

REGISTER



Infórmate en fundacionrepsol.com

Seguir a @excellence 2,204 seguidores



Revista Executive Excellence en Facebook

Me gusta 267

ESCRITO POR BÉRTOL GOROSPE (IV)

PRINT E-MAIL

Inteligencia económica: vigilancia tecnológica

Usar puntuación: 0 / 0

Malo Bueno Puntuar

Expertos gestión empresarial - Artículos publicados

MERCADOS / ESTRATEGIA / NEGOCIOS

La vigilancia tecnológica comprende un proceso sistematizado de recogida y tratamiento de información acerca de los avances tecnológicos que se están produciendo en mi sector, o en otros similares, que puedan representar una ventaja competitiva en el desempeño de mi actividad.

Como cada uno de los planos que estamos explicando (competitivo, normativo, social...), el plano tecnológico puede ser más o menos influyente dependiendo el tipo de negocio al que nos dediquemos.

No influye de igual manera el plano tecnológico a una empresa de gran distribución que a un fabricante de automoción. A una cadena de hoteles que a una compañía aérea. Es por tanto fundamental cuestionarse de inicio: ¿cuánto influye el plano tecnológico en el desempeño de mi actividad?

¡Ojo! Que debemos hacer un barrido de 360º para poder contestar con sinceridad esta cuestión, ya que quien más o quien menos se ve sometido a esta plano. Veamos un ejemplo:

¿Una entidad financiera se ve sometida al plano tecnológico? Desde los *software* de gestión, los cajeros con los que operan sus clientes, sus oficinas y edificios, su banca *on-line*, la intranet con la que comparten información sus trabajadores, los servicios de telecomunicaciones existentes que facilitan el intercambio de información y reducen la factura, sus sistemas de iluminación, sus procesos de selección de personal, nuevos procesos de comunicación externa e interna, nuevos sistemas de formación... Todos estos aspectos están sujetos a cambios tecnológicos que pueden mejorar la situación de partida e incluso reducir los gastos actuales y por tanto mejorar su competitividad.

La vigilancia tecnológica no solo es útil en empresas que comprenden procesos productivos o de perfil técnico, también es útil para muchas empresas de servicios que ven en la tecnología una forma más eficiente de llevar a cabo sus procesos internos y además facilitar el contacto con el cliente.

Otra variante de la vigilancia tecnológica se produce al juntar el plano tecnológico con el **plano competitivo**, dando así lugar a un proceso de vigilancia tecnológica y competitiva en el que se mezcla la información de competidores, junto con sus avances tecnológicos, así como los avances de otros sectores o áreas de interés. **Fundamental para entornos de alta competencia.**

¿Qué obtenemos en un proceso de vigilancia tecnológica?

Obtenemos un *Intelligence Report* a medida y difundido según las necesidades de la empresa: RSS personalizado, informe confidencial, matrices de posicionamiento dinámicas, cartografías de información accesibles vía web, plataforma de gestión del conocimiento, red social interna..., todo ello enfocado al control del entorno y la toma de decisiones.

De manera más exhaustiva podemos conocer los siguientes aspectos.

A nivel de gestión interna:

- Sistemas de gestión más eficientes, especializados y/o compatibles: ERP, **softwares**, aplicaciones, *e-learning*, plataformas de gestión del conocimiento...
- Sistemas de control de procesos.
- Sistemas de comunicación más eficientes.
- Formación, intercambio, selección de personal...

Y a nivel de gestión externa:

- Sistemas de gestión externa de Servicios para clientes.
- Sistemas de Control de Procesos de Servicio.

A nivel de productos y servicios:

- Licencias y patentes.
- Sellos de Calidad.
- Nuevas funcionalidades.
- Paquetizaciones y formatos específicos.

A nivel de procesos productivos:

- Nuevos proveedores.
- Nuevas tecnologías ligadas a la producción.
- Materiales, procesos, técnicas...
- Nuevos proyectos encaminados a mejorar procesos productivos.
- Centros de Investigación ligados a la mejora en procesos productivos específicos.

A nivel de distribución:

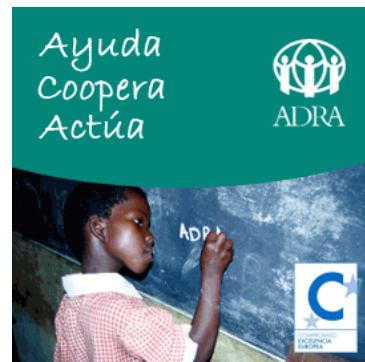
- Nuevos sistemas de Distribución, Logística, Almacenaje o Distribución capilar.
- Sistemas de conservación del producto final.

A nivel de comercialización:

- Nuevos Modelos Comerciales.
- Nuevos Modelos de Comunicación con Prospect.
- Subvenciones y ayudas en proyectos Tecnológicos.

Todos estos *inputs* nos ayudan a comprender mejor el plano tecnológico y a poder sentar ventajas competitivas con respecto a la competencia.

Con la situación que estamos viviendo en nuestros mercados de máxima competencia la tecnología en sí misma no constituye un elemento diferencial permanente, sino que lo constituye de manera temporal hasta que el resto de



Conoce BMW Madrid

competidores adquieren el conocimiento necesario para poder implantarla también.

El hecho de poder (querer) ser el primero en este área depende de la voluntad de conocer, del criterio para escoger y discernir y de la fuerza de implantar.

Publicado por [Bértol Gorospe](#), TopTen Strategic Marketing Spain

Director de Inteligencia y profesor ESIC Business School

Ideas para que su empresa mejore sus acciones de marketing y comunicación, para optimizar costes y resultados, y para conseguir mensajes eficaces y atractivos.

másHumano

WWW.KRATA.COM



Newsletter Executive Excellence

Nombre _____

Correo electrónico _____

Términos y Condiciones

Registro

...

Buscar...



Ø GREF

LIDconferenciantes.com

pharos



Noticias más vistas...

MODELO DE NEGOCIO / MIT Sloan School of Management: el impacto del conocimiento en la sociedad

MODELO DE NEGOCIO / Zara y Amancio Ortega: la historia de muchas personas

EXPERTOS EN GESTIÓN / El poder de una sonrisa

EXPERTOS EN GESTIÓN / Wert: "Hay que repensar todo el sistema educativo"

ALTA DIRECCIÓN / Isidre Fainé, espíritu de sacrificio y superación permanente
