

Editorial

Editorial Foreword

FERNANDO VELASCO FERNÁNDEZ Y DIEGO NAVARRO BONILLA

Cuando iniciamos este proyecto de cultura de inteligencia uno de los temas prioritarios que ya entonces nos marcamos fue el de la inteligencia económica. En esta línea, *Inteligencia y seguridad* ha querido ser un medio para facilitar la reflexión sobre este asunto y así ha quedado reflejado en la mayoría de los números anteriores, reservando páginas específicas para artículos sobre inteligencia económica, competitiva y de negocio desde perspectivas y dimensiones muy dispares pero complementarias. Sin embargo, era imprescindible dedicar un monográfico a estas cuestiones para hacer una aproximación y marcar un punto de inflexión que estimule la reflexión, el análisis y la investigación. Apoyar la formación, la investigación, establecer un lenguaje común, esto es, una acotación terminológica y establecer un marco teórico que ofrezca madurez a una disciplina académica constituye en estos momentos una prioridad incuestionable.

En este número se aborda la inteligencia económica tanto desde la perspectiva de los intereses gubernamentales como desde los de la empresa y de la sociedad, incluyendo aquí al mundo académico como un indudable generador de conocimiento. En la actual coyuntura de incertidumbre que existe hoy en todos los ámbitos, la inteligencia económica no es una moda, ni un tema retórico, es una herramienta imprescindible para ser competitivo en un mundo globalizado.

Este número pretende invitar a profundizar en la inteligencia económica y competitiva. En consecuencia, se ha procurado dar cabida a diversas aproximaciones de manera que el lector pueda hacerse cargo de algunos de los enfoques que definen esta disciplina. Lo importante, sin embargo, es entender el concepto, es decir, la necesidad de trabajar con la información de una manera acorde con lo que requiere nuestra sociedad del conocimiento.

A partir de esta comprensión básica y de una mínima inquietud y sensibilidad hacia este tema, corresponderá a cada uno valorar, de acuerdo con sus fines, recursos y capacidades la forma de empezar a aplicarla en su organización de manera eficaz.

La inteligencia competitiva es una actividad clave para la empresa española con el fin de que pueda desenvolverse con éxito en un mercado globalizado donde el conocimiento será el factor determinante para obtener ventajas competitivas. El valor de las empresas ya no está ligado únicamente al de sus activos materiales y se apoya de forma creciente en aspectos intangibles, especialmente nuevos conocimientos fruto de sus capacidades de análisis e interpretación. También en sus dinámicas de funcionamiento, sus modos de hacer frente a las decisiones diarias es necesario que las organizaciones cuenten con sistemas de gestión de la información, que a través del análisis les permitan transformar datos en conocimiento.

La inteligencia competitiva también tiene un componente macroeconómico y de política nacional ya que para un país como España es cada vez más difícil competir por costes. La competitividad vendrá determinada por el conocimiento y la innovación asociado al mismo y esto requiere una especial protección, sensibilidad y apoyo. Como señala la propia Unión Europea «Las técnicas de gestión de la innovación, tales como la inteligencia económica y competitiva ofrecen ventajas competitivas innegables ya que el motor del crecimiento duradero es el incremento del conocimiento». La innovación debe ser concebida en términos de asimilación, transformación y difusión de conocimiento. Para ello, la inteligencia competitiva es fundamental y el mundo académico un dinamizador imprescindible.

La inteligencia competitiva, es transversal, cubre múltiples aspectos e interactúa con casi todas las funciones y departamentos de la empresa relacionándose así mismo con muy diversas disciplinas científicas, pero tiene sus propias técnicas, enfoque, objetivo y su propia metodología.

En este número contamos con la visión institucional y la de la empresa. Por primera vez, y nos sentimos muy orgullosos por ello, incluimos la visión del servicio de inteligencia español sobre este asunto. El Secretario de Estado Director del Centro Nacional de Inteligencia, D. Félix Sanz Roldán, expone la importancia que el ámbito económico tiene para la seguridad nacional y por tanto de la prioridad que estas cuestiones tienen para los servicios de

inteligencia, en su contribución al desarrollo de un nuevo modelo de crecimiento más sostenible, más justo y por tanto más seguro.

También los «expertos del equipo de la Unidad de Inteligencia Económica del Centro Nacional de Inteligencia» sensibilizan a las empresas de nuestro país sobre las ventajas de la Inteligencia Competitiva, como herramienta fundamental para optimizar el modelo de toma de decisiones que ayude a éstas a mejorar su productividad y competitividad.

Asimismo, hemos querido mirar hacia otros enfoques diferentes e incluimos en este número la visión de la Oficina Federal de Protección de la Constitución, uno de los servicios de inteligencia con los que cuenta Alemania, sobre el desafío que el espionaje económico representa en la posguerra fría para los servicios de inteligencia, que deben ser capaces de defender a sus economías de este fenómeno cada vez más presente.

En cuanto a la visión de la empresa se presentan propuestas muy innovadoras, entre ellas la de Ruth A. Martín que plantea un modelo normalizado de unidad de inteligencia competitiva y un manual de operaciones que permita a las empresas dar respuesta a las necesidades de inteligencia en entornos competitivos.

Esta cuestión no sólo se plantea en España, como queda reflejado en el artículo de Klaus Solberg Søylen sobre el emplazamiento que debe ocupar la función de Inteligencia Competitiva dentro de la empresa, desde siete modelos vigentes en la actualidad.

Es evidente que este número constituye un primer paso en el tratamiento académico de esta materia con especial presencia de la visión institucional. Dejamos abierta la puerta a futuras aportaciones desde el mundo de la empresa y de la academia. La interacción y la complementariedad entre la Administración, la universidad y el sector empresarial no solo es posible sino que se considera imprescindible.

Finalmente, debemos subrayar el éxito alcanzado por el Congreso Internacional de Inteligencia celebrado en Madrid el pasado mes de noviembre que contó con la participación de especialistas de primer nivel en las diferentes mesas redondas que estructuraron su programa (Iberoamérica, países del este, historia, ética y derecho, inteligencia económica y competitiva e investigación académica en inteligencia) así como en el apartado de comunicaciones presentadas. El objetivo de dar a conocer nuestro modelo de cultura de inteligencia y de lograr la colaboración internacional en este ámbito lo

consideramos alcanzado. Las conclusiones de dicho Congreso se han incorporado a estas páginas formando una parte esencial de este número y pretenden ser una llamada a la reflexión y la profundización para el lector.

Madrid, noviembre de 2010