

## **VI Congreso Nacional de la Asociación Mexicana de Estudios del Trabajo**

### ***Formación de nuevos Paradigmas en los estudios del Trabajo***

21-23 Mayo 2008

Título de la ponencia:

#### ***“Profesionalización y código ético de las tareas de Vigilia Tecnológica”***

Dra. Gloria Arroyo Jiménez  
Instituto Tecnológico de Querétaro

### **Resumen**

Las múltiples innovaciones generadas por el cambio tecnológico impactan profundamente el modo de vivir de las sociedades contemporáneas, surgiendo un *nuevo paradigma* (Cartier, 1999) regido por la globalización de mercados y la irrupción de nuevas tecnologías de la información cuyo vertiginoso crecimiento invade esferas personales. En él, la fuente de bienestar es el conocimiento, no el trabajo, el capital o la tierra; así, el valor de las empresas está en función a su cotización en la Bolsa de Valores, separándose del valor de sus activos materiales para centrarse, de forma creciente en aspectos intangibles como el talento y las competencias de su personal. De ahí que, en el mundo empresarial actual sea imperativo estar al día en las nuevas tecnologías para incorporarlas de mejor manera a sus actividades productivas en busca de una ventaja competitiva; este hecho ha incentivado el desarrollo de la Vigilia Tecnológica (Escorsa 2001), el estudio de los límites legales y éticos de las prácticas de recolección de información (Ruoach y Santi 2001, Sawka 2001). Un aspecto preocupante de tales prácticas es la aparente ausencia de referentes éticos (Arroyo, 2007) ya que las conductas y valores fundamentan la confianza entre clientes, empleados y empresas (C.Kalb 2000). Participaron en este estudio descriptivo, 23 empresas manufactureras de Querétaro; el objetivo fue identificar el marco ético, que siguen las mencionadas organizaciones, al efectuar actividades de Vigilia Tecnológica (VT) como recurso hacia la competitividad. Posterior a la investigación documental, en la investigación de campo se contrastaron la misión y valores declarados por la empresa con las prácticas de VT que realiza su personal. Los resultados obtenidos destacan una marcada tendencia a recurrir a prácticas poco éticas de obtención de información, evidenciándose una escasa preocupación empresarial tanto por la ética de dichas prácticas como por la capacitación requerida a quienes la realizan. La pequeña minoría de profesionales de la Vigilia Tecnológica identificados desea que se oficialice y profesionalice tal tarea, se proponen las bases para un código de ética.

Palabras clave: *Vigilia Tecnológica, competitividad, empresas manufactureras, profesionalización.*

## **VI Congreso Nacional de la Asociación Mexicana de Estudios del Trabajo**

### ***Formación de nuevos Paradigmas en los estudios del Trabajo***

21-23 Mayo 2008

Título de la ponencia:

*Profesionalización y código ético de las tareas de Vigilia Tecnológica*

Dra. Gloria Arroyo Jiménez  
Instituto Tecnológico de Querétaro

#### **1. Antecedentes**

El modo de vivir de la sociedad contemporánea se ha visto afectado por las múltiples innovaciones generadas por la humanidad (computadoras, teléfonos celulares, videos, comunicaciones vía satélite, estudios sobre el genoma humano, etc.) dejando una sensación de que el cambio tecnológico no sólo continúa acelerándose sino que está adquiriendo características nuevas que han llevado a un tipo de sociedad distinto, una sociedad inmersa en una *nueva economía, un nuevo paradigma* regido por la globalización de mercados y por la irrupción de las nuevas tecnologías de la información cuyo vertiginoso crecimiento ya invade esferas personales.

Tras un período de transición basado en la producción en masa (1960-1990), emerge una etapa de ruptura (1991-2001) donde la innovación adquiere más importancia que la producción masiva, dando lugar a un nuevo paradigma en el que la fuente de bienestar ya no son el trabajo, el capital o la tierra sino que es el conocimiento, (Cartier, 1999); donde las inversiones en adquisición de instrumentos virtuales, en nuevos conceptos es cada vez mayor que la destinada a infraestructuras, lo que aumenta el capital de riesgo. El valor de las empresas se expresa por su cotización en bolsa, separándose del valor de sus activos materiales y descansando de forma creciente en aspectos intangibles como el talento y competencias de su personal. En este contexto, la tecnología juega un papel clave al posibilitar el desarrollo de nuevos procesos, nuevos productos y servicios que, permiten satisfacer las crecientes y nuevas necesidades de la sociedad contemporánea. La creciente necesidad de las organizaciones mexicanas por estar a la par de las del resto del mundo, ha hecho surgir el deseo de alcanzar altos

niveles de competitividad. Como medida inicial, un gran número de ellas se han adherido a sistemas de certificación (ISO, QS, etc.) para lo cual han acudido a empresas certificadoras y consultorías. Por otro lado, el interés por la Vigilia Tecnológica (VT) e Inteligencia Competitiva (IC) ha aumentado notablemente entre empresarios, agencias gubernamentales académicos e investigadores, promoviendo el surgimiento de una nueva área en el campo de la Administración y Dirección Estratégica Organizacional.

Un estudio anterior (Arroyo, 2007) desarrollado con la finalidad de conocer las prácticas mas frecuentes de Vigilia tecnológica e inteligencia competitiva en 23 organizaciones manufactureras del estado de Querétaro de las cuales el 22% son empresas grandes, 35% medianas, 30% pequeñas y 13% microempresas, arrojó los siguientes resultados:

- Mas de la mitad de los encuestados trabajan en empresas grandes y son gerentes de áreas declaran conocer bien los términos, mientras cerca de una cuarta parte de los empleados de empresas medianas tienen conocimientos regulares del mismo. Parece haber una relación entre nivel jerárquico , tamaño de las empresas y conocimientos de VT e IC
- Se practica VT e IC mayormente en las empresas grandes (60%) de las cuales, un 13% tienen una Unidad de IC o algo que se le parece.
- Las funciones de IC que mayormente llevan a cabo son identificar y analizar información (45%) mientras que una cuarta parte hacen todas las actividades de IC (buscar fuentes, identificar información, analizarlas y diseminarlas)
- Para los participantes en el estudio, los términos que son equivalentes a la IC, son en orden de importancia: 1. Investigación de mercados, 2. Espionaje Industrial, 3. Tecnologías de información, 4. Bases de datos, 5. Inteligencia de negocios. Lo anterior demuestra que las actividades de IC se aplican mayormente a Mercadotecnia y hay una tendencia a confundir la IC con el espionaje.

Con lo anterior, quedó manifiesto que muy pocos profesionales de la VT realizan estas tareas y que el resto (o aún algunos de ellos mismos), no poseen una clara o conciencia de los aspectos y prácticas éticas al hacer VT, ya que primordialmente se encaminan a conseguir datos de la competencia por diferentes medios e informar a la

empresa. Este reducido número de profesionales de la VT identificados, externalizan preocupación por la ligereza con que actualmente se llevan al cabo tales funciones. Así también, en el contexto directivo de la organización hay escasa evidencia de lineamientos y de seguimiento del apego a los mismos por parte de los empleados. La situación antes planteada motivó a continuar ahondando en este tema.

## **2. Objetivo**

Identificar el marco ético, bajo el cual las mencionadas organizaciones realizan las actividades de Vigilia Tecnológica (VT) como recurso hacia la competitividad, constatando la necesidad de una profesionalización de las mismas y proponiendo lineamientos para un Código ético aplicable a la VT.

## **3. Diseño Metodológico**

Se realizó una investigación documental y de campo; en este estudio descriptivo se contó con la participación de 23 empresas manufactureras de Querétaro, que en un estudio previo (Arroyo, 2007) habían declarado realizar tareas de VT. Partiendo de la misión y valores que declaran las empresas, mediante entrevista con los empleados asignados a tal tarea, se contrastaron las prácticas de VT que realiza su personal,.

## **4. Vigilia Tecnológica e Inteligencia Competitiva**

Tanto la VT como la IC se orientan a un proceso sistemático de recolección de información, análisis y diseminación acerca del ambiente de negocios, de los competidores y de la propia organización; con la finalidad de que el conocimiento recabado fortalezca el proceso estratégico de las organizaciones y su desempeño. Estudios recientes apuntan una tendencia creciente a realizar prácticas de Vigilia Tecnológica e Inteligencia Competitiva en organizaciones manufactureras, (Arroyo, 2007), llegando, en algunas de ellas a crear un departamento o unidad de IC. También se detectó que en las prácticas de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva se dejan de lado los aspectos éticos en aras de la competitividad organizacional la pequeña minoría identificada de profesionales de la Vigilia Tecnológica identificados desea que se oficialice y profesionalice tal tarea.

La observación y el análisis del entorno científico, tecnológico y de los impactos económicos presentes y futuros, para identificar las amenazas y las oportunidades de desarrollo definen la Vigilia Tecnológica (Jakobiak, 1992) y la constituyen un conjunto de técnicas que permiten organizar de manera sistemática la acumulación, el análisis, la difusión y la explotación de las informaciones técnicas útiles para la supervivencia y crecimiento de la empresa. Su misión es alertar a los responsables de la empresa de toda innovación científica o técnica susceptible de modificar su entorno.

La Vigilia o Vigilancia Tecnológica permite a la empresa identificar los sectores de donde vendrán las mayores innovaciones tanto para los procesos como para los productos que tienen incidencia en la empresa (Martinet y Marti, 1995), incluye los esfuerzos que la empresa dedica, los medios de que se dota y las disposiciones que toma con el objetivo de conocer todas las evoluciones y novedades que se producen en los dominios de las técnicas que le conciernen actualmente o son susceptibles de afectarle en el futuro (Lesca, 1994).

Para los fines de este trabajo, cabe precisar las dos principales tareas de la Vigilia Tecnológica: la Vigilia del entorno y la explotación de la información.

Vigilar el entorno implica la búsqueda de información pertinente, su recolección y filtro centrándose en lo relevante y finalmente la distribución de la información, vigilar es un apoyo sustancial para la toma de decisiones a mediano y largo plazo.

Explotar la información significa tratar la información, analizarla y valorarla para hacer uso de ella en bien de la organización. A esta segunda fase de un sistema de vigilancia es lo que se llama Inteligencia Competitiva (IC) y ha ido sustituyendo a la vigilancia, argumentando que la inteligencia hace uso de la información con fines estratégicos ya que permite una mejor planeación estratégica de la empresa y que es la parte activa que se orienta a obtener resultados del sistema uniendo el saber de la empresa con la acción.

La IC es "un proceso analítico que transforma datos desagregados de los competidores, industria y mercado, hacia los conocimientos aplicables a nivel estratégico, relacionados con las capacidades, intenciones, desempeño y posición de los

competidores". (Bernhardt, 1994). La inteligencia tecnológica es una forma particular de inteligencia competitiva, Ashton y Klavas (1987) la definen como la información útil sobre el entorno de negocios que puede afectar la posición competitiva de la empresa. En los últimos años la expresión Vigilia está siendo sustituida paulatinamente por la de Inteligencia, aunque ambas palabras continúan siendo usadas indistintamente, Escorsa y Valls (1997), Rodríguez (1999), Palop y Vicente (1999), Cartier (1999). Tanto la Vigilancia o Vigilia Tecnológica (VT) como la Inteligencia Competitiva (IC) han sido señaladas como elementos clave para proporcionar información a la organización sobre el mercado y sus clientes. Cabe hacer notar que la tanto la VT como la IC se llegan a confundir con espionaje; las primeras –generalmente- acuden a los métodos legales de examinar los documentos o publicaciones corporativos, sitios de web, patentes para conocer las actividades de sus competencias. El espionaje recurre a métodos tales como “la mordida”, el soborno, el chantaje. Hay espionaje industrial y corporativo que se realiza con fines comerciales a diferencia del espionaje que se orienta a la seguridad de un estado. Luego entonces, el espionaje es “el hermano siniestro” de la Inteligencia competitiva.

## **5. Ética y ética empresarial**

Recolectar información datos, e ideas de competidores se ha convertido en un gran negocio, pero cabe preguntarse ¿es ético?. Bajo la premisa de que lo que no está prohibido, está permitido, un buen número de gerentes recurre al espionaje con la finalidad de conocer o bien apropiarse de conocimientos y tecnologías de sus competidores, lo que genera significativas pérdidas económicas y patrimoniales (patentes) y desalienta la investigación, ya de por sí escasa en nuestro país.

Las personas y las organizaciones adquieren hábitos e incorporan un carácter que puede ser percibido por sus integrantes y por personas externas. Las organizaciones, en particular, tienen un fin social al poner a la disposición de la sociedad una serie de satisfactores; este hecho legitima su existencia. Para la producción de los bienes o servicios que de ella se esperan, la empresa desarrolla una serie de actividades cooperativas que le conducirán a este fin, a la vez que respetar los derechos reconocidos por la sociedad en que se inserta, así como los valores de la misma. La empresa tiene que indagar qué *hábitos* deberá de fomentar en conjunto con sus integrantes para

fomentar los *valores* elegidos y forjar un *carácter* que le suministre una guía para tomar decisiones con relación a las metas fijadas por la organización.

Hay que tener presente que la empresa actual se encuentra inserta en un marco económico general, regida por una ética capitalista, lo que da lugar a la *ética de los negocios* que se centra de manera primordial en la concepción de la empresa como una organización económica y socialmente institucionalizada que desarrolla una actividad encaminada a proveer bienes y servicios y donde intervienen la función directiva y el proceso de toma de decisiones.

La ética es un tipo de saber práctico orientado a conocer cual es el fin de la acción humana (Cortina, 2000), hecho que permitirá decidir los *hábitos* a asumir para ordenar las *metas intermedias* e identificar los *valores* por los que se orientará el obrar prudente del hombre, el *carácter* o modo de ser de la empresa y la toma de decisiones acertadas; lo anterior, implica la libertad ligada a la responsabilidad. La ética ha sido definida como filosofía moral adjudicándole las tareas de: a) aclarar lo que es moral, b) fundamentar lo moral, las razones para que los hombres se comporten moralmente y c) aplicar los resultados de los incisos anteriores a la vida social, con lo que convierte en una ética aplicada (Aranguen, 1995)

## **6. Ética empresarial y prácticas de VT e IC**

La ética empresarial obtuvo enorme atención en los años 90 y trata la relación que se establece entre la actividad de una empresa y su entorno. Sin embargo, la ética empresarial no ha puesto mucho esfuerzo la relación entre competidores, concentrándose en otras relaciones como por ejemplo empresa-consumidor o empresa-medioambiente. Una de las grandes cuestiones en este campo es determinar si todas las técnicas de recolección de información pueden ser empleadas libremente; así como los límites legales y éticos que limitan e influyen tal tarea en un entorno concreto. Al respecto Sawka (2001) opina que la etapa de recogida de información tiene el mayor peligro de caer en engaños o en faltas éticas en todo el proceso de la IC. "La recogida de inteligencia está sembrada de riesgos". De hecho, una parte significativa del valor añadido de la inteligencia se desprende del tipo de fuente y de la técnica empleada. Esto induce al investigador a luchar contra los conflictos de interés que se pueden producir a lo largo de

un proyecto de investigación, y por lo tanto, con dilemas éticos. Rouach y Santi (2001) creen que el 20% de la información empleada por parte de la Inteligencia Competitiva está ubicada en una área gris o dudosa éticamente y que el 5 % es ilegal . (Fig. No. 1)

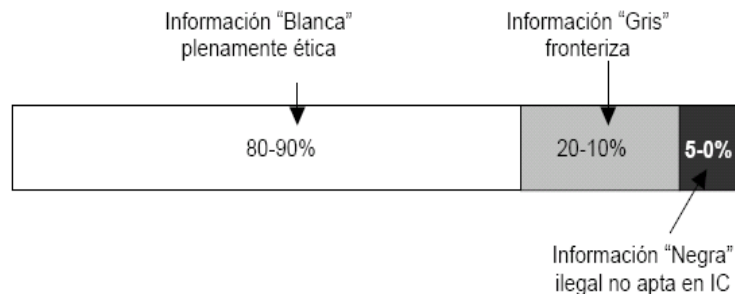


Figura 1 Selección de la Información – Adaptado de: Rouach, D. y Santi, P. (2001), "Competitive Intelligence Adds Value: Five Intelligence Attitudes". European Management Journal, Vol. 19, No. 5, pp.555

El contacto directo con fuentes humanas tiene que ser gestionado con el máximo respeto a la profesión y respecto a las fuentes. Además, el uso de herramientas que facilitan la “captura” de información en espacios públicos dejan abierta la discusión.

El factor principal que indica si una unidad de IC y por tanto una empresa ha puesto en marcha una conducta ética rigurosa se ve en la elección de las técnicas de recolección de información empleadas. Existen numerosas técnicas de búsqueda. Por ejemplo, Schwebach (1998) propone 59 técnicas de búsqueda que fueron comparadas con el grado de efectividad y valor ético. Mientras que, otros autores se han limitado a la clasificación de algunas técnicas con términos como: “sucias” o de “espionaje” (Johnson y Maguire, 1988, Cohen y Czepiec, 1988, citado por Tena y Comai, 2004).

Las técnicas de recuperación de la información pueden clasificarse de diferentes formas. Pine (1991) clasificó cualquier técnica “sospechosa” en tres grupos: falsa representación, influencia impropia y vigilancia oculta. De manera similar Prescott (2001) introduce 4 categorías: engaño, influencia determinada, vigilancia oculta e inteligencia no solicitada (recibida accidentalmente). Algunas categorías de técnicas que pueden abrir una discusión ética son:

- Falsear la finalidad u omitirla.* El falso pretexto representa la omisión o el falseamiento de la verdadera razón de la investigación al investigado por parte de unos de los actores. Esto puede ocurrir en las investigaciones donde existe una



relación directa con la fuente (investigación primaria). Falsear la identidad se puede manifestar de la siguiente forma:

- *Elicitación*: Por definición la elicitación pretende actuar bajo un falso pretexto, por ejemplo cuando dos personas que pertenecen a empresas competidoras distintas toman una bebida juntos en un bar y en un momento específico el investigador manipula la conversación para poder resolver sus preguntas de inteligencia concretas (Cohen y Czepiec, 1988).

La ética empresarial es una de las partes de la ética aplicada ya que hace uso de los principios éticos y se enfoca a proponer como aplicarlos en los diferentes ámbitos de acción empresarial.

## **7. Profesión y ética**

Una profesión está constituida por una comunidad dirigida al logro de una finalidad muy específica: la prestación de un servicio. Se distinguen tres condiciones o imperativos éticos profesionales: Primero, la competencia, es decir, que la persona posea los conocimientos, destrezas y actitudes para prestar el servicio. La segunda se refiere a que la actividad profesional es moralmente buena si se pone al servicio del cliente y el tercer requisito es que se desempeñe en un ambiente de colaboración y respeto entre sus miembros.

La tarea de la ética, en particular de la ética aplicada, consiste no solo en llevar los principios éticos generales, sino en determinar los bienes internos que cada una de las actividades debe proporcionar a la sociedad y las metas a perseguir en cada una de ellas; así como los valores y hábitos que incorporará para alcanzarlas; todo ello, dentro de un contexto de la moral cívica de la sociedad a la que sirve. De igual forma procede la ética de las profesiones.

Según la finalidad de cada profesión, quien la desempeña debe cumplir con unas obligaciones y tener derechos, ya que en la medida que cumpla con un deber y conozca sus derechos, evitará conflictos. La honestidad es el inicio de toda conducta ética, si no se es honesto, faltará o incumplirá con su código de ética; quien así lo hace será de conducta inmoral. Una decisión ética deriva de los valores individuales, el comportamiento

y valor de otros y del código de ética. Un profesional debe reconocer la necesidad de la ética, analizar disyuntivas y tomar decisiones en la solución de problemas,

## **8. Resultados**

Se entrevistó al personal de las mismas empresas participantes y se encontró lo siguiente:

- Es clara la distinción entre vigilancia y espionaje ( a nivel directivo y de quienes las realizan) se encontró que en términos gruesos sí lo distinguen.
- No saben si tienen un referente ético al realizar su tarea 40% , 25% si lo tienen y no lo aplican, si lo tienen y lo aplican 25%, 10% no contestaron.
- A nivel de la empresa se tiene clara la importancia de la ética, menos clara la relación con la misión y valores de la empresa.
- El 45% de las empresas participantes tienen misión y valores declarados, en primer lugar están la calidad, el compromiso con el cliente y la productividad.
- El 35% no tienen clara o establecida la misión y los valores
- Únicamente el 20% manifiestan la honestidad, la ética y el respeto al ambiente.
- 35% conocen las consecuencias de realizar prácticas de VT poco éticas, el resto, no las ha considerado y realiza algunas de ellas, sin saber que no están permitidas, por ejemplo la Elicitación.

Al cuestionarles acerca de si la empresa está consciente de la preparación que requiere el personal dedicado a esta labor, el 65% de los altos directivos no habían considerado el perfil requerido para tal tarea, 15% tienen descripciones de puesto , 20% no mostraron interés al respecto.

La empresa no considera importante que este personal requiera capacitación para dedicarse a la VT.

- En lo que toca a su opinión sobre la profesionalización del personal, el 15% sabe que debe profesionalizarse y han continuado su actualización, 40% no lo consideran necesario, 35% lo harían si su cliente lo exige.
- Únicamente el 25% conoce que hay un código de ética para tal profesión, 40% no lo conocen y el 35% no lo considera necesario.
- El 35% de los entrevistados tiene sugerencias para un código de ética y el 35% restante no las tiene.

- Entre las principales sugerencias para profesionalizar las prácticas de VT están: impartir cursos de técnicas de VT, sobre patentes, marcas y propiedad intelectual, sobre fundamentos éticos.

## **9. Propuesta de lineamientos para código de ética y profesionalización de la VT**

La Society of Competitive Intelligence Professionals (SCIP) ha desarrollado un código de ética del que se han seleccionado algunos aspectos para integrar una propuesta de Código d Ética para quienes desarrollen actividades de Vigilia Competitiva e Inteligencia Competitiva, por ejemplo:

1. Los profesionales de la VT e IC se apegarán a las leyes vigentes en el país, estado y giro empresarial a que pertenezca la empresa.
2. Los profesionales de la VT deberán dar a conocer de manera muy puntual, exacta y fidedigna toda información relevante para su tarea, incluyendo su nombre, empresa a la que pertenece y propósito de la entrevista o cuestionario. Si bien será entendible que no estará obligado a decir quien es su cliente final.
3. El profesional de la VT está obligado a dar recomendaciones realistas y honestas derivadas de su trabajo.

## **10. Conclusiones**

- La Vigilia Tecnológica e Inteligencia Competitiva constituyen una disciplina fundamental para preservar y expandir la ventaja competitiva de la empresa.
- Al ser evidente la ambigüedad y la confusión entre vigilancia y espionaje, en otros casos, los menos, hay plena conciencia de tal distinción sin embargo, declaran no apegarse a un código de ética y muestran sorpresa al saber que están relacionados. En otras palabras, sí distinguen espionaje de vigilia, más no consideran las dimensiones éticas de los métodos, instrumentos y otros recursos utilizados.
- El marco ético bajo el cual declaran realizar las prácticas que nos ocupan, es prácticamente inexistente y altamente ambiguo.
- Dada la creciente importancia de este campo, es fundamental realizar acciones que conduzcan a la profesionalización de las mismas y que se regule su ejercicio como cualquier otra profesión.
- Este es un nicho de oportunidad laboral para los egresados de educación superior.

- Para las instituciones educativas es una circunstancia que le permitirá adecuar, ampliar su oferta educativa para que se orienten a capacitar a su personal como profesionales de VT; así también para que eviten caer en prácticas de Vigilia Tecnológica no éticas al realizar sus estudios para apertura de nuevas ofertas educativas y conducir investigaciones.

El camino apenas está iniciado, queda mucho por recorrer.

## Bibliografía

- Aranguen, J.L. Obras Completas, (1995) Trotta, Madrid
- Arroyo J. Gloria (2007) Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva en Organizaciones Manufactureras, Informe de Investigación
- Ashton, W. Bradford y Klavans, Richard A. (1997), „Keeping Abreast of Science and Technology. Technical Intelligence for Business“, Battelle Press, Columbus.
- Alcantar, Julio (2003) Prácticas de Inteligencia Competitiva en la Industria Petrolera, Indestra, México
- Cortina, Adela, (2000), Ética de la Empresa, 5ª. Edición, Editorial Trotta, Madrid,
- Escorsa, Pere, Rodríguez, Marisela y Maspons, Ramon (2000),“Technology Mapping, Business Strategy and Market Opportunities”, Competitive Intelligence Review, Vol. 11, nº 1, marzo.
- Escorsa, Pere, Maspons, Ramon y Ortiz, Ivette (2000), “La integración entre la gestión del conocimiento y la inteligencia competitiva: la aportación de los mapas tecnológicos”, Espacios, Caracas, Venezuela.
- Escorsa, Pere, Maspons, Ramón (2001), De la Vigilancia Tecnológica a la Inteligencia Competitiva, Financial Times/Prentice Hall, Madrid.
- Jakobiak, François (1995), L'Information scientifique et technique“, Que sais-je? Nº 3015, Presses Universitaires de France, París.
- Martinet, Bruno y Marti, Yves-Michel (1995), L'intelligence économique. Les yeux et les oreilles de l'entreprise, Les éditions d'organisation, París.
- Palop, Fernando y Vicente, José Miguel (1999), Vigilancia tecnológica e Inteligencia competitiva. Su potencial para la empresa española, COTEC, Madrid.
- Prescot, J. (1999) The Evolution of Competitive Intelligence, Proposal Management Primavera: 37-52
- Rouach, D. y Santi, P. (2001), "Competitive Intelligence Adds Value: Five Intelligence Attitudes". European Management Journal, Vol. 19, No. 5, pp. 552-559.
- Rodríguez, Marisela, (2002) La Inteligencia Competitiva y Tecnológica en las universidades : Instrumentos de apoyo a la planeación Estratégica de las empresas. RECITE, Recife v.6, n.1, p.40-53

- Rouch, Daniel (1996), „La Veille Technologique et l'Intelligence Économique  
Colección Que sais-je? N° 3086, Presses Universitaires de France, París.
- SEDESU. 2005, Anuario Económico, Gobierno del Estado de Querétaro,  
<http://www.madrimasd.org/revista/revista4/tribuna/tribunas2.asp>
- Society of Competitive Intelligence Professionals, (SCIP) [www.scip.org](http://www.scip.org)
- Tena, J. y A. Comai (2004). La Inteligencia Competitiva en las Mejores Prácticas  
españolas. Barcelona, EMECOM.
- Van Raan, Anthony F.J. (1988) (editor), „Handbook of Quantitative Studies of  
Science and Technology, Elsevier.