

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS.....	1
RESUMEN.....	3
CAPÍTULO 1	4
1.1 Tema de Investigación:.....	4
1.2 Fundamentación.....	6
1.3 Objetivos	6
1.3.1 Objetivo General	7
1.3.2 Pregunta de Investigación.....	7
1.3.3 Objetivos Específicos.....	7
CAPÍTULO 2	7
2.1 Marco Teórico	8
2.1.1 ¿Qué es el Marketing de Influencia?.....	9
2.2 Nueva forma de consumo	12
2.3 Cambio en la demanda.....	15
2.4 ¿Qué son las redes sociales?	19
CAPÍTULO 3	22
3.1 Metodología.....	22
3.1.1 Diseño y desarrollo de la Encuesta	23
3.1.3 Análisis por Generación	38
3.1.4 Análisis comparativo de Cuadro Generacional.....	39
3.2 Diseño y desarrollo del Focus Group	40
3.3 Diseño y desarrollo de la Entrevista.....	44
3.4 Resultados por Objetivos.....	47
CAPÍTULO 4	49
4.1 Conclusiones.....	49
4.1.2 Observaciones - Recomendaciones.....	51
BIBLIOGRAFÍA	53
Anexo 1: Encuesta realizada mediante Google Forms	57
Anexo 2: Invitación y herramientas del Focus Group:.....	63
Anexo 3: Guía de temas y preguntas Focus Group:	64
Anexo 4: Fotos del evento:	65
Anexo 5 : Entrevista Influencer	67