

PUZZLE - Revista Hispana de la Inteligencia Competitiva, es una publicación bimensual en formato digital distribuida en toda la comunidad Hispana bajo suscripción gratuita. Suscripción: [http://www.revista-puzzle.com/puzzle\\_sub.htm](http://www.revista-puzzle.com/puzzle_sub.htm)

Web: <http://www.revista-puzzle.com>

Editor: Alessandro Comai  
R. Montmany, 42  
08753 Pallemà, Barcelona, España  
Tel. 93.6502528  
DL. Número: B-45.448-03 ISSN 1696-8573



## LA INTELIGENCIA COMPETITIVA EN LAS MULTINACIONALES CATALANAS

Revista PUZZLE -10.5.2004

PUZZLE Revista Hispana de la Inteligencia Competitiva ([www.revista-puzzle.com](http://www.revista-puzzle.com)) en colaboración con EMECOM ([www.emecom.es](http://www.emecom.es)), ha publicado el estudio 'La Inteligencia Competitiva en las Multinacionales Catalanas' realizado por Joaquín Tena Millán, Director de l'Escola Universitària d'Estudis Empresarials de la Universitat Pompeu Fabra, y Alessandro Comai, doctorando por ESADE. El estudio ofrece una visión de referencia sobre la Inteligencia Competitiva y el proceso a través del cual se reúne, analiza y difunde la información del sector y de la competencia en el grupo de compañías catalanas que ha establecido lazos internacionales importantes. El acceso al estudio se puede realizar gratuitamente en la web [http://www.revista-puzzle.com/puzzle\\_pub.htm](http://www.revista-puzzle.com/puzzle_pub.htm).

PUZZLE tiene el objetivo de publicar artículos y trabajos inéditos acerca de la Inteligencia Competitiva (IC) y la Vigilancia Tecnológica (VT). Los artículos están realizados por reconocidos expertos de la IC y la VT y desarrollan temáticas del interés de los grupos profesionales y académicos de toda la comunidad hispano parlante.

### Principales conclusiones del estudio

La impresión general es que las empresas Multinacionales Catalanas se hallan en etapas relativamente iniciales del desarrollo de la Inteligencia Competitiva.

La vía de acceso a la Inteligencia Competitiva más común, por parte de las empresas encuestadas, es la "inteligencia de marketing"; constatándose una solapación entre las dos áreas de actividad y apostando más por un enfoque funcional que por una línea estratégica. Las investigaciones de Inteligencia están enfocadas a productos, más que en las competencias de otras empresas del entorno.

El 45,7% de las Multinacionales Catalanas disponen de un sistema de Investigación Competitiva, que en general, no se ha desvinculado del departamento de marketing o de I+D.

Se descubre que las actividades relacionadas con la Inteligencia Competitiva están en fase de estructuración y se llevan a cabo de manera no sistemática o informal. Varias aportaciones tienden a probar que el déficit de programa sistemático no permite anticipar las amenazas procedentes de los competidores.

Con todo, cabe destacar las diferencias apreciadas en el desarrollo de la actividad de Inteligencia Competitiva entre sectores: Si el sector textil está entre los menos avanzados, el químico - farmacéutico se encuentra en un nivel prácticamente equiparable a los registros de referencia global.