

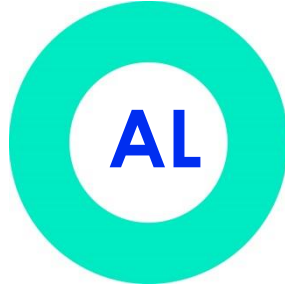


1. Zer da Adimen Lehiakorra?

1.1 Zer da Adimen Lehiakorra?

1. Sarrera

Pilula honetan Adimenaren kontzeptuaren hainbat definizio ikusiko ditugu, bai eta nola aldatu den kontzeptua eta zer alde dagoen Adimenaren eta zaintzaren artean ere. Adimen Lehiakorraren arloen azalpen erraza ere egiten dugu, kontuan hartuta zer informazio identifikatu, aztertu eta erabiltzen den erabakiak hartzerakoan.

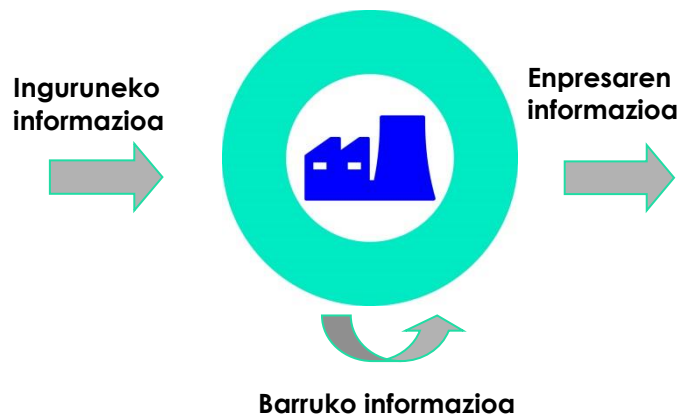


1. Irudia: Adimen Lehiakorra

2. Zer da ALa?

1.1 Definizioa eta kontzeptua

Erakundeak datu eta informazio ugariz inguratuta daude, eta datu eta informazio horiekin etengabe elkarreraginean daude, hau da, datuak etengabe sortzen eta etengabe elkarri emanez ari dira.



1. Irudia.- Enpresaren eta inguruan dituen datu eta informazioen arteko elkarreagina

Ingurune horretan, adimena informazioa baino zerbait gehiago da. Ezagutzarekin eta ulertu edo aditzeko eta arazoak konpontzeko gaitasunarekin zerikusia du, eta, beraz, pertsonen inplikazioa beharrezkoa du, datu eta informazioen esanahia pertsonak ateratzen duten eta.

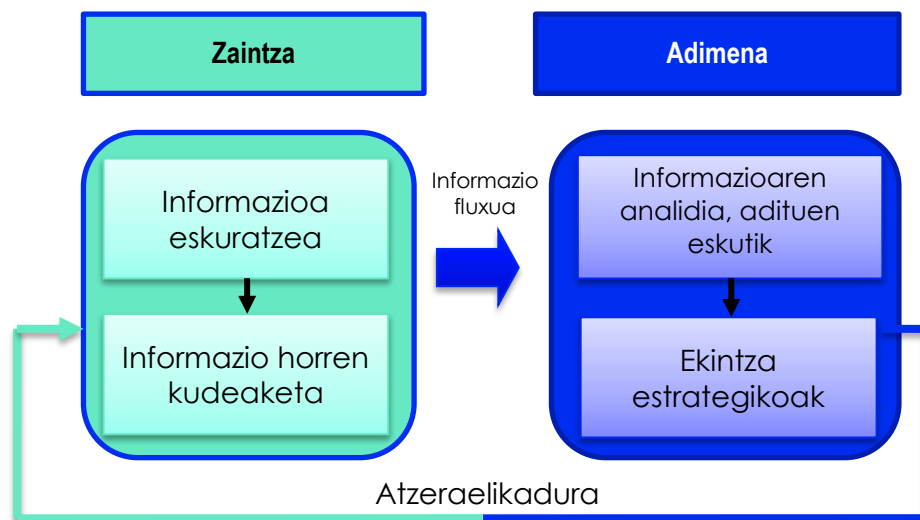
Erabakiak hartzeko funtsezkoak diren faktoreak errazago identifikatzeko, erakundeek landu gabeko datu eta informazioez baliatzen dira, horietatik baliozko informazioa ateratzeko. Prozesu horretan erakundeek erabiltzen dituzten kontzeptu, metodo eta tresnez ari garenean "Adimena" funtzioaz hitz egiten dugu.

Adimen Lehiakorra da, **Bernhardten esanetan (1994)**, lehiakideen, industriaren eta merkatuaren datu solteak eraldatu eta, maila estrategikoan, lehiakideen gaitasunei, asmoei, jardueri eta posizioari lotutako ezagutza bihurtzeko prozesu analitikoa.

M. Porterren esaldi ezagun baten arabera, hau da: "Informazio egokia pertsona egokiari ematea, eta, eman ere, une egokian, erabaki egokia hartzeko".

Gaiaren inguruan termino ugari agertu dira azken hamarkadetan: Zaintza Teknologikoa, Zaintza Estrategikoa, Adimen Ekonomikoa, Adimen Lehiakorra, besteak beste; adibide bat baino ez dira –eta agian, ondorio bat ere bai-, ikusteko nola jarduera ekonomikoan oro har gero eta interes handiago dagoen diziplina honetaz.

Halere, nolabaiteko nahasketa gertatzen da "Zaintza" eta "Adimen" terminoen artean. Argitu egin behar da, beraz, termino bien arteko aldea. Alde nagusia hau da: zaintzak enpresarako garrantzitsua den informazioa era sistematikoan lortzea nabarmentzen du gehiago, eta adimenak, berriz, erabakiak errazago hartzeko eskuratutako informazioaren analisia azpimarratzen du.



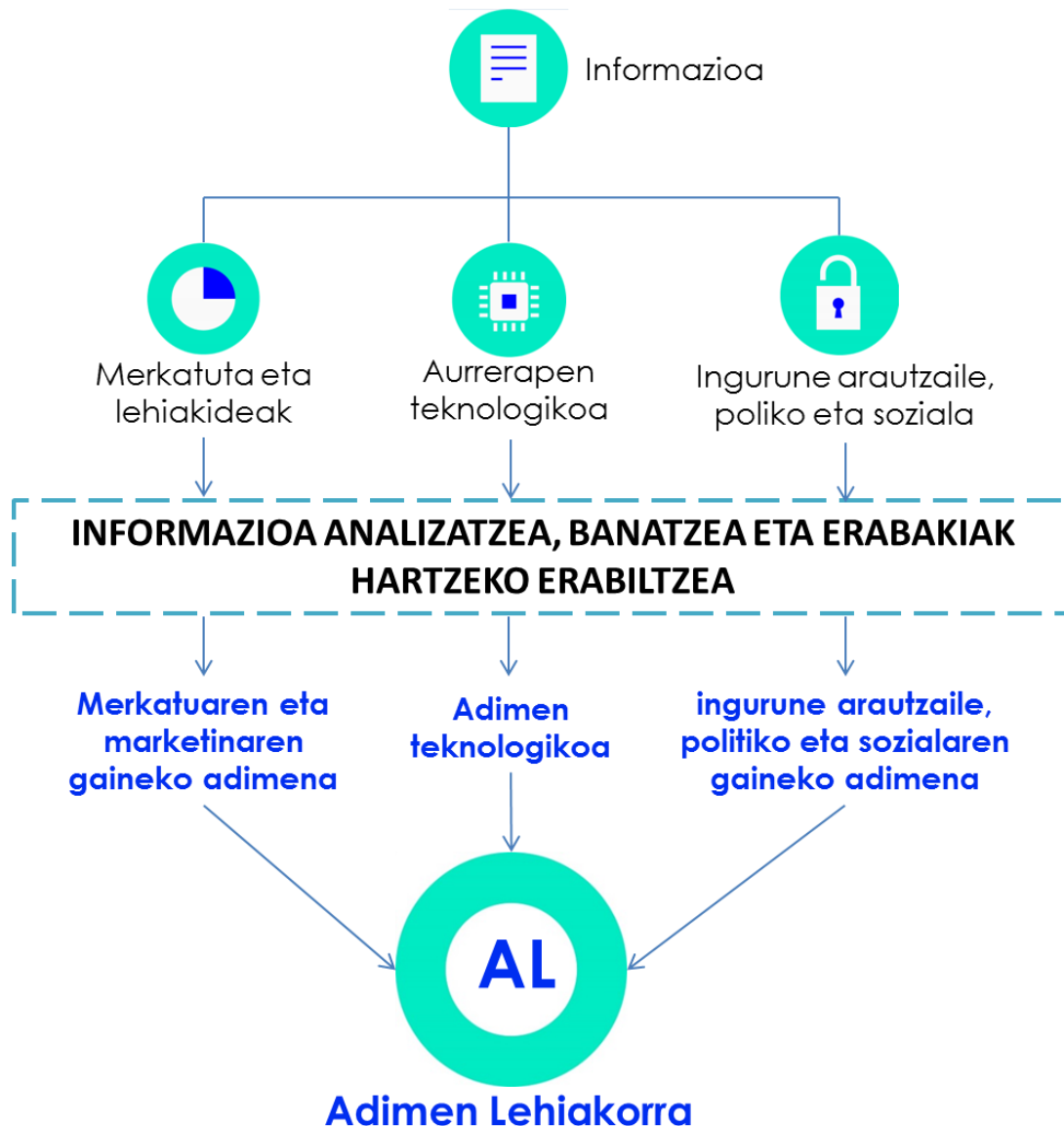
2. Irdia.- Zaintzaren eta adimenaren arteko aldeak eta haien ezaugarri osagarriak.

Lehen kasuan, helburua da ahalik eta informazio gehien eskuratzea, eta ez uztea ezer ahaztuta. Bigarrean, ordea, erabakia hartzeko gutxieneko informazio garrantzitsu bat behar delako garatzen da adimena.

Premisa horiekin eta 166.002:2011 araura bueltatuta -I+G+b alorraren kudeaketarako sistemak-, Adimen Lehiakorra da “Negozioen, lehiakideen eta erakundearen beraren inguruneari buruzko informazioa bildu eta analizatzeko prozesu etiko eta sistematikoa, eta informazio horren esanahia eta inplikazioak komunikatzekoa ere bai, erabakiak hartze aldera”.

2.1 Adimen Lehiakorraren eremuak

Aurreko definizioaren arabera, eta kontuan hartuta zer informazio mota bildu, aztertu eta erabakiak hartzean erabili nahi den, hiru eremu bereiz ditzakegu Adimen Lehiakorrean. Merkatu erta lehiakideen gaineko adimena, adimen teknologikoa, eta ingurune arautzaile, politiko eta sozialen gaineko adimena.



3. Irdia.- Adimen Lehiakorraren eremuak

Ondoren ikusiko dugu zein diren Adimen Lehiakorraren eremuak eta zer hartzen duen kontuan eta zer elikatu dezakeen eremu bakoitzak.

MERKATU ETA MARKETINAREN GAINEKO ADIMENA	
Hau da	Hauen gaineko informazioa identifikatu, analizatu eta erabiltzea: intereseko sektore eta merkatuak, bezeroak, lehiakideak eta hornitzaileak, eta intereseko beste eragile batzuk. Informazioa, zehazki, hau izango da: <ul style="list-style-type: none"> • MERKATUEN bilakaera analizatzea eta agertzen hasi diren merkatuak identifikatzea. • BEZEROEN premien aldaketak. Eskariaren aldaketak (merkatuaren tamaina eta hazkundera) • Merkatuaren erakargarritasuna baloratzea, produktu eta zerbitzu desiragarriak eta jada badaudenak analizatuta. • Egungo LEHIAKIDEEN analisia eta lehiakide berrien identifikazioa (produktuak, zerbitzuak, mugimendu finantzarioak, harremanak, azoketako presentzia, ekitaldiak, ikerketa proiektuak, etab.), ezagutzeko zer egiten duten lehiakideek, zer produktu eta zerbitzu berri garatzen ari diren, non duten presentzia, zer bezero duten, norekin dauden harremanetan, etab. • Beste stakeholder, hornitzaile eta lankide batzuen analisia.
Zertarako balio duen	Besteak beste, negozio estrategia, estrategia komertziala eta marketinekoa lantzeko balio du. <ul style="list-style-type: none"> • Merkatu berriei helduta. • Egungo merkatuen aldaketetara moldatuta. • Bezero/produktu/zerbitzu mixa optimizatuta • Bezero/partnerren oinarria handituta

ADIMEN TEKNOLOGIKOA	
Hau da	Informazio teknologikoa identifikatzea eta etengabe analizatzea (patenteak, artikulua zientifikoak, teknologien gaineko albisteak, funtsezko ikerketa proiektuen eta ikerketa aplikatuko proiektuen emaitzak, etab.), hauek identifikatzeko helburuarekin: <ul style="list-style-type: none"> • Bezeroek, hornitzaileek eta lehiakideek erabiltzen duten teknologian eta jabetza intelektualean izan diren aldaketak. • Funtzionaltasun berriak, ekoizpen prozesu berriak, ordezko produktuak/produktu osagarriak, material berriak, etab. • Ezagutza agente nagusien identifikazioa (unibertsitateak, Teknologi Zentroak, Enpresako I+G)
Zertarako balio duen	I+G-ko eta berrikuntza teknologikoko estrategiak lantzea produktu/prozesuetan aplikatzeko, garapen teknologiko berriei aurrea hartzeko eta haiei etekina ateratzeko aukera izateko.

INGURUNE ARAUTZAILE, POLITIKO ETA SOZIALEN GAINEKO ADIMENA	
Hau da	Enpresaren negozioan eragina duen inguruko informazioa identifikatu, analizatu eta erabiltzea. Informazioa, zehazki, hau izango da: <ul style="list-style-type: none"> • Araudiak, erregelamenduak eta legeak • Politika finantzarioak eta fiskalak • Aldaketa sozialak eta kulturalak • Makroekonomia eta makrojoerak
Zertarako balio duen	Ingurune makroan aldaketei aurrea hartzea, driverretan eragina duten palanken garrantzia ulertzea, lehiarako ematen dituzten abantaileri etekina ateratzeko.