



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING OPERATIVO PARA LA  
MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA INSTITUCION  
EDUCATIVA PARTICULAR “SAGRADO CORAZON DE JESUS,  
CHICLAYO 2014”

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADOS EN  
ADMINISTRACIÓN**

**Autores:**

Bach. Ramos Campos, Milagros Karina

Bach. Ruiz Ipanaqué, Julio César

**Pimentel, Perú - 2014**

## RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo fundamental elaborar una propuesta de marketing operativo para mejorar la calidad del servicio ofrecido en la Institución Educativa Particular “Sagrado Corazón de Jesús” – Chiclayo. El marketing operativo gestiona las decisiones y puesta en práctica del programa de marketing-mix y se concreta en decisiones relativas al producto, precio, distribución y comunicación.

El tipo de investigación utilizado es Descriptivo – Propositivo, y el diseño de la investigación es No experimental y Transversal. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario tipo encuesta a una muestra de 68 elementos, donde se ha considerado a los padres de familia de la Institución Educativa Particular “Sagrado Corazón de Jesús”.

Los resultados de la Investigación evidenciaron que el 54% de los padres manifestaron estar muy satisfechos con el servicio educativo y el 46% manifestaron estar un poco satisfechos. La investigación concluye que tan solo un pequeño porcentaje de los encuestados manifestaron estar conformes con el servicio ofrecido en la Institución Educativa Particular “Sagrado Corazón de Jesús”.