

# LA INTELIGENCIA COMPETITIVA

Definiciones  
y el proceso

03

Proceso sistemático de recoger y analizar información acerca del entorno, los consumidores y competidores en su contexto, de forma de contribuir con la toma de decisiones de negocios.

04

Autoanálisis como primer paso



Modelo de  
Inteligencia  
competitiva

Carlos  
Jiménez

# Definiciones y el proceso

03

Proces  
analiz  
entorn  
comp  
forma  
decisi

Proceso sistemático de recoger y analizar información acerca del entorno, los consumidores y competidores en su contexto, de forma de contribuir con la toma de decisiones de negocios.

# Otras definiciones

"Inteligencia competitiva es información, altamente específica y a tiempo, acerca de una corporación" - Leonard Fuld.

"Todas aquellas cosas que deben conocerse de antemano, previo al inicio de un curso de acción" - Lagerstam.

"Inteligencia competitiva es una manera de pensar" - Rothschild.

# El proceso de inteligencia competitiva



# Identificación



**Punto crítico de la fase:**

**Relevancia estratégica de la información**

1. Cuál es el problema de negocios: vender más a los clientes actuales, defender una posición de mercado, etc.
2. Qué decisiones se deben adoptar: incorporar nuevos productos a la cartera, aumentar los precios, desarrollar una campaña promocional, etc.
3. Quiénes son los competidores directos y con qué empresas se compite indirectamente, en términos del grado de sustitución en el mercado.
4. Qué información específica de la competencia se requiere, según el problema de negocios planteado.

# Recolección



## Punto crítico de la fase: Eficiencia del proceso

1. Canales naturales: medios de comunicación, conferencias, fuerza de ventas, proveedores, clientes, asociados, archivos propios
2. Otras áreas funcionales
3. Investigaciones de mercado
4. Reportes de empresas especializadas

# Análisis



**Punto crítico de la fase:**

**Maduración del análisis: objetividad**

1. ¿Qué entendemos sobre nosotros mismos y sobre el problema luego de reflexionar sobre el mismo y redefinirlo?
2. ¿Qué información nos falta?
3. ¿Cómo la nueva información que hemos buscado amplía (o distorsiona) nuestra percepción del problema?

# Comunicación



## Punto crítico de la fase: Credibilidad

1. Los mapas son incompletos.
2. Evitar caer en la trampa de la predicción en vez del aprendizaje.
3. Sólo apoyada en data histórica: es como manejar hacia adelante viendo por el retrovisor.
4. Se genera una dinámica defensiva en vez de colaborativa.
5. Siempre estará "equivocada" a posteriori y pierde credibilidad progresivamente: se convierte en "planificación".