



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO DE LA EMPRESA

ASEGURADORA MAPFRE PERÚ 2010-2015

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA:

VELASQUEZ DIEGO, VIVIANA ROSARIO

ASESOR:

MG. CARLOS A. GUERRA B.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

EMPRESAS EMERGENTES

LIMA - PERÚ

2016

JURADO

DR. CARLOS A. CHOQUEHUANCA
PRESIDENTE

MG. RICARDO COSIO BORDA
SECRETARIO

MG. LIZ BRAVO R.
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

AGRADECIMIENTOS

Suponen los cimientos de mi desarrollo, todas y cada uno de ustedes, Madre, Padre y hermanos, han destinado tiempo para enseñarme nuevas cosas, para brindarme aportes invaluableles que servirán para toda mi vida.

Especialmente estuvieron presentes en la evolución y posterior desarrollo total de mi tesis, les agradezco con creces. Los quiero.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Viviana Rosario Velásquez Diego con DNI N° 42519413, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de ciencias empresariales, Escuela de Negocios internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos como de información aportada; por lo cual, me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 17 de Junio del 2016

Viviana Rosario Velásquez Diego

DNI N° 42519413

INDICE

JURADO	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTOS.....	4
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	5
Resumen.....	7
Abstract	8
I. INTRODUCCION.....	9
1.1 Realidad Problemática	9
1.2 Trabajos Previos	10
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	13
1.4 Formulación del Problema	18
1.5 Justificación del estudio	18
1.6 Hipótesis.....	19
1.7 Objetivos	19
II. MÉTODO	20
2.1 Diseño de investigación.....	20
2.2 Variables, operacionalización	20
2.3 Población y muestra.....	20
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	20
2.5 Métodos de análisis de datos	20
2.6 Aspectos éticos.....	20
II. RESULTADOS	21
III. DISCUSIÓN.....	25
IV. CONCLUSIONES	26
V. RECOMENDACIONES.....	27
VI. REFERENCIAS.....	28
VII.ANEXOS	31

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la, estrategia de crecimiento de la empresa aseguradora Mapfre Perú, la idea ha sido demostrar que la estrategia de crecimiento fundamentada en los indicadores tales como el desarrollo de nuevos mercados, el desarrollo de nuevos productos y el volumen de las ventas anuales, prevalezcan de manera positiva.

En ese sentido, hemos utilizado el método estadístico, que consistió en organizar los datos (a través de cuadros), presentar los datos (a través de gráficos de líneas) y describir los datos (a través de números estadísticos como la línea de tendencia y el coeficiente de determinación correspondiente)

La principal conclusión a la que se ha llegado es que la estrategia de crecimiento tiene vínculos estrechamente ligados con el desarrollo de nuevos productos y el desarrollo de nuevos mercados que acredita medidas de fuerzas corporativas respaldadas por la experiencia, los potenciales clientes y el estudio de mercado.

Abstract

This research aimed to determine the growth strategy of the insurance company Mapfre Peru, the idea was to demonstrate that the growth strategy based on indicators such as the development of new markets, developing new products and volume of annual sales, positively prevail.

In that sense, we used the statistical method, which was to organize the data (through pictures), present data (through line graphs) and describe the data (through statistical numbers as the trend line and corresponding coefficient determination)

The main conclusion that has been reached is that growth strategies has links closely linked with the development of new products and development of new markets that accredits measures corporate forces backed by experience, potential customers and market study .