



Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades Escuela Profesional de Psicología

Autoestima y Fear of Missing Out (FoMO) en Estudiantes de una Universidad Privada en Arequipa

Tesis presentada por las Bachilleres:

Cuadros Oblitas, Camila Alexandra

ORCID: 0009-0005-1750-2351

Guerrero Fernández, Stephanie Carolina

ORCID: 0009-0003-2271-0046

para optar el Título Profesional de Licenciada en Psicología

Asesor:

Héctor Emilio Martínez Carpio

ORCID: 0000-0003-4029-670X

Arequipa - Perú

2026

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

PSICOLOGIA

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 26 de Mayo del 2026

Dictamen: 017319-C-EPSIC-2026

Visto el borrador del expediente 017319, presentado por:

2021800962 - GUERRERO FERNÁNDEZ STEPHANIE CAROLINA

2021242242 - CUADROS OBLITAS CAMILA ALEXANDRA

Titulado:

**AUTOESTIMA Y FEAR OF MISSING OUT (FOMO) EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD
PRIVADA EN AREQUIPA**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO (A) EN PSICOLOGÍA

**29281582 - VILCHES VELASQUEZ FLOR ALEIDA
DICTAMINADOR**



**29689357 - QUISPE FLORES LITA MARIANELA
DICTAMINADOR**



**41968029 - YANA CALLA VICTOR RITCHAR
DICTAMINADOR**



Autoestima y Fear of Missing Out (FoMO) en Estudiantes de una Universidad Privada en Arequipa

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%	17%	8%	11%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Católica de Santa María	3%
	Trabajo del estudiante	
2	duict.upch.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
3	repositorioinstitucional.buap.mx	1%
	Fuente de Internet	
4	www.revistaaloma.net	1%
	Fuente de Internet	
5	Submitted to Universidad de Deusto	1%
	Trabajo del estudiante	
6	Submitted to Universidad Europea de Madrid	1%
	Trabajo del estudiante	
7	Submitted to Universidad Tecnológica del Perú	1%
	Trabajo del estudiante	
8	Submitted to Universidad Francisco de Vitoria	1%
	Trabajo del estudiante	
9	dspace.palermo.edu	1%
	Fuente de Internet	
10	riuma.uma.es	1%
	Fuente de Internet	

Dedicatoria

A Dios, por darme sabiduría, serenidad y fuerza para superar cada desafío que se presentó durante este proceso. A mis padres, por su dedicación, por acompañarme en cada etapa con amor, paciencia y confianza, y por ser mi mayor motivación para continuar. Y a mi hermana gemela, por estar a mi lado en cada paso, por escucharme, animarme y brindarme su apoyo sincero; gracias por ser mi compañera de vida y mi equilibrio.

Camila Cuadros

A Dios, por ser mi guía constante, por fortalecerme cuando sentí cansancio y por iluminar cada decisión que tomé en este camino. A mis padres, por su amor incondicional, por sus sacrificios silenciosos, por enseñarme a ser perseverante y por creer en mí incluso en los momentos en los que yo misma dudaba. Este logro es tan mío como suyo, porque sin su apoyo y su ejemplo no habría llegado hasta aquí.

Stephanie Guerrero

Agradecimientos

Agradecemos a todas las instancias y miembros de la comunidad universitaria que contribuyeron al desarrollo de nuestra formación académica y profesional. Reconocemos el compromiso institucional que hizo posible un entorno adecuado para la realización de este trabajo, así como el acompañamiento brindado durante las diferentes etapas del proceso.

Expresamos también nuestra gratitud a todas las personas que, de manera directa o indirecta, proporcionaron orientación, apoyo y recursos que facilitaron la culminación de esta investigación. A cada uno, nuestro sincero agradecimiento.



Resumen

El objetivo del presente estudio fue determinar la relación entre la autoestima y FoMO, en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada en Arequipa. Se trata de un estudio cuantitativo, de diseño no experimental, de tipo transversal con un alcance correlacional. La muestra estuvo conformada por 280 estudiantes (140 hombres y 140 mujeres) con edades que oscilan entre 18 y 24 años, a quienes se les aplicó la Escala de Autoestima de Rosenberg validada al contexto peruano por Travezaño et al. (2024) con un α de .97 para la medición de la autoestima, y en cuanto a la variable FoMO se aplicó la Fear of Missing Out Scale (FoMOs) adaptada al contexto peruano por Correa-Rojas et al. (2020) con un ω de .895. Los resultados indican que existe una correlación negativa y de magnitud baja entre la Autoestima y el FoMO ($Rho = -.258$, $p = <.001$).

Palabras claves: Autoestima, FoMO, universitarios.

Abstract

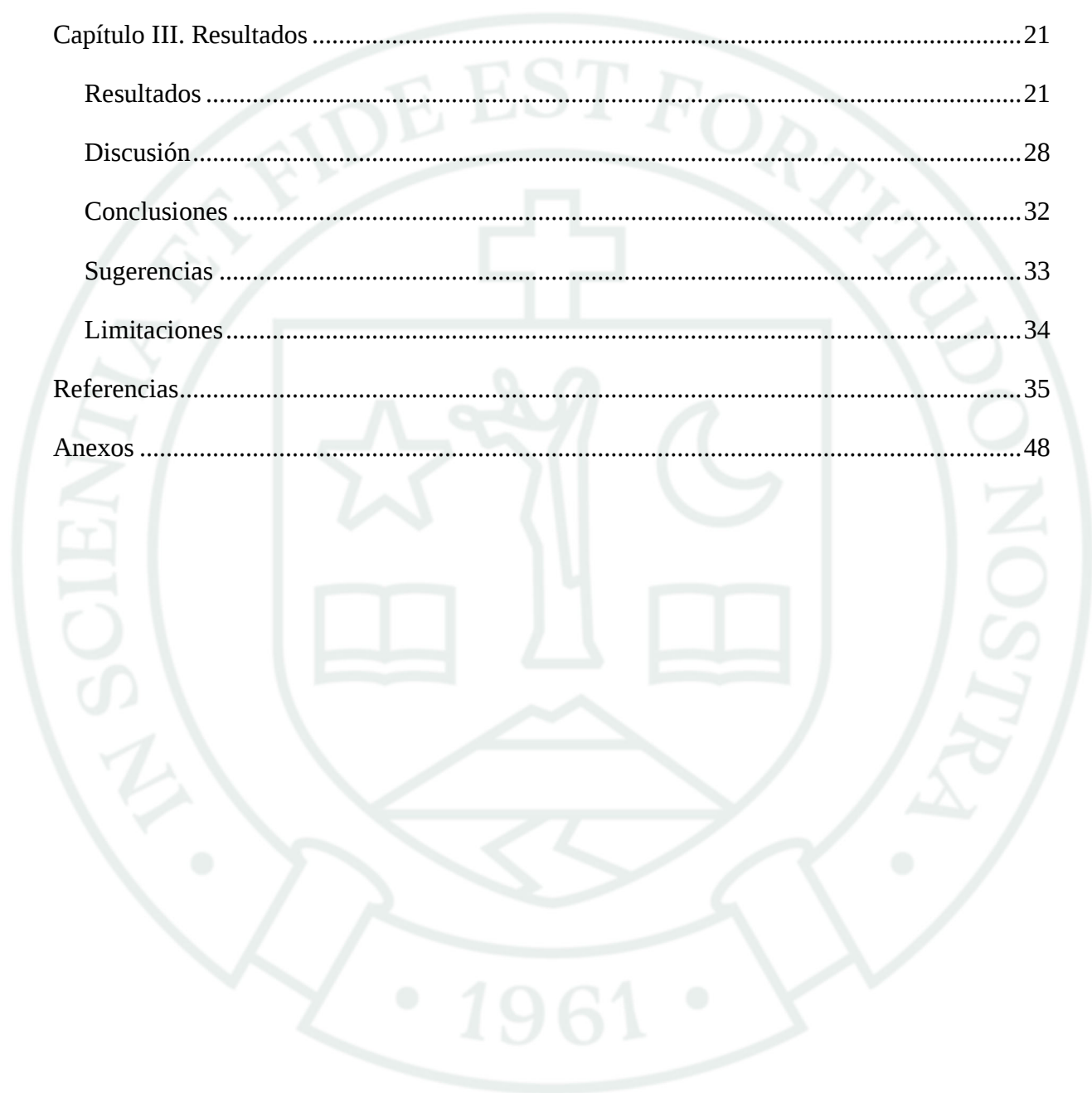
The objective of this study was to determine the relationship between self-esteem and FoMO in business administration students at a private university in Arequipa. This was a quantitative, non-experimental, cross-sectional study with a correlational scope. The sample consisted of 280 students (140 men and 140 women) aged 18 to 24 years. The Rosenberg Self-Esteem Scale, validated for the Peruvian context by Travezaño et al. (2024) with an α of .97, was used to measure self-esteem. For FoMO, the Fear of Missing Out Scale (FoMOs), adapted for the Peruvian context by Correa-Rojas et al. (2020) with a ω of .895, was used. The results indicate that there is a low magnitude negative correlation between Self-Esteem and FoMO ($Rho = -.258, p = <.001$).

Key words: Self-esteem, FoMO, university students.

Índice

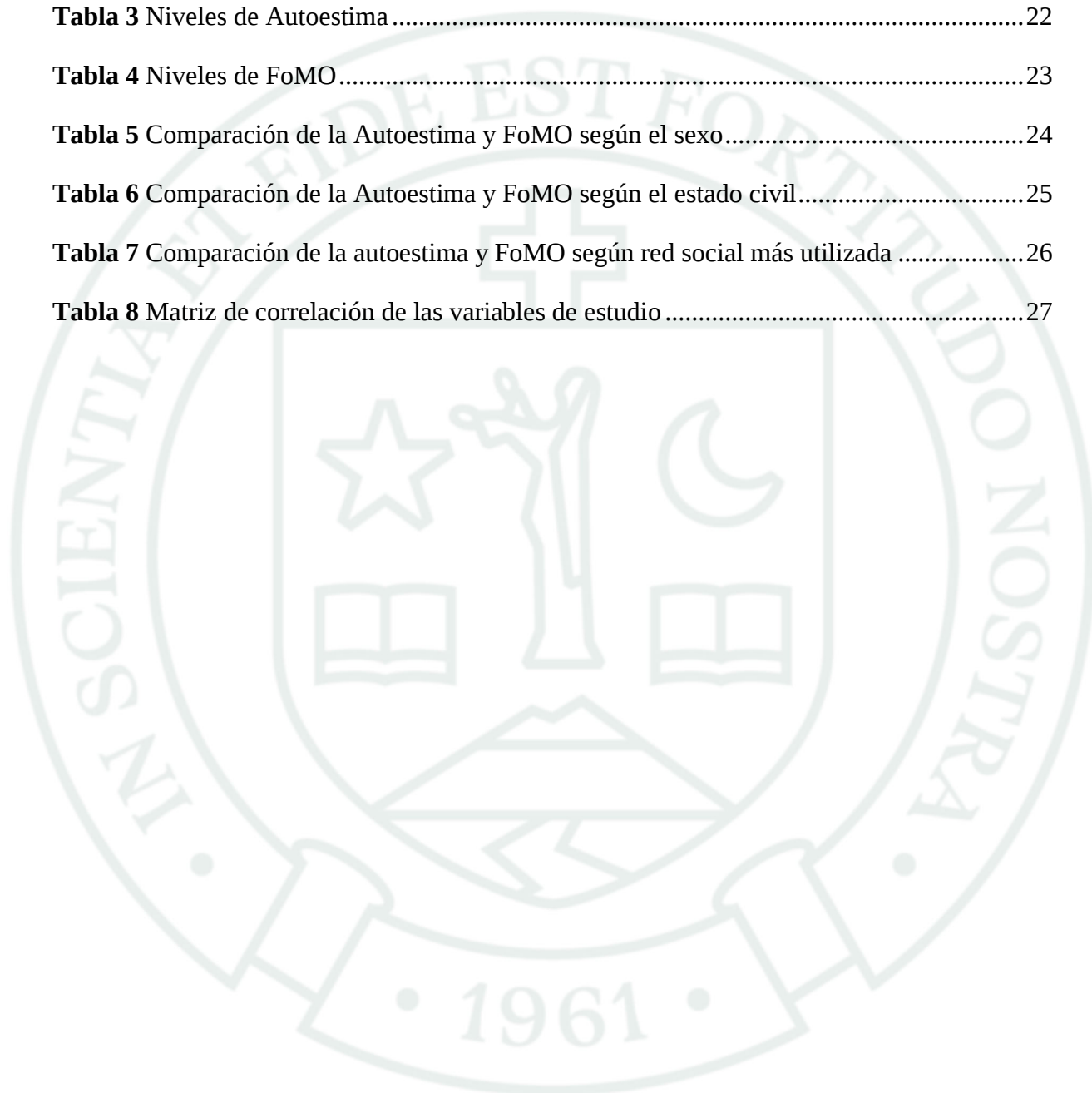
Dedicatoria	
Agradecimientos	
Resumen	
Abstract	
Introducción	1
Capítulo I. Marco Teórico- Investigativo	5
Pregunta de Investigación	5
Variables	5
Variable 1. Autoestima.....	5
Variable 2. FoMO.....	5
Objetivos	5
Objetivo General	5
Objetivos Específicos	6
Antecedentes Teórico-Investigativos	6
Autoestima.....	6
FoMO (Fear of Missing Out Scale).....	9
Relación Entre Autoestima y FoMO	12
Hipótesis.....	14
Capítulo II. Método.....	15
Diseño de Investigación	15
Instrumentos.....	15
Ficha de Datos Sociodemográficos	15
Escala de Autoestima de Rosenberg.....	15
Fear of Missing Out Scale (FoMOs)	16
Participantes	17

Criterios de Inclusión	17
Procedimiento	19
Consideraciones Éticas.....	19
Análisis de Datos.....	20
Capítulo III. Resultados	21
Resultados	21
Discusión.....	28
Conclusiones	32
Sugerencias	33
Limitaciones	34
Referencias.....	35
Anexos	48



Índice de Tablas

Tabla 1 Datos sociodemográficos de la muestra.....	18
Tabla 2 Análisis de la normalidad de las variables	21
Tabla 3 Niveles de Autoestima	22
Tabla 4 Niveles de FoMO.....	23
Tabla 5 Comparación de la Autoestima y FoMO según el sexo.....	24
Tabla 6 Comparación de la Autoestima y FoMO según el estado civil.....	25
Tabla 7 Comparación de la autoestima y FoMO según red social más utilizada	26
Tabla 8 Matriz de correlación de las variables de estudio	27



Introducción

En la actualidad, la era tecnológica ha modificado la manera en cómo las personas establecen contacto con el mundo, lo que ha permitido que los individuos tengan comunicación inmediata y puedan acceder rápidamente a la información y oportunidades nuevas (Andrews et al., 2020). El avance tecnológico produjo un impacto negativo en el entorno real, impulsando permanentemente las experiencias virtuales (Varchetta et al., 2020). De este modo, se origina en el usuario la necesidad de permanecer vinculado y conectado a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y Redes Sociales (RRSS), con el fin de observar las publicaciones y experiencias compartidas por su entorno mediante plataformas virtuales como Facebook, Twitter e Instagram (Budnick et al., 2020; Elhai et al., 2020).

Hoy en día, las aplicaciones en las redes sociales han desarrollado múltiples maneras de compartir información, brindando acceso de forma instantánea sobre diferentes actividades, eventos y conversaciones que se desarrollan en distintas plataformas. La sobrecarga de actualizaciones y la dependencia de teléfonos inteligentes se han transformado en un problema para la salud social, generando un creciente interés en estudiar un fenómeno de reciente aparición denominado Miedo a Perderse Algo (FoMO, por sus siglas en inglés), caracterizado por la angustia derivada a no poder acceder a experiencias placenteras (Przybylski et al., 2013; Soriano-Sánchez, 2022). De esta forma el concepto fue definido por Przybylski, Murayama, DeHann y Gladwell en el 2013, como la inquietud constante de la participación satisfactorias de otras personas en ausencia propia; lo cual se caracteriza por el impulso de mantener una búsqueda continua de las actividades ajenas generando una fuerte necesidad de conexión social, que en algunos casos puede evolucionar a una forma de ansiedad social (Przybylski et al., 2013). En otras palabras, consiste en el temor de quedar excluidos y de no formar parte de determinadas experiencias, generando una idea constante de que otros disfrutan y realizan actividades más valiosas y satisfactorias que uno mismo (Varchetta et al., 2020).

Así mismo, Ramos (2021) menciona que el FoMO es la ansiedad que surge de creer que otras personas pueden estar divirtiéndose sin que uno esté presente, es decir, no saben exactamente lo que se están perdiendo, pero les preocupa que otros se lo estén pasando o estén haciendo algo mejor que ellos. Además, investigaciones como las de Casale y Fiorabanti (2019), Chambilla (2021) y Vásquez (2023) han demostrado que el síndrome del FoMO repercute con mayor intensidad en poblaciones específicas, como universitarios, jóvenes adultos y quienes trabajan de forma independiente. En esta misma línea, estudios como el de Flores y Rivero (2020) y Valreymond et al. (2019) evidencian que el uso de las redes sociales impacta directamente en la vida cotidiana y universitaria en un 90% de los estudiantes de la carrera de Administración de empresas; como por ejemplo, las actividades más valoradas se relacionan con la coordinación de encuentros con amigos, la búsqueda de información sobre la actualidad y la interacción mediante comentarios en fotos, videos y otras publicaciones.

Además, se ha podido comprobar que cuando la persona tiene miedo de no disfrutar experiencias satisfactorias, suele relacionarse con un incremento de comportamientos cercanos y expresivos, que terminan generando un menor nivel de bienestar social y psicológico (Correa-Rojas et al., 2020). Incluso, diversas investigaciones han evidenciado una correlación entre la presencia en redes sociales en línea y una serie de trastornos psiquiátricos; los cuales incluyen síntomas de ansiedad, depresión y baja autoestima (Chen y Wang, 2021).

La etapa universitaria es un momento crítico para la vida, en donde los estudiantes se enfrentan a varios retos y tienen diferentes necesidades, tales como autoestima o estrés académico (Gamarra et al., 2024). Al momento de referirnos a la autoestima, es importante mencionar que es un tema que viene evolucionando, gracias a los diversos estudios que han demostrado la relevancia y el impacto significativo que esta ejerce tanto en el desarrollo académico como personal del estudiante (Clavijo y Palacios, 2019).

La autoestima es la perspectiva tanto positiva como negativa del propio individuo, donde los factores afectivos y cognitivos intervienen en la perspectiva que tiene de sí mismo (Rosenberg, 1996); también involucra las autopercepciones sobre las habilidades, expectativas, relaciones sociales e inteligencia, mostrando en qué medida la persona se considera exitosa o merecedora de algo (Souza y Cunba, 2019). Además, no solo se considera una necesidad sino también una valoración que uno tiene de sí mismo, es decir, es el conjunto de características, actitudes, emociones, sentimientos, perspectivas y pensamientos que se desarrollan con el paso del tiempo, a partir de interacciones con las personas y su ambiente (Panneso y Arango, 2017).

En este contexto, tener una autoestima positiva significa ser consciente de nuestras fortalezas, tener una actitud optimista y ser capaz de dirigir una vida con independencia y cooperación, así como saber confiar en los demás y sentirse cómodo al tener una amplia gama de emociones; por otro lado, una persona con baja autoestima se percibe como incapaz e incompetente, junto con el temor de ser criticado, es decir, es un estado que debilita a la persona y le impide aprovechar su máximo potencial (Apichai et al., 2019).

De este modo, la baja autoestima al estar directamente vinculada con la autopercepción, la valoración personal y el bienestar emocional, puede verse alterada por fenómenos derivados del entorno digital, como el miedo a perderse de algo (FOMO); a su vez, la disminución de esta y la inseguridad personal propician el desarrollo de este fenómeno, debido a que las personas tienden a depender de la aprobación externa para contrarrestar sus propias inseguridades. La inclinación hacia la tendencia del perfeccionismo y la comparación social, reforzadas por el uso de las plataformas digitales, intensifican y contribuyen esta problemática; además, se suma a ello, la presión social por la necesidad de estar permanentemente conectado y actualizado convirtiéndose en una norma no escrita en muchos contextos sociales y laborales (Elhai et al., 2018). Esto se puede corroborar en la investigación de Da Rocha et al. (2023), en donde confirman una asociación estadísticamente significativa, evidenciado que cuanto mayor

sea la identificación con rasgos FOMO, menor es la autoestima. De igual manera, Buglass et al. (2017) encontraron que el aumento del FoMO está directamente vinculado con la disminución en los niveles de autoestima.

Dada la creciente influencia de la era digital en la vida cotidiana, y la importancia tanto de la autoestima como del FoMO en el bienestar psicológico y social de las personas, resulta crucial profundizar en la comprensión y en el conocimiento de los factores que determinan esta relación. De este modo, el propósito de este estudio es analizar la relación entre la autoestima y el FoMO en estudiantes universitarios, incorporando el papel moderador del uso de las redes sociales. Los resultados no solo buscan ampliar el conocimiento teórico, sino aportar evidencia empírica que sustente dicha relación; además, podrían servir para futuras investigaciones como base para el desarrollo de programas de prevención e intervención que contribuyan al fortalecimiento de la salud mental de los jóvenes universitarios; debido a que, están cada vez más expuestos a los desafíos del entorno digital.

Capítulo I. Marco Teórico- Investigativo

Pregunta de Investigación

¿Qué relación existe entre la autoestima y el FOMO en estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada en Arequipa?

Variables

Variable 1. Autoestima

Rosenberg (1965) definió a la autoestima como el conjunto de ideas y emociones que tienen de sí mismos los individuos, igualmente, es considerado como un fenómeno actitudinal resultado de la interacción social de cada persona.

La autoestima será medida por medio de la Escala de Autoestima de Rosenberg que nos da una valoración positiva y negativa de la autoestima, con 3 niveles: elevada, moderada y baja.

Variable 2. FoMO

Przybylski et al. (2013) definieron el FoMO como una inquietud generalizada sobre la posibilidad de que otras personas vivan experiencias satisfactorias sin formar parte de ello, lo que cual provoca la necesidad de mantenerse conectado para ver que hacen los demás a través de las redes sociales.

Esta variable será medida mediante el instrumento Fear of Missing Out Scale (FoMOs), es una escala unidimensional, que nos da presencia de FoMO a base de 3 niveles: bajo, moderado y alto (Palomino, 2025).

Objetivos

Objetivo General

Determinar la relación entre la autoestima y FoMO en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada en Arequipa.

Objetivos Específicos

Identificar los niveles de autoestima en estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada en Arequipa.

Conocer los niveles de FoMO en estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada en Arequipa.

Comparar la autoestima y FoMO según sexo en estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada en Arequipa.

Analizar la autoestima y FoMO según el estado civil en estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada en Arequipa.

Evaluar la autoestima y FoMO según la red más utilizada en estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada en Arequipa.

Antecedentes Teórico-Investigativos

Autoestima

La autoestima se entiende como el conjunto de percepciones, emociones y creencias favorables o desfavorables que una persona tiene de sí misma (Rosenberg, 1965; Rosenberg, 1979; Rosenberg et al., 1995); a ello se le suma la manera en cómo una persona percibe sus habilidades, expectativas, vínculos sociales y su inteligencia, mostrando el grado en que se considera exitoso o merecedor de logros (Souza y Cunba, 2019). Además, es una necesidad fundamental para la construcción del desarrollo del yo y predictor relevante del bienestar y el éxito (Orth y Robins, 2014). Por su parte, la autoestima se aborda desde dos perspectivas diferentes, una vinculada al autoconcepto positivo y elevado, y otra asociada a una valoración personal baja o media (Rosenberg, 1965). Según diversas investigaciones, en cuanto a la variación de los niveles de autoestima según el sexo, los varones suelen obtener resultados más elevados que las mujeres (Gonzales y Molero, 2023; García et al., 2019; Bustos y Vásquez, 2022).

Áreas De La Autoestima. Rosenberg y Owens (2001), sostienen que la autoestima se manifiesta en diferentes dimensiones que influyen directamente en la forma como pensamos, sentimos y actuamos, por lo que se compone de 3 áreas fundamentales:

Cognoscitivo: Comprende el nivel de pensamiento del individuo, es decir, las percepciones y creencias que el sujeto tiene sobre sí mismo y que influyen significativamente en la forma en cómo se desenvuelve en las distintas áreas de su vida.

Afectivo: Corresponde al conjunto de sentimientos y emociones que la persona experimenta, vinculados a su valoración personal, lo que a su vez implica la capacidad de autocontrol y la regulación emocional.

Conductual: Incluye las conductas que manifiesta el individuo hacia sí mismo y su entorno, en el que se vincula con la manera de reaccionar ante diversas situaciones, evidenciando independencia, autonomía y autodirección.

Niveles y Grados De La Autoestima. Según Rosenberg (1965) y Coopersmith (1967), los niveles de autoestima pueden clasificarse en alto, medio y bajo; de acuerdo con Rosenberg (1973), la autoestima alta es cuando el individuo desarrolla un concepto positivo de sí mismo, en el que se logra aceptarse tal como es; en el nivel medio, el sujeto no logra alcanzar una aceptación adecuada en el que no se percibe como superior ni inferior a los demás; finalmente, la autoestima baja se caracteriza porque el individuo no logra aceptarse, incluso llega a despreciarse a sí mismo.

De acuerdo con Rosenberg (1965), existen dos grados de autoestima; positiva y negativa, ambas vinculadas a la autopercepción; la primera se caracteriza por la aceptación de cualidades propias, reflejando el optimismo, respeto, confianza, seguridad y cuando la diferencia entre el yo real y el yo ideal es mínimo; en cambio, la segunda corresponde a la

falta de reconocimiento de virtudes y fortalezas, las cuales se dan cuando la distancia entre lo que uno es y lo que uno desea ser resulta de manera significativa.

Teoría De La Autoestima. El concepto de sí mismo ha sido abordado desde distintas perspectivas, James (1890) distinguió dos aspectos: el *Mí* (el sí mismo como objeto empírico de conocimiento) y el *Yo* (el sí mismo como sujeto conocedor), los cuales, en conjunto, conforman el self global; según su planteamiento, la percepción que el individuo tiene de sí mismo se organiza en tres categorías: material, social y espiritual; de esta visión se derivan sentimientos y emociones generales sobre el sí mismo, que emergen de la relación entre las pretensiones personales y los logros alcanzados. Posteriormente, Cooley (1902) concibió el sí mismo como una construcción social, formada a partir de las evaluaciones y opiniones que los demás expresan sobre nosotros, lo que denominó el espejo social; desde esta perspectiva, el sentimiento de valía personal surge de la imagen que la persona percibe reflejada en los otros. En una línea más elaborada, Mead (1934) amplió esta idea al sostener que el individuo se experimenta a sí mismo de manera indirecta, a través de las actitudes de los otros miembros de su grupo social. En este proceso, cobra relevancia la figura del otro generalizado, que representa el conjunto de valoraciones y expectativas sociales que influyen en la autopercepción y en el sentimiento general de valía.

La postura defendida por Morris Rosenberg, que dio origen a los ítems de su Escala de Autoestima, ha ejercido una gran influencia en el desarrollo de instrumentos actuales de evaluación del self, como los perfiles de autopercepción de Harter (Harter 1985; Harter 1988; Messer y Harter, 1989; Neeman y Harter, 1986; Renick y Harter, 1988). En la década de 1960, Rosenberg propuso un modelo y una escala que han sido ampliamente utilizados en la investigación sobre la autoestima y el autoconcepto (Nieves, 2024). Una de las contribuciones más relevantes de Rosenberg (1979) fue la diferenciación entre autoconcepto y autoestima; el primero se refiere a las autoevaluaciones que los individuos realizan sobre

distintas áreas de su vida, mientras que la segunda alude al sentimiento general de valía personal. Esta perspectiva coincide con lo planteado por Shavelson et al. (1976), quienes sostienen que la evaluación global del autoconcepto corresponde a lo que Rosenberg definió como autoestima.

Particularmente, Susan Harter plantea que el autoconcepto está compuesto por los juicios de competencia percibida en diferentes ámbitos de la vida, lo que refleja su carácter multidimensional; mientras que la autoestima, entendida como autovalía global, hace referencia al grado en que una persona se gusta y se valora a sí misma (Harter, 1985; Harter 1988; Harter, 1999).

Autoestima y Redes Sociales. Hoy en día, las plataformas digitales se han transformado en una parte esencial de la vida diaria de las personas, llegando a considerarlo como un pasatiempo y rutina diaria; no obstante, las plataformas digitales no siempre cumplen una función positiva, debido que muchas veces es mal utilizado convirtiéndose en una herramienta para ofender y dañar a otros, a través de comentarios ofensivos incluso afectando su autoestima. Diversas investigaciones muestran que, la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima podrían tener un impacto significativo en los jóvenes (Espinosa y Molina, 2025). Es importante mencionar, que los altos niveles de adicción a redes sociales están relacionados con una baja percepción de satisfacción de las necesidades psicológicas básicas y con una baja autoestima (Varchetta et al., 2020).

FoMO (Fear of Missing Out Scale)

El FoMO es el miedo o la preocupación generalizada al creer que otros viven experiencias gratificantes sin que uno esté presente, y el sentimiento de que se está perdiendo de ese momento único, por lo que, puede llegar a originarse por la falta de cercanía con otras personas de forma presencial (Przybylski et al, 2013; Correa-Rojas et al, 2020; Soriano-Sánchez, 2022). Es decir, les puede llegar a generar diversos trastornos de ansiedad, debido a

la necesidad de estar pendiente a visualizar en las redes sociales lo que otras personas hacen mientras que uno se siente excluido de dicha experiencia (Coiro et al., 2017). Asimismo, el aspecto cognitivo se manifiesta mediante pensamientos negativos, como revisar y actualizar de forma frecuente las redes sociales para ver si hay novedades y notificaciones nuevas (Gupta y Sharma, 2021).

Por otro lado, el FoMO puede generar un estado de ánimo negativo o depresivo, ya que, en cierta parte, debilita la creencia de que se han tomado las decisiones correctas en la vida y le hace cuestionar aquellos pensamientos a la persona (Wortham, 2011). Lo cual, puede manifestarse más en los hombres que en las mujeres, ya que ellos suelen recurrir a las redes sociales cuando temen perderse algo (Przybylski et al, 2013).

Teoría De La Autodeterminación. La teoría de la autodeterminación (SDT) de Deci y Ryan (1985) es una macroteoría que se centra en la motivación y la personalidad, que utiliza métodos empíricos y adopta una metateoría organísmica en la persona para resaltar como los recursos internos de la persona evolucionan y permiten el desarrollo de personalidad y la autorregulación del comportamiento (Deci y Ryan, 1985; Ryan et al., 1997). Es por ello, que esta área de investigación se centra en el desarrollo personal y en las necesidades psicológicas innatas, las cuales sostienen su auto-motivación y la integración de la personalidad, así como los factores que favorecen estos procesos positivos (Ryan y Deci, 2000). Asimismo, la idea principal de la SDT es que los individuos son seres activos por naturaleza, con una ideación orientada al desarrollo personal y a relacionarse de forma óptima y efectiva en su entorno (Balaguer et al., 2008).

Por otro lado, el miedo a perderse algo (FoMO) podría ser explicado a través de factores sociales y/o personales, como las motivaciones internas o las necesidades básicas (Deci y Ryan, 1985; Ryan y Deci, 2000). Es por ello, que la SDT menciona que la autorregulación efectiva y la salud psicológica dependen de la satisfacción de tres

necesidades psicológicas básicas: competencia (la habilidad para desempeñarse eficazmente en el ambiente), autonomía (iniciativa propia) y relación (conexión cercana con otros) (Ryan y Deci, 2000). Por lo que, los bajos niveles de satisfacción de estas pueden estar relacionándose con el miedo a perderse algo, ya que desde la perspectiva del SDT, el FoMO puede entenderse como una dificultad de autorregulación que surge cuando no se satisfacen las necesidades psicológicas de forma constante o momentánea (Przybylski et al., 2013). Es decir, una persona con una mayor necesidad de conexión podría experimentar altos niveles de FoMO en contraste con los que priorizan la autonomía (Lemay et al., 2019).

FoMO y Redes Sociales (RS). Actualmente, la manera en la que nos comunicamos y mantenemos nuestra conexión ha cambiado radicalmente debido a la expansión de las plataformas digitales (Osorio-Andrade et al., 2025). Este suceso ha provocado diversas deficiencias en la vida cotidiana, y con ello, la constante búsqueda y participación de experiencias virtuales, para poder evitar estados emocionales negativos; las personas que presentan estas características suelen usar las redes sociales para compensar vacíos emocionales o inseguridades utilizándolas como una fuente de validación emocional, lo cual le genera más dependencia (Varchetta et al., 2020; Ramon, 2025). Además, al tener un intenso deseo de estar constantemente conectado resulta riesgoso, ya que impulsa al individuo a consultar la tecnología digital incluso cuando conducen (Turkle, 2011).

Asimismo, la inclinación por la interacción digital, marcada por la falta de expresiones faciales y lenguaje no verbal, puede incrementar el riesgo de no desarrollar una madurez emocional adecuada, especialmente en jóvenes (Varchetta et al., 2020). Es decir, este tipo de interacción puede empeorar los miedos sociales y predispongan a los trastornos de ansiedad, ya que, el origen prolongado de esta comunicación puede llevar a sentimientos de soledad e incompetencia al compararse y destacar la popularidad de los demás, lo cual,

genera un círculo repetitivo de verificación y participación compulsiva (Gupta y Sharma, 2021).

Es importante mencionar que, a través de la RS frecuentemente se ejerce una presión subliminal a los usuarios para mantenerlos al día, lo cual genera una relación de dependencia que está marcada por el miedo a perderse experiencias dentro de las plataformas (Fox y Moreland, 2015). Por lo que, en los usuarios, se crea una conciencia constante de lo que uno pueda estar perdiéndose sobre las actividades divertidas de los demás, lo cual, genera percepciones distorsionadas de las vidas editadas de las otras personas (Gupta y Sharma, 2021). Es decir, para quienes temen perderse algo, la participación en las redes sociales puede ser especialmente atractiva, ya que, estudios demuestran que el FoMO al relacionarse con el uso problemático de las RS tiende a tener resultados negativos para la salud entre adolescentes y jóvenes adultos, lo cuales, podrían ser un factor predictor hacia la adicción de dichas plataformas (Correa-Rojas, 2020; Casale y Fioravanti, 2019; Przybylski et al., 2013).

Estudios mencionan, que al aumentar los niveles de adicción a las RS también se llega a aumentar el miedo a ser excluido, es decir el concepto FoMO hace referencia al temor a la exclusión social y saber que otros están teniendo experiencias gratificantes en ausencia propia (Varchetta et al., 2020; Gupta y Sharma, 2021).

Algunos estudios han demostrado que el uso excesivo de los dispositivos electrónicos es un predictor del FoMO (Coskun y Karayagiz, 2019; Dempsey et al., 2019; Franchina et al., 2018), este tipo de comportamiento es frecuente en jóvenes universitarios, quienes han mostrado tener una alta resonancia afectiva, la cual está vinculada a problemas relacionados al uso del smartphone (Correa-Rojas et al, 2020).

Relación Entre Autoestima y FoMO

Actualmente, si bien el internet y las plataformas sociales son herramientas para el desarrollo y el aprendizaje, también son herramientas que, si no son gestionadas de forma

responsable, pueden afectar significativamente el éxito personal y el bienestar mental de la persona (Fortini et al., 2018). Por lo que, la creciente introducción de las redes sociales y la cultura de la inmediatez ha exacerbado el FoMO en las nuevas generaciones, es decir, este fenómeno psicológico, caracterizado por la ansiedad de perderse experiencias gratificantes, podría estar influyendo negativamente en la autoestima de los estudiantes universitarios, afectando su bienestar psicológico y su rendimiento académico (Mena y Mena, 2024). De igual forma, se ha señalado que las personas con niveles más altos de FoMO pueden entrar en un ciclo de comportamientos que buscan una reafirmación de su propia identidad y autoestima, por lo que tienden a pasar una mayor cantidad de tiempo en línea (Przybylski et al., 2013).

Diversas investigaciones mencionan que existe una correlación significativa entre los altos niveles de FoMO y la baja autoestima; lo cual se puede corroborar en investigaciones tales como, Torres-Serrano (2020) donde se encontró una correlación negativa, al analizar la relación entre FoMO y autoestima, es decir, a mayor nivel de FoMO, menor es la autoestima de los jóvenes participantes o viceversa. Asimismo, en la de Buglass et al. (2017), el objetivo del estudio fue analizar cómo el uso de las redes sociales (especialmente Facebook) se relaciona con la vulnerabilidad en línea, el FoMO (miedo a perderse de algo) y la autoestima, así como identificar si existe un ciclo perjudicial que afecte el bienestar psicológico de los usuarios; los resultados indicaron que mayor uso de RS está asociado con niveles elevados de FoMO, y que este a su vez medía la relación entre el uso de las redes y la vulnerabilidad en línea, aumentando la exposición a riesgos sociales y privacidad; además, se encontró que el FoMO mediaba cómo el uso prolongado de RS podía disminuir la autoestima, afectando negativamente el bienestar psicológico. Finalmente, en la investigación de Da Rocha et al. (2023) mencionan que los resultados de su investigación hallaron que a mayores rasgos de

FoMO menor es la autoestima y la autoaceptación en los estudiantes universitarios, lo cual compromete la salud mental de ellos.

Sin embargo, existen investigaciones, en donde demuestran una correlación negativa entre el FoMO y la autoestima. En la investigación de Mena y Mena (2024), el objetivo de este estudio era relacionar el nivel de afectación entre las variables de FoMO y autoestima en jóvenes universitarios con edades mayores a 18 años; los resultados muestran que no hay relación significativa entre estas dos variables; asimismo, en la de Santos-Figueroa et al. (2025) en su investigación hallaron que el 7% de los estudiantes universitarios presentaron altos niveles de FoMO y el 11% niveles bajos de autoestima; sin embargo, no se estableció una correlación significativa entre ambas variables. De manera similar, en la investigación de Abellana et al. (2024) destacan en su investigación una correlación positiva significativa entre el FoMO y la autoestima, lo que sugiere que a una mayor autoestima podría estar asociada con experiencias ligeramente mayores de FoMO.

Hipótesis

Existe relación inversa entre la autoestima y el FoMO en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas en una universidad

Capítulo II. Método

Diseño de Investigación

La ruta de investigación es cuantitativa con un diseño no experimental de tipo transversal porque se evaluó a los universitarios una sola vez en el tiempo y no hubo manipulación de variables. Además, tiene un alcance correlacional ya que se intenta conocer la relación entre las variables autoestima y FoMO (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Instrumentos

Los instrumentos de medición son herramientas fundamentales para los investigadores, ya que les permiten recopilar datos sobre las variables de estudio. Estos recursos son clave para la obtención de información precisa y confiable en el proceso de investigación (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Con el propósito de medir las variables del estudio se utilizará los siguientes cuestionarios, 3 instrumentos, la ficha sociodemográfica, la Escala de Autoestima de Rosenberg y la Fear Of Missing Out Scale (FoMO).

Ficha de Datos Sociodemográficos

Es un cuestionario compuesto por 7 preguntas, elaboradas a partir de los datos vinculados con la relación entre las variables de estudio, cuyas formulaciones buscan profundizar en la comprensión de dichas variables.

Escala de Autoestima de Rosenberg

La presente escala fue diseñada originalmente por Rosenberg (1965), está constituida por 10 ítems, la mitad en forma positiva (autoconfianza o satisfacción personal) y el resto de manera negativa (autodesprecio o devaluación personal). La puntuación se califica en una escala de 1 a 4 (1: muy en desacuerdo, 2: en desacuerdo, 3: de acuerdo, 4: muy de acuerdo) respectivamente. En cuanto a la puntuación, los ítems del 1 al 5 se califican de manera directa, es decir, de 4 a 1 según la opción elegida, mientras que los ítems del 6 al 10 se puntúan de forma inversa, de 1 a 4. El puntaje total va de 10 a 40 y se interpreta de la

siguiente manera: entre 30 y 40 puntos se considera una autoestima alta o adecuada, de 26 a 29 puntos corresponde a una autoestima media que no refleja problemas graves, aunque conviene fortalecerla, y menos de 25 puntos indica una autoestima baja con dificultades significativas (Gamarra et al., 2024).

La versión adaptada al castellano se desarrolló por Martín-Albo et al. (2007), se analizaron las propiedades psicométricas en 420 estudiantes universitarios de 17 a 58 años, los resultados indican que hay una alta fiabilidad con un alfa de Cronbach (.85 y .88).

Además, la validación a Perú se llevó a cabo por Travezaño et al. (2024), en donde se realizó un estudio psicométrico para lo cual se evaluaron a 797 estudiantes universitarios peruanos; los resultados mostraron que mediante el análisis factorial confirmatorio mostraron adecuados índices de ajuste (CFI = .98, TLI = .97, SRMR = .05), asimismo el valor del coeficiente Omega (ω = .96; α = .97), lo que significa un aceptable valor en cuanto a la fiabilidad, mostrando adecuadas propiedades psicométricas de validez y fiabilidad.

Fear of Missing Out Scale (FoMOs)

Para medir el FoMO se administró la Fear of Missing Out Scale (FoMOs) desarrollada por Przybylski et al. (2013), y adaptada al castellano por Gil et al. (2015) quién realizó un estudio psicométrico para lo cual se evaluaron a 5963 adolescentes y adultos jóvenes, en donde se encontró un ajuste aceptable (χ^2 = 1302.706; p < .001; GFI = .934; RMSEA = .079 [.074 – .081]) y presenta una adecuada fiabilidad (α > .80); es una escala unidimensional de diez ítems creada para medir el miedo a perderse algo, consta de una escala Liker de cinco puntos (1 = para nada cierto, 2 = ligeramente cierto, 3 = moderadamente cierto, 4 = muy cierto, 5 = extremadamente cierto). La medida de los ítems es de forma directa, por lo que una mayor puntuación hace referencia a un mayor nivel del fenómeno, con un rango total de 10 a 50 puntos, los niveles a tomar en cuenta serán los siguientes: 10-19 = bajo; 20-39: moderado; 40-50: alto (Palomino, 2025).

Para el presente estudio se utilizó la adaptación a Perú realizada por Correa-Rojas et al. (2020) quien realizó un análisis psicométrico a 357 en universitarios; los resultados de su investigación indican que la FoMOs es una medida unidimensional coherente (RMSEA = .036; CFI = .988; TLI = .985) que se encuentra en un ajuste aceptable, asimismo, presenta invariancia por sexo; en cuanto a sus puntuaciones se aprecia que son fiables, consistentes (ω = .895) y estables (CCI = .821).

Participantes

Se ha considerado como muestra a 280 estudiantes que provienen de la carrera profesional de Administración de Empresas en una Universidad privada en Arequipa. Asimismo, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando específicamente a los individuos que son relevantes para la investigación.

Criterios de Inclusión

- Estudiantes con matrícula regular en la carrera de Administración de Empresas.
- Estudiantes mayores de 18 años.
- Estudiantes que acepten y firmen el consentimiento informado.
- Estudiantes que usen con frecuencia al menos una red social.
- Estudiantes que completen las pruebas en su totalidad.

Tabla 1*Datos sociodemográficos de la muestra*

Datos		<i>f</i>	%
Sexo	Masculino	140	50.0
	Femenino	140	50.0
Edad	Menor a 20	145	51.8
	Mayor a 21	135	48.2
Año de estudio	1°	60	21.4
	2°	52	18.6
	3°	48	17.1
	4°	49	17.5
	5°	71	25.4
Estado civil	Con pareja	58	20.71
	Sin pareja	222	79.29
Convivencia	Con padres/familia	205	73.2
	Con amigos/compañeros	10	3.6
	Solo(a)	65	23.2
Acceso a internet	Si	271	96.8
	No	9	3.2
Red social	Instagram	68	24.29
	TikTok	119	42.5
	WhatsApp	78	27.86
	Otro	15	5.36

La Tabla 1 (anexos) muestra los datos sociodemográficos de la muestra, compuesta por mujeres (50.0%) y varones (50.0%). Asimismo, la mayoría de los participantes son menores a 20 años (51.8%), asimismo la mayoría de la muestra cursan el quinto año de estudio (25.4%) y no tienen pareja (79.29%), viviendo principalmente con sus padres o familia (73.2%). La mayor parte de los participantes tienen acceso a internet (96.8%) y prefieren usar redes sociales como TikTok (42.5%) y WhatsApp (27.86%).

Procedimiento

En primer lugar, se solicitó la aprobación del proyecto a la dirección de la Escuela Profesional de Psicología. Una vez aprobado se realizó las coordinaciones respectivas con el director de la escuela profesional de Administración de Empresas en una Universidad privada de la ciudad de Arequipa. Para ello se le envió una solicitud vía correo electrónico y también se le presentó un oficio informándole el objetivo y la justificación de la investigación. Cuando la solicitud para evaluar a los estudiantes universitarios sea admitió se coordinó con los profesores para proceder a la aplicación de los instrumentos. La aplicación de la ficha sociodemográfica y los instrumentos psicológicos se realizó mediante Formulario de Google y en versión impresa. Previamente, se presentó el consentimiento informado, donde se explicaban los objetivos y la finalidad del estudio, permitiendo que los participantes decidieran voluntariamente su participación.

Además, se dió a conocer la confidencialidad de la información proporcionada indicando que los resultados serán procesados de manera general, reservando la identidad y cualquier otro identificativo. Se aplicó las adaptaciones peruanas de la Escala de Autoestima de Rosenberg y Fear Of Missing Out Scale a los estudiantes de carrera de Administración de Empresas en una universidad privada de Arequipa, al concluir la investigación se entregarán los resultados a la institución participante.

Consideraciones Éticas

Antes de iniciar la investigación se pidió la aprobación del Comité de Ética de la UCSM, en donde, no se inventaron datos ni se copiaron la información de otros autores; por el contrario, se reconoció y citó adecuadamente a todas las fuentes y contribuciones que aportaron al estudio (American Psychological Association, 2017).

Se priorizó el principio de respeto a las personas a través del consentimiento informado claro y detallado, permitiendo que cada participante tome una decisión autónoma respecto a su participación; De igual forma, se consideró el principio de beneficencia, ya que

buscamos minimizar los riesgos y maximizar los beneficios para los involucrados en el proceso. Finalmente, estos principios proporcionaron un marco ético fundamental para el desarrollo de esta investigación y la protección de los derechos de los participantes.

La participación fue voluntaria y la totalidad de los participantes firmó un protocolo de consentimiento informado, donde, se garantizó el anonimato, así como la confidencialidad de los datos. De la misma manera, se contó con las autorizaciones pertinentes.

Análisis de Datos

En primer lugar, se realizó una matriz de datos con la información obtenida de la ficha sociodemográfica y los dos instrumentos psicológicos, para ello se utilizó una hoja de cálculo de Excel versión 2019. En donde se realizó la codificación respectiva y limpieza de datos de la ficha sociodemográfica y los respectivos ítems de cada dimensión y prueba empleada. Una vez realizado, se procesó la información con el programa estadístico JAMOVİ de acuerdo con los objetivos de la presente investigación. Finalmente, la estadística descriptiva se desarrolló con frecuencias y porcentajes para posteriormente emplear la prueba estadística inferencial Rho de Spearman para probar o rechazar la hipótesis de investigación.

Capítulo III. Resultados

Resultados

Los resultados se presentarán de la siguiente manera: en primer lugar, se identificarán los niveles de autoestima, luego los niveles de FoMO; seguido de una comparación de dichos niveles según las características sociodemográficas de los participantes. Finalmente, se detallará el objetivo principal, que consiste en identificar la relación entre la autoestima y FoMO, en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada en Arequipa.

Tabla 2

Análisis de la normalidad de las variables

Variable	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>W</i>	<i>p</i>
Puntaje total de autoestima	280	30.3	4.94	.975	<.001
Puntaje total de FoMO	280	21.8	7.06	.975	<.001

En la Tabla 2 mediante la prueba de Shapiro-Wilk muestran que tanto la autoestima ($W = .975, p = <.001$) como el FoMO ($W = .975, p = <.001$) no siguen una distribución normal. Por ende, para los demás objetivos de investigación se emplearán con pruebas no paramétricas.

Tabla 3*Niveles de Autoestima*

Niveles	<i>f</i>	%
Alta	145	51.8
Media	91	32.5
Baja	44	15.7
Total	280	100

En la Tabla 3 se observa que el 51.8% de los participantes presenta un nivel alto de autoestima, este resultado sugiere que más de la mitad de los estudiantes tiende a valorarse positivamente, reconocer sus capacidades y mantener una percepción favorable de sí mismos. Asimismo, es probable que cuenten con mayores recursos personales para afrontar desafíos académicos, sociales y emocionales.

Sin embargo, el 15.7% se ubica en un nivel bajo de autoestima, esto podría estar asociado a que los estudiantes tienen una menor valoración personal, inseguridad respecto a las propias capacidades y una mayor vulnerabilidad ante situaciones de estrés, crítica o rechazo. Este grupo podría presentar mayores dificultades para afrontar determinadas demandas personales, académicas o sociales.

Tabla 4*Niveles de FoMO*

Nivel	<i>f</i>	%
Alto	46	16.4
Moderado	227	81.1
Bajo	7	2.5
Total	280	100

En la Tabla 4 se observa que el 81.1% de los participantes presenta un nivel moderado de FoMO, lo que indica que experimentan de manera ocasional preocupaciones relacionadas con perderse experiencias, actividades o información relevante que otros podrían estar viviendo, especialmente en contextos vinculados al uso de redes sociales. Este nivel sugiere una presencia del fenómeno, aunque sin llegar a generar una interferencia significativa en el funcionamiento cotidiano.

Por otro lado, el 2.5% se ubica en el nivel bajo, lo que indica una escasa preocupación por perderse actividades o experiencias de otros. Estos participantes suelen mostrar una mayor satisfacción con sus propias experiencias, menor dependencia de la validación social y una menor necesidad de monitorear constantemente las redes sociales.

Tabla 5*Comparación de la Autoestima y FoMO según el sexo*

Variable	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>U</i>	<i>p</i>	<i>Tamaño del efecto</i>
Puntaje total de autoestima						
Masculino	140	30.4	4.70	9494	.651	-.0313
Femenino	140	30.1	5.18			
Puntaje total de FoMO						
Masculino	140	20.6	6.57	7930	.006	.1909
Femenino	140	23.1	7.35			

En la Tabla 5 se muestra que no existen diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres en autoestima ($p = .651$), sin embargo, se puede observar que en la variable FoMO ($p = .006$) ($p > 0.05$) las mujeres muestran puntajes más altos que los hombres. Estos resultados indican que el sexo no determina de forma relevante en la autoestima, pero si en el miedo a perderse de algo dentro de la muestra evaluada, asimismo en ambos casos el tamaño del efecto es pequeño, lo cual indica que la magnitud de la diferencia es limitada.

Tabla 6*Comparación de la Autoestima y FoMO según el estado civil*

Variable	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>U</i>	<i>p</i>	<i>Tamaño del efecto</i>
Puntaje total de autoestima						
Con pareja	58	29.3	4.46	5466	.076	.1511
Sin pareja	222	30.5	5.04			
Puntaje total de FoMO						
Con pareja	58	21.5	7.02	6263	.750	.0272
Sin pareja	222	21.9	7.09			

En la Tabla 6 se observa que los participantes sin pareja presentan una media ligeramente mayor en autoestima ($M = 30.5$) que aquellos con pareja ($M = 29.3$); sin embargo, esta diferencia no es estadísticamente significativa ($p = .076$). De igual manera, en el FoMO, los participantes sin pareja obtuvieron una media de 21.9, mientras que quienes tienen pareja alcanzaron una media de 21.5, sin evidenciarse diferencias significativas entre ambos grupos ($p = .750$). Por lo tanto, el estado civil no se relaciona significativamente con la autoestima ni de FoMO en la muestra estudiada.

Tabla 7*Comparación de la autoestima y FoMO según red social más utilizada*

Variable	Autoestima						FoMO					
	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>H</i>	<i>gl</i>	<i>p</i>	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>H</i>	<i>gl</i>	<i>p</i>
Instagram	68	31.2	4.67	10.17	3	.017	68	21.1	6.65	3.61	3	.306
TikTok	119	30.1	5.15				119	22.4	7.48			
WhatsApp	78	30.3	4.95				78	21.0	6.70			
Otros	15	27.0	2.65				5	24.4	6.98			

En la Tabla 7 se muestra que no existen diferencias significativas en FoMO según la red social más utilizada ($X^2 = 3.61$, $gl = 3$, $p = .306$) ($p > .05$). En cambio, en autoestima sí se encontraron diferencias entre las redes sociales ($X^2 = 10.17$, $gl = 3$, $p = .017$); específicamente, los usuarios de Instagram presentaron el puntaje más alto ($M = 31.2$), seguidos por quienes utilizan WhatsApp ($M = 30.3$). Esto sugiere que la red social más utilizada sí determina en el nivel de autoestima, pero no tiene un impacto significativo en el FoMO dentro de la muestra evaluada. Cabe mencionar que al realizar la prueba post-hoc se encontraron diferencias entre Instagram y otras redes sociales ($p = .006$), además de TikTok y otras redes sociales ($p = .045$), sin embargo, puede estar influenciada por el tamaño desigual de los grupos.

Tabla 8*Matriz de correlación de las variables de estudio*

	1	2
1. Autoestima	-	
2. FoMO	-.258**	-

*Nota. * $p < .05$; ** $p < .01$, *** $p < .001$*

La Tabla 8 permite evidenciar que existe una correlación negativa de magnitud baja entre autoestima y el FoMO ($Rho = -.258$, $p = < .001$) ($p < .05$), esto significa que, a medida que la autoestima aumenta, el FoMO tiende a disminuir o viceversa.

Discusión

En la actualidad, la era tecnológica ha transformado la comunicación y el acceso a la información, facilitando una interacción inmediata (Andrews et al., 2020); esto genera en los usuarios la necesidad de mantenerse conectados a las TIC y redes sociales para observar publicaciones y experiencias compartidas (Budnick et al., 2020; Elhai et al., 2020). Asimismo, el uso intensivo de estas plataformas ha incrementado el FoMO, influyendo negativamente en la autoestima de los jóvenes (Mena & Mena, 2024). Es por ello que, el objetivo principal del presente trabajo fue determinar la relación entre la autoestima y FoMO, en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada en Arequipa.

En los resultados de la matriz de correlación entre Autoestima y FoMO se evidenció que existe una correlación negativa de magnitud baja entre ambas variables ($Rho = -.258$, $p < .001$). Lo cual se ha podido corroborar con las investigaciones de Lucin et al. (2026) Mena y Mena (2024), Klundert (2023), Da Rocha et al. (2023) Torres-Serrano (2020) y Buglass et al. (2017); en donde encontraron una correlación negativa entre ambas variables, lo cual significa que, a medida que el FoMO aumenta, la autoestima tiende a disminuir o viceversa.

Sin embargo, en las investigaciones de Servidio et al. (2024) y Abellana et al. (2024) hallaron que, si la autoestima de una persona aumentaba, su miedo a perderse algo también podría aumentar, comprobando una relación positiva pero débil entre ambas variables. Asimismo, se encontró que en las investigaciones de Gonzáles (2022) y Santos-Figueroa et al. (2024) evidenció una relación baja y no significativa, lo que sugiere la inexistencia de una asociación relevante entre la autoestima y el FoMO.

Con relación a los niveles de autoestima, se encontró que la mayoría de los estudiantes se situaron en un nivel alto (51.8%). Estos resultados coinciden con las investigaciones de Gamarra et al. (2024) y Torres-Zapata et al. (2024), quienes también reportaron autoestima elevada en la población estudiantil; lo cual sugiere una mayor aceptación personal y un elevado número de afirmaciones positivas y expectativas. No obstante, existen otras investigaciones

que evidencian resultados distintos en contextos similares, como las realizadas por Morales-Fonseca (2023) y Quizinga et al. (2025), quienes encontraron que existe un predominio en el nivel de autoestima media con un total de 40% y 52.3% de la muestra respectiva, mientras que el nivel alto representó el porcentaje más bajo, alcanzando únicamente el 19.2% y 21%. Esto revela que, en dichos contextos, la mayoría de los jóvenes presenta una autovaloración moderada, aunque aún existe una proporción considerable que podría beneficiarse del fortalecimiento de esta.

Según el resultado de los niveles de FoMO se halló que la mayoría de los universitarios tienen un nivel moderado (81.1%). Estos hallazgos coinciden con las investigaciones de Ali et al. (2025) y Palacios et al. (2024) quienes también reportaron un nivel moderado de FoMO según sus muestras evaluadas, es decir observaron que los jóvenes suelen tener una conexión con las redes sociales, pero sin llegar a un impacto negativo grave en su bienestar. Sin embargo, en la investigación de Ibáñez y Martínez (2024) se evidenció un nivel alto de FoMO (44.9%), es decir los participantes tienden a compararse con las personas que siguen a través de las redes sociales; en cambio, en el estudio de Pasquel (2024) se halló un nivel bajo (77%) que no experimentan una ansiedad significativa relacionada con la necesidad de estar conectado.

En el análisis de los resultados de la variable Autoestima según el sexo no se encontró diferencias significativas ($p = .651$). Estos resultados se pueden corroborar por las investigaciones de Singhal y Prakash (2020); Rojas y Pilco (2023), donde la autoestima fue similar entre hombres y mujeres ($p > .005$), sugiriendo que el sexo no se constituye como un factor determinante en esta variable en dicha población. Sin embargo, existen otras investigaciones que evidencian resultados distintos, como el estudio de Cardona-Jaramillo (2025) en donde encontraron que existe diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres en autoestima ($p = .005$), es decir, las mujeres presentaron niveles más bajos de autoestima en comparación con los hombres. Además, la investigación de García et

al. (2022), se determinó que existe una diferencia significativa en cuanto a la autoestima en relación al sexo siendo mayor en hombres. En cuanto a la variable FoMO se encontraron diferencias significativas ($p = .006$), se identificaron investigaciones como de Casariego et al. (2017) y Elhai et al. (2018) que existe diferencias significativas en cuanto al sexo, es decir, en las mujeres presentaron mayor porcentaje que los varones en ambos estudios ($p < .05$). En contraste a los resultados, en los estudios de Maté (2023), Piko et al. (2025), Gómez-Martínez y Rosa-Alcazár (2025) encontraron que la influencia del sexo sobre el FoMO no fue significativa ($p > .05$), es decir el sexo no fue un predictor para esta variable.

Respecto a los resultados de la variable Autoestima según el estado civil no se encontraron diferencias significativas, estos hallazgos se pueden corroborar con la investigación de Muñoz (2024) en el que no existen diferencias ($p = .075$); sin embargo, existen otra investigación que evidencian resultados distintos, como el estudio de Marín-Ocmin (2019), en donde encontró una relación significativa entre la autoestima y estado civil ($p = .004$), es decir el 74.25% de los solteros presentaron niveles elevados de autoestima. Asimismo, según la variable FoMO tampoco se halló diferencias significativas ($p = .750$), los resultados concuerdan con la investigación de Abdalla et al. (2023) donde no encontraron diferencias significativas ($p = .101$). Sin embargo, en la investigación de Elhai et al (2018), se encontró una correlación significativa ($p = .02$), donde, las personas que viven con su pareja presentaron niveles más bajos de FOMO que los otros dos grupos ($M = 19.90$, $DE = 7.61$), es decir, los que tienen pareja sienten menor necesidad de estar revisando constantemente las redes sociales.

En los resultados de Autoestima y FoMO según las redes sociales, se encontró diferencias significativas únicamente en la variable Autoestima ($p = .017$). En relación con esta variable, se encontró que la investigación de Espinosa et al. (2025) coincide con los hallazgos del presente estudio, es decir, reportó que existían diferencias significativas en la autoestima según la red social utilizada ($p = .0359$). No obstante, la investigación de Aguilera et al. (2025)

presenta resultados distintos, señalando que la autoestima puede estar influenciada por otros factores más allá del uso de redes sociales. Según la variable FoMO no existe diferencias significativas ($p = .306$), por el contrario, en la investigación de Ibáñez y Martínez (2024) se encontró que las redes sociales más utilizadas fueron Instagram (95,6%) y Whatsapp (94,6%), es decir que las personas con más presencia de FoMO suelen utilizar estas redes sociales.

Finalmente, en relación con las variables sociodemográficas, es importante señalar que el presente estudio no incorporó algunos datos, debido a que, durante el análisis preliminar, la edad ($p = .672$, $p = .375$), el año de estudio ($p = .604$, $p = .161$), con quien vive actualmente ($p = .254$, $p = .626$) y si tiene acceso a internet ($p = .792$, $p = .975$); no mostraron variaciones relevantes ni aportaron diferencias significativas en las variables principales del estudio (Autoestima y FoMO). Debido a ello, su inclusión no habría contribuido de manera sustancial al objetivo de la investigación, por ende, su exclusión permitió mantener un enfoque más preciso y evitar dispersiones en los resultados.

Conclusiones

Primera. Se evidencia una correlación negativa, de magnitud baja y estadísticamente significativa entre las variables autoestima y FoMO, lo que indica que a mayores niveles de autoestima menores son los niveles de FoMO en los estudiantes universitarios de la muestra estudiada.

Segunda. Se evidenció que la mayoría de los participantes presenta niveles altos y medios de autoestima, mientras que una menor proporción muestra autoestima baja, esto refleja una percepción personal generalmente favorable dentro de la muestra evaluada, predominando características asociadas a una autoestima positiva.

Tercera. Se identificó la mayoría de los participantes presenta un nivel moderado de FoMO, mientras que una menor proporción evidencia niveles altos y bajos, esto indica que el miedo a perderse de experiencias o actividades se manifiesta principalmente en una intensidad intermedia dentro de la muestra estudiada.

Cuarta. En relación con el sexo, no se encontraron diferencias significativas en la autoestima; sin embargo, en el FoMO sí se evidenciaron diferencias estadísticamente significativas, siendo las mujeres quienes presentaron puntajes más altos que los hombres. A pesar de ello, la magnitud de las diferencias encontradas es pequeña, por lo que la influencia del sexo resulta limitada.

Quinta. En cuanto al estado civil no presentó una influencia significativa sobre la autoestima ni el FoMO, ya que no se encontraron diferencias estadísticas entre participantes con pareja y sin pareja. Esto sugiere que ambas variables se manifiestan de manera similar independientemente de la situación sentimental.

Sexta. Respecto a la red social más utilizada, se identificaron diferencias significativas en la autoestima, siendo Instagram la que presentó los puntajes más altos; no obstante, no se encontraron diferencias significativas en el FoMO según esta variable.

Sugerencias

Primera. Se le recomienda al director de la carrera de Administración implementar talleres y programas orientados al fortalecimiento de la autoestima y las habilidades socioemocionales en los estudiantes. Estas actividades deben priorizar especialmente a quienes presentan niveles medios y bajos de autoestima, con el fin de promover una percepción personal más positiva y segura.

Segunda. Se recomienda al director de la carrera de Administración promover espacios educativos y campañas de orientación relacionadas con el uso responsable de las redes sociales y la gestión del tiempo digital. Del mismo modo, es importante fomentar estrategias de desconexión consciente y técnicas para el manejo de la ansiedad asociada al FoMO. Estas acciones permitirán que los estudiantes desarrollen hábitos digitales más saludables y reduzcan la dependencia constante a la interacción virtual.

Tercera. Se sugiere que futuras investigaciones profundicen en el análisis de variables adicionales relacionadas con el uso de redes sociales, tales como las horas de conexión, la frecuencia de uso y las motivaciones para utilizar determinadas plataformas digitales. La inclusión de estos factores podría ayudar a comprender de manera más amplia las diferencias no detectadas en el presente estudio.

Cuarta. En base a los resultados obtenidos, se propone que futuras investigaciones indaguen otras variables psicológicas, sociales y familiares que puedan influir tanto en el FoMO como en la autoestima de los estudiantes universitarios. Entre ellas podrían considerarse factores como el apoyo social, el estrés académico, la satisfacción personal o la salud emocional. Analizar estas variables permitiría obtener una visión más integral sobre las causas y consecuencias de ambas problemáticas

Limitaciones

Primera. La falta de diferencias significativas puede deberse a la distribución desigual de los grupos, lo que limita la comparación entre categorías. Asimismo, el análisis no incluyó variables sociodemográficas más específicas, factores que podrían haber ofrecido una comprensión más profunda de los resultados.

Segunda. La muestra utilizada estuvo conformada únicamente por estudiantes de una sola carrera profesional y pertenecientes a una universidad privada. Debido a ello, los resultados obtenidos no pueden generalizarse a toda la población universitaria, especialmente a estudiantes de otras carreras o instituciones educativas.



Referencias

- Abdalla, A., Mohammedahmed, M., Mohammednour, M., Mohammed, O., Mohamed, E., Anab, M., Ahmed, A., Mohamed, A., Yasein, M., Mohamed, S., Elfatih, H., & Mohammed, E. (2023) Social networking and fear of missing out (FOMO) among medical students at University of Khartoum, Sudan 2021. *BMC Psychiatry*, 23 (1), 882. <https://doi.org/10.1186/s12888-023-05389-7>
- Abellana, C., Mendez, A., Subido, G. & Culajara, C. (2024). The Social Comparison Trap: Association between Fear of Missing out (Fomo) and Self-Esteem in College Students. *American Journal of Human Psychology*, 2(1), 114-120. DOI: <https://doi.org/10.54536/ajhp.v2i1.2807>
- Aguilera, R., Gusqui, L., Buñay, P., Olivo, E. & Guamán, J. (2025). Adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 24(0), 1-9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10087419>
- Ali, E., Ahmad, A. & Attia, A. (2024) Toward healthy behavior: fear of missing out, smartphone, social networking addiction, and life satisfaction among medical students at Tanta University, *Egypt. Discov Ment Health*, 5(1), 106. <https://doi.org/10.1007/s44192-025-00227-0>
- American Psychological Association. (2017). Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct. *American Psychologist*, 57(12), 1–20. <https://www.apa.org/ethics/code/ethics-code-2017.pdf>
- Andrews, N., Yogeewaran, K., Wang, M., Nash, K., Hawi, D., & Sibley, C (2020). Is Social Media Use Changing Who We Are? Examining the Bidirectional Relationship Between Personality and Social Media Use. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 23(11), 752–760. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0744>

- Apichai, S., Sirisatayawong, P., Chupradit, S. & Khamchai, S. (2019). A study of self-esteem and academic achievement of undergraduate students with physical or locomotion disability in Chiang Mai University. *Journal of Associated Medical Sciences*, 52(2), 112-118. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/bulletinAMS/article/view/160419/125631>
- Balaguer, I. Castillo, I. & Duda, J. (2008). Apoyo a la autonomía, satisfacción de las necesidades, motivación y bienestar en deportistas de competición: un análisis de la teoría de la autodeterminación. *Revista de Psicología del Deporte*, 17(1), 123-139. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=235119246002>
- Budnick, C., Rogers, A. & Barber, L. (2020). The fear of missing out at work: Examining costs and benefits to employee health and motivation. *Computers in Human Behavior*, 104, 1-48. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106161>
- Buglass, S., Binder, J., Betts, L. & Underwood, J. (2017). Motivators of Online Vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*. 66, 248-255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>
- Bustos, K. & Vásquez de la Bandera, F. (2022). Autoestima y bienestar psicológico en estudiantes universitarios. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 6(6), 10100-10113. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.4121
- Cardona-Jaramillo, Y., Pizano, A., Mendoza, M. (2025). Satisfacción sexual y autoestima en universitarios de la ciudad de Barranquilla. *Políticas Sociales Sectoriales* 3(2), 489-508-<https://doi.org/10.29105/pss3.2-168>
- Casale, S. & Fioravanti, G. (2019). Factor structure and psychometric properties of the Italian version of the Fear of Missing Out Scale in emerging adults and adolescents. *Addictive Behaviors*, 102, 1-33. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.106179>

- Casariego L., Peña, C., Rocha, J. (2017). Apego, autoestima y dependencia emocional en estudiantes universitarios de Lima Este. *Apuntes Científicos Estudiantiles de Psicología*, 1(1). https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/r_psicologia/article/view/933
- Chambilla, A. (2021). *Ansiedad e Indicadores de Adicción a Redes Sociales en Estudiantes de Secundaria de la I.E. Enrique Paillardelle Tacna, durante el confinamiento del año 2021*. [Tesis para optar el título profesional de médico cirujano, Universidad Privada de Tacna]. <http://hdl.handle.net/20.500.12969/1830>
- Chen, J. & Wang, Y. (2021). Social Media Use for Health Purposes: Systematic Review. *Journal of Medical Internet Research*, 23(5), 1-16. <https://www.jmir.org/2021/5/e17917>
- Clavijo, A. & Palacios, G. (2019). *Evidencia de la validez, confiabilidad y normas percentilares de la escala de autoestima de Rosenberg en jóvenes de la ciudad de Piura* [Tesis para obtener el título profesional de licenciada en psicología, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/41119>
- Coiro, M., Bettis, A., & Compas, B. (2017). College students coping with interpersonal stress: Examining a control-based model of coping. *Journal of American College Health*, 65(3), 177-186. <https://doi.org/10.1080/07448481.2016.1266641>
- Cooley, C. (1902). *Human nature and the social order*. Nueva York: Scribner's.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Editorial Freedman & Company.
- Cordero, C., Guzmán, M. (2024) *Autoestima y Satisfacción con la Vida en los estudiantes universitarios*. [Trabajo de investigación para optar el título de licenciada en psicología clínica, Universidad Del Azuay]. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/15193>
- Correa-Rojas, J., Grimaldo-Muchotrigo, M. & Rosario-Gontaruk, S. (2020). Psychometric properties of the Fear of Missing out Scale (FoMOs) in Peruvian university students.

Aloma, 38(2), 113–120.

<https://revistaaloma.blanquerna.edu/index.php/aloma/article/view/463/200200286>

Coskun, S., & Karayagiz, G. (2019). Investigation of problematic mobile phones use and Fear of Missing Out (FoMO) level in adolescents. *Community mental health journal*, 55(6), 1004-1014. <https://doi.org/10.1007/s10597-019-00422-8>

Da Rocha, L., Cotrim, R., Moreira, T., Goncalves, B., Otavio, R., Fernandes, N., Rodrigues, T., Borim, C., Montiel, J., Bartholomeu, D, & Fuga, D. (2023). Síndrome de FOMO: A influência no bem-estar psicológico e na autoestima de universitários. *Revista Pesquisa em Psicologia Aplicada*, 1(1), 1-18.

<https://revistas.anchieta.br/index.php/RevistaPsicologiaAplicada/article/view/1999/1742>

Deci, E. & Ryan, R. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.

Dempsey, A., O'Brien, K., Tiamiyu, M. & Elhai, J. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports*, 9, 100150. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2018.100150>

Elhai, J., Gallinari, E., Rozgonjuk, D. & Yang, H. (2020). Depression, anxiety and fear of missing out as correlates of social, non-social and problematic smartphone use. *Addictive Behaviors*, 105, 106335 <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106335>

Elhai, J., Levine, J., Alghraibeh, A., Alafnan, A., Aldraiweesh, A. & Hall, B. (2018). Fear of missing out: Testing relationships with negative affectivity, online social engagement, and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 89, 289-298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.020>

- Espinosa, E., Molina, D. & Arellano, J. (2025). Ansiedad, autoestima y el uso de redes sociales en estudiantes universitarios. *Polo del conocimiento*, 10(3), 2010-2029.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/9171>
- Flores, L. & Riveros, J. (2020) El uso de las redes sociales en los Estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas. Sidala
- Fortini, R., Patias, N., & Dalbosco, D. (2018). Autoestima e Sintomas de Transtornos Mentais na Adolescência: Variáveis Associadas. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 34, 1-8. <https://dx.doi.org/10.1590/0102.3772e34436>
- Fox, J. & Moreland, J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168-176.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.083>
- Franchina, V., Vanden, M., Van, A., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10), 2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Gamarra, P., Camargo, P. & Rodríguez, L. (2024). Autoeficacia académica y autoestima en estudiantes universitarios, *Revista Digital del Doctorado en Educación*, 10(19), 69-85. <https://doi.org/10.55560/arete.2024.19.10.4>
- García, D., Soler, M. & Rendón, R. (2019). Bienestar psicológico en adolescentes: relaciones con autoestima, autoeficacia, malestar psicológico y síntomas depresivos. *Revista de Orientación Educativa*, 33(63), 23-43.
<http://www.roeupla.cl/roe/index.php/roe/article/view/4>

- Gil, F., Chamarro A. & Oberst, U. (2015). Addiction to online social networks: A question of «Fear of Missing Out»? *Journal of Behavioral Addictions*, 4(1),1-66.
<http://dx.doi.org/10.1556/JBA.4.2015.Suppl.1>
- Gómez-Martínez, M. & Rosa-Alcázar, A. (2025) Fear of missing out, social media use and alcohol consumption in college students. A path analysis model. *Anales de psicología* 41, (1), 1-15 <https://doi.org/10.6018/analesps.621881>
- González, A. & Molero, M. (2023). Estilo de vida saludable en la adolescencia: Relación con autoestima y diferencias según sexo. *Acción Psicológica*, 20(1), 47-56.
<https://doi.org/10.5944/ap.20.1.39184>
- González, C. (2022) *Estudio sobre la relación entre el estrés laboral, el síndrome Fear of Missing Out, la autoestima, la inteligencia emocional y el miedo al contagio del COVID*. [Trabajo fin de grado en relaciones laborales, Universidad de La Laguna].
<https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/26795>
- Gupta, M., & Sharma, A. (2021). Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. *World journal of clinical cases*, 9(19), 4881–4889. <https://doi.org/10.12998/wjcc.v9.i19.4881>
- Harter, S. (1985). *Manual for the Self-Perception Profile for Children. (Revision of the Perceived Competence Scale for Children)*. Denver, C.O.: University of Denver.
- Harter, S. (1988). *Manual for the Self-Perception Profile for Adolescents*. Denver: University of Denver.
- Harter, S. (1999). *The construction of the self. A developmental perspective*. Guilford Press
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education,
<https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>

- Ibáñez, M. & Martínez, S. (2024) Fear of Missing Out (FOMO) en estudiantes universitarios: desafíos informativos e implicaciones para la Alfabetización Digital. *Revista General de Información y Documentación*, 34(1), 85-97. <https://dx.doi.org/10.5209/rgid.93742>
- James, W. (1890). *The principles of psychology*, Vol. 1. Henry Holt and Co.
- Klundert (2023). The Influence of Passive Social Networking Site Use on Self-Esteem: The Mediating Role of Upward Comparison and FoMO [Master Thesis Youth Studies, Utrecht University]. <https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/44511>
- Lemay, D., Doleck, T., & Bazalais, P. (2019). Self-determination, loneliness, fear of missing out, and academic performance. *Knowledge Management & E-Learning*, 11(4), 485-496. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2019.11.025>
- Lucin, E., Mosquera, L. & Rodas, J. (2026). Ansiedad y autoestima como predictores Fear of Missing Out en jóvenes. *Revista Científica Yachana*, 15 (1), 99-112. <https://doi.org/10.62325/10.62325/yachana.v15.n1.2026.1025>
- Marín-Ocmin, A. (2019). Dependencia emocional y autoestima: relación y características en una población de jóvenes limeños. *Revista de investigación y casos en salud*, 4(2), 85-91 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7083955>
- Martín-Albo, J., Núñez, J., Navarro, J. & Grijalvo, F. (2007). The Rosenberg Self-Esteem Scale: translation and validation in university students. *The Spanish Journal of Psychology Psychol*, 10(2), 458- 467. <https://doi.org/10.1017/s1138741600006727>
- Maté, E. (2023) *Study of the Relationship between the FoMO (Fear of Missing Out) Effect and Emotional Intelligence in University Students*. [Trabajo Final de Máster, Universidad de Salamanca]. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/156603/TFM_MatCasE_Estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mead, G. (1934). *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press.

- Mena, M. & Mena, B. (2024) *Relación del síndrome FoMO (Fear of missing out) con la autoestima de estudiantes universitarios* [Tesis de licenciatura para optar al título de psicología, Universidad Cooperativa de Colombia].
<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/c45e8f1f-a989-4c34-a4b9-602e5a6bf1f0/content>
- Messer, B. y Harter, S. (1989). *The self-perception profile for adults*. Unpublished manuscript, University of Denver.
- Morales- Fonseca, C., Muñoz-Vaca, M., Mantilla-Posso, I. & Navas-Bonilla, C. (2023). Autoestima en estudiantes universitario en la ciudad de Quito en el año 2023. *Polo del Conocimiento*, 8(8), 2354-2368
<https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/5973/15044>
- Neemann, J. y Harter, S. (1986). *Manual for the Self-Perception Profile for College Students*. Denver, Universidad de Denver
- Nieves, I. (2024). El autoconcepto: Perspectivas teóricas. *Revista Politécnica y territorial*, 2(10), 79-102. <https://revistapt.edublogs.org/>
- Orth, U., & Robins, R. (2014). The development of self-esteem. *Current directions in psychological science*, 23(5), 381-387. <http://dx.doi.org/10.1177/0963721414547414>
- Osorio-Andrade, C., Arango-Espinal, E. & Candelo J. (2025). Redes sociales: impacto psicológico y académico en estudiantes universitarios. *Pedagogía y Saberes*, (63), 100-113. <https://doi.org/10.17227/pys.num63-22031>
- Palacios-Martínez, F., Álvarez-Martínez, L., Correa-Moreno, D. & Triana, Y. (2024). *Relación entre Fear of Missing Out (FoMO) y dificultades en atención en estudiantes universitarios*. [Trabajo de grado de pregrado para optar el título de Psicología, Universidad Cooperativa de Colombia].

<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/fee63b03-14f5-4d54-bf29-622538c37c49/content>

Palomino, M. (2025) *Niveles de autoestima y su asociación con el síndrome de FOMO en adolescentes del Colegio Alexander Fleming, Arequipa, enero 2025*. [Tesis para optar el título profesional de médico cirujano, Universidad Católica de Santa María].

<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/73362378-2b5f-44b4-8d16-5a367571a945/content>

Panneso, K., & Arango M. (2017). La autoestima, proceso humano. *Revista Electrónica Psyconex*, 9(14), 1-9.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/328507>

Pasquel, E. (2024) *Relación entre el nivel de autoestima y la experiencia FoMO, temor a perderse algo, en adolescentes usuarios de redes sociales de Centros Educativos de Villa María del Triunfo*. [Trabajo de investigación para optar el grado de maestro en psicología clínica con mención en terapia infantil y del adolescente, Universidad Peruana Cayetano Heredia].

https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/16808/Relacion_PasquelGomez_Edward.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Piko, B., Müller, V., Kiss, H. & Mellor, D. (2025) Exploring contributors to FoMO (fear of missing out) among university students: The role of social comparison, social media addiction, loneliness, and perfectionism. *Acta Psychologica*, 253, 104771.

<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104771>

Przybylski, A., Murayama, K., DeHaan, C., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*. 29, 1814-1848. <https://doi.org/10.1037/t23568-000>

- Quizinga, I., Márquez, O. & Michca M. (2025). Ansiedad, autoestima y hábitos de estudio en relación al rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Revista de Investigación de Ciencias de la Educación, Horizontes*, 9(36), 116-127
<https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v9i36.904>
- Ramon, D. (2025) *Relación entre FoMO y uso problemático de redes sociales en adolescentes y población general adulta* [Tesis para optar el título profesional de licencia en psicología, Universidad de Lima].
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/22772/T018_47556401_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramos, J. (2021). *El síndrome FOMO: cómo detectarlo y superarlo*. Editorial Storytel
- Renick, M. & Harter, S. (1988). *El desarrollo de las autopercepciones de los estudiantes con discapacidades de aprendizaje y el impacto de los procesos de comparación social*
- Rojas, V. & Pilco, G. (2023). Autoestima y Habilidades Sociales en Adolescentes. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 3823- 3833.
<https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.529>
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) [Database record]. APA PsycTests.
- Rosenberg, M. (1965). *Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES)*. APA PsycTests.
- Rosenberg, M. (1973). *la autoimagen del adolescente y la sociedad* (vol7). Editorial Buenos Aires
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. Nueva York: Basic Books.
- Rosenberg, M. (1996). *Counseling The Self. Basic Book*. New York
- Rosenberg, M., & Owens, T. J. (2001). *Low self-esteem people: A collective portrait*. Sociological and psychological currents.

- Rosenberg, M., Schooler, C., Schienbach, C. & Rosenberg, F. (1995). Global self-esteem and specific self-Steem: different concepts, different outcomes. *American Sociological Review*, 60 (1), 141-156. <https://doi.org/10.2307/2096350>
- Ryan, R. & Deci, E. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*. 55(1) 68-78. <https://doi.org/10.1037//0003-066x.55.1.68>
- Ryan, R., Kuhl, J., & Deci, E. (1997). Nature and autonomy: Organizational view of social and neurobiological aspects of selfregulation in behavior and development. *Development and Psychopathology*, 9 (4), 701-728. <https://doi.org/10.1017/s0954579497001405>
- Santos-Figueroa, E., Córdoba, N. & Álvarez, N. (2025). Relación entre el Síndrome FOMO y autoestima en estudiantes universitarios. *Revisa Contacto*. 4(2), 36-46. <https://doi.org/10.48204/contacto.v4n2.6669>
- Servidio, R., Soraci, P., Griffiths, M., Boca, S., & Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison and self-esteem. *Addictive Behaviors Reports*, 19, 100536. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- Shavelson, R, Hubner, J. & Stanton, G. (1976). Self-Concept: validation of construct interpretation. *Review of Educational Research* 46 (3), 407-411. <https://doi.org/10.3102/00346543046003407>
- Singhal, S., & Prakash, N. (2021). Relationship between Self-esteem and Psychological Wellbeing among Indian College Students. *Journal of Interdisciplinary Cycle Research*, 12(8), 748- 756. https://www.researchgate.net/publication/352151190_Relationship_between_Self-esteem_and_Psychological_Well-being_among_Indian_College_Students

- Soriano-Sánchez, J. (2022) Factores psicológicos y consecuencias del Síndrome Fear of Missing Out: Una Revisión Sistemática. *Revista de Psicología y Educación*. 17(1), 69-78. <https://doi.org/10.23923/rpye2022.01.217>
- Souza, T. & Cunha, L. (2019). Rosenberg Self-Esteem Scale: method effect and gender invariance. *Psico-USF*, 24 (3), 517-528. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-82712019240309>
- Torres- Zapata, A., Moguel-Ceballos, J., Brito-Cruz, T. (2024). Autoestima en estudiantes universitarios del área de Nutrición. *Revista Dilema Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 3(65), 1-19. <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/4153/4044>
- Torres-Serrano, M. (2020) Fear of missing out (FoMO) y el uso de Instagram: análisis de las relaciones entre narcisismo y autoestima, *Revista de Psicología*, 38(1), 31-38 <https://doi.org/10.51698/aloma.2020.38.1.31-38>
- Travezaño- Cabrera, A., Santos- García, S. & Vilca, L. (2024) Escala de autoestima de Rosenberg-P (EAR-P) en universitarios: Nuevas evidencias psicométricas de su estructura interna. *Revista de Psicología y ciencias afines*, 41(1), 15-16. <https://doi.org/10.16888/interd.2024.41.1.15>
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Valreymond, D., Yabar, P. & Alvarez, P. (2019) Estudio sobre el uso de las redes sociales y estilos de aprendizaje. Caso: Estudiantes de la universidad nacional José María Arguedas. *Revista de investigaciones de la escuela de posgrado*, 8(1), 895-902
- Varchetta, M., Franchetti, A., Mari, E. & Giannini, A. (2020). Social Media Addiction, Fear of Missing Out (FoMO) and Online Vulnerability in university students. *Revista*

Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 14(1), 1-13.

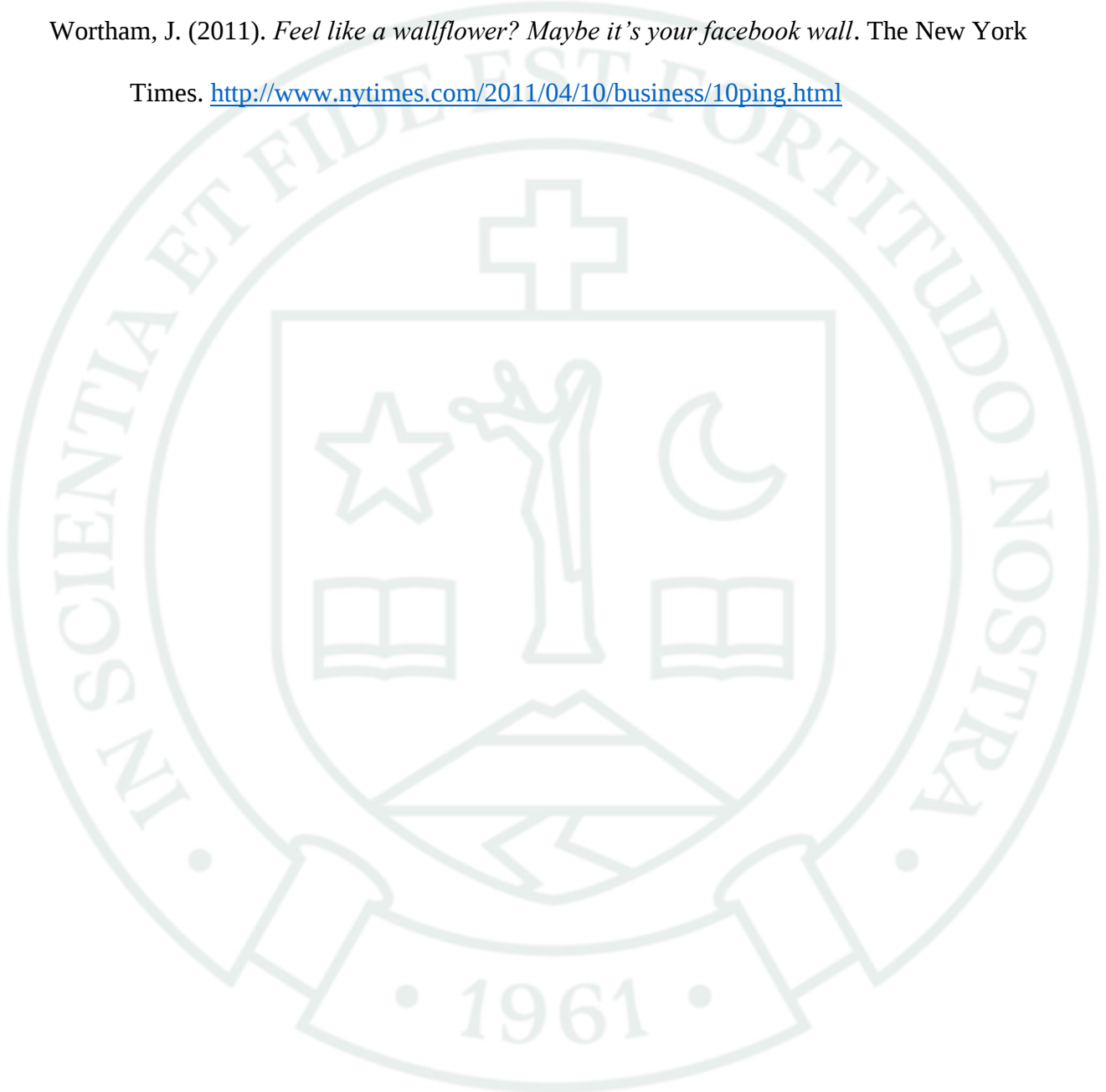
<https://doi.org/10.19083/ridu.2020.1187>

Vásquez, M (2023) Efecto de las redes sociales en la salud mental. *Revista Científica*

Disciplinares, 2 (2), 37-49. <https://doi.org/10.71727/disciplinares.v2i2.252>

Wortham, J. (2011). *Feel like a wallflower? Maybe it's your facebook wall*. The New York

Times. <http://www.nytimes.com/2011/04/10/business/10ping.html>



Anexos

Anexo 1. Solicitud de permiso

SOLICITUD DE PERMISO

Dr.:

Ernesto Luis Vera Ballón

Director de la Escuela Profesional de Administra de Empresas

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

Presente.

ASUNTO: Autorización para la obtención de información necesaria para realización de la tesis titulada "Autoestima y Fear of Missing Out (FOMO) en Estudiantes de una Universidad Privada en Arequipa"

De mi especial consideración:

Me dirijo a usted para saludarlo cordialmente y, a la vez, solicitarle gestionar y autorizar el permiso para ingresar a las aulas de clase de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, con la finalidad de aplicar una encuesta a los estudiantes y obtener los datos necesarios para la realización de la tesis titulada **"Autoestima y Fear of Missing Out (FOMO) en Estudiantes de una Universidad Privada en Arequipa"**.

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la autoestima y el Fear of Missing Out (FOMO) en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Santa María.

Agradeciendo de antemano la atención que me brinda y en la colaboración con la educación superior.

Atentamente,

Cuadros Oblitas, Camila Alexandra

Guerrero Fernández, Stephanie Carolina


Ernesto Luis Vera Ballón



Director de la Escuela Profesional de Administra de Empresas

Anexo 2. Consentimiento Informado

Consentimiento Informado

Estimado participante:

La presente encuesta pretende conocer sobre relación entre autoestima y FoMo en jóvenes universitarios; si usted accede a participar solo le tomará de 5 a 10 minutos. La participación en este estudio es totalmente voluntaria, confidencial y anónima. Asimismo, usted es libre de participar; pero le agradecemos profundamente que nos pueda brindar información veraz al responder con sinceridad las preguntas.

Si alguna de las preguntas de la prueba le parece incómoda o no logra entenderla, tiene usted derecho de hacérselo saber al investigador por medio de un correo a (camila.cuadroso@estudiante.ucsm.edu.pe o stephanie.guerrero@estudiante.ucsm.edu.pe) o por medio de mensaje de WhatsApp a los siguientes números 945404080 o 957456074.

Muchas gracias

Si, acepto voluntariamente participar en este estudio

No, acepto voluntariamente participar en este estudio

Anexo 3. Ficha sociodemográfica

Ficha sociodemográfica

1. Edad (Solo coloque el número. Ejm: 21):

_____años

2. Sexo:

- a. Femenino
- b. Masculino

3. Año de estudios:

- a. 1°
- b. 2°
- c. 3°
- d. 4°
- e. 5°

4. Estado civil:

- a. Soltero(a)
- b. En pareja
- c. Casado(a)
- d. Otro: _____

5. Con quién vive actualmente:

- a. Con padres/familia
- b. Solo(a)
- c. Con amigos/compañeros
- d. Otro: _____

6. ¿Cuenta con acceso a internet en su casa?

- a. Si
- b. No

7. Marque una red social que utiliza con mayor frecuencia (marcar solo una)

- a. Instagram
- b. TikTok
- c. Facebook
- d. WhatsApp
- e. Otra: _____

Anexo 4. Escala de autoestima de Rosenberg

Escala de autoestima de Rosenberg

Instrucciones: La presente escala tiene como objetivo evaluar el sentimiento de satisfacción que la persona tiene de sí misma. Por favor, conteste las siguientes frases eligiendo la respuesta que considere más apropiada.

Elige solo una alternativa para cada frase y responde marcando con un aspa (X) sobre la letra correspondiente, según la siguiente escala. No dedique mucho tiempo a cada frase, recuerda que no hay respuestas buenas ni malas, lo importante es que seas sincero (a) al responder.

A	B	C	D
Muy De Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Muy En Desacuerdo

1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás	A	B	C	D
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas	A	B	C	D
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.	A	B	C	D
4. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.	A	B	C	D
5. En general estoy satisfecho/a de mí mismo/a.	A	B	C	D
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a.	A	B	C	D
7. En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a.	A	B	C	D
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.	A	B	C	D
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil	A	B	C	D
10. A veces creo que no soy buena persona	A	B	C	D

Anexo 5. Escala del FoMO

Escala del FoMO

Instrucciones:

A continuación, encontrará una serie de afirmaciones relacionadas con su experiencia cotidiana. Utilice la siguiente escala para indicar en qué medida cada afirmación refleja su realidad personal, solo puede marcar una alternativa por fila (----):

1. Para nada cierto (1)
2. Ligeramente cierto (2)
3. Moderadamente cierto (3)
4. Muy cierto (4)
5. Extremadamente cierto (5)

Preguntas	1	2	3	4	5
1. Temo que otros tengan experiencias más gratificantes que yo					
2. Temo que mis amigos tienen experiencias más gratificantes que yo					
3. Me preocupa cuando descubro que mis amigos se divierten sin mí					
4. Me pongo ansioso cuando no sé que hacen mis amigos					
5. Es importante que entienda a mis amigos “en bromas”					
6. A veces, me pregunto si paso demasiado tiempo manteniéndome al día con lo que esta sucediendo.					
7. Me molesta cuando pierdo la oportunidad de reunirme con mis amigos					
8. Cuando me lo paso bien, es importante para mí compartir los detalles en línea (por ejemplo, actualizar estado)					
9. Cuando me pierdo una reunión planificada, me molesta					
10. Cuando me voy de vacaciones, sigo atento a lo que hacen mis amigos					