

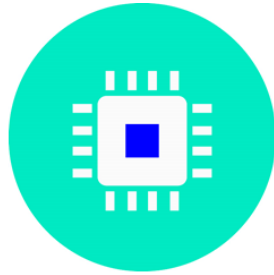


Aplicaciones

A.2.- IC y la estrategia
tecnológica

1. Introducción

Esta píldora analiza la importancia de la Inteligencia Competitiva como input a la hora de definir la estrategia tecnológica de una organización, que habitualmente se ve plasmada en un Roadmap Tecnológico. Se presentan las fases del Roadmapping y se explica cómo la IC ayuda a definir cada una de ellas.,



Estrategia tecnológica

2. La IC y la estrategia tecnológica

El Roadmapping Tecnológico es una herramienta que apoya la planificación estratégica del desarrollo tecnológico de la empresa, representando en una línea temporal los productos/servicios actuales y futuros de una organización y las distintas opciones de evolución tecnológica que tiene para los mismos, bien mediante desarrollo o bien mediante adquisición, alineado todo ello con los requisitos que impone el mercado y los retos estratégicos que los impulsa. El Roadmap se realiza partiendo del Mercado y llegando hasta los proyectos.

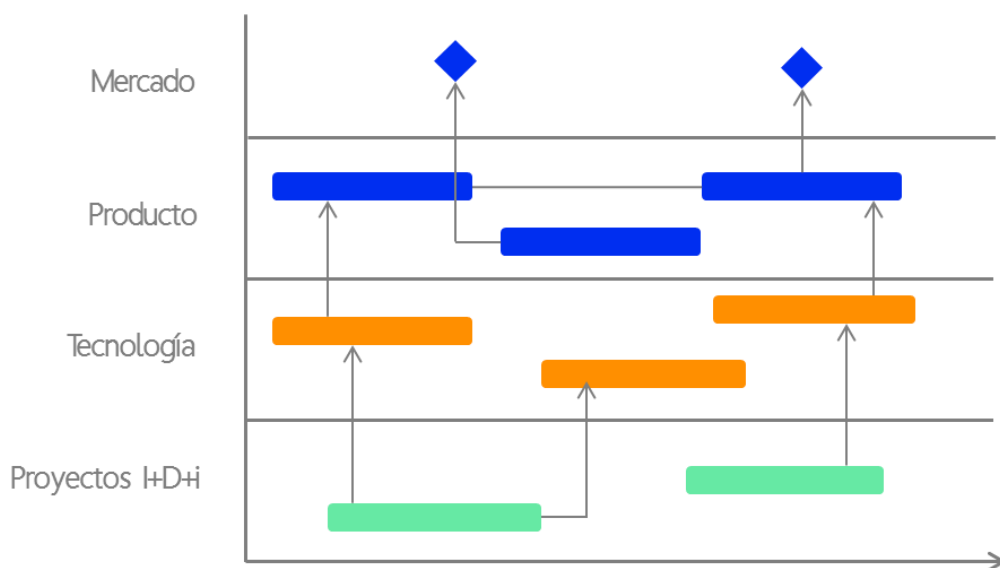


Figura 1: Roadmap

La Inteligencia Competitiva aporta inputs de calidad a los distintos niveles que componen el Roadmap Tecnológico (Mercado, Producto, Tecnología y Proyectos) de la siguiente forma:



Mercado - Sectores

Se parte siempre del mercado. Identificando aquellos a los que se dirigirá el negocio en el futuro, los drivers o características de producto de cada uno de esos mercados y los conceptos tecnológicos a los que responden. Se entiende por driver de mercado aquellas características de los productos que son valoradas o requeridas por dicho mercado.

La Inteligencia Competitiva ayuda a conocer los mercados objetivo, a entender su comportamiento y a detectar los aspectos tecnológicos que responden a este comportamiento.

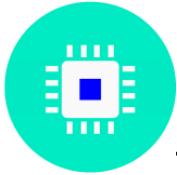


Producto

Una vez obtenidos los drivers del mercado se trata de identificar cómo se les dará respuesta. Para ello se analizan y se agrupan configurando las características de los nuevos productos, mejoras de los actuales o desarrollos tecnológicos a través de los cuales se abordarán los mercados.

Conocer los productos que hay en el mercado y las características/funcionalidades de cada uno, es imprescindible para decidir cómo caracterizar el producto propio, y la IC debe aportar información relevante.

Analizar para cada uno de ellos cuál es la situación de partida: riesgos, barreras, alianzas necesarias, facilitadores, carencias de conocimiento etc. a abordar.



Tecnología

En esta fase se deben identificar las tecnologías a desarrollar para cubrir las necesidades de los productos, mercados y conceptos tecnológicos identificados en la capa superior. Pueden ser tecnologías horizontales o aplicables a un producto/ mercado concreto.

Para identificar correctamente las tecnologías es necesario conocer el estado del arte de las mismas y la IC juega un papel importante para ello.



Proyectos

En este nivel se planifican los proyectos que será necesario realizar para alcanzar los aspectos técnicos necesarios. Es decir, se estiman los recursos, se establecen las prioridades, se fijan las fechas objetivo y duración de los distintos proyectos.

En resumen, para la elaboración de un Roadmap Tecnológico es imprescindible contar con un conocimiento previo de las necesidades y la evolución del Mercado, de los Productos demandados y las Tecnologías (pasadas y futuras) que incorporan dichos Productos. Asimismo, deben definirse correctamente los Proyectos a ejecutar para desarrollar todo ello. Y para disponer de información actual y relevante es imprescindible contar con un Sistema de Inteligencia Competitiva eficiente.