

REGISTER



ESCRITO POR BÉRTOL GOROSPE (II)

PRINT E-MAIL

Seguir a @eexcellence 2,049 seguidores

Inteligencia económica: el valor de la monitorización

Usar puntuación: 5 / 3

Malo Bueno

Expertos gestión empresarial - Artículos publicados

MERCADOS / ESTRATEGIA / NEGOCIOS

Si en mi anterior artículo explicábamos qué es la Inteligencia Económica y sus diferentes variantes (inteligencia/vigilancia tecnológica, competitiva, estratégica, social...), en el actual nos centraremos en uno de sus pilares fundamentales: la monitorización continua.

Es posible que algunas cosas que vayamos a comentar puedan bien sonar a "Perogrullo", bien ir totalmente en contra de la mal llamada "cultura latina".

La Inteligencia Económica (y sus respectivas disciplinas) se basan en la monitorización continua de aquellos "planos" (tecnológico, competitivo, estratégico, jurídico, social...) de interés para una organización.

Pero, ¿qué quiere decir esto? Que no vale con pegarse una "pechada" para saber cómo está el plano competitivo en un momento dado y no volverlo a hacer hasta 2-3 años después. Esto es a lo que nos referimos con la mal llamada "cultura latina". No vale situar nuestra estrategia ahora frente a todo nuestro mercado y no volver a revisarla, ni contrastarla, hasta 2-3 años más tarde. No vale conocer nuestra reputación corporativa hoy y dejarla al libre albedrío sin volver a medirla hasta pasados 2-3 años.

El entorno económico, competitivo, regulatorio y social no es como en los años 50-80. Es infinitamente más rápido. Es un entorno líquido que se nos escurre entre las manos y precisa de un control continuo.

A menudo hay empresas que contratan servicios de Inteligencia Económica solo para un momento puntual, por ejemplo el desembarco en un nuevo país y la búsqueda de un socio local. Otras tantas se asocian por percepción sin ningún criterio objetivo definido. El no efectuar un análisis previo, contraste, seguimiento y monitorización continua de este nuevo mercado y del socio local puede conllevar grandes perjuicios, tal y como ocurrió en este ejemplo concreto.

Una multinacional dedicada al mantenimiento de redes eléctricas y otras infraestructuras decidió emprender su andadura en un país de Europa del Este, del cual ni tenía control, ni conocimiento. Finalmente buscó una persona bien asentada en este país que le permitiera introducirle y a cambio le hicieron socio de la nueva empresa fundada en destino. Esta persona estaba profundamente arraigada a la presidencia del país y se encargaría de abrir algunas puertas y facilitar la entrada en proyectos de envergadura.

Finalmente resultó que esta empresa, guiándose del puesto de la persona escogida y sin hacer un análisis en profundidad, se vio envuelta en una situación complicada. Arrancadas algunas operaciones y contactos, saltó el escándalo. Las compañías que frecuentaba, los negocios que tenía, la relación política y su situación con los medios de comunicación le obligaron a salir del país de inmediato por varios casos de corrupción. Algo que no es tan raro en países latinoamericanos y/o de Europa del Este.

El caso es que la empresa se quedó totalmente empantanada, con proyectos encima de la mesa sin poder echar a andar, con contactos difíciles de retomar, con una imagen dañada por el socio local escogido y sin saber qué paso siguiente dar.

Una monitorización continua de su posición en este país a través de Inteligencia Económica hubiera conllevado:

1. Una **vigilancia competitiva** de esta empresa frente a los competidores locales y extranjeros que pretendían entrar en el país. Conociendo sus movimientos y su forma de desembarcar, además de sus socios locales.
2. Una **vigilancia tecnológica** de esta empresa frente a la competencia, pudiendo ofrecerle ventajas competitivas reales en la presentación de propuestas y proyectos.
3. Una **vigilancia del socio local** mediante técnicas de vigilancia social que permitieran conocer su situación e interrelaciones y hubieran permitido a la empresa contar con un Plan B y C en el caso de que esta persona (como ocurrió finalmente) tuviese que desaparecer del proyecto.

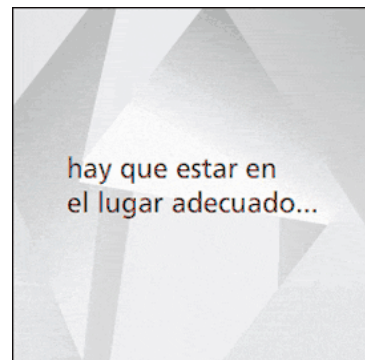
Estos hechos, al igual que otra multitud de ejemplos que podríamos contar, se resumen en tres ventajas fundamentales que ofrece la monitorización o seguimiento continuo:

- **Control del entorno:** Cada vez es más cambiante y requiere de un seguimiento mayor. Lo importante no es tener la información, sino tenerla en forma y fecha adecuados para reaccionar primero.

- **Generación de eficiencias de trabajo:** El seguimiento continuo permite ir mejorando y profundizando en los diferentes sistemas de vigilancia, pudiendo establecer métodos tempranos de alerta y focalizarnos en aquellos aspectos de mayor interés o mayor riesgo.

- **Reducción de costes en relación a la calidad obtenida:** Además permite con un menor esfuerzo económico puntual recoger mejores frutos a medio plazo. Por ejemplo, si hacemos un único informe de vigilancia tecnológica de 200 fuentes de información podremos contener una buena base. Sin embargo, si hacemos 4 informes de 50 fuentes de información, seguramente, solo por el mero hecho de haber testado y contrastado las fuentes en el tiempo es más que posible que, además de haber controlado un periodo de tiempo mayor, podamos discernir entre fuentes primarias y secundarias de información.

La monitorización, el seguimiento, el sistema de alertas, el análisis de información; ese es el auténtico valor de la Inteligencia Económica. No está en esa información que nos provee el Inspector Gadget de turno en un momento dado. Y no está ahí porque esa información no se puede contrastar con facilidad, porque no se puede trazar con facilidad, porque deja muchas



Conoce BMW Madrid

dudas sobre la fiabilidad, y un larguísimo etcétera de peros que podríamos encontrar al respecto.

Monitorizar permite controlar el entorno, el mercado, el nicho, sí; pero también permite controlar la propia información. Permite tener un histórico de la propia información; permite, en suma, tener información sobre la propia información. Y este es un valor fundamental para las empresas que solo puede obtenerse desde la metodología de Inteligencia Económica.

Publicado por **Bértol Gorospe**, **TopTen Strategic Marketing Spain**

Director idInteligencia y profesor ESIC Business School

0
tweets
tweet

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

Conozca el
precio de una
vivienda desde internet

Newsletter Executive Excellence

Nombre

Correo electrónico

Términos y Condiciones

Registro

...

Buscar ...



ORGANIZACIÓN
COLABORADORA

Ø GREF

LIDconferenciantes
.com

pharos



Noticias más vistas...

MODELO DE NEGOCIO / MIT Sloan School of

Management: el impacto del conocimiento en la sociedad

EXPERTOS EN GESTIÓN / El poder de una sonrisa

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

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

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



Executive Excellence Management S.L. © Todos los derechos reservados. Aviso Legal

Green Red

Blue