FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis de Grado para Optar Título Profesional de Licenciada en Administración;

Denominada:

PLAN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING OPERATIVO PARA EL INCREMENTO DE VENTAS EN HOTEL EMBAJADOR - CHICLAYO

Autoras:

Bach, ORRILLO GALLO, LUCERO MERCEDES
Bach, RAMOS HERRERA, PATRICIA MARINA

CHICLAYO – PERÚ

2012

Resumen

En la presente investigación tiene como objetivo. Elaborar un plan de estrategias de marketing operativo para el incremento de ventas en el Hotel Embajador — Chiclayo; este trabajo de investigación se realizó en el Hotel Embajador, que se dedica a brindar el servicio de alojamiento, siendo su mercado potencial turistas nacionales y extranjeros.

La investigación es de tipo descriptivo y propositivo porque vamos a describir la situación actual que tiene la empresa y proponemos un plan estratégico de marketing que necesita para su mejora mediante marketing operativo. El diseño de la investigación para incrementar las ventas. La población estuvo conformada por 136 huéspedes. La recolección de los datos fue calculada en SPSS Y EXCEL, donde se ha utilizado la técnica de la encuesta y la entrevista.

Se concluye que el hotel embajador no cuenta con un plan de estrategia de marketing operativo para el incremento de las ventas donde se debe implementar estrategias promocionales en relación a los servicios de taxi gratuito y descuento de alojamiento a huéspedes que celebran acontecimientos de importancia de ventas en servicio de taxi gratuito y descuentos preferenciales, por lo que es importante elaborar el plan de estrategias de marketing para el incremento de ventas para el Hotel Embajador se sugiere establecer estrategias promocionales variadas de acuerdo a las fechas turísticas establecidas en la región, administrando su corta duración y su variada innovación con otros tipos de herramientas promocionales.