**LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LOS COMPORTAMIENTOS DE COMPRA**

**Nuria Martínez Martínez y Paula Murillo Alex**

Profesores coordinadores: Marcelina Solano y Alfonso Aniorte

IES San Isidoro

C/ Juan García s/n, Los Dolores. C.P. 30310. Cartagena

paulamurilloalex14@gmail.comnuriamarmar2@gmail.com

Este trabajo pretende averiguar cómo influyen la publicidad, las redes sociales y los influencers en nuestros comportamientos de compra. Realizando la revisión bibliográfica, se ha sabido que la publicidad en internet ha incorporado nuevas plataformas y oportunidades de negocio para empresas y marcas. Existen muchos tipos de canales publicitarios en internet. Según los últimos estudios, la publicidad en redes sociales ha ganado presencia en los planes digitales de las empresas. Tras el planteamiento del problema, se procede a descubrir la repercusión que tienen las marcas publicitadas por influencers sobre las personas, diferenciando por género y edad; conocer los defectos que tiene la publicidad y saber qué tipos de publicidad es la más eficaz.

Una vez, planteados los objetivos del trabajo, se realizó una encuesta a los alumnos y profesores de ESO y Bachillerato del IES San Isidoro, con el fin de plantear las preguntas necesarias para obtener dicha información. Una vez analizada la información obtenida en la encuesta, sabemos que: los encuestados no confían plenamente en los productos publicitados en las redes sociales por influencers, pero aun así la mayoría de ellos compran esos productos. La mayoría de personas que respondieron a la encuesta creen que los productos anunciados de esta manera aumentan sus ventas. Los tipos de publicidad más eficaces según los encuestados son las redes sociales, la televisión y la publicidad online.

En conclusión, las personas son conscientes de cuáles son los medios de publicidad más eficaces, ya que son los que más les afectan, pero no son plenamente conscientes de ello. Los encuestados piensan que la publicidad tiene muchas posibles mejoras. Y como conclusión principal, se conoce que la publicidad, las redes sociales y los influencers influyen en nuestros comportamientos de compra de manera directa o indirecta.

***Palabras clave****: influencers, publicidad, redes sociales, influencia, comportamientos de compra.*