

"Los datos son el nuevo petróleo para las empresas"

Jornada sobre Inteligencia de Mercado en la empresa vasca: "Los avances tecnológicos, los nuevos modelos de negocio y la necesidad de monitorizar el entorno hacen necesario un cambio de cultura en el que las empresas integren soluciones de Inteligencia de Mercado. Una nueva realidad en la que la monitorización del entorno ya no es opcional"

Estas y otras reflexiones se han puesto esta tarde sobre la mesa en la Jornada sobre Inteligencia de Mercado que se ha celebrado en Getxo con el objetivo de acercar a las PYMES vascas las posibilidades que les brindan las herramientas de inteligencia de mercado.

Estas herramientas hacen posible analizar la gran cantidad de información de la que disponemos para convertir los datos en inteligencia que ayude a las empresas en su toma de decisiones.

"Las empresas que incorporen estas soluciones en su gestión diaria adquirirán una ventaja competitiva sobre el resto", ha subrayado Ricardo González, Director Gerente de SPYRO.

Cerca de un centenar de representantes de PYMES vizcaínas han asistido esta tarde a la Jornada "Inteligencia de Mercado, ¿qué aporta a mi negocio?", en la que han participado ponentes de empresas y entidades como SPRI, Kutxa, Oracle, Fegemu, Webalianza o Enantio, así como de IETeam y SPYRO, organizadores del encuentro. La cita ha servido para acercar a los asistentes las oportunidades y ventajas competitivas que brindan hoy a las empresas las herramientas de inteligencia de negocio, tanto mediante ponencias como con la exposición de casos concretos de éxito en PYMES vascas.

"El cambio tecnológico -que avanza rápidamente hacia la digitalización-, la necesidad de detectar las tendencias de fondo monitorizando el entorno y los nuevos modelos de negocio, justifican el cambio de cultura en la empresa hacia un entorno de inteligencia". Así lo ha subrayado Iñaki Beristain, Responsable del Área de Planificación Estratégica y Estudios en Kutxabank, en su ponencia "¿Cómo aplico la inteligencia de mercado en mi negocio?".

Beristain ha incidido en que los sistemas de inteligencia -adaptados a las necesidades de cada caso-, "deben servir para facilitar la toma de decisiones y, para ello, deben estar alineados con la estrategia de la empresa y contar con el apoyo del primer nivel de la organización". A su juicio, los avances tecnológicos y las nuevas tendencias "nos llevan a nuevos escenarios donde de la combinación de las mismas surgen oportunidades. Todo ello acelera el cambio y hace preciso conocer el entorno para no quedarse atrás y desaprovechar las oportunidades que se nos brindan. La conclusión final es que la monitorización del entorno no es opcional, si bien es un proceso progresivo que se debe abordar poco a poco, con mucha paciencia y sin lugar al desaliento", ha subrayado.

En este sentido, Ricardo González, Director General de SPYRO ha subrayado que hoy en día la gran cantidad de información de la que disponemos está desaprovechada "y son pocos los que la recopilan, la analizan en profundidad y la incorporan a su gestión diaria". Frente a ello, ha recordado que existen soluciones tecnológicas en el mercado que están al alcance de las PYMES y que les aportan una gran

ventaja competitiva. “En SPYRO estamos tan convencidos del valor que aportan estas soluciones que incluso hemos creado una unidad que tiene como objetivo localizar productos de alto valor añadido en este campo y comercializarlos”, ha subrayado.

Casos de éxito

Xabier Garatea, Socio-Director de IETeam y Aitor Michelena, Consultor de Internacionalización de la compañía, han expuesto el caso de éxito de su empresa tras aplicar la inteligencia de mercado a su proceso de internacionalización. “Hoy estamos presentes con delegación propia en Francia, Suecia, Alemania, Brasil y Colombia, y además contamos con acuerdos exclusivos con Partners en otros muchos destinos en los que estamos presentes”, han explicado. Ambos han subrayado la importancia de incorporar la inteligencia de mercado en los procesos de internacionalización, “en nuestro caso gracias a una red internacional propia que conoce y entiende el contexto y el mercado a dónde nuestro cliente quiere ir y al que nosotros le acompañamos, en un inicio, facilitándole información sobre el PIB, las posibles localizaciones, el mercado local, etc. para la toma de decisiones en su proceso de internacionalización”.

Otro de los casos de éxito expuestos en la jornada ha sido el de la firma guipuzcoana FEGEMU que, tras un año trabajando con la herramienta de inteligencia de mercado Enantio, ha podido –entre otros aspectos-, conocer los datos y análisis de los mercados a los que dirigirse, analizar mensualmente y en tiempo real los mercados donde ya exportaban para estudiar el lanzamiento de nuevos productos, o captar nuevos proveedores. “Tras un año, toda esa información se ha integrado en los perfiles directivos convirtiéndose en una herramienta de gestión integrada en su día a día. Se trata de datos que transformamos en información fácil de entender y utilizar para integrarla en la toma de decisiones”, ha afirmado Eduardo Kaibide, cofundador de Enantio para quien, “los datos son el nuevo petróleo de las empresas”.

El caso de éxito de Saro Baby y cómo mejorar la gestión de su canal mediante la vigilancia de precios en Internet ha sido expuesto por Luis Martín-Santos; Director General de Webalianza; mientras que Juan Diego Ruiz, Business Analytics Sales Consultant en Oracle España ha realizado una demostración del funcionamiento de la herramienta Data Visualization, que permite gestionar los datos clave de la empresa “de una forma dinámica e intuitiva”.

Ruiz ha recordado que “para poder tomar las decisiones adecuadas en el momento adecuado en todos los niveles y departamentos de una compañía, estos necesitan poder cruzar y analizar datos de distintas fuentes de una manera ágil y sencilla. Soluciones como la de –ha explicado-, dan respuesta a este problema con una solución tan fácil que no requiere de formación y que puede ser utilizada por profesionales de cualquier departamento para consultar y analizar cualquier información que necesiten”.

Alexander Arriola, Director General de la SPRI, ha sido el encargado de clausurar la jornada analizando la situación de las empresas vascas respecto a la Inteligencia de Mercado.

Datos de contacto:

Gabinete de comunicación

943223750

Nota de prensa publicada en: [Getxo](#)

Categorías: [Sociedad País Vasco Software](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>