

## **Estrategias de marketing digital para aplicación de servicio a domicilio de alimentos**

### **5. Juan Manuel Vasto Pech**

**Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, [juanmanuel.vasto@upaep.edu.mx](mailto:juanmanuel.vasto@upaep.edu.mx)**

### **6. Dra. Laura Berenice Sánchez Baltasar**

**Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, [lauraberenice.sanchez@upaep.mx](mailto:lauraberenice.sanchez@upaep.mx)**

### **Abstract**

El uso de aplicaciones móviles ha incrementado gracias a la soluciones que brindan en diversos sectores como lo es el comercio electrónico, en México los compradores electrónicos que ordenan servicio de comida rápida una vez por semana es de 33% (AMIPCI 2017) y las redes sociales han demostrado ser un método efectivo para la atracción de potenciales clientes siendo también la actividad favorita en los Smartphone para muchos usuarios. El presente trabajo es una propuesta de intervención que propone un proceso de selección de estrategias de marketing digital para la promoción de una aplicación móvil de servicio a domicilio de alimentos, en la Ciudad de Campeche, con el objetivo de incrementar su uso y el ticket promedio de ventas; haciendo uso de un estudio transversal, descriptivo, con un enfoque mixto, con recolección vía electrónica utilizando el método bola de nieve.