

MEI
II, vol. 3
nº 4

La vigilancia y la inteligencia competitiva, una oportunidad para las unidades de información de las Cámaras de Comercio

José Antonio Martínez González

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Castellón

Resumen

La promulgación del Decreto-ley 13/2010 y su posterior ratificación por la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible han supuesto para las Cámaras de Comercio un forzado cambio de modelo de negocio que a su vez, puede ser una gran oportunidad para iniciar nuevas líneas de acción. Las unidades de información pueden jugar un papel relevante como un activo estratégico, al igual que lo fueron en su momento en los Institutos Tecnológicos con la vigilancia tecnológica.

En este caso se trataría de la creación de un sistema de vigilancia competitiva dirigido a proporcionar información de valor, esto es, económicamente útil, a las pymes. Esto, unido a acciones de apoyo al desarrollo de la inteligencia competitiva, como una herramienta estratégica en sus procesos de innovación, supondría una excelente oportunidad proporcionada por la coyuntura actual.

Palabras clave

Vigilancia tecnológica, Inteligencia competitiva, Gestión de la información, Innovación, I+D+i, Cámara de Comercio, Pyme.

Abstract

The promulgation of Decree-Law 13/2010 and its subsequent ratification by Law 2/2011 of March 4th, of Sustainable Economy, have led to the Chambers of Commerce a forced change of business model which, in turn, can be a great opportunity to start new lines of action. Information units can play an important role as a strategic asset, as they were in their time in research centers with surveillance technology.

In this case it would create a competitive vigilance system aimed at providing valuable information, that is economically useful to SMEs. This, together with actions to support the development of competitive intelligence as a strategic tool in their process of innovation, would be an excellent opportunity provided by the current situation.

Keywords

Technological vigilance, Competitive intelligence, Information management, Innovation, I+D+I, Chamber of Commerce, SME.

Introducción

El pasado 9 de abril de 2011 las Cámaras de Comercio españolas cumplían 125 años, pero, pese a mantener una relativa buena salud, este está siendo un año crítico para su pervivencia como entidad de derecho público. Efectivamente, la promulgación por parte del gobierno del Real Decreto-ley 13/2010, ratificado por la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible, vino a modificar substancialmente la Ley de Cámaras eliminando la adscripción automática de las empresas y el

recurso cameral permanente, esto es, el pago obligatorio de una cuota.

En la práctica, esta modificación legal supone una ruptura con el tradicional sistema cameral llamado “continental” que funciona en gran parte de Europa. Aunque, por otro lado, mantiene inalterables la naturaleza de Corporación de Derecho Público y la obligación de que las Cámaras cumplan con funciones público-administrativas, dejando la continuidad de estas tareas al albur de los ingresos que se obtengan por cuotas voluntarias y facturación de servicios.

Esto plantea una difícil coyuntura en la que las Cámaras van a necesitar reinventarse a sí mismas, reorganizando los recursos disponibles para ser más eficientes en el cumplimiento de sus funciones y al mismo tiempo articulando nuevos sistemas de gestión, nuevas prioridades y nuevas líneas de servicio que, ahora obligatoriamente, tendrán que ser de negocio.

Cuando en diciembre de 2010 se nos planteó por parte de los órganos de dirección de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Castellón el que los trabajadores aportásemos nuevas propuestas de servicios que dieran como resultado el obtener recursos por el cobro de servicios, se señaló como un ejemplo destacable de reinención, la que llevaron a cabo los Institutos Tecnológicos de la Comunitat Valenciana hace unos años.

Dicho ejemplo trajo a mi memoria los días en que solo era un mero aprendiz de esta nuestra profesión. En abril de 1997 en realicé un curso de Internet para bibliotecarios y documentalistas que impartía el AVEI (Associació Valenciana d'Especialistes en Informació) en las aulas de informática del AIMPLAS (Instituto Tecnológico del Plástico), donde pude contemplar in situ el ejemplo de cómo una biblioteca había evolucionado no solo en centro de documentación, sino en una unidad económica central que proveía de ingresos a la institución mediante la venta de información de valor, esto es, económicamente útil para las empresas. (Latorre-Zacarés, 2003).

Del ejemplo del AIMPLAS al más próximo del ITC (Instituto de Tecnología Cerámica) de Castellón (José et al., 2007) media todo un proceso en el que estos institutos con la ayuda de sus unidades de Información y documentación han bastido una serie de observatorios que hoy en día son referente tanto de servicio, como de unidad de negocio.

Al igual que otros centros de documentación de instituciones y empresas españolas (CIS de Galicia, Ferroatlantica,...) se aprovechó el auge de los sistemas de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva (VT/IC) como una oportunidad para los profesionales de la información respondiendo satisfactoriamente a dos retos: “incorporar y valorizar los conocimientos y técnicas propias de las ciencias de la información y documentación en ámbitos interdisciplinares; y poner en valor ante la sociedad la calidad del trabajo documental, amenazado por la irrupción de neologismos y denominaciones que enmascaran técnicas tradicionales de la profesión” (Porto-Saavedra, 2009, p. 39).

Sin embargo la VT/IC no es, como pueda parecer a priori, algo vinculado únicamente los institutos y empresas tecnológicas, sino que precisamente como herramienta asociada a la I+D+i ha superado el ámbito de lo meramente tecnológico, para ser cada vez más una herramienta estratégica de la innovación de las empresas. De hecho, en la tercera edición del Manual de Oslo (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), 2005) ya se hace extensiva la definición de innovación a las innovaciones de marketing y a las de comercialización y organizativas.

A esto hay que añadir, además, la evolución que sufre el concepto de vigilancia en el periodo de casi cinco años que va desde la publicación por parte de AENOR de la norma experimental UNE 166006:2006 EX Gestión de la I+D+i: Sistema de Vigilancia Tecnológica a su sustitución por la UNE 166006:2011 Gestión de la I+D+i: Sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva el 28 de abril de 2011. Evolución que ha supuesto no solo la confirmación de la necesidad de la VT/IC como apoyo a los procesos de innovación reglados por el conjunto de normas UNE 166000, sino que ha introducido nuevos aspectos sobre qué es necesario vigilar y, sobre todo, ha fijado el concepto de "inteligencia competitiva".

La vigilancia tecnológica, según la UNE 166006:2006 EX, es el “proceso organizado, selectivo y sistemático, para captar información del exterior y de la propia organización sobre ciencia y tecnología, seleccionarla, analizarla, difundirla y comunicarla, para convertirla en conocimiento con el fin de tomar decisiones con menor riesgo y poder anticiparse a los cambios”. Pero esta, a su vez, forma parte del más amplio concepto de inteligencia competitiva, que consiste en la selección y análisis de información de valor estratégico sobre el mercado, la industria y los competidores, y en su presentación de forma adecuada para que los directivos puedan tomar decisiones sobre la dirección del negocio. Es lo que se conoce en inglés como *business intelligence* y en francés como *intelligence économique*.

Esta transformación paulatina de la VTIC se ha ido desarrollando a la par que el concepto innovación abandonaba su casi exclusivo enfoque científico-técnico por una visión más amplia sobre qué fuentes de conocimiento generan valor, abundando en la idea de que la "i" minúscula de la I+D+i es mucho más amplia y diversa de lo que se venía considerando. La innovación, además de en los productos, se produce también en los procesos productivos, en la gestión del conocimiento de la empresa, en la organización de la empresa en la comercialización, etc. (Cámaras Comunidad Valenciana, 2008), llegándose incluso a hablar de innovación oculta (Echeverría, 2010) o *hidden innovation* (NESTA, 2007).

Es en este punto donde el ámbito de actuación de las cámaras de comercio toma contacto con la VT/IC, ya que como agente de innovación, más centrado en su parte comercial y organizacional que en la del producto, como los institutos tecnológicos y grandes empresas con departamentos de I+D+i, tienen un papel importante que jugar.

Este ámbito es el de las pyme, que por razones obvias no pueden disponer de potentes departamentos de I+D+i, pero que a lo mejor ni siquiera están interesadas en innovar en productos, y sí en otros ámbitos, igualmente relevantes y que pueden suponer una ventaja competitiva en el mercado y que están al alcance de todo el mundo.

Dado que las cámaras de comercio tienen una larga trayectoria en el apoyo a las pymes en todos los ámbitos: financiación, emprendeduría, formación, internacionalización, calidad, etc. y en los últimos tiempos también en el de las nuevas tecnologías y la innovación, no es descabellado el apostar por una línea de servicio VT/IC a través de la cual proporcionar información de valor, esto es, económicamente útil, a las empresas del mismo modo que la proporcionan los Institutos tecnológicos a sus asociados o a sus clientes potenciales, lo que significa en el contexto actual de las cámaras el establecimiento de una línea de negocio en este sentido.

Se puede argumentar que es posible que muchas pymes no puedan contratar estos servicios a precio de mercado, servicios que hasta ahora les han prestado de forma prácticamente gratuita las Cámaras. Sin embargo, surge aquí la posibilidad de establecer acuerdos de servicios con asociaciones sectoriales, e incluso plantearse la colaboración público-privada, con la vista puesta en la conformación de una futura política de inteligencia territorial que llegue integrar a todos los actores (Aguilar-Moreno y Ortoll-Espinet, 2011).

Ejemplos de que se está creando una demanda de VT/IC desde las pymes podrían ser los siguientes:

En noviembre de 2008 se inició el “Proyecto piloto de sensibilización y difusión de la inteligencia competitiva entre las empresas de la Comunitat Valenciana” liderado por la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación y CIERVAL (OPTTEAM EuroPraxis, 2008).

El 26 de noviembre de 2010 PortCastelló presentó el SIM (Sistema de Información del Mercado) “... herramienta tecnológica que permite captar estadísticas comerciales de diferentes fuentes oficiales y consolidarlas en un sólo buscador y panel de control, garantizando de esta forma una búsqueda más eficiente, que repercute directamente en la disminución de tiempos de análisis y de reconocimiento de oportunidades” (PortCastelló, 2010).

La clara apuesta de una entidad como la autoridad Portuaria de Castellón por un elemento estratégico VT/IC debería ser el punto alerta máximo para indicarnos que la carrera por ofrecer esta serie de servicios acaba de comenzar.

Por otro lado, desde las Cámaras parece que ya existe una apertura de miras sobre este campo y se empiezan a realizar acciones de apoyo y concienciación de las empresas a través de seminarios, jornadas y talleres. Algún que otro programa a nivel provincial: “Programa de vigilancia tecnológica y gestión de la I+D+i”, “Programa de

Rastreo de la Competencia Internacional”, etc. Y un par a nivel nacional (lo que no significa que todas las Cámara estén adscritas): Intelitur, Centro de Conocimiento, Inteligencia e Innovación Turística, que tiene un canal dedicado a la Inteligencia de Mercado y el Programa de Inteligencia Tecnológica Internacional (SITI), un servicio por el cual, las pymes españolas pueden recibir por vía electrónica y en un corto espacio de tiempo, una respuesta adaptada a sus necesidades inmediatas para la toma de decisiones técnico-competitivas. Sistema por otra parte no exento de crítica desde sectores profesionales de la VT/IC (Borrás, 2010).

Aunque, la acción más destacable ha sido la llevada a cabo por la Cámara de Cantabria que creó en colaboración con la Consejería de Medio Ambiente del Gobierno regional, la UVITECO (Unidad de vigilancia tecnológica en ecoinnovación) en 2008 y cuyos servicios son usados de modo gratuito no solo por empresarios españoles, sino también por los de otros 75 países.

Sin embargo, el que las Cámaras puedan actuar como agentes de VT/IC no nos debería tomar por sorpresa, ya que desde hace tiempo en Francia se venía señalando desde su sistema cameral la importancia de la inteligencia económica, no solo para la gran empresa, sino también para las pymes (Chambre Regionale de Commerce et d'industrie de Lorraine, 2002).

Es más, recientemente el gobierno francés señalaba además el papel que debían jugar las Cámaras locales y regionales:

“...apportent aux entreprises aide et conseils en matière d'intelligence économique.

Elles peuvent notamment:

Les orienter sur la stratégie et la méthode (rôle du système d'information, impact des technologies, sécurité...) faciliter le montage de leur action avec des programmes d'aide ; diagnostiquer et financer des expertises ;

Aider à valider des idées nouvelles, imaginer des nouveaux produits, découvrir de nouveaux savoir-faire ;

Compléter leurs sources d'informations sur les concurrents, les évolutions technologiques, les brevets...” (Service de Coordination a l'intelligence Economique, 2009, p. 45).

Claro que el sistema francés de inteligencia económica está diseñado con una voluntad de ser un sistema integral de inteligencia territorial (Comai, 2009) en que las Cámaras juegan un papel muy importante, cosa que por el momento en España aún queda lejos de ser una realidad factible, lo que no obsta para que no se intente ir sembrando ideas en este sentido.

Así pues, el proponer como línea de negocio cameral un Servicio de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva (VT/IC) no parece algo descabellado. Como tampoco lo es el que se proponga desde de las unidades de documentación e información de las propias cámaras de comercio.

La evolución de los servicios de información camerales ha corrido paralela a la de la misma profesión que desde la clásica figura del bibliotecario ha evolucionado a la del gestor de información y documentación. De este modo, hoy en día bajo el nombre

clásico nombre de biblioteca en la Cámara de Comercio de Castellón opera un auténtico centro de documentación, ya que la Biblioteca en sí, es solo uno más de los servicios que se ofrecen junto con el Archivo Histórico y el resto de servicios de información en los que no solo se sirve documentación bajo pedido, sino que se anticipa a las necesidades de los cliente/usuarios mediante la elaboración de dosieres sectoriales, alertas bibliográficas y de documentación, dosieres de prensa (press-clipping), así como de noticias, legislación, etc., se procura la curación de contenidos on-line (content curator) y se trabaja en nuevos campos de difusión como son los social media.

Así pues, se ha de contemplar la biblioteca como un “activo estratégico” (Lougee, 2009) de las Cámaras no solo por el papel que desempeña y el know-how adquirido, sino por la potencialidad económica que la recolecta y elaboración de productos informacionales representa. Aunque de toda manera, no deja de sorprender que dado que uno de los activos más relevantes de las Cámaras de Comercio son los recursos de información para empresa que proveen, sean pocas las publicaciones científicas en las que encontramos referencias sobre los mismos: Muñoz-Cañavate (2010), Muñoz-Cañavate e Hípola (2008), OPTEAM EuroPraxis (2008), Ferrer-Sapena y Peset (2007), Martínez (1997), Paños et al. (1997) y Hukins (1992).

Es hora, pues, de poner en valor nuestra experiencia como gestores de información ya que según Mario Tascón, “...frente a la "ansiedad de la información", triunfará el software, sistemas o proyectos que ayuden a eliminar la sensación de que no somos capaces de abarcar todos los contenidos relevantes que se generan.” (Fernández, 2011), sensación de ansiedad esta que se agrava mucho más en el caso de la pymes, ya que se juegan su supervivencia como proyecto empresarial.

He aquí donde la alineación estratégica de la Unidad de Documentación e Información con la VT/IC concurrirían en un papel clave como encargados de generar información de calidad, analizar las nuevas necesidades y velar por el correcto funcionamiento del sistema VT/IC. Este es un papel que parece cortado a medida para las competencias profesionales de los documentalistas ya que dentro del proceso de vigilancia hay dos niveles críticos de actuación: la obtención y captura de la información (internet, bases de datos, proveedores de noticias...) y el tratamiento de la información (recuentos, coocurrencias, visualización con mapas...), que difícilmente podemos obviar que pertenecen a nuestro campo profesional.

Asimismo, la coordinación entre los especialistas en información analistas de contenidos (como por ejemplo los servicios de estudios económicos de las Cámaras) por un lado y los usuarios finales de la información y solicitantes de nuevas necesidades (pymes, asociaciones sectoriales,...), es fundamental para garantizar la mayor calidad posible y definir estrategias de información certeras. La constitución de un equipo flexible junto con otros especialistas aportaría un enfoque multidisciplinar que facilitaría el análisis de la información para, dentro de un proceso de vigilancia y revisión continuo de la información, proporcionar la información relevante en el momento preciso para que el empresario pueda transformarlo en inteligencia estratégica útil para que su empresa pueda afrontar con menor incertidumbre los

vicisitudes del mercado.

Se trata finalmente de hacer que se tome conciencia de la importancia de la información como un elemento clave dentro del proceso de innovación en las empresas y de que con un sistema de apoyo basado en la VT/IC las Cámaras de Comercio se insertarían como un elemento de mayor peso aún dentro del ecosistema de innovación de su demarcación provincial o local.

La coyuntura es delicada, es cierto, pero precisamente es la que nos proporciona la oportunidad de plantear un cambio de perspectiva. La perentoria necesidad de iniciar unidades de negocio rentables por parte de las Cámaras, unido a la necesidad de poner en valor las unidades de información y documentación frente a una eventual reducción de plantilla y cancelación de servicios, la reciente publicación de la norma UNE 166006:2011, la creciente sensación de infoxicación por parte de las empresas, agravada por el creciente número de fuentes de información que han supuesto los social media y la creciente oferta de open data por parte de las administraciones públicas, son una serie de elementos que nos ha de hacer reaccionar y la oferta de servicios de VT/IC puede ser una buena respuesta a estos retos actuales que nos plantean los tiempos que vivimos.

Finalmente, hemos de reconocer que la respuesta no está en nuestras manos, las decisiones estratégicas de este tipo están en las políticas que decidan los diversos órganos de gobierno camerales, nosotros como profesionales de la información y la documentación solo podemos hacer lo que hemos hecho siempre: insistir en señalar la importancia de la información como un activo relevante en la sociedad actual y ofrecer honestamente nuestros conocimientos y servicios para ayudar al prójimo de la mejor manera posible al objeto de que redunde en beneficio de todos.

Notas:

1. España. Real Decreto-ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo, Boletín Oficial del Estado, 3 de diciembre de 2010, No.293, pp. 101055-101078.
2. España. Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible, Boletín Oficial del Estado, 5 de marzo de 2011, No.55, pp. 25033-25235.
3. España. Ley 3/1993, de 22 de marzo, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación, Boletín Oficial del Estado, 23 de marzo 1993, No.70, pp. 8623-8630.
4. Se puede consultar la evolución legal de las cámaras españolas en: Gorordo, J.M. (2005), Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación, Thomson Civitas, Madrid., y en su blog: <https://josemarigorordo.wordpress.com>
5. Para abundar en los diferentes modelos camerales ver: Cámaras (2011), Cámaras de comercio en Europa y en el mundo. Consejo Superior de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de España, Madrid.
6. Ver Porto-Saavedra (2009).
7. Ver Rey-Vázquez (2006, 2004).
8. Existe traducción al castellano: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2006), Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación, 3ª ed., traducido por Juan Zamorano Ogállal, Grupo Tragsa, Madrid. Disponible en: <www.tragsa.es/SiteCollectionDocuments/Relaciones%20Institucionales%20%28Prensa%29/Publicaciones/Manual_de_Oslo.pdf> [Consulta: 27 Agosto 2011].
9. Ver un interesante y completo análisis de la norma en Benavides y Quintana (2006).

10. España. Resolución de 11 de abril de 2011, de la Dirección General de Industria, por la que se publica la relación de normas UNE aprobadas por AENOR durante el mes de marzo de 2011, Boletín Oficial del Estado, 28 de abril de 2011, No.101, pp. 43276-43282.
11. Citado en Porto-Saavedra (2009, p.43).
12. Ver Fundación madri+d para el Conocimiento (2007).
13. "...la mitad de las pymes no paga cuota cameral y un setenta y cinco por ciento, o no paga o tienen una cuota inferior a veinte euros/año." (Cámara Castellón, 2010).
14. Tres ejemplos serían:

Cámara Castellón (2010), "Jornada Camernova sobre vigilancia tecnológica", La Cámara al Día, Cámara de Comercio de Castellón, Castellón. Disponible en: <www.camaracastellon.com/prensa/noticia/632-Jornada-CAMERNOVA-sobre-vigilancia-tecnologica.htm> [Consulta: 27 Agosto 2011].

Cámara Madrid (2011), "La Cámara de Madrid anima a las empresas madrileñas a practicar la vigilancia tecnológica para rentabilizar su inversión en innovación", Notas de Prensa, Cámara de Comercio de Madrid, Madrid. Disponible en: <www.camaramadrid.es/prensa/noticia_ver.asp?id_noticia=2538> [Consulta: 27 Agosto 2011].

Cámara Valencia (2011), "Jornadas Informativas: La inteligencia competitiva en internet para el comercio", Agenda de Actividades, Cámara de Comercio de Valencia, Valencia. Disponible en: <http://agenda.camaravalencia.com/agenda_actividad_20110527094738_la_inteligencia_competitiva_en_internet_para_el_comercio.html> [Consulta: 27 Agosto 2011].

15. Cámara Gijón (2010), Programa de vigilancia tecnológica y gestión de la I+D+i, Cámara Gijón, Gijón. Disponible en: <www.camaragijon.es/contenidos/es/medioambiente-innovacion-y-calidad/programa-innoempresa-regional-2010/vigilancia-tecnologica-y-gestion-de-la-i-d-i/> [Consulta: 27 Agosto 2011].
16. Cámara Castellón (2011), Programa de Rastreo de la Competencia Internacional, Cámara de Comercio de Castellón, Castellón. Disponible en: <www.camaracastellon.com/internacionalizacion/documentacion/Folleto%20rastreo%202011.pdf> [Consulta: 27 Agosto 2011].
17. Web: www.intelitur.com [Consulta: 27 Agosto 2011].
18. Web: <http://siti.camaras.org> [Consulta: 27 Agosto 2011].
19. Web: <http://www.uvtcantabria.com> [Consulta: 27 Agosto 2011].
20. Europa Press (2011), La Cámara presenta en Suiza la Unidad de Vigilancia Tecnológica en Ecoinnovación, Europa Press, Madrid. Disponible en: <www.europapress.es/cantabria/cantabria-sostenible-00437/noticia-camara-presenta-suiza-unidad-vigilancia-tecnologica-ecoinnovacion-20110914100946.html> [Consulta: 14 Septiembre 2011].
21. "... aportan a las empresas ayuda y asesoramiento en materia de inteligencia económica. En particular, podrán: / Orientar sobre la estrategia y el método (función de sistema de información, impacto de las tecnologías, seguridad...) facilitar el planeamiento de sus acciones con programas de ayuda; diagnosticar y financiar auditorías; / ayudar a validar las ideas nuevas, imaginar los nuevos productos, descubrir nuevos conocimientos técnicos; / completar sus fuentes de información sobre los competidores, los cambios tecnológicos, las patentes..." [traducción del autor]
22. La biblioteca es uno de los más antiguos servicios de la Cámara de Comercio de Castellón, ya que si esta nació el 26 de enero de 1901, es en 1904 cuando aparece datado el primer documento que atestigüa su existencia, señalando a D. José Plá Barreda como su encargado.

Referencias bibliográficas

Aguilar-Moreno, E. y Ortoll-Espinet, E. (2011), "Inteligencia territorial: revisando la colaboración entre actores", artículo presentado en Visio 2011, vigilancia e inteligencia sistemática para la innovación en las organizaciones. 2-3 Junio, Bilbao, pp. 160-169.

Benavides-Velasco, C. A. y Quintana-García, C. (2006), "Inteligencia competitiva, prospectiva e innovación. La norma UNE-166006 EX sobre el sistema de vigilancia tecnológica", Boletín Económico de Información Comercial Española, No.2896, pp. 47-63.

Borràs, M. (2010), "Servicio SITI de Cámaras vs. innosense-Bias. Algunas consideraciones sobre su posicionamiento relativo", innosense Social. Disponible en: <<http://social.innosense.ws/pg/blog/mborras/read/554/servicio-siti-de-cmaras-vs-innosensebias-algunas-consideraciones-sobre-su-posicionamiento-relativo>> [Consulta 27 Agosto 2011].

Cámara Castellón (2010), "Sobre la supresión de la cuota cameral", La Cámara al Día. Cámara de Comercio de Castellón, Castellón. Disponible en: <www.camaracastellon.com/prensa/noticia/675-Sobre-la-supresion-de-la-cuota-cameral.htm> [Consulta 27 Agosto 2011].

Cámaras Comunidad Valenciana (2008), Guía didáctica para la implantación de la gestión de la innovación en la pyme valenciana. Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana, Valencia.

Chambre Regionale de Commerce et d'Industrie de Lorraine (2002), Bonnes pratiques en matière d'Intelligence Economique. Chambre Regionale de Commerce et d'Industrie de Lorraine, Nancy. Disponible en: <www.lorraine.cci.fr/download/pdf/guide_iev1.pdf> [Consulta 27 Agosto 2011].

Comai, A. (2009), "El sistema de inteligencia económica de Francia: una política pública", Puzzle, Revista de inteligencia competitiva, No.30, pp.15-20.

Curiel-Lorenzo, S. L. (2011), "Contribución para la creación de una Unidad de Inteligencia Empresarial en una Unidad de Información", Revista Documentación, No.21, pp. 59-71.

Echeverría, J. (2010), "El debate: Innovación sin ciencia", El Foro de Revista Iberoamericana de ciencia tecnología y sociedad. Disponible en: <www.revistacts.net/index.php?option=com_content&view=article&id=320:el-debate-innovacion-sin-ciencia&catid=19:debates&Itemid=38> [Consulta 27 Agosto 2011].

Fernández, L. (2011), "El futuro de la información, más local, móvil y social" en Euskadi+innova. Disponible en: <www.euskadinnova.net/es/innovacion-social/noticias/futuro-informacion-local-movil-social/7268.aspx> [Consulta 27 Agosto 2011].

Ferrer-Sapena, A. y Peset, F. (2007), "Análisis de los directorios privados de información empresarial española", El profesional de la Información, Vol.16. No.3, pp. 243-257.

Fundación madri+d para el Conocimiento (2007), INTEC. La inteligencia competitiva. Factor clave para la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones. Comunidad de Madrid, Madrid.

Hukins, C. (1992), "Chambers of commerce and business information", Business Information Review, Vol.8, No.4, pp. 37-44.

José, M.J.; Aguilar, E.; Lázaro, V. (2007), "Contribución de un Centro de Documentación a la creación de un observatorio tecnológico", ponencia presentada en Fesabid 2007, 10as Jornadas españolas de documentación. 9-11 Mayo, Santiago de Compostela, pp. 423-424.

Lougee, W. (2009), "Diffuse library revisited: aligning the library as strategic asset", Library Hi Tech, Vol 27, No.4, pp.610-623.

Latorre-Zacarés, J. (2003), "Unidad de documentación de AIMPLAS. Instituto Tecnológico del plástico", Compactus. Revista d'arxius i biblioteques, No.7, pp. 24-26.

Martínez, A. (1997), "Las cámaras de comercio como centros estratégicos de información empresarial",

ponencia presentada en INDOEM 96, III Jornadas Nacionales de Información y Documentación Empresarial. 13-15 Mayo, Universidad de Murcia, Murcia, p. 79.

Muñoz-Cañavate, A. (2010), Estudio sobre la gestión de la información en las empresas de extremeñas, Imcrea, Olivenza.

Muñoz-Cañavate, A. e Hípola, P. (2008), "Business information through Spain's Chambers of Commerce: Meeting business needs", *Business Information Review*, Vol.25, No.4, pp. 224-229.

NESTA (2007), Hidden Innovation. How innovation happens in six 'low innovation' sectors. National Endowment for Science, Technology and the Arts, Londres. Disponible en: <www.nesta.org.uk/publications/reports/assets/features/hidden_innovation> [Consulta 27 Agosto 2011].

OPTEAM EuroPraxis (2008), Guía: La vigilancia estratégica, su utilidad para la empresa y cómo implantarla. Conselleria de Industria, Comercio e Innovación de la Generalitat Valenciana y Confederación de Organizaciones Empresariales de la Comunidad Valenciana, Valencia.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2005), Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 3ª ed., Organisation for Economic Co-operation and Development y Eurostat, París. Disponible en: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/OSLO/EN/OSLO-EN.PDF> [Consulta 27 Agosto 2011].

Paños, A., Martínez, J. A. y Matas P. (1997), "Un enfoque básico sobre los recursos de información empresarial para las pyme's de la Región de Murcia", ponencia presentada en INDOEM 96, III Jornadas Nacionales de Información y Documentación Empresarial. 13-15 Mayo, Universidad de Murcia, Murcia, pp. 97-109.

PortCastelló (2010), "PortCastelló implanta un Sistema de Información de Mercado innovador y pionero", Noticias PortCastelló. Autoridad Portuaria de Castellón. Disponible en: <www.portcastello.com/actualidad/noticias-de-portcastello/14-plan-estrategico/115-portcastello-implanta-un-sistema-de-informacion-de-mercado-innovador-y-pionero.html> [Consulta 27 Agosto 2011].

Porto-Saavedra, X. (2009), "Del Centro de documentación a la Unidad de vigilancia tecnológica: el papel del documentalista en los sistemas de gestión de la innovación y de información empresarial", ponencia presentada en XI Jornadas de Gestión de la Información: Servicios polivalentes, confluencia entre profesionales de archivo, biblioteca y documentación. 19-20 Noviembre, SEDIC, Madrid, pp. 39-51.

Rey-Vázquez, L. (2009), Informe APEI sobre vigilancia tecnológica. Asociación Profesional de especialistas en Información-APEI, Gijón.

— (2006), "Ferroatlántica I+D y la vigilancia tecnológica", *El Profesional de la Información*, Vol.15, No.6, pp. 420-425.

— (2004), "Ferroatlántica I+D: Experiencia de una Unidad de Vigilancia Tecnológica", *Puzzle*, Revista de inteligencia competitiva, No.11, pp. 5-12.

Service de Coordination a l'Intelligence Economique (2009), Guide des bonnes pratiques en matière d'intelligence économique. Ministère de l'Economie de l'Industrie et de l'Emploi y Ministère du Budget des Comptes Publics et de la Fonction Publique, París. Disponible en: <http://c.asselin.free.fr/french/guide_des_bonnes_pratiques_en_matiere_d_ie-1.pdf> [Consulta 27 Agosto 2011].