

INTELIGENCIA COMPETITIVA

(Estrategia Y Métodos De Seguimiento
De La Competencia Y El Mercado)

FERIA EXPORTA 2.000



¿QUÉ ES LA INTELIGENCIA COMPETITIVA?



Método y Proceso de Análisis de la Evolución de
un sector económico y de las Capacidades y
Comportamiento de la Competencia para
obtener y mantener la Ventaja Competitiva de la
Empresa



SUPONE

- È INFORMACIÓN SOBRE COMPETIDORES
 - ë PERO, TAMBIÉN ...
- È TENDENCIAS SECTOR / MERCADO
- Ì EVOLUCIÓN ENTORNO GLOBAL
 - ë Político
 - ë Económico
 - ë Social
 - ë Tecnológico



ICEX Instituto Español de Comercio Exterior

Redbus

3

ANTES DE SEGUIR, UNA INTRODUCCIÓN

- ë UNA NOTA (BREVE) SOBRE NOSOTROS



- ë INFORMACIÓN INTERNACIONAL
VÍA RECURSOS INTERNET
- ë SOLUCIONES VIRTUALES RELACIONADAS

TRADING
ELECTRÓNICO

SERVICIO
LICITACIONES
PARA
EMPRESAS
SERVICIOS

ICEX Instituto Español de Comercio Exterior

Redbus

4

¿POR QUÉ HABLAR DE INTELIGENCIA COMPETITIVA?

- Ê La información es como un océano
 - ë Lleno de Material de Bajo Costo (agua?)
 - ë Pero igual de caótico

Necesitamos un Proceso que focalice en la Información significativa para los proceso de decisión empresarial
- Ë La estrategia nos proporciona el **Esquema rector** (objetivos, recursos, alternativas) pero precisamos de la **I.C.** para disponer de la perspectiva de mercado y competencia y evaluar los resultados posibles de la alternativa estratégica. (Tronco y hojas en un árbol)
- Ì La rapidez de la evolución de mercados, productos y servicios comprimen excesivamente los ciclos de vida hasta confundir estrategias y tácticas.
Necesitamos anticiparnos a los cambios de forma flexible e inteligente.

UNA CUESTIÓN DE NIVELES ...

Ê DATO ë "Elemento aislado de Conocimiento"

Ë INFORMACION ë "Conjunto de Elementos de Conocimiento"

Ì ANÁLISIS ë "Información Filtrada y Evaluada"

Í INTELIGENCIA ë "Información Analizada y Orientada a la Toma de Decisión"



EL PROCESO COMPLETO DE INTELIGENCIA COMPETITIVA

Ê DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Ë OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

Ì EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Í ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Î COMUNICACIÓN DE LA I.C.

Ï ACTIVIDADES DE CONTRAINTELIGENCIA



Ê DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

- ë Alcance Objetivo (Profundidad y extensión)
- ë ¿Quién es el Cliente?
- ë Implicación del Cliente
 - ë La I.C. está orientada a la acción



Ë OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

- ë Audit Interno
- ë Fuentes Externas
 - ë Oficiales (públicas)
 - ë Base Datos
 - ë Internet
 - ë Labor Mercado

ì EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- ë Contraste
- ë Verificación
- ë Relevancia
- ë Significado

EL PROCESO
DE LA
INTELIGENCIA
COMPETITIVA

í ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- ë El Montaje del Puzzle
- ë Interpretación
- ë Construcción del Modelo

î COMUNICACIÓN DE LA I.C.

- ë La Teoría del Campiñón
- ë Públicos Internos

ï ACTIVIDADES DE CONTRAINTELIGENCIA

LA I.C. (Inteligencia Competitiva)

¿QUÉ ES?

- È Información analizada y suficiente para la toma de decisión
- È Herramienta de alerta rápida y sensible de oportunidades y amenazas
- Ì Herramienta multiuso
- Í Aproximación razonable al Problema

¿QUÉ ES LO QUE NO ES?

- È Espionaje Industrial
- È Bola de Cristal "Adivinadora"
- Ì Búsqueda Automatizada de Datos
- Í Una Aplicación de Internet

ENFOQUES POSIBLES

È GLOBAL

- ë Función
- ë Scanner Permanente (Entorno global, Competencia, Sector, Noticias)

È AMPLIO Y FOCALIZADO

- ë Centrado en Temas Prioritarios (Benchmarking Virtual)

Ì ESPECÍFICO

- ë A Medida
- ë No Repetitivo

Í PROYECTO CONCRETO

- ë Relacionado con un Proyecto de Rango Estratégico
- ë Juego de Escenarios (Reacciones posibles Competidores a Nueva Fábrica)



INTERNET E INTELIGENCIA

Ê INTERNET HACE POSIBLE LA UTILIZACIÓN DE LA I.C. A COSTO RAZONABLE

- ë Acceso rápido a muchas fuentes de información
- ë Captación y Filtrado Información (Relevancia, Fiabilidad, Idoneidad)

Ë NO PUEDE SER EL ÚNICO INSTRUMENTO

- ë Fuentes Internas
- ë Bases de Datos Externos
- ë Preguntas al Mercado

Ì ALGUNOS USOS NUEVOS

- ë Noticias (News Tracking)
- ë Informes Empresa
- ë Grupos de Noticias / Foros de Discusión
- ë Análisis Webs Empresas (Web Tracking, Análisis Enlaces)
- ë Seguimiento Patentes



COMBINACIONES POSIBLES I.C.

¿A QUIÉN LE INTERESA?

- Ê Empresas
 - ë Mercados Competitivos
 - ë Rápido Cambio
 - ë Tecnologías Nacientes
- Ë Asociaciones Sectoriales
 - ë Servicio Asociados
- Ì Instituciones
 - ë Posicionamiento Servicios
- Í Pymes
 - ë Soluciones Específicas

¿CON QUÉ ENFOQUE?

- Ê Análisis Competidores
 - ë Nivel Táctico
 - ë Nivel Estratégico
- Ë Evolución Sectorial
 - ë Tendencias
 - ë Noticias Sector
- Ì Análisis Entorno
 - ë (Señales Débiles)
- Í Análisis Noticias

¿QUIÉN LO HACE?

- Ê Función Interna
 - ë Completa
 - ë Apoyada
- Ë Función Externa

UNA TIPOLOGÍA ÚTIL DE EMPRESAS

- ESTRATEGIA COMO MODO DE ADAPTACIÓN A LAS INFLUENCIAS EXTERNAS (Mercado, Entorno Global) (Miles and Snow)

Ë BUSCADORES

- Búsqueda Continua Nuevas Oportunidades
- Experimentos Continuos con Tendencias Emergentes
- Experimentos y Ensayos

Ë ANALIZADORES

- Doble Énfasis:
 - Actividad principal en esquema seguridad
 - Actividad secundaria localización nuevas oportunidades

Ì DEFENSORES

- Enfoque Centrado en nicho Sector
- No buscan fuera del Marco Elegido

Í REACTIVOS

- No tienen Mecanismos de Ajuste al Entorno
- Reacciones bruscas y límites (Desaparición, crisis, abandono actividad)

ALGUNOS PRODUCTOS ESPECÍFICOS I.C.

- Ë PERFIL COMPETIDOR
- Ë MAPAS COMPETITIVOS
- Ì ANÁLISIS REACCIÓN MERCADO
- Í BENCHMARKING
- Î BENCHMARKING VIRTUAL
- Ï IMEX (INTELIGENCIA SOBRE MERCADOS EXTRANJEROS)
- Ð CONSTRUCCIÓN SISTEMAS INTELIGENCIA COMPETITIVA
 - Desarrollo Sistema
 - Localización Fuentes Información
 - Formación Especialistas I.C.
 - Sistema Análisis Información



UNAS REFLEXIONES ADICIONALES

- È TODA EMPRESA DEJA TRAS DE SÍ UN RASTRO DE PAPEL ...
- È ENCONTRAR INFORMACIÓN ES FÁCIL . ENCONTRAR INFORMACIÓN ÚTIL E INTELIGENTE ES MÁS COMPLICADO
- Í LA INFORMACIÓN PRECISA SE ENCUENTRA YA EN NUESTRA EMPRESA AL 80%, PERO DE FORMA DISPERSA E ININTELIGIBLE
- Í LA MEJOR FUENTE DE INFORMACIÓN ES LA GENTE (SABER PREGUNTAR Y DENTRO DE LOS LÍMITES DE LA ÉTICA ES FUNDAMENTAL)
- Í INTERNET ES UN GRAN MEDIO DE CAPTACIÓN DE INFORMACIÓN, PERO HAY QUE CONOCER Y DOMINAR LOS INSTRUMENTOS NECESARIOS (BÚSQUEDA, FILTRADO, SEGUIMIENTO)

INFORMACION ADICIONAL SOBRE SERVICIOS I.C.



è redbus@redbus.es

è MANUEL EGEA (968225135)

è JESÚS ALBIZU (94 4464714)

