

Inteligencia competitiva: cómo identificar información relevante para la internacionalización.

5ª Píldora de Formación Virtual



Adimen lehiakorra: nola bilatu nazioartekotzerako baliagarria den informazioa.

5. Formakuntza pilula birtuala



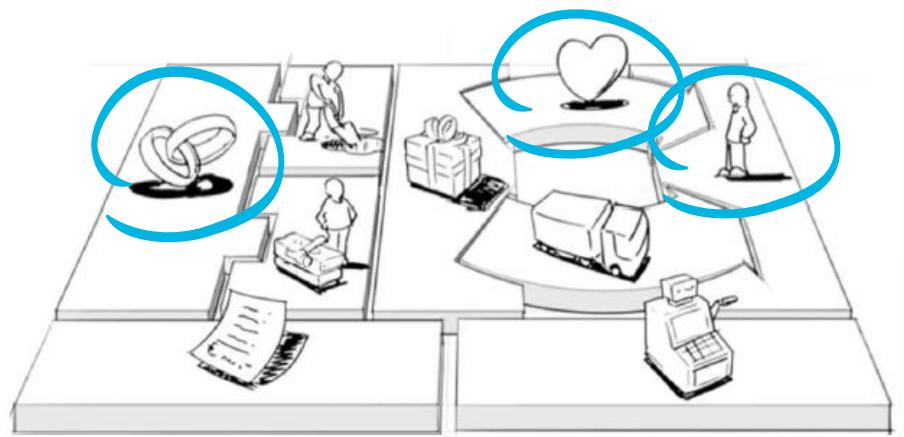
Contenido

- | | |
|--|-----|
| 1. La Inteligencia Competitiva | 3. |
| 2. ¿Por dónde empiezo? Los 3 niveles de búsqueda | 5. |
| 3. ¿Dónde pueden buscar información las ICC? | 14. |
| 4. Cómo optimizar las búsquedas en Google | 18. |
| 5. Conclusiones | 19. |



1. La Inteligencia Competitiva

El riesgo en la toma de decisiones en el proceso de internacionalización se ve reducido por el nivel de información que tengamos del mercado al que nos dirigimos, nuestros competidores, nuestros clientes, etc.

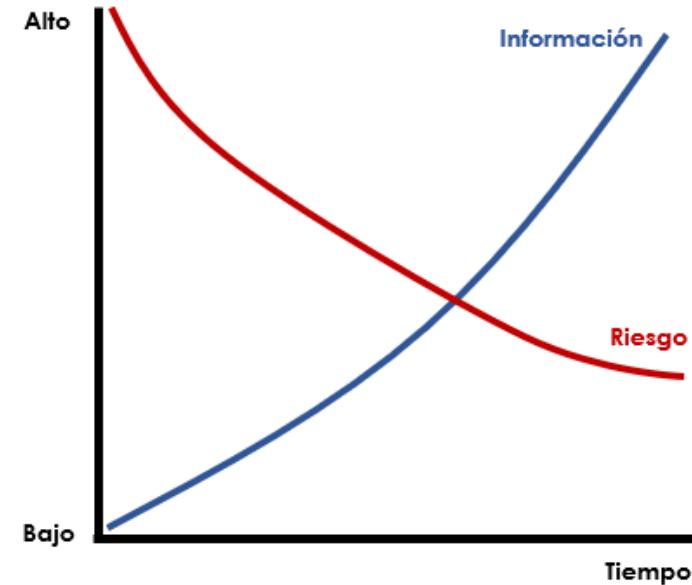


Fuente: Business Model Generation—Alexander Osterwalder

Toma de decisiones:

- ¿Nos interesa realmente el mercado que hemos elegido?
- ¿Cuáles son las tendencias, hay demanda?
- ¿Cuáles son las necesidades del cliente? ¿Mediante qué canales se suele llegar a él en ese mercado?
- ¿Quién es mi competencia? ¿Cómo lo hacen? ¿Qué clientes tienen?
- ¿Hay posibilidad de alianzas con organizaciones locales?

TOMA DE DECISIONES DE INTERNACIONALIZACIÓN



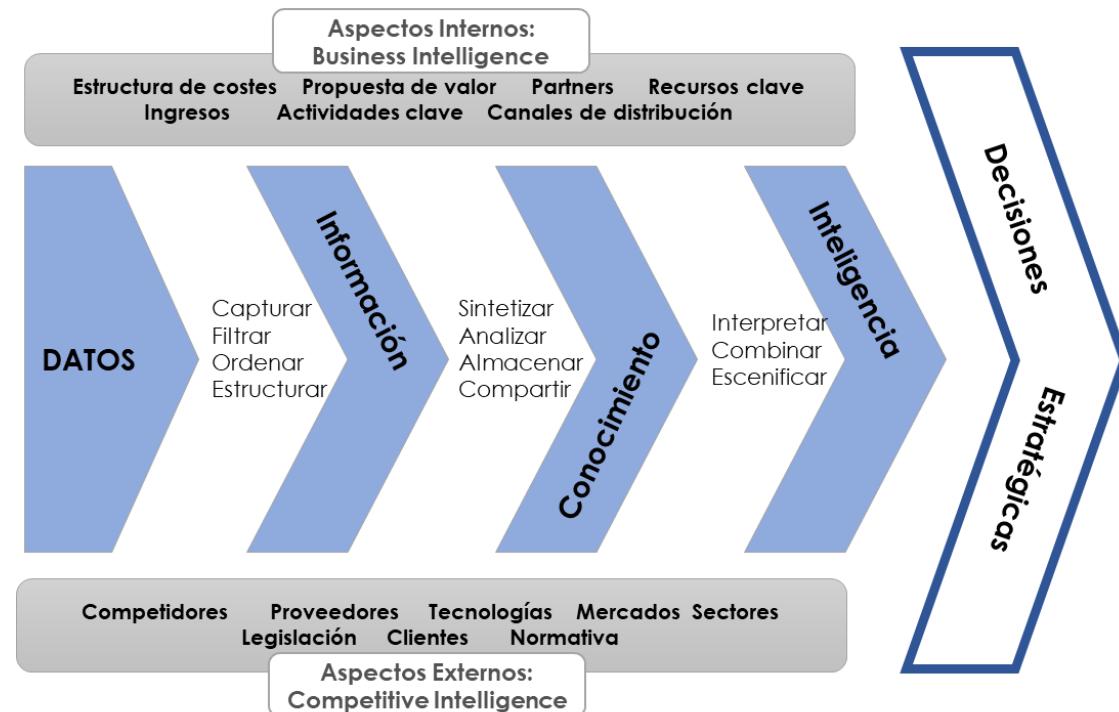
Es necesario huir de la infoxicación y elegir muy bien las fuentes de información que nos ayudarán a reducir el riesgo de nuestras decisiones de internacionalización.



1. La Inteligencia Competitiva

¿Qué es la Inteligencia Competitiva?

- Proceso estructurado para reunir, analizar y distribuir datos o información sobre competidores actuales y potenciales, y transformarlos en información útil para la toma de decisiones.
- Se basa en saber identificar que información es necesaria, dónde y cómo se debe buscar para posteriormente seleccionar la información adecuada, someterla a un tratamiento y análisis específicos y de esta manera, poder aplicar los resultados.
- La IC es un conjunto de acciones coordinadas para que los integrantes de una organización puedan desarrollar estrategias individuales y colectivas.



1. La Inteligencia Competitiva

¿Para qué?

- Identificación de **oportunidades** (p.ej. nuevos nichos de mercado) y **amenazas** (p.ej. nuevos competidores, cambios legislativos).
- **Reducir la incertidumbre** en la toma de decisiones.
- Para detectar **sitios/lugares/mercados influyentes**.
- Para averiguar **tendencias de consumo** (nuevas demandas o necesidades de clientes).
- Identificar cualquier otras tendencias (p.ej. tecnológicas) que afecten a nuestra competitividad.
- Para obtener **ventaja frente a la competencia**.
- Para **innovar** productos o servicios.
- Planificación e implementación de estrategias que se **adelantan a los cambios del entorno**.
- Tomar **decisiones fundamentadas** en datos e información.

Vigilancia tecnológica
Tecnologías disponibles...
emprendedores, patentes...



Vigilancia de competidores
Competidores actuales y potenciales



LOS 4 EJES DE LA INTELIGENCIA COMPETITIVA

Vigilancia del entorno
Estratégica, económica, política, programas de financiación, reglamentaciones...

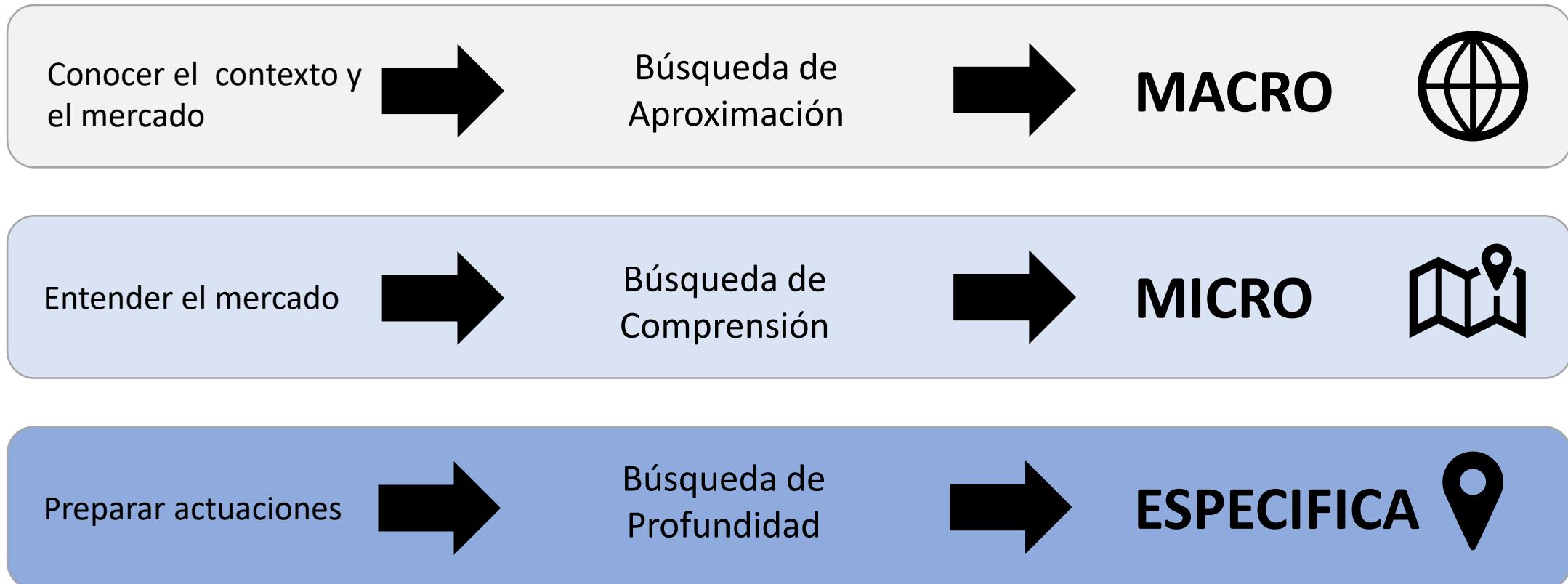


Vigilancia comercial
Clientes, mercados, sectores, licitaciones, alianzas...



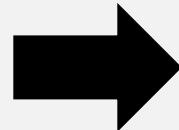
2. ¿Por dónde empiezo? Los 3 niveles de búsqueda

Dependiendo del tipo de información que pretendemos obtener existen diferentes niveles de búsqueda:

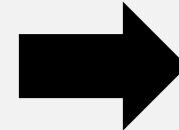


2. ¿Por dónde empiezo? Los 3 niveles de búsqueda

Kontextua eta
merkatua ezagutzea



Hurbiltze bilaketa



MACRO



¿Zer informazio bila/kontulta dezakegu?

- Herrialde-txostenak (datu orokorrak, testuinguru soziopolitikoa, kanpo-merkataritza, aldebiko harremanak, aukera-eremuak, aurreikuspenak)
- Euskadik/Espainiak herrialdeekin dituen merkataritza-harremanei buruzko txostenak.
- Basque Trade & Investment-en Nazioartekotzeko Estrategiaren lehentasunezko herrialdeak.
- Estatistika komertzialak, importazio eta exportazioen herrialdeko joerak
- Herrialdeko arrisku-txostenak (Doing Business in)



Non kontulta ditzageku? Zer iturri edo datu-baseren bidez?

- **Basque Trade & Investment.** Adimen Lehiakorra–Merkataritzako akordioak eta aukerak, txostenak eta azterlanak, eta abar. Web-orria: <https://basquetrade.spri.eus/es/>
- **ICEX: Instituto Español de Comercio Exterior-** Ekonomia- eta merkataritza-informazioa, herrialdeka. Web-orria: www.icex.es
- **CESCE: Agencia de Crédito a la Exportación Española –** Herrialdeko arrisku txostenak



2. ¿Por dónde empiezo? Los 3 niveles de búsqueda



Quiénes somos ▾ Red exterior ▾ Qué ofrecemos ▾ Plataforma multilateral ▾ Inteligencia competitiva ▾ Brexit hoy ▾
 Sectores:
 AUTOMOCIÓN ENERGÍA AERONÁUTICA BIOCIENTICAS ELECTRÓNICA Y TICS INDUSTRIA MARÍTIMA
 AGROALIMENTARIO ECOINDUSTRIA FERROCARRIL FINANCIERO MAQUINARIA AVANZADA


 Presentación Informe país México


 Presentación Informe país Argentina


 Presentación Informe país Chile


 Presentación Informe país India


 Presentación Informe país Rusia


 Informe impacto de la Covid-19 en Singapur



Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior



Descubra cómo contribuimos a la competitividad de España en más de 199 mercados.

Por ejemplo, China

Afganistán Andorra Arabia Saudita Armenia Azerbaiyán	Albania Angola Argelia Australia	Alemania Antigua Y Barbuda Argentina Austria
B		
Bahamas Barbados Bermudas Bosnia Herzegovina Brunéi Burundi	Bahréin Belice Bielorrusia Botswana Bulgaria Bután	Bangladesh Benín Bolivia Brasil Burkina Faso Bélgica



2. ¿Por dónde empiezo? Los 3 niveles de búsqueda

Compendium
cultural policies & trends

HOME COUNTRY PROFILES COVID-19 STATISTICS & COMPARISONS RESOURCES NEWS ABOUT

SPAIN

In this section you will find the cultural policy profile of Spain in 7 thematic chapters, including additional information and resources.

1. CULTURAL POLICY SYSTEM

This chapter describes the scope of a country's cultural policy system, including main features and elements, the objectives of policies, the developments over the years and the relationship between the different levels of government.

READ PROFILE

2. CURRENT CULTURAL AFFAIRS

What are the recent developments regarding topics such as digitisation, diversity and sustainability? In this chapter, the current priorities of a country's cultural policy and the connection to key issues like media and tourism are assessed.

READ PROFILE

3. CULTURAL AND CREATIVE SECTORS

Sector-specific information on policies, measures, debates and developments can be found here, from visual arts and crafts, performing arts and heritage to cultural and creative industries like media and tourism.

READ PROFILE

4. LAW AND LEGISLATION

This chapter provides an overview of a country's legal system for cultural policy making, comprising those pieces of general legislation that impact culture and sector-specific legal provisions, such as legislation on books and press.

READ PROFILE

5. ARTS AND CULTURAL EDUCATION

In this chapter, attention is paid to national initiatives and the different forms of arts and cultural education: artistic education in schools, higher arts education, out-of-school arts and cultural education, and vocational and professional training.

READ PROFILE

6. CULTURAL PARTICIPATION AND CONSUMPTION

How is cultural attendance promoted and what role do cultural centres have? What are the trends and figures for cultural participation and household cultural expenditures? Such information is clearly conveyed in this chapter.

READ PROFILE

7. FINANCING AND SUPPORT

This chapter contains tables and descriptions regarding public cultural funding (including the specific expenditure per sector and that at government level), private cultural funding and cultural support programmes such as artists' funds, grants and awards.

READ PROFILE

MORE OPTIONS:

- DOWNLOAD FULL & SHORT PROFILES (PDF)
- SOURCES & LINKS
- QUICK FACTS
- EXPERT AUTHOR

OR GO TO:

SEARCH BY COUNTRY

Fuente: Compendium.

Disponible en: <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/country-profile/?id=18>

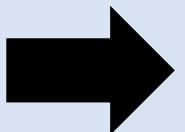
Compendiumek Europako herrialdeen kultura- eta sormen-panoramari buruzko informazioa eskaintzen du, gaikako 7 kapitulutan banatuta, informazio gehigarria eta baliabideak barne:

- Kultura-politiken sistema.
- Oraintsuko kultura-gaiak.
- Kultura- eta sormen-sektoreak.
- Legeak eta legeria.
- Arteak eta hezkuntza-kultura.
- Parte-hartze eta kontsumo kulturala.
- Finantzaketa eta laguntzak/laguntza.

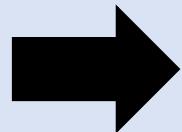


2. ¿Por dónde empiezo? Los 3 niveles de búsqueda

Merkatua ulertzea



Ulermenerako bilaketa

**MICRO**

¿ Zer informazio bila/kontsulta dezakegu?

Estudios de mercado o sector por país.

- Eskaria
- Eskaintza: barne eta kanpo eskaintza(importazioak)
- Merkatura sarbidea:
 - Banaketa kanalak
 - Sarrerako oztopoak (sartzeko formalitateak, arau teknikoak...)
 - Muga zergen eta beste mugei buruzko txostenak.
- Aukera berriak.



Non kontsulta ditzakegu? Zer iturri edo datu-baseren bidez?

- **World Bank Doing Business** - 190 ekonomiatako merkataritza-erregelamenduen neurri objektiboak.. Web: www.doingbusiness.org/

Txostenen jatorria aldatu egin daiteke herrialde eta eskualde bakoitzean:::

- **Merkataritza agentzia/instituto nazionala.** (adib.. Europa mailan: Italian Trade Agency, UBI France, etb)
- **Azterlanak eta merkatua aldizka argitaratzen dituzten eskualdeko agentziak/institutuak edo eskualde-garapeneko agentziak** (adib. Espana: Baquetrade, Extenda Andalucía, Ivace Valentzia....; Europan: Flades Investment & Trade, Bayern International, Piemonte Agency; Latam: ACI Medellín...)

Beste Batzuk:

- **Santander Trade.** Merkatu-txostenak, merkataritza-azokak, merkataritza-bazkideak eta egunero eguneratutako lizitazioak. Web-orria: <https://santandertrade.com/es/portal>
- **Empresa direktorioak:** Europages, Kompass, Orbis, Thomasnet...



2. ¿Por dónde empiezo? Los 3 niveles de búsqueda

ICEX España Exportación e Inversiones

RED EXTERIOR RED TERRITORIAL INICIO DE SESIÓN / REGISTRO (0)

QUIÉNES SOMOS **TODOS NUESTROS SERVICIOS** **NUEVOS EXPORTADORES** **EXPORTADORES HABITUALES** **IMPLANTACIÓN E INVERSIÓN EXTERIOR** **INVEST IN SPAIN**

Programas y Servicios de Apoyo Financiación para la internacionalización Organismos Internacionales y de Desarrollo Servicios a Medida

Información de Mercados Ayudas y Convenios Visitar Mercados Formación y capacitación empresarial Oportunidades de Negocio

Países
Sectores
Estudios de mercados y otros documentos de comercio exterior
Librería-ICEX
Trámites y Gestiones para la exportación

Estadísticas Empresas, asociaciones y organismos Direcciones de interés Ventana Global

iVer el 1er vídeo!

¿Qué sectores? **Servicio de oportunidades de negocio** **Gratis, alertas diarias**

Fuente: ICEX.

Disponible en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/sectores/servicios/documentos/index.html?pais=§or=499>

GOBIERNO DE ESPAÑA **MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO** **ICEX** España Exportación e Inversiones **UNIÓN EUROPEA** **RED EXTERIOR** **RED TERRITORIAL** **INICIO DE SESIÓN / REGISTRO**

QUIÉNES SOMOS **TODOS NUESTROS SERVICIOS** **NUEVOS EXPORTADORES** **EXPORTADORES HABITUALES** **IMPLANTACIÓN E INVERSIÓN EXTERIOR** **INVEST IN SPAIN**

Página 1 de 5 Mostrando 1 a 10 de 50 resultados

1 - Ficha sector. Videojuegos en México 2020
Panorámica del sector de los videojuegos en México. Presenta una primera aproximación al mercado tratado (características y datos cuantitativos y cualitativos) con indicación de las oportunidades que presenta para la oferta española y las claves de acceso al mismo. México es el país con el consumo de videojuegos más alto de todo Latinoamérica. Según Newzoo, el mercado mexicano ocupaba el 12º puesto mundial del sector en 2018, las ventas de videojuegos superarán los 1.500 millones de dólares en 2020.
[Ver documento](#) PDF - 581KB

2 - Estudio de mercado. El mercado de derechos de traducción editorial en Estados Unidos 2020
Estudio sobre el mercado de derechos de traducción editorial en Estados Unidos (datos 2015-2019). En los últimos años y, en parte, gracias al auge de los fenómenos derivados del nuevo entorno digital, han surgido nuevos elementos en consideración. Por un lado, los e-marketplaces que unen a editoriales alternativas con editoriales y agencias americanas que buscan cierto tipo de contenido, y por el otro el imparable fenómeno de la autoedición. Tras presentar la definición y características del sector, el estudio analiza la oferta y la demanda, así como los precios y la percepción del producto español. Informa sobre los canales de distribución, el acceso al mercado, las perspectivas y las oportunidades del sector. Recoge información práctica y otros datos de interés.
[Ver documento](#) PDF - 112 KR

19 de enero de 2021 - 21 de enero de 2021
EXPOSICIÓN NEONYT I 2021

23 de noviembre de 2020 - 27 de noviembre de 2020
XVII CONGRESO NACIONAL DE LA INFRAESTRUCTURA 2020

VÍDEOS

3 - Estudio de mercado. El mercado de la distribución de música grabada en Estados Unidos 2020
Estudio sobre el mercado de la distribución de música grabada en Estados Unidos (datos hasta 2019). La estabilidad del mercado y la alta monetización que permiten las plataformas digitales, hacen que el mercado se encuentre en un buen momento, habiendo sido capaz de reducir el consumo ilegal de música. Las empresas españolas del sector cuentan con oportunidades interesantes si se apoyan fundamentalmente, en modelos de negocio digitales. Así, pueden aprovechar la apertura del mercado estadounidense hacia herramientas digitales de promoción, y el alto porcentaje de usuarios con acceso a tecnologías on-demand y redes sociales. Tras presentar la definición y características del sector, analiza los canales de distribución y la demanda, así como los precios y la percepción del producto español. Informa sobre el acceso al mercado, las perspectivas y las oportunidades del sector. Recoge información práctica y otros datos de interés.
[Ver documento](#) PDF - 2164KB

4 - Ficha sector. La industria cinematográfica en Alemania 2020
Panorámica del sector de la industria cinematográfica en Alemania. Presenta una primera aproximación al mercado tratado (características y datos cuantitativos y cualitativos) con indicación de las oportunidades que presenta para la oferta española y las claves de acceso al mismo.
[Ver documento](#) PDF - 599KB

5 - Informe estadístico. Traducciones literarias España - Reino Unido 2019
Estadísticas de ventas de derechos de editoriales españolas (título y autor) a editoriales británicas en el año 2019, con los nombres de las editoriales británicas, nombre de traductores y formato.

SECTORES
A través de este buscador de sectores podrá acceder directamente a la información de mercados internacionales propria para el sector que seleccione.

Seleccione un sector:

IR



2. ¿Por dónde empiezo? Los 3 niveles de búsqueda



Quiénes somos ▾ Red exterior ▾ Qué ofrecemos ▾ Plataforma multilateral ▾ Inteligencia competitiva ▾ Brexit hoy ▾

ACUERDOS COMERCIALES
Principales novedades en los acuerdos comerciales internacionales más relevantes para nuestras empresas
[Buscar](#)

OPORTUNIDADES COMERCIALES
La búsqueda avanzada y el riguroso análisis de nuestro equipo, nos permiten seleccionar oportunidades concretas de interés para nuestras empresas
[Buscar](#)

INFORMES Y ESTUDIOS
Informes sectoriales, informes/país, análisis de coyuntura o de tendencias de comercio internacional
[Buscar](#)

ACTUALIDAD EN INTERNACIONALIZACIÓN DE EUSKADI Y EN EL MUNDO
Misiones comerciales, jornadas, eventos, participación en ferias y toda la actividad de nuestras empresas en el exterior
[Buscar](#)

INFORMACIÓN DIARÍA, SEGMENTADA POR SECTORES DE ACTIVIDAD Y PAÍSES DE INTERÉS PARA QUE PUEDAS TOMAR LAS DECISIONES MÁS COMPETITIVAS
[Mantente al día](#)

basquetrade.spri.eus/es/

Fuente: BTI. Disponible en: <https://basquetrade.spri.eus/es/>

Santander | Trade

Comprometidos con la internacionalización de las empresas españolas

Modo invitado
Acceso limitado: solo puedes elegir un país / área de interés y una industria

Industrias de interés [0] [Añadir filtro](#)

País de interés [1] [Añadir filtro](#)

Panorama of the artistic and cultural sectors in Quebec, Canada

Idioma: FR
Fuente: Institut de la statistique du Québec
Fecha de publicación: 22/10/2020
Tipo de Documento: pdf

Sectoral portrait of the textile industry in Quebec, Canada

Idioma: FR
Fuente: Guichet Emploi Canada

Fuente: Santander Trade. Disponible en: <https://santandertrade.com/es/wall>

RED EXTERIOR

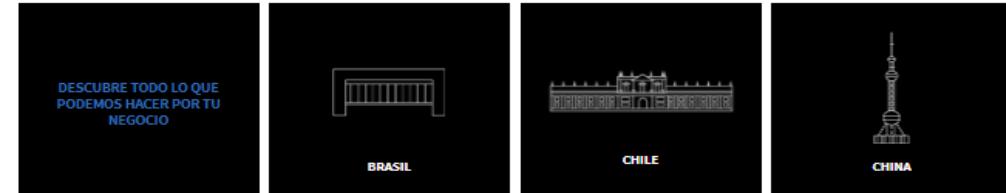
ESTAMOS EN MÁS DE 87 PAÍSES

Tenemos un equipo de expertos internacionales en más de 70 países, con 16 oficinas propias. Una red exterior muy potente con más de 20 años de experiencia.

Si quieres saber qué podemos hacer por tu empresa.

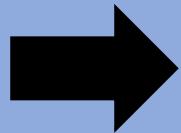
[Contáctanos](#)

DESCUBRE TODO LO QUE PODEMOS HACER POR TU NEGOCIO

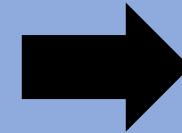


2. ¿Por dónde empiezo? Los 3 niveles de búsqueda

Ekintzen prestaketa



Sakontzeko bilaketa



ESPEZIFIKOA



Produktuen enpresentzako informazio teknikoa

Informazio teknikoa izatea funtsezkoa da kanpo-merkataritzako operazioak behar bezala egiteko (muga-zergen kodeak, garraioa, etab.) eta, horrela, merkatu bat enpresarentzat erakargarria den ala ez bereizten jakiteko. Informazio hori honako iturri hauetan aurki daiteke:

- **Espainiako Merkataritza Ganbera:** Arantzel-kodeen bilatzailea (TARIC) eta aduanen informazio estadistikoa.
Web: <http://aduanas.camaras.org/>
- **ICEX:** Establezimendu-kostuen simulagailua, herrialdeka.
Web: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/implantacion-e-inversion-exterior/seleccion-de-mercados/simulador-costes-de-establecimiento/index.html>
- **DATACOMEX** (Mineco): espanyiak munduarekin dituen datu estatistikoen datuak
Web: www.datacomex.comercio.es/principal_comex_es.aspx
- **Freight Quote:** Garraio-pleiten kotizazioak (erregistroa beharrezkoa).
Web: <https://www.freightquote.com/>
- **Freightnet:** Fragile logistikoen direktorioa..
Web: <https://www.freightnet.com/>

DG TRADE – ACCES2 MARKETS



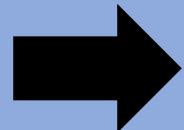
Europako Batzordearen tresna, kanpo-merkataritzako informazio tekniko ugari ematen duena. Zehazki, Europako produktuak hirugarren estatuetan importatzeko muga-zergei buruzko informazioa ematen du, bai eta hirugarren estatuetako aduanek Europako produktuei eskatutako prozedurei eta dokumentuei buruzko informazioa, EBren eta hirugarren herrialdeen arteko merkataritza-fluxuen estatistikak, merkataritza-oztopoei buruzko informazioa, kontrol fitosanitarioako neurriak, etab.

Web: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content>

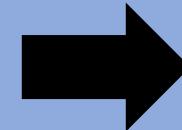


2. ¿Por dónde empiezo? Los 3 niveles de búsqueda

Ekintzen prestaketa



Sakontzeko bilaketa



ESPEZIFIKOA



Zer informazio bila/kontsulta dezakegu?

- Lehia
- Prezioak
- Merkatu-agenteak (bitartekariak, banatzaileak)
- Balio-katea (hornitzaireak, garaiolariak, bezeroak)
- Azokak/ekitaldiak
- Erakundeen arteko lankidetzak (administrazio publikoak eta beste erakunde batzuk, unibertsitateak)
- Lankidetza pribatuak

Non kontsulta ditzakegu? Zer iturri edo datu-baseren bidez?

- Redes
- Centros de Competencia
- Cámaras de Comercio
- Agencias de Desarrollo Regional
- Institutos de promoción de la Cultura
- Agrupaciones empresariales o Clústeres
- Directories of Empresas
- Web corporativas



3. ¿Donde pueden buscar información las ICC?

¿DÓNDE ENCUENTRO INFORMACIÓN?

1. REDES

- Mediante la participación directa en redes, o indirecta a través de la integración en alguno de sus miembros (asociaciones, federaciones, etc.).
- Indagando o publicando oportunidades de colaboración a través de los canales de comunicación de las redes.

Ej. Oportunidades de colaboración con empresas del sector creativo publicadas en la red Enterprise Europe Network

Sino-German intercultural consultancy from Germany seeks service agreement and subcontracting partners

A Sino-German intercultural consultancy from Germany is an expert for all levels of companies and administration in China. They consult companies th... [See more](#)

GERMANY | 11 months ago | expires in 2 weeks

German film and television production company is looking for commercial agreement and subcontracting.

A German company, working in the field of film and television production for companies, municipalities, organisations, artists and magazines, is looki... [See more](#)

GERMANY | 4 months ago | expires in 8 months

2. CENTROS DE COMPETENCIAS

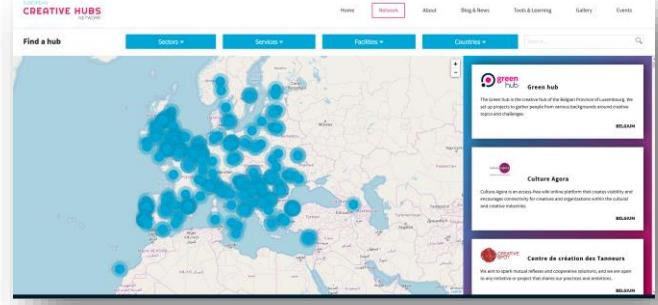
- Se trata de organizaciones que ayudan a los agentes del sector cultural y creativo a mejorar sus capacidades y habilidades y por lo tanto, generan a su alrededor un ecosistema de empresas conectado.
- Se incluyen aquí centros de arte contemporáneo, centros de formación, incubadoras/acceleradoras y centros de emprendimiento, etc.

Ej. LOCALIZART.ES, buscador de centros de arte contemporáneo y espacios de creación



Fuente: EEN. Disponible en: <https://een.ec.europa.eu/partners>

Ej. EUROPEAN CREATIVE HUBS, buscador de hubs creativos en Europa



Fuente: European Creative Hubs Network. Disponible en: <http://creativehubs.net/>



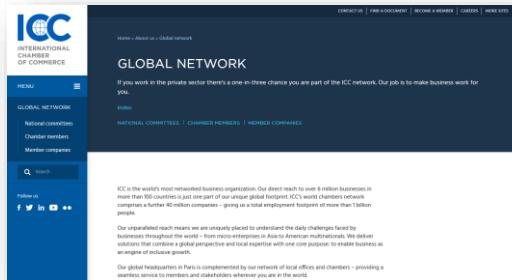
3. ¿Donde pueden buscar información las ICC?

¿DÓNDE ENCUENTRO INFORMACIÓN?

3. CÁMARAS DE COMERCIO Y AGENCIAS DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN

- Poseen relación directa y cercana con empresas y comercios, a nivel general y sectorial.
- En ocasiones ponen en marcha programas dirigidos a las empresas del sector ICC, herramientas de apoyo y de innovación participativa.

Ej. Red Global de la Cámara de Comercio Internacional



Fuente: ICC. Disponible en: <https://iccwbo.org/>

Ej. Directorio de empresas de industrias culturales de ICEX



Fuente: ICEX. Disponible en: www.icex.es

4. INSTITUTOS DE PROMOCIÓN DE LA CULTURA

- Están en contacto con los agentes culturales y creativos de mercados concretos.
- Proporcionan una ventana al exterior al sector cultural y creativo.

Ej. Red de Universidades extranjeras con acuerdo con Etxepare



Fuente: Etxepare Euskal Institutua. Disponible en: <https://www.etxepare.eus/es>

Ej. Sedes del Instituto Cervantes en el mundo y red de Centros Culturales de AECID



Fuente: Instituto Cervantes. Disponible en: <https://www.cervantes.es/default.htm>



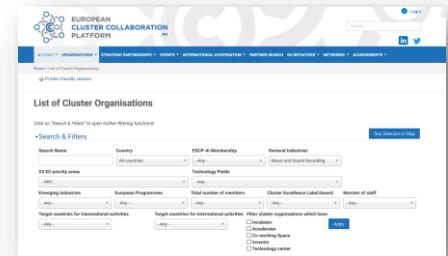
3. ¿Donde pueden buscar información las ICC?

¿DÓNDE ENCUENTRO INFORMACIÓN?

5. AGRUPACIONES EMPRESARIALES / CLUSTERS

- Como concentraciones geográficas de agentes interdependientes, los clústeres ICC son conjuntos de organizaciones (empresas, instituciones, universidades, etc.) que compiten y cooperan dentro del ámbito cultural y creativo.
- Los clústeres fomentan la creación de nuevas oportunidades de negocio a través de la innovación.

Ej. Buscador de clústeres en la plataforma European Cluster Collaboration”



Fuente: European Cluster Collaboration Platform. Disponible en: <https://www.clustercollaboration.eu/>

Ej. Listado de clúster de industrias creativas en la web de European Secretariat for Cluster Analysis

Fuente: ESCA. Disponible en: <https://www.cluster-analysis.org/benchmarked-clusters/?industry=Creative%20industries>

6. DIRECTORIOS DE EMPRESAS

- Repositorios de empresas culturales y creativas en webs de asociaciones empresariales, redes y organismos públicos de apoyo.

Ej. Directorio de colaboradores y creadores de Acción Cultural Española



Fuente: EEN. Disponible en: <https://www.accioncultural.es/es/red-de-colaboradores>

Ej. Directorio de empresas pertenecientes al proyecto Mapa Mundial del Teatro, desarrollado por la Universidad de Georgetown



Fuente: World Theatre Map. Disponible en: <https://www.worldtheatremap.org/en>



3. ¿Donde pueden buscar información las ICC?

¿DÓNDE ENCUENTRO INFORMACIÓN?

7. EVENTOS Y FERIAS

La información sobre ferias comerciales resulta bastante útil en varios sentidos. Por un lado, de los informes de anteriores ediciones se pueden sacar conclusiones sobre el interés y potencial del sector en el mercado en cuestión y por otro, de los listados de expositores se pueden obtener potenciales clientes y socios comerciales. Entre los directorios de ferias disponibles en internet destacan:

- Clocate: directorio de ferias y eventos por países. Web: www.clocate.com
- Auma Messen: ofrece búsquedas de ferias a nivel mundial. Web: www.auma-messen.de
- Exhibitions Word: Motor de búsqueda de ferias en Asia. Web: www.exhibitions-world.com
- Tradeshow Week: Información sobre ferias y tendencias sectoriales. Web: www.tradeshowweek.com

8. WEBS CORPORATIVAS

- La mejor información para hacer un análisis de la propuesta de valor de tus competidoras es su propia web corporativa, donde podrás analizar su propuesta de valor y los diferentes elementos que la sustentan. Para ello podeis utilizar la metodología BMC.
- El análisis de redes sociales, blogs y otras herramientas de comunicación, os ayudaran asimismo a conocer su estrategia de comunicación y a investigar sobre las opiniones y valoraciones de sus clientes y publico en los mercados objetivos.



4. Cómo optimizar las búsquedas en Google

Infoikazioa RAEk prozesatzen zaila den informazio-gainkarga bat erreferentzia egiteko definitutako hitz bat da. Askotan, Interneten bilaketak egiten ditugunean, bilatzaileek itzultzen diguten informazio kopuruarekin guztiz asebetetzen gara.

Horregatik, zuen bilaketak optimizatzeko, iragazteko eta informazio zehatzagoa bilatzeko lagungarri diren komando eta etiketen erabilera zehazten dituzten gida praktiko batzuk konpartitzen dizkizuegu:



The screenshot shows the Google search homepage with the 'Advanced search' link highlighted by a red oval. Below the search bar, there are several input fields and their corresponding usage examples:

- Buscar páginas con...
todas estas palabras: Escribe las palabras importantes: terrier ratonero tricolor
- esta palabra o frase exactas: Escribe las palabras exactas entre comillas: "terrier ratonero"
- cualquier de estas palabras: Escribe OR entre todas las palabras que quieras: miniatura OR estándar
- ninguna de estas palabras: Añade un signo menos delante de las palabras que no quieras que aparezcan: -roedor, -"Jack Russell"
- números desde el: hasta Escribe dos puntos seguidos entre los números y añade una unidad de medida: 10..35 kg, 300..500 euros, 2010..2011

A continuación, limitar los resultados por...

idioma: Busca páginas en el idioma que seleccionas.

región: Busca páginas publicadas en una región determinada.

GAZTELERAZ

- [Como buscar en Google](#)
- [Guía de Google](#)

INGELESES

- [How to search on Google](#)
- [Better Searches, Better Results](#)
- [GoogleGuide](#)





5. Conclusiones



Clientes

- Necesidades reales y potenciales.
- Demandas reales y potenciales.
- Hábitos de consumo y comportamiento.
- Perfiles de los consumidores y clientes de productos similares.
- Analizar Blogs y otros portales donde participan

Bezeroak

- Behar errealak eta potentzialak.
- Eskaera errealak eta potentzialak.
- Kontsumo- eta portaera-ohiturak.
- Antzeko produktuen kontsumitzaleen eta bezeroen profilak.
- Blogak eta parte hartzen duten beste atari batzuk aztertze



Sectores

- Identificación de nuevos sectores, nichos, productos y servicios de interés según capacidades, habilidades y conocimientos (recursos clave)
- Identificar a los líderes en cada mercado y su posición frente a ellos.
- Identificación de nichos con mayores índices de crecimiento.
- Informes sectoriales.

Sektoreak

- Sektore, nitxo, producto eta zerbitzu interesgarri berriak identifikatzea, gaitasunen, trebetasunen eta ezagutzen arabera.
- Merkato bakoitzeko liderrak eta haien posizioa identifikatzea.
- Hazkuntza-indize handienak dituzten nitxoak identifikatzea.
- Txosten sektorialak.



Mercados

- Estudios de mercado preliminares de los nuevos sectores/nichos/productos y servicios de interés para su dimensionamiento.
- Descubrir países con mayor índice de crecimiento e identificar competidores.
- Monitorizar variables macroeconómicas y cuadros de mando del entorno (PIB, valores..)
- Informes de riesgo país.
- Informes Doing Business in

Merkatuak

- Sektore/nitxo/produktu berrien eta intereseko zerbitzuen aurretiazko merkatu-azterketak.
- Hazkunde-indize handiena duten herrialdeak aurkitzea.
- Lehiakideak identifikatzea.
- Aldagai makroekonomikoak eta inguruko aginte-koadroak monitorizatzea (BPGa, balioak...)
- Herrialdeko arrisku-txostenak.



Tecnologías

- Avances técnicos en el sector
- Maquinaria y tecnología de la competencia
- Patentes de la tecnología y del diseño.
- Identificar posibles socios tecnológicos
- Identificar acuerdos y proyectos de I+D y de desarrollo de tecnologías de nuestros competidores con CCTT, Universidades, AAPP...

Teknologiak

- Aurrerapen teknikoak sektorean
- Lehiaren makineria eta teknología
- Teknologiaren eta diseinuaren patenteak.
- Bazkide teknológico posibleak identifikatzea
- I+G arloko eta gure lehiakideen tecnologíak garatzeko akordioak eta proiektuak identifikatzea zentro teknologikoekin, unibertsitateekin eta administrazio publikoekin.



Competidores

- Vigilar los precios y productos/servicios.
- Actividad en redes sociales (plataformas, campañas, en definitiva su estrategia de comunicación online)
- Identificar otras estrategias que llevan a cabo.
- Identificar sus clientes.
- Conocer sus patentes, marcas registradas o derechos de explotación.
- Detectar sus equipos.

Lehiakideak

- Prezioak eta produktuak/zerbitzuak zaintza.
- Sare sozialetako jarduera (plataformak, kanpainak, azken batean, online komunikazio-estrategia)
- Gauzatzen dituzten beste estrategia batzuk identifikatzea.
- Bezeroak identifikatzea.
- Haien patenteak, marca registratuak edo ustiapan-eskubideak ezagutzea.
- Haien ekipoak detektatzea.



Normativa y legislaciones

- Monitorizar licitaciones y programas de financiación de organismos públicos regionales, nacionales, europeos e internacionales
- Vigilar nuevas políticas, legislación (BOE), iniciativas y cambios normativos.
- Conocer las barreras arancelarias de los mercados de interés.
- Identificar nuevas o modificaciones en normativas técnicas y reglamentaciones.
- Estado legal de las patentes.

Araudia eta legediak

- Eskualdeko, estatuko, Europako eta nazioarteko erakunde publikoen lizitazioak eta finanzaketa-programak monitorizatzea
- Politika berriak, legedia (BOE), ekimenak eta arau-aldekak zaintza.
- Merkatu interesgarrietako muga-zergen oztopoak ezagutzea.
- Araudi teknikoetan eta erregelamenduetan aldaketa berriak edo aldaketak identifikatza.
- Patenteen legezko egoera.

5. Conclusiones

- Funtsezkoa da nazioartekotze-prozesu bat gauzatzean erabakiak hartzeko arriskua murriztea. Adimen Lehiakorrak xede dugun merkatuari, gure lehiakideei, indarreko legeriari eta abarri buruz informazioa biltzen lagunduko digu.
- Adimen lehiakorra informazioa eta datuak bildu, aztertu eta banatzeko prozesu bat da, erabakiak hartzeko oinarri diren ekintzak edo estrategiak garatzen laguntzeko. Hau etengabe burutu beharreko prosezua da.
- Infoxikaziotik ihes egin behar dugu, eta informazioa egiazko iturrietan eta kontrastatutako iturrietan bilatu behar dugu. Horretarako nabigatzaileetan bilaketa optimizatzeko gidak eskuragarri daude interneten.
- Hainbat bilaketa-maila daude, xede dugun herrialdearen edo merkatuaren ezagutza-mailaren arabera. Bakoitzean hainbat iturri eta datu-base kontsulta ditzakegu.
- KSI erakundeek informazio oso baliagarria aurki dezakete iturri hauetan: sareak, lehia-zentroak, merkataritzaganberak, eskualde-garapeneko agentziak, kultura sustatzeko institutuak, klusterrak edo lehiakideen webgune korporatiboak.





MUCHAS GRACIAS!



MILA ESKER !

