

Servicio de Asesoramiento en Estrategia y Rendimiento de Negocio

Objetivo: Plan enfocado para empresas que buscan implementar una estrategia de negocio para mejorar su posicionamiento competitivo, definiendo la inversión necesaria, y seleccionando las herramientas adecuadas, aprovechando tecnologías de inteligencia artificial para potenciar la capacidad de análisis, y realización de un caso de uso adaptado a mejorar el rendimiento y la estrategia del negocio en términos de identificar necesidades y brechas, así como las oportunidades para mejorar su situación en relación a la competencia.

Tipología de asesoramiento: Básico.

Importe de la ayuda:

Segmento A 10 < 50 empleados – Euros	Segmento B 50 < 100 empleados – Euros	Segmento C 100 < 250 empleados – Euros
6.000	6.000	6.000

Actividades:

- Analizar la situación actual de la empresa en inteligencia de negocio para evaluar necesidades, identificar brechas en el uso de tecnologías de inteligencia de negocio y detectar oportunidades de mejora.
- Planteamiento de recomendaciones para desarrollar habilidades analíticas y fomentar una cultura de toma de decisiones basada en el tratamiento de datos con algoritmos de inteligencia artificial en el escenario competitivo actual.
- Asesoramiento en la incorporación de técnicas y herramientas avanzadas de aprendizaje automático, inteligencia artificial y minería de datos, entendiendo las especificidades de la empresa y alineándolas a los objetivos del negocio.
- Definición conjunta de una estrategia a medio y largo plazo para la implementación y optimización de la inteligencia de negocio basada en mejorar el rendimiento.
- Diseño y ejecución de un caso de uso que demuestre la efectividad de las técnicas de análisis de la competencia para mejorar la estrategia y el rendimiento del negocio.

– Identificación de oportunidades o posibles usos de la IA en el ámbito de la estrategia y rendimiento de negocio.

Documentación técnica y resultados requeridos para la justificación, conforme al artículo 31.6.a) de esta Orden:

- Evidencias de la celebración de la reunión presencial de inicio de la prestación del servicio de asesoramiento, que se determinarán en cada convocatoria.
- Evidencias de celebraciones de reuniones intermedias, que se determinarán en

cada convocatoria.

– Evidencias de la celebración de la reunión presencial final tras la prestación del servicio de asesoramiento, que incluya los resultados obtenidos y la conformidad del beneficiario al servicio prestado, que se determinarán en cada convocatoria.

– Diagnóstico inicial:

- Diagnóstico inicial o situación actual de la empresa beneficiaria en términos de sus capacidades y rendimiento de negocio, así como su disposición para la transformación estratégica empresarial.

- Identificación precisa de necesidades y brechas en la estrategia y rendimiento del negocio, considerando aspectos como:

- La posición competitiva.
- Los desafíos del mercado.
- Las oportunidades de mejora y crecimiento.

– Resultados:

- Apoyo en el diseño de programas de capacitación específicos para mejorar las habilidades analíticas del personal, brindando asesoramiento con el objetivo de potenciar la capacidad de análisis y toma de decisiones basadas en datos en herramientas propias para el análisis del rendimiento de negocio.

- Asesoramiento en el desarrollo de técnicas avanzadas como la IA, minería de datos y el aprendizaje automático, con el fin de extraer información valiosa de grandes conjuntos de datos relacionados con la competencia, y utilizarlas para mejorar la toma de decisiones estratégicas y operativas.

- Apoyo en la optimización y mejora continua del rendimiento empresarial, pudiendo utilizarse datos recopilados y los insights obtenidos para así, identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento adicionales.

– Caso de uso: Análisis de la situación actual de la pyme en cuanto a su posicionamiento frente a la competencia, y análisis de indicadores de la competencia con objeto de mejorar su estrategia de negocio.

- Recopilación de datos de la competencia, incluyendo información sobre su posicionamiento en el mercado, productos o servicios ofrecidos, precios, estrategias de marketing, entre otros.

- Análisis comparativo entre la empresa y sus competidores en áreas clave, como participación de mercado, cuota de clientes, satisfacción del cliente, rentabilidad, con el fin de identificar fortalezas y debilidades.

- Identificación de indicadores de rendimiento de la competencia, analizando KPIs de los competidores, como ingresos, crecimiento de clientes, eficiencia operativa, cuota de mercado, para comprender mejor su posición en el mercado.

- Identificación de áreas de mejora y oportunidades para fortalecer la posición de la empresa en el mercado.

- Desarrollo de una nueva estrategia de negocio que tenga en cuenta los hallazgos del análisis competitivo y que esté diseñada para mejorar la posición de la empresa en el mercado y aumentar su competitividad.