




Efectos de la utilización de la Inteligencia Competitiva en Pymes industriales

Emilio Placer-Maruri ¹, Daniel Pérez-González ¹, Pedro Soto-Acosta ²

¹Universidad de Cantabria (Spain)

²Universidad de Murcia (Spain)

emilio.placer@unican.es, daniel.perez@unican.es, psoto@um.es

Received January, 2016

Accepted May, 2016

Resumen

Objeto: La literatura sobre Inteligencia competitiva, como proceso avanzado de gestión de información orientado a apoyar la toma de decisiones estratégicas, se ha centrado hasta el momento en temas relacionados con la definición del concepto y en analizar mediante estudios de casos su aplicación y los resultados obtenidos en grandes empresas y gobiernos. Reconociendo la literatura que la evolución de este tema requiere avanzar en el estudio ampliándolo a otros tipos de organizaciones y profundizar en los efectos que produce la Inteligencia Competitiva. En este sentido, el presente trabajo tiene por objeto analizar en una muestra de pymes los efectos que la utilización de las IC tiene en distintas variables financieras y no financieras.

Diseño/metodología/enfoque: El trabajo sigue el esquema clásico de investigación con revisión de la literatura, proposición de hipótesis y aplicación de metodología empírica cuantitativa, recogiendo información mediante cuestionarios enviados por correo electrónico, para el posterior tratamiento y contraste estadístico mediante modelos ANOVA, que permiten obtener resultados y conclusiones.

Aportaciones y resultados: El trabajo aporta un enfoque sobre los efectos de la IC en las empresas que van más allá de los predominantes estudios de casos y de las grandes organizaciones. Así, presenta como aportaciones analizar los efectos de la IC en una muestra de pymes y el hacerlo con una metodología empírica cuantitativa buscando relaciones causales mediante variables financieras y no financieras y contrastes de hipótesis. Los resultados obtenidos muestran que la Inteligencia Competitiva mejora la capacidad de adaptación al entorno de las pymes, su capacidad de innovar y contribuye a la generación de valor en el negocio.

Limitaciones: La falta en la literatura de trabajos previos centrados en muestras de pymes que permitan tanto servir de guía como establecer comparaciones con el trabajo aquí desarrollado. El tamaño muestral (79 empresas) dificulta la extrapolación de resultados. Además, a futuro sería adecuado identificar más variables de negocio y analizar distintos sectores de actividad.

Originalidad / Valor añadido: Este trabajo constituye un paso adelante en la medición de los efectos generados por la Inteligencia Competitiva en las pymes, que permite constatar lo que hasta el momento solo se había analizado con estudios de casos. Además incorpora un enfoque con variables financieras y no financieras que pueden orientar tanto futuras investigaciones, como a las empresas que quieran generar su propio sistema de autoevaluación.

Palabras clave: Inteligencia Competitiva, Pymes, Indicadores cuantitativos y cualitativos, Resultados empresariales

Códigos JEL: D83, O30

Title: Effects of the use of competitive intelligence in industrial SMEs

Abstract

Purpose: The literature about Competitive Intelligence (CI), as an advanced process of information management orientated towards supporting strategic decision making, has focused on topics related to the definition of the concept and on analyzing its application and the results obtained by large firms and governments through case studies. The literature recognizes that fact that the evolution of this topic creates a need to delve deeper in its study while applying it to other types of organizations and studying the effects that Competitive Intelligence produces

in greater depth. Therefore, this study's objective is to analyze the effects that the use of CI has on different financial and not financial variables within a sample of SMEs.

Design/methodology: The work follows the classical research scheme with literature review, statement of hypotheses and application of quantitative empirical methodology, collecting information through questionnaires sent by email, for further processing and statistical testing using ANOVA models, which allow get results and conclusions.

Findings: This study's contribution comes from providing a new way to focus on the effects of de CI in companies and goes further than most of the studies cases and big companies. Therefore, its contributions are to analyze the effect of the CI within a group of SMEs and, using an empiric methodology, to look for causal relationships through financial and non-financial variables and tests on the hypotheses. The results show that Competitive Intelligence improves SMEs' adaptation capacity to their environment, improves their innovation capacity and supports value creation in their businesses.

Research limitations/implications: The lack in the literature from previous studies that focused on samples of SMEs makes it possible to provide guidance and to make comparisons with the work that we carried out here. The sample size (79 companies) makes it difficult to extrapolate results. In addition, in the future it would be more appropriate to identify and analyze variables of different business sectors.

Originality/value: This work provides a step forward in measuring the effects generated by Competitive Intelligence in SMEs, making it possible to demonstrate that only case studies have been analyzed. It also incorporates an approach using financial and non-financial variables that can guide future research as well as companies that want to generate their own self-assessment systems.

Keywords: Competitive Intelligence, SME's, Quantitative and qualitative result indicators

Jel Codes: D83, O30