



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estrategias corporativas e inteligencia competitiva en Bamaj Peru

Inversiones y Servicios Generales S.A.C., Lima 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Osorio Quiroz Aurialuz Fátima (ORCID: 0000-0003-2998-7278)

ASESOR:

Dr. Vásquez Espinoza Juan Manuel (ORCID: 0000-0002-1678-1361)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A mis padres y hermano, que son impulsores de hacer realidad mis sueños y apoyarme constantemente para lograr todas mis metas y no caer en la adversidad, también a Wency H. por ser parte del propósito de lograr todos los grados académicos en la carrera universitaria. Pero sobre todo este avance me lo dedico porque soy merecedora de todo lo que logro en mi vida.

Agradecimiento

A Dios, por seguir dándome la fuerza para llegar más allá de lo imposible, por darme la oportunidad de seguir creciendo profesionalmente y a todos los que me apoyaron y alentaron para seguir adelante.

También agradezco a cada uno de mis docentes; ya que, sin ellos no hubiera podido llegar hasta donde estoy ahora.

PÁGINA DEL JURADO

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Aurialuz Fatima Osorio Quiroz con DNI No 72403745 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grado y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

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 Cesar Vallejo.

Lima, 09 de octubre del 2019



Aurialuz Fatima Osorio Quiroz

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO	10
2.1. Tipo y Diseño de investigación	10
2.2. Operacionalización de variables.....	10
2.3. Población, muestra y muestreo.....	13
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	13
2.5. Procedimiento.....	15
2.6. Método de análisis de datos	15
2.7. Aspectos éticos	15
III. RESULTADOS	16
IV. DISCUSIÓN	21
V. CONCLUSIONES.....	24
VI. RECOMENDACIONES.....	25
REFERENCIAS	26
ANEXOS	31

RESUMEN

En esta investigación se basará en la entidad técnica Bamaj Peru Inversiones Y Servicios Generales SAC, tiene como objetivo analizar la relación de las estrategias corporativas e inteligencia competitiva en la entidad técnica. Sainz (2017), Las estrategias corporativas indica que las estrategias corporativas normalmente tienden a adaptarse al entorno, lográndose acoplar con el cambio interno y externo. Mientras que, Ortoll y García (2015), La inteligencia competitiva es la técnica de gestión que busca ofrecer un marco metodológico, para los mecanismos necesario capturando al entorno obteniendo información. La entidad técnica está dedicada a las actividades de la construcción, desde su creación en el año 2013.

En la actualidad la entidad técnica privada no aplica ninguna estrategia corporativa ni la inteligencia competitiva, siendo esto una desventaja ante las demás empresas del mismo rubro. El tipo de investigación fue aplicada, ya que se han aplicado teorías existentes para la elaboración de la investigación, es de diseño no experimental de corte transversal, ya que no se manipularon las variables y han sido analizadas en un tiempo determinado, la muestra es no probabilístico se aplicó la escala de Likert la cual se realizó a 50 beneficiarios de la entidad técnica Bamaj Peru. El estadístico de fiabilidad indica que la prueba es confiable porque salió 0.739 es decir el grado de fiabilidad es marcada. Finalmente se determinó que existe una relación positiva media entre estrategias Corporativas e inteligencia competitiva demostrado por una correlación Rho de Spearman de 0,684, además la sig. es igual a $0.000 < 0.05$ en este sentido se rechazó la hipótesis nula y en consecuencia se aceptó la hipótesis alterna, después de los resultados obtenidos se concluyó que existe relación entre las variables Estrategias corporativas e inteligencia competitiva en Bamaj Peru Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.

Palabras claves: Estrategias corporativas, inteligencia competitiva, actividades de construcción.

ABSTRACT

This research will be based on the technical entity Bamaj Peru Inversiones Y Servicios Generales SAC, it aims to analyze the relationship of corporate strategies and competitive intelligence in the technical entity. Sainz (2017), Corporate strategies indicate that corporate strategies usually tend to adapt to the environment, being coupled with internal and external change. While, Ortoll and García (2015), Competitive intelligence is the management technique that seeks to offer a methodological framework, for the mechanisms necessary to capture the environment by obtaining information. The technical entity is dedicated to construction activities, since its creation in 2013.

Currently, the private technical entity does not apply any corporate strategy or competitive intelligence, this being a disadvantage to the other companies of the same category. The type of investigation was applied, since existing theories have been applied for the elaboration of the research, it is of a non-experimental design of transversal cut, since the variables were not manipulated and have been analyzed in a certain time, the sample is not The Likert scale was applied probabilistic which was carried out to 50 beneficiaries of the technical entity Bamaj Peru. The reliability statistic indicates that the test is reliable because 0.739 came out, that is, the degree of reliability is marked. Finally, it was determined that there is a positive average relationship between Corporate strategies and competitive intelligence demonstrated by a Rho Spearman correlation of 0.684, in addition to the sig. It is equal to 0.000 <0.05 in this sense the null hypothesis was rejected and consequently the alternative hypothesis was accepted, after the results obtained it was concluded that there is a relationship between the variables Corporate strategies and competitive intelligence in Bamaj Peru Inversiones y Servicios Generales SAC, Lima 2019.

Keywords: Corporate strategies, competitive intelligence, construction activities.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las estrategias corporativas son una de las herramientas muy utilizadas en las empresas con las cuales ellos pueden lograr evaluar e incluso investigar el mercado. Las estrategias permiten a las organizaciones reforzar las fortalezas, disminuir o desaparecer las debilidades, estar preparados para las amenazas y aprovechar las oportunidades que se encuentran en el día a día en el mercado laboral. Las referencias de la palabra estrategia surgen en el siglo V a.C. de forma paralela en occidente y oriente, en la etimología del término está ligado al mundo militar, el vocablo proviene de Grecia “strategos” que tiene por significado “general” es decir mando superior del ejercito; por ello, la estrategia es muy relacionada al arte de dirigir las operaciones militares origen de la palabra estrategia. A nivel internacional, el gran boom de la estrategia empresarial surge en los años 80, siendo la principal referencia Michael Porter. Cobos (2015), en el artículo menciona que, en los años 90, Gary Hamel produce el primer trabajo que destaca la labor estratega como el motor de la revolución siendo este un gran cambio para la rentabilidad y la innovación; sin embargo, en 1992 Norton Kaplan hizo una gran aportación a la planeación estratégica al desarrollar el concepto del Cuadro de Mando Integral o Balnced Scorecard. A nivel nacional, Ifobae (2017) en la investigación el instituto suizo KOF Swiss Economic Institute, quien calcula anualmente el Índice de Globalización (IG) el cual tiene el control de los países a nivel mundial; lo cual fue informado en el año 2017, el Perú llevo a ocupar el puesto 60° en el mundo de un total de 207 países evaluados y el puesto 4° en Latinoamérica después de Republica dominicana, Chile y Uruguay, demostrando así que nuestro país pertenece al mercado global. A nivel local, la investigación tiene como propósito de evaluar la relación que tiene las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva en la entidad técnica Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C (MYPE), dedicado al rubro de la construcción, lo cual tiene como objetivo determinar las estrategias para la mejora de la entidad con el fin de aplicarlo a la constructora, dándole un valor extra y una mejor calidad en el producto y/o servicio.

Antecedentes internacionales, Vélez y Martínez (2014) investigaron referente a el proceso de la inteligencia competitiva y el indicador de desempeño, capacidad de innovación, en la pequeña y mediana empresa (PYMES) de manufactura en la región oeste de Puerto Rico. El objetivo de esta investigación fue evaluar la existencia de la relación positiva entre el proceso de inteligencia competitiva en las empresas y el indicador clave del desempeño. El tipo de investigación es de diseño No experimental correlacional; debido a que, busca explicar la relación entre la inteligencia competitiva y el indicador clave de desempeño, tiene como

población 316 entre medianas y pequeñas organizaciones las cuales estaban ubicadas por el corredor llamado Puerto Rico. La conclusión es que existe un uso relativamente mediano en los procesos de la inteligencia competitiva tanto en las medianas como en las pequeñas organizaciones que manufacturan en Puerto Rico.

Giacomozzi (2009) estudio referente a las Estrategias corporativas de crecimiento de los grupos económicos en Chile, el objetivo es poder enfrentar una gran cantidad de decisiones estratégicas. Se concluye que, este artículo ofrece una discusión en profundidad de estas estrategias, especialmente de las estrategias de concentración y diversificación.

Trejo (2014) estudio referente a la Inteligencia colectiva: Convergencia de la administración del conocimiento e inteligencia competitiva una forma para la mejora del desempeño operativo de la banca múltiple mexicana. Tiene como objetivo identificar cuáles son los factores que inciden en la administración del conocimiento e inteligencia colectiva. Tiene una investigación tiene componente cualitativo (exploratorio) y componente cuantitativo (transaccional), tiene un muestreo no probabilístico de juicio intencional siendo la población la parte administrativa de la Banca Múltiple en México. Concluye que la investigación tiene un punto de partida donde puede enfocar esfuerzos en puntos claves de la administración del conocimiento; debido a que la investigación llego a obtener una evidencia de carácter estático del conocimiento.

Gračanin, Kalac y Jovanović (2015) analizaron referente a la Inteligencia competitiva: importancia y aplicación en la práctica, en la Universidad Kragujevac de Serbia. El objetivo de la investigación es demostrar cómo influye la inteligencia competitiva con el rendimiento de las organizaciones en Serbia. La metodología es una mezcla de cuantitativo y cualitativo en categorías definidas para poder derivar un patrón el cual presenta una información. Concluye respecto a la inteligencia competitiva no solo se debe enfocar en dirección a los procesos de venta, sino también al desarrollo tecnológico.

Vélez y González (2019) exploró referente a la Comunicación corporativa: Estrategias y tácticas de posicionamiento, mediante vinculación virtual de una imagen corporativa en el plan de comunicación empresarial. Caso de estudio: Empresa Aplios. Tiene como objetivo consolidar su marca, los servicios y los productos. Tiene un estudio exploratorio con un tipo de investigación descriptivo no experimental y exploratorio, no experimental con enfoque cuantitativo; mientras que, su población son las personas que reciben los servicios de la organización Aplios y su muestra es de 27 personas del mismo sector. En conclusión, el

comportamiento del ser humano frente a las redes sociales ha ido variando con el tiempo hasta que se vuelva un hábito de necesidad y las redes sociales.

Alexandre, Goncalves y Gustavo (2010) el artículo tiene como objetivo contribuir a la comprensión de la relación entre Estrategia Corporativa y Desempeño, desde la perspectiva de la Teoría Evolutiva. Se concluye que el procesamiento de modelos de redes neuronales y algoritmos genéticos apuntan a la relevancia de las estrategias corporativas en la determinación del desempeño

Antecedentes nacionales, Segura (2016) investigo referente a la inteligencia competitiva y la productividad de las pequeñas empresas en el rubro textil y de confecciones: caso Gamarra. El objetivo es determinar los factores que inciden significativamente en la productividad y competitividad de las pequeñas empresas en el rubro textil de confecciones en el emporio de Gamarra. La investigación fue explicativa y correlacional, se tomó como población a las pequeñas empresas del rubro textil del emporio de Gamarra, teniendo una muestra de 32 empresas. En conclusión, existe un impacto en la productividad de las industrias textiles del emporio de Gamarra respecto a la competitividad en el sector.

Rosado, (2018) analizo referente a las estrategias competitivas en la exportación de arándanos. Tiene como objetivo determinar la influencia de las estrategias competitivas en la exportación de los arándanos en el mercado chino. Esta investigación ha utilizado un diseño de investigación tipo de investigación aplicada y no experimental con enfoque cuantitativo, nivel correlacional. Conclusión, la influencia de todas las estrategias competitivas constituidas por los distintos factores como costos en liderazgo, alta segmentación y calidad en productos.

Andrade, (2017) indago referente a la Inteligencia competitiva en la exportación de palta Hass. Tiene como objetivo de investigación analizar la relación entre la inteligencia competitiva y la exportación. Esta presentación tiene diseño no experimental corte transversal, tiene tipo de nivel transaccional, la investigación es aplicada con enfoque cuantitativo y método hipotético-deductivo; tiene una población enfocada en los exportadores de Lima Metropolitana de palta Hass. Conclusión, que las exportaciones de la palta Hass podrían ser un negocio beneficioso; ya que, en el comercio de toda mercancía no se genera de manera adecuada sin antes haber hecho una previa investigación ayudando en su proceso sistemático.

Vásquez (2017) exploro referente a las Estrategias competitivas internacionales en la exportación de muebles de madera de la Asociación ASIMVES del parque Industrial de Villa

El Salvador, 2016. Tiene como objetivo es lograr que los productores de muebles de madera de la asociación puedan generar estrategias competitivas Internacionales en la exportación de sus productos. La presente investigación tiene diseño no experimental de corte transversal con nivel correlacional, tipo de estudio aplicado y enfoque cuantitativo. En conclusión, Los productores de muebles deben generar sus estrategias competitivas ante el mercado y salir de su zona de confort

Estrategias corporativas emplea la teoría de las cinco fuerzas de Michael Porter, Porter (2017) argumenta que la teoría es útil para obtener beneficios que los rivales consolidados pueden alcanzar a través de las fuerzas competitivas tanto en el aspecto de clientes, proveedores, posibles aspirantes e incluso productos suplentes. Sin embargo, debemos definir la variable estrategias corporativas, para lo cual se empleó los siguientes autores y sus definiciones: Sainz (2017) deduce que las estrategias corporativas no son solo para expresarse como empresas diversificadas con múltiples negocios; por otro lado, las estrategias corporativas normalmente tienden a adaptarse al entorno, lográndose acoplar con el cambio interno y externo.

Villagra y López (2013) en el artículo las nuevas estrategias corporativas requieren un comportamiento responsable de las empresas. Los resultados muestran que las marcas desarrollan discursos similares para exhibir la identidad. Sólo unas pocas de estas empresas definen su posicionamiento estratégico en cuestiones éticas

Para Kotler (2015) las estrategias corporativas dependen mucho de la realidad de cada organización; ya que se debe tomar en cuenta la posición, los recursos que dispone y los objetivos empresariales, de esta manera la estrategia podrá funcionar con éxito en la organización garantizando así el éxito de la empresa.

Thompson, Sutton y Gamble (2018) indica que los gestores de las organizaciones crean sus propias estrategias corporativas y deciden la forma de como competir en el mercado, definiendo los lineamientos comerciales y óptimos para el buen desempeño de los colaboradores para lograr un crecimiento empresarial.

En las direcciones de desarrollo se hará uso de los indicadores: desarrollo de productos, desarrollo de mercados y la diversificación; en desarrollo de productos para Maciel, Ortuño y Pereira (2011) este artículo presenta un análisis de los elementos técnicos y conceptuales del diseño para el procesamiento y uso de fibra. Los resultados destacan la importancia de lo formal, funcional y ergonómico (mostrando prioridad última) en la planificación de nuevas reservas de recursos naturales en el mercado. En el desarrollo de mercados para Carrión (2013)

la estrategia tiene como propósito introducir a todos los productos en nuevos mercados tradicionales. Mientras que, para la diversificación, Carrión (2013) las diversificaciones en la mayoría de casos suelen fracasar, siendo complicado que genere algún beneficio a los accionistas.

Así mismo, en los métodos de desarrollo se hará uso de los indicadores: interno, externo y cooperación, en el método de desarrollo interno para Carrión (2013) analiza que el crecimiento está implicado en la empresa con la finalidad de poder desarrollar a los recursos y las capacidades necesarias para poder llevar a cabo la dirección de desarrollo ya planteada, creando así capacidades productivas. Mientras que, para el método de desarrollo externo, Carrión (2013) determina que el objetivo de las organizaciones que llegan a optar por este camino del crecimiento con el propósito de poder integrar en su estructura los recursos y capacidades que necesita. Cuando se hace mención al método de desarrollo de cooperación, Carrión (2013) manifiesta que esta es una fórmula intermedia entre el crecimiento externo e interno los cuales generan alianzas o empresas conjuntas, incluso franquicias y licencias.

Por lo tanto, en las estrategias de internacionalización, se hará uso de los siguientes indicadores como Nacional, Internacional y Global; en el enfoque nacional para Carrión (2013), manifiesta que se preocupa de la adaptación a mercados locales, descentraliza la toma de decisiones para que tenga respuesta rápida ante los cambios de la demanda. Por otro lado, en el enfoque internacional, Carrión (2013), Enfocado en el comercio internacional, o también conocido como comercio exterior, a los bienes y servicios en distintos países en sus respectivos mercados. De un enfoque global, Carrión (2013), Este tipo de empresas tiene de carácter importante, ya que intentan ofrecer productos y/o servicios estandarizados y la producción se realiza en pocas ubicaciones, para basarse en la centralización.

La otra variable es inteligencia competitiva la cual se apoya en la teoría del proceso de la inteligencia competitiva. Para Ortoll & García (2015) Está compuesto por diversas etapas como: Recolección de datos, proceso de datos estadísticos, análisis de datos estadísticos y finalmente la comunicación de la información.

Kawalek, Salehnejad y Bayat (2016) Este artículo se refiere a la Inteligencia Artificial (IA) y su efecto en los negocios y la sociedad. Se llegó a la conclusión del artículo primero, definir e ilustrar la IA. En segundo lugar, conectar la IA con otros desarrollos en tecnología digital y,

más ampliamente, con otras innovaciones. En tercer lugar, introducir las implicaciones para las empresas. En cuarto lugar, establecer cuestiones clave para la sociedad en general.

García-García, García-Canal y Ortoll, (2016) Tomando estos factores, las universidades deberían formalizar la CI en las universidades, lo que podría atenuar los factores que influyen negativamente en las prácticas de CI. En primer lugar, es necesario definir la función de inteligencia, con una fórmula explícita, definiendo responsabilidades y coordinando esfuerzos. La descentralización es la fórmula organizativa predominante, y las redes de inteligencia descentralizadas surge como una fórmula adecuada para las universidades, coordinada por un vicerrector, un decano o un vicedecano.

Sin embargo, la inteligencia competitiva se apoya en estos autores para llegar a la definición de la variable para Torres, Castellanos y otros (2010) Este artículo describe el trabajo que implica la definición de un subsistema que permita la evaluación y seguimiento del TIS. Teniendo como resultado un modelo óptimo de rendimiento sobre las principales contribuciones del TIS; Ortoll & García (2015) argumenta que busca ofrecer un marco metodológico, para las herramientas fundamentales para poder capturar al entorno, analizar y a su vez obtener información para aplicarlo en el proceso de toma de decisiones; Gógova (2015) determina que viene a ser un proceso sistemático la inteligencia competitiva, recursivo y dinámico que se puede transformar empleando las diversas técnicas analíticas en las organizaciones; Guillen (2018) deduce que la inteligencia competitiva se puede definir como el proceso por el cual está dirigido a las personas más que a la propia tecnología, pudiendo obtener argumentos para la toma de decisiones y así poder aumentar la capacidad de respuesta para las organizaciones.; Goncalves y De Almehida (2019) Este artículo pretende responder a la pregunta de investigación: ¿Cómo las empresas construyen un proyecto de inteligencia tecnológica procesable? Para esta investigación se aplicaron enfoques de estudio de caso y de investigación-acción. El resultado al aplicar todo esto de manera interna los tomadores de decisiones no están dispuestos a esperar y dar a los analistas de TI recursos para llevar a cabo un proyecto en la profundidad y complejidad. Amiri,, Shirkavand y otros (2017) Este artículo discute a la como medio de obtener una ventaja competitiva para las compañías de seguros. Resultado: muestra que había un efecto positivo cuando se optó por crear una ventaja competitiva partiendo de los factores de proceso y contextualización.

Nuevos materiales, Alexander (2018) los nuevos materiales son considerado los materiales más resistentes, superando los progresos alcanzados en las áreas, trayendo al territorio de lo posible

lo que nunca nadie antes había imaginado. Sistemas de Información, Alexander (2018) son las encargadas de hacer operaciones computacionales siendo utilizadas para la recuperación, proceso y comunicación de la información.

La inteligencia comercial está comprendida por competidores actuales los cuales están enfocados dentro del análisis del entorno competitivo por lograr identificar las amenazas y las oportunidades que tenga la organización ante las otras organizaciones expuestas en el mercado; Izquierdo (2004) este artículo tiene como objetivo proponer un conjunto de estrategias para la renta variable privada en España. Se concluye que los factores clave de éxito han evolucionado desde la capacidad de recaudar fondos y estructurar y salir de las operaciones hasta la capacidad de atraer flujos de transacciones. Mientras que, en los competidores potenciales, König, P. D. (2017) en el artículo científico el cual manifiesta que las ventajas competitivas basadas en la teoría de la competencia de manera partidaria. Tiene como resultado que se puede afrontar que ante cualquier competidor no implica una apelación superior en el segmento.

En la inteligencia comercial, los clientes según Ortoll & García (2015) Son las personas que dan un pago a cambio de un servicio o producto brindado por una organización. En los proveedores para Ortoll & García (2015) Son considerados aquellos que abastecen a las organizaciones, ya sea con bienes o servicios que son muy útiles para el funcionamiento correcto de las organizaciones. Mientras que, en el mercado laboral, Ortoll & García (2015) Este término es denominado como mercado de trabajo; ya que, está influenciado por las ofertas de trabajo que brindan a los potenciales trabajadores que están con toda la potestad de laboral en las organizaciones,

En la inteligencia del entorno sus indicadores están comprendidos por Aspecto social para Alvarado (2015) apunta a las fuerzas que actúan dentro de la comunidad y que pueden afectar a los intereses, actitudes y opiniones en las decisiones que influyen antes de comprar algo. Aspecto Legal, Alvarado (2015) se enfoca en las licencias, derecho de las propiedades, leyes y sectores protegidos; Aspecto Medioambiental, Alvarado (2015) también conocido como aspecto ecológico los cuales están orientados con la regulación del consumo de energía, preocupación por el calentamiento global e incluso el reciclaje de residuos. Aspecto cultural, Alvarado (2015) este incluye aspectos diversos como las religiones, las tradiciones, las costumbres, el idioma y los papeles que tiene el hombre y la mujer.

Como problema General, ¿Cómo se relaciona las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019?; Entre los problemas Específico tenemos: ¿Cómo se relaciona las estrategias corporativas con la Inteligencia Tecnológica en Bamaj Perú inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019? ¿Cómo se relaciona las estrategias corporativas con la Inteligencia de Competidores en Bamaj Perú inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019? ¿Cómo se relaciona las estrategias corporativas con la Inteligencia Comercial en Bamaj Perú inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019? ¿Cómo se relaciona las estrategias corporativas con la Inteligencia del Entorno en Bamaj Perú inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019?

Justificación teórica, La presente investigación ha surgido a partir de la necesidad de contar con un plan estratégico corporativo por competencias en la entidad técnica, en la actualidad estas variables tienen un gran impacto sobre el clima organizacional e incluso el desempeño laboral generando un resultado interno y externo en la organización. Por ello, la presente investigación ha sido muy relevante; puesto que, a través del análisis de fuentes bibliográficas y páginas web sobre las estrategias y los tipos de inteligencia a nivel corporativo que existen, contribuyendo al conocimiento científico; por ende, en el cumplimiento de objetivos que se busca alcanzar. Justificación metodológica, Es conveniente realizar el estudio descriptivo para poder determinar la expectativa de estrategias corporativas e inteligencia competitiva en la entidad técnica. Justificación práctica, Radica en que la investigación servirá para lograr ver las mejoras y las nuevas oportunidades de éxito. La entidad técnica Bamaj Perú inversiones y Servicios Generales S.A.C fue creada en el 2016 en el Perú, cuando una familia decide formar un negocio en el rubro de construcción, comenzando en San Martín de Porres, la entidad técnica se desarrolló rápidamente; sin embargo, enfrenta una gran competencia de entidades técnicas a nivel nacional, debido a la prestación de servicios a una entidad pública Fondo Mi Vivienda S.A, esta empresa contrata constructoras para ejecutar módulos a personas de bajos recursos económicos o que presenten necesidad de vivienda.

Hipótesis General, Existe relación entre las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019. Entre las Hipótesis Específicos, Existe relación entre las estrategias corporativas con la Inteligencia Tecnológica en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019; Existe relación entre las estrategias corporativas con la Inteligencia de Competidores en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019; Existe relación entre las estrategias

corporativas con la Inteligencia Comercial en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019; Existe relación entre las estrategias corporativas con la Inteligencia del Entorno en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019.

En el presente trabajo tiene como objetivo general, Demostrar la relación de las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019. Se tiene como objetivos Específicos, Describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia Tecnológica en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019; Describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia de Competidores en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019; Describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia Comercial en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019; Describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia del Entorno en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

2.1.1 Nivel

El tipo de nivel es descriptivo correlacional porque tiene como finalidad la descripción de manera detallada el fenómeno de estudio a través de la recolección de información encontradas por cada variable para poder así determinar la relación que tienen dichas variables. Hernández, Fernández y Baptista (2014) mantiene que recogen e incluso miden toda la información recolectada de manera independiente sobre las variables a investigar.

2.1.2 Tipo

El tipo de investigación es aplicada, mantiene Hernández, Fernández y Baptista (2014) argumenta que es aplicada porque busca el uso de conocimientos o teorías que ya han sido publicadas; se necesita de teorías ya expuestas para ser aplicada a los problemas.

2.1.3 Diseño

En este estudio se ha empleado el diseño no experimental con corte transversal, es no experimental porque no busca alterar el entorno sino evaluar la situación actual. Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostiene que una investigación que es no experimental viene a ser un estudio realizado sin alguna alteración o manipulación de alguna variable, incluso cuando se aplica el diseño de corte transversal se considera que su propósito es describir las variables y poder determinar la relación de ellas en un periodo determinado.

2.2 Operacionalización de variables

2.2.1 Variable

Variable 1: Estrategias corporativas: Sainz (2017), indica que normalmente tienden a adaptarse al entorno, lográndose acoplar con el cambio interno y externo.

Dimensión 1: Las direcciones de desarrollo, Stanley (2013) Este artículo examina el papel desempeñado por las constructoras canadienses de tierras aborígenes. Resultado, las cuencas hidrográficas ubicadas en Canadá son de producción nuclear los trabajos que hacen capitalizan la economía del uranio.

Dimensión 2: Los métodos de desarrollo, Capelassi (2010) en el artículo científico los nuevos productos industriales en el área del vestuario. Resultado, mediante entrevistas, se constató por

métodos diferenciados siendo realizados de acuerdo al perfil de la industria y la cantidad de profesionales involucrados en el proceso.

Dimensión 3: Las estrategias de internacionalización, García, García, y Guillen (2015) en este artículo se investiga la internacionalización a través del (IDE: Inversión Directa en el Exterior) de las empresas españolas que manufacturan. Resultado, indica que existe una relación entre los países y a donde pretenden expandirse con su rentabilidad económica.

Variable 2: Inteligencia competitiva, Ortoll y García (2015), expone que es la técnica de gestión que busca ofrecer un marco para las herramientas necesarias para el entorno, analizar y a su vez se puede obtener la información para poder aplicarlo en el proceso de toma de decisiones.

Dimensión 1: Inteligencia Tecnológica, Vargas, Beltrán y otros (2018) en el artículo científico se identificaron proteínas inmunogénicas presentes en quistes y trofozoítos del parásito en aislamientos colombianos. Resultado, 390 patentes, de los cuales 5 fueron de las patentes tenían características similares los cuales no representaban ningún riesgo.

Dimensión 2: Inteligencia de competidores, Ortoll & García (2015) Está enfocada en los análisis de seguimiento para los competidores potenciales y competidores actuales, encontrando productos que se puedan sustituir.

Dimensión 3: Inteligencia Comercial. Ortoll & García (2015) Las presiones competitivas son muy claves para poder explicar los temas a cambiar en toda organización, plan estratégico.

Dimensión 4: Inteligencia del Entorno, Ortoll & García (2015) Está relacionado sobre aspectos sociales, legales, medioambientales y culturales.

2.2.2 Operacionalización

Tabla N.º 2 Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	NIVELES	ESCALA DE MEDICION
ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	Sainz (2017), indica que las estrategias corporativas normalmente tienden a adaptarse al entorno, lográndose acoplar con el cambio interno y externo.	En la variable 1 (estrategias corporativas) se medirá mediante las dimensiones de las direcciones de desarrollo, los métodos de desarrollo y las estrategias de internacionalización donde se elaborará un cuestionario de 9 ítems.	LAS DIRECCIONES DE DESARROLLO	Desarrollo de productos	1	(1) Nunca	Ordinal
				Desarrollo de mercados	2		
				Diversificación	3		
			LOS MÉTODOS DE DESARROLLO	Interno	4	(2) A veces	
				Externo	5		
				Cooperación	6		
			LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN	Nacional	7	(3) Siempre	
				Internacional	8		
				Global	9		
INTELIGENCIA COMPETITIVA	Ortoll y García (2015), expone que es la técnica de gestión que busca ofrecer un marco metodológico, para los mecanismos necesarios pidiendo así capturar al entorno, analizar y a su vez se puede obtener la información para poder aplicarlo en el proceso de toma de decisiones.	La variable 2 (inteligencia competitiva) se medirá mediante las dimensiones de inteligencia tecnológica, inteligencia de competidores, inteligencia comercial e inteligencia del entorno. Por ello, se elaborará una encuesta de 11 ítems.	INTELIGENCIA TECNOLÓGICA	Nuevos materiales	10	(1) Nunca (2) A veces (3) Siempre	Ordinal
			INTELIGENCIA DE COMPETIDORES	Sistemas de	11		
				Competidores actuales	12		
			INTELIGENCIA COMERCIAL	Competidores potenciales	13		
				Clientes	14		
				Proveedores	15		
			INTELIGENCIA DEL ENTORNO	Mercado laboral	16		
				Aspecto Social	17		
				Aspecto Legal	18		
				Aspecto Medioambiental	19		
				Aspecto Cultural	20		

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

Ñaupas, Mejía, Novoa, Villagómez (2014) sostiene que para que el muestreo se pueda llevar a identificar a la población a tratar y así poder definir el universo que se va a representar en la investigación. La población ha sido empleada para esta investigación está compuesta por 50 beneficiarios, los cuales son personas con necesidad de viviendas en los distritos que se han ejecutado los proyectos de módulos (Puente Piedra, Santa Rosa, Ancón, Ventanilla y Mi Perú) de la entidad técnica Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, 2019.

2.3.2 Muestra

Ñaupas, Mejía, Novoa, Villagómez (2014) manifiesta que se define como una parte del universo o subconjunto, la muestra es representada por las características que reúnen los individuos de un universo. La muestra es censal debido a que se optó trabajar con el 100% de la población, es de 50 beneficiarios, los cuales son personas con necesidad de viviendas en los distritos que se han ejecutado los proyectos de módulos (Puente Piedra, Santa Rosa, Ancón, Ventanilla y Mi Perú) de la entidad técnica Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, 2019.

2.3.3 Muestreo

La técnica empleada en el muestreo ha empleado el probabilístico estructural; ya que, se ha seleccionado de manera directa e intencional a los beneficiarios de la población ya planteada, dependiendo del criterio de investigación.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica

La técnica empleada para la recopilación de datos es la encuesta, la cual tiene como finalidad recolectar información de acuerdo con las respuestas de los beneficiarios encuestados, permitiendo medir las respuestas sobre las estrategias corporativas e inteligencia competitiva en los beneficiarios de la entidad técnica Bamaj Peru Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Valderrama (2014), la encuesta es una herramienta que se utiliza para obtener la búsqueda de reglas o pautas a seguir en todas las actividades de los investigadores en sus etapas de su investigación científica para el alcance de sus objetivos.

2.4.2 Instrumento

El instrumento empleada para la recopilación de datos es el cuestionario que tiene un contenido de 20 preguntas que nacen de la relación de 7 dimensiones en la cual los

resultados se obtendrán de la encuesta que se realiza a los beneficiarios de la entidad técnica Bamaj Peru Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Valderrama (2014) hace referencia que un cuestionario viene a ser un instrumento de datos donde se precisa cada pregunta que ha sido elaborada para cada variable, es una herramienta rápida y eficaz.

2.4.3 Validación

Merino, García y Navarro (2014) manifestó que toda validez de un instrumento debe estar representado por el grado de precisión, la cual se obtiene a través de la medición que se les realiza a las variables de estudio. El instrumento que ha sido empleado fue aprobado por docentes expertos en la línea de investigación de Gestión de Organizaciones.

Tabla N. ^a 5 Juicio de expertos

N ^o .	Expertos	Calidad de instrumento	Especialidad
1	Dr. Alva Arce, Rosel Cesar	Aplicable	Investigador
2	Dr. Aliaga Correa, David Fernando	Aplicable	Investigador
3	Dr. Carranza Estela, Teodoro	Aplicable	Investigador
4	Dr. Vásquez Espinoza Juan Manuel	Aplicable	Investigador

2.4.4 Confiabilidad

Navarro (2014) hace referencia a un instrumento de evaluación que puede proporcionar los datos necesarios para analizar el instrumento siendo medido por posibles resultados homogéneos. La presente investigación mostrara los resultados mediante el programa estadístico SPSS (coeficiente del Alfa de Cronbach).

Tabla N. ^a 6 Valor Alfa de Cronbach

Coefficiente	Confiabilidad
0.00 a +/- 0.20	Despreciable
0.20 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy Alta

Se realizó la prueba piloto a personas que tienen las mismas características de las personas a encuestar. Para ello, se tomó de otra entidad técnica un total 20 beneficiarios (Puente Piedra, Santa Rosa, Ancón, Ventanilla y Mi Perú), de otra entidad técnica constructora con la finalidad de comprobar la confiabilidad del instrumento de estudio.

Tabla N.ª 7 Resumen de procesamiento de casos y Tabla N.º 8 Coeficiente Alfa de Cronbach

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaboración propia

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,739	20

Interpretación:

La estadística de fiabilidad el alfa de Cronbach ha arrojado un valor de ,739, por lo tanto, el instrumento tiene una confiabilidad marcada o Moderada con un nivel aceptable.

2.5 Procedimiento

1era etapa: Elaboración del material para la encuesta impresa.

2da etapa: Obtener la autorización de la constructora para realizar la encuesta a los beneficiarios.

3era etapa: Encuesta presenta la información.

2.6 Métodos de análisis de datos

En este proyecto de investigación se ha utilizado el programa estadístico SPSS 25 para la recopilación de datos y posteriormente obtener los resultados del Alfa de Cronbach para así poder medir la confiabilidad del instrumento lo cual ayudara a proporcionar datos para proceder con el presente estudio. Los resultados que se obtengan serán representados por las tablas y gráficos por cada variable y dimensión de estudio. Por último, se empleará una prueba de Spearman para proceder a analizar si que la hipótesis de investigación se podrá proceder a aceptar o rechazar y finalmente de acuerdo a los resultados se procederá a la elaboración de las conclusiones.

2.7 Aspectos éticos

En esta investigación se ha desarrollado con total credibilidad; debido a que la información se ha citado con sus respectivos autores, no cuenta con ningún tipo de manipulación de los resultados, datos y teorías cuenta con resultados realmente objetivos. La investigación por consiguiente no cuenta con ningún tipo de plagio.

III. RESULTADOS

3.1. Prueba de normalidad

Para poder determinar la prueba de normalidad y análisis de los datos en la prueba de hipótesis, mediante el contraste de normalidad Shapiro Wilk, debido a que los datos evaluados son 49.

Si $N > 50$, entonces se usa normalidad de Shapiro Wilk

Ho: Los datos tienen distribución normal (datos paramétricos, Pearson)

H1: Los datos no tienen distribución normal (datos no paramétricos, Spearman)

Regla de decisión:

Si el valor de Sig. < 0.05 , se rechaza la hipótesis nula (Ho)

Si el valor de Sig > 0.05 , se acepta la hipótesis nula (Ho)

Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	,951	50	0,39
INTELIGENCIA COMPETITIVA	,946	50	0,23

Variable 1: Estrategias corporativas

El contraste de normalidad de Shapiro Wilk determina que la variable Estrategias corporativas tiene una distribución mayor a 0.05 que es el nivel de significancia, es decir “ > 0.05 ”, por consiguiente, se acepta Ho (hipótesis nula) y se rechaza la H1 (hipótesis alterna), entonces se establece que los datos tienen distribución normal.

Variable 2: Inteligencia competitiva

El contraste de normalidad de Shapiro Wilk determina que la variable Inteligencia Competitiva tiene una distribución mayor a 0.05 que es el nivel de significancia, es decir “ > 0.05 ”, por consiguiente, se acepta Ho (hipótesis nula) y se rechaza la H1 (hipótesis alterna), entonces se establece que los datos tienen distribución normal.

3.2. Análisis Descriptivo:

LAS DIRECCIONES DE DESARROLLO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	6,0	6,0	6,0
	A VECES	24	48,0	48,0	54,0
	SIEMPRE	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Tabla N. ^a 9 Dimensión 1

Interpretación: Con respecto a las encuestas evaluadas a los usuarios de la entidad técnica Bamaj Peru, se aprecia que el 46% cree que

siempre se debe emplear las direcciones de desarrollo, el 48% cree que a veces es necesario, mientras que 3% nunca.

Tabla N.ª 10 Dimensión 2

LOS METODOS DE DESARROLLO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	9	18,0	18,0	18,0
	A VECES	23	46,0	46,0	64,0
	SIEMPRE	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Con respecto a las encuestas evaluadas a los usuarios de la entidad técnica Bamaj Peru, se aprecia que el 46% cree que a veces se debe emplear los métodos de desarrollo, el 36% cree que

siempre es necesario, mientras que 18% nunca.

Tabla N.ª 11 Dimensión 3

LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	16	32,0	32,0	32,0
	A VECES	30	60,0	60,0	92,0
	SIEMPRE	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Con respecto a las encuestas evaluadas a los usuarios de la entidad técnica Bamaj Peru, se aprecia que el 60% cree que a veces se debe

emplear las estrategias de internacionalización, el 32% cree que nunca es necesario, mientras que 4% siempre.

Tabla N.ª 12 Dimensión 4

INTELIGENCIA TECNOLOGICA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	8	16,0	16,0	16,0
	A VECES	8	16,0	16,0	32,0
	SIEMPRE	34	68,0	68,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Con respecto a las encuestas evaluadas a los usuarios de la entidad técnica Bamaj Peru, se aprecia que el 69% cree que siempre se debe

emplear la inteligencia tecnológica, el 16% cree que nunca es necesario, mientras que otro 16% a veces.

Tabla N.ª 13 Dimensión 5

INTELIGENCIA DE COMPETIDORES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	16	32,0	32,0	32,0
	SIEMPRE	34	68,0	68,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Con respecto a las encuestas evaluadas a los usuarios de la entidad técnica Bamaj Peru, se aprecia que el 68% cree que siempre se

debe emplear la inteligencia de competidores y el 32% opina que a veces es necesario.

Tabla N.ª 14 Dimensión 6

INTELIGENCIA COMERCIAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	18	36,0	36,0	36,0
	A VECES	24	48,0	48,0	84,0
	SIEMPRE	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Con respecto a las encuestas evaluadas a los usuarios de la entidad técnica Bamaj Peru, se aprecia que el 48% cree que a veces se debe emplear la inteligencia

comercial, el 36% cree que nunca es necesario, mientras que 16% siempre.

Tabla N. a 15 Dimensión 7

INTELIGENCIA DEL ENTORNO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	8,0	8,0	8,0
	AVECES	32	64,0	64,0	72,0
	SIEMPRE	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Con respecto a las encuestas evaluadas a los usuarios de la entidad técnica Bamaj Peru, se aprecia que el 64% cree que a

veces se debe emplear la inteligencia del entorno, el 28% cree que siempre es necesario, mientras que 8% nunca.

3.3. Análisis inferencial:

Prueba de hipótesis general

Hipótesis general: Las estrategias corporativas tienen relación con la inteligencia competitiva en Bamaj Peru Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.

Ha: Las estrategias corporativas tienen relación con la inteligencia competitiva

Ho: Las estrategias corporativas no tienen relación con la inteligencia competitiva

Tabla N. a 16 Escala de coeficiente de Correlación

-0.90	=	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	=	Correlación negativa muy considerable.
-0.50	=	Correlación negativa media.
-0.25	=	Correlación negativa débil.
-0.10	=	Correlación negativa muy débil.
0.00	=	No existe relación alguna entre las variables.
+0.10	=	Correlación positiva muy débil.
+0.25	=	Correlación positiva débil.
+0.50	=	Correlación positiva media.
+0.75	=	Correlación positiva considerable.
+0.90	=	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	=	Correlación positiva perfecta.

Fuente: Hernández, Fernández, y Bautista (2014, P.305).

Regla de decisión

- Si $\alpha < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternativa (H1).
- si $\alpha > 0,05$ se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis alternativa (H1).

Tabla N. a 17 Correlación de la variable estrategias corporativas e inteligencia competitiva

		Correlaciones		
Rho de Spearman	ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	Coefficiente de correlación	ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	INTELIGENCIA COMPETITIVA
			1,000	,684**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	INTELIGENCIA COMPETITIVA	Coefficiente de correlación	,684**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Rho spearman es igual a 0,684 como se observa en la tabla y a su vez se muestra que el nivel de significancia bilateral

(Sig=0.000) es menor que el p valor (0.05). De acuerdo a la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (H1). Se concluye que las estrategias

corporativas tienen relación de manera positiva media con la inteligencia competitiva en Bamaj Peru Inversiones y Servicios generales S.A.C, Lima 2019.

3.3.1. Prueba hipótesis específicas 1

Ha: Las estrategias corporativas tienen relación con la inteligencia tecnológica

Ho: Las estrategias corporativas no tienen relación con la inteligencia tecnológica

Tabla N. a 18 Correlación de la variable estrategias corporativas e inteligencia tecnológica

Correlaciones			ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	INTELIGENCIA TECNOLÓGICA
Rho de Spearman	ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	Coefficiente de correlación	1,000	,524**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	INTELIGENCIA TECNOLÓGICA	Coefficiente de correlación	,524**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es igual a 0,524 puntos por lo que se determina que existe relación positiva media entre la variable: estrategias corporativas y la

dimensión inteligencia tecnológica y de acuerdo a los resultados de la correlación de Rho de Spearman, donde se evidencia que el nivel de significancia (sig = 0.000) es menor que el p valor 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1).

3.3.2. Prueba hipótesis específicas 2

Ha: Las estrategias corporativas tienen relación con la inteligencia de competidores

Ho: Las estrategias corporativas no tienen relación con la inteligencia de competidores

Tabla N. a 19 Correlación de la variable estrategias corporativas e inteligencia de competidores

Correlaciones			ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	INTELIGENCIA DE COMPETIDORES
Rho de Spearman	ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	Coefficiente de correlación	1,000	,453**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	50	50
	INTELIGENCIA DE COMPETIDORES	Coefficiente de correlación	,453**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	50	50

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es igual a 0,453 puntos por lo que se determina que existe relación

positiva media entre la variable: estrategias corporativas y la dimensión inteligencia de competidores y de acuerdo a los resultados de la correlación de Rho de Spearman, donde se evidencia que el nivel de significancia (sig = 0.001) es menor que el p valor 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1).

3.3.3. Prueba hipótesis específicas 3

Ha: Las estrategias corporativas tienen relación con la inteligencia comercial

Ho: Las estrategias corporativas no tienen relación con la inteligencia comercial

Tabla N. ^a 20 Correlación de la variable estrategias corporativas e inteligencia comercial

Correlaciones			ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	INTELEGENCIA COMERCIAL
Rho de Spearman	ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	Coefficiente de correlación	1,000	,478**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	INTELEGENCIA COMERCIAL	Coefficiente de correlación	,478**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es igual a 0,478 puntos por lo que se determina que existe relación positiva media entre la variable:

estrategias corporativas y la dimensión inteligencia comercial y de acuerdo a los resultados de la correlación de Rho de Spearman, donde se evidencia que el nivel de significancia (sig = 0.000) es menor que el p valor 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1).

3.3.4. Prueba hipótesis específicas 4

Ha: Las estrategias corporativas tienen relación con la inteligencia del entorno

Ho: Las estrategias corporativas no tienen relación con la inteligencia del entorno

Tabla N. ^a 21 Correlación de la variable estrategias corporativas e inteligencia del entorno

Correlaciones			ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	INTELEGENCIA DEL ENTORNO
Rho de Spearman	ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	Coefficiente de correlación	1,000	,484**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	INTELEGENCIA DEL ENTORNO	Coefficiente de correlación	,484**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: El resultado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es igual a 0,484 puntos por lo que se determina que existe relación positiva media entre

la variable: estrategias corporativas y la dimensión inteligencia del entorno y de acuerdo a los resultados de la correlación de Rho de Spearman, donde se evidencia que el nivel de significancia (sig = 0.000) es menor que el p valor 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1).

IV. DISCUSIÓN

Primera:

Se tuvo como objetivo general demostrar la relación de las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019. Mediante la prueba de Rho Spearman se demostró un nivel de significancia mayor a 0.05, por ende, se acepta la hipótesis alterna. Además, ambas variables poseen una correlación de 0,684; lo cual indica una correlación positiva media. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) indicando que existe relación entre las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019. Según Todorov, Martins y Novaretti (2014) analizaron referente a la difusión de estrategias corporativas equilibradas basadas en la puntuación, el objetivo del estudio es examinar cómo difundir estrategias corporativas. Se llega a la conclusión que el resultado, se hace evidente en la empresa que estudia las estrategias corporativas a través de un método organizativo innovador, apoyándose en la inteligencia competitiva para obtener un resultado más óptimo. Todorov, Martins y Novaretti, estos autores guardan relación con el resultado obtenido para poder enfatizar que las de las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva son fundamentales en toda organización para generar un método innovador.

Segunda:

Se tuvo como objetivo específico describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia Tecnológica en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019 Mediante la prueba de Rho Spearman se demostró un nivel de significancia mayor a 0.05, por ende, se acepta la hipótesis alterna. Además, ambas variables poseen una correlación de 0,524; lo cual indica una correlación positiva media. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) indicando que existe relación entre las estrategias corporativas con la inteligencia tecnológica en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019. Sánchez-Torres (2017) En este artículo habla sobre las razones para el gobierno electrónico figuran el aumento de la eficiencia, la velocidad, la transparencia, la rendición de cuentas de los servicios públicos, etc., y la mejora de las relaciones entre el gobierno y las partes interesadas (ciudadanos, empresas, organizaciones del tercer sector). El Análisis Tecnológico, TLC, se utiliza a menudo en el diseño de políticas públicas en ciencia, tecnología e innovación. Las herramientas de TLC permiten evaluar sistemáticamente los

posibles desafíos, oportunidades y amenazas, y así informar el diseño de estrategias a largo plazo.

Tercera:

Se tuvo como objetivo específico describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia de competidores en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019 Mediante la prueba de Rho Spearman se demostró un nivel de significancia mayor a 0.05, por ende, se acepta la hipótesis alterna. Además, ambas variables poseen una correlación de 0,453; lo cual indica una correlación positiva media. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) indicando que existe relación entre las estrategias corporativas con la inteligencia de competidores en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019. Antunes y Canongia (2006) Este estudio proporciona información sobre el uso de la previsión tecnológica y la exploración tecnológica utilizando la biotecnología en el sector de la salud como estudio de caso. En este trabajo, las tendencias observadas en patentes y artículos en todo el mundo muestran claramente el crecimiento de la biotecnología, lo que apunta a la necesidad de priorizar esta área, así como de abrir una variedad de oportunidades, especialmente cuando se consideran las competencias humanas ya consolidadas en las universidades brasileñas e institutos de investigación, que podrían ser mejor aprovechados por la industria y contribuir a garantizar una mayor innovación y competitividad.

Cuarta:

Se tuvo como objetivo específico describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia Comercial en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019 Mediante la prueba de Rho Spearman se demostró un nivel de significancia mayor a 0.05, por ende, se acepta la hipótesis alterna. Además, ambas variables poseen una correlación de 0,478; lo cual indica una correlación positiva media. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) indicando que existe relación entre las estrategias corporativas con la inteligencia comercial en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019. Izquierdo (2004) este artículo tiene como objetivo proponer un conjunto de estrategias para la renta variable privada en España. Se concluye que los factores clave de éxito han evolucionado desde la capacidad de recaudar fondos y estructurar y salir de las operaciones hasta la capacidad de atraer flujos de transacciones.

Quinta:

Se tuvo como objetivo específico describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia del entorno en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019. Mediante la prueba de Rho Spearman se demostró un nivel de significancia mayor a 0.05, por ende, se acepta la hipótesis alterna. Además, ambas variables poseen una correlación de 0,484; lo cual indica una correlación positiva media. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) indicando que existe relación entre las estrategias corporativas con la inteligencia en el entorno en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019. Guillen (2018) estudio referente a los Escenarios de la inteligencia competitiva como valor agregado potencial de los colaboradores de la gerencia de recaudación aduanera-SUNAT -2017. Objetivo de la investigación, es lograr un modelo de sistema de gestión del conocimiento como una guía para una mejor competitividad de los trabajadores de la Gerencia de Recaudación Aduanera de la Intendencia de Control Aduanero. En esta presentación tiene tipo de investigación básica porque se apoya en un contexto teórico para conocer e incluso explicar una realidad, diseño de investigación no experimental y de corte transversal, nivel de investigación es descriptivo y correlacional, la población de esta investigación es el personal de la Gerencia de Recaudación Aduanera. Conclusión, que las empresas deben estar actualizadas constantemente ya que están expuestos a los distintos cambios que se da en el mercado.

V. CONCLUSIONES

5.1 Se ha determinado que existe relación positiva media de 0.684 puntos entre las estrategias corporativas e inteligencia competitiva en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019

5.2 Se ha determinado que existe relación positiva media de 0.524 puntos entre las estrategias corporativas e inteligencia tecnológica en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019

5.3 Se ha determinado que existe relación positiva débil de 0.453 puntos entre las estrategias corporativas e inteligencia competidores en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019

5.4 Se ha determinado que existe relación positiva débil de 0.478 puntos entre las estrategias corporativas e inteligencia comercial en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019

5.5 Se ha determinado que existe relación positiva débil de 0.484 puntos entre las estrategias corporativas e inteligencia entorno en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C. Lima 2019

VI. RECOMENDACIONES

6.1 Las estrategias corporativas es un punto muy importante para las empresas; sin embargo, en la actualidad la inteligencia competitiva ha generado un gran impacto en las constructoras siendo esto fundamental para sobre salir y tener éxito en el mercado.

6.2 La inteligencia tecnológica da una amplia gama de materiales fundamentales para una constructora.

6.3 Debemos determinar quiénes son la principal competencia en el mercado debemos evaluar a través de un análisis de mercado, el cual determine como se encuentra el mercado y si realmente se puede ofrecer un producto y/o servicio favorable ante la competencia.

6.4 En la inteligencia comercial debemos evaluar las necesidades de nuestros beneficiarios y mostrar un mejor producto y/o servicio.

6.5 En la inteligencia de entorno se puede analizar el mercado y así poder determinar la misión, visión y las estrategias que necesita la entidad técnica; ya que, si no se lleva acabo podría perjudicarse en un futuro.

REFERENCIAS

- Alexandre, T. D., Gonçalves, C. A., & Gustavo Ferreira Mendes, d. S. (2010). *uma perspectiva evolucionária das relações entre estratégias corporativas e desempenho, com a aplicação de redes neurais artificiais e algoritmos genéticos*. Revista Ibero - Americana De Estratégia, 9(3) doi:<http://dx.doi.org/10.5585/riae.v9i3.1689>
- Amiri, N. S., Shirkavand, S., Chalak, M., & Rezaeei, N. (2017). Competitive intelligence and developing sustainable competitive advantage/la inteligencia competitiva y el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible. Ad-Minister, (30), 173-194. doi:<http://dx.doi.org/10.17230/ad-minister.30.9>
- Andrade, M. (2017). *Inteligencia competitiva en la exportación de palta Hass de los exportadores de Lima Metropolitana al mercado de los Estados Unidos, 2011-2016*. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Lima, Perú.)
- Antunes, A., & Canongia, C. (2006). Technological foresight and technological scanning for identifying priorities and opportunities: The biotechnology and health sector. Foresight : The Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy, 8(5), 31-44. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/14636680610703072>
- Capelassi, C. H. (2010). Proposal of development methods for dress products: a study based on the part of companies. IconoFacto, 6(7) Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1345949183?accountid=37408>
- Carrión, J. (2013). *Estrategia de la visión a la acción* (Segunda ed.). Madrid: ESIC.ISBN: 978-84-7356-503-5
- Cervantes, O. (2015). *Administración estratégica*. Recuperado de: <http://blog.uca.edu.ni/octavio/files/2017/02/an%C3%A1lisis-de-la-situaci%C3%B3n-externa-pest.pdf>
- Espinet, E. O., López-Borrull, A., Canals, A., Alsina, M. G., & Morales, J. C. (2010). El papel del capital social en la inteligencia competitiva. Revista General De Información y Documentación, 20, 313-323. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/838982755?accountid=37408>

- Gallardo, P. y Delgado, J. (2018). *Análisis de la gestión de la comunicación corporativa en clubes deportivos de Pichincha que participaban en el campeonato profesional de fútbol Serie "A" 2018*. (Tesis de pregrado, Universidad Central de Ecuador, Quito, Ecuador.)
- García-García, R., García-Canal, E., & Guillén, M.,F. (2015). Contribución de las estrategias de internacionalización a los resultados de la empresa manufacturera española (*). *Papeles De Economía Española*, (144), 156-170,198. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1774557309?accountid=37408>
- García-Alsina, M., Cobarsí-Morales, J., & Ortoll, E. (2016). Competitive intelligence theoretical framework and practices: The case of spanish universities. *Aslib Journal of Information Management*, 68(1), 57-75. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1748553210?accountid=37408>
- Giacomozzi, A. M. (2009). Estrategias corporativas de crecimiento de los grupos económicos en Chile1,2. *Estudios Gerenciales*, 25(113), 37-53. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/750060459?accountid=37408>. ISSN0123-5923
- Gonçalves, L. R., & de Almeida, F. C. (2019). How technology intelligence is applied in different contexts? *International Journal of Innovation*, 7(1), 104-118. doi:<http://dx.doi.org/10.5585/iii.v7i1.271>
- Gračanin, Š., Kalac, E. y Jovanović, D. (2015). *Inteligencia competitiva: importancia y aplicación en la práctica*. (Tesis de doctorado, Universidad de Kragujevac, Serbia). Recuperado de <http://hrcak.srce.hr/file/229385>
- Guillen, R. (2018). *Escenarios de la inteligencia competitiva como valor agregado potencial de los colaboradores de la gerencia de recaudación aduanera- SUNAT- 2017*. (Tesis de maestría, Universidad Nacional Federico Villareal, Lima, Perú.)
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta ed.). México: McGRAW-HILL
- Izquierdo, J. A. M. (2004). Success strategies for risk capital signatures in spain: learning from the united states. *Boletín De Estudios Económicos*, 59(181), 95-115. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1348589563?accountid=37408>

- Kawalek, P., Salehnejad, R., & Bayat, A. (2016). Exponentially available intelligence: ai, data and the dramatic digitization of traditional industry/inteligencia disponible exponencialmente: inteligencia artificial, datos y la digitalización de la industria tradicional. *Boletín De Estudios Económicos*, 71(219), 527-545. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1864119560?accountid=37408>
- Konig, P. D. (2017). The role of competitive advantage in party competition. *Politics & Policy (Online)*, 45(1), 51-82. doi:<http://dx.doi.org/10.1111/polp.12191>
- Kotler, P y Kotler, M. (2015). *8 maneras de crecer*. México: LID Editorial Empresarial. ISBN:9788483565094. Recuperado de : <https://books.google.com.pe/books?id=EM0BCwAAQBAJ&printsec=frontcover&q=8+maneras+de+crecer+kotler+pdf&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjR9c3snJXjAhXwxlkKHT6VDzMQ6AEINzAC#v=onepage&q&f=true>
- Luz, T. P., Óscar Fernando, C. D., & Claudia Nelcy Jiménez, H. (2010). Evaluating technology intelligence system efficiency. *Ingeniería e Investigación*, 30(3), 106-115. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1677608271?accountid=37408>
- Maciel Pacheco, K. M., Ortuño, B. H., de, A. M., & Pereira, M. B. (2011). Atributos del diseño para el proceso de transformación y uso de la fibra natural amazónica de tucumá - i (*astrocaryum acaule*) en el desarrollo de productos semi - industriales. *IconoFacto*, 7(9) Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1345952331?accountid=37408>
- Merino, C., García, W., & Navarro, J. (2014). *Evaluación de la confiabilidad del Inventario de Inteligencia Emocional de Bar-On ICE: NA*. *Revista de Peruana de Psicología y Trabajo Social*.
- Ñaupas, H.; Mejía, E.; Novoa, E. y Villagómez A. (2014). *Metodología de la investigación: cuantitativa- cualitativa y redacción de la tesis*. (4ta edición). Bogotá: Ediciones De La U,2014.
- Ortoll, E y García, M. (2015). *Inteligencia competitiva*. España: UOC. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=R47LDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inteligencia+competitiva&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiazjJOUN4_WAhVMziYKHRKCDfEQ6AEIKjAB#v=onepage&q=inteligencia%20competitiva&f=true

- Porter, M. (2017). *Ser competitivo: Edición actualizada y aumentada*.
- Rosado, C. (2018). *Estrategias competitivas para la exportación de arándanos al mercado chino, Lima 2017*. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Lima, Perú.)
- Sainz, J. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. (5ta edición). Madrid: ESIC. ISBN 978-84-17129-12-5.
Recuperadode:<https://books.google.com.pe/books?id=69YzDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=true>
- Sánchez-Torres, J.M., & Miles, I. (2017). The role of future-oriented technology analysis in e-government: A systematic review. *European Journal of Futures Research*, 5(1), 1-18. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s40309-017-0131-7>
- Segura, J. (2016). *Sistema de inteligencia competitiva y la productividad y competitividad de las pequeñas empresas del sector textil y de confecciones: caso Gamarra*. (Tesis de Magister, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.)
- Stanley, A. (2013). Labours of land: Domesticity, wilderness and dispossession in the development of canadian uranium markets/Obras de la tierra: Domesticidad, naturaleza y desposición en el desarrollo de los mercados canadienses de uranio. *Gender, Place and Culture*, 20(2), 195. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1324598309?accountid=37408>
- Thompson, A; Sutton, C. y Gamble, J. (2018). *Administración Estratégica: teoría y casos*. (2da edición). México: ISBN: 9781456260934.
- Todorov, M. d. C. A., Martins, C. B., Martins, S. B., & Novaretti, M. (2014). A *disseminação das estratégias corporativas baseadas no balanced scorecard: um estudo de caso em uma empresa de prestação de serviços ambientais*. *Revista De Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 3(3), 65-77. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1699270993?accountid=37408>
- Trebejo, D. (2014). *Inteligencia colectiva: Convergencia de la administración del conocimiento e inteligencia competitiva, una forma para la mejora del desempeño operativo de la banca múltiple mexicana*. (Tesis para optar el grado de doctor, Universidad Nacional Autónoma de México, México).

- Valderrama, S. (2014). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Vargas, E., Beltrán, S. D., Jamaica, A. A., & Vargas, F. L. Q. (2018). Technological surveillance and competitive intelligence of a technological development for the detection of giardia, an innovation in health. *Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva de un desarrollo tecnológico para la detección de giardia, una innovación en salud*. *Revista Panamericana De Salud Pública*, 42 Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2124460279?accountid=37408>
- Vásquez, X. (2017). *Estrategias competitivas internacionales en la exportación de muebles de manera de la Asociación ASIMVES del parque Industrial de Villa el Salvador, 2016*. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Lima, Perú.)
- Vélez, Y. y Gonzáles, M. (2019). *Comunicación corporativa: estrategias y tácticas de posicionamiento, mediante vinculación virtual de una imagen corporativa en el plan empresarial. Caso de estudio: empresa Aplios*. (Tesis de pregrado, Universidad Central de Ecuador, Quito, Ecuador.)
- Vélez, S. y Martínez, J. (2014). *El proceso de la inteligencia competitiva y el indicador de desempeño, capacidad de innovación, en la pequeña y mediana empresa (PYMES) de manufactura en la region oeste de Puerto Rico*. (Tesis de pregrado, Universidad Interamericana de Puerto Rico, Guayama, Puerto Rico).
- Villagra, N., & López, B. (2013). Analysis of values and communication of the responsible brands. corporate brand strategies for sustainability/Análisis de los valores y la comunicación de las marcas responsables. estrategias de las marcas corporativas en el contexto de la sostenibilidad. *Comunicación y Sociedad*, 26(1), 196-221. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1468444616?accountid=37408>

“ESTRATEGIAS CORPORATIVAS E INTELIGENCIA COMPETITIVA EN BAMAJ PERU INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES S.A.C, LIMA 2019”.

OBJETIVO: Demostrar la relación de las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

NUNCA	A VECES	SIEMPRE
1	2	3

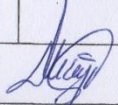
ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN		
		1	2	3
1	La entidad técnica comunica cuales son las condiciones de ejecución del proyecto en el cual usted está involucrado			
2	Ha escuchado comentarios referentes a ejecuciones de obra de la empresa en otras provincias.			
3	La empresa está involucrada en otros proyectos diferentes a los que viene ejecutando para usted como beneficiario.			
4	El personal de la entidad técnica brinda una buena atención.			
5	Los maestros de obra brindan un buen trato durante la ejecución del proyecto.			
6	El área de tramites documentarios junto al Fondo Mivivenda brinda la información para las inscripciones del bono.			
7	A nivel global de las entidades técnicas, logra diferenciar el valor agregado del servicio a comparación de otras entidades técnicas.			
8	La entidad técnica cumple con las cláusulas del contrato a pesar de los cambios de la entidad estatal.			
9	Las entidades técnicas cumplen con el plazo establecido de la ejecución del proyecto a pesar de la fuerte demanda que hay a nivel nacional.			
10	La empresa constructora cumple con las modificaciones de material solicitadas por la entidad estatal.			
11	La constructora cuenta con la información solicitada en su propio sistema a las diversas preguntas que puede tener el beneficiario.			
12	Las entidades técnicas en su distrito le ofrecen la misma calidad de proyecto que la entidad técnica Bamaj Perú.			
13	Los maestros de obra particulares logran cumplir con las expectativas del proyecto solicitado. (planos, instalaciones eléctricas y sanitarias, etc.)			
14	Ha colaborado con la supervisión de la obra que realiza la entidad técnica y la municipalidad.			
15	La Ferretería Calero S.A.C cumple con la entrega de materiales de obra expuestos en el contrato.			
16	La constructora cuenta con el personal capacitado para llevar a cabo la ejecución del proyecto.			
17	La empresa participa en proyectos sociales que benefician a la comunidad.			
18	La organización cumple con la entrega de licencias y planos de la casa.			
19	La construcción participa con la preservación del ecosistema.			
20	La compañía está en contra de la discriminación al beneficiario.			

Gracias por su colaboración

MATRIZ DE CONSISTENCIA: ESTRATEGIAS CORPORATIVAS E INTELIGENCIA COMPETITIVA EN BAMAJ PERU INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES S.A.C, LIMA 2019

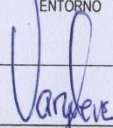
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cómo se relaciona las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019?	Demostrar la relación de las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.	Existe relación entre las estrategias corporativas con la inteligencia competitiva en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.	ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	Las direcciones de desarrollo	-Desarrollo de productos -Desarrollo de Mercados - Diversificación	TIPO DE INVESTIGACIÓN Aplicada NIVEL DE INVESTIGACIÓN
				Los métodos de desarrollo	- Interno - Externo - Cooperación	
				Las estrategias de internacionalización	- Nacional - Internacional - Global	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES	Descriptivo correlacional DISEÑO DE INVESTIGACIÓN No experimental TÉCNICAS DE RECOLECCION DE DATOS: Encuesta MÉTODO No experimental
¿Cómo se relaciona las estrategias corporativas con la Inteligencia Tecnológica en Bamaj Perú inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019?	Describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia Tecnológica en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.	Existe relación entre las estrategias corporativas con la Inteligencia Tecnológica en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.	INTELIGENCIA COMPETITIVA	Inteligencia tecnológica	- Nuevos materiales - Sistemas de información	
				Inteligencia de competidores	- Competidores actuales - Competidores potenciales	
				Inteligencia comercial	- Clientes - Proveedores - Mercado laboral	
				Inteligencia del entorno	- Aspecto social - Aspecto legal - Aspecto medioambiental - Aspecto cultural	
¿Cómo se relaciona las estrategias corporativas con la Inteligencia de Competidores en Bamaj Perú inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019?	Describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia de Competidores en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.	Existe relación entre las estrategias corporativas con la Inteligencia de Competidores en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.				
¿Cómo se relaciona las estrategias corporativas con la Inteligencia Comercial en Bamaj Perú inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019?	Describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia Comercial en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.	Existe relación entre las estrategias corporativas con la Inteligencia Comercial en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.				
¿Cómo se relaciona las estrategias corporativas con la Inteligencia del Entorno en Bamaj Perú inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019?	Describir la relación de las estrategias corporativas con la Inteligencia del Entorno en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.	Existe relación entre las estrategias corporativas con la Inteligencia del Entorno en Bamaj Perú Inversiones y Servicios Generales S.A.C, Lima 2019.				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "ESTRATEGIAS CORPORATIVAS E INTELIGENCIA COMPETITIVA EN BAMAJ PERU INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES S.A.C, LIMA 2019".								
Apellidos y nombres del investigador: Aurialuz Fatima Osorio Quiroz								
Apellidos y nombres del experto: <u>DR. BUAGA CORREA, DAVID FERNANDO</u>								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	LAS DIRECCIONES DE DESARROLLO	DESARROLLO DE PRODUCTOS	La entidad técnica comunica cuales son las condiciones de ejecución del proyecto en el cual usted está involucrado	1= NUNCA 2=A VECES 3= SIEMPRE	<input checked="" type="checkbox"/>			
		DESARROLLO DE MERCADOS	Ha escuchado comentarios referentes a ejecuciones de obra de la empresa en otras provincias.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		DIVERSIFICACIÓN	La empresa está involucrada en otros proyectos diferentes a los que viene ejecutando para usted como beneficiario.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	LOS METODOS DE DESARROLLO	INTERNO	El personal de la entidad técnica brinda una buena atención.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		EXTERNO	Los maestros de obra brindan un buen trato durante la ejecución del proyecto.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		COOPERACIÓN	El área de tramites documentarios junto al Fondo Mivivenda brinda la información para las inscripciones del bono.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION	GLOBAL	A nivel global de las entidades técnicas, logra diferenciar el valor agregado del servicio a comparación de otras entidades técnicas.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		MULTINACIONAL	La entidad técnica cumple con las cláusulas del contrato a pesar de los cambios de la entidad estatal.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		TRANSNACIONAL	Las entidades técnicas cumplen con el plazo establecido de la ejecución del proyecto a pesar de la fuerte demanda que hay a nivel nacional.		<input checked="" type="checkbox"/>			
INTELIGENCIA COMPETITIVOS	INTELIGENCIA TECNOLÓGICA	NUEVOS MATERIALES	La empresa constructora cumple con las modificaciones de material solicitadas por la entidad estatal.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		SISTEMAS DE INFORMACIÓN	La constructora cuenta con la información solicitada en su propio sistema a las diversas preguntas que puede tener el beneficiario.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	INTELIGENCIA DE COMPETIDORES	COMPETIDORES ACTUALES	Las entidades técnicas en su distrito le ofrecen la misma calidad de proyecto que la entidad técnica BamaJ Perú.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		COMPETIDORES POTENCIALES	Los maestros de obra particulares logran cumplir con las expectativas del proyecto solicitado. (planos, instalaciones eléctricas y sanitarias, etc.)	<input checked="" type="checkbox"/>				
	INTELIGENCIA COMERCIAL	CLIENTES	Ha colaborado con la supervisión de la obra que realiza la entidad técnica y la municipalidad.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		PROVEEDORES	La Ferreteria Calero S.A.C cumple con la entrega de materiales de obra expuestos en el contrato.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		MERCADO LABORAL	La constructora cuenta con el personal capacitado para llevar a cabo la ejecución del proyecto.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	INTELIGENCIA DEL ENTORNO	ASPECTO SOCIAL	La empresa participa en proyectos sociales que benefician a la comunidad.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		ASPECTO LEGAL	La organización cumple con la entrega de licencias y planos de la casa.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		ASPECTO MEDIOAMBIENTAL	La construcción participa con la preservación del ecosistema.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto: 			ASPECTO CULTURAL	La compañía está en contra de la discriminación al beneficiario.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Fecha: 07/06/2019					


Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "ESTRATEGIAS CORPORATIVAS E INTELIGENCIA COMPETITIVA EN BAMAJ PERU INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES S.A.C, LIMA 2019".								
Apellidos y nombres del investigador: Aurieliz Fatima Osorio Quiroz								
Apellidos y nombres del experto: DR. VASQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	LAS DIRECCIONES DE DESARROLLO	DESARROLLO DE PRODUCTOS	La entidad técnica comunica cuales son las condiciones de ejecución del proyecto en el cual usted está involucrado	1= NUNCA 2=A VECES 3= SIEMPRE	<input checked="" type="checkbox"/>			
		DESARROLLO DE MERCADOS	Ha escuchado comentarios referentes a ejecuciones de obra de la empresa en otras provincias.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		DIVERSIFICACIÓN	La empresa está involucrada en otros proyectos diferentes a los que viene ejecutando para usted como beneficiario.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	LOS METODOS DE DESARROLLO	INTERNO	El personal de la entidad técnica brinda una buena atención.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		EXTERNO	Los maestros de obra brindan un buen trato durante la ejecución del proyecto.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		COOPERACIÓN	El área de tramites documentarios junto al Fondo Mivivenda brinda la información para las inscripciones del bono.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION	GLOBAL	A nivel global de las entidades técnicas, logra diferenciar el valor agregado del servicio a comparación de otras entidades técnicas.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		MULTINACIONAL	La entidad técnica cumple con las cláusulas del contrato a pesar de los cambios de la entidad estatal.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		TRANSNACIONAL	Las entidades técnicas cumplen con el plazo establecido de la ejecución del proyecto a pesar de la fuerte demanda que hay a nivel nacional.		<input checked="" type="checkbox"/>			
INTELIGENCIA COMPETITIVOS	INTELIGENCIA TECNOLÓGICA	NUEVOS MATERIALES	La empresa constructora cumple con las modificaciones de material solicitadas por la entidad estatal.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		SISTEMAS DE INFORMACIÓN	La constructora cuenta con la información solicitada en su propio sistema a las diversas preguntas que puede tener el beneficiario.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	INTELIGENCIA DE COMPETIDORES	COMPETIDORES ACTUALES	Las entidades técnicas en su distrito le ofrecen la misma calidad de proyecto que la entidad técnica Bamaj Perú.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		COMPETIDORES POTENCIALES	Los maestros de obra particulares logran cumplir con las expectativas del proyecto solicitado. (planos, instalaciones eléctricas y sanitarias, etc.)	<input checked="" type="checkbox"/>				
	INTELIGENCIA COMERCIAL	CLIENTES	Ha colaborado con la supervisión de la obra que realiza la entidad técnica y la municipalidad.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		PROVEEDORES	La Ferreteria Calero S.A.C cumple con la entrega de materiales de obra expuestos en el contrato.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	INTELIGENCIA DEL ENTORNO	MERCADO LABORAL	La constructora cuenta con el personal capacitado para llevar a cabo la ejecución del proyecto.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		ASPECTO SOCIAL	La empresa participa en proyectos sociales que benefician a la comunidad.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		ASPECTO LEGAL	La organización cumple con la entrega de licencias y planos de la casa.	<input checked="" type="checkbox"/>				
ASPECTO MEDIOAMBIENTAL		La construcción participa con la preservación del ecosistema.	<input checked="" type="checkbox"/>					
ASPECTO CULTURAL			La compañía está en contra de la discriminación al beneficiario.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto: 			Fecha: 05/06/19					


Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "ESTRATEGIAS CORPORATIVAS E INTELIGENCIA COMPETITIVA EN BAMAJ PERU INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES S.A.C, LIMA 2019".							
Apellidos y nombres del investigador: Aurialuz Fatima Osorio Quiroz							
Apellidos y nombres del experto: <u>CARRANZA ESTELA TEODORO</u>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	LAS DIRECCIONES DE DESARROLLO	DESARROLLO DE PRODUCTOS	La entidad técnica comunica cuales son las condiciones de ejecución del proyecto en el cual usted está involucrado	1= NUNCA 2=A VECES 3= SIEMPRE	<input checked="" type="checkbox"/>		
		DESARROLLO DE MERCADOS	Ha escuchado comentarios referentes a ejecuciones de obra de la empresa en otras provincias.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		DIVERSIFICACIÓN	La empresa está involucrada en otros proyectos diferentes a los que viene ejecutando para usted como beneficiario.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	LOS METODOS DE DESARROLLO	INTERNO	El personal de la entidad técnica brinda una buena atención.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		EXTERNO	Los maestros de obra brindan un buen trato durante la ejecución del proyecto.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		COOPERACIÓN	El área de tramites documentarios junto al Fondo Mivivenda brinda la información para las inscripciones del bono.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION	GLOBAL	A nivel global de las entidades técnicas, logra diferenciar el valor agregado del servicio a comparación de otras entidades técnicas.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		MULTINACIONAL	La entidad técnica cumple con las cláusulas del contrato a pesar de los cambios de la entidad estatal.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		TRANSNACIONAL	Las entidades técnicas cumplen con el plazo establecido de la ejecución del proyecto a pesar de la fuerte demanda que hay a nivel nacional.		<input checked="" type="checkbox"/>		
INTELIGENCIA COMPETITIVOS	INTELIGENCIA TECNOLÓGICA	NUEVOS MATERIALES	La empresa constructora cumple con las modificaciones de material solicitadas por la entidad estatal.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		SISTEMAS DE INFORMACIÓN	La constructora cuenta con la información solicitada en su propio sistema a las diversas preguntas que puede tener el beneficiario.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	INTELIGENCIA DE COMPETIDORES	COMPETIDORES ACTUALES	Las entidades técnicas en su distrito le ofrecen la misma calidad de proyecto que la entidad técnica Bamaj Perú.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		COMPETIDORES POTENCIALES	Los maestros de obra particulares logran cumplir con las expectativas del proyecto solicitado. (planos, instalaciones eléctricas y sanitarias, etc.)	<input checked="" type="checkbox"/>			
	INTELIGENCIA COMERCIAL	CLIENTES	Ha colaborado con la supervisión de la obra que realiza la entidad técnica y la municipalidad.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		PROVEEDORES	La Ferrería Calero S.A.C cumple con la entrega de materiales de obra expuestos en el contrato.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	INTELIGENCIA DEL ENTORNO	MERCADO LABORAL	La constructora cuenta con el personal capacitado para llevar a cabo la ejecución del proyecto.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		ASPECTO SOCIAL	La empresa participa en proyectos sociales que benefician a la comunidad.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		ASPECTO LEGAL	La organización cumple con la entrega de licencias y planos de la casa.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		ASPECTO MEDIOAMBIENTAL	La construcción participa con la preservación del ecosistema.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		ASPECTO CULTURAL	La compañía está en contra de la discriminación al beneficiario.	<input checked="" type="checkbox"/>			
Firma del experto: 			Fecha: <u>16/1/9</u>				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "ESTRATEGIAS CORPORATIVAS E INTELIGENCIA COMPETITIVA EN BAMAJ PERU INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES S.A.C, LIMA 2019".							
Apellidos y nombres del investigador: Aurialuz Fatima Osorio Quiroz							
Apellidos y nombres del experto: DR. ALVA ARCE, ROSELI CESAR							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	LAS DIRECCIONES DE DESARROLLO	DESARROLLO DE PRODUCTOS	La entidad técnica comunica cuales son las condiciones de ejecución del proyecto en el cual usted está involucrado	1= NUNCA 2=A VECES 3= SIEMPRE	✓		
		DESARROLLO DE MERCADOS	Ha escuchado comentarios referentes a ejecuciones de obra de la empresa en otras provincias.		✓		
		DIVERSIFICACIÓN	La empresa está involucrada en otros proyectos diferentes a los que viene ejecutando para usted como beneficiario.		✓		
	LOS METODOS DE DESARROLLO	INTERNO	El personal de la entidad técnica brinda una buena atención.		✓		
		EXTERNO	Los maestros de obra brindan un buen trato durante la ejecución del proyecto.		✓		
		COOPERACIÓN	El área de tramites documentarios junto al Fondo Mivivenda brinda la información para las inscripciones del bono.		✓		
	LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION	GLOBAL	A nivel global de las entidades técnicas, logra diferenciar el valor agregado del servicio a comparación de otras entidades técnicas.		✓		
		MULTINACIONAL	La entidad técnica cumple con las cláusulas del contrato a pesar de los cambios de la entidad estatal.		✓		
		TRANSNACIONAL	Las entidades técnicas cumplen con el plazo establecido de la ejecución del proyecto a pesar de la fuerte demanda que hay a nivel nacional.		✓		
INTELIGENCIA COMPETITIVOS	INTELIGENCIA TECNOLÓGICA	NUEVOS MATERIALES	La empresa constructora cumple con las modificaciones de material solicitadas por la entidad estatal.	✓			
		SISTEMAS DE INFORMACIÓN	La constructora cuenta con la información solicitada en su propio sistema a las diversas preguntas que puede tener el beneficiario.	✓			
	INTELIGENCIA DE COMPETIDORES	COMPETIDORES ACTUALES	Las entidades técnicas en su distrito le ofrecen la misma calidad de proyecto que la entidad técnica Bamaj Perú.	✓			
		COMPETIDORES POTENCIALES	Los maestros de obra particulares logran cumplir con las expectativas del proyecto solicitado. (planos, instalaciones eléctricas y sanitarias, etc.)	✓			
	INTELIGENCIA COMERCIAL	CLIENTES	Ha colaborado con la supervisión de la obra que realiza la entidad técnica y la municipalidad.	✓			
		PROVEEDORES	La Ferreteria Calero S.A.C cumple con la entrega de materiales de obra expuestos en el contrato.	✓			
	INTELIGENCIA DEL ENTORNO	MERCADO LABORAL	La constructora cuenta con el personal capacitado para llevar a cabo la ejecución del proyecto.	✓			
		ASPECTO SOCIAL	La empresa participa en proyectos sociales que benefician a la comunidad.	✓			
		ASPECTO LEGAL	La organización cumple con la estrega de licencias y planos de la casa.	✓			
		ASPECTO MEDIOAMBIENTAL	La construcción participa con la preservación del ecosistema.	✓			
ASPECTO CULTURAL		La compañía está en contra de la discriminación al beneficiario.	✓				
Firma del experto: 			Fecha: 05 / 06 / 19				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.