

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO

FACULTAD DE HUMANIDADES

CARRERA DE PSICOLOGÍA



**CORRELACIÓN ENTRE LOS NIVELES DE ADICCIÓN A REDES
SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE
PSICOLOGÍA**

(Universidad Autónoma Juan Misael Saracho Gestión 2023)

Por:

JOSÉ MANUEL LEÓN QUISPE

**Trabajo de Investigación presentado a consideración de la UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO” como requisito para optar el Grado
Académico de Licenciatura en Psicología**

TARIJA-BOLIVIA

2024

Dedicatoria

A mi madre Paulina Quispe Porco:
por poner toda su fe y su confianza en
mi persona para poder cumplir este
sueño hecho realidad.

A mi fallecido padre que me brindó
su apoyo duramente mi formación
académica como psicólogo.

A la Universidad Autónoma “Juan
Misael Saracho” por permitirme
lograr dar un paso más hacia el éxito,
por darme una formación profesional
con calidad y lleno de conocimientos
y expectativas

ÍNDICE

Resumen

Introducción

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema	1
1.2. Justificación	8

CAPÍTULO II DISEÑO TEÓRICO

2.1. Pregunta Problema	10
2.2. Objetivo General	10
2.3. Justificación del Problema	10
2.4. Objetivos Específicos	10
2.5. Hipótesis	10
2.6. Operacionalización	11

CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO

3.1. Definición de Redes Sociales	14
3.2. Principales Redes Sociales	15
3.3. Uso de las Redes Sociales	17
3.4. Beneficios y riesgos de las Redes Sociales	18
3.5. Definición de Adicción a las Redes Sociales	21
3.6. Criterios para establecer una Adicción	22

3.7. Dimensiones de la Adicción a las Redes Sociales	22
3.8. Causas de la Adicción a las Redes Sociales	23
3.9. Enfoques teóricos relacionados a la Adicción a las Redes Sociales	25
3.10. Definición de Autoestima	26
3.11. Formación de la Autoestima	27
3.12. Teoría de la Autoestima humanista de coopersmith	29
3.13. Bases de la Autoestima	30
3.14. Dimensiones de la Autoestima	30
3.15. Componentes de la Autoestima	31
3.16. Niveles de la Autoestima	32
3.17. Aspectos que influyen la Autoestima	32
3.18. Importancia de la Autoestima	36
3.19. Relación del uso de las Redes Sociales y la Autoestima	39

CAPÍTULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Área a la Cual Pertenece la Investigación	44
4.2. Tipificación de la Investigación	44
4.3. Población y Muestra	45
4.4. Métodos Técnicas e Instrumentos	47
4.5. Procedimiento	55
4.6. Cronograma	56

CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1. Distribución de la Población Según Sexo y Edad	58
5.2. Primer Objetivo Específico	59
5.3 Segundo Objetivo Específico	66
5.4. Tercer Objetivo Específico	76

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones	79
6.2. Recomendaciones	81
Bibliografía y Webgrafía	84
Anexos	94