



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Tesis para Optar Título Profesional de Licenciado en Administración;
Denominada:**

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING OPERACIONAL PARA
DETERMINAR LAS ESTRATÉGIAS DE GESTIÓN EN EL RESTAURANTE
"EL GRAN CHAPARRAL", CHICLAYO - 2011**

AUTORA:

Bach. Gamonal Barturén Yamily Katheryne

PIMENTEL – PERÚ

2012

Resumen

El Plan indica donde estamos y hacia dónde vamos, permitiendo a los empleados y propietario conseguir sus objetivos, bajo un esquema de plan de marketing para un periodo de un año. Es por ello que el objetivo de esta investigación es elaborar un modelo de plan de marketing operacional para determinar las estrategias de gestión en el restaurante "El Gran Chaparral", como respuesta a la necesidad de guiar al restaurante en el mercado, teniendo en cuenta las estrategias de los grandes restaurantes, para ello es fundamental conocer con precisión el entorno y cómo es probable que éste evolucione, de este modo podremos tomar posteriormente decisiones más acertadas, aumentando las posibilidades de éxito del negocio.

En el estudio se utilizó el método descriptivo para enumerar las características de la realidad del restaurante, el método analítico para analizar, inductivo para establecer los resultados y deductivo para sintetizar los antecedentes y teorías. Para la recolección de los datos se utilizó la encuesta para los clientes y la entrevista para el propietario. De la información obtenida, se ha formulado el siguiente problema en qué medida la elaboración de un plan de marketing operacional permite determinar las estrategias de gestión en el restaurante "El Gran Chaparral", Chiclayo-2011.

Finalmente es evidente la relación que existe entre la herramienta plan de marketing y la gestión de estrategias, en cualquier tipo de empresa esta relación define el futuro de la misma y las decisiones que se debe tomar para el desarrollo del negocio.