UNIVERSIDAD SANTO DOMINGO DE GUZMÁN

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS



NEUROMARKETING PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

**AUTOR:**

ESPINOZA MANYA, JARED CESIA

**ASESOR:**

ROSALES CIFUENTES, TANIA VALENTINA

**Trabajo de suficiencia profesional para optar al título profesional de**

**INGENIERO DE NEGOCIOS**

JICAMARCA - LIMA

2020

**RESUMEN**

Este trabajo se desarrolló con el objetivo de difundir los avances de nuevas técnicas empleadas con el avance de la tecnología, que han impactado de manera positiva la actividad comercial de grandes industrias incrementado las ventas y por ende se uso en las pequeñas empresas. El estudio metodológicamente fue teórico. Se realizó una revisión bibliográfica por medio del uso del análisis documental y la ficha bibliográfica y de texto. Se tomó como prueba piloto el distrito de Jicamarca y sus pequeñas empresas. Se concluyó que el neuromarketing presenta ventajas en el incremento de las ventas.

**Palabras clave:** *neuromarketing, ventas, pequeñas empresas.*

**ABSTRACT**

This work was developed with the objective of disseminating the advances of new techniques used with the advancement of technology, which have positively impacted the commercial activity of large industries, increased sales and therefore was used in small companies. The study was methodologically theoretical. A bibliographic review was carried out through the use of documentary analysis and the bibliographic and text file. The Jicamarca district and its small businesses were taken as a pilot test. It was concluded that neuromarketing has advantages in increasing sales.

**Keywords:** neuromarketing, sales, small businesses.