

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

**ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DE  
ENTRETENIMIENTO EN LOS CONTENIDOS DE  
FACEBOOK DE RADIO KARIBEÑA, TRUJILLO 2024**

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciado en Administración y Marketing**

**Autor:**

Edgar Ruben Avila Diaz

**Asesor:**

Dr. Lic. Francisco Paredes León  
<https://orcid.org/0000-0003-3063-1404>

Trujillo - Perú

**2024**

## Jurado evaluador

Jurado 1 Presidente(a)	<b>JOCELYN RUTH INFANTE LINARES</b>
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	<b>RICHARD ALEJANDRO AGUIRRE CAMARENA</b>
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	<b>FRANCISCO JESUS PAREDES LEON</b>
	Nombre y Apellidos

## Informe de similitud



Página 2 of 81 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega tm:oid::1:3007363810

### 11% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

#### Fuentes principales

- 10% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 1% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

#### Marcas de integridad

##### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## Índice de contenido

Jurado evaluador	ii
Informe de similitud	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	vii
Resumen	xii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	14
CAPÍTULO III: RESULTADOS	21
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	24
REFERENCIAS	29
ANEXOS	34

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	16
<i>Selección de publicaciones con enfoque de marketing de entretenimiento de enero de 2023 a diciembre de 2023</i>	16
<b>Tabla 3</b>	18
<i>Tipos de análisis de contenidos de acuerdo con diferentes autores</i>	18
<b>Tabla 4</b>	22
<i>Tipo de contenido emitido por la Radio Karibeña en el periodo 2023</i>	22
<b>Tabla 5</b>	23
<i>Tipo de contenido emitido por la Radio Karibeña en el periodo 2023</i>	23
<b>Tabla 6</b>	24
<i>Consumo e interacción de los usuarios hacia las publicaciones emitidas por la Radio Karibeña en el periodo 2023</i>	24

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	35
<i>En vivo de lectura de tarot el 14 de enero con Soralla de los Angeles</i>	35
<b>Figura 2</b>	35
<i>Promoción de concierto en Agua Dulce el 28 de enero</i>	35
<b>Figura 3</b>	36
<i>Trivia sobre la mejor cantante de cumbia el 26 de enero</i>	36
<b>Figura 4</b>	36
<i>Concierto promocional de Agua dulce el 26 de enero</i>	36
<b>Figura 5</b>	37
<i>Entrevista a la Orquesta Candela el 23 de enero</i>	37
<b>Figura 6</b>	37
<i>Homenaje a la cantante Edita el 4 de enero</i>	37
<b>Figura 7</b>	38
<i>Invitación al evento del Playazo Karibeña el 18 de febrero</i>	38
<b>Figura 8</b>	38
<i>Promoción del evento Summer Party el 4 de febrero</i>	38
<b>Figura 9</b>	39
<i>Promoción de la celebración de los 30 años de Corazón Serrano el 1 de febrero</i>	39
<b>Figura 10</b>	39
<i>Promoción del evento de San Valentín, 12 de febrero</i>	39
<b>Figura 11</b>	40
<i>Promoción del evento de carnavales el 13 de febrero</i>	40
<b>Figura 12</b>	40
<i>Invitados especiales en el Súper Show de la Karibeña, 4 de marzo</i>	40
<b>Figura 13</b>	41
<i>Espacio astral en vivo el 25 de marzo</i>	41
<b>Figura 14</b>	41
<i>Declaraciones de Rebeca Escribens tras acción de Tilsa Lozao, 17 de marzo</i>	41
<b>Figura 15</b>	42
<i>Comentarios de Rafael Cardozo tras la ruptura de su relación, 31 de marzo</i>	42
<b>Figura 16</b>	42
<i>Lanzamiento del videoclip de la canción “culpable” de Papillón, 31 de marzo</i>	42
<b>Figura 17</b>	43
<i>Celebración del cumpleaños de “Alessia” de al fondo hay sitio, el 11 de marzo</i>	43

<b>Figura 18</b>	43
<i>Publicación sobre la reinterpretación de la coreografía de Agua bella por unos amigos, 19 de marzo</i>	43
<b>Figura 19</b>	44
<i>Fiesta sorpresa por el cumpleaños de la brasileña Cachaza, 30 de abril</i>	44
<b>Figura 20</b>	44
<i>Escándalo del personaje Makanaky tras su liberación de la comisaria, 30 de abril</i>	44
<b>Figura 21</b>	45
<i>Concierto en vivo de los Caribeños de Guadalupe, 30 de abril</i>	45
<b>Figura 22</b>	45
<i>Homenaje de Fernando Armas en el reventonazo de la Chola, 30 de abril</i>	45
<b>Figura 23</b>	46
<i>Activación de la radio Karibeña, 30 de abril</i>	46
<b>Figura 24</b>	46
<i>Melissa Paredes publica polémico video tras ruptura del gato cuba y Ale Venturo, 31 de mayo</i>	46
<b>Figura 25</b>	47
<i>Promoción del evento por el aniversario de la Radio Karibeña, 31 de mayo</i>	47
<b>Figura 26</b>	47
<i>Concierto de Armonía 10, 31 de mayo</i>	47
<b>Figura 27</b>	48
<i>Pelea de robotinas, 31 de mayo</i>	48
<b>Figura 28</b>	48
<i>Erick Delgado confesó que “Esto es Guerra” le propuso jugosa oferta laboral</i>	48
<b>Figura 29</b>	49
<i>Jimmy Santi es el segundo eliminado de El Gran Chef</i>	49
<b>Figura 30</b>	49
<i>Preguntas y respuestas con la Radio Karibeña</i>	49
<b>Figura 31</b>	50
<i>Freezer de Huancayo casi fue linchado por turba, 30 de junio</i>	50
<b>Figura 32</b>	50
<i>Dalia Durán tendría miedo tras la liberación de John kelvin, 30 de junio</i>	50
<b>Figura 33</b>	51
<i>¿Con cuál de estas guapas papilloneras te tomarías 1 par de chelitas?, 30 de junio</i>	51
<b>Figura 34</b>	51

<i>Transmisión en vivo con Corazón Serano, 5 de junio</i>	51
<b>Figura 35</b>	52
<i>Cuando la letra de la canción es un poco confusa, 31 de julio</i>	52
<b>Figura 36</b>	52
<i>Administrador de la “U” lamenta gesto de jugadora aliancista contra su equipo rival, 31 de julio</i>	52
<b>Figura 37</b>	53
<i>Daniela Darcourt formará parte de la película “Vaguito”, 31 de julio</i>	53
<b>Figura 38</b>	53
<i>Cuando creíamos que ya no podría sorprendernos más Analú, 31 de julio</i>	53
<b>Figura 39</b>	54
<i>¿Quién crees que gane la casa de los famosos?, 31 de julio</i>	54
<b>Figura 40</b>	54
<i>Orquesta Bembé en Habla Kausa, 31 de agosto</i>	54
<b>Figura 41</b>	55
<i>¿Qué opinas de este dúo?, 31 de agosto</i>	55
<b>Figura 42</b>	55
<i>¿De dónde es la guapa Kiarita?, 31 de agosto</i>	55
<b>Figura 43</b>	56
<i>Nicola Porcella conoció a la famosa Anitta, 31 de agosto</i>	56
<b>Figura 44</b> <i>Siempre Érika unca Maju y si se puede Sheyla Rojas ,31 de agosto</i>	56
<b>Figura 45</b>	57
<i>¿Qué vestido le cae mejor a la Fernandita?, 30 de agosto</i>	57
<b>Figura 46</b>	57
<i>Mi tío cada ve que suena Compay Gato, 30 de septiembre</i>	57
<b>Figura 47</b>	58
<i>Alexandra Méndez “Chama”, estará en el nuevo reality “Tierra brava”</i>	58
<b>Figura 48</b>	58
<i>Paula Arias deslumbro en sus redes por su nueva figura, 30 de septiembre</i>	58
<b>Figura 49</b>	59
<i>Nicola Porcella no dudó en sentirse feliz de su nacionalidad</i>	59
<b>Figura 50</b>	59
<i>Diego Rodríguez si roche por “likes” de Ricky Martín en sus redes, 30 de septiembre</i>	59
<b>Figura 51</b>	60
<i>Fan deslumbra con su increíble baile y actitud en el escenario, 2 de septiembre</i>	60

<b>Figura 52</b>	60
<i>El Gran Chef Famosos, anunció 6 nuevos participantes, 2 de octubre</i>	60
<b>Figura 53</b>	61
<i>Mery Rojas ganó medalla de oro en atletismo en Santiago 2023, 31 de octubre</i>	61
<b>Figura 54</b>	61
<i>Concierto de Papillón, 31 de octubre</i>	61
<b>Figura 55</b>	62
<i>Rosangela cuenta detalles de su show navideño, 31 de octubre</i>	62
<b>Figura 56</b>	62
<i>¿Con qué guapa papillonera saldrías a pedir caramelos hoy?, 31 de octubre</i>	62
<b>Figura 57</b>	63
<i>Nikol Sichi lanzará hoy el videoclip oficial de su primer tema, 3 de octubre</i>	63
<b>Figura 58</b>	63
<i>Miss primavera Karibeña, 6 de octubre</i>	63
<b>Figura 59</b>	64
<i>Mario Iriverren confiesa estar más enamorado que nunca, 30 de noviembre</i>	64
<b>Figura 60</b>	64
<i>Michelle Soirfer a Leslie Shaw “Si quieres cantar bombón asesino debe ser bombón”, 30 de noviembre</i>	64
<b>Figura 61</b>	65
<i>El festón de año nuevo, 30 de noviembre</i>	65
<b>Figura 62</b>	65
<i>El Encanto de Corazón lanzará el videoclip, 30 de noviembre</i>	65
<b>Figura 63</b>	66
<i>¡Fin del juego! Tilsa Lozano se despide de El Gran Chef Famosos, 30 de noviembre</i>	66
<b>Figura 64</b>	66
<i>Corazón Serrano concierto en vivo, 31 de diciembre</i>	66
<b>Figura 65</b>	67
<i>Ganadores a la “Mejor agrupación” Armonía 10, 31 de diciembre</i>	67
<b>Figura 66</b>	67
<i>Miguel Vergara, Mónica Torres y Renato Rossini Jr. Pasan a noche de sentencia, 4 de diciembre</i>	67
<b>Figura 67</b>	68
<i>Jb parodia premiación de Magaly Medina en los Martín Fierro, 4 de diciembre</i>	68
<b>Figura 68</b>	68

## Resumen

El objetivo del estudio se orientó a identificar cuáles han sido los fines y prioridades estratégicas de la estrategia de marketing de entretenimiento en Facebook por parte de Radio Karibeña de enero a diciembre de 2023. Con una metodología basada en el enfoque cualitativo, se desarrolló un trabajo hermenéutico, donde se contempló como unidad de análisis la publicación de la cuenta de la Radio Karibeña, seleccionando desde enero hasta diciembre del 2023 un total de 68 publicaciones. Como resultados, se destacó que Radio Karibeña priorizó el uso de las personalidades del ámbito artístico como recurso fundamental, centrándose no solo en su carrera artística sino también en su vida personal. De esta forma, se concluyó que la estrategia de marketing de entretenimiento de Radio Karibeña consistió en la aprobación e influencia que tienen las figuras artísticas del medio.

Palabras clave: entretenimiento, marketing, redes sociales, publicidad, digitalización

## **NOTA**

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto** por determinación de los propios autores, en concordancia con en el Texto Integrado del Reglamento RENATI (artículo 12), la Directiva N° 004-2016-CONCYTEC-DEGC que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, así como la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

## REFERENCIAS

- Aguilera-Moyano, J., Baños-González, M., Ramírez-Perdiguero, J. (2015). Branded entertainment: los contenidos de entretenimiento como herramienta de comunicación de marketing: Un estudio de su situación actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 519-538. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81948469027.pdf>
- Andrade, D. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista EAN*, (80). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602016000100005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602016000100005)
- Apoyala, J. (2022). Análisis del contenido de las publicaciones de Facebook y WhatsApp sobre el coronavirus, Marzo-Julio, 2020. [Tesis para el título de Licenciado en Comunicación y Periodismo, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33534/Apolaya%20Flores%2c%20Jhoselyn%20Lisseth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Basaran, D. (2022). Exploring digital marketing in entertainment industry: a case of a digital music platform. *Journal of Mangement Marketing and Logistics*, 9(3), 115-126. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jmml/issue/72683/1179852>
- Beltran, K. (2023). *Análisis de los contenidos de entretenimiento de los influencer de Babahoyo en el 2022. Caso Juanka*. [Tesis para el título de licenciado en comunicación, Universidad Técnica de Babahoyo]. <http://190.15.129.146/bitstream/handle/49000/14664/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000769.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Blanco, M. (2017). Estilos de aprendizaje y actitudes ante la investigación científica en estudiantes universitarios. *Investigación y Desarrollo*, 25(2). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-32612017000200082](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-32612017000200082)
- Borja, F. (2021). La importancia de la creación de contenido en Marketing. *Revista Científica en Ciencias sociales*, 1(3). [http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2708-04122021000100069](http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2708-04122021000100069)
- Burau, E., Cedeño, C., Orosco, J., Cevallos, I. (2017). Un nuevo escenario para la práctica periodístico – informativa a partir de la convergencia digital. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 2(2). [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2550-65872017000200114](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-65872017000200114)
- Castro, W. (2023). *La plataforma digital WhatsApp y la interacción con la audiencia en las radios públicas FM de la ciudad de Ambato*. [tesis para el título de Magister en Comunicación, Universidad Técnica de Ambato].
- Chirinos-Espin, C. (2021). Music and Culture in Entertainment-Education. *Entertainment-education behind the scenes*. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-63614-2\\_8](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-63614-2_8)

- Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública S.A.C. [CPI]. (2023). Audiencias radiales 2023: Resumen anual. *Market Report*, 5. Disponible en: <https://cpi.pe/botones/buscador.html?cx=005211028103420220142%3Aakcxotks3je&cof=FORID%3A10&ie=UTF-8&sa=&pID=&q=radio&siteurl=cpi.pe%2Fbanco%2Fopinion-publica%2Fencuesta-de-opinion-publica-marzo-2023.html>
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión [CONCORTV]. (2021). Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en adultos. Disponible en: <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2019/10/INFORME-Consumo-TV-y-Radio-2019-ADULTOS.pdf>
- Cuellar, A., y Henao, D. (2015). Marketing de entretenimiento: identificación de espacios y categorías que permitan la generación de propuestas temáticas en el municipio de Armenia. *Textos y Sentidos*, (13).
- Curioso, W. (2022). Sobre la importancia de las redes sociales para la divulgación de las revistas científicas biomédicas. *Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo*, 15(4). [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2227-47312022000400001](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-47312022000400001)
- Del Prete, A., y Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1). [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-69242020000100086](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-69242020000100086)
- Drul, G. (2015). Formas de la convergencia de medios y contenidos multimedia: Una perspectiva rumana. *Comunicar*, XXII(44), 131-140. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15832806014.pdf>
- Esgate, P. (2006). *La revolución del marketing de entretenimiento: acercando los magnates, los medios y la magia al mundo*. Universidad de Palermo.
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor Tes*, 4(3). [https://www.researchgate.net/publication/343022165\\_Tipos\\_de\\_justificacion\\_en\\_la\\_investigacion\\_cientifica](https://www.researchgate.net/publication/343022165_Tipos_de_justificacion_en_la_investigacion_cientifica)
- Gil, R., y Calderón, D. (2021). Implicaciones de la teoría de usos y gratificaciones en las prácticas mediadas por las redes sociales en el ámbito educativo. Una revisión sistemática de la literatura. *Aloma* 39(2). [https://www.researchgate.net/publication/356290061\\_Implicaciones\\_de\\_la\\_Teoria\\_de\\_Usos\\_y\\_Gratificaciones\\_en\\_las\\_practicas\\_mediadas\\_por\\_redes\\_sociales\\_en\\_el\\_ambito\\_educativo\\_Una\\_revision\\_sistemica\\_de\\_la\\_literatura](https://www.researchgate.net/publication/356290061_Implicaciones_de_la_Teoria_de_Usos_y_Gratificaciones_en_las_practicas_mediadas_por_redes_sociales_en_el_ambito_educativo_Una_revision_sistemica_de_la_literatura)
- Gomes, C. (2009). Análisis de contenido en investigaciones que utilizan la metodología clínico cualitativo: aplicación y perspectivas. *Revista Latinoamericana Enfermagem*, 17(2). <https://www.scielo.br/j/rlae/a/ncc5MZ9hYGGhQXDgXW7sVnb/?format=pdf&lang=es>

- Hackley, C., & Tiwsakul, R. (2006). Entertainment Marketing and Experiential Consumption. *Journal of Marketing Communications*, 12 (1). <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527260500358608?needAccess=true>
- Heredia, M., y Regalado, V. (2017). Análisis de contenido de la página de Facebook de la empresa AD y L Consulting 2016. [Tesis para el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4121/Heredia%20-%20Regalado%20.pdf?sequence=1>
- Igartua, J., & Rodríguez, I. (2016). Correlatos motivacionales del uso y la satisfacción con Facebook en jóvenes españoles. *Cuadernos.info*, (38), 107-119. <https://doi.org/10.7764/cdi.38.848>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- López, K. (2017). El marketing del entretenimiento y el user experience en aplicaciones móviles frente a los fenómenos de la fragmentación de audiencias y la saturación publicitaria. Caso: Aplicación móvil catálogo IKEA 2015. [Tesis para el título de licenciada en Publicidad, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- MarketReport. (2023). *Consumo de Audio en Perú: La radio y el streaming*. <https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/CPI%20-%20Market%20Report%20-%20Consumo%20de%20Audio.pdf>
- Martín, A. (2021). La era del entertainment marketing: el caso de mercedes y el emplazamiento. *Visual Review*, 8(2). [https://www.researchgate.net/profile/Alicia-Garcia-33/publication/355050857\\_La\\_era\\_del\\_entertainment\\_marketing\\_el\\_caso\\_de\\_Mercedes\\_y\\_el\\_emplazamiento\\_de\\_producto\\_en\\_el\\_cine\\_de\\_Hollywood/links/64884380b3dfd73b77812ea2/La-era-del-entertainment-marketing-el-caso-de-Mercedes-y-el-emplazamiento-de-producto-en-el-cine-de-Hollywood.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alicia-Garcia-33/publication/355050857_La_era_del_entertainment_marketing_el_caso_de_Mercedes_y_el_emplazamiento_de_producto_en_el_cine_de_Hollywood/links/64884380b3dfd73b77812ea2/La-era-del-entertainment-marketing-el-caso-de-Mercedes-y-el-emplazamiento-de-producto-en-el-cine-de-Hollywood.pdf)
- Meroño, J. (2020). El contenido digital en las administraciones locales: condiciones ontológicas y organizativas para su creación y gestión. *En Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 8(12). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551865938005>
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2021, 13 de febrero). *Día Mundial de la radio: La radio sigue siendo el medio de mayor consumo*. <https://www.concortv.gob.pe/dia-mundial-de-la-radio-la-radio-sigue-siendo-el-medio-de-mayor-consumo/>
- Mohammed, A. (2022). Youthtrends towards entertainment marketing in the television competition program. *Journal of Algebraic Statistics*, 13(2), 2013-2025. <https://publishoa.com/index.php/journal/article/view/380/351>

- Natividad, G., y Pacherras, M. (2021). Análisis del contenido periodístico en la Red Social Facebook de Identidades del Norte y Gercetur Lambayeque. [Tesis para el título de licenciado en Comunicación, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3903/1/TL\\_NatividadRubioGabriel\\_PacherresPoloMarcia.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3903/1/TL_NatividadRubioGabriel_PacherresPoloMarcia.pdf)
- Núñez-Rueda, S., Vargas-Daza, M., y Palacio-García, L. (2023). Contenidos digitales como estrategia didáctica para el desarrollo de conocimientos económicos y financieros en estudiantes de educación media. *Revista de Investigación, desarrollo e innovación*, 2(12). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2027-83062022000200251](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2027-83062022000200251)
- Orayce, M. (2012). Nuevos desafíos para la radio local peruana del siglo XXI: el caso de radio Tumbes. *Comuni@ccion, Revista de investigación en comunicación y desarrollo*, 3(2), 12-22. <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449845036002.pdf>
- Orús, A. (2023). *Gasto mundial en publicidad radiofónica 2011 a 2024*. Statista. Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/600821/gasto-mundial-en-publicidad-radiofonica/>
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1). [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-95022017000100037](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037)
- Perez, F. (2023). Los medios de comunicación en la era digital. Bilbao: Fundación BBVA. [https://www.fbbva.es/wpcontent/uploads/2023/07/DE\\_2023\\_MediosComunicacion\\_Iv ie.pdf](https://www.fbbva.es/wpcontent/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Iv ie.pdf)
- Platania, M., Platania, S., & Santisi, G. (2016). Entertainment marketing, experiential consumption and consumer behavior: the determinant of choice of wine in the store. *Wine Economics and Policy*, 5(2), 87-95. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212977416300175>
- Ramos-Serrano, M., Maciás-Muñoz, G., y Rueda-Treviño, A. (2021). Branded content and luxury fashion: analysis of audio-visual content on YouTube (2008-2019). *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13(1), 147-164. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/129142/Branded%20content%20y%20moda%20de%20lujo.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Rojas, A. (2022). Inversión publicitaria en Perú superaría los 630 millones de dólares en 2023. *Mercado Negro*. <https://www.mercadonegro.pe/publicidad/inversion-publicitaria-en-peru-superaria-los-630-millones-de-dolares-en-2023/>
- Rubio-Pinilla, P., y Candón-Mena, J. (2015). La comunicación digital de medios sin fronteras en España durante la crisis de la COVID-19. *Index Comunicación*, 11(2), 231-255.
- Saavedra, F., Rialp, J., y Llonch, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing e el desempeño empresarial. *Cuadernos de Administración*,

26(47). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-35922013000200009](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922013000200009)

- Sabogal, L., & Rojas, S. (2020). Evolución del marketing experiencial: una aproximación teórica a su definición - Revisión sistemática de literatura. *Entramado*, 16(1), 94-107. <https://doi.org/10.18041/entramado.2020v16n1.30907>
- Saldanha da Silveira, D., Colomé, C., Heck, T., Nunes da Silva, M., y Viero, V. (2015). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa. *Index Enfermería*, 24(1-2). [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1132-12962015000100016](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962015000100016)
- Santos, M., Flecha, J., Lopez, E., & Dones, V. (2019). Millennials: las gratificaciones generadas por el uso de Snapchat y su impacto en la interacción con contenidos de marca. *Estudios Gerenciales*, 35(152), 1-20. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.152.3258>
- Shu-Hsien, L., Widowati, R., y Yang, K. (2021). Investigating sports behaviors and market in Taiwan for sports leisure and entertainment marketing online recommendations. *Entertainment Computing*, 39. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1875952121000392>
- Stapleton, C., y Hughes, C. (2005). Mixed Reality and Experiential Movie Trailers: Combining Emotions and Immersion to Innovate Entertainment Marketing. *Researchgate*. <https://www.cs.ucf.edu/~ceh/Publications/Papers/Content/SIMCHI05StapletonHughes.pdf>
- Suárez-Álvarez, R., García-Jiménez, A., y Montes-Vozmediano, M. (2021). Jóvene y nuevas formas de comunicación y marketing. *Revista Prisma Social*, (34).
- Valcárcel, N. (2019). 5 spots radiales que realzaron el nombre de una marca en Perú. *Mercado negro*. <https://www.mercadonegro.pe/marketing/marketing-digital/marcas/5-spots-radiales-que-realzaron-el-nombre-de-una-marca-en-peru/>
- Yves-Guéde, B. (2023). From Content Analysis to Content Analysis of Digital Social Networks Specificities and Limits of a Particular Content. Université du Québec a Trois-Rivières.
- Zhang, N. (2017). "Entertainment Marketing" *Foundations and Trends in Marketing*, 10 (4), 215-333. <http://dx.doi.org/10.1561/17000000049>