

**LA INTELIGENCIA CORPORATIVA, COMPONENTE ESTRATÉGICO PARA LAS
GRANDES EMPRESAS DE SEGURIDAD PRIVADA**



AUTOR

NESTOR ORLANDO RUBIANO MUÑOZ

TUTOR TEMÁTICO

JORGE ISAZA

TUTOR METODOLÓGICO

JUAN MANUEL SILVA

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES, ESTRATEGIA Y
SEGURIDAD
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE LA SEGURIDAD
BOGOTÁ DC., DICIEMBRE DE 2019**

Tabla de contenido

Resumen	2
Abstract	3
Introducción	4
Desarrollo del tema	6
La IC en las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada	6
La IC para generar valor	17
Conclusiones	20
Referencias	22

Resumen

Este ensayo busca explicar cómo las grandes empresas de vigilancia y seguridad aplican la Inteligencia Corporativa para mejorar su competitividad, describiendo el alcance que puede tener esta función como un componente estratégico generador de valor a sus productos y servicios, considerando algunas opciones para fidelizar a sus clientes.

Palabras clave: inteligencia, inteligencia corporativa, inteligencia competitiva, gestión del conocimiento, toma de decisiones, agregación de valor.

Abstract

This essay seeks to explain how large surveillance and security companies apply Corporate Intelligence to improve their competitiveness, describing the scope that this function can have as a strategic component that generates more value to their products and services, considering some options to build loyalty to their customers

Keyword: intelligence, intelligence corporate, intelligence competitive, knowledge management, decision making, value addition.

Introducción

En el ambiente competitivo de la actualidad, las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada se ven enfrentadas a retos de alta envergadura para lograr sostenibilidad y supervivencia en el tiempo, por lo cual no pueden ser pasivas dado el ritmo acelerado de la tecnología, la creación de nuevas empresas y la alta competencia por obtener la aprobación de los clientes actuales y conseguir nuevos y así garantizar la continuidad del negocio, esto implica mejorar constantemente sus procesos, productos y servicios, pero además a proyectar la generación de valor que sirva para sí mismas y para sus clientes. Un mercado tan específico y cerrado como el de la seguridad privada tiene que reinventarse cada día frente a la demanda de servicios y la necesidad de crear valor que las diferencien de las otras empresas del mismo sector o modelo.

Por esto las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada hacen de la Inteligencia Corporativa (IC) un componente estratégico para lograr mayor competitividad, adoptando su aplicación por cuenta propia y bajo la premisa de gestionar el conocimiento para alcanzar mayor desarrollo y adaptarse a las imposiciones del entorno, en busca de generar mayor valor a sus productos y servicios, creando nuevos, adquiriendo nuevas tecnologías y desarrollando herramientas tecnológicas en torno al core principal de su actividad comercial, la seguridad.

Es así como la generación de nuevo conocimiento a partir de la recolección, tratamiento, análisis y difusión de la información disponible a nivel interno o externo es un factor clave para la competitividad que trasciende en los procesos de la organización a nivel táctico, operativo y estratégico y que aumenta de forma intrínseca su capital intelectual y estructural.

En este ensayo se explica cómo las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada aplican la Inteligencia Corporativa generando mayor competitividad, ya que al implantarla en sus procesos desarrollan la capacidad de anticiparse a los cambios de la industria de la seguridad, y generan más posibilidades para captar clientes y dar a sus actuales valor y elementos diferenciadores con relación a otras empresas del sector.

Desarrollo

La IC en las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada

Como lo define Espona, R. (2012) citado por Delpon, I. (2012), la Inteligencia Corporativa es la inteligencia especializada en el ámbito corporativo y desarrollada por la propia entidad como función corporativa. Aporta conocimiento al Gobierno Corporativo y a la Dirección Ejecutiva para su toma de decisiones, con gran trascendencia a nivel estratégico, pero también aplicable en los escalones operacional y táctico, por ende, este ensayo tiene como objetivo principal explicar cómo las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada aplican la Inteligencia Corporativa generando mayor competitividad. Según palabras de Mulet, C. (2009) la “Sociedad del conocimiento y las organizaciones que aprenden”, la idea de gestionar el conocimiento; el capital intelectual, como se ha denominado a lo que en realidad constituye el factor más importante para el desarrollo empresarial y cómo buscar que imprima nuevos valores a los productos y servicios”, a partir de esta premisa, según la autora: “se toman como cambios en la práctica empresarial, generalmente con el objetivo de alcanzar un mejor desarrollo o adaptarse a las imposiciones del entorno”.

Uno de los componentes del capital intelectual es el capital estructural, el cual se subdivide en idiosincrásico y esencial, ahora bien, si se asume que no todo el conocimiento de una empresa puede ser estratégico, se hace necesario establecer qué tipo de capital estructural se tiene, de esta manera la creación de nuevo valor, desde una dirección estratégica, tendría su epicentro en el aumento de beneficios a los clientes y de cara a los costos en los que puedan incurrir al obtener éstos, en esta línea, el capital estructural de la empresa puede añadir valor si contribuye a reducir precios, mejorar el servicio y las características de los productos para los

clientes. (Ordoñez, P, (s.f). En este sentido, la IC da mayor alcance a una compañía y a cada uno de sus servicios al gestionar, recolectar, tratar y analizar la información que la rodea transformándola en nuevo conocimiento que le permite innovar en todas las etapas del negocio, produciendo mayor valor para los clientes y creando mayores ventajas frente a la competencia, así aumenta su capital intelectual y mejora su capital estructural, lo cual reflejará a futuro mayores ventajas competitivas. Guerra, J (2003) asegura que el capital intelectual es un activo intangible de las compañías relacionado con el conocimiento, en este sentido y para lograr este propósito, la IC aporta a las empresas que tienen la necesidad de adquirir ventajas competitivas en su actividad comercial, información permanente tanto a su estructura corporativa como a cada uno de sus encargados, específicamente a aquellos directivos con la capacidad de tomar decisiones, proporcionándoles información debidamente depurada y tratada que evita encausarse hacia servicios, objetivos y metas comerciales de forma equivocada, encargándose de estudiar sus propios recursos para descubrir nuevas fuentes de valor. Así mismo, Guerra señala que la velocidad con que las organizaciones logren producir nuevos campos de negocio, es una herramienta esencial que les da un valor agregado para que puedan ser superiores a sus competidores y las empresas exitosas son aquellas que constantemente crean, adquieren y transfieren el nuevo conocimiento, lo difunden en toda la organización y lo incorporan a sus nuevas tecnologías y productos. Guerra, J (2003). Así mismo, Guerra indica que el capital estructural es la infraestructura innovadora de la empresa, el cual, junto con otros capitales como Humano y Economía de los Mercados, se convierten en utilidades, entonces se puede decir que al implantar la IC en una empresa se convierte en parte del capital estructural en una potencia de valor de la ventaja competitiva.

Chitiva, S. Castellanos, D. Guerrero, R. (2010), señalan: “frente a estas nuevas condiciones, la generación de conocimiento a partir de información disponible a nivel interno o externo es un factor clave para la competitividad”. Teniendo en cuenta lo anterior, la Inteligencia Corporativa podría plantearse como una función que puede ser desarrollada por las grandes compañías de vigilancia y seguridad privada que pretendan abordar nuevas formas de gestionar el conocimiento y transformar los datos que la rodean en información importante, objetiva y aprovechable para apoyar la toma de decisiones que les permitan la continuidad a su negocio mediante la aportación de valor a sus servicios y la creación de nuevos para atraer y retener por mucho más tiempo a sus clientes.

En entrevista con el mayor ra, Alejandro, A (2019), señaló: las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada, han tenido una evolución bastante significativa y afectada por los cambios en las dinámicas de los riesgos que afectan personas y organizaciones. No olvidemos que los procedimientos en estas empresas devienen de las prácticas militares, que en otrora, influenciaban a las empresas en formación. La seguridad física como la conocemos, no ha cambiado tan rigurosamente, sin embargo, si se han introducido otras aplicaciones que ayudan a la labor de seguridad. La inteligencia, especialmente la Inteligencia Corporativa, está siendo utilizada con mayor frecuencia para optimizar la prestación del servicio y ser competitivos en el medio.

La transformación tecnológica permite que la búsqueda de información sea más ágil y direccionada a los intereses propios de cada organización. La Inteligencia Corporativa crea una ventaja competitiva sobre el resto de las empresas homólogas, puesto que la información anticipada es un recurso que los gerentes pueden usar para la toma acertada de decisiones, no solamente en el menor tiempo posible, si no reduciendo los niveles de incertidumbre.

Generalmente la toma de decisiones basada en IC afecta a todos los niveles de la organización desde el área administrativa, recursos, proveedores, clientes, hasta el área operativa, donde sin duda, presenta su mayor fortaleza. Los cambios en las organizaciones deben ser planeados y fundamentados en la experiencia de los hechos, estos a su vez, son generados a partir de las decisiones anticipadas. Se puede afirmar que, un correcto uso de la información, enruta a las organizaciones hacia una evolución positiva. La inteligencia ha tenido una evolución a través de los años; en esta evolución, cuenta con diversas interpretaciones por quienes conocen el tema. De acuerdo con lo expuesto por Alejandro Calle, las actividades que se involucran para generar inteligencia se pueden agrupar en 4 procesos generales: 1) Búsqueda y recolección, 2) Procesamiento; 3) Análisis y difusión.

Esos pasos pueden variar de acuerdo a la entidad o empresa que realice las actividades; sin embargo, en términos militares y de acuerdo a la Ley de Inteligencia publicada el 17 de abril de 2013, se reglamentan 5 fases, así: planeamiento, recolección, procesamiento, análisis y difusión de la información. Las empresas de seguridad y vigilancia privada, han implementado el proceso anterior por medio de pequeñas unidades de análisis, que permiten reunir la mayor cantidad de información posible para procesarla y convertirla en Inteligencia Corporativa.

Empero, antes de tener en cuenta lo expuesto por Calle, A, 2019, se debe tener en cuenta el enfoque de inteligencia abordado desde la Inteligencia Corporativa, ya que según Gibbons y Prescott (1996); Escorsa y Rodríguez (1997); Palop y Vicente (1999); Morcillo (2003); SCIP (2004); UPDCE (2006); López et al, (2006) (citados por Chitiva,2010); Castellanos et al,2010); et al Guerrero, 2010), existen cinco principales formas de inteligencia:

competitiva, tecnológica, de mercados, de negocios y organizacional, bajo esta consideración, las empresas de vigilancia y seguridad privada adoptan el enfoque de inteligencia integral con carácter transversal a los otros enfoques de inteligencia.

Los anteriores autores definen los enfoques de inteligencia así:

- ✓ Inteligencia competitiva IC: es un proceso cíclico con etapas bien definidas (ciclo de inteligencia) que producen conocimiento para luego distribuir y gestionar la información sobre el contexto externo susceptible de afectar a las planificaciones, decisiones y operatividad de la organización mejorando la competitiva.

- ✓ Inteligencia tecnológica IT: para Chitiva, Castellanos, Guerrero, (2010), en concordancia con Stollenwerk y otros (1998); Morote y Nuchera (1999); Orozco (1999); Lichtentaler, (2004b); Rincón & Ortiz (2005); Castellanos et al (2005), la IT es una actividad para la búsqueda y manejo inteligente de información tecnológica, en la cual también se aplica en ciclo de inteligencia, este proceso sirve para realizar la compra de nuevas tecnologías, evaluar las que se tienen y las de los competidores.

- ✓ Inteligencia de mercados IM: para Chitiva, Castellanos, Guerrero, (2010), en concordancia con: Conduit (1998); Wood (2000); Ostertag (2001); Sheppard (2001); Arnold (2006); Le Bon & Merunka (2006); Zapateiro (2007); Juntarung & Ussahawanitchakit (2008); Jackson (2009), la IM es la información sobre todo lo relacionado sobre la cadena de comercialización de productos, su comportamiento, en la

búsqueda de ventajas competitivas y evitar equivocaciones en la introducción al mercado.

- ✓ Inteligencia de negocios IN: para Chitiva, Castellanos, Guerrero, (2010), en acuerdo con Savioz (2004); Sánchez (2005); Jourdan et al (2008), la ID es un proceso para comunicar y mejorar puntos débiles de la empresa, también de los bienes y datos acumulados en información útil para la toma de decisiones monitoreando el entorno en busca de información que sirva para posicionarse de forma competitiva posición competitiva de la empresa.

- ✓ Inteligencia organizacional IO: para Chitiva, Castellanos, Guerrero, (2010) y Dutra (2001), Ercetin (2002, 2003), Fachinelli et al (2006), Menkes (2007); Rodríguez, y (2008), la IO es una actividad que permite reunir, procesar, interpretar y comunicar la información necesaria en los procesos de toma de decisiones.

En últimas, la Inteligencia Corporativa aplicada por las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada busca obtener ventajas competitivas mediante la transformación de la información en acciones que beneficien a la corporación, cerrando el margen de desconocimiento y errores en el análisis de la información evitando la equivocada toma de decisiones, también y observando la tendencia actual, estamos en dirección a un modelo de Inteligencia Integral, (Gutián, 2016).

Por otra parte, e indudablemente, como lo indica González, A. (2014) una de las funciones que siempre tendrá la inteligencia es anticipar las acciones de los competidores,

identificar las fortalezas y debilidades de la competencia, esto ayudará a anticiparse y adelantarse a sus iniciativas. Identificar las señales tempranas de sus competidores le ayudará a juzgar la gravedad de la amenaza y desarrollar una respuesta rápida y eficaz. También González, (2014) da ejemplos de la aplicación de IC en anticipar las acciones de los competidores, analizar tendencias de la industria, aprendizaje e innovación y mejora de la comunicación, cita algunos ejemplos como el siguiente: su competidor abre un proceso de selección para el área de operaciones ¿Estará consiguiendo más clientes? También asegura que la IC obliga a los gerentes a mantenerse atentos al entorno, indicando que mediante el análisis se llega a ser capaz de adaptar los productos y servicios, innovándolos y mejorando las ofertas.

Según estos mismos autores, es posible realizar procesos de IC orientados sobre cualquier eslabón de la cadena de valor de los competidores. Acá es importante considerar que no solamente la Inteligencia puede ser aplicada para ver la competencia empresarial, esto quiere decir que, las grandes empresas de seguridad a través de la Inteligencia Corporativa tienen la capacidad de aportar valor creando productos estratégicos de seguridad con contenido que les permite trascender de la seguridad física y electrónica a otros escenarios de la seguridad como lo extramural, ciberseguridad y protección de datos e información, siendo r aplicada a conocer cómo y dónde actúa la competencia negativa o criminal que afecta a la seguridad tanto de la compañías como de los clientes. Sin embargo, este proceso debe estar basado en los intereses mutuos y en lo que se pueda apoyar a cada uno de sus clientes para poder cocrear fácilmente y desarrollar herramientas que los beneficien a los dos, la IC desarrollada permite obtener información anticipada sobre estos competidores negativos como los actores armados ilegales, delincuencia organizada, delincuencia común, afectaciones a la seguridad y la movilidad por protestas sociales, entre otros.

Otro componente importante que tienen en cuenta las empresas de vigilancia y seguridad privada, de cara a la IC, es que junto con la vigilancia tecnológica (VT) les permite una participación relevante en los mercados emergentes y uno de los grandes beneficios que aporta la IC es la minimización de riesgo en la toma de decisiones y proporciona herramientas que sirven para anticiparse a los acontecimientos en torno al mercado, colocando a disposición del gobierno corporativo la información relevante para el desarrollo de nuevos productos y procesos. Valbuena, G. (2014)

En Colombia no hay una norma que regule la IC, sin embargo, en España existe la UNE 166006-2018, la cual es la base para la implementación de este proceso al interior de las compañías, según esta norma, su objeto es formalizar y estructurar el proceso de recolección, análisis y comunicación de información sobre el entorno de las compañías para apoyar la toma de decisiones en todos los niveles y propone la implementación de un sistema de vigilancia e inteligencia, términos que tuvieron un cambio ya que ésta anuló la edición de la UNE 166066-2011, en la cual se denominaban vigilancia tecnológica (VT) e inteligencia competitiva (IC), dejándolos simplemente en vigilancia e inteligencia y ligando a la IC con investigación y desarrollo (I+D+I). Lo que supondría, para su implementación, un cambio en su estructura y mapa de procesos en el que se incluye la creación de una nueva gerencia o dirección de I+D+I (investigación, desarrollo, inteligencia), en su proceso de direccionamiento, y si lo tienen presupuestado agregar un proceso misional de Inteligencia Corporativa. La experiencia de cuatro grandes e importantes empresas españolas señaladas por Postigo, J. (2000) en su artículo “La inteligencia competitiva en España: una encuesta sobre su utilización por parte de las empresas exportadoras”, de las cuales protege sus nombres por reserva de la información, pero describe su éxito en la aplicación de la IC en función de su actividad comercial,

fabricantes de productos de madera y software, cuyas diferencias en la orientación de los programas de IC son tácticas y estratégicas pero siendo su finalidad primordial el suministrar recomendaciones para actuar, las dos primeras son estratégicas con un grupo de doce personas bajo una sola dirección pero que también reciben la ayuda de personas de otras áreas para hacer inteligencia, mientras que las otras dos son más tácticas y sus unidades de IC están ubicadas en los departamentos de ventas, marketing y tecnología con el fin de tomar decisiones de corto plazo y en tecnología donde debe ingresar información a programas informáticos bajo unos parámetros previamente establecidos. Postigo, J. (2000) también asegura que en realidad sólo se pueden establecer criterios subjetivos para medir los éxitos de un programa de IC. Por este motivo consigue credibilidad sólo si contribuye a conseguir una posición de ventaja competitiva, entendida ésta no sólo en función de beneficios obtenidos sino también de riesgos anticipados y evitados gracias a su uso.

Tomando como punto de partida la UNE 166006-2018, las empresas de vigilancia y seguridad que quieren garantizar su permanencia en el tiempo, ven en la IC la oportunidad de abrir nuevas opciones y elementos diferenciadores en sus productos y servicios creando un equipo de IC que utilice un proceso metodológico basado en el ciclo de inteligencia o crear su propio ciclo pero siempre teniendo en cuenta tres grandes fases dentro de él: recolección de información, tratamiento de información y producción de información, definiendo para ello, su objetivo principal y un plan de búsqueda de información general y específico.

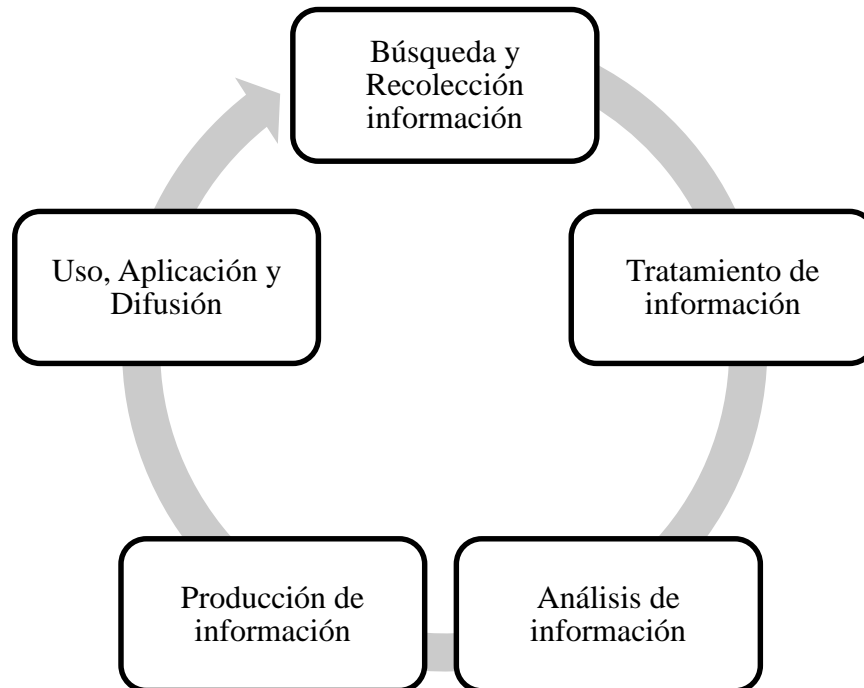


Figura 1: Ciclo de Inteligencia. Fuente: elaboración propia.

Esto es consecuencia con lo expuesto por Silva, E. (2019), quien asegura que la IC se puede adaptar al entorno de la operación de servicios de SVP sobre el cliente que contrata la protección, su espacio geográfico y el desarrollo de su actividad, logrando identificar aquellos factores de riesgo que lo puedan afectar como por ejemplo zonas inseguras con injerencia de la delincuencia, en sí, identificar factores más allá de los que permite la detección y la reacción por los métodos y procedimientos tradicionales. Silva, E. (2019), refuerza que la información debe de ser procesada y elaborada por el personal asignado para este propósito y que generará los informes consecuentes, también cita ejemplos en los que la IC podría tener aplicación como en el análisis delincencial del entorno, la idoneidad de un restaurante o de un alojamiento determinado. Complementando lo expuesto por este autor, se podría agregar que mediante los procedimiento de IC se logra la identificación de factores de riesgo en la

viabilidad de transitar una ruta mediante un estudio de inteligencia con información de carácter público, también otros dirigidos a determinar la posibilidad de visitar una región del país; sobre la factibilidad de aperturar una nueva sede; establecer la posibilidad de implementar una vitrina de negocios; o simplemente la generación de alertas tempranas basadas en información anticipativa sobre temas neurálgicos para la movilidad segura como cierres viales, eventos, marchas y manifestaciones. En general, este tipo de procedimientos también sirven para alimentar el estudio de seguridad de personas como el de las organizaciones.

Esnal, L. (2009), (citado por Moya-Espinosa, P. I., & Moscoso-Durán, F. F. (2017), considera que la inteligencia es bien realizada cuando se tiene la habilidad para llegar a las fuentes de forma legal y se obtiene la información útil que sirve para dar respuesta a la pregunta que se tiene. Esto en coherencia con el plan de búsqueda de información y el objetivo que tiene la IC dentro de la organización. Igualmente, Silva, E... (2019) indica que a través de la IC y la aplicación de diferentes técnicas de obtención de información desarrolladas por profesionales con diferentes habilidades con capacitaciones en áreas como la OSINT (Source Intelligence o Inteligencia de Fuentes Abiertas) y HUMINT (Human Intelillence, que son básicamente las fuentes de información humana).

La IC para generar valor

Al implantar la Inteligencia Corporativa como un componente estratégico las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada, desarrollan la capacidad de anticiparse a los cambios del mercado y de la industria de la seguridad, pero lo más importante, está relacionado con la capacidad de captar clientes y dar a sus actuales algunos valores agregados y elementos diferenciadores con relación a otras empresas del sector, asumiendo, mejorando y proveyendo de servicios de seguridad que son comercializados por empresas de otros rubros, llevándolos a un nivel tal de calidad, oportunidad y excelente precios se convierten en importantes agregaciones de valor que pueden ser monetizados y llegar a ser muy rentables en el tiempo, a la vez que la competencia no podrá calcar ni copiar los métodos utilizados para llegar a hacer un paralelo competitivo y supéralos.

Algunas empresas de vigilancia y seguridad privada han enfocado parte de su capacidad IC para apoyar el proceso comercial a nivel interno en la búsqueda de clientes potenciales y luego efectuar un estudio desde las unidades de Inteligencia Corporativa, mediante el cual obtienen las características y expectativas del cliente, así lo perfilan para poder ofrecerle aquello que está buscando y así satisfacer sus necesidades de seguridad e información, esto es muy importante porque al conocer anticipadamente al cliente pueden diseñar las ofertas comerciales mucho más enfocadas que aquellas que se hacen de forma generalizada, también la IC puede realizar recomendaciones sobre los riesgos que se pueden materializar al lograr una relación de negocios con el futuro cliente, lo más cercano a lo denominado como debida diligencia.

También apoyan a su área de operaciones proveyéndolas de información sobre el estado de seguridad de las vías a nivel nacional dándoles a conocer el panorama y una percepción sobre lo que ocurre, este proceso toma decisiones operativas basado en los hallazgos obtenidos desde la IC, especialmente, aquellas que son responsables de la prestación de servicios de escolta, mercancías e incluso, transporte de valores, lo que finalmente se verá reflejado en la satisfacción del cliente porque se evitan demoras operativas, se mitigan riesgos y se realiza un servicio con altos niveles de cumplimiento.

Otras opciones que tienen en cuenta las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada a la hora de captar clientes, es la elaboración de desarrollos basados en tecnologías de la información como aplicaciones móviles, plataformas web, mapas en línea y sistemas de alertas tempranas, entre otros, los cuales transmiten y permiten visualizar la información de seguridad, y aunque son desarrolladas por I+D, la IC juega un papel fundamental porque alimenta el contenido de estos sistemas con la información recolectada de diferentes fuentes de información y una vez que es validada y confirmada, puede ser usada por sus clientes para la toma de decisiones.

La aplicación efectiva de los procedimientos y métodos de la Inteligencia Corporativa en una empresa de vigilancia y seguridad privada posibilita la calidad intrínseca de sus productos y servicios, y por lo tanto, la creación de valor permitiéndole reducir sus costos operativos sin reducir ni disminuir su capacidad para cumplir con lo pactado contractualmente, también genera valor con productos asociados a la seguridad a costos asequibles para los clientes tales como informes estratégicos sobre movilidad, seguridad urbana y rural, movilidad y acceso a aplicaciones móviles de seguridad, lo cual fortalece la infraestructura innovadora y capacidad de cambio de la compañía. También posibilita el crecimiento del capital intelectual

al encausar de forma correcta la información analizada evitando el reproceso y el mejoramiento continuo de los procesos, fomentando la construcción de fortalezas competitivas de una forma más acelerada que el resto de sus competidores.

Conclusiones

La Inteligencia Corporativa es un componente estratégico utilizado por las grandes empresas de vigilancia y seguridad privada para hacerse más competitivas, siendo consecuentes con el cambio constante traído por el avance de las tecnologías y la competencia creciente, la desarrollan para obtener información anticipada con el fin de establecer planes y contingencias evitando ser avasalladas por la falta de innovación, creación de nuevos servicios y la generación de valor a cada uno de los servicios o productos existentes. Este componente utilizado de forma integral puede hacer que las empresas obtengan información de su entorno frente a la competencia, nuevas tecnologías, en temas organizacionales y desarrolle nuevos productos de seguridad que le generen no solo valor a agregado a sus clientes, sino también agregación de valor que pueda ser monetizada.

También la IC le da la oportunidad a las empresas de ampliar su portafolio hacia otros campos de acción atendiendo temas de interés para sus clientes como la seguridad extramural mediante el desarrollo de herramientas que sirvan para mantenerse informada e informar a sus clientes sobre lo que está sucediendo en su entorno, claro está, basada en una identificación clara de las necesidades reales de información que se obtengan de forma legal y sean procesadas bajo un modelo especializado y estandarizado como lo puede ser el ciclo de inteligencia.

La implementación de la IC en las empresas de vigilancia y seguridad privada trae consigo la formación de una nueva generación de analistas e investigadores que se profesionalizan en la producción de nuevo conocimiento, esto significa que al apostarle a esta función se requiere de un proceso de gestación, desarrollo y consolidación tanto a nivel interno de la compañía como al integrarse y trabajar en comunión con las empresas cliente.

Desde el punto de vista comercial a las empresas de seguridad les será rentable y podrán concederse el privilegio de conservar a sus clientes por mucho tiempo ya que se convierten no solamente en proveedores de servicios, sino en verdaderos aliados estratégicos que aportan desarrollos, nuevas y herramientas tecnológicas, apoyan a los procesos de seguridad de las compañías, también les proporcionan nueva información sobre seguridad y finalmente, todo esto puede llegar a ser una integración formal entre procedimientos y procesos de la empresa de vigilancia y seguridad privada y sus clientes.

Referencias

- Delpon, I. (2012). La “Inteligencia Corporativa” llega a las empresas españolas. La “Inteligencia Corporativa” llega a las empresas españolas, de RRHH Digital, tomado de: <http://www.rrhhdigital.com/secciones/82551/La-%E2%80%9Cinteligencia-corporativa%E2%80%9D-llega-a-las-empresas-espanolas>.
- Mulet, C. Pupo, F. (2009). La Inteligencia Empresarial como Función de Trabajo de la Administración, tomado de: <http://www.eumed.net/ce/2009b/mcpf.htm>.
- Ordoñez, P. (s.f). El Capital Estructural organizativo como fuente de competitividad empresarial. Un estudio de indicadores: noviembre de 2019, tomado de: https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/357/13_PatriciaOrdonez_357.pdf.
- Guerra Román Jorge Iván. (2003, abril 11). Capital intelectual de la empresa. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/capital-intelectual-empresa/>
- Chitiva, S. Castellanos, D. Guerrero, R. (2010). Inteligencia Empresarial como Proceso Integrador de Cinco Enfoques de Inteligencia en Organizaciones: Consideraciones para su Implementación en un Contexto de Economía Emergente. Octubre de 2019, tomado de: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/04_07_Inteligencia_Empresarial.pdf.
- Calle, A. (2019), comunicación personal. Noviembre 5 de 2019.
- Gibbons y Prescott (1996); Escorsa y Rodríguez (1997); Palop y Vicente (1999); Morcillo (2003); SCIP (2004); UPDCE (2006); López et al, (2006), Consideraciones para su Implementación en un Contexto de Economía Emergente. Octubre de 2019, tomado de: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/04_07_Inteligencia_Empresarial.pdf.
- Gonzalez, A. (2014). Inteligencia competitiva o el poder la información (un pequeño FAQ). Octubre de 2019, de IEB School, tomado de: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-inteligencia-competitiva-digital-business/>.
- Valbuena, G. (2014). Inteligencia competitiva, febrero de 2014, tomado de <https://www.portafolio.co/opinion/guillermo-valbuena-calderon/inteligencia-competitiva-47228>.
- Consultoria Biomundi. (2008). Inteligencia Empresarial Qué y Cómo. La Habana: IDICT.

Asociación Española de Normalización y Certificación. (2018). UNE 166066. Octubre de 2018, de UNE ORG, tomado de: <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma/?c=N0059973>.

Postigo, J. (2001). El Profesional de la Información, vol. 10, nº 10, tomado de:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2001/octubre/1.pdf>

Silva, E.. (2019). La Inteligencia Corporativa en Seguridad Privada (I). *Intelgentiae et Totalis Securitatis Observatorium*, tomado de: <https://intseglob.com/2019/02/27/la-inteligencia-corporativa-en-seguridad-privada-i/>.

Moya-Espinosa, P. I., & Moscoso-Durán, F. F. (2017). Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el modelo empresarial del sector hotelero colombiano. *Rev.investig. desarro.innov*, 8(1), 11-22. doi: 10.19053/20278306.v8.n1.2017.736711