



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO
Y HOTELERÍA**

La influencia de las estrategias de contenidos en la eficacia de los mensajes publicitarios en la empresa “ANMO SUGOI”, en la ciudad de México, 2023

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de Licenciado en
Ciencias de la Comunicación

AUTOR

Miranda Cabrera, Christopher Germán

[Orcid.org/0009-0007-1782-3029](https://orcid.org/0009-0007-1782-3029)

ASESOR

Mag. Márquez Buitrón, Ronald Arturo

[Orcid.org/0009-0007-5636-2229](https://orcid.org/0009-0007-5636-2229)

Lima, 14 de diciembre de 2023

Estrategias de contenidos y mensajes publicitarios

INFORME DE ORIGINALIDAD

11%	11%	1%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	es.wikipedia.org	Fuente de Internet	1%
2	es.m.wikipedia.org	Fuente de Internet	1%
3	repositorio.uigv.edu.pe	Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe	Fuente de Internet	1%
5	hdl.handle.net	Fuente de Internet	<1%
6	es.slideshare.net	Fuente de Internet	<1%
7	www.coursehero.com	Fuente de Internet	<1%
8	www.convenioandresbello.org	Fuente de Internet	<1%
9	www.pwc.com	Fuente de Internet	<1%

RESUMEN

Este trabajo de suficiencia profesional pretende analizar de qué manera influyen las estrategias de contenido en la eficacia de los mensajes publicitarios de la empresa “ANMO SUGOI” en Ciudad de México, en el año 2023. Se realizó con una metodología aplicada mediante una revisión bibliográfica y a través del empleo de estrategias de transcripción de información, producto del análisis documental, la estructuración de cuestionarios y encuestas para identificar el impacto que tienen en la empresa los spots publicitarios que son realizados a través de las estrategias de contenidos. Se exterioriza una alternativa esquemática respecto al diseño y empleo de algunos instrumentos de estrategias de contenidos digitales para que puedan ser incorporados a bajo costo y con menores recursos, para la obtención de óptimos resultados, asumiendo en la aplicación de instrumentos más sofisticados y con mejor acabado tecnológico para la captación y fidelización de clientes.

Se establece que, el área de Marketing de la empresa “ANMO SUGOI”, implementaron una propuesta para el empleo de las estrategias de contenidos, como herramienta para la difusión de los spots publicitarios dirigido a captar y fidelizar las audiencias. Dentro de estas estrategias de contenidos con mayores connotaciones encontramos a las redes sociales, contenido audiovisuales y los Podcasts, quienes han contribuido en el crecimiento de la marca y han cerrado las brechas e índices de ventas de productos y servicios durante su aplicación, a comparación de años anteriores que emplearon solamente medios tradicionales de difusión.

Palabras claves: *Publicidad online, marketing digital, audiencia digital, redes sociales, animes-videojuegos.*

ABSTRACT

This work of professional proficiency aims as a general objective: Analyze how content strategies influence the effectiveness of the advertising messages of the company "ANMO SUGOI" in Mexico City, 2023, had a methodology applied through a bibliographic review and a through the use of information transcription strategies, a product of documentary analysis, the structuring of questionnaires and surveys to identify the impact that the advertising spots that are made through content strategies have for the company. A schematic alternative is presented regarding the design and use of some digital content strategy instruments so that they can be incorporated at low cost and with fewer resources, to obtain optimal results, assuming the application of more sophisticated instruments with a better finish. technological for customer acquisition and loyalty.

Is established that the Marketing area of the company "ANMO SUGOI" implemented a proposal for the use of content strategies as a tool for the dissemination of advertising spots aimed at attracting and retaining audiences. Within these strategies with the greatest connotation we find social networks, audiovisual content and Podcasts, which have contributed to the growth of the brand and have broken the gaps and sales rates of products and services during their application, compared to previous years. that used only traditional means of dissemination.

Keywords: *Online advertising, digital marketing, digital audience, social networks and anime-video games.*