

El CNI sale del caparazón

El Centro Nacional de Inteligencia impulsa un máster universitario para exportar métodos de análisis a la sociedad

Por JOSEBA ELOLA

Estaba una compañía petrolera haciendo un agujero en medio del campo, en algún lugar remoto de Tejas. La empresa propietaria del campo colindante veía a su vecino hacer prospecciones, pero no tenía dinero para llevarlas a cabo, máxime sin saber a qué profundidad se hallaba el *oro negro*. Entonces se les ocurrió preguntar al señor Fuld, analista de inteligencia, si les podía echar un cable. Fuld se subió al cerro de al lado y durante días empezó a contar los camiones que entraban y salían de la prospección y las tuberías que llevaban. Multiplicando camiones por tuberías, dedujo la profundidad del pozo y así proporcionó la información a la empresa vecina.

Este es uno de los ejemplos que el experto Mario Esteban Martínez utiliza para explicar lo que es un analista de inteligencia: no roba secretos de otra empresa; observa, analiza, hace un informe y se lo pasa a quien tiene que decidir. Martínez imparte clases de análisis cuantitativo en el Máster Interuniversitario en Analista de Inteligencia, un proyecto impulsado por el Centro Nacional de Inteligencia (CNI) y el Ministerio de Defensa junto con las Universidades Rey Juan Carlos y Carlos III de Madrid, del que este próximo 17 de junio sale a la calle la primera promoción.

“Este no es un sitio en el que se consiguen puntos para entrar en el CNI”, se apresura a decir Fernando Velasco, director del máster. “Nosotros formamos analistas que no pueden jugar a ser espías”, asegura en el despacho de la cátedra de Servicios de Inteligencia y Sistemas Democráticos de la Universidad Rey Juan Carlos, en Vicálvaro, Madrid. Esta pequeña sala es una de las apuestas del CNI para salir de su caparazón y abrirse a la sociedad. Tener contactos con el mundo académico y poder pedir con normalidad la ayuda de un experto o un traductor de somalí es una parte de esa apertura de puertas, normalizar relaciones con el mundo académico. Difundir la cultura de la inteligencia es la otra.

Que algunas de sus técnicas se trasladen al mundo económico, a las propias empresas españolas, es la consecuencia lógica de este proceso en marcha.

¿Un espía es un analista de inteligencia? No, aunque muchos miembros de servicios secretos sean básicamente analistas de inteligencia. El CNI, que aporta profesores a este máster, tiene su propia escuela para formar a sus agentes. “El máster es un nexo con la universidad para sensibilizar de la importancia que tiene la seguridad”, dice un portavoz del CNI.

“El 85% de la información con la que trabaja el analista proviene de fuentes abier-

tas”, explica Diego Navarro, codirector del máster, en alusión a Internet y bases de datos a las que todo el mundo puede tener acceso. “Sólo el 15% de la información le puede venir de satélites militares o de espías tradicionales. Nosotros enseñamos a manejar información abierta: hoy el problema no es la falta de información, sino el exceso. El valor añadido que aporta el analista es crear conocimiento”.

El analista obtiene información, la evalúa, la procesa y la analiza. Al final de su análisis, entrega una síntesis en dos folios que ayuda a decidir al responsable de una Administración pública, institución o empresa. “Es una persona que previene amenazas y oportunidades” define Eliana Benjumeda, directora de Infoline, empresa que desde los años ochenta asesora a empresas extranjeras que vienen a operar en territorio español y vicepresidente de la Asociación Española para la Promoción de la Inteligencia Competitiva (Asepic), la inteligencia aplicada al mundo de la empresa. “Va a haber un boom en este campo”, vaticina Benjumeda. “Hay un retraso en este campo en España, pero el momento es idóneo. Con la crisis, es necesario recuperar la competitividad”.

Rastreo y análisis del entorno; de los competidores; de la legislación que existe en determinado país; de la situación política, económica, los problemas de seguridad. El analista de inteligencia busca información en todos esos campos, va más allá del tradicional análisis de mercado. Y utiliza nuevas herramientas. Con el desarrollo de la tecnología han llegado nuevos programas informáticos, robots de búsquedas especializados, *metabuscaadores* que proporcionan mejores resultados. *Softwares* —soportes lógicos del ordenador— que son difíciles de manejar, pero que hacen rastreos en *blogs* y redes sociales, que acceden a documentos de audio, que pueden procesar un millón de documentos al día y ofrecer una estadística, tal y como explica Mario Sánchez Moreno, director de estrategia y servicios de internacionalización del Consejo Superior de Cámaras de Comercio. “Además han aterrizado metodologías del denominado ciclo de inteligencia”, explica, “es decir, traducciones al mundo de la empresa de las formas de buscar e interpretar información que tradicionalmente utilizaban entornos de inteligencia y seguridad”.

Directivos de empresas, militares, psicó-



Diego Navarro (izquierda) y Fernando Velasco, directores del Máster de Analista de Inteligencia. Foto: Samuel Sánchez

logos, policías, documentalistas. Son algunos de los perfiles de los alumnos que salen de esta primera promoción del máster. Un buen número de ellos, orientados al mundo de la empresa. Los consultados por este periódico rehusaban contar para qué compañía trabajan en estos momentos. “Aquí aún existe prejuicio en las empresas de hablar de que tienen una unidad de inteligencia”, confiesa una alta ejecutiva de una compañía eléctrica. “No aplicar estas técnicas te puede llevar a que te compren sin que te des cuenta, como le pasó a Endesa, que fue atacada por Enel”, explica. “Antes,

Aterrizan en el mundo de la empresa nuevas formas de buscar e interpretar la información

“España va con 25 años de retraso en inteligencia competitiva”, dice Mario Esteban Martínez

entre las empresas españolas estaba de moda la responsabilidad social corporativa”, dice Fernando Velasco; “ahora se hablará de inteligencia competitiva”.

Los chicos de inteligencia, así llaman a los del departamento de una de las empresas españolas más importantes del Ibex 35. Tan sólo algunas grandes que forman parte del índice de referencia de la Bolsa cuentan ya de hecho con unidades de inteligencia competitiva, señala el miembro de uno de estos equipos. Pero las empresas son reacias a hablar de ellas. No quieren que su competidor sepa que ya se han puesto las pilas en este campo y existe un pudor a la hora de hablar de este tipo de departamentos porque se identifican con unidades de espionaje.

Los expertos coinciden en señalar que España acumula mucho retraso en el campo de la inteligencia competitiva. “Vamos con 25 años de retraso”, dice Mario Esteban Martínez, profesor del máster. Mario Sánchez Moreno se queja de que la inteligencia económica, a escala estatal, la que permitiría defender mejor los intereses económicos de empresas españolas en el extranjero, también acumula retraso. “No son sólo Suecia, Estados Unidos, Israel o Francia los que están por delante de nosotros”, dice. “También Marruecos, Argelia, Egipto o Turquía”. Desde el Consejo de Cámaras de Comercio, recuerda Moreno, ya se hacen programas de rastreo de competencia internacional, se implantan sistemas de detección de oportunidades y existe un sistema de inteligencia tecnológica. Elena Benjumeda, de Infoline, lo tiene claro: “El olfato ya no es suficiente”. •