



CRÍTICA DE LIBROS / BOOK REVIEWS

Recursos de información para la inteligencia competitiva. Una guía para la toma de decisiones

Antonio Muñoz Cañavate

Gijón: Trea, 2012, (Biblioteconomía y administración cultural: 246), 416 pp. ISBN 978-84-9704-665-7

La gestión de la información se configura como una actividad estratégica esencial para las organizaciones: la capacidad de encontrar, seleccionar e integrar la masa de información accesible a la empresa le supone una gran ventaja competitiva. En el mercado de la información, la ya tradicional búsqueda de la calidad frente a la cantidad se ve incluso superada por la accesibilidad. La inteligencia competitiva se define precisamente, como la capacidad de la empresa de acceder a esa información y de someterla a análisis, para que "convertida en conocimiento, sirva para la planificación y la toma de decisiones" (p. 45). La obra de Muñoz Cañavate revela a lo largo de siete capítulos y dos anexos las pistas para guiar a las instituciones hacia la consecución de esa ventaja.

La introducción repasa con brevedad la evolución de la oferta de información dirigida a la empresa en España: desde su casi inexistencia a finales de los años 50, pasando por los intentos de la Administración de implementar políticas, más o menos exitosas, dirigidas a mejorarla, hasta la solidez actual del sector. Y aunque el progreso es evidente, Muñoz Cañavate recoge también las deficiencias de esta estructura informativa, apuntando entre otras causas a la "falta de formación sobre la información" (p. 38). La lectura detenida de este texto nos asegura, sin lugar a dudas, la adquisición de esa necesaria base formativa sobre el recurso 'información'. Para ello, el autor comienza el capítulo I definiendo los conceptos fundamentales para enmarcar el tema, además de concretar la principal fuente de información disponible para la empresa: su entorno externo, de cuya observación y análisis la empresa obtiene información de gran valor.

El segundo capítulo repasa las clasificaciones más conocidas en el ámbito de la información empresarial y las normas sobre vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva de aplicación en España. Pero la aportación más destacable de este capítulo consiste en la presentación de una clasificación propia de las tipologías de recursos de información disponibles para las organizaciones en función del objeto que hay que conocer. Así pues la exhaustiva clasificación abarca recursos relacionados con las empresas y sus productos, con el entorno cercano y remoto de la organización, con las oportuni-

des y servicios existentes para las empresas, con los sectores y mercados en los que desarrollar su actividad, con la normativa y legislación aplicables al ámbito empresarial, etc. Entre las tipologías documentales en las que aparece dicha información, se destacan informes, directorios, estadísticas, indicadores, estudios, y un largo etcétera de fuentes.

El capítulo III añade al listado de recursos los que se obtienen desde el sector público: los registros oficiales, el Banco de España, institutos de estadística o comercio exterior, observatorios, universidades y otro sinfín de organismos oficiales. Por su parte, los capítulos IV, V y VI relacionan los recursos de información disponibles desde el ámbito asociativo, privado e internacional respectivamente, completando así el conjunto de recursos disponibles para la toma de decisiones en la empresa. Por último, el capítulo VII, apoyado por los anexos I y II, presenta a modo de guía de referencia muchas de las fuentes ya mencionadas en el resto de apartados siguiendo la clasificación del capítulo II.

En la elaboración de cualquier clasificación puede apreciarse la subjetividad de aquél que la construye y posiblemente un experto en la materia podría incorporar alguna variación. No obstante, el establecimiento de una clasificación de estas características merece no pocos elogios por la complejidad que supone categorizar tal cantidad de recursos. En este sentido la propuesta de Muñoz Cañavate abarca una amplia variedad de tipologías informativas y la acertada descripción de los recursos conlleva una laboriosa tarea de recopilación de información. Además, la inclusión de la *url* junto a cada recurso aporta un gran valor añadido a la descripción, más útil aún en la versión electrónica del libro. En definitiva, una obra muy recomendable para toda empresa preocupada por obtener esa ventaja competitiva que la gestión de la información puede otorgarle.

Elisa Legerén

Departamento de Información y Comunicación,
Universidad de Granada.
Correo-e: elegeren@ugr.es