

## JOURNAL OF ECONOMIC & BUSINESS INTELLIGENCE

Universidad Autónoma  
de Madrid **UAM**

### Presentación / *About Journal*

El mundo de la economía y los negocios ha cambiado rápida y profundamente. **La globalización y la democratización de las tecnologías de la información y las comunicaciones** han redimensionado, de forma radical, el mundo económico, político y cultural, en que se desenvuelven actualmente las organizaciones. Los agentes económicos desarrollan su actividad en un marco digital que abre enormes posibilidades de **colaboración y co-creación**, con la **infoxicación** como telón de fondo y en el que ha aparecido incluso un nuevo espacio de interacción entre ellos, el **ciberespacio**. Este nuevo entorno espacial, de escasa y difícil regulación, se solapa con el mundo real aumentando así la **incertidumbre inherente a la toma de decisiones**.

Este contexto actual ha propiciado el desarrollo y crecimiento de toda una nueva disciplina basada en la **sistematización de los procesos de captación, tratamiento, análisis y difusión de información**, y su transformación en conocimiento orientado a la disminución de riesgos y a la eficacia y eficiencia en la toma de decisiones.

Su estudio puede ser abordado desde dos perspectivas fundamentales, a nivel macro, la de los Gobiernos y todo aquello que puede afectar al PIB de un Estado, que se denomina **Inteligencia económica** (*Economic Intelligence*), y por otro lado, a nivel micro, la perspectiva de las organizaciones y los ciudadanos en sus intentos por optimizar la gestión de sus recursos y alcanzar sus objetivos estratégicos, que se ha dado a conocer como **Inteligencia de negocios o competitiva** (*Business o Competitive Intelligence*), si bien ambos conceptos están íntimamente ligados, y correlacionados al mismo tiempo con lo que se ha dado en llamar **Ingeniería de la Información**.

No obstante, y pese a la evidente importancia de este fenómeno, no existen en España, ni en el mundo hispanohablante en general, publicaciones que aborden esta temática, al menos desde **una perspectiva académica o científica**. Es cierto que existen revistas de empresa y negocios dirigidas a profesionales que tocan tangencialmente el tema en algunos de sus artículos, pero no son, ni mucho menos, revistas especializadas.

En este sentido, el *Journal of Economic and Business Intelligence* nace precisamente con la vocación de llenar este vacío y ofrecerle a la comunidad científica y académica, una **herramienta de divulgación y difusión del conocimiento**, con artículos por supuesto de **investigación básica**, pero poniendo al mismo tiempo su acento en la investigación **aplicada** que remarque la utilidad práctica de esta disciplina para la sociedad, como vía de transferencia de conocimiento. Con un claro interés en la difusión internacional, esta revista admite artículos **tanto en idioma castellano como inglés**.

El objetivo último es convertirse en una **publicación de referencia** que recoja los **últimos avances e impulse futuras líneas de investigación** en el ámbito de la inteligencia, aplicada tanto a la economía y los entornos de negocio como, **transversalmente, a las relaciones internacionales y la seguridad**. Este enfoque ofrece cabida, entre otros, a manuscritos sobre **sistemas de información y medios digitales** al servicio de la toma de decisiones estratégicas, competitividad, innovación, diplomacia, geopolítica, ciberseguridad, análisis de redes, *big data management*, inteligencia artificial, planes directivos de inteligencia, estructuras organizativas y unidades de inteligencia, escenarios y técnicas de negociación, metodologías de influencia, perfilado de actores clave sectoriales, vigilancia estratégica, *corporate, marketing and accounting intelligence*.

Estrenamos este **primer volumen** con un **enfoque lógicamente doctrinal** en el que autores de reconocido prestigio **asientan las bases conceptuales, delimitan y estruc-**

turan el campo teórico de conocimiento de la inteligencia económica y competitiva, sobre el que versarán las futuras contribuciones empíricas de la revista.

Para ello, **Héctor Izquierdo**, que realizó la primera tesis doctoral sobre inteligencia económica en España, nos ofrece un análisis comparativo de la implantación de sistemas de inteligencia en diversos países, a colación del cual realiza una propuesta concreta de diseño adaptada a las características y necesidades específicas de un país como España.

En segundo lugar, **Robert Maxwell**, que dirige uno de los primeros estudios de Grado universitarios relacionados con el ámbito de inteligencia económica y la ciberseguridad, aborda desde un enfoque de inteligencia competitiva, la importancia de la implantación de unidades de inteligencia corporativa en la era actual de la transformación digital.

Por su parte, **Andrea García**, del *International Master in Security, Intelligence and Strategic Studies* de las Universidades de Glasgow, Dublin City y Karlova, entra de lleno en una de las corrientes que más están dando qué hablar y están siendo publicadas con frecuencia en los medios de comunicación, como es el desarrollo de la tecnología computacional cuántica, los riesgos que conlleva en ciberseguridad, y la estrategia de buque insignia cuántico que se está desarrollando en este sentido en el seno de la Unión Europea.

**Eugenia Hernández y Ana Isabel Páramo**, del *Instituto de Política Internacional de la UFV*, recopilan los aspectos nucleares objeto de estudio en la inteligencia económica y de negocios, profundizan en sus respectivos matices conceptuales, compendian las principales tendencias de investigación y abogan por la necesidad de creación de un sistema nacional de inteligencia económica.

Por último, **Hugo Zunzarren y Verónica Aguirre**, director técnico de *IDInteligencia* y analista del *Grupo GAT* respectivamente, exponen las principales estrategias de influencia basadas en la inteligencia económica, las técnicas de persuasión y la sumisión libremente asumida, de cara a alcanzar consistentemente creencias y percepciones generadoras de actitudes sostenibles en el tiempo.

Esperando que los artículos publicados sean de su interés, les envío un cordial saludo.

*Javier Oubiña Barbolla*  
*Editor Jefe*

*Madrid, 5 de noviembre de 2019*

## About Journal

The world of economy and business has changed rapidly and deeply. **Globalization and the democratization of information and communication technologies** have radically resized the economic, political and cultural environment in which organizations are currently operating. Economic agents develop their activity in a digital framework that opens up enormous possibilities for **collaboration and co-creation**, with **infoxication** as a backdrop and in which there has even appeared a new space for interaction between them, the **cyberspace**. This new spatial environment, with scarce and difficult regulation, overlaps with the real world and increases the **inherent uncertainty to decision making**.

This current context has led to the development and growth of a completely new discipline based on the **systematization of information collection processes, treatment, analysis and diffusion and its transformation** into knowledge aimed at reducing risks and the effectiveness and efficiency of decision making.

Its study can be approached from two fundamental perspectives. At the macro level, regarding Governments and everything that can affect a countries' GDP (**Economic Intelligence**). On the other hand, at the micro level, there is the perspective of organizations and citizens and their attempts to optimize the management of resources to achieve their strategic objectives. This is known as **Business or Competitive Intelligence**. Both concepts are closely linked and correlated at the same time with what is known as **Information Engineering**.

However, despite the obvious importance of this phenomenon, there are no publications in Spain or in the Spanish-speaking world in general that address this issue, at least from an **academic or scientific perspective**. There are businesses and business journals for professionals related to this subject in some of their articles, but they are not, by any means, specialized journals.

In this sense, the Journal of Economic and Business Intelligence was born precisely with the aim to fill this gap and to offer the scientific and academic community a **tool for the dissemination and diffusion of knowledge**. Articles consist of both basic research and investigations that highlight the **practical utility** of this discipline for society as a means of knowledge transfer. With a clear interest in international diffusion, this journal admits publications in both Spanish and English.

The ultimate goal is to become a **reference journal** that gathers the **latest advances and promotes future lines of research** in the field of intelligence, applied both to economy and business environments and, **transversally, to international relations and security**. This approach offers, among others, manuscripts on information **systems and digital media** at the service of strategic decision making, **competitiveness, innovation, diplomacy, geopolitics, cybersecurity, network analysis, big data management, artificial intelligence, management plans of intelligence, organizational structures and intelligence units, negotiation scenarios and techniques, influence methodologies, profiling of key sector actors, strategic surveillance, corporate, marketing and accounting intelligence**.

We release this **first volume** with a **doctrinal approach** in which renowned **authors establish the conceptual baselines, define and structure the theoretical field of knowledge** of economic and competitive intelligence, on which the future empirical contributions of the journal will be based.

**Héctor Izquierdo**, who completed the first doctoral thesis on economic intelligence in Spain, offers a comparative analysis of the implementation of intelligence systems in various countries, and offers specific design proposal adapted to the characteristics and specific needs of a country like Spain.

Secondly, **Robert Maxwell**, who directs one of the first university degree studies related to the field of economic intelligence and cybersecurity, addresses the importance of implementing corporate intelligence units in the digital transformation era from a competitive intelligence approach.

**Andrea García**, from the International Master in Security, Intelligence and Strategic Studies of the Universities of Glasgow, Dublin City and Karlova, addresses one of the currents that is published frequently such as the development of quantum computing technology, the risks involved in cybersecurity or the quantum flagship strategy that is being involved in this regard in the European Union.

**Eugenia Hernández and Ana Isabel Páramo**, from the UFVs International Policy Institute, compile the core aspects under study in economic and business intelligence, deepen their conceptual nuances, summarize the main research trends and advocate the need to create a national economic intelligence system.

Finally, **Hugo Zunzarren** and Verónica Aguirre, technical director of IDInteligencia and analyst of the GAT Group respectively, expose the main influence strategies based on

economic intelligence, persuasion techniques and freely assumed submission, in order to consistently achieve beliefs and perceptions that generate sustainable attitudes over time.

Hoping that the articles published are of your interest, I send you my best regards.

*Javier Oubiña Barbolla*  
*Editor-in-chief*

*Madrid, November 5<sup>th</sup>, 2019*

## Índice de contenidos

### *Table of Contents*

---

<b>Presentación / <i>Introducción:</i></b>	i
<i>Javier Oubiña Barbolla</i>	
<b>Artículos / <i>Articles:</i></b>	
<i>Robert Maxwell: Corporate Intelligence in the Digital Age</i>	1
<i>Héctor Izquierdo Triana: Implantación de un Sistema de Inteligencia Económica en España</i>	9
<i>Andrea G. Rodríguez: Hacia la autonomía estratégica cuántica en la Unión Europea</i>	19
<i>Eugenia Hernández y Ana Isabel Páramo: Towards an Economic Intelligence System in Spain?</i>	29
<i>Hugo Zunzarren y Verónica Aguirre: Influencia Estratégica: ¿Cómo conseguir los cambios de actitud que me benefician?</i>	35