



ENCUESTA



La influencia de las redes sociales y el consumo en los adolescentes

Presentación

Estimado(a) estudiante:

Esta encuesta tiene como objetivo conocer la influencia de las redes sociales en el consumo de los adolescentes. Tus respuestas son anónimas y serán utilizadas únicamente con fines académicos. ¡Gracias por tu participación!

Instrucciones

Lee atentamente cada afirmación y marca con una X la opción que mejor represente tu respuesta.

Escala de respuesta

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Datos generales

Edad: _____ años
 Sexo: ☐ Femenino ☐ Masculino
 Grado: _____

Cuestionario

N.º	Afirmación	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
1	Utilizo redes sociales todos los días.	☐	☐	☐	☐	☐
2	Paso varias horas al día utilizando redes sociales.	☐	☐	☐	☐	☐
3	Los anuncios que veo en redes sociales llaman mi atención.	☐	☐	☐	☐	☐
4	Las publicaciones de influencers influyen en mis gustos o preferencias.	☐	☐	☐	☐	☐
5	Las redes sociales influyen en mi decisión de comprar un producto.	☐	☐	☐	☐	☐
6	Compro productos que veo en redes sociales aunque no los necesite.	☐	☐	☐	☐	☐
7	Compro productos porque están de moda en redes sociales.	☐	☐	☐	☐	☐
8	Aprovecho promociones o descuentos que veo en redes sociales.	☐	☐	☐	☐	☐
9	Antes de comprar un producto, comparo precios y calidad.	☐	☐	☐	☐	☐
10	Después de comprar un producto por influencia de las redes sociales, quedo satisfecho(a) con mi compra.	☐	☐	☐	☐	☐

Tabla de variables y dimensiones

Pregunta	Variable	Dimensión
1	Influencia de las redes sociales	Frecuencia de uso
2		Tiempo de uso
3		Exposición a publicidad
4		Influencia de creadores de contenido
5		Influencia en la decisión de compra
6	Consumo en los jóvenes	Compra impulsiva
7		Tendencias de consumo
8		Respuesta a promociones
9		Consumo responsable
10		Satisfacción posterior a la compra

“La encuesta fue elaborada y aplicada por los estudiantes a una muestra representativa de nuestra institución educativa. Los resultados obtenidos fueron analizados e interpretados, convirtiéndose en una fuente de información relevante para el desarrollo de la investigación.”