



Aplicaciones

A.1.- IC para la detección
de oportunidades

1. Introducción

Esta píldora describe cómo contar con una información adecuada y continua nos ayuda también a detectar nuevas oportunidades, ya sea para que podamos tomar decisiones de diversificar la actividad de la empresa hacia nuevos mercados o técnicamente a nuevos productos, o para que podamos identificar nuevas oportunidades de negocio directas.



Detección oportunidades

2. Oportunidades de negocio directas

La Inteligencia Competitiva permite la captación de información que una vez detectada tiene una influencia directa en el desempeño de la organización:+

Licitaciones

Existen numerosas páginas web que permiten monitorizar la publicaciones de nuevas licitaciones en diferentes temáticas y sectores, como [devex](#) o [TED](#) (Tenders Electronic Daily). La detección a tiempo de este tipo de concursos (públicos o privados) permite afrontar el proceso con mejores perspectivas y mayores garantías de éxito. Además, a la hora de planificar una propuesta para una licitación, la información que se obtenga del mercado o del agente licitador puede ayudar a mejorar la propuesta considerablemente.

Programas de financiación

Existen programas que financian proyectos en ámbitos como la I+D+i, la Internacionalización, el Emprendizaje, la Formación, los Recursos Humanos, etc. Estos programas suelen promoverlos entidades locales (Ayuntamientos, Diputaciones Provinciales, Gobiernos Regionales), estatales (Ministerios, Agencias Estatales, etc.) o internacionales (Comisión Europea, Bancos y Organismos internacionales, etc.). Monitorizar este tipo de programas permite obtener vías de financiación adicionales para los proyectos y las acciones estratégicas de la organización.

Cambios legislativos y normativos

Monitorizar cambios legislativos y normativos permite detectar modificaciones en leyes o normas que pueden generar oportunidades en forma de apertura de nuevos mercados (desaparición de barreras) o excluyendo a otros players (nuevas normas).

Propiedad Intelectual

Las patentes son una buena fuente de información sobre el estado del arte, así como una pista para saber hacia dónde pueden ir los desarrollos de los competidores. Además, pueden generar oportunidades de negocio actuando como barreras de acceso a determinados países para los competidores.

3. Diversificación

Las empresas necesitan evolucionar para seguir compitiendo en el mercado actual, por lo que tienen que tomar decisiones en lo que a nuevos mercados, sectores o tecnologías se refiere. En estos momentos se plantean muchas dudas; ¿Cómo lo hago? ¿Nuevos mercados geográficos? ¿Aplicando mis conocimientos para otros sectores cliente? ¿Desarrollando productos nuevos a partir de mis conocimientos?

En todo caso, la información es clave. El proceso de búsqueda y desarrollo de la oportunidad combinará las capacidades internas con la información del entorno que nos da la IC.

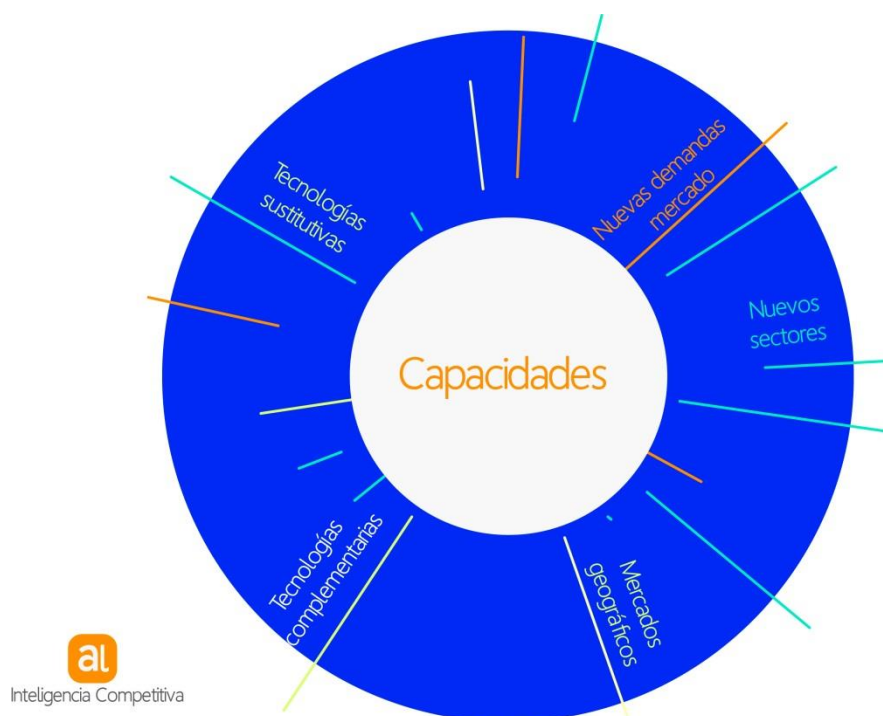


Figura 1: Capacidades internas e información externa para la diversificación

Para diversificar hacia nuevos mercados o nuevos productos es necesario afrontar el proceso:

- Con las suficientes garantías de información.
- Mediante pautas guiadas rápidas y eficientes.
- Partiendo de la tecnología y su grado de madurez
- Considerando las capacidades de la empresa.
- Con el input de expertos internos y externos.

La Inteligencia Competitiva ayuda a disponer de información útil y relevante sobre aspectos tecnológicos, mercadológicos, sectoriales, normativos, sobre propiedad intelectual e incluso sociales con la que afrontar el proceso de diversificación con las mayores garantías posibles.