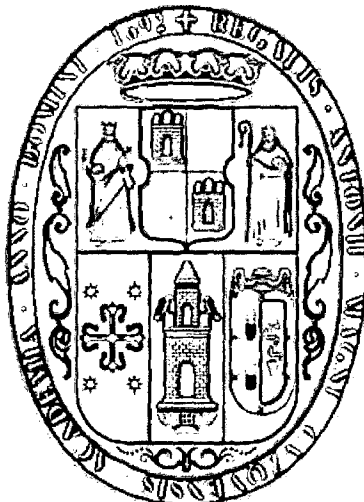


**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO  
ABAD DEL CUSCO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
CONTABLES, ECONOMICAS Y TURISMO  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**



---

**ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y PARTICIPACIÓN  
DE MERCADO DE LA EMPRESA INGENIERÍA MÉDICA  
ELECTRÓNICA ELÉCTRICA Y DE CONTROL S.R.L. -  
CUSCO 2014**

---

**Tesis Presentada por:**

**Br. Mora Kjuro Maria Angela**

**Br. Quispe Condori Luz Marina**

Para optar el Título Profesional de

Licenciados en Administración

**Asesor Académico:**

**Dr. Roger Venero Gibaja**

**CUSCO - PERÚ**

**2015**

## INTRODUCCION

En el mundo actual, el cambio es la única constante, las organizaciones se encuentran inmersas en un ambiente que se caracteriza por el rápido desarrollo tecnológico, por la creciente competencia y las variables económicas.

Debido a que el entorno es dinámico y complejo, los cambios que se producen inciden de manera directa en las organizaciones, por ello se deben desarrollar procesos o cursos de acción en el que se coordinen las diversas actividades y decisiones sobre diseño de productos ,precios ,promociones y sistemas de distribuciones, los cuales se resumen de una manera más adecuada a través de las estrategias de crecimiento , los cuales han de tener como fin principal el de incrementar la participación de mercado.

Las estrategias de crecimiento se han convertido como una nueva forma de o factor clave para el éxito empresarial ,debido a que actualmente las compañías se enfrentan cada vez a una competencia cada vez más fuerte , al aplicarlas la recompensa será responder de manera más satisfactoria las necesidades de los clientes.

Por tales motivos se van a desarrollar estrategias de crecimiento para ser aplicadas en la empresa Ingeniería Médica Electrónica Eléctrica Y De Control S.R.L, empresa que ha sido seleccionada para dicho estudio por presentar una serie de características que resultan muy interesantes para la investigación .Esta empresa, a pesar de que fue fundada hace 9 años no ha logrado posicionarse adecuadamente y su participación de mercado no es muy notoria.

Para desarrollar una adecuada investigación, se ha estructurado la tesis en cinco capítulos, organizados de la siguiente manera:

CAPITULO I, se presenta las consideraciones metodológicas de esta investigación, partiendo del planteamiento del problema, la identificación de problemas, los objetivos, hipótesis, variables, indicadores y su operacionalización. Asimismo, se desarrolló la justificación metodológica y práctica, las limitaciones de la investigación, delimitación espacial y temporal, el enfoque, tipo de

investigación, las técnicas e instrumentos a utilizar y la determinación de la población y muestra.

CAPITULO II, se desarrolla el Marco Teórico y Conceptual, que contiene, el arte de la investigación, bases teóricas y conceptuales referidas a las Estrategias de Crecimiento y Participación de Mercado, tomando para ello diferentes autores respecto al tema de investigación.

CAPITULO III, se realiza la Caracterización de la empresa IMEEDCO S.R.L., objeto de estudio de la investigación, tanto la situación externa de la empresa, como también de su diagnóstico interno conteniendo sus antecedentes, descripción, giro del negocio y herramientas de gestión. Asimismo se detalla el análisis interno y externo de la empresa mediante la determinación del Análisis Foda, y Matriz de Evaluación de los Factores (EFI – EFE). También se realizó participación de la empresa en el mercado en cuanto a mantenimiento y venta de equipamiento médico.

CAPITULO IV, se presenta los resultados de las encuestas, mediante el uso de cuadros y figuras con su descripción, objetivos, interpretación y análisis respectivamente.

CAPITULO V, se presenta la propuesta de un Plan de Marketing para incrementar la participación de mercado de la empresa IMEEDCO S.R.L.