

**CIENCIAMATRIA**

**Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología**

Año XI. Vol. XI. N°1. Edición Especial. 2025

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Instituto de Investigación y Estudios Avanzados Koinonía. (IIEAK). Santa Ana de Coro. Venezuela

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

[DOI 10.35381/cm.v11i1.1535](https://doi.org/10.35381/cm.v11i1.1535)

**Inteligencia competitiva en la gestión innovadora**

**Competitive intelligence in innovative management**

José Antonio Carvajal-Pérez

[carvajal.eiefd@gmail.com](mailto:carvajal.eiefd@gmail.com)

Universidad Rafael Beloso Chacín, Maracaibo, Zulia  
Venezuela

<https://orcid.org/0000-0002-7294-8517>

Adriana Boscán-Andrade

[adrianib\\_4@hotmail.com](mailto:adrianib_4@hotmail.com)

Universidad Rafael Beloso Chacín, Maracaibo, Zulia  
Venezuela

<https://orcid.org/0000-0002-3260-6432>

Recibido: 15 de octubre 2024

Revisado: 10 de diciembre 2024

Aprobado: 15 de enero 2025

Publicado: 01 de febrero 2025

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

## **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo generar un constructo teórico – metodológico sobre la Inteligencia Competitiva aplicada a la Gestión Innovadora de las Unidades Educativas de Bachillerato General Unificado en Quito, Ecuador. La metodología utilizada fue un paradigma Interpretativo cualitativo, el método Fenomenológico-Hermenéutico, El instrumento aplicado es la entrevista semiestructurada que se aplicó a tres rectores, tres vicerrectores y nueve docentes. Los resultados y análisis de las respuestas de los encuestados se clasificaron en categorías que reflejaran los distintos impactos de las prácticas competitivas en la gestión innovadora. Así, se identificaron categorías como la motivación y el compromiso, donde se evidenciaron aumentos en el interés y la dedicación de los estudiantes. En conclusión, la investigación generó un constructo teórico metodológico que integra la inteligencia competitiva con el fin de mejorar la calidad educativa, fortalecer el liderazgo directivo y garantizar que los estudiantes se formen con competencias competitivas para el mercado laboral.

**Descriptores:** Inteligencia; competencia; innovación; gestión; motivación. (Tesoro UNESCO).

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to generate a theoretical-methodological construct on Competitive Intelligence applied to the Innovative Management of Unified General High School Educational Units in Quito, Ecuador. The methodology used was a qualitative interpretative paradigm, the Phenomenological-Hermeneutic method. The instrument applied was the semi-structured interview that was applied to three rectors, three vice-rectors and nine teachers. The results and analysis of the respondents' answers were classified into categories reflecting the different impacts of competitive practices on innovative management. Thus, categories such as motivation and commitment were identified, where increases in student interest and dedication were evidenced. In conclusion, the research generated a theoretical and methodological construct that integrates competitive intelligence in order to improve educational quality, strengthen managerial leadership and ensure that students are trained with competitive competencies for the labor market.

**Descriptors:** Intelligence; competence; innovation; management; motivation. (UNESCO Thesaurus).

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

## **INTRODUCCIÓN**

En un contexto organizacional cada vez más cambiante, las institucionales comprenden la importancia crucial de la inteligencia de mercado para tomar decisiones estratégicas, producto de la aceleración de los cambios tecnológicos ha convertido a la información en un activo estratégico. Este contexto exige que las instituciones educativas experimenten una profunda transformación, guiadas por la inteligencia competitiva, para adaptar sus programas académicos en la formación de profesionales capaces de enfrentar los desafíos de un mercado laboral en constante evolución y satisfacer las demandas de las nuevas profesiones emergentes.

Al respecto, Cavaller (2008), señala que, la inteligencia competitiva se vincula con las prácticas tecnológicas. “que consiste en el proceso de búsqueda y análisis de la información sobre las innovaciones científicas, técnicas y tecnológicas que pueden representar un riesgo o una oportunidad para las empresas” (p. 56). En este particular, las oportunidades que garantiza la práctica de la inteligencia competitiva se inclinan hacia los contextos educativos, permitiendo acciones que favorecen la búsqueda y análisis de información sobre las últimas innovaciones científicas y tecnológicas que podrían representar oportunidades o amenazas para una empresa. Tradicionalmente, esta vigilancia se basaba en la exploración de bases de datos de artículos científicos y patentes.

Siendo esta la era del conocimiento, la innovación y la mejora continua de productos se han vuelto cruciales para el éxito empresarial, invadidos por impacto de las nuevas tecnologías de la información y la creciente competencia global han reorientado la estrategia empresarial, centrándola en la intersección entre competencia, tecnología e innovación. Ante estos cambios la gestión educativa no puede seguir atada a paradigmas tradicionales, debe reinventarse para ser más dinámica, eficiente y capaz de anticiparse a los cambios del entorno

Por consiguiente, la inteligencia competitiva se representa una herramienta clave para fortalecer la capacidad de adaptación y mejorar la calidad educativa, mediante

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

la identificación y el aprovechamiento de oportunidades estratégicas, derivadas de la toma decisiones en entornos de alta competencia.

Ahora bien, esta herramienta, en la gestión educativa permite a los líderes institucionales: conocer mejor el contexto en el que operan, anticipar cambios en el entorno, identificar tendencias emergentes y evaluar la eficacia de sus programas educativos. Este enfoque es especialmente relevante en el Bachillerato General Unificado, donde la educación debe estar alineada tanto con las demandas del mercado laboral como con las expectativas de los estudiantes, quienes necesitan formarse en competencias clave para enfrentar los retos del siglo XXI.

A pesar de su potencial, la implementación de inteligencia competitiva en la gestión educativa no ha sido una prioridad en muchas instituciones, especialmente en contextos como el ecuatoriano, donde persisten enfoques tradicionales y una resistencia significativa al cambio. La falta de conocimiento sobre este tipo de estrategias, sumada a los escasos de recursos tecnológicos y formativos, ha generado una desconexión entre la oferta educativa y las necesidades del entorno socioeconómico. Como resultado, los egresados presentan dificultades para insertarse en el mercado laboral, lo que pone en evidencia la necesidad urgente de innovar en la gestión y los métodos educativos.

El propósito de esta investigación es generar un constructo teórico – metodológico sobre la Inteligencia Competitiva aplicada a la Gestión Innovadora de las Unidades Educativas de Bachillerato General Unificado en Quito, Ecuador, mejorando la capacidad de los rectores para tomar decisiones estratégicas y promover una enseñanza de calidad. A través de un enfoque cualitativo hermenéutico, se busca comprender el significado que los rectores atribuyen a la gestión innovadora y los desafíos que enfrentan para adaptarse a los nuevos paradigmas educativos. Así mismo, se propone un conjunto de lineamientos teóricos y prácticos para facilitar la integración de la inteligencia competitiva en la gestión educativa, optimizando los recursos disponibles y potenciando la competitividad en las instituciones.

A fin de desarrollar la fundamentación teórica y práctica de la inteligencia competitiva

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

en el ámbito de la gerencia y el liderazgo educativo, la presente investigación se ha estructurado en cinco momentos. Esta división temática permite abordar de manera exhaustiva y sistemática los diversos aspectos que convergen en esta temática

## **MÉTODO**

El paradigma asumido es el interpretativo se basa en el proceso de conocimiento, en el cual se da una interacción entre sujeto y objeto en este sentido entre los docentes y niños de educación inicial y las familias. En él los hechos son inseparables. El método es fenomenológico; la fenomenología es un método filosófico que busca acceder a la esencia de las experiencias y los objetos, más allá de las interpretaciones subjetivas o las teorías preconcebidas. El proceso investigativo, es vinculante con la fenomenología, se trata de estudios sobre los fenómenos sociales como método cuya filosofía, explica el mundo real basada en la conciencia: para entender los significados, así como las estructuras y la esencia partiendo de la experiencia personales de los grupos que hacen vida en el contexto de estudio.

En la investigación por estar sustentada en el enfoque cualitativo se considera por las derivaciones conceptuales del procesamiento de la información, las relativas a las interacciones de los sujetos entre sí y con la investigadora, sus actividades y los contextos en que tienen lugar, la información proporcionada por los sujetos. Las informaciones son entendidos como interacciones, situaciones, fenómenos u objetos de la realidad estudiada, que el investigador recoge a lo largo de su proceso de investigación y que poseen un contenido informativo útil para los objetivos perseguidos en la misma. El investigador construye los datos y al hacerlo registra la información en algún soporte físico (notas de campo, grabación de audio o vídeo).

## **RESULTADOS**

Conforme a los lineamientos establecidos, el presente capítulo se dedica a la exposición y análisis de los resultados obtenidos en la investigación. Los datos recolectados fueron sometidos a un riguroso proceso de análisis, permitiendo así la interpretación y discusión de los hallazgos en relación con el fundamento teórico y

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

propósito de investigación, centrado en el generar un constructo teórico – metodológico sobre la inteligencia competitiva aplicada a la gestión innovadora de las Unidades Educativas de Bachillerato General Unificado en Quito, Ecuador.

### **Subcategoría fundamentos de la inteligencia competitiva**

Al analizar las respuestas de los informantes claves, se evidencia que, el concepto de Inteligencia Competitiva (IC) presenta cierta ambigüedad y diversas interpretaciones entre los encuestados, podría decirse que existe un desconocimiento sobre las concepciones, sin embargo, reconocen su importancia para el crecimiento personal y profesional. Esto subraya el potencial sin explotar de la IC para impulsar la productividad y la innovación en las organizaciones. Sin embargo, para maximizar este potencial, es necesario trabajar en una definición más clara y en una mayor difusión del concepto.

En las respuestas sobre los conocimientos relacionado al trabajo competitivo, se plantean algunas percepciones, concepciones limitadas o básicas y mencionan las características que en general de la IC, asociando el trabajo competitivo con una motivación intrínseca para superarse y alcanzar mejores resultados, asimismo el término se percibe como un impulso para generar ideas nuevas y diferentes, mejorando así los proceso y productos que elevan la reputación institucional.

Con estas acciones los docentes encuestados comentan que el trabajo competitivo incide con un mayor nivel de satisfacción laboral al sentirse desafiado y al lograr metas. Entre los códigos seleccionados como elementos temáticos recurrentes entre los entrevistados para la subcategoría fundamentos de la IC, se extrajeron cuatro dimensiones: percepciones; concepciones y características.

### **Subcategoría percepciones de la IC**

Al referirse a percepciones se denota, la como el conjunto de creencias, opiniones y valoraciones que los individuos tienen sobre esta habilidad, su importancia, su relación con el desempeño profesional y su impacto en el entorno laboral. En este

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

particular, los sujetos informantes reportaron respuestas aportaron significados al respecto, tales como:

REC-2: “Considero que el trabajo competitivo permite avanzar con ideas nuevas, claras y diferentes, lo que visualizara un trabajo satisfactorio”.

DOC-03: “...desarrollar habilidades para promover profesionales competentes.

DOC-5: “Es importante para el desarrollo del perfil de competencia con uno mismo de manera profesional”.

GF-01: “La inteligencia es el modo cómo pensamos sobre lo que sucede alrededor en trabajo diario”

GF-02: “La IC, algunos docentes perciben la IC como una habilidad que define el perfil profesional del docente, pues inteligentemente el docente se mantiene al día o actualizado sobre las nuevas tendencias educativa”.

GF3. La IC está vinculado con el perfil por competencia es decir por el desempeño del profesional educativo, si un docente funciona de forma sistemática ordenando prioridades, considerando los recursos institucionales y la cooperación interinstitucional con empresas privadas y públicas, piensa de forma inteligente.

Análisis de la información sobre las percepciones de los docentes sobre la inteligencia IC:

- Falta de claridad: Muchos docentes y directivos encuestados no tienen una definición clara de inteligencia competitiva y la confunden con conceptos como competitividad.
- Énfasis en lo académico: Los entrevistados tiende a centrar la atención en los resultados académicos y a subestimar la importancia de otros factores como la innovación, la satisfacción de los estudiantes y la reputación institucional.
- Resistencia al cambio: Algunos docentes y directores pueden ser reacios a adoptar nuevas prácticas y herramientas, especialmente si esto implica un cambio en sus rutinas o responsabilidades.

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

- Falta de recursos: se observa una falta de tiempo, presupuesto y personal dedicado a la investigación y el análisis puede limitar la capacidad de las instituciones para desarrollar una cultura de inteligencia competitiva.

La falta de interés de muchas empresas por desarrollar un sistema de inteligencia debe vincularse con la falta de percepción por los directivos de su importancia y el desconocimiento de su aportación real a la cadena de valor, debido al escaso número de estudios sobre estos asuntos e incluso sobre su uso (García y Esteban, 2019). Y eso que la mayor parte de organizaciones realizan inteligencia en alguna forma básica, sean o no conscientes de ello (Palop, 2013). A pesar de la existencia de un amplio consenso sobre el hecho de que el conocimiento de las tendencias futuras del mercado, las actividades de competencia y los desarrollos tecnológicos representa hoy

Las respuestas de los encuestados revelan un amplio consenso sobre la relevancia de la inteligencia competitiva (IC) tanto en el ámbito educativo como en el laboral. Los participantes destacan la aplicación práctica de la IC en diversos aspectos de su día a día, desde la mejora de las relaciones interpersonales hasta la optimización de procesos y la adaptación a entornos cambiantes. La IC es percibida como una herramienta esencial para el desarrollo personal y profesional, fomentando la planificación estratégica, la innovación y la búsqueda constante de soluciones eficientes, entre las cuales se mencionan:

- La IC es percibida como una herramienta versátil: Los encuestados ven la IC como una herramienta aplicable a diversas situaciones, tanto en el ámbito personal como profesional.
- La IC se relaciona con el desarrollo integral: Los encuestados asocian la IC con el desarrollo de habilidades sociales, cognitivas y emocionales.
- Existe una demanda de formación en IC: Las respuestas sugieren que los encuestados están interesados en desarrollar sus habilidades en IC y requieren de formación especializada.

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

- La IC es vista como un factor clave para el éxito: Los encuestados creen que la IC les permite alcanzar mejores resultados en su trabajo y en sus relaciones interpersonales.

En síntesis, los reportado anteriormente, se relaciona las percepciones de la IC basado en la idea de la competitividad e innovación, con la generación de ideas nuevas y diferentes, lo que sugiere una visión del trabajo como un espacio para la creatividad y el desarrollo constante. Asimismo, se hace énfasis en la satisfacción laboral siendo la actuación del docente que aplica la IC como una experiencia laboral positiva, que permite el crecimiento personal y profesional.

En el desarrollo personal coinciden varios informantes centrando las perspectivas del IC en el crecimiento individual y la formación de un perfil competitivo, indicando que la IC es una herramienta para el desarrollo profesional. Aunado a ello, se destaca el desarrollo de la inteligencia, vinculándola con la capacidad de reflexionar sobre el entorno laboral. Visto así se destaca el enfoque cognitivo, pues la inteligencia implica procesos mentales para lograr desarrollar una capacidad de análisis.

En torno a estas aseveraciones, las percepciones de los docentes sobre la IC se relacionan con los planteamientos de Prescott (1999), citado en Andrade y Azevedo (2018), quien afirma que, la IC es proceso orientado a apoyar la toma de decisiones: identificar un enfoque u orientación de la unidad de IC, dimensionamiento y funciones o responsabilidades, definición de perfiles del personal, definición de productos y servicios a ofrecer, además como indican Grissom y Loeb (2017) se incluye la organización del trabajo y, la ética de los profesionales en el ámbito que se desempeñen dentro de la sociedad.

La IC se erige como un proceso estratégico fundamentalmente orientado a facilitar la toma de decisiones informadas y oportunas en las organizaciones. Su diseño, según diversos autores, debe considerar meticulosamente aspectos como la definición de un enfoque claro y coherente, la determinación del tamaño y las responsabilidades

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

de la unidad de IC, la elaboración de perfiles detallados del personal involucrado, la especificación de los productos y servicios a entregar, la estructuración óptima de las tareas y, por último, la instauración de un sólido marco ético que guíe todas las actividades. Este enfoque integral garantiza que la IC se convierta en un activo invaluable para cualquier entidad que aspire a mantener una ventaja competitiva sostenible en un entorno empresarial cada vez más dinámico y complejo.

En general, los hallazgos que se plantean para la percepción de la IC se concentran en los siguientes códigos:

- a) **Desarrollo personal y profesional:** La mayoría de los encuestados vinculan la IC con el crecimiento personal y profesional, puesto que se percibe la inteligencia competitiva como una herramienta para mejorar sus habilidades, mantenerse actualizados y alcanzar sus objetivos laborales (Grissom y Loeb, 2017).
- b) **Innovación y generación de ideas:** Existe un consenso en que la IC fomenta la creatividad y la generación de nuevas ideas, por supuesto que esto sugiere que la inteligencia competitiva se percibe como un motor para el cambio y la mejora continua.
- c) **Adaptación al entorno:** Los encuestados reconocen la importancia de estar al tanto de las tendencias y cambios en el entorno laboral, así pues la IC se presenta como una habilidad esencial para adaptarse a estos cambios y tomar decisiones informadas.
- d) **Trabajo satisfactorio:** Se observa una conexión clara entre la IC y un mejor desempeño profesional, al desarrollar sus habilidades de inteligencia competitiva, pueden mejorar su eficiencia y eficacia en el trabajo.
- e) **Perfil del profesional competente:** La IC se destaca como un elemento clave en la definición del perfil de un profesional competente, esto significa que un profesional inteligente es aquel que busca activamente información, analiza su entorno y toma decisiones estratégicas.

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

### **Subcategoría concepciones de la IC**

Las concepciones de la IC, se basan principalmente en el proceso sistemático de análisis:

DOC-05: “Es importante para el desarrollo del perfil de la competencia con uno mismo de manera profesional”.

En el grupo focal se registraron los siguientes planteamientos:

GF-01: ...la Inteligencia competitiva como un conjunto de habilidades... la inteligencia competitiva en la educación implica un conjunto de habilidades y capacidades que van más allá del conocimiento técnico. Trabajo satisfactorio y reconocimiento.

GF-02: ... “es una capacidad de realizar de diversa forma un problema cuando esta se asocia al trabajo de la gestión educativa se convierte en una práctica educativa innovadora”.

De acuerdo, a los autores consultado sustentan los planteamientos anteriores, en particular, Porter (1985) indica que, si bien no se menciona directamente su enfoque en este contexto, podemos inferir que su modelo de las Cinco Fuerzas y la cadena de valor son fundamentales para entender el entorno competitivo y establecer una estrategia, esto en esencia, enfatiza el análisis profundo del entorno para identificar oportunidades y amenazas.

Desde la postura de Miller (2002), la también resalta que la IC, es un proceso sistemático compuesto por cuatro fases: identificación de las necesidades de inteligencia, recogida, análisis (transformación de la información en organizaciones) inteligencia) y difusión, cuyo objetivo es ayudar a la toma de decisiones. Entre otras aproximaciones de las concepciones de la IC, se suman, Wheelen y Huger (2007), estos autores presentan una visión de la IC como un programa formal diseñado específicamente para recabar información sobre los competidores, en este sentido, el enfoque se centra en el análisis del entorno competitivo más inmediato, con el objetivo de obtener una ventaja competitiva.

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

Por su parte, La actividad de Inteligencia Competitiva supone “el uso sistematizado de información obtenida ética y legalmente, relativa al entorno competitivo global, de forma que la organización pueda establecer tendencias y escenarios y responder más rápidamente a los cambios del mercado de sus competidores” (Prescott y Miller, 2002, p.27).

Desde la perspectiva, de Postigo (2001) y Millán y Comai (2003) se amplían la perspectiva de Wheelen y Huger (2007), al señalar que la IC no solo se limita a los competidores, sino que abarca todo el entorno externo de la empresa. Incluyen en su análisis factores como el mercado, las tendencias, las regulaciones y otros elementos que pueden influir en el desempeño de la organización.

Las concepciones presentadas sobre la inteligencia competitiva permiten realizar un trabajo de calidad que es reconocido y valorado, a partir de monitoreo o la información recolectada de los competidores y prácticas de empresas, así como el aprovechamiento de ventajas competitivas, puesto que se identifican y aprovechan las fortalezas propias para sobresalir en un entorno cada vez más exigente. Se entiende entonces, del análisis que el trabajo competitivo lleva a cabo procesos sistemáticos y estratégicos para alcanzar los objetivos institucionales, lo cual supone realizar un análisis exhaustivo de la información, evaluar las necesidades y planificar acciones concretas

De lo anterior se infiere que la Inteligencia se concibe, como la inteligencia en el trabajo competitivo, esto implica un conjunto de habilidades y capacidades que van más allá del conocimiento teórico. A estas habilidades se incluyen la capacidad de análisis, la adaptación a las necesidades de los estudiantes y la implementación de estrategias efectivas.

### **Subcategoría características de la IC**

En la práctica la IC vislumbra una serie de características que permite a las empresas identificar oportunidades, anticipar amenazas, y tomar decisiones informadas para mantener o mejorar su posición en el mercado. Las principales

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

características de la inteligencia competitiva incluyen la recopilación de datos de diversas fuentes, el análisis profundo de la información, la identificación de tendencias y patrones, y la generación de insights accionables para la toma de decisiones, en este respecto, los sujetos informantes plantearon los siguientes segmentos extraídos de las entrevistas:

DOC-2: "...obtener información actualizada de las oportunidades académicas y de trabajo.

DOC-9. "Trabajar de manera competitiva para ser mejor y elevar el prestigio de la técnica".

GF-01: "...anticipar amenazas y oportunidades y tomar las mejores decisiones, de manera innovadora, considerando principalmente las necesidades institucionales y así elevar la reputación de la institución educativa".

GF-02: "resalta la necesidad de analizar información a nivel global para tomar decisiones informadas y la se deben adaptar a las necesidades del estudiante esto sirve para transformar las necesidades de los estudiantes en acciones concretas".

GF-03: "La IC son procesos sistemáticos para cumplir objetivos para alcanzar metas institucionales".

Las respuestas de los encuestados convergen en una visión clara de la Inteligencia Competitiva como un proceso estratégico que va más allá de la simple recopilación de datos. Se destaca su carácter proactivo, orientado a la toma de decisiones informadas y a la mejora continua de la institución.

Por otra parte, la información suministrada por el grupo focal es complementaria donde enfatiza la importancia de anticipar tendencias, identificar oportunidades y amenazas, y adaptar las estrategias educativas a las necesidades cambiantes de los estudiantes. Asimismo, resaltan la necesidad de un enfoque sistemático y colaborativo para alcanzar los objetivos institucionales.

Los planteamientos aportados se soportan en las teorías Nenzhelele y Pellissier (2013) quienes identificaron una serie de características distintivas y comunes en las definiciones de inteligencia competitiva. Estos autores destacan que la inteligencia

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

competitiva es un proceso sistemático y ético, que involucra la recopilación de información del entorno externo, y que tiene como objetivo final la toma de decisiones estratégicas, además, señalan que es una disciplina con un origen militar que se ha desarrollado como una práctica profesional con un código ético propio. Las actividades de inteligencia competitiva son legales y se llevan a cabo con un propósito específico, generando productos tangibles que guían las acciones de las organizaciones, resaltando el carácter activo de la inteligencia competitiva, que implica la realización de una serie de actividades secuenciales para obtener y analizar la información necesaria.

Por otro lado, Postigo (2001); Millán y Comai (2003) y Wheelen y Huger (2007) coinciden en definir la inteligencia competitiva como un proceso sistemático y planificado que implica recopilar, analizar y comprender en profundidad la información sobre los competidores y el entorno de una empresa. Este enfoque permite a las organizaciones anticipar amenazas, aprovechar oportunidades y tomar decisiones estratégicas más informadas.

Al transformar la información en acciones concretas, la inteligencia competitiva posiciona a las empresas de manera favorable en el mercado, fomentando la innovación, la eficiencia y la reducción de riesgos en un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo. En el caso particular, Vidigal (2013), afirma que, “la actividad de Inteligencia Competitiva implica diferentes prácticas que abarcan el análisis de la información procedente del entorno político, sociocultural, tecnológico, ecológico y natural y, en particular, del entorno normativo o jurídico” (p. 245). Este planteamiento amplía desde visión holística y estratégica las características de la IC, al incorporar factores políticos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales.

En esencia, la Inteligencia Competitiva se revela como una herramienta fundamental para posicionar a las instituciones educativas en un entorno cada vez más competitivo y dinámico, en este sentido, se presentan los segmentos de las respuestas de los sujetos informantes.

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

Las respuestas planteadas representan una visión integral de las características que definen la inteligencia competitiva en el ámbito educativo. A partir de su análisis, podemos resumir que la inteligencia competitiva educativa es un proceso:

- **Sistematicidad para obtener información:** La inteligencia competitiva educativa no es una actividad esporádica, sino un proceso continuo que requiere planificación y organización. Esta característica garantiza que la información sea recopilada, analizada y utilizada de manera eficiente.
- **Oportunidades académicas y laborales:** Abarca una amplia gama de aspectos, desde el análisis del entorno educativo hasta la evaluación de las propias prácticas institucionales. Esta visión holística permite identificar oportunidades y amenazas, así como fortalezas y debilidades para reconocer las carreras y vacantes laborales.
- **Orientación a objetivos:** La inteligencia competitiva educativa está dirigida a lograr metas concretas y medibles. Esto implica establecer indicadores de desempeño y evaluar los resultados de las acciones implementadas.
- **Profesionales competentes con ética y legalidad:** El respeto por los principios éticos y legales es fundamental para garantizar la credibilidad y la sostenibilidad de las acciones de inteligencia competitiva.
- **Proactividad y colaboración:** La inteligencia competitiva educativa fomenta una cultura de innovación y colaboración, lo que permite identificar nuevas oportunidades y enfrentar los desafíos de manera proactiva.
- **Obtener información:** La información es el eje central de la inteligencia competitiva. Su recolección, análisis y difusión permiten tomar decisiones informadas y basadas en evidencia.

### **Implicaciones para la práctica educativa**

Comprender estas características es fundamental para implementar la inteligencia competitiva en una institución educativa. Algunas implicaciones prácticas incluyen:

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

- Creación de un sistema de información: Es necesario establecer un sistema para recopilar, almacenar y analizar la información relevante.
- Formación del personal: Los docentes y el personal administrativo deben ser capacitados en las herramientas y técnicas de inteligencia competitiva.
- Cultura de análisis: Se debe fomentar una cultura de análisis y toma de decisiones basada en evidencia.
- Colaboración entre diferentes áreas: La inteligencia competitiva requiere la colaboración de diferentes áreas de la institución, como la dirección, los docentes, los estudiantes y las familias.
- Énfasis en la adaptación y transformación: Los participantes subrayan la necesidad de adaptar las estrategias y herramientas a las necesidades específicas de los estudiantes y a las demandas cambiantes del entorno educativo.
- Reconocimiento de las ventajas competitivas: Se reconoce la importancia de identificar y aprovechar las fortalezas propias para destacar en un entorno cada vez más exigente.

## **CONCLUSIONES**

Para el análisis hermenéutico de la información suministrada por los sujetos informantes se procedió a extraer matriz de descripción protocolar y estructural de las entrevistas, transcripción del grupo focal, la unidad hermenéutica con los códigos o unidades temáticas emergentes, las dimensiones, subcategorías y categorías, que se registran en la tabla correspondiente, En dicha estructura se plantean dos categorías centrales, correspondiente a la inteligencia competitiva y la gestión innovadora, en la primera se hallaron cuatro subcategorías: fundamentos de la IC; estrategias de la IC; fases de implementación de la IC y Gestión de conocimiento en la captación académica, por otra lado, en los hallazgos sobre la categoría gestión innovadora se extrajeron dos subcategorías: finalidad y gestión de directiva innovadora.

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

Al analizar las respuestas de los encuestados, se clasificaron en categorías que reflejaran los distintos impactos de las prácticas competitivas en la gestión innovadora. Así, se identificaron categorías como la motivación y el compromiso, donde se evidenciaron aumentos en el interés y la dedicación de los estudiantes. También se observó un desarrollo de habilidades clave como la resolución de problemas y el trabajo en equipo. Por otro lado, se destacó la incidencia en un aprendizaje más profundo y significativo, así como un incremento en la conciencia competitiva y la búsqueda de la excelencia. Finalmente, se consideraron otras categorías para las respuestas que no se ajustaban perfectamente a las anteriores.

## **FINANCIAMIENTO**

No monetario.

## **AGRADECIMIENTOS**

A todos los autores por sus relevantes aportes en el análisis documental del presente estudio.

## **REFERENCIAS CONSULTADAS**

- Cavaller, V. (2008). Fundamentos de análisis estratégico de la información. [Fundamentals of strategic information analysis]. *Cuadernos de Inteligencia Competitiva, Vigilancia Estratégica, Científica y Tecnológica*, 1, 55-64. <https://n9.cl/0eqrđ>
- De Andrade, I., y Azevedo, A. (2018). Panorama dos métodos de análise de informação para inteligência competitiva. R. *Inteligência. Competitiva*. [Overview of information analysis methods for competitive intelligence. R. *Competitive. Intelligence*]. *São Paulo*, 8(1), 23-43. <https://n9.cl/mthnz>
- Esteban, M., y García, M. (2019). Estudio exploratorio sobre la percepción de la gestión de la Inteligencia Competitiva por los directivos en empresas aragonesas sin una práctica sistematizada. [Exploratory study on the perception of Competitive Intelligence management by managers in Aragonese companies

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade

without a systematized practice]. *Revista Española de Documentación Científica*, 42(3), e239. <https://n9.cl/t48fx>

Grissom, J. A., & Loeb, S. (2017). School leadership and student achievement: What we know and what we still need to learn. *Educational Administration Quarterly*, 53(1), 139-163.

Millán, J., y Comal, A. (2003). La inteligencia competitiva en la planificación estratégica y financiera. [Competitive intelligence in strategic and financial planning]. *Harvard Deusto*, (56). <https://n9.cl/m7nugd>

Miller, J. (2002). The intelligence process what it is, its benefits and current status. In J. P. Miller (Ed). *Millenium Intelligence*, (9-30). *Medford CyberAge Books*.

Nenzhelele, T., y Pellissier, R. (2013). Competitive Intelligence Implementation Challenges of Small and Medium-Sized Enterprises. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(16). 92-99. <https://n9.cl/rntfh>

Porter, M. (1985). Competitive Advantage: creating and sustaining superior performance. *Strategy*, 26. *New York: Free Press*. <https://n9.cl/hvra7w>

Postigo, J. (2001). La inteligencia competitiva en España: una encuesta sobre su utilización por parte de las empresas exportadoras. [Competitive intelligence in Spain: a survey on its use by exporting companies]. *El profesional de la información*, 10(10), 4-11. <https://n9.cl/v3w39>

Prescott, J. (1999). The evolution of competitive intelligent. *Review Estrategic Management*, 6, 71-90.

Vidigal, F. (2013). Competitive intelligence: functional practices, goals and infrastructure of companies in Brazil. *TransInformação, Campinas*, 25(3), 237

Wheelen, T., y Huger, D. (2007). Administración estratégica y políticas de negocios. Conceptos y casos. (10ª ed.). México: Pearson Educación.

**CIENCIAMATRIA**

**Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología**

Año XI. Vol. XI. N°1. Edición Especial. 2025

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Instituto de Investigación y Estudios Avanzados Koinonía. (IIEAK). Santa Ana de Coro. Venezuela

José Antônio Carvajal-Pérez; Adriana Boscán-Andrade