



2. ¿Cómo se hace?

2.4.- Los factores críticos
de vigilancia

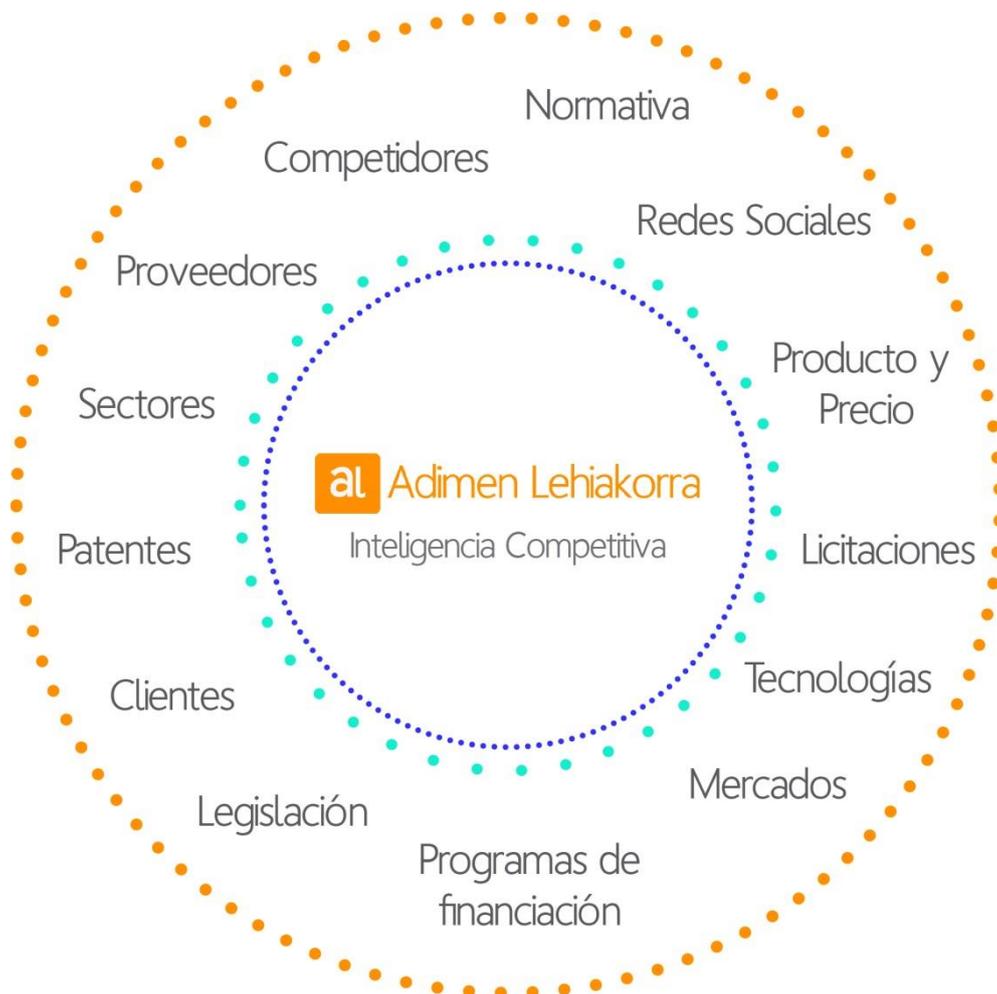
1. Introducción

Cuando una organización afronta la puesta en marcha de una Unidad de Inteligencia Competitiva, deben establecerse claramente los focos de interés o necesidades de información que tiene la organización. Estos focos de interés son lo que se denomina Factores Críticos de Vigilancia (FCV). En esta píldora se analiza qué son los Factores Críticos de Vigilancia, se explica la importancia de una correcta definición de los mismos y se presentan distintas técnicas para su obtención.

2. Los Factores Críticos de Vigilancia (FCV)

Según la Norma UNE 166.002, la primera fase del proceso de vigilancia es la identificación de los factores críticos de vigilancia, a los que define como “las cuestiones externas a la organización cuya evolución es crucial para su competitividad: tecnologías emergentes, competidores actuales y potenciales, desarrollo de los mercados y del entorno.”

El siguiente gráfico muestra ejemplos de las temáticas en torno a las cuales puede girar la vigilancia de una organización:



Una correcta definición de los FCV es vital para que el sistema sea eficiente, focalizando los esfuerzos en las temáticas que resultan de interés para la organización.

Para definir los factores críticos de vigilancia, una organización puede optar por diferentes métodos, aunque los más habituales suelen ser:

- Analizar la cadena de valor de la organización para identificar aquellos factores que son clave en la generación de valor.
- Entrevistas individuales con personas de responsabilidad en distintos ámbitos de la organización, para así abarcar las necesidades de diferentes áreas temáticas.
- Realizar talleres de Brainstorming o Brainwritting, donde las personas que toman decisiones dentro de la organización definan sus necesidades.
- Acudir al Plan Estratégico o Plan de Gestión de la organización y valorar cuáles son los factores que mayor influencia pueden tener en la consecución de los objetivos.

Como se puede apreciar, no existe una "fórmula mágica" para la definición de los FCV; habitualmente, la mejor aproximación suele ser aquella que se hace desde el sentido común y teniendo en cuenta las necesidades reales de los destinatarios de la información recabada, es decir, de las personas que toman decisiones en la organización.