



New Trends in
Qualitative
Research



VOLUME 19

Qualitative Research in Social Sciences

Investigação Qualitativa em Ciências
Sociais

*Investigación Cualitativa en Ciencias
Sociales*

DOI:

<https://doi.org/10.36367/ntqr.19.2023.e903>

Mary Carmen Mozo Uscamayta

Taiane Ritta Coelho

Fecha de envío: 03/2023

Fecha de evaluación: 04/2023

Fecha de publicación: 09/2023

INTELIGENCIA COMPETITIVA, EMPRENDIMIENTO Y PEQUEÑA EMPRESA: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

RESÚMEN

Los estudios de Inteligencia competitiva (IC) en los últimos años desenvuelve conceptos y aplicabilidad en grandes empresas y/o gobiernos; mientras que estudios de emprendimientos y/o pequeñas empresas son poco a profundados y de menor cantidad; aún más escasos son estudios que relacionan los conceptos de inteligencia competitiva, emprendimiento, pequeña empresa. Esta investigación tiene como objetivo demostrar la existencia de una laguna de conocimiento que envuelve los temas antes mencionados. La metodología utilizada es de revisión bibliográfica; para la colecta de datos se definió 3 términos clave, en inglés, para aplicarlos en 3 bases de datos; el análisis y visualización de la relación entre las palabras claves a través de mapas bibliométricos bidimensionales se realizó mediante el software VOSviewer. Los resultados obtenidos muestran un total de 170 artículos producto de las diversas conjunciones de las palabras clave, 84 en Scopus, 80 en Web Of Science y 6 en Scielo, sin excluir los artículos replicados; en cuanto a la relación de las palabras clave en em mapa bibliométrico, muestra que el termino de IC se relacione con muchos otros temas, ya sean en español, como en inglés. Finalmente, se concluyó que no existe ninguna investigación entre los años 2011-2021 en las 3 bases de datos seleccionadas que relacione a la inteligencia competitiva, emprendimientos y pequeñas empresas; difiere en 33 artículos las investigaciones con los tópicos de IC y emprendimientos, con los de tópicos sobre IC y micro empresas; por lo tanto, claramente puede ser visto la existencia de laguna de conocimiento de nuestros temas clave.

Palabras Clave

Inteligencia Competitiva; Emprendimiento; Pequeña empresa; Revisión Sistemática de la Literatura.

COMPETITIVE INTELLIGENCE, ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS: A LITERATURE REVIEW

Abstract

Competitive Intelligence (CI) studies in recent years develop concepts and applicability in large companies and/or governments; while studies of entrepreneurs and/or small companies are little to deep and of less quantity; Even more scarce are studies that relate the concepts of competitive intelligence, entrepreneurship, and small business. This research aims to demonstrate the existence of a knowledge gap that involves the aforementioned issues. The methodology used is a bibliographic review; For the data collection, 3 key terms were defined, in English, to apply them in 3 databases; the analysis and visualization of the relationship between the keywords through two-dimensional bibliometric maps was carried out using the VOSviewer software. The results obtained show a total of 170 articles resulting from the various conjunctions of the keywords, 84 in Scopus, 80 in Web Of Science and 6 in Scielo, without excluding replicated articles; As for the relationship of the keywords in the bibliometric map, it shows that the IC term is related to many other topics, whether in Spanish or in English. Finally, it was concluded that there is no research between the years 2011-2021 in the 3 selected databases that relates to competitive intelligence, entrepreneurship and small companies; 33 articles differ in research with the topics of CI and entrepreneurship, with those of topics on CI and micro-enterprises; therefore, the existence of a knowledge gap of our key issues can clearly be seen.

Keywords

Competitive Intelligence; Enterprise; Systematic review of Literature; Small business.

1. Introducción

Desde la llegada de internet, la evolución tecnología y el ambiente de globalización que se vive, las organizaciones se encuentran enfrentando nuevos desafíos. Las organizaciones están obligadas a organizarse para poder anticipar los cambios del mercado y visualizar las oportunidades que se presentan (Pintro et al., 2016) para lidiar con el entorno competitivo.

La adquisición de información y de conocimiento de forma externa de la empresa permite tener idea del panorama general sobre el comportamiento de los clientes dentro del mercado, con el uso de esta información las decisiones que se toman tienen un enfoque estratégico. La inteligencia competitiva (IC) permite a una empresa identificar las fortalezas, debilidades, estrategias e otras áreas de los competidores, que ayudan a su vez a la empresas a mejorar sus decisiones estratégicas en relación a sus competidores (Bose, R. (2008) & Teo et al. (2001) citados por (He et al., 2015). Por otro lado, la IC es una necesidad de las empresas involucradas en cualquier ámbito competitivo (Faust Cruz & Anjos, 2011), esta no sólo garantiza el éxito de un emprendimiento, sino que también contribuye con su permanencia y supervivencia en el mercado asediado por la competencia. (Mcgonagle & Vella, (2004) como se citó en Faust Cruz & Anjos, 2011),

En el caso de los emprendedores y pequeñas empresas, debido a las características de ellos en relación al desarrollo de su actividad económica, puede que existan acciones que les permitan generar y desarrollar inteligencia competitiva.

El objetivo de la investigación es demostrar la existencia de la laguna de conocimiento con respecto a la relación entre "inteligencia competitiva, pequeñas empresas, emprendimiento", al mismo tiempo, ser capaces de responder a la interrogante: ¿se ha estudiado la inteligencia competitiva en los emprendimientos y/o pequeñas empresas?; para ello, la investigación será de tipo exploratoria a través de una revisión bibliográfica, utilizando 3 bases de datos bibliográficas, las investigaciones a ser evaluadas oscilan entre el año 2011 al 2021.

El presente estudio se dividirá en secciones, los cuales se organizan de la siguiente manera: en la sección 2 presentaremos diferentes definiciones de los términos básicos, inteligencia competitiva, emprendimiento y pequeña empresa; en la sección 3, se presenta la metodología de investigación, mientras que la sección 4 presenta la interpretación de los resultados y las conclusiones, para finalmente en la sección 5 se encentra las consideraciones finales.

2. Fundamentación Teórica

En la presente sección se abordarán diferentes definiciones de Inteligencia Competitiva (IC), emprendimiento, pequeñas empresas.

2.1 Inteligencia competitiva

El proceso de Inteligencia Competitiva tiene su origen en los métodos utilizados por las agencias de inteligencia gubernamentales, que básicamente tenían como objetivo identificar y evaluar información relacionada con la defensa nacional (Starec, 2012). Estas herramientas se adaptaron a la realidad empresarial y al nuevo orden mundial y las técnicas utilizadas se incorporaron a este proceso informacional (Starec, 2012).

Desde sus orígenes, con el paso del tiempo, el concepto de inteligencia competitiva (IC) evolucionó según las diversas necesidades empresariales. En la Tabla 1, se muestran algunas definiciones de IC.

Tabla 1 - Definiciones de Inteligencia Competitiva

Año	Definición de IC	Autor
1996	Proceso de obtención, análisis, interpretación y difusión de información de tipo estratégico de la industria y los socios, que se transmiten a los responsables para tomar decisiones en el momento oportuno(Lucas et al., 2016).	Gibbons y Prescott
2014	Programa sistemático y ético de recopilación, análisis, difusión y gestión de información del entorno externo, que puede afectar los planes, las decisiones y las operaciones de las organizaciones (Salguero, 2019)	<i>Society of Competitive Intelligence Professionals</i> (SCIP)
2015-2016	Permite a una empresa identificar fortalezas, debilidades, estrategias y otras áreas de los competidores (Ospina Usaquén et al., 2020)	He, Wu, Yan, Akula, & Shen y Högskolan i Halmstad. & Niamba
2020	IC como proceso de seguimiento del entorno competitivo interno y externo, con el objetivo de definir, recopilar, analizar y distribuir inteligencia accionable a través de la planificación, recopilación, procesamiento y análisis ético-legal, sobre productos, clientes, competidores y cualquier aspecto que proporcione una ventaja competitiva a la organización.	Ospina Usaquen

Por lo tanto, el desarrollo de la inteligencia competitiva permite proporcionar una mejor preparación para los cambios inesperados, con el objetivo de anticipar y reaccionar de manera oportuna (Carvalho et al., 2018), la esencia de ella es lidiar con el entorno competitivo y obtener una perspectiva profunda y precisa del mismo (Garcia, 2017), donde el objetivo principal es brindar alertas tempranas que permitieran predecir los movimientos competitivos de los competidores y los cambios en el comportamiento de los clientes, así como conocer de antemano las decisiones tomadas por los funcionarios gubernamentales, que podrían tener un impacto significativo en el desempeño y futuro de las empresas (Garcia, 2017).

2.2 Emprendimiento y Pequeña empresa

De acuerdo a Schumpeter (1949) el emprendimiento es un determinante clave del desempeño económico de la empresa, regional y nacional (Gupta et al. 2004; Herbig et al. 1994) brindando millones de oportunidades laborales, ofreciendo una variedad de bienes y servicios, y aumentar la prosperidad nacional y la competitividad general (Zahra 1999) (como se citó en Tajeddini & Mueller, 2012). Para Audretsch & Keilbach (2004) el emprendimiento contribuye al crecimiento económico a través de la generación y transmisión de conocimiento, del incremento de la competitividad y de la diversidad (como se citó en Navarro García et al., 2017). Para Rani et al., (2019), y World Bank Group (2017) los emprendedores desempeñan un papel importante en las economías de los países en desarrollo y de los países desarrollados al contribuir al crecimiento económico y la riqueza, crear empleo y permitir la flexibilidad en la producción (como se citó en Kahveci, 2021).

La definición de pequeña empresa, es muy variada debido a que está directamente relacionada e influenciada por las políticas económicas - empresariales de cada país; su definición varía entre la cantidad de empleados, las ventas anuales, el rubro, entre otros. Carree y Thurik (2002) y Lucky (2012) argumentan que, a pesar de sus contribuciones al desarrollo socioeconómico, el emprendimiento y las Pequeñas y medianas empresas (PYMES) no son sinónimos (como se citó en Okyere, 2017).

Pero en la actualidad no es posible tener una definición y diferenciación universal entre pequeña empresa y emprendimiento, ya que existen diferentes criterios de diferenciación según cada autor, argumentaron que las medidas más válidas para definir a las PYMES son el número de empleados y el tamaño; su definición varía según países, industrias, número de empleados y valor de los activos (Lucky; Olusegun, 2012).

3. Metodología

Para lograr los objetivos de la investigación se realizó el estudio a través de una revisión bibliográfica enfocado en los siguientes temas: "Competitive intelligence", "Entrepreneur" y "Small business"; las búsquedas se realizaron en lengua inglesa, sin embargo para el análisis de documentos se tomaron en cuenta también aquellos que se encontraban en portugués y español; después de seleccionar los documentos pertinentes se utilizó el software VOSviewer para analizar y visualizar la relación entre las palabras claves a través de mapas bibliométricos bidimensionales.

En la tabla 2, a continuación, se muestra el uso de términos sinónimos que se tuvieron en cuenta con el fin de optimizar los resultados, estos términos sinónimos serán utilizados también como palabras clave en conjunto con las palabras clave originales.

Tabla 2 - Términos sinónimos

Término original	Término sinónimo
Competitive intelligence	Competitive intelligence process
Small business	Small enterprise

Las búsquedas se realizaron en 3 bases de datos bibliográficas, Scopus, Scielo (Scientific Electronic Library Online) y Web of Science, entre los meses de Enero y Febrero de 2022, el corte temporal para la colecta de datos es desde el 2011 hasta el 2021, las palabras claves ingresadas se encuentran en idioma inglés, los criterios de inclusión y exclusión también fueron definidos; todos estos criterios o estrategias de búsqueda son resumidos en la tabla 3 siguiente.

Tabla 3 – Estrategias de búsqueda para Revisión Sistemática de Literatura

Estrategia	Detalle
Objetivo	Demostrar la existencia de la laguna de conocimiento y responder a la pregunta: "¿se ha estudiado la inteligencia competitiva en emprendimientos y/o pequeñas empresas?"
Palabras clave utilizadas	"Competitive intelligence", "Competitive Intelligence process", "entrepreneurship", "entrepreneurialism", "small business", "small enterprise".
Base de datos bibliográficos	Scopus Scielo Web of Science
Métodos aplicados para inclusión	Artículos, actas, artículos de congresos y conferencias que involucren palabras clave con sus diferentes combinaciones.
Métodos aplicados para exclusión	Artículos sin resumen, capítulos de libros, artículos que no tienen la unión que contiene las palabras clave, abstract de reunión y otras publicaciones.
Corte temporal	Período entre 2011 al 2021
Idioma	Inglés

Para realizar las búsquedas, se vio por conveniente crear 4 tipos diferentes de cadenas de búsquedas booleanas, cada cadena representa a un grupo, tal y como se puede ver en la Tabla 4 siguiente.

Tabla 4: Conjunción de optimización de la búsqueda de términos

Grupo	Campos Investigados
A	("Competitive intelligence" OR "Competitive Intelligence process") AND (entrepreneur*)
B	("Competitive intelligence" OR "Competitive Intelligence process") AND ("small business" OR "small enterprise")
C	("Competitive intelligence" OR "Competitive Intelligence process") AND ((entrepreneur*) AND ("small business" OR "small enterprise"))
D	("Competitive intelligence" OR "Competitive Intelligence process") AND ((entrepreneur*) OR ("small business" OR "small enterprise"))

4. Resultados

Los primeros resultados obtenidos producto de realizar las búsquedas en las diferentes bases de datos, de acuerdo a las conjunciones de palabras clave definidos, y la aplicación de los filtros de inclusión y exclusión, nos arroja un total de 170 artículos; en la tabla 5 se muestra con más detalle la cantidad de artículos obtenidos por cada grupo de conjunción de búsqueda de términos.

Tabla 5: Cantidad de artículos por conjunción de palabras clave

Grupo	Cantidad	Porcentaje
A	73	42.9%
B	12	7.1%
C	0	0.0%
D	85	50.0%
Total	170	100.0%

Con la finalidad de obtener un detalle más profundo sobre las bases bibliográficas que fueron usadas, se realizó un análisis porcentual según los grupos de conjunciones de palabras clave; tal y como puede ser visto en la tabla 6 siguiente.

Tabla 6: Cantidad de artículos por conjunción de palabras clave según las bases usadas

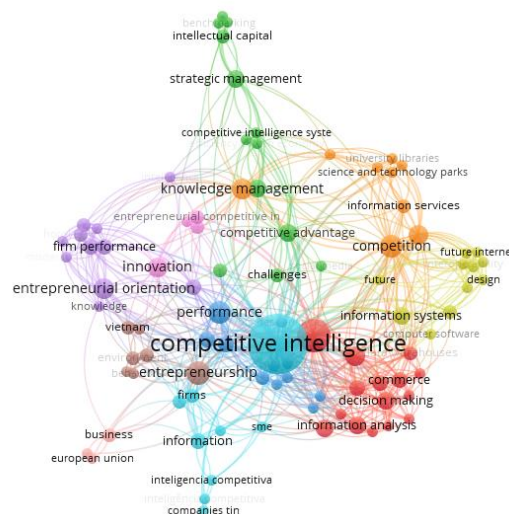
Grupo	Scopus		Web Of Science(WOS)		Scielo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
A	32	44%	38	52%	3	4%	73	100
B	10	83%	2	17%	0	0%	12	100
C	0	0%	0	0%	0	0%	0	100
D	42	49%	40	47%	3	4%	85	100
Total	84	49%	80	47%	6	4%	170	100

Con los datos obtenidos en la tabla 6, procedemos a generar nuestro mapa bibliográfico, por ello utilizamos VOSviewer, los detalles de los criterios utilizados para generar el mapa bibliográfico se encuentran en la TABLA 7 siguiente.

Tabla 7: Criterios para mapa bibliográfico en VOSviewer

Opción	Detalle
Tipo de datos	Datos bibliográficos
Formato de datos del gestor de referencias	RIS
Tipo de análisis	Co – ocurrencia
Unidad de análisis	Palabras clave
Método de conteo	Conteo total
Mínimo de ocurrencias de las palabras clave	3 ¹

Después de conocer la cantidad de artículos a analizar, se consideró pertinente realizar un análisis de la relación de los términos, por ello mediante VOSviewer se puede ver el mapeo científico, tal y como puede ser visto en la Figura 1.


Figura 1 – Mapa bibliográfico de las palabras clave

Según la gráfica¹, el nódulo correspondiente a “competitive intelligence” es el de mayor ocurrencia, por otro lado, aparecen también, aunque con menor ocurrencia, su versión al portugués y al español de la misma.

Teniendo en cuenta que según la tabla 5, el grupo C no contiene ningún documento, se realizó un análisis manual, en donde se vio que el grupo de D es exactamente igual a los grupos A y B, lo que generó duplicidad de documentos, debido a ello no se consideró este grupo para el análisis final. Finalmente se obtuvieron 51 documentos que cumplen con todos nuestros criterios de búsqueda tal como se muestra en la Tabla 7 a continuación.

¹ Según el programa existen 492 palabras clave, de las cuales 99 tiene ocurrencia

Tabla 8 - Cantidad de artículos por conjunción de palabras clave escogidos.

Grupo	Cantidad	Porcentaje
A	42	82.4%
B	9	17.6%
Total	51	100.0%

Una vez más generamos nuestro mapa bibliográfico, siguiendo los mismos criterios de la Tabla 8, aquí la cantidad total de palabras claves existentes es de 359, de las cuales hay 23 con concurrencia, el mapa generado se puede ver en el Grafico 2 siguiente.

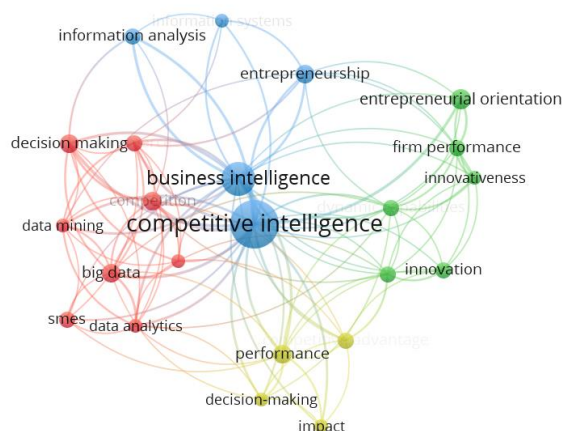


Figura 2 – Mapa bibliográfico de las palabras clave sin duplicación de documentos

Como se puede ver en la figura anterior, el termino de mayor concurrencia es de “competitive intelligence,”, seguido de “business intelligence”. Además de ello, las 23 concurrencia de palabras son: Competitive intelligence, business intelligence, big data, decisión making, competition, commerce, data analytics, performance, data mining, Dynamic capabilities, entrepreneurship, information management, firm performance, competitive advantage, decisión-making, entrepreneurial orientation, information analilyis, innovativeness, knowledge management, impact, innovation, information systems, smes.

Para a profundar en los datos obtenidos, se realizó un análisis de acuerdo a la cantidad de publicaciones por año de cada uno de los grupos de conjunciones, de tal forma que se pueden apreciar en la Figura 3.

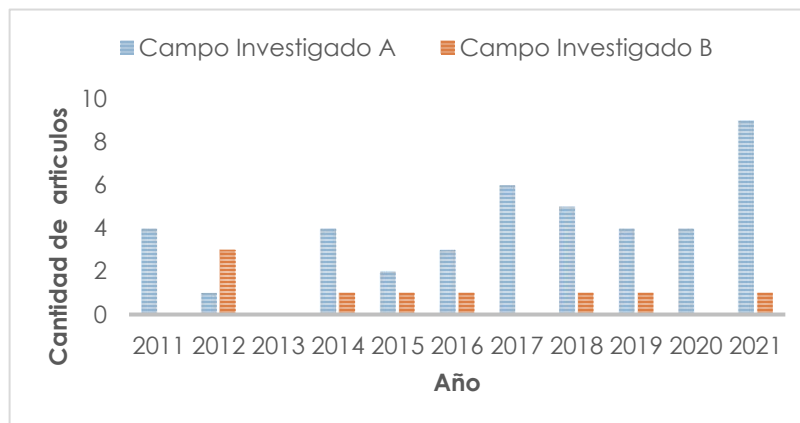


Figura 3. Cantidad de artículos publicados por año en los campos de investigación A y B

Se puede apreciar en la figura 2 que existen años donde no se realizaron ninguna publicación en ninguno de los grupos, por otro lado, también existen años donde solo se publicaron en un grupo.

5. Conclusiones

En la Tabla 4, aunque la cadena de busque correspondiente al grupo D contiene el mismo significado que del grupo A y B, se esperaba encontrar documentos diferentes que no aparecerían ni en el grupo A ni el B; sin embargo, tal y como se puede ver en tablas posteriores, ello no se dio de la forma esperada.

En la tabla5, puede verse que existen 170 documentos que cumplen con todos nuestros criterios según la tabla 3, de los cuales el 49% fueron encontrados en Scopus, el 47% en WOC y en un 4% en scielo, tal y como lo muestra la tabla 6. En el mapa bibliográfico de la Figura 1, se puede apreciar una gran variedad de palabras llaves con concurrencia, así como también el área de dónde vienen ellas es diverso, lo que nos muestra que ha sido investigado en diversos campos de estudio.

Por otro lado, eliminando la duplicidad de documentos, los grupos A y B, terminaron por contener en total 42 y 9 documentos correspondiente; por consiguiente, según la tabla 7 existe una mayor cantidad de documentos que se enfocan en la inteligencia competitiva y emprendimiento, que los que se enfocan en inteligencia competitiva y pequeñas empresas. En el mapa bibliográfico que muestra la figura 2, aun se puede ver reflejado la variedad de campos donde se fue investigado; aun siendo la temática de inteligencia competitiva con quien se tiene un mayor número de publicaciones, sin embargo, esta y entrepreneurship se encuentran distantes; por otro lado, no aparece nada sobre pequeñas empresas, a excepción de SMEs, que incluye también a empresas de mediano porte.

Al hacer un análisis de cantidad de publicaciones por año, tal y como se muestra en la Figura 3, se puede ver una mayor publicación sobre el campo A en el 2021 y en los años anteriores una cantidad casi constante de publicaciones a excepción del año 2013, donde no existió ninguna; por otro lado, en cuanto al grupo B, su año donde publicó en mayor cantidad fue en el 2012, los siguientes años son apenas inexistentes en la mayoría de casos.

6. Consideraciones Finales

Se tiene como objetivo de la investigación probar la existencia de la laguna de conocimiento que envuelve los temas de: Inteligencia competitiva, pequeñas empresas y/o emprendimientos; esto claramente se ve reflejado en las cadenas de búsqueda de grupo C y grupo D de la Tabla 4. En la tabla 5 podemos ver que no existe ningún documento que cumpla con la cadena de búsqueda del grupo C, es por ello que nuestra primera conclusión es que existe una laguna de conocimiento sobre los temas de: inteligencia competitiva en emprendimientos y pequeños negocios. Esto puede deberse a que muchos autores consideran que los emprendimientos son pequeños negocios, o, por el contrario, que emprendimientos son micro empresas o hasta empresas informales; la definición es muy variada y aún no se cuenta con una definición universal sobre emprendimiento.

Por otro lado, nuestro objetivo también se ve reflejado en el grupo D, que se refiere a Inteligencia competitiva, pequeñas empresas o emprendimientos; se encontraron en un primer momento 85 documentos, sin embargo, entre ellos existían documentos duplicados, que después de un segundo filtro finalmente se consiguió 51 documentos que cumplen con todos nuestros requerimientos de búsqueda; como ya fue mencionado antes el grupo D, es la copia exacta del grupo A y grupo B, por ello se decidió eliminar por completo al grupo D y analizar de forma independiente a los grupos restantes sin perder de vista nuestro objetivo. Al haber solo 51 documentos publicados en los últimos 10 años nos muestra que el campo fue poco estudiado, claramente este es otro signo de la existencia de laguna de conocimiento.

En el año 2021, se puede ver en la figura 3, un pico alto de publicaciones del grupo A, referido a emprendimientos, esto puede deberse a que desde el 2020, en todo el mundo se vivió una crisis económica mundial, que llevo a muchas personas emprender con el fin de obtener ingresos económicos; y también puede explicar de porque en el año 2020, no se publicó nada sobre pequeñas empresas, esto debido a que la pandemia trajo consigo el quiebre de millares de empresas de todo porte a nivel mundial.

Finalmente, por todo lo expuesto anteriormente se puede ver que los campos de investigación que abarcan a: inteligencia competitiva, emprendimiento y/o pequeñas empresas son una laguna de conocimiento, ya que son un campo poco estudiado, con potencial.

Para posibles trabajos futuros, se puede investigar más a fondo los resultados de la Figura 3, con el fin de conocer por qué existen años donde no se publicaron nada sobre los grupos A y B, porque existen años que se publicaron más en un grupo que de otro y finalmente las publicaciones en el año 2021 sobre IC y emprendimientos fueron en mayor cantidad debido a la pandemia vivida o existieron otros factores que contribuyeron a ello.

7. Referencias

- Alday, R. P., & Rosas, M. F. (2019). Business Intelligence Solution for Bikers Haven Restaurant. <https://doi.org/10.1109/UEMCON47517.2019.8992956>
- Aldrich, H. E., & Yang, T. (2013). How do entrepreneurs know what to do? learning and organizing in new ventures. *Journal of Evolutionary Economics*, 24(1), 59–82. <https://doi.org/10.1007/s00191-013-0320-x>
- Amiri, N. S., Shirkavand, S., Chalak, M., & Rezaeei, N. (2017). Competitive intelligence and developing sustainable competitive advantage. *AD-Minister*, (30), 173–194. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.30.9>
- Baur, A. W., Breitsprecher, M., & Bick, M. (2014). Catching fire: Start-Ups in the text analytics software industry. Presented at the 20th Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2014.
- Bayandin, N. I., & Kretov, V. S. (2012). A competitive intelligence monitoring system for small businesses. *Scientific and Technical Information Processing*, 39(4), 236–239. <https://doi.org/10.3103/s0147688212040119>
- Becerra, G. Y. M., & Martínez, N. P. (2021). Structuring of an information system for the entrepreneurship variables monitoring in Tunja-Colombia. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 25(2-3), 152–172. <https://doi.org/10.1504/ijeim.2021.115051>
- Bisson, C. (2014). Exploring Competitive Intelligence Practices of French Local Public Agricultural Organisations. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 4(2). <https://doi.org/10.37380/jisib.v4i2.94>
- Carvalho, M. E. de, Hedler, H. C., Alvares, L. M. A. de R., Moresi, E. A. D., & Silva, A. P. B. da. (2018). As contribuições da inteligência competitiva para a estratégia no contexto de uma instituição bancária. *Informação & Informação*, 23(1), 225. <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2018v23n1p225>.
- Carvalho, M. E. de, Hedler, H. C., Araújo de Rezende Alvares, L. M., Dutra Moresi, E. A., & Bernardi da Silva, A. P. (2018). As contribuições da inteligência competitiva para a estratégia no contexto de uma instituição bancária. *Informação & Informação*, 23(1), 225. <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2018v23n1p225>
- Casado Salguero, G. (2019). La inteligencia competitiva como herramienta de dirección estratégica: aplicación en el sector hotelero español (p. 24) [Tesis].
- Caseiro, N., & Coelho, A. (2019). The influence of Business Intelligence capacity, network learning and innovativeness on startups performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(3), 139–145. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.009>
- Castro, J. M. de, & Abreu, P. G. F. de. (2006). Influência da inteligência competitiva em processos decisórios no ciclo de vida das organizações. *Ciência Da Informação*, 35(3), 15–29. <https://doi.org/10.1590/s0100-19652006000300002>.
- Cavaller, V. (2014). Analysis of knowledge transference processes in first mission activities of universities: portfolios as proposal of analytical tool for competitive intelligence functions. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 4(1). <https://doi.org/10.37380/jisib.v4i1.83>
- Cavallo, A., Sanasi, S., Ghezzi, A., & Rangone, A. (2020). Competitive intelligence and strategy formulation: connecting the dots. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/cr-01-2020-0009>
- Černý, J., Potančok, M., & Castro Hernandez, E. (2021). Toward a typology of weak-signal early alert systems: functional early warning systems in the post-COVID age. *Online Information Review*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/oir-11-2020-0513>
- Chen, J. (2015). Research and Design of Decision Supported System of Marketing Management for Small Enterprises. 2015 International Conference on Intelligent Transportation, Big Data and Smart City. <https://doi.org/10.1109/icitbs.2015.152>
- D'Arconte, C. (2018). Business Intelligence applied in Small Size for Profit Companies. *Procedia Computer Science*, 131, 45–57. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.04.184>

- Davies, I. A., & Chambers, L. (2018). Integrating hybridity and business model theory in sustainable entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 177, 378–386. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.196>
- De Oliveira, M. M., Cassiavilani, C., Spinola, A. T. P., Do Amaral, R. M., & Ferrari Júnior, R. (2020). A biblioteca universitária como mecanismo híbrido de geração de empreendimentos: possibilidades rumo à universidade empreendedora. *Em Questão*, 26(3), 437–462. <https://doi.org/10.19132/1808-5245263.437-462>
- Ding, J., & Shi, B. (2021). Analysis and Modeling of Enterprise Competitive Intelligence Based on Social Media User Comments. *Entrepreneurship Research Journal*, 11(2), 47–69. <https://doi.org/10.1515/erj-2020-0206>
- Faust Cruz, D., & Anjos, S. J. G. dos. (2011). La inteligencia competitiva aplicada a las redes hoteleras brasileñas. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 20(2), 478–498. https://www.researchgate.net/publication/262752451_La_inteligencia_competitiva_aplicada_a_las_redes_hoteleras_brasilenas.
- Faust Cruz, D., & Anjos, S. J. G. dos. (2011). La inteligencia competitiva aplicada a las redes hoteleras brasileñas. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(2), 478–498. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000200012&lang=pt
- Franco, M., Magrinho, A., & Ramos Silva, J. (2011). Competitive intelligence: a research model tested on Portuguese firms. *Business Process Management Journal*, 17(2), 332–356. <https://doi.org/10.1108/14637151111122374>
- Froshauer, S. (2017). Careers at Biotech Start-Ups and in Entrepreneurship. *Cold Spring Harbor Perspectives in Biology*, 9(11), a032938. <https://doi.org/10.1101/cshperspect.a032938>
- Garcia, A. E. G. (2017). A Inteligência Competitiva e o Desenvolvimento de Capacidades Dinâmicas nas Organizações. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 16(01), 91–98. <https://doi.org/10.5585/riae.v16i1.2439>.
- Garcia, A. E. G. (2017). A Inteligência Competitiva e o Desenvolvimento de Capacidades Dinâmicas nas Organizações. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 16(01), 91–98. <https://doi.org/10.5585/riae.v16i1.2439>
- González-Díaz, R. R., Acevedo-Duque, Á. E., Guanilo-Gómez, S. L., & Cachicatari-Vargas, E. (2021). Business counterintelligence as a protection strategy for SMEs. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(3), 340–352. [https://doi.org/10.9770/jesi.2021.8.3\(21\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2021.8.3(21))
- He, W., Wu, H., Yan, G., Akula, V., & Shen, J. (2015). A novel social media competitive analytics framework with sentiment benchmarks. *Information and Management*, 52(7), 801–812. <https://doi.org/10.1016/j.im.2015.04.006>
- He, W., Wu, H., Yan, G., Akula, V., & Shen, J. (2015). A novel social media competitive analytics framework with sentiment benchmarks. *Information and Management*, 52(7), 801–812. <https://doi.org/10.1016/j.im.2015.04.006>
- Hendar, H., Ratnawati, A., Wan Ab Razak, W. M., & Abdullah, Z. (2020). Market intelligence on business performance: The mediating role of specialized marketing capabilities. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 10(1), 42–58. <https://doi.org/10.37380/jisib.v1i1.562>
- Hossain, M. S., Hussain, K., Kannan, S., & Kunju Raman Nair, S. K. (2022). Determinants of sustainable competitive advantage from resource-based view: implications for hotel industry. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(1), 79–98. <https://doi.org/10.1108/jhti-08-2020-0152>
- Hossain, M. S., Kannan, S. N., & Raman Nair, S. K. K. (2020). Factors Influencing Sustainable Competitive Advantage in the Hospitality Industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 22(6), 679–710. <https://doi.org/10.1080/1528008x.2020.1837049>
- Jneid, M., & Tannous, A. (2012). Strategic management and information evaluation challenges facing entrepreneurs of SMEs in ICT. 6th European Conference on Information Management and Evaluation, ECIME 2012

Kahveci, E. (2021). Surviving covid-19 and beyond: a conceptual framework for smes in crisis. *Business: Theory and Practice*, 22(1), 167–179. <https://doi.org/10.3846/btp.2021.13020>

Kahveci, E. (2021). Surviving covid-19 and beyond: A conceptual framework for smes in crisis. *Business: Theory and Practice*, 22(1), 167–179. <https://doi.org/10.3846/btp.2021.13020>

Klisarova-Belcheva, S., Yankova, T., & Ilieva, G. (2019). BI or no BI? Proceedings of the 9th Balkan Conference on Informatics. <https://doi.org/10.1145/3351556.3351575>

Lam-Lam, S., Ahumada-Tello, E., Plascencia-Lopez, I., & Perusquia-Velasco, J. M. (2018). Social Entrepreneurship as the Novel Approach to Modern Innovative Entrepreneurs. 2018 IEEE Technology and Engineering Management Conference (TEMSCON). <https://doi.org/10.1109/temscon.2018.8488439>

Larivet, S., & Brouard, F. (2012). SMEs' attitude towards SI programmes: evidence from Belgium. *Journal of Strategic Marketing*, 20(1), 5–18. <https://doi.org/10.1080/0965254x.2011.628403>

Lucas, A., Café, L. M. A., & Viera, A. F. G. (2016). Inteligência de negócios e inteligência competitiva na ciência da informação brasileira: contribuições para uma análise terminológica. *Perspectivas Em Ciência Da Informação*, 21(2), 168–187. <https://doi.org/10.1590/1981-5344/2568>

Lucas, A., Café, L. M. A., & Viera, A. F. G. (2016). Inteligência de negócios e inteligência competitiva na ciência da informação brasileira: Contribuições para uma análise terminológica. *Perspectivas em Ciencia da Informacao*, 21(2), 168–187. <https://doi.org/10.1590/1981-5344/2568>

McBride, N. (2014). Business intelligence in magazine distribution. *International Journal of Information Management*, 34(1), 58–62. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.09.006>

Mello, S. C. B. de, Leão, A. L. M. de S., & Paiva Júnior, F. G. de. (2006). Competências empreendedoras de dirigentes de empresas brasileiras de médio e grande porte que atuam em serviços da nova economia. *Revista de Administração Contemporânea*, 10(4), 47–69. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552006000400003>.

Moghaddam, Z. A., Sifari, M. K., Farzan, F., & Shirkhodayee, M. (2016). The effect of market orientation features on competitive intelligence of body building club managers in Tehran. *Social Sciences (Pakistan)*, 11(9), 2105–2107. <https://doi.org/10.3923/sscience.2016.2105.2107>

Motta, G. da S., Quintella, R. H., & Garcia, P. A. de A. (2015). Patento-scientometric indicators for the selection of projects by investment funds. *VINE*, 45(3), 446–467. <https://doi.org/10.1108/vine-10-2014-0056>

Muñoz-Cañavate, A., & Hípola, P. (2016). Information resources for competitive intelligence: An approach to the information available on the European Union's websites. *Journal of Business & Finance Librarianship*, 22(1), 32–45. <https://doi.org/10.1080/08963568.2016.1258936>

Navarro García, A., Rey Moreno, M., & Barrera Barrera, R. (2017). COMPROMISO, RECURSOS, Emprendimiento Exportador y Resultados Empresariales. *RAE Revista de Administracao de Empresas*, 57(2), 135–147. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020170203>

Navarro-García, A., Rey-Moreno, M., & Barrera-Barrera, R. (2017). Compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales. *Revista de Administração de Empresas*, 57(2), 135–147. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020170203>.

Okyere, F. (2017). Relationship between Entrepreneurship and Small, Medium and Micro Enterprises (SMMEs): A Literature Review *The International Journal Of Business & Management Relationship between Entrepreneurship and Small, Medium and Micro Enterprises (SMMEs): A Literatu. The International Journal Of Business & Management*, 5(9), 159–163. www.theijbm.com

Okyere, F. (2017). Relationship between Entrepreneurship and Small, Medium and Micro Enterprises (SMMEs): A Literature Review *The International Journal of Business & Management Relationship between Entrepreneurship and Small, Medium and Micro Enterprises (SMMEs): A Literatu. The International Journal Of Business & Management*, 5(9), 159–163. www.theijbm.com

Oliveira, P. H. de, & Sade, W. (2016). Inteligência competitiva no contexto das empresas mineiras de artefatos de estanho. *Perspectivas Em Ciência Da Informação*, 21(1), 23–41. <https://doi.org/10.1590/1981-5344/1885>

Ospina Usaquén, M. Á., Medina García, V. H., & Rodríguez Molano, J. I. (2020). Integración de la Inteligencia de Negocios, la Inteligencia de Mercados y la Inteligencia Competitiva desde el análisis de datos. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 34, 609–620.

Ospina Usaquén, M. Á., Medina García, V. H., & Rodríguez Molano, J. I. (2020). Integración de la Inteligencia de Negocios, la Inteligencia de Mercados y la Inteligencia Competitiva desde el análisis de datos. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 34, 609–620.

Ottonicar, S. L. C., Valentim, M. L. P., & Mosconi, E. (2018). A competitive intelligence model based on information literacy: organizational competitiveness in the context of the 4th Industrial Revolution. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 8(3), 55–65. <https://doi.org/10.37380/jisib.v8i3.366>

Pintro, S., Barbosa Vianna, W., & Varvakis Rados, G. J. (2016). Inteligência Competitiva e Ciência da Informação: conexões epistemológicas para tomada de decisão nas organizações. *Em Questão*, 22(3), 10–35.

Pintro, S.; Vianna, W.; Varvakis, G. (2016). Inteligência Competitiva e Ciência da Informação: conexões epistemológicas para tomada de decisão nas organizações. *Em Questão*, 22(3), 10-35. <http://dx.doi.org/10.19132/1808-5245223.10-35>.

Rajabion, L. (2018). Application and Adoption of Big Data Technologies in SMEs. 2018 International Conference on Computational Science and Computational Intelligence (CSCI), 1133–1135. <https://doi.org/10.1109/csci46756.2018.00219>

Ranjan, J., & Foropon, C. (2021). Big Data Analytics in Building the Competitive Intelligence of Organizations. *International Journal of Information Management*, 56, 102231. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102231>

Salguero, G. C. (2019). La Inteligencia Competitiva Como Herramienta De Dirección Estratégica: Aplicación En El Sector Hotelero Español. Universidad De Málaga.

Salguero, G. C. (2019). La Inteligencia Competitiva Como Herramienta De Dirección Estratégica: Aplicación En El Sector Hotelero Español. Universidad de Málaga.

Santra, I. K. (2017). Using structural equation modeling to assess the budget hotel performance in Bali Indonesia. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*, 8(7), 933–951

Sharma, Y., Nasri, R., & Askand, K. (2012). Building a data warehousing infrastructure based on service oriented architecture. 2012 International Conference on Cloud Computing Technologies, Applications and Management (ICCTAM), 82–87. <https://doi.org/10.1109/icctam.2012.6488077>

Starec, C. (2012). Gestão da informação, inovação e inteligência competitiva: como transformar a informação em vantagem competitiva nas organizações. Saraiva. [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502175358/epubcfi/6/4\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcop\]/4/4\[cop\]/4](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502175358/epubcfi/6/4[%3Bvnd.vst.idref%3Dcop]/4/4[cop]/4)

Steinbacher, H. - P., & Bilek, H. (2015). Business Intelligence in small and medium sized enterprises by using standard software. 8th IADIS International Conference on Information Systems, IS, 248–250

Sullivan, D. M. (2011). Egg-drop exercise revisited: An in-class entrepreneurship exercise. *Journal of Entrepreneurship Education*, 14, 49–73. Retrieved from <https://www.proquest.com/openview/e9f5f65148b68310b010712a061d1e6e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=28224>

Tajeddini, K., & Mueller, S. L. (2011). Corporate entrepreneurship in Switzerland: evidence from a case study of Swiss watch manufacturers. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), 355–372. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0179-y>.

Tajeddini, K., & Mueller, S. L. (2012). Corporate entrepreneurship in Switzerland: Evidence from a case study of Swiss watch manufacturers. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), 355–372. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0179-y>

Talaoui, Y., & Kohtamäki, M. (2020a). 35 years of research on business intelligence process: a synthesis of a fragmented literature. *Management Research Review*, 44(5), 677–717. <https://doi.org/10.1108/mrr-07-2020-0386>


- Talaoui, Y., & Kohtamäki, M. (2020b). Of BI research: a tale of two communities. *Management Research Review*, 43(11), 1371–1394. <https://doi.org/10.1108/mrr-10-2019-0452>
- Tarek, B. H., & Adel, G. (2016). Business Intelligence versus Entrepreneurial Competitive Intelligence and International Competitiveness of North African SMEs. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(4), 539–561. <https://doi.org/10.1007/s10843-016-0194-8>
- Tarek, B. H., Zouhayer, M., & Adel, G. (2017). Entrepreneurial Competitive Intelligence Between Uppsala Model and Born Global Theories in the Case of North African SMEs. *Journal of the Knowledge Economy*, 10(2), 734–755. <https://doi.org/10.1007/s13132-017-0489-6>
- Trong Tuan, L. (2015). Organizational social capital as a moderator for the effect of entrepreneurial orientation on competitive intelligence. *Journal of Strategic Marketing*, 25(4), 301–315. <https://doi.org/10.1080/0965254x.2015.1076884>
- Tuan, L. T. (2015). Entrepreneurial orientation and competitive intelligence: cultural intelligence as a moderator. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 17(2), 212–228. <https://doi.org/10.1108/jrme-07-2015-0038>
- Tur-Porcar, A., Roig-Tierno, N., & Llorca Mestre, A. (2018). Factors Affecting Entrepreneurship and Business Sustainability. *Sustainability*, 10(2), 452. <https://doi.org/10.3390/su10020452>
- Usaquén, M. Á. O., García, V. H. M., & Otálora, J. E. (2019). Design of a Competitive Intelligence System for the Meat Sector in Colombia Using Business Intelligence. *Communications in Computer and Information Science*, 489–499. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21451-7_42.
- Usaquén, M.; García, V.; Molano, J.(2020). Integración De La Inteligencia de Negocios , la Inteligencia de Mercados y la Inteligencia Competitiva desde el análisis de datos. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 34, 609-619.
- Venkatesh, V. C., Dasgupta, M., Prashar, A., & Andersen, T. J. (2021). Dealing with surprise attacks: decomposing ERM as a dynamic capability to handle crises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(4), 515–536. <https://doi.org/10.1108/jsbed-09-2020-0342>
- Villarroel González, C., Cabrales Gómez, F., Fernández O., A., & Godoy Flores, I. (2017). Innovation and entrepreneurship indicators applied to the triple helix in the arica and parinacota region, chile. *Interciencia*, 11(42). Retrieved from <https://www.interciencia.net/wp-content/uploads/2017/11/719-VILLARROEL-42-11.pdf>
- VU, H. M. (2020). A Review of Dynamic Capabilities, Innovation Capabilities, Entrepreneurial Capabilities and Their Consequences. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 485–494. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.485>.
- Weinstein, A. (2020). Houdini's magical marketing strategies. *Journal of Strategic Marketing*, 1–12. <https://doi.org/10.1080/0965254x.2020.1825985>
- Yap, C. S., & Rashid, M. Z. A. (2011). Acquisition and strategic use of competitive intelligence. *Malaysian Journal of Library and Information Science*, 16(1), 125–136.
- Zambon, A. C., & Anunciação, P. F. da. (2014). Inteligência competitiva: percepções de valor no setor da bijuteria. *Revista Portuguesa E Brasileira de Gestão*, 13(2), 41–60.

Mary Carmen Mozo Uscamayta

UFPR, Brasil

 <https://orcid.org/0000-0002-4509-611X>✉ maryc.uscamayta@ufpr.br**Taiane Riffa Coelho**

UFPR, Brasil

 <https://orcid.org/0000-0003-2607-0704>✉ taianecoelho@ufpr.br