

CÓMO LA INTELIGENCIA COMPETITIVA APOYA A LA INNOVACIÓN

Este documento es un resumen del artículo “Cómo la Inteligencia Competitiva apoya a la innovación” (por Joaquín Tena Millán y Alessandro Comai) publicado en PUZZLE, edición N° 8 - Patentes y Vigilancia Tecnológica - Noviembre-Diciembre 2003

La Inteligencia Competitiva y la Vigilancia Tecnológica son herramientas capaces de proporcionar mayor capacidad de innovación a la empresa y a sus procesos (ya sea de tipo radical o incremental), ya que son las que proporcionan la información necesaria del entorno. En toda empresa, la innovación es necesaria, tanto para conseguir el éxito económico y los objetivos marcados, como para prevenir posibles desviaciones. La incorporación de la práctica de Inteligencia Competitiva y Vigilancia Tecnológica, ya es una innovación, ya que indican una nueva forma de trabajar.

En cualquiera de los ámbitos/procesos de la empresa la innovación puede ser fuente de grandes beneficios. Destacamos, por su alcance y repercusión dentro de la empresa, la estrategia, el marketing y la comunicación, y la voz de los clientes.

Así pues, para asegurar el éxito económico continuado, la empresa necesita de la “destrucción creativa”, que se fundamenta en la innovación, la cual adopta diversas formas dentro de la empresa en relación al proceso que se aplique.



La estrategia de la empresa por ejemplo, puede aprovecharse de la innovación al intentar comprender su entorno:

- A quien sirve: la empresa necesita del conocimiento del mercado al que se dirige
- Qué ofrece a sus clientes: la empresa necesita conocer bien su producto en relación a los de la competencia
- Cómo proporciona valor: la empresa necesita analizar constantemente su cadena de procesos, y compararlos con otras formas de trabajar (benchmarking).

¿Cómo y dónde aplicar la innovación a la empresa?

- En el producto: búsqueda constante de nuevos diseños o nuevas funcionalidades
- En los procesos: rediseñando nuevas formas de hacer las cosas
- En la tecnológica: aplicando conocimientos científicos a la creación o rediseño de nuevos productos o servicios.
- En el mercado: descubriendo nuevos productos que satisfagan mejor las necesidades.
- Innovación Incremental: asociada a la mejora continúa.

Vemos que la clave para alcanzar una mayor innovación en el proceso de producción de las empresas está en la Información; de los clientes, de la competencia, del mercado... Y esta información se consigue a través de la Inteligencia Competitiva y la Vigilancia tecnológica. Estas dos herramientas son estímulos para la innovación.

Dos tipos de innovación: dos formas de aplicar el conocimiento a la empresa

Para desencadenar procesos de innovación en las empresas, la información, fruto de una atención activa y sistemática del entorno, es básica.

En función del tipo de innovación, la Inteligencia competitiva también se aplicará de una forma u otra:

- Para una innovación incremental, la Inteligencia competitiva será una herramienta sistemática de recopilación de información, logrando así un cambio constante.
- Para una innovación radical, la inteligencia competitiva se aplicará al estudio previo del trabajo interno y de sus procesos, y del estudio de sus procesos, con el fin de lograr un cambio radical en la organización.

Fuente: PUZZLE Revista Hispana de la Inteligencia Competitiva www.revista-puzzle.com

PUZZLE

Revista Hispana de la Inteligencia Competitiva

PUZZLE Revista Hispana de la Inteligencia Competitiva, publicación electrónica bimestral, de formato académico-científico con acceso gratuito por suscripción. Tiene la misión de difundir el conocimiento y práctica de la Inteligencia Competitiva y de la Vigilancia Tecnológica entre las empresas y organizaciones de la Comunidad Hispana. Los artículos y trabajos de PUZZLE son inéditos y están realizados por reconocidos expertos de la IC y la VT, desarrollando temáticas del interés de los grupos profesionales y académicos de toda la Comunidad Hispana.