

Hacia un Sistema Español de Inteligencia para la seguridad económica y la competitividad*¹

Toward a Spanish Intelligence System for Economic Security and Competitiveness

RUBÉN ARCOS

Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, España.

E-mail: ruben.arcos@urjc.es

Resumen: El papel de la Inteligencia en los ámbitos de la seguridad económica y de la competitividad ha pasado a ocupar un lugar destacado en España con motivo de la aprobación de la *Estrategia Española de Seguridad*, que anuncia la creación de un *Sistema de Inteligencia Económica*, y la *Proposición No de Ley, relativa a crear un Sistema Nacional de Inteligencia Competitiva y desarrollar una Estrategia Nacional de Competitividad* presentada por el Grupo Parlamentario Popular en el Congreso. Este artículo examina sistemas de inteligencia económica e iniciativas desarrolladas previamente en otros países, indagando así mismo en las acciones que se han venido realizando hasta el momento en España, y planteando algunas consideraciones para la creación de un Sistema Nacional de Inteligencia Económica y Competitiva.

Palabras clave: Inteligencia Económica, Inteligencia Competitiva, Sistema Español de Inteligencia Económica, Sistemas de Inteligencia Económica.

Abstract: The role of intelligence in the fields of economic security and competitiveness has come to occupy a prominent place in Spain after the approval of Spanish Security Strategy, which announces the creation of an Economic Intelligence System, and the motion proposed by Spain's Popular Parliamentary Group on the creation of a National Competitive Intelligence Systems and the development of a National Strategy for Competitiveness. This article examines Economic Intelligence Systems and initiatives implemented in other countries, as well as actions that have been conducted so far in Spain. It also raises some considerations for creating a National Economic and Competitive Intelligence System.

Keywords: Economic Intelligence, Competitive Intelligence, Spanish Economic Intelligence System, Economic Intelligence Systems.

* Fecha de recepción: 25/06/2011. Fecha de aceptación: 25/09/2011.

¹ Este artículo terminó de elaborarse el 20 de junio de 2011.

1. INTRODUCCIÓN

La Inteligencia constituye la primera línea de la defensa y la seguridad de un Estado en tanto que su misión esencial reside en aportar un conocimiento especializado a los decisores que permita anticipar, prevenir y neutralizar las amenazas manifiestas y latentes para su seguridad, así como detectar oportunidades en el entorno, contribuyendo de manera decisiva a la promoción de sus intereses. Como consecuencia lógica de los cambios políticos, económicos o tecnológicos acontecidos en el contexto internacional durante las últimas décadas, hemos asistido a la emergencia de un nuevo concepto de seguridad mucho más complejo y multifacético, que integra, entre otras, a la economía como una dimensión de la seguridad de primer orden.²

El objetivo de este artículo es realizar una aproximación a los sistemas de inteligencia económica y a las iniciativas desarrolladas en este ámbito en algunos países e indagar, así mismo, en las acciones que se han venido realizando en España hasta el momento en el que se plantea la creación de un Sistema de Inteligencia Económica, en el marco de la Estrategia Española de Seguridad (2011), y se propone la creación de un Sistema Nacional de Inteligencia Competitiva.

2. CONOCIMIENTO Y ACCIÓN PARA LA SEGURIDAD ECONÓMICA Y LA COMPETITIVIDAD

En los años noventa, el debate sobre la inteligencia económica y el alcance de sus funciones ocupó un lugar destacado entre responsables de los servicios de inteligencia occidentales, decisores, miembros de la comunidad empresarial y académicos, en el marco de un proceso más amplio de revisión y reformas para adaptar los sistemas nacionales de seguridad e inteligencia a las amenazas, riesgos y desafíos de la era post-guerra fría. En Estados Unidos, la Estrategia de Seguridad Nacional del Presidente Clinton situaba al bienestar económico en la primera línea de requerimientos de seguridad junto a la

² Es un hecho significativo que la crisis económica global con sus implicaciones geopolíticas haya sido evaluada a principios de 2009 como la principal amenaza para la seguridad de Estados Unidos por el máximo responsable de la Comunidad de Inteligencia (Véase: DNI, Annual Threat Assessment of the Intelligence Community for the Senate Select Committee on Intelligence. 12 February 2009).

defensa física, señalando que la adquisición y análisis de inteligencia económica jugaría un papel cada vez más importante, ayudando a los responsables políticos a entender las tendencias económicas e identificar las amenazas para las empresas procedentes de servicios de inteligencia extranjeros y de prácticas comerciales desleales, así como a identificar oportunidades para promover los intereses nacionales³.

La elaboración de inteligencia económica por los servicios de inteligencia y su difusión a los decisores gubernamentales no es algo nuevo. Sin necesidad de remontarnos más allá del siglo pasado, un simple vistazo a la documentación desclasificada sobre la CIA, por ejemplo, ilustra las competencias que desde su creación ha tenido en materia de inteligencia económica. De la misma forma, el trabajo de historiadores como Gill Bennett (2007) para el caso de la inteligencia británica, revelan como en la segunda mitad de los años veinte se creaba en el seno del SIS/MI6 una sección económica. La propia Intelligence Services Act de 1994 hace referencia expresa el ejercicio de funciones del Servicio Secreto en interés del bienestar económico del Reino Unido.

Hoy en día, tampoco es ninguna novedad afirmar que en nuestra compleja era de geoeconomía y globalización, sobreabundante en datos e información al mismo tiempo que plena de incertidumbre, sometida a cambios acelerados y caracterizada por una elevada competencia, la Inteligencia se erige como una de las capacidades decisivas a desarrollar por Estados y empresas para afrontar y adaptarse con éxito a ese entorno complejo y dinámico. La revolución de la información y de las comunicaciones y la aceleración en el proceso de liberalización de los mercados mundiales, entre otros factores, han generado un complejo entramado de dinámicas de interrelación e interdependencia mundiales. Nuestro bienestar económico depende cada vez más de nuestra capacidad de anticipación a los cambios y prevención de amenazas y ello no es posible sin un conocimiento que nos permita formular, ejecutar y rediseñar las estrategias más adecuadas para asegurarlo.

El debate sobre la inteligencia económica en los años noventa sirvió para aclarar el papel de los servicios de inteligencia de las democracias occidentales

³ Véase: Clinton, William J., *A National Security Strategy of Engagement and Enlargement*, Washington, D.C.: The White House, February 1995.

en la materia. Es decir, la capacidad de adquisición clandestina de datos e información por parte de los servicios de inteligencia no debe interpretarse en el sentido de facilitar inteligencia secreta sobre los actores económicos a las comunidad empresarial, sino en el sentido más defensivo de protección frente a las actividades de servicios extranjeros y de actores no estatales contra intereses económicos y empresariales mediante contrainteligencia, así como proporcionar al gobierno la inteligencia necesaria para que comprenda las fuerzas que operan en el ámbito económico, cómo éstas influyen y son influidas por acontecimientos políticos y sociales, y cómo todas estas interacciones influyen en las amenazas, oportunidades y prioridades en otras naciones. Informes como el de la Task Force del Twentieth Century Fund (1996) contribuyeron a precisar que los responsables políticos requieren de un conocimiento en profundidad sobre cuestiones de carácter económico cuya elaboración puede y debe apoyarse en la información disponible procedente del sector privado, de otros departamentos de la administración o de organizaciones internacionales, siendo responsabilidad de la Comunidad de Inteligencia llegar donde otros no lo hacen cubriendo los vacíos mediante sus capacidades específicas y «conectando los puntos» en cuestiones tales como negociaciones comerciales, movimiento de recursos y tecnología aplicables en la fabricación de armas de destrucción masiva, detección de presiones especulativas en los mercados financieros sobre las divisas, prácticas comerciales desleales en licitaciones internacionales o valoraciones sobre el suministro de recursos esenciales para los intereses económicos nacionales, entre otros asuntos⁴.

Así mismo, la sesión pública en 1993 del Comité de Inteligencia del Senado Estadounidense sobre Inteligencia Económica contribuyó tanto a poner de manifiesto las actividades de difusión de información útil y oportuna a las empresas por parte de los Departamentos de Estado y de Comercio, como a aclarar, igualmente, que el papel de la Comunidad de Inteligencia en la materia en relación con las empresas no era proporcionar información tecnológica, económica o de mercado a éstas sobre sus competidoras extranjeras, sino en avisarlas de actividades de inteligencia ofensivas por parte de otros servicios o, como señalara el presidente de dicho comité parafrase-

⁴ Dicho informe recomendaba además mejorar el análisis de inteligencia, especialmente en cuestiones económicas. Véase: Twentieth Century Fund, 1996: 15-17.

seando a Robert Gates, que su agencia se debía a Estados Unidos pero que no realizaría espionaje para la General Motors⁵.

También en Francia, en los años noventa, la *intelligence économique* adquiere un fuerte protagonismo a raíz del informe del grupo de trabajo, presidido por Henri Martre: «Intelligence économique et stratégie des entreprises», con notables diferencias conceptuales en relación al término norteamericano *economic intelligence*, pero poniendo igualmente en valor y destacando la importancia creciente de la información económica, en sentido amplio, y su gestión por los actores económicos, (Estados y empresas) en el contexto de mundialización de los mercados y de competencia global. Trabajos anteriores a la publicación de aquel informe como el de Christian Harbulot (1992), miembro también del grupo de trabajo francés, pusieron en circulación el concepto como un proceso de «búsqueda e interpretación sistemática de la información accesible a todos, con el objetivo de conocer las intenciones y capacidades de los actores económicos»⁶ y sirvieron para dar a conocer los diferentes Sistemas nacionales de Inteligencia Económica y Competitiva.

En el caso de España, el Centro Nacional de Inteligencia (CNI) viene desarrollando una importante labor de concienciación en el ámbito de la empresa, con el objetivo de que los actores empresariales incorporen la inteli-

⁵ Testimonios como el siguiente por parte de algunos responsables empresariales que participaron en la sesión son especialmente ilustrativas: «Without doubt, information is important. However, the data already provided by government organizations, complemented by information obtained by our individual companies, appear to afford sufficient background for business to plan competitive action and for government to take remedial steps, e.g., to correct unfair trade practices, protect proprietary rights and so forth, I have difficulty appreciating what would be the value of economic intelligence collection efforts given the difficulty of determining the type or nature of data to seek, the highly specific needs of individual companies, the challenges of equitable dissemination and the probable cost involved, not to mention the possible damage to international trade and political relations which such efforts might incur; a question which only you have the background and experience to address» (US Senate SCI, 1994: 10).

⁶ «Incluiría todas las operaciones de vigilancia del entorno competitivo (protección, observación, influencia) diferenciándose de la inteligencia tradicional (*renseignement*) por: la naturaleza de su ámbito de aplicación, la información abierta adquirida únicamente en el marco de la deontología definida por las empresas y administraciones concernidas; por la naturaleza de sus actores [...] y por las especificidades culturales en la medida en que cada economía nacional genera un modelo específico de inteligencia económica cuyo impacto en la formulación e implementación de estrategias industriales varía según el país» (Traducción propia. Compárese con: Harbulot, 1992: 91).

gencia competitiva (IC) como una práctica de gestión indispensable para la toma de decisiones en tiempo oportuno, favoreciendo su adaptación a un entorno hipercompetitivo.

Ante la proliferación de terminología, del campo semántico asociado a esta actividad y la disparidad de conceptos y matices que entraña el término inteligencia económica, dependiendo del ámbito geográfico en el que se emplea, en España se ha considerado conveniente reservarlo para la inteligencia que elaboran los servicios de inteligencia sobre cuestiones económicas para el Estado, siendo la IC aquella que permite a la empresa adquirir conocimiento sobre su entorno.

Subrayando lo anterior, se ha definido la IC como una disciplina consistente en «un proceso sistemático, estructurado, legal y ético por el que se recoge y analiza información que, una vez convertida en inteligencia, se difunde a los responsables de la decisión para facilitar la misma, de forma que se mejora la competitividad de la empresa, su poder de influencia y su capacidad de defender sus activos materiales e inmateriales» (Equipo de inteligencia económica del CNI, 2010: 21). En realidad, la interpretación y la comunicación son también actividades necesarias en el proceso de producción de inteligencia, además de la adquisición y del análisis, pero es bastante común simplificar en la descripción del proceso de elaboración. De igual forma, ha sido habitual para actores empresariales, por diferentes motivos y lógicas, evitar la utilización del término inteligencia, pudiéndose incluso, según algunos autores, enmascarar su práctica encubriéndola en otros departamentos dentro del organigrama corporativo (Martín, 2010: 68).

En cualquier caso, aunque con un considerable retraso en relación a los competidores y profesionales de otros países con una mayor tradición en la disciplina, ésta ha comenzado a tener una mayor visibilidad para nuestra comunidad empresarial, que demanda cada vez más profesionales cualificados para incorporarlos a sus plantillas y desarrollar capacidades de IC. Éste es, precisamente, uno de los principales retos que debe afrontar el sector público en España para mejorar sus capacidades de inteligencia y la competitividad de las empresas: la formación de analistas capaces de elaborar conocimiento a partir de la información disponible y difundir buenos productos de inteligencia a los responsables de la toma de decisión.

3. SISTEMAS DE INTELIGENCIA ECONÓMICA Y COMPETITIVA EN ALGUNAS DEMOCRACIAS

El estudio de lo que aquí hemos denominado Sistemas Nacionales de Inteligencia Económica y Competitiva para referirnos al conjunto estructurado de elementos, administraciones, organizaciones del Estado y actores económicos, y relaciones entre esos elementos, que tiene por objetivo la adquisición de información, elaboración de inteligencia y difusión de la misma a los órganos de dirección (administraciones y empresas) para la toma de decisiones en el ámbito económico y comercial, la protección y promoción de intereses económicos nacionales, directa o indirectamente, y la defensa de la seguridad económica, no debe inducirnos a replicar los modelos establecidos en otros Estados por más que su solvencia pueda invitar a ello.

El desarrollo de las capacidades de inteligencia nacionales y las de los actores empresariales, así como su integración en un sistema, debe adecuarse a las particularidades que presenta cada país y a la composición de su tejido empresarial, tomando en consideración los objetivos político-económicos formulados por sus decisores gubernamentales en el marco de una estrategia de seguridad económica y competitividad estatal realista, consciente de nuestras fortalezas y debilidades estructurales, que considere el alcance de las políticas en el largo plazo. Sólo teniendo en cuenta lo anterior, se podrá desarrollar un sistema nacional que posibilite a los actores económicos poder contar con la mejor información sobre el entorno permitiéndoles tomar mejores decisiones y lograr ventajas competitivas.

Dicho lo anterior, algunos autores han señalado al Sistema Estadounidense de Inteligencia Económica y Competitiva, articulado en torno a la colaboración público-privada y al establecimiento de estructuras públicas encargadas de difundir inteligencia con en el fin de identificar mercados estratégicos y asistir a las empresas en su expansión a mercados extranjeros, como el mejor del mundo (Véase: Seiglie, Croissard y Echinard, 2008: 236). Desde el establecimiento en los años veinte de algunas funciones en el Bureau of Foreign and Domestic Commerce, al Advocacy Center creado en 1993 o el US Commercial Service, que ofrece servicios de asesoría, inteligencia (market intelligence) o diplomacia comercial, entre otros, el Departamento de Comercio cuenta con estructuras y funciones de información enfocadas a asistir en la expansión exterior a las empresas estadounidenses.

La última iniciativa en este sentido ha sido la creación, por la Administración Obama, del Export Trade Cabinet, por medio de una Orden Ejecutiva de 11 de marzo de 2010, para desarrollar y coordinar la implementación de su National Export Initiative (NEI), dirigida a mejorar las condiciones que afectan directamente a la capacidad exportadora del sector privado, especialmente pequeñas y medianas empresas, y contribuir así al objetivo de doblar las exportaciones estadounidenses en un periodo de cinco años y que dictamina su coordinación con el ya existente Trade Promotion Coordinating Committee (TPCC)⁷ —establecido por el Presidente Clinton en el año 1993 (*Executive Order* 12870 de 30 de septiembre 1993)—. Éste último tiene entre sus funciones proporcionar a la comunidad empresarial un recurso central de información sobre programas federales de promoción de las exportaciones y financiación de las mismas, así como la coordinación de los esfuerzos oficiales en éste ámbito con el objetivo de asegurar un mejor servicio a las empresas incluyendo información y asesoramiento sobre oportunidades en los mercados extranjeros, representación de los intereses de las empresas estadounidenses o ayuda en contactos y proyectos empresariales en el exterior. El informe sobre la NIE de septiembre de 2010, no hace sino subrayar la importancia de la inteligencia afirmando que la Administración continuará mejorando sus herramientas de adquisición de inteligencia sobre oportunidades para la exportación (NEI Report, 2010: 38)⁸.

Por lo que se refiere a la actividad de las empresas, aunque podamos encontrar el establecimiento de redes de información y funciones de inteligencia en algunos sectores pioneros como la industria de contenidos para favo-

⁷ De acuerdo con la sección primera de la orden ejecutiva que establecía el TPCC, éste, con el Secretario de Comercio a la cabeza, se encuentra integrado por representantes de los siguientes departamentos, agencias y órganos: Department of Commerce, Department of State, Department of the Treasury, Department of Agriculture, Department of Energy, Department of Transportation, Department of Defense, Department of Labor, Department of the Interior, Agency for International Development, Trade and Development Agency, Environmental Protection Agency, United States Information Agency, Small Business Administration, Overseas Private Investment Corporation, Export-Import Bank of the United States, Office of the United States Trade Representative, Council of Economic Advisers, Office of Management and Budget, National Economic Council, National Security Council, y, a criterio del Presidente, todas aquellos departamentos y agencias que puedan ser necesarios.

⁸ «Enhanced market intelligence also positions the U.S. Government to highlight the value of U.S. technologies and to encourage foreign governments to make the tendering processes fair, open, and transparent» (*Ibid.*).

recer su expansión exterior —cuestión objeto de un trabajo anterior del autor (Véase: Arcos, 2010)—, el salto definitivo hacia la institucionalización de la IC se produce a mediados de los años ochenta con la aparición de publicaciones sobre la materia, la fundación de la Sociedad de Profesionales de la Inteligencia Competitiva (SCIP) y la actividad de sus miembros.

En cuanto a Japón, se suele destacar el papel de la información en su cultura, como vector de identidad. Autores como Ikeya e Ishikawa (2001) se han referido a la sólida cultura de inteligencia japonesa subrayando la importancia que tiene del concepto de *Joho* (palabra con el doble significado de información e inteligencia) para la sociedad japonesa. Algo que vendrían a poner de manifiesto en el ámbito empresarial, conductas sistemáticas y generalizadas entre los empleados, indistintamente de su adscripción departamental, como recoger y analizar información sobre los competidores en ferias para después presentar un informe a su organización, o la práctica de reconocer a los empleados su capacidad de adquirir y analizar información.

De la misma manera, las relaciones público-privadas en materia de inteligencia competitiva son estrechas, siendo las embajadas, el Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI), la Cámara de Comercio e Industria de Japón (JCCI) y la Organización Japonesa de Comercio Exterior (JETRO), fundada en 1958, elementos relevantes del sistema nacional de inteligencia económica y competitiva. Esta última institución, JETRO, ha sido definida como un servicio de inteligencia comercial internacional o como la agencia de inteligencia de facto del METI (Véanse: Johnson, 1982 y Oros, 2002) y sus actividades incluyen la diseminación de inteligencia a las empresas japonesas.

A pesar de la imagen que fuera de Francia tiene en la actualidad la *intelligence économique*, fruto de la política pública implementada en la última década, lo cierto es que a finales de los años noventa algunos estudios señalaban el bajo nivel de concienciación sobre la importancia de la inteligencia competitiva en el seno de las empresas francesas, en contraste con los modelos japonés, alemán y británico (Véase: Potter, 1998: 54-55). La cultura de inteligencia competitiva de Francia en la actualidad no procede, por lo tanto, de una larga tradición sostenida en la materia, sino que se debe más bien al papel desempeñado por el Estado, sobre todo a partir del Informe Carayon (2003), tras un primera fase de introducción y concienciación sobre su valor en los años noventa que parece ser también el origen del surgi-

miento de los Estudios de Inteligencia en las universidades francesas y del incremento de publicaciones y de investigación sobre la materia.⁹

Institucionalmente, un decreto presentado al Consejo de Ministros el 16 de septiembre 2009 creaba un Delegado Interministerial de Inteligencia Económica con el objetivo de reforzar la eficacia de la acción del Estado en la materia. De acuerdo con el mismo, éste tiene la misión de proponer y elaborar la política pública francesa de inteligencia económica, dirigir y coordinar su ejecución y evaluar su eficacia. Así mismo, un Comité Directivo, bajo la autoridad de la Presidencia de la República, establece las líneas para el Delegado Interministerial, quien debe rendir cuentas sobre su labor al Comité, en el que están representados el Presidente de la República, el Primer Ministro, los Ministros Interior, Exteriores, Defensa, Economía y Finanzas.

El articulado del Decreto, asigna al Delegado Interministerial¹⁰, figura que reemplaza a la del anterior Alto Representante de Inteligencia Económica en dependencia del Primer Ministro, las funciones, entre otras, de: contribuir a los trabajos prospectivos que pretenden identificar las evoluciones del entorno internacional científico, tecnológico y económico con el fin de discernir los factores estratégicos; asegurar la recopilación, síntesis y difusión de información estratégica para alertar a las autoridades estatales sobre la evolución económica de interés prioritario, y las empresas a entender el entorno competitivo en el que operan; apoyar, en conjunto con los ministerios competentes, a las empresas en sus operaciones internacionales (Art. 3.); identificar y proponer la lista de los sectores económicos portadores de intereses nacionales estratégicos (Art. 4); preparar medidas, en coordinación con los ministerios pertinentes, para garantizar y ampliar la influencia y la presencia de Francia en las instituciones internacionales con una dimensión económica, así como su influencia en las actividades económicas (Art. 5); promover y coordinar las acciones de formación, de comunicación y de sensibilización en inteligencia económica de los departamentos ministeriales interesados (Véase: Décret n° 2009-1122 de 17 de septiembre 2009).

Por otra parte, en el organigrama del Ministerio de Economía, Finanzas e Industria se encuentra el Servicio de Coordinación de la Inteligencia Económica (SCIE), en dependencia de la Secretaría General, cuyo Secretario

⁹ Sobre esta última cuestión, véase: Denécé y Arboit: 2010: 732.

¹⁰ Es nombrado por Decreto del Consejo de Ministros, a propuesta del Ministro de Economía.

ejerce, además, la responsabilidad de Alto Funcionario de Defensa y Seguridad (HFDS) y que tiene la misión encomendada de asesorar y ayudar a los ministros con competencias en la materia en todo lo relativo a las medidas de seguridad económica y situaciones de emergencia que afecten a la defensa, la seguridad y la vida de la nación.

El SCIE dispone de unos servicios centrales y de una red territorial de 22 Encargados de la Misión Regional de la Intelligence Economique (CRIE) en el seno de las Direcciones Regionales de Empresas, Competencia, Consumo, Trabajo y Empleo (DIRECCTE) desde el 2010. De acuerdo con la información publicada en la web de este servicio de coordinación, los encargados de misión se encuentran en estrecho contacto con todos los servicios económicos y financieros descentralizados, con socios de otras administraciones nacionales, instituciones locales, cámaras de comercio, profesionales, etc., y sus actividades comprenden: (1) información y orientación a las empresas, en particular las pymes, las de tamaño intermedio y microempresarios; (2) asistencia en desarrollo de negocios internacionales en colaboración con Ubifrance; (3) contribución a la promoción de la cultura de inteligencia competitiva, participando en partenariados y estructuras de enlace próximas a las empresas, y organización de seminarios con socios nacionales o locales sobre inteligencia.

El sistema francés, cuenta además con otros dispositivos y actores importantes, como son los llamados Schémas régionaux d'intelligence économique (SRIE), las Cámaras de Comercio e Industria, los polos de competitividad y las asociaciones profesionales, que juegan un papel fundamental en la promoción y la práctica de la inteligencia competitiva.

Del sistema del Reino Unido, más allá del papel, la comunidad de inteligencia y de la Foreign and Commonwealth Office (FCO), se ha destacado la influencia de la CBI, la Confederación de Industrias Británicas (Potter, 1998: 61). Así mismo, el BIS (Department for Business, Innovation and Skills), que sucede al anterior Department of Trade and Industry, cuyo Secretario de Estado es también presidente del the Board of Trade, a través del UKTI (UK Trade and Investment), proporciona asesoramiento y apoyo práctico a las empresas británicas en comercio exterior, incluyendo servicios de market intelligence a medida.

Finalmente, el *hub* del sistema alemán parece ser el sector privado como centro de relaciones de flujos informativos bidireccionales (Potter, 1998: 61-

63). De acuerdo con el Informe Martre, ese centro de convergencia de flujos asocia reticularmente intereses de bancos, grupos industriales y compañías de seguros, configurándose como un centro redes de decisión donde raramente existiría disenso con las autoridades federales y locales, destacando el papel de los Länder en la promoción de estudios de prospectiva comercial (Véase: Martre, 1994). Según un reciente artículo de la Oficina Federal para la Protección de la Constitución (BfV), en 2008 se ha creado un Círculo Interministerial para la Protección de la Economía, integrando a ministerios con competencias en economía y seguridad, así como organismos de seguridad federales. En las reuniones de ese Círculo también participa la ASW (Asociación Alemana para la Seguridad de la Economía) que coopera formalmente con el BND y el BfV (Véase: BfV, 2010).

4. LA INTELIGENCIA COMPETITIVA EN ESPAÑA

España es un país donde la praxis de la inteligencia competitiva en el ámbito de la empresa cuenta con una escasa tradición. A falta de un estudio minucioso que pudiera evidenciar los motivos históricos de esta ausencia, lo cierto es que, hasta fechas recientes, el concepto de inteligencia ha sido ajeno para nuestras empresas. Esta falta de concienciación en la empresa es sintomática de un déficit generalizado, en tanto que empresarios, directivos y empleados son parte del sistema social. Lo cual ha tenido también su expresión correspondiente en el ámbito político.

El incipiente cambio cultural que se está produciendo en este sentido, tiene en los servicios de inteligencia del Estado, más concretamente en el CNI, a un activo dinamizador del mismo. Como dijimos al principio, este servicio, prácticamente desde su creación, viene desarrollando una importante labor de sensibilización y de creación de cultura de inteligencia, que no es exclusiva del ámbito empresarial español, sino parte de un proyecto de mayor envergadura donde el ámbito académico constituye su otro eje fundamental de actuación. Es evidente que las acciones desarrolladas para promover la cultura de inteligencia en uno y otro ámbito se entrelazan en muchas ocasiones, como pueda ser la participación de académicos y profesionales del mundo de la empresa y de la administración en foros públicos y semipúblicos.

En lo que respecta al ámbito académico, su papel es fundamental, no sólo para la creación de cultura de inteligencia sino para la profesionalización de la disciplina. Aun habiéndose introducido con un considerable retraso con respecto a países como Estados Unidos y el Reino Unido (en torno a veinte años), el estudio, la investigación y la enseñanza de la inteligencia en España ha contado con un significativo y rápido desarrollo. La firma de convenios con universidades como la Universidad Rey Juan Carlos (2005) y la Universidad Carlos III de Madrid (2006), muy activas en la organización de cursos, seminarios, congresos (2008, 2010) o talleres, propició la creación de la primera revista científica en inteligencia (2006)¹¹ y el primer Máster en el ámbito universitario nacional dirigido a formar especialistas en el análisis de inteligencia (2009). Además de la actividad de estas universidades, se está produciendo la emergencia de toda una red académica a nivel nacional en torno a la disciplina con importantes nodos también en Barcelona, Valencia, Zaragoza, Granada, Salamanca o Galicia, a la que hay que sumar las actividades desarrolladas por universidades privadas.

La formación de profesionales en las metodologías y técnicas de adquisición de información, especialmente de fuentes abiertas y de fuentes humanas, pero sobre todo en el análisis y producción de inteligencia, es vital para el ámbito de la empresa donde, con las excepciones oportunas, existe un déficit considerable. La mejora del análisis de inteligencia es un aspecto al que las propias comunidades de inteligencia de los países más avanzados vienen prestando una especial atención como cuestión prioritaria. En este sentido, la aparición de publicaciones abiertas en los últimos años sobre metodologías de análisis derivadas de la práctica y del *know-how* que poseen los analistas de los servicios de inteligencia, es fundamental para posibilitar la transferencia de conocimiento al ámbito académico y al empresarial. Ese conocimiento es esencial para que el ámbito académico pueda aportar un *feedback* dirigido a perfeccionar las técnicas utilizadas o a aportar otras nuevas susceptibles de ser utilizadas por los servicios, y formar a futuros analistas. De la misma forma, muchas empresas, sobre todo en Estados Unidos, se vienen valiendo de la experiencia de profesionales que, una vez concluido su

¹¹ *Inteligencia y seguridad: Revista de análisis y prospectiva* se edita por la Cátedra Servicios de Inteligencia y Sistemas Democráticos (URJC), el Instituto de Inteligencia «Juan Velázquez de Velasco» (UC3M) y la Editorial Plaza y Valdés. El ámbito de la IC también cuenta en España desde 2002 con la Revista Puzzle.

servicio, se han incorporado a sus plantillas corporativas y que pueden transferir el conocimiento que poseen al resto del equipo. Sirva el ejemplo de Jan Herring, uno de los pioneros de la IC en Estados Unidos, y su experiencia previa como analista de la CIA. En todo caso, como ya apuntará Sherman Kent (1955), el registro del conocimiento teórico-práctico es esencial para que la inteligencia pueda alcanzar la madurez como disciplina. En este mismo sentido, el papel de la SCIP y de otras asociaciones está siendo determinante para el desarrollo global de la inteligencia competitiva.

La política de apertura responsable del CNI, en línea con la que iniciaron otras naciones con sus servicios de inteligencia tras el colapso soviético, con Estados Unidos a la vanguardia, está permitiendo avanzar a nuestro país en la materia. Un hecho que contrasta con la vigencia de la Ley de Secretos Oficiales de tiempos preconstitucionales que viene constituyendo un obstáculo para la investigación en España y, por lo mismo, para transferir a los actores económicos el acervo de la experiencia acumulada por los profesionales de nuestro país. Por lo mismo, la formación de los futuros profesionales en la materia es heredera, en buena medida, de la experiencia registrada y de las metodologías y técnicas generadas y empleadas en otros países, que además siempre han contado con importantes recursos a su disposición.

En el ámbito empresarial, la joven (2009) Asociación Española para la Promoción de la Inteligencia Competitiva (ASEPIC) está llevando a cabo una laboriosa tarea de toma de conciencia y difusión de la práctica de la IC en nuestro país. La Asociación integra a actores empresariales que practican, en alguna medida, la disciplina en España y a empresas prestadoras de servicios de IC y relacionados (consultoría, vigilancia tecnológica, herramientas de software, prospectiva, etc.)¹². Así mismo, podemos destacar que la evidente conexión de la vertiente de influencia de la IC con los ámbitos profesionales de la comunicación persuasiva, como es el *lobbying*, ha unido, mediante convenio de colaboración, a ASEPIC con la Asociación de Profesionales de las Relaciones Institucionales (APRI). Del mismo modo, la reciente incorporación de la revista *Moneda Única* como socio, revista con un target claramente directivo, y organizadora de la Feria IMEX, enfocada al

¹² Entre los socios de ASEPIC se encuentran empresas como Iberdrola, Eulen Seguridad, La Caixa, Indra, o Pons Patentes y Marcas, así como miembros a título individual de empresas como S2Isec e instituciones como el Consejo Superior de Cámaras.

comercio internacional y a las inversiones, puede posibilitar una mayor difusión de la IC entre las empresas, más allá de la mera toma de conciencia. El Club de Exportadores e Inversores Españoles, asociación empresarial sin ánimo de lucro, también viene poniendo en valor la disciplina a través de iniciativas tales como jornadas y seminarios.

Es oportuno señalar que la percepción que desde el ámbito académico se tiene sobre el proceso de implantación de la IC en las empresas españolas, es que se está desarrollando de una manera bastante pausada; aunque exista cierta demanda de profesionales y programas especializados como el referido anteriormente, que cubren sin problema las plazas ofertadas en contra de la tendencia general actual¹³. Entre los motivos, la crisis económica puede estar actuando como barrera de una disciplina cuya función es precisamente proteger a la empresa y adaptarla a su entorno haciéndola más competitiva aportando conocimiento.

En cuanto a las capacidades informativas del Estado relacionadas con la economía y el comercio, además de la competencia del CNI en inteligencia económica, no es ninguna novedad que España dispone de una red de consejerías económicas y comerciales y de oficinas de Turismo en el exterior. En este sentido, el Consejo de Ministros aprobó la Orden AEC/2783/2006, de 7 de septiembre, de medidas dirigidas a la potenciación de la acción exterior del Estado en la que se señalaba la adaptación y potenciación de las estructuras de éstas.

De acuerdo con el anexo del Informe sobre la Reforma del Servicio Exterior Español, la Dirección General de Comercio presta apoyo a la internacionalización en el ámbito público y a las empresas. Los servicios de carácter público son: asistencia en las funciones de representación de la Secretaría de Estado de Comercio; información estratégica para la política económica y comercial de España en el exterior; defensa de los intereses españoles en foros internacionales; información y registro de datos sobre inversiones exteriores españolas en el exterior, y extranjeras en España. Los servicios a empresas consisten en: información estratégica para la toma de decisiones (situación económica de los países y relaciones económicas y comerciales;

¹³ El Máster en Analista de Inteligencia (URJC-UC3M), al que el CNI presta su apoyo, cuenta con una demanda que duplica (y casi ha llegado a triplicar) las plazas ofertadas. Por otra parte los alumnos de la primera edición han constituido la ASAI (Asociación Española de Analistas de Inteligencia).

información sobre inversiones exteriores); información sobre política económica y comercial de España con un país determinado; y apoyo financiero a la exportación y a la inversión.¹⁴

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), adscrito al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Secretaría de Estado de Comercio, al que el Real Decreto-ley 4/2011, de 8 de abril¹⁵, dota de medidas urgentes de impulso a la internacionalización, convierte en entidad pública empresarial, proporciona información a las empresas enfocada a su internacionalización (estudios de mercado y documentación sobre países, documentación sobre sectores, información enfocada a la inversión, publicaciones sobre comercio exterior, etc.). El ICEX cuenta con una red de Direcciones Territoriales en España y de Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior que prestan servicios personalizados como información de mercados exteriores en cuestiones como identificación de competidores, precios, análisis de mercado.¹⁶

En cuanto a la inversión exterior, Invest in Spain (Sociedad Estatal para la Promoción y Atracción de las Inversiones Exteriores, S.A.), es una sociedad mercantil estatal creada por Acuerdo del Consejo de Ministros en 2005 que depende también funcionalmente de la Secretaría de Estado de Comercio Exterior, y se constituyó con el objeto de «promoción y atracción de la inversión extranjera en España, así como el impulso y la coordinación de un

¹⁴ El anexo señala en detalle las áreas de cobertura de la información económica de Oficinas Económicas y Comerciales a las autoridades, centros directivos de la Administración y empresas. Entre otras, el «seguimiento, análisis e información de la evolución económica y comercial del país de destino, y sus perspectivas, y de su política económica con particular atención a todo lo relativo a su sector exterior y otros datos estructurales relevantes».

Véase: <http://www.maec.es/SiteCollectionDocuments/Documentos/anexos.pdf>

¹⁵ El Artículo 3 del Real Decreto-Ley dispone que: «1. Constituyen los fines del ICEX el ejecutar las acciones que, en el marco de la política económica del Gobierno, se le encomienden para promover la internacionalización de la empresa española y la mejora de su competitividad; 2. En particular, el ICEX impulsará la internacionalización de las empresas españolas, en especial de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), en todas las fases de su proceso de internacionalización, a través de la prestación de aquellos servicios, programas, apoyos económicos, instrumentos de información, financiación o asesoría que en cada momento se le requieran; 3. En las actuaciones que desarrolle, el ICEX prestará particular atención a la colaboración con otros organismos públicos y privados y entidades que compartan con ICEX la voluntad y el mandato de apoyar la internacionalización empresarial».

¹⁶ El ICEX participa también en el proyecto CITEX (Competitive Intelligence in Trade and Export) financiado por el Programa Leonardo de la EU», enfocado especialmente a las PYMES.

clima adecuado para las inversiones exteriores». La Sociedad proporciona entre sus servicios información e informes a los inversores.

En relación con el sector del turismo, la Secretaría de Estado de Turismo y el Consejo Superior de Cámaras (CSC)¹⁷ han creado el Centro de Conocimiento, Inteligencia e Innovación Turística, Intelitur, un proyecto con financiación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).¹⁸ El CSC a través de iniciativas como Intelitur, viene siendo un actor importante para la IC en España, sobre todo a partir del año 2005. Igualmente, financiado por fondos FEDER, y dentro de los programas de las Cámaras, se encuentra el SITI (Servicio de Inteligencia Tecnológica Internacional), para pymes.¹⁹

Por su parte, la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), organismo autónomo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, participa en la iniciativa CEVIPYME (Centro virtual de apoyo a la pyme en gestión de propiedad industrial) junto a la Escuela de Organización Industrial (EOI) que ofrece un servicio de vigilancia e inteligencia tecnológica para pymes.

Cabe mencionar también en el ámbito de la normalización y certificación nacional, la reciente aparición de la Norma UNE 166006:2011 (marzo 2011) de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva.

En cualquier caso, entendemos que tras una primera fase de introducción de la inteligencia en la universidad española y en las empresas, la consolidación del proceso tal vez requiere de una implicación mayor por parte de la

¹⁷ De conformidad con el Artículo 18 de la Ley 3/1993, de 22 de marzo, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación, el Consejo Superior de Cámaras es una corporación de derecho público y organismo de representación, relación y coordinación de las Cámaras. Las Cámaras son «órganos consultivos y de colaboración con las Administraciones Públicas, sin menoscabo de los intereses privados que persiguen», que tienen competencias de carácter público atribuidas por Ley como «desarrollar actividades de apoyo y estímulo al comercio exterior, en especial a la exportación, y auxiliar y fomentar la presencia de los productos y servicios españoles en el exterior».

¹⁸ De acuerdo con la información de las Cámaras, Intelitur tiene los objetivos de: «aunar y transferir el conocimiento existente sobre el sector turístico; potenciar la innovación y la transferencia tecnológica, generando instrumentos que permitan a las empresas posicionarse mejor en el mercado y ser más competitivas; Promover y fomentar el desarrollo tecnológico y la difusión de las mejores prácticas en el sector turístico, adaptando la oferta a las nuevas exigencias y oportunidades». Consúltese: <https://www.camaras.org/publicado/intelitur.html>

¹⁹ Las Cámaras y la Federación Española de Centros Tecnológicos (FEDIT) han puesto en marcha la Plataforma de Oferta Tecnológica, un proyecto que cuenta con financiación del Ministerio de Ciencia e Innovación. Consúltese: <http://www.ofertatecnologica.net/buscadorcamaras/Buscador.aspx>.

administración. De una política interministerial coordinada (Defensa, Exteriores, Economía, Industria, Turismo y Comercio, Ciencia e Innovación, Educación) que entienda que la praxis de la inteligencia, como vanguardia de la seguridad que es, constituye una contribución ineludible para garantizar nuestra seguridad económica y nuestra competitividad. Un programa de máximos debería entender que no se trata sólo de poner a disposición de las empresas la información abierta o el *expertise* de administraciones y organismos en cuestiones como la internacionalización, por más importante que esto sea, sino de implantar toda una manera de entender la dirección y gestión de la empresa en España. ¿Puede establecerse una estrategia digna de ese nombre y sus líneas ejecutarse sin una buena inteligencia? Las acciones transversales de cultura de inteligencia van dirigidas hacia ese objetivo, pero para ello no sólo se necesitan altos niveles de concienciación, sino también responder a los mismos con verdaderos profesionales de la disciplina capaces de elaborar productos de calidad con un elevado nivel de análisis e interpretación y de comunicar al decisor la incertidumbre asociada a un estado de cosas.

Por otro lado, la difusión más bien escasa que la dimensión empresarial de la misma tiene en los medios de comunicación, tendentes a relacionarla con el espionaje corporativo, podría estar demandando una estrategia de comunicación por parte de la administración como complemento de las acciones que ya se están realizando desde el CNI.

Durante el último año, el papel de la Inteligencia para la seguridad económica y la competitividad ha adquirido un mayor protagonismo del habitual en España. Así, el Grupo Parlamentario Popular presentaba el 8 de abril en el Congreso la «Proposición No de Ley, relativa a crear un Sistema Nacional de Inteligencia Competitiva y desarrollar una Estrategia Nacional de Competitividad». De otra parte, la Estrategia Española de Seguridad, elaborada tras su anuncio hace unos años y presentada al Consejo Nacional de Defensa a finales de mayo, señala como amenaza la inseguridad económica y financiera (junto a terrorismo, crimen organizado, conflictos armados, vulnerabilidad energética, armas de destrucción masiva, ciberamenazas, flujos migratorios, y emergencias y catástrofes) planteando crear un Sistema de Inteligencia Económica (SIE). Más concretamente, el documento afirma que se establecerá este SIE «para promover y defender los intereses económicos nacionales» y que «en colaboración y coordinación con otros organismos

del Estado, analizará y facilitará información económica estratégica relevante, oportuna y útil para apoyar la acción del Estado y facilitar una mejor toma de decisiones»²⁰.

No obstante, entendemos que esa inteligencia económica del Estado para la toma de decisiones gubernamentales debería conjugarse con la práctica de la inteligencia competitiva por parte de las empresas. Los requerimientos de inteligencia para la acción del Estado y de sus administraciones, de un lado, y los de los actores empresariales del otro, son de una naturaleza distinta. Es la satisfacción de ambas necesidades de inteligencia, a través del establecimiento de sistemas adecuados que proporcionen buenos productos al gobierno y a las empresas españolas, un sistema se sistemas, lo que puede producir la emergencia efectiva de seguridad y competitividad económicas como propiedades sistémicas. Y es claro que la ejecución de una estrategia de competitividad sostenible, indisolublemente ligada a la seguridad económica, requiere de un sistema de inteligencia adecuado para alcanzar su objetivo, lo cual pasa por una acción coordinada de todos sus elementos a través de estructuras superiores que garanticen esa coordinación.

5. CUESTIONES A CONSIDERAR PARA UN SISTEMA NACIONAL DE INTELIGENCIA ECONÓMICA Y COMPETITIVA

De la misma forma que se está produciendo un cambio de paradigma (Véase: Lahneman, 2011) en el ámbito de las Comunidades de Inteligencia para hacer frente a las amenazas y nuevos desafíos, donde la explotación adecuada de la información abierta disponible y la interacción con elementos externos al sistema son clave, constituyendo la información que no es accesible para todos y la capacidad para correlacionar todas las piezas (abiertas y secretas), el auténtico valor añadido de los servicios de inteligencia, en el ámbito económico, podría articularse un sistema adecuado que permita a las empresas acceder en tiempo oportuno a la mejor información abierta que se encuentra

Acceso al documento en: <http://www.cadenaser.com/csermedia/cadenaser/media/201011/17/internacional/20101117csrscrint-1-Pes-PDF.pdf>. [Consultado: 18/06/2011].

El Documento oficial puede consultarse en: <http://www.lamoncloa.gob.es/NR/rdonlyres/D0D9A8EB-17D0-45A5-ADFF-46A8AF4C2931/0/EstrategiaEspanolaDeSeguridad.pdf> [Último acceso: 26/09/2011].

en manos de las administraciones, para que puedan integrarla con la información que ellas mismas recogen y generar el conocimiento apropiado a sus requerimientos. El desarrollo de capacidades de inteligencia competitiva es clave para que las empresas puedan ofertar productos y servicios competitivos, internacionalizarse asumiendo los menores riesgos posibles y evitar sorpresas estratégicas, anticiparse a la competencia y liderar los cambios, posicionar sus marcas internacionalmente, gestionar su imagen y reputación corporativas haciendo frente a acciones de influencia exteriores, y proteger sus activos intangibles.

Comunidades de Inteligencia como la Norteamericana han entendido que la explotación de la información abierta para producir Inteligencia es esencial, creando un Centro de Fuentes Abiertas (OSC). El Departamento de Comercio en su ámbito de actuación, a través de su National Technical Information Service (NTIS), ofrece el servicio online World News Connection (WNC) que se alimenta de la información abierta internacional que le proporciona el OSC.

De manera análoga, podrían estudiarse las posibilidades existentes en nuestro país para establecer dispositivos similares por parte del Estado con las administraciones competentes en materia de seguridad económica y competitividad, para facilitar el acceso a toda esa información que no siendo secreta, tampoco ha sido validada y analizada utilizando fuentes y métodos de esta naturaleza, como complemento de los servicios personalizados que ya realizan, por ejemplo, la red de oficinas económicas y comerciales, que pueden ser potenciados. Una Oficina de Información Estratégica Económica y Comercial que contase con un Servicio de Fuentes Abiertas con posibilidad acceso a las bases de datos comerciales²¹ que ya contratan muchas administraciones. La filosofía en todo caso es que el flujo responsable de información fuentes-receptores contribuya en beneficio de la seguridad económica y la competitividad. Un Centro de estas características podría completar su servicio ofreciendo formación en análisis y producción para los usuarios, siendo en este sentido clave el papel de universidades y *practitioners*.

²¹ Conviene remarcar en este sentido que la información que no es reservada o secreta no necesariamente es gratuita.

Es fundamental que aquellas empresas con capacidad para establecer departamentos o unidades internas en su seno²², hagan suyas las buenas prácticas y lecciones aprendidas derivadas de la experiencia de las organizaciones que vienen liderando la práctica de la IC, así como del *know-how* procedente de la administración. En este sentido, la investigación realizada por Jan Herring y Judith Leavitt (2011) sobre programas de inteligencia competitiva de calidad mundial es de utilidad para evaluar programas actuales en las empresas e identificar buenas prácticas de cara al futuro.

Para Herring, la excelencia en un programa de IC se alcanza cuando se dan en su totalidad los siguientes ítems: (1) un equipo usuario/dirección preparado que utiliza IC/BI; (2) un director de IC respetado y de confianza; (3) la empresa muestra concienciación y aceptación en torno al papel y valor de la IC; (4) operaciones de inteligencia profesionalmente planificadas; (5) un programa de IC conducido de acuerdo a un conjunto formal de directrices legales y éticas; (6) adquisición competente tanto de fuentes primarias como secundarias cuya utilización proactiva proporciona alerta temprana a la organización; (7) el análisis facilita comprensión competitiva profunda con previsión directiva; (8) realiza operaciones de contrainteligencia diseñadas para proteger la propiedad intelectual de la compañía de actividades de inteligencia de los competidores; (9) se sirve de tecnologías de información para adquisición y análisis, y para apoyar las aplicaciones de los usuarios finales; (10) recursos adecuados con personal capacitado profesionalmente. Además de estas diez características, la dirección debe no sólo apoyar el programa, sino utilizarlo con frecuencia; debe haber operado de forma continua durante cinco o más años y haberse convertido en parte de la cultura corporativa (Véase: Herring y Levitt, 2011: 13).

En relación con la fase de producción del ciclo de inteligencia, de acuerdo con la matriz de madurez elaborada por Leavitt, un programa de IC optimizado sería aquel que difunde productos de inteligencia programados incluyendo implicaciones para la empresa y que miran al futuro aportando comprensión en profundidad y alcance (Ibíd.). Para ello, es necesaria la implicación de la dirección a la hora de establecer los requerimientos de inteligencia y aportar el *feedback* que permita elaborar la inteligencia estratégica,

22 En España fundamentalmente se vienen implantando programas en empresas de sectores estratégicos como la energía y las comunicaciones, así como el sector farmacéutico.

operacional y táctica, adecuada a las necesidades de la empresa. La adecuación de las fuentes a las operaciones de la empresa y el dominio de técnicas avanzadas de análisis y producción son elementos que marcan la diferencia en la praxis de la IC, así como los programas de formación de directivos y profesionales.

Las pequeñas y medianas empresas, fundamentales en el tejido empresarial español, son las que más pueden beneficiarse de los servicios de la administración, ya que, debido a sus características, el desarrollo de un programa completo en su seno parece altamente improbable. El desarrollo de iniciativas por parte del Estado que apoyen la actividad de las empresas que comercializan servicios de IC y relacionados, y certifiquen la calidad del servicio, es una forma indirecta de implantar la práctica de la IC en las pequeñas empresas.

Por otra parte, la industria de contenidos es un eje sectorial de gran importancia para la influencia geoeconómica y cultural de los países al que se debe prestar especial atención. En Francia parece que se está configurando una dimensión de nuevo cuño para la inteligencia económica: la *intelligence culturelle*.²³

6. A MODO DE CONCLUSIÓN

La iniciativa de cultura de inteligencia y la política de apertura del Centro Nacional de Inteligencia está siendo fundamental para el desarrollo de la disciplina en nuestro país y debería potenciarse como acción transversal para el desarrollo de la Inteligencia Competitiva.

España necesita un Sistema Nacional de Inteligencia Económica y Competitiva coordinado para la defensa y promoción de sus intereses, como soporte de una Estrategia de Seguridad Económica y Competitividad Sostenible si es que pretende ser un actor geopolítico y económico relevante en el futuro.

²³ La IAFIE (Asociación Internacional Francófona de Inteligencia Económica) y la Asamblea de Cámaras Francesas de Comercio e Industria (AIFIE) ha organizado recientemente en la UNESCO la Jornada «L'Intelligence culturelle, nouveau territoire de l'Intelligence économique». Así mismo, José María Lassalle, en un reciente artículo, ha planteado una acción transversal de inteligencia competitiva en el ámbito cultural para nuestro reposicionamiento estratégico (Lassalle, 2011).

El Sistema debe integrar a todas las administraciones tradicionalmente competentes en la materia a través de una política interministerial bien articulada, siendo de gran relevancia la implicación de Educación, Ciencia e Innovación.

El desarrollo de capacidades para la explotación de fuentes abiertas es un desafío que España debería afrontar dotándose de los instrumentos y recursos materiales y humanos adecuados, y tomando en consideración la estructura de su tejido empresarial y la configuración territorial del Estado.

Los referentes del Open Source Center, junto a las investigaciones de algunos académicos sobre los cambios de paradigma que se están produciendo en el ámbito de la Inteligencia tradicional, y las plataformas virtuales que están estableciendo en España para proporcionar información abierta a las empresas, invitan a establecer un grupo de trabajo para el estudio y posibilidades de articulación de una Oficina de Información Estratégica Económica y Comercial que contase con un Servicio de Fuentes Abiertas integrado en el Sistema.

Las políticas de formación de analistas de inteligencia y de profesionalización de esta actividad son indispensables para que las empresas puedan contar con productos de inteligencia de calidad que respondan a sus requerimientos de inteligencia.

El fomento de la investigación en esta área de conocimiento transdisciplinar es fundamental para seguir desarrollando la disciplina, transferir conocimiento a las empresas y poder competir con sistemas de otros países.

La experiencia de servidores públicos, instituciones de la administración y entidades dependientes de éstas, académicos e investigadores, empresas y profesionales de la inteligencia en España, debe tenerse en cuenta con el propósito de crear un Sistema que responda eficazmente a las necesidades de conocimiento y anticipación de los decisores del gobierno y de las empresas, cuyo objetivo no debe ser otro que garantizar el bienestar económico de España y de los ciudadanos.

REFERENCIAS

ARCOS, Rubén (2010). *La lógica de la excepción cultural. Entre la geoeconomía y la diversidad cultural*. Madrid: Cátedra.

- BENNET, Gill (2007). *Churchill's man of mystery: Desmond Morton and the World of Intelligence*. London and New York: Routledge.
- BFV (2010). «Espionaje económico, un desafío para la protección de la Constitución Alemana». *Inteligencia y seguridad: Revista de análisis y prospectiva*. N.º 9, pp. 41-46.
- CARAYON, Bernard (2003). *Intelligence économique, compétitivité et cohésion sociale*. París: La Documentation française
- CLINTON, William J. (1995). *A National Security Strategy of Engagement and Enlargement*. Washington, D.C.: The White House.
- COMISIÓN CRISEX [En línea] (2005). *Informe Sobre la Reforma del Servicio Exterior Español*;
<http://www.maec.es/SiteCollectionDocuments/Documentos/informe-CRISEX.pdf>. [Consultado: 17/06/2011].
- COMMISSARIAT GÉNÉRAL DU PLAN (1994). *Intelligence économique et stratégie des entreprises, Travaux du groupe présidé par Henri Martre*. París: La Documentation Française.
- DENÉCÉ, Eric; ARBOIT, Gérald (2010). «Intelligence Studies in France». *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*. Vol. 23, N.º 4, pp. 725-747.
- DIRECTOR NATIONAL INTELLIGENCE (2009). *Annual Threat Assessment of the Intelligence Community for the Senate Select Committee on Intelligence* (12 February 2009).
- EQUIPO DE INTELIGENCIA ECONÓMICA CNI (2010). «Aproximación a la Inteligencia Competitiva». *Inteligencia y seguridad: Revista de análisis y prospectiva*. N.º 9, pp. 19-40.
- España. Ley 3/1993, de 22 de marzo, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación. *BOE* N.º 70 de 23/3/1993, pp. 8623-8630.
- España. ORDEN AEC/2783/2006, de 7 de septiembre, por la que se dispone la publicación del Acuerdo de Consejo de Ministros, por el que se aprueban medidas para la potenciación de la acción exterior del Estado. *BOE* N.º 218 de 12/09/2006, pp. 32217-32219.
- España. Proposición no de Ley presentada por el Grupo Parlamentario Popular en el Congreso, relativa a crear un Sistema Nacional de Inteligencia Competitiva y desarrollar una Estrategia Nacional de Competitividad. *BOCG* N.º 563 de 29/04/ 2011, pp. 13-14.

- España. Real Decreto-Ley 4/2011, de 8 de abril, De medidas urgentes de impulso a la internacionalización. *BOE* N.º 87 de 12/4/2011, pp. 37503-37508.
- Francia. Décret n° 2009-1122 du 17 septembre 2009 relatif au délégué interministériel à l'intelligence économique.
- GOBIERNO DE ESPAÑA (2011). *Estrategia Española de Seguridad: una responsabilidad de todos*. Madrid.
- Estrategia Española de Seguridad (Documento no oficial);
<http://www.cadenaser.com/csermedia/cadenaser/media/201011/17/internacional/20101117csrscrint-1-Pes-PDF.pdf>. [Consultado: 18/06/2011].
- HARBULOT, Christian (1992). *La machine de guerre économique: Etats-Unis, Japon, Europe*. París: Economica.
- HERRING, Jan P.; LEAVITT, Judith A. (2011). «The Roadmap to a World-Class Competitive Intelligence Program». *Competitive Intelligence*. Vol. 14, N.º 1, pp. 9-28.
- IKEYA, Nozomu; ISHIKAWA, Katsumi (2001). «The Japanese Intelligence Culture». *Competitive Intelligence Review*. Vol. 12, N.º 4, pp. 51-56.
- JOHNSON, Chalmers (1982). *MITI and the japanese miracle*. California: Stanford Universiti Press.
- KENT, Sherman [En línea] (1955). *The need for an Intelligence literature*. Central Intelligence Agency; <https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-ofintelligence/csi-publications/books-and-monographs/sherman-kent-and-theboard-of-national-estimates-collected-essays/2need.html>. [Consultado: 01/01/2011].
- LAHNEMAN, William J. (2011). *Keeping U.S. Intelligence effective: the need for a revolution in intelligence affairs*. Lanham, Maryland: Scarecrow Press.
- LASSALLE, José María (2011). «Goeconomía y cultura de Estado». *El País*, 17 de marzo.
- MARTÍN, Ruth A. (2010). «Modelo normalizado de unidad de inteligencia competitiva y manual de operaciones: una propuesta». *Inteligencia y seguridad: Revista de análisis y prospectiva*. N.º 9, pp. 67-93.
- OROS, Andrew L. (2002). «Japan's Growing Intelligence Capability». *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*. Vol. 15, N.º 1, pp. 1-25.
- POTTER, Evan H. (Ed.) (1998). *Economic Intelligence and national security*. Carleton University Press.

- SEIGLIE, Carlos, COISSARD, Steve y Yann ÉCHINARD (2008). *Economic intelligence and national security* En: Jacques Fontanel y Manas Chatterji (Eds.). *War, Peace and Security* (Contributions to Conflict Management, Peace Economics and Development, Volume 6), pp.235-248.
- TWENTIETH CENTURY FUND (1996). *In from the cold: the report of the Twentieth Century Fund Task Force on the Future of U. S. Intelligence / background papers* by Allan E. Goodman, Gregory F. Treverton, and Philip Zelikow. New York: Twentieth Century Fund Press.
- US SENATE SELECT COMMITTEE ON INTELLIGENCE (1994). *Economic Intelligence*. Hearings First session, August 5 1993. Washington, DC: US Government Printing Office.
- US EXPORT PROMOTION CABINET [En línea] (2010). Report to the President on the National Export Initiative: the Export Promotion Cabinet's Plan for Doubling U.S. Exports in Five Years; <http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/nei-report-9-16-10-full.pdf> [Consultado: 17/06/2011].
- UNITED STATES. «Trade Promotion Coordinating Committee» Executive Order 12870, September 30, 1993.
- UNITED STATES. «National Export Initiative» Executive Order 13534, March 11, 2010.