDENCIA

Se refiere al lugar donde una persona nace o vive, sea sola o con su familia. Para el presente estudio se considerará la zona donde vive, tal como urbana, urbano – marginal y rural.

5. GRADO DE INSTRUCCIÓN

Es el nivel de estudios conseguidos por una persona a lo largo de su vida. En tanto, aquella que no ha seguido ningún nivel de estudios, se considera como analfabeta.

6. ESTUDIANTE

En el lenguaje usual, estudiante es la persona que estudia, y alumno, la que recibe enseñanza, respecto de un profesor o de la escuela, colegio o universidad donde estudia.

CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA

INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Aplicada.

3.2. METODO DE ESTUDIO

Descriptivo, prospectivo y transversal.

3.3. POBLACIÓN

Estuvo representada por 370 estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Obstetricia, de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, durante el periodo de febrero a mayo del 2025

3.4. MUESTRA

Constituida por 187 estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Obstetricia

El tamaño de la muestra se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 (1 - 0.5) 370}{(0.05)^2 (370 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{155}{1,9}$$

n = 187

Donde:

Z = 1,96 (Nivel de confianza del 95%)

E = 5% (Porcentaje de error)

P = Probabilidad de acierto o error

N = 370 (estudiantes de Obstetricia, UNSCH)

3.5. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Se utilizaron las técnicas e instrumentos para determinar la frecuencia del uso de redes sociales y el nivel de autoestima, que incluyó lo siguiente:

Técnicas:

- Entrevista personal al estudiante de Obstetricia.
- Test de Rosemberg

Instrumentos:

- Fichas de recolección de datos.

3.6. PROCEDIMIENTO

- **Captación de casos**: Se identificó a los estudiantes de las Escuela de Obstetricia de la UNSCH, a quienes se les explicó de forma clara, de que trata el estudio, los objetivos, propósitos e importancia del mismo. Luego de ser explicado se les solicitó su firma en el documento de consentimiento informado (anexo 1)
- **Recolección de datos.** Se utilizó una ficha de datos sociodemográficos para describir a los participantes del estudio en la que se incluyeron: edad, sexo, estado civil y otras variables.
- **Uso de redes sociales**. Se empleó un test para determinar con qué frecuencia los estudiantes hacen uso de las redes sociales (ver anexo 3), cuya medición fue la siguiente:
    - Nivel normal, Percentil: 0 al 30
    - Leve adicción, Percentil: 31 al 49
    - Adicción moderada, Percentil: 50 al 79
    - Dependencia alta, Percentil: 80 al 99
- **Determinación de la autoestima**, se aplicó el test de Rosemberg (ver anexo 4), cuya escala de medición fue la siguiente:

- De 30 a 40 puntos: Autoestima alta, considerada como autoestima normal
- De 26 a 29 puntos: Autoestima media. No presenta problemas de autoestima grave, pero es conveniente mejorarla
- Menos de 25 puntos: Autoestima baja. Existen problemas significativos de autoestima

3.7. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LOS DATOS

Luego de aplicar el instrumento de recolección de datos, se procedió a codificar los ítems del instrumento en una base de datos Excel, para posteriormente introducir los datos en el programa estadístico. Los programas informáticos a utilizar fueron Microsoft Excel y Paquete Estadístico SPSS Versión 25. Los datos porcentuales son representados en tablas en la que se relacionan las variables de estudio. Para la comprobación de hipótesis se utilizó la prueba estadística de Chi Cuadrado (X^2) con un nivel de confianza de 95%

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

Tabla 1. Relación entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima de los estudiantes de Obstetricia, Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025.

Nivel de Uso de las redes sociales	Nivel de autoestima						TOTAL		χ^2
	Baja		Media		Alta				
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
Normal	4	2,1	16	8,6	21	11,6	41	21,9	
Leve adicción	11	5,9	26	13,9	22	11,8	59	31,6	143,42
Moderado	18	9,6	25	13,4	11	5,9	54	28,9	**
Alto	17	9,1	10	5,3	6	3,2	33	17,6	
TOTAL	**50**	**26,7**	**77**	**41,2**	**60**	**32,1**	**187**	**100,0**	

Interpretación estadística

NS: No significativo
*: Significativo
** Altamente Significativo

En la tabla 1, se muestra los resultados de la entrevista realizada a los estudiantes de Obstetricia de la UNSCH, relacionado al uso de las redes sociales y el nivel de autoestima que poseen, encontrándose que, de 187 participantes, el 31,6 % (59), tienen un nivel leve de adicción, 28,9 % (54) nivel moderado; así como el 21,9 % (41) y 17,6 % (33), tuvieron nivel normal y alto, respectivamente; asimismo, el 41,2 % (77) tienen una autoestima media, el 32,1 % (60) lo posee en nivel alto; en tanto que, el 26,7 % (50) tiene un nivel bajo. Ahora, al establecer la relación, aquellos estudiantes que tienen un nivel moderado y alto de uso de redes sociales, mayormente tienen la autoestima baja, con 9,6 % (18) y 9,1 % (17), comparando con aquellos que resultaron con nivel normal, quienes obtuvieron una autoestima alta del 11,6 % (21); resultados que, al ser analizados con el estadístico del Chi cuadrado, arrojó que existe diferencia estadística altamente significativa ($p < 0,05$), demostrándose que, el uso de la redes sociales de manera frecuente, influye de manera negativa en la autoestima de los estudiantes de Obstetricia.

Hoy en día, el uso de las redes sociales es una actividad que se ha vuelto indispensable en la vida de muchos jóvenes, principalmente en los estudiantes, quienes, generalmente, lo utilizan con fines académicos y de investigación. Si bien es cierto, que su uso ha facilitado y simplificado el acceso a la información y la difusión de la misma en los estudiantes; pero, no se debe de abusar del tiempo de navegación en ellas, pues, repercute de manera importante de su interactuar diario, generando en ellos no tener vida social normal y emocional.

Al respecto, Condori et al. (2023), en Juliaca, al determinar la relación entre adicción a las redes sociales y cansancio emocional en estudiantes universitarios del programa de Psicología, encontró que existe relación entre la adicción a las redes sociales y cansancio emocional tratándose de una relación moderada y significativa que indica que el 55% del comportamiento de adicción a las redes sociales se relaciona con el cansancio emocional (20).

Del mismo modo, Valdez M. (2021), en Lima, al establecer la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes, indicó que la adicción a las redes sociales se correlaciona de forma inversa con la autoestima, en la que, el 67,3 % presentó un nivel de grado medio de adicción, mientras que el 77 % de los adolescentes mostraron una tendencia a tener una baja autoestima (18).

Por su parte, Soria y Villegas (2024), en Ecuador, al determinar la relación que existe entre adicción a las redes sociales y la autoestima en 406 estudiantes, muestran que existe una correlación negativa entre el factor obsesión por estar conectado a las redes sociales y la autoestima; mientras que, con los factores modificación del estado de ánimo y uso excesivo de las redes existe una correlación positiva con la autoestima (23). Asimismo, en el mismo país, Espinoza et al (2025), al conocer la relación entre la ansiedad, la autoestima y el uso de las redes sociales en 177 estudiantes universitarios, muestran que, aunque la autoestima influye en la ansiedad, su impacto no es tan fuerte como el uso de las redes sociales; pero, el hallazgo relevante fue que la mayoría de los participantes reportaron una autoestima normal o equilibrada (70,06%), pero un (38,42%) presentó un nivel severo de síntomas de ansiedad (25).

Del mismo modo, Campuzano et al, investigan la adicción a redes sociales y su relación con la ansiedad y autoestima en 150 jóvenes universitarios en Ecuador. Los resultados revelaron una correlación positiva entre la ansiedad y la adicción a redes sociales, y una correlación negativa entre adicción a redes sociales y

autoestima, sugiriendo que la adicción a redes sociales está asociada con mayores niveles de ansiedad y menores niveles de autoestima (26).

Concluyendo que, el uso de las redes sociales de manera frecuente, influye de manera negativa en la autoestima de los estudiantes de Obstetricia.

Tabla 2. Nivel de uso de las redes sociales por estudiantes de Obstetricia, según los factores sociodemográficos y económicos, Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025.

Factores	Nivel de uso de redes sociales								TOTAL		χ^2
	Normal		Leve		Moderado		Alto				
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
Edad											
< 20	5	2,7	0	0,0	2	1,1	2	1,1	9	4,8	16,603 *
20 a 25	34	16,6	58	31,0	50	26,7	26	13,9	168	89,8	
26 a más	2	1,1	1	0,5	2	1,1	5	2,7	10	5,3	
Sexo											
Femenino	36	12,2	55	29,4	54	28,9	32	17,1	177	94,7	42,334 **
Masculino	5	2,7	4	2,1	0	0,0	1	0,5	10	5,3	
Procedencia											
Urbano	18	9,6	32	17,1	24	12,8	11	5,9	85	45,5	8,754 NS
Marginal	14	7,5	21	11,2	21	11,2	11	5,9	67	35,8	
Rural	9	4,8	6	3,2	9	4,8	11	5,9	35	18,7	
Estado civil											
Soltero	39	20,9	54	28,9	49	26,2	29	15,5	171	91,4	33,864 **
Conviviente	2	1,1	5	2,7	5	2,7	4	2,1	16	8,6	
Condición económica											
Deficiente	10	5,3	22	11,8	22	11,8	12	6,4	66	35,3	5,441 NS
Regular	24	12,8	32	17,1	29	15,5	17	9,1	102	54,5	
Bueno	7	3,7	5	2,7	3	1,6	4	2,1	19	10,2	
Ocupación											
Estudia	27	14,4	36	19,3	39	20,9	19	10,2	121	64,7	5,529 NS
Estudia/trabaja	14	7,5	23	12,3	15	8,0	14	7,5	66	35,3	
Rendimiento académico											
Bajo	5	2,7	1	0,5	1	0,5	6	3,2	13	7,0	15,079 *
Medio	26	13,9	40	21,4	40	21,4	16	8,6	122	65,2	
Alto	10	5,3	18	9,6	13	7,0	11	5,9	52	27,8	
TOTAL	**37**	**19,8**	**59**	**31,6**	**54**	**28,9**	**33**	**17,6**	**187**	**100,0**	

En la tabla 2, se muestra la relación entre el nivel de uso de la redes sociales con los factores sociodemográficos de los estudiantes de Obstetricia, tal es así que en el grupo etario, se tiene que el 89,8 % (168) tienen de 20 a 25 años, en quienes, de determinó nivel leve (31,0 %) y moderado (26,7 %) de uso del internet; de los estudiantes mayores de 26 años, se identificó un nivel alto de navegación en las redes sociales (5 de 10); en tanto que, de 9 alumnos menores de 20 años, 5 tuvieron nivel normal en el uso de redes sociales, con diferencia significativa frente al estadístico del Chi Cuadrado ($p < 0,05$), en las que, mayormente lo hacen aquellos de 20 a 25 años de edad; asimismo, hubo diferencia altamente significativa al relacionarlo con el sexo de los estudiantes, donde las mujeres agruparon un mayor uso de redes sociales ($p < 0,05$), es decir que el uso de las redes sociales, depende de la edad y del sexo de los estudiantes,.

Al establecer la relación entre el nivel de uso de las redes sociales y el estado civil, se tiene que los solteros representan el mayor grupo de entrevistados, con 91,4 % (171), en ellos se encuentran estudiantes que hacen mayor uso de las redes sociales en todos los niveles, con el 28,9 % y 26,2 % para los niveles leve y moderado; que, al ser analizados con el estadístico del Chi Cuadrado se encontró diferencia altamente significativa entre las variables estudiadas ($p < 0,05$); es decir que el estado civil de los estudiantes influye la frecuencia de uso de las redes sociales de los estudiantes.

En cuanto se refiere a la relación entre el nivel de uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes, se observa que el mejor rendimiento se da en aquellos con nivel leve y moderado, con el 9,6 % y 7,0 % que, al ser analizados con el estadístico del Chi Cuadrado se encontró diferencia significativa entre las variables estudiadas ($p < 0,05$); es decir que los estudiantes tienen mejor rendimiento cuando hacen uso adecuado de las redes sociales, significando ello que lo requieren para buscar información académica y de investigación.

Mientras que la relación con la procedencia, ocupación y condición económica de los alumnos, se demostró que no hay diferencia estadística entre estas variables con el nivel de uso de las redes sociales ($p > 0,05$); es decir, que los estudiantes pueden tener diferentes niveles de uso del internet de forma indistinta, sin considerar que sea procedente de la zona urbana, marginal o rural, así como su estatus económico y el tipo de ocupación de sólo dedicarse al estudio o también trabajar simultáneamente.

Cuando se habla del uso de las redes sociales, este puede favorecer no sólo la interacción social, si no en diversos ámbitos, tal como en la educación, convirtiéndose en espacios de aprendizaje abierto y multidireccional en el que se fomenta el trabajo en equipo y la interacción entre usuarios (3), al respecto, Buxarrais, señala que las redes sociales propician la construcción del conocimiento, así como la autonomía en la búsqueda de información (4). Pero, el lado negativo de su uso, puede conllevar al riesgo de adicción a dichas redes, consecuentemente, abandonan paulatinamente las actividades cotidianas, en quienes se observa un deterioro en la vida social y sus lazos afectivos, así como el reemplazo de actividades antes gratificantes y la constante preocupación cuando no están conectados a Internet (5).

Por otra parte, los niveles altos de adicción a las redes sociales tienen consecuencias a nivel psicológico, pues, estudios realizados los han relacionado con niveles más bajos de autoestima entre los estudiantes universitarios, asociados a la frustración y el aislamiento (7). Los mismos resultados fueron confirmados por Herrera et al., quienes hallaron una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Facebook, una baja autoestima, depresión y falta de habilidades sociales en alumnos de la Universidad Iberoamericana (México) (8); por su parte, Jan et al., encontraron que el aumento en el uso de las redes sociales conlleva una disminución del nivel de autoestima de los estudiantes (9). De manera similar Nie et al., documentan que la adicción severa al Internet se asocia significativamente con una pobre autoestima, depresión y problemas de fluidez verbal semántica (10).

Condori et al. (2023), en Juliaca, al determinar la relación entre adicción a las redes sociales y cansancio emocional en estudiantes universitarios del programa de Psicología, los investigadores hallaron relación directa, tratándose de una relación moderada y significativa que indica que el 55% del comportamiento de adicción a las redes sociales se relaciona con el cansancio emocional (20). Por su parte, Ruiz y Castillo (2023), en Lima, al identificar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de jóvenes universitarios, obtuvieron una correlación negativa que es estadísticamente significativa, indicando que los hombres presentaron una mayor autoestima en comparación con las mujeres, en tanto que las mujeres presentaron mayores niveles de adicción a las redes sociales (22).

Tabla 3. Nivel de autoestima de los estudiantes de Obstetricia, según los factores sociodemográficos y económicos, Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025.

Factores	Nivel de autoestima						TOTAL		χ^2
	Baja		Media		Alta				
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
Edad (años)									
< 20	2	1,1	1	0,5	6	3,2	9	4,8	7,848 NS
20 a 25	44	23,5	71	38,0	53	28,3	168	89,8	
26 a más	4	2,1	5	2,7	1	0,5	10	5,3	
Sexo									
Femenino	47	25,1	73	39,0	57	30,5	177	94,7	0,060 NS
Masculino	3	1,6	4	2,1	3	1,6	10	5,3	
Procedencia									
Urbana	18	9,6	37	19,8	30	16,0	85	45,5	7,873 NS
Marginal	21	11,2	31	16,6	15	8,0	67	35,8	
Rural	11	5,9	9	4,8	15	8,0	35	18,7	
Estado civil									
Soltero	46	24,6	69	36,9	56	29,9	171	91,4	0,624 NS
Conviviente	4	2,1	8	4,3	4	2,1	16	8,6	
Condición económica									
Deficiente	23	12,3	21	11,2	22	11,8	66	35,3	9,495 *
Regular	24	12,8	50	26,7	28	15,0	102	54,5	
Bueno	3	1,6	8	3,2	10	5,3	19	10,2	
Ocupación									
Estudia	29	15,5	50	26,7	42	22,5	121	64,7	1,723 NS
Estudia/trabaja	21	11,2	27	14,4	18	9,6	66	35,3	
Rendimiento académico									
Bajo	3	1,6	5	2,7	5	2,7	13	7,0	4,291 NS
Medio	36	19,3	53	28,3	33	17,6	122	65,2	
Alto	11	5,9	19	10,2	22	11,8	52	27,8	
TOTAL	**50**	**26,7**	**77**	**41,2**	**60**	**32,1**	**187**	**100,0**	

En la tabla 3, se muestra la relación entre el nivel de autoestima con los factores sociodemográficos de los estudiantes de Obstetricia, a diferencia de la tabla 2, en los resultados la única variable con diferencia estadística significativa se dio en la condición económica tal es así que los que tienen deficiente (12,3 5) y regular (12,8 %) nivel económico presentaron una autoestima baja ($p < 0,05$), lo que indica que la autoestima depende del nivel económico de los alumnos.

En el grupo etario, el 28, 3 % de los que tienen de 25 a 25 años, presentaron la autoestima alta, aunque sin diferencia significativa frente al estadístico del Chi Cuadrado ($p > 0,05$); asimismo, no se determinó diferencia significativa al relacionarlo con el sexo de los estudiantes ($p > 0,05$), es decir que la autoestima no depende de la edad ni del sexo de los estudiantes.

Al establecer la relación entre el nivel de autoestima con la procedencia y el estado civil, no se observan diferencias de casos significativas, tanto para la autoestima baja y alta, siendo demostrado al ser analizados con el estadístico del Chi Cuadrado, donde no se encontró diferencia significativa entre las variables estudiadas ($p > 0,05$); es decir que la autoestima presentada por los alumnos no depende de la zona de procedencia ni del estado civil de los estudiantes.

Mientras que, al establecer la relación con la ocupación y el rendimiento académico de los alumnos, se demostró que no existe diferencia estadística entre estas variables ($p > 0,05$); es decir, que los estudiantes pueden presentar diferentes niveles de autoestima de forma indistinta, sin considerar el tipo de ocupación ni su rendimiento académico en las aulas universitarias.

De acuerdo a estudios realizados, sobre la influencia de la autoestima en el rendimiento académico, Ashard, refiere que afecta el rendimiento académico de los jóvenes estudiantes, pues, aquellos con baja autoestima pueden tener dificultades para concentrarse en sus estudios, lo que a su vez puede limitar sus oportunidades educativas y profesionales (27). Asimismo, la baja autoestima puede llevar a problemas de aislamiento, conflictos interpersonales y abuso de sustancias; el potencial para la intervención y prevención es investigar la baja autoestima en los estudiantes, que puede llevar a la identificación de factores de riesgo y estrategias de intervención eficaces (28).

TABLA 4. Edad de inicio en el uso y tiempo en las redes sociales, según el sexo, en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho. Febrero a mayo 2025

Edad y tiempo de uso	Uso de las redes sociales				Total		χ^2
	Femenino		Masculino				
	N°	%	N°	%	N°	%	
Edad a la que empezó a usar las redes sociales							
< 13	51	27,3	6	3,1	57	30,5	4,505 NS
13 – 15	88	47,1	3	1,6	91	48,7	
16 a más	40	21,4	1	0,5	41	21,9	
Tiempo de ingreso diario a las redes sociales							
1 a 2	62	33,1	1	0,5	63	33,6	8,727 *
3 a 5	89	47,6	5	2,7	94	50,3	
6 a 9	14	7,5	3	1,6	17	9,1	
10 a más	12	6,4	1	0,5	13	7,0	
Total	177	94,7	10	5,3	187	100,0	

NS: No significativo
*: Significativo
** Altamente Significativo

En la tabla 4, se muestra los resultados de la edad en la que el estudiante de Obstetricia comenzó a acceder a las redes sociales, en relación al sexo, en las que los jóvenes de mencionaron haber empezado en el uso del internet a una edad entre los 13 a 15, se ubican en el lugar predominante, con el 48,7 % (91), de ellos, 88 son mujeres y 3 son varones; con el 30,5 % (57) están los estudiantes que iniciaron a edad menor a los 13 años y con el 21,9 % (41), los que iniciaron a partir de los 16 años, en todos ellos, las mujeres, por ser población predominante lo hacen en mayor número de caos; estos resultados, al ser analizados con el estadístico del Chi cuadrado, demuestran que no existe diferencia estadística significativa entre las variables ($p > 0,05$); es decir que, el sexo no influye en la edad de inicio en el uso de las redes sociales.

En cuanto al tiempo en horas diarias que hacen el uso de las redes sociales, el 50,3 % (94) lo utiliza entre 3 a 5 horas, de ellos los mayores números de casos se observan en ambos sexos (89 de 177 y 5 de 10, para mujeres y varones, respectivamente); el 33,6 % (63), emplea de 1 a 2 horas, el 9,1 % (17) y 7,0 % (13), lo hacen entre 6 a 9 horas y 10 o más horas diarias, los mismos que, al ser analizados con el estadístico del Chi cuadrado, evidencian que existe diferencia estadística significativa ($p < 0,05$); es decir que, los varones como las mujeres, mayormente, utilizan en promedio de 3 a 5 horas diarias en las redes sociales, en comparación con los demás grupos horarios

Las razones de uso de Internet o los dispositivos de acceso, presentan variaciones notables, pues, de acuerdo al informe de Telefónica, el tiempo destinado a la conexión a la red se ha mantenido bastante estable en la última década, señalando que, en el 2024, el tiempo medio de uso fue de 6 horas y 38 minutos (28), cifras que se asemejan a los obtenidos en el presente trabajo de investigación, pues, el 50,3 % de los estudiantes lo hacen entre 3 a 5 horas diarias.

CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos y teniendo en consideración los objetivos planteados, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. De un total de 187 estudiantes evaluados sobre el uso de redes sociales, el 31,6 %, tienen un nivel leve de adicción, 28,9 % nivel moderado, así como el 21,9 % y 17,6 %, tuvieron nivel normal y alto, respectivamente; asimismo, el 41,2 % tienen una autoestima media, el 32,1 % nivel alto, en tanto que, el 26,7 % tiene un nivel bajo.
2. Los estudiantes con nivel moderado y alto de uso de redes sociales, mayormente tienen la autoestima baja, con 9,6 % y 9,1 %, comparando con aquellos que resultaron con nivel normal, quienes obtuvieron una autoestima alta del 11,6 %; demostrándose que, el uso de las redes sociales de manera frecuente, influye de manera negativa en la autoestima de los estudiantes de Obstetricia ($p < 0,05$).
3. Los estudiantes de 20 a 25 años, las mujeres, estar solteros, determinaron mayor nivel de uso de las redes sociales, repercutiendo negativamente sobre el rendimiento académico ($p < 0,05$); mientras el ingreso a las redes, no depende de la procedencia, la condición económica y la ocupación de los mismos ($p > 0,05$)
4. La condición económica baja, se relaciona con la baja autoestima de los estudiantes ($p < 0,05$), más no así las demás variables sociodemográficas ($p > 0,05$)
5. La edad de inicio de ingreso a las redes sociales se dio entre los 13 a 15 años (48,7 %) ($p > 0,05$); en tanto que el uso diario de estas se encontró entre las 3 a 5 horas, tanto entre mujeres y varones ($p < 0,05$)

RECOMENDACIONES

1. Visto los resultados obtenidos, es necesario impulsar estrategias educativas y preventivas a nivel familiar el uso adecuado de internet, sugiriendo un control adecuado por parte de los padres y nivel del hogar, así como a los mismos estudiantes, tener mayor responsabilidad y no llegar al nivel de adicción alta, pues, repercute en su autoestima.
2. Las redes sociales, al volverse de uso rutinario en todo tipo de personas, inducen a acceder a ellos con fines de buscar material académico o de investigación; por lo que se hace imperativo que sea de modo adecuado.
3. Es necesario continuar con más investigaciones, tomando en cuenta la importancia que tiene el uso actual del internet y los fines de acceso de los estudiantes.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

1. Echeburúa E. y de Corral P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. Adicciones, 22(2), 91-95. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=289122889001
2. Aparicio O, Ostos O, Cortés M. (2019). Redes sociales, tejidos de paz. Hallazgos, 16(32), 17-25. Disponible en: https://doi.org/10.15332/2422409X.4999
3. Hermann A, Apolo D, Molano M. (2019). Reflexiones y Perspectivas sobre los Usos de las Redes Sociales en Educación. Un Estudio de Caso en Quito-Ecuador. Información Tecnológica, 30(1), 215-224. Disponible en: http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000100215
4. Buxarrais MR. (2016). Redes sociales y educación. Education in the Knowledge Society, 17(2), 15-20. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=535554762002
5. Hernández J, Ortiz M, Martínez J, Ramírez A, Miramontes A. (2019). Adicción a Internet: el caso de adolescentes de cinco escuelas secundarias de México. Enseñanza e Investigación en Psicología, Número Especial, 34-45. https://www.revistacneip.org/index.php/cneip/article/view/55
6. Caro, M. (2017). Adicciones tecnológicas: ¿Enfermedad o conducta adaptativa? MediSur, 15(2), 251-260. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180050962014
7. Jiménez, A. y Pantoja, V. (2007). Autoestima y relaciones interpersonales en sujetos adictos a Internet. Psicología, 26(1), 78-89. http://pepsic.bvsalud.org/pdf/repsi/v26n1/v26n1a06.pdf
8. Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J. y Zavala, D. (2010). La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. Psicología Iberoamericana, 18(1), 6-18. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133915936002
9. Jan, M., Ahmad, N. y Sanobia, A. (2017). Impact of social media on self-esteem. European Scientific Journal, 13(23), 329-341. http://dx.doi.org/10.19044/esj 2017.v13n23p329
10. Nie, J., Zhang, W. y Liu, Y. (2017). Exploring depression, self-esteem and verbal fluency with different degrees of internet addiction among Chinese college students. Comprehensive Psychiatry, 72(1), 114-120. Disponible en: https://doi.org/10.1016/j.comppsych.2016.10.006
11. Portillo V, Ávila J, Capps J. Relación del uso de redes sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios. Enseñanza e Investigación en

Psicología, 2021, 3(1), 139-149. Disponible en: https://revistacneipne.org/index.php/cneip/article/view/116/113

12. Plataforma Digital We are Social. Digital in 2019: Essential insigths into how people around the world use the Internet, mobile devices, social media, and e-commerce. Recuperado de https://wearesocial.com/globaldigital-report-2019
13. Ariza, A. C., Méndez, V. G., Magaña, E. C., & Monzonís, N. C. (2021). Jóvenes y uso problemático de las tecnologías durante la pandemia: una preocupación familiar. Hachetetepé. Revista científica de educación y comunicación, (22), 1-12. Disponible en: https://www.redalyc.org/journal/6837/683772031005/683772031005.pdf
14. Arab, L. E., & Díaz, G. 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. Disponible en: https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0716864015000048?token=8B209183D9919C9D9F34E564B250A757185D58BC19A36ADE7B9AAE1F4D0D613
15. Alvino C. (2021). Estadísticas de la situación digital de Perú en el 2020-2021. Branch. Disponible en: https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-lasituacion-digital-de-peru-en-el-2020-2021/
16. Simkin, H., & Azzollini, S. C. (2015). Personalidad, autoestima, espiritualidad y religiosidad desde el modelo y la teoría de los cinco factores. PSIENCIA: Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica, 7(2), 2. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5169699
17. Ticahuallpa R. Las redes sociales en la autoestima de los estudiantes de educación secundaria de una institución educativa, Cusco. Tesis Maestría en Psicología Educativa. Universidad César Vallejo, 2021. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/70378
18. Valdez M. Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de Magdalena del Mar. Tesis Psicología, Universidad Autónoma del Perú. 2021. Disponible en: https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1287
19. Bustamante B, Celi A. Influencia de las redes sociales en la autoestima de universitarios de la ciudad de Loja. Universidad Técnica Particular de Loja]. Repositorio Institucional. Disponible en: https://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/29752
20. Condori T, Quispe A, & Quiro Y. (2023). Adicción a redes sociales y cansancio emocional en estudiantes Universitarios de la carrera de Psicología de una universidad privada en la ciudad de Juliaca, 2022. *Revista Científica De Ciencias De La Salud*, *16*(2), 18–32. Disponible en:

https://rccs.upeu.edu.pe/index.php/rc_salud/article/view/1959

21. Collantes K, Tobar A. Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 2023, 4(1). Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9585815
22. Ruiz V, Castillo M. Adicción a las redes sociales y la autoestima en jóvenes universitarios entre 18 y 25 años de Lima Metropolitana. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología, Universidad de Lima]. Repositorio institucional de la Universidad de Lima. Disponible en: https://hdl.handle.net/20.500.12724/19001
23. Soria P, Villegas N. Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. (2024). *psicología UNEMI*, *8*(14), 19-29. Disponible en: https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1780
24. Editorial Etecé. Las redes sociales. 2025. Disponible en: https://concepto.de/redes-sociales/
25. Espinoza E, Molina D, Arellano J. Ansiedad, autoestima y el uso de redes sociales en estudiantes universitarios. Polo del conocimiento, 2025 10(3): 2010-29. Disponible en: http://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es
26. Campuzano L, De la Rosa V, Heras N, Rodas J. Autoestima, Ansiedad y Adicción a Redes Sociales. Un Estudio Correlacional en Estudiantes Universitarios. X Congreso Científico Internacional INPIN, 2025, Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10439129
27. Arshad, M., Zaidi, S. M. I. H., & Mahmood, K. (2015). Self-Esteem & Academic Performance among University Students. Journal of education and practice, 6(1), 156-162
28. Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., Robins, R. W., Moffitt, T. E., & Caspi, A. (2005). Low self-esteem is related to aggression, antisocial behaviour, and delinquency. Psychological Science, 16(4), 328-335.
29. Telefónica. ¿Cuánto tiempo dedicamos a la vida digital? 2025. Disponible en: https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/tiempo-dedicado-vida-digital/

ANEXO 1

CONSENTIMIENTO INFORMADO

TITULO: Uso de las redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025

OBJETIVO: Establecer la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025

SELECCIÓN DE PARTICIPANTES: Todos los estudiantes de la Escuela de Obstetricia de la UNSCH

RIESGOS: El presente proyecto de investigación no conlleva a ningún riesgo para el participante.

BENEFICIOS: Determinar la frecuencia de uso de las redes sociales y relacionarlos con el nivel de autoestima de los estudiantes

CONFIDENCIALIDAD: Su nombre no será utilizado en ningún informe cuando los resultados de la investigación sean expuestos.

PARTICIPACIÓN VOLUNTARIA: La participación es estrictamente voluntaria.

DERECHO DE RETIRARSE DEL ESTUDIO: El participante tendrá el derecho de retirarse de la investigación en cualquier momento. No habrá ningún tipo de sanción o represalias.

AUTORIZACION

He leído el procedimiento descrito arriba. Las investigadoras me han explicado el estudio y han contestado mis dudas. Voluntariamente doy mi consentimiento para participar en el estudio que están realizando las bachilleres

…….....

FIRMA

UNSCH

EFP DE OBSTETRICIA

ANEXO 2

FICHA DE RECOLECCION DE DATOS

Ficha Nº: .....

I.- DATOS DE FILIACIÓN PERSONAL

- Edad: .....
- Sexo: Femenino ( ) Masculino ( )
- Procedencia: Urbana ( ) Urbano marginal ( ) Rural ( )
- Rendimiento académico: Bueno ( ) Regular ( ) Deficiente ( )
- Condición económica: Buena ( ) Regular ( ) Deficiente ( )
- Ocupación: Estudia ( ) Estudia y trabaja ( )
- Estado civil: Soltera ( ) Casada ( ) Conviviente ( )
- Vive con sus padres: Con ambos ( ) Sólo madre ( )
  Sólo padre ( ) Vive sola ( ) Vive con su pareja ( )
- Bebe licor: Siempre ( ) Esporádico ( ) No bebe ( )
- Qué tiempo hace su de las redes sociales en forma diaria
  1 hora ( ) 2 a 3 horas ( ) 4 a más horas ( )
- Lugar donde hace uso de las redes sociales:
  Sólo en casa ( ) En casa y universidad ( )
  En todo lugar ( )

II. OBSERVACIONES

……..

UNIVERSIDAD NACIONAL DE
SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
EFP DE OBSTETRICIA

ANEXO 3

ESCALA DE USO DE REDES SOCIALES

Descripción	S	CS	AV	RV	N
El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales					
Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales					
Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales					

S: Siempre 4
CS: Casi siempre 3
AV: Algunas veces 2
RV: Rara vez 1
N: Nunca 0

Interpretación de la Variable Adicción a las Redes Sociales

Nivel normal, Percentil: 0 al 30

Leve adicción, Percentil: 31 al 49

Adicción moderada, Percentil: 50 al 79

Dependencia alta, Percentil: 80 al 99

UNIVERSIDAD NACIONAL DE
SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
EFP DE OBSTETRICIA

ANEXO 4

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSEMBERG

Por favor, conteste las siguientes frases con la respuesta que considere más apropiada.

A. Muy de acuerdo

B. De acuerdo

C. En desacuerdo

D. Muy en desacuerdo

Administración:

La escala consta de 10 ítems, frases de las que cinco están enunciadas de forma positiva y cinco de forma negativa para controlar el efecto de la aquiescencia autoadministrada.

Interpretación:

De los ítems 1 al 5, las respuestas A a D se puntúan de 4 a 1. De los ítems del 6 al 10, las respuestas A a D se puntúan de 1 a 4

ITEMS	A	B	C	D
Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás				
Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.				
Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente				
Tengo una actitud positiva hacia mí misma.				
En general estoy satisfecha de mi misma				
Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa				
En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.				
Me gustaría poder sentir más respeto por mí misma				
Hay veces que realmente pienso que soy una inútil				
A veces creo que no soy buena persona				

Interpretación de la Variable Autoestima
De 30 a 40 puntos: Autoestima elevada: Considerada como autoestima normal.
De 26 a 29 puntos: Autoestima media: No presenta problemas de autoestima grave, pero es conveniente mejorarla.
Menos de 25 puntos: Autoestima baja: Existen problemas significativos de autoestima.

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

RESOLUCIÓN DECANAL N°712-2026-UNSCH-FCSA-D

En la ciudad de Ayacucho, a las 09:00 horas del 25 de setiembre de 2026, se reunieron los docentes integrantes del jurado calificador para el acto de sustentación de la tesis titulada **Uso de las redes sociales en relación con la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025,** presentada por las Bachilleres **MARIORY ODILIA CUAREZ HUACCACHI y YESENIA CRISOSTOMO HUACRE,** con el propósito de optar el título profesional de Obstetra.

El Jurado de Sustentación estuvo conformado por los siguientes docentes:

Presidente	: Prof. Martha Amelia Calderon Franco (delegada por el Decano)
Miembros	: Prof. Graciela Mendoza Bellido
	: Prof. María Magdalena Bautista Gomez
Asesor	: Prof. Pavel Antonio Alarcón Vila
Secretaria Docente	: Prof. Bacilia Vivanco Garfias

Verificado el cuórum reglamentario de acuerdo con lo dispuesto en la normativa universitaria vigente y en la Resolución respectiva, se dio inicio al acto de sustentación. Como acto inicial, la presidenta del jurado dio la bienvenida a los asistentes y presentó a los miembros del jurado Evaluador, indicando el propósito de la reunión y precisó el objeto de la convocatoria.

Seguidamente, la presidenta confirmo que se verifico el cumplimiento de los requisitos reglamentarios para la sustentación de tesis, no encontrándose observación alguna. Posteriormente, dio lectura a la RESOLUCIÓN DECANAL N°712-2026-UNSCH-FCSA-D, brindó las orientaciones metodológicas correspondientes e invitó a hacer uso de la palabra a la Bachiller **MARIORY ODILIA CUAREZ HUACCACHI**, continuando posteriormente la Bachiller **YESENIA CRISOSTOMO HUACRE.**

Concluida la exposición, la presidenta de la comisión invitó a los miembros del jurado evaluador, a formular sus respectivas interrogantes. Inició la ronda de preguntas la Prof. María Magdalena Bautista Gomez, seguida por la Prof. Graciela Mendoza Bellido y concluyendo la Prof. Martha Amelia Calderon Franco. Seguidamente, se concedió la palabra al Asesor de Tesis, Prof. Pavel Antonio Alarcón Vila, a fin de realizar algunas preguntas e interrogantes, finalmente la presidente invita a las sustentantes, abandonar el auditorio a fin de proceder con la respectiva calificación.

RESULTADO DE LA EVALUACIÓN FINAL

Bachiller: **MARIORY ODILIA CUAREZ HUACCACHI.**

JURADOS	TEXTO	EXPOSICIÓN	PREGUNTAS	P. FINAL
Prof. Martha Amelia Calderon Franco	17	17	17	17
Prof. Graciela Mendoza Bellido	17	17	17	17
Prof. María Magdalena Bautista Gomez	17	17	17	17
PROMEDIO FINAL				**17**

Bachiller: **YESENIA CRISOSTOMO HUACRE.**

JURADOS	TEXTO	EXPOSICIÓN	PREGUNTAS	P. FINAL
Prof. Martha Amelia Calderon Franco	17	17	17	17
Prof. Graciela Mendoza Bellido	17	17	17	17
Prof. María Magdalena Bautista Gomez	17	17	17	17
PROMEDIO FINAL				**17**

Como resultado de la evaluación del trabajo realizado por los miembros del jurado calificador, se acordó aprobar POR UNANIMIDAD la sustentación de las bachilleres **MARIORY ODILIA CUAREZ HUACCACHI**, quien obtuvo la nota final de diecisiete (17) y **YESENIA CRISOSTOMO HUACRE**, quien obtuvo la nota final de diecisiete (17). En señal de conformidad, los miembros del jurado evaluador suscriben la presente acta. Siendo las 11:00 horas, se da por concluido el acto académico.

Prof. Martha Amelia Calderon Franco
Presidenta

Prof. Graciela Mendoza Bellido
Miembro

Prof. María Magdalena Bautista Gomez
Miembro

Prof. Pavel Antonio Alarcón Vila
Asesor

Prof. Bacilia Vivanco Garfias
Secretario (a)

Ayacucho, 25 de setiembre 2026.

	UNSCH	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD	ESCUELA PROFESIONAL DE OBSTETRICIA

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE TESIS- N° 22 - 2026

La Directora de la Escuela Profesional de Obstetricia, en mérito a la Resolución Decanal N °677-2025-UNSCH-FCSA-D, delegado por el Decano de la Facultad de Ciencias de la Salud, verifica en segunda instancia, la originalidad de los trabajos de investigación y de tesis (borrador final antes de la sustentación), en el marco del Reglamento de Originalidad de Trabajos de Investigación, aprobado por Resolución del Consejo Universitario N °0392021 -UNSCH-CU, demás normas y procedimientos inherentes; Por tanto, deja constancia que el trabajo de tesis titulado, Uso de las redes sociales en relación con la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de

Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025.

Autoras:

Bach. CUAREZ HUACCACHI, Mariory Odilia
Bach. CRISOSTOMO HUACRE, Yesenia

ASESOR: Dr. Obsta. Pavel ALARCÓN VILA.

Ha sido sometido al análisis del sistema antiplagio TURNITING concluyendo que presenta un porcentaje de 26 % de similitud.

Por lo que, de acuerdo con el porcentaje establecido en el Artículo 13 del Reglamento de Originalidad de Trabajos de Investigación de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga es procedente conceder la Constancia de Originalidad.

Ayacucho, 24 de agosto del 2026

Dra. Lucy Orellana de Piscoya
Directora de Escuela

Uso de las redes sociales en relación con la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025.

por Mariory Odilia CUAREZ HUACCACHI Yesenia CRISOSTOMO HUACRE

Fecha de entrega: 24-ago-2026 09:15p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 3014254869
Nombre del archivo: Tesis_redes_sociales_y_autoestima_1_1.docx (201.38K)
Total de palabras: 14133
Total de caracteres: 78521

Uso de las redes sociales en relación con la autoestima en estudiantes de Obstetricia de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, febrero a mayo del 2025.

INFORME DE ORIGINALIDAD

26%	29%	16%	23%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unsch.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	2%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	www.revistacneip.org Fuente de Internet	2%
5	vdocumento.com Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.uade.edu.ar Fuente de Internet	1%
9	uvadoc.uva.es Fuente de Internet	1%
10	repositorio.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
11	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	1%
12	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	1%
13	docs.google.com Fuente de Internet	1%
14	repository.unab.edu.co Fuente de Internet	1%
	Submitted to Universidad San Marcos	

15	Trabajo del estudiante	1 %
16	Coyla Quispe, Yolanda. "Comunicación familiar y autoestima de los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria José Carlos Mariategui - Juliaca", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru) Publicación	<1 %
17	Submitted to Universidad Rey Juan Carlos Trabajo del estudiante	<1 %
18	Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica Trabajo del estudiante	<1 %
19	www.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Facultad de Psicología Trabajo del estudiante	<1 %
22	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.umch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.uflo.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.unaaa.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	Submitted to Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente Trabajo del estudiante	<1 %
28	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
29	Submitted to Universidad Peruana Cayetano Heredia Trabajo del estudiante	<1 %
30	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	<1 %
31	Submitted to National University College - Online Trabajo del estudiante	<1 %

32	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
33	www.studiahumanitatis.eu Fuente de Internet	<1 %
34	fddf0ba6-dda4-4b29-8584-6142831cf6bb.usrfiles.com Fuente de Internet	<1 %
35	repositorio.unicordoba.edu.co Fuente de Internet	<1 %
36	filosofia.co Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 30 words
Excluir bibliografía	Activo		