

INTELIGENCIA COMPETITIVA

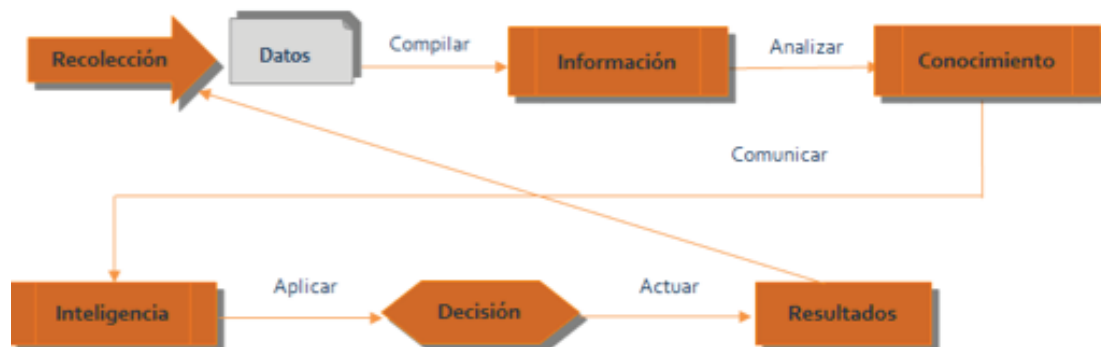
A partir de los últimos años del siglo XX, los avances científicos y tecnológicos han cobrado mayor importancia en las diferentes realidades sectoriales. Las empresas son algunos de los involucrados que se han favorecido, en el mejor de los casos, de los beneficios que dichos avances han traído consigo, ya que éstos van desde la configuración de nuevos productos y servicios hasta los cambios en las actividades de producción.

Con el objeto de compensar adecuadamente las perturbaciones o de aprovechar las oportunidades del entorno, un sistema dado deberá “conocer” cuál acción seleccionar de una variedad de acciones disponibles, siendo esta la utilidad de la inteligencia competitiva. De esta manera la recopilación, el estudio y análisis de la información disponible interna y externa (que una empresa pueda obtener) le permite establecer acciones que contribuyan al desarrollo integral de la misma.

¿QUÉ ES INTELIGENCIA COMPETITIVA (IC)?

Inteligencia competitiva es un programa ético y sistemático para la recolección, análisis y gestión de aquella información externa que puede afectar los planes, decisiones y operaciones de tu empresa.

PROCESO Y FUNCIÓN DE INTELIGENCIA COMPETITIVA



La inteligencia competitiva es el puente entre la información existente y las acciones:



CATEGORÍAS DE IC

- Inteligencia de mercados: consta de la información en el nivel industrial sobre: tendencias, regulaciones gubernamentales y cuestiones socio-políticas.
- Inteligencia de socios: se caracteriza por el monitoreo de actividades de principales proveedores y socios estratégicos.
- Inteligencia de competidores: se refiere al monitoreo detallado y análisis de competidores clave, escaneo de alto nivel de otros competidores e identificación continua de nuevos jugadores.
- Inteligencia técnica: definida por el monitoreo de avances de desarrollos técnicos.
- Inteligencia de Clientes/Prospectos: es la determinación y monitoreo de influenciadores internos clave, ciclos de presupuesto y áreas clave de enfoque.

La inteligencia competitiva es una actividad de suma importancia porque ayuda a las empresas a entender mejor cómo funciona su negocio, a saber qué están haciendo sus competidores y les permite identificar sus fuerzas y debilidades.

El objetivo principal de la inteligencia competitiva es el posicionamiento estratégico de la empresa en su entorno. Sin embargo, la IC no es sólo la percepción de la empresa en el entorno, sino también es una práctica ofensiva y defensiva de la información para proyectar un negocio.