

**UNIVERSIDAD SANTO DOMINGO DE GUZMÁN**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS



**PUBLICIDAD DIGITAL PARA MEJORAR LA PROSPECCION DE  
CLIENTES EN UNA EMPRESA INDUSTRIAL DE ALIMENTOS QUE  
OPERA EN HUACHIPA**

**AUTORES:**

**HUAMAN INCA, ANDY WILLIAM**  
<https://orcid.org/0000-0002-9444-2445>

**JABO MAGUIÑA, JAIRO TONY**  
<https://orcid.org/0000-0003-1363-3790>

**ASESOR:**

**ALARCON CAJAS, YOHAN ROY**  
<https://orcid.org/0000-0001-5382-3754>

**TESIS PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL DE:  
INGENIERO DE NEGOCIOS**

JICAMARCA - LIMA

2022

## Resumen

El objetivo general del presente estudio fue desarrollar una estrategia de Marketing digital para mejorar la prospección de clientes de una industria de alimentos que opera en Huachipa. La Metodología fue de tipo aplicada, no experimental, descriptiva, propositiva y de diseño instrumental, con estructura de campo bibliográfico – documental, íntimamente ligada a la pura. La población beneficiaria está conformada por pastelerías, panaderías, distribuidoras del rubro panadero - pastelero, mayoristas del rubro, tiendas minoristas y puestos de mercado al por menor. Como resultado se presenta una estrategia de marketing digital para la prospección de clientes. Se llegó a concluir que la propuesta sustentada en fundamentos y experiencias nacionales e internacionales presenta amplias potencialidades de efectividad para la mejora de la prospección de clientes en la industria de alimentos.

**Palabras claves:** *Marketing digital, prospección, estrategia.*

### **Abstract**

The general objective of this study was to develop a digital marketing strategy to improve customer prospecting for a food industry that operates in Huachipa. The present Methodology is of an applied, non-experimental, descriptive, propositional and instrumental design type, with a bibliographical-documentary field structure, closely linked to the pure one. The beneficiary population is made up of patisseries, bakeries, distributors of the bakery-pastry sector, wholesalers of the sector, retail stores and retail market stalls. As a result, a digital marketing strategy for customer prospecting is presented. It was concluded that the proposal, based on national and international foundations and experiences, presents wide potentialities of effectiveness for the improvement of client prospecting in the food industry.

Keywords: Digital marketing, prospecting, strategy.