

Presentación del libro "Inteligencia Competitiva. ¿Espías? ¿Oráculos? ¿Estrategas?" de Sonia Gogova

Madrid, 23 de abril de 2015

Dentro de la iniciativa Aula de Liderazgo Público, tuvo lugar la presentación del libro: "**Inteligencia Competitiva. ¿Espías? ¿Oráculos? ¿Estrategas?**" de Sonia Gogova, profesora del Postgrado de Inteligencia Económica y Seguridad (PIES). Impulsada por la Universidad Pontificia Comillas ICADE y MAS Consulting para promover el **diálogo y la cooperación** entre la empresa, la política y la sociedad civil, el acto contó además con la participación de D. **Balbino Prieto**, presidente del Club de Exportadores e Inversores, Dña. Virginia Ródenas, Directora Académica del PIES y D. Daniel Ureña, Coordinador del Aula de Liderazgo Público y Director de MAS Consulting Group.

El presidente del **Club de Exportadores e Inversores**, fue el encargado de contextualizar el contenido del libro, presentó a la autora y aseguró que ninguna empresa es ajena a los constantes cambios sociopolíticos, económicos y tecnológicos, motivo por el cual el papel de la inteligencia competitiva es crucial a la hora de **reducir los riesgos** de las empresas.

La Sra Gogova, responsable de la creación en 1997 de la **primera unidad de inteligencia económica** en Telefónica, hizo un repaso de la **evolución** que ha experimentado la disciplina desde ese año, momento crucial para la empresa de telecomunicaciones en la que trabajaba ya que el mercado se acababa de liberalizar, abriendo paso a la competencia y abandonando el monopolio.

Sonia Gogova aclaró que la inteligencia competitiva se encarga de **seleccionar información** y analizarla con el fin de reducir riesgos en la **toma de decisiones**. Para ello, es necesaria una exhaustiva prospección de mercado así como un análisis histórico de los mercados de otros países. A pesar de ser un trabajo eminentemente estratégico que dota de capacidades a los estrategas de la empresa, Sonia aclaró que la inteligencia competitiva debe **tender a la horizontalidad y a la democratización** en la empresa. En este sentido, debe involucrar a todos los departamentos ya que es vital que los empleados conozcan qué hacen, cómo lo hacen y por qué lo hacen.

Es por ello que no sólo es importante formar a los estrategas en esta disciplina sino también a los analistas. Así Sonia destacó la importancia de invertir en un buen sistema de inteligencia competitiva que ayude a **fortalecer el "músculo" de las empresas**.

A su juicio, la inteligencia competitiva consiste en **investigar** aquellas particularidades no tan evidentes dentro del **macroentorno y del entorno competitivo** y descubrir relaciones ocultas; se trata de buscar lo que no se ve, cualquier aspecto fuera del entorno de la empresa, comunidad, país... de diversa índole pero que se analiza desde distintos planos para conseguir que beneficie a la compañía. Consiste en **aprovechar las oportunidades**, pero no sólo aquellas que son evidentes.

Presentación libro: "Inteligencia competitiva"



Existe un marco metodológico y una serie de teorías orientativas pero la forma de aplicación de las mismas se tiene que adaptar a cada compañía y caso particular. Es por ello, que se deben desarrollar perfiles y **herramientas ad hoc** para crear una unidad de inteligencia competitiva estructurada y diseñada para cada tipo de empresa, la cual debe tener unos **objetivos** claros que serán claves para poder analizar los aspectos del entorno que más influyen en ellos.

Cabe destacar que se está gestando una iniciativa para la creación de un servicio de inteligencia competitiva que sea capaz de canalizar la **colaboración público/privada** y que defienda los intereses tanto de la empresa como del país.

Por su parte, la Directora Académica del PIES, Virginia Ródenas, advirtió durante su intervención que es un error pensar que la inteligencia económica y competitiva es solo una cuestión que atañe a grandes empresas. Recordó que el **90 %** del tejido empresarial español lo constituyen **pequeñas y medianas empresas** para quienes la inteligencia competitiva también tiene un impacto directo en su cuenta de resultados y a la que pueden recurrir a través de organismos públicos o empresas especializadas.

Cualquier error u omisión contenido en este informe es atribuible única y exclusivamente al Club de Exportadores e Inversores Españoles, responsable de su elaboración a partir de las notas tomadas durante el desarrollo de la reunión.