

LAS NOTICIAS EMPRESARIALES EN LA WEB, COMO FUENTE DE INTELIGENCIA COMPETITIVA

Ismael Esquivel Gámez, Carlos Arturo Torres Gastelú, Martha Cecilia López Peredo,
Guadalupe Juárez Gómez*

RESUMEN

Para mejorar la competitividad de las empresas, actualmente se cuentan con instrumentos de trabajo inimaginables hasta hace algunos años. Entre estas herramientas, se encuentra la inteligencia competitiva, la cual ha demostrado sus beneficios en múltiples escenarios. El trabajo que se plantea ha de realizar tareas de extracción de información desde noticias empresariales publicadas en la Web por participantes de un sector de negocios en particular, para proveer inteligencia a los ejecutivos de una organización del citado sector. En particular, se da énfasis al sistema de diseminación a partir del procesamiento de noticias, mediante una serie de preguntas programadas y cuya respuesta se conforma de los eventos publicados por los organismos del sector.

Palabras Clave: Inteligencia competitiva, Noticias empresariales, Procesamiento de Lenguaje Natural

ABSTRACT:

In order to improve the competitiveness of the enterprises, nowadays they carry work tools unimaginable until some years ago. Between these tools, there is the Competitive Intelligence, which has demonstrated its benefits in multiple scenes. The work that considers has to carry out tasks of extraction of information from the published enterprise news in the Web by companies of an industrial sector in particular, in order to provide intelligence to the company's executives of the mentioned sector. Emphasis to the system of dissemination from the processing of the news occurs, by means of a series of programmed questions and whose answer is satisfied of the events published by the enterprises of the sector.

Keywords: Competitive intelligence, Enterprise News, Natural Language Processing

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la empresa para ser competitiva requiere conocer oportunamente lo que sucede en la industria en la cual se desarrolla. Al mismo tiempo, requiere informar a sus diversos públicos los eventos que realiza para fines publicitarios y de relaciones públicas. Para informar y ser informada, la empresa utiliza con mayor frecuencia la Web, por las ventajas económicas y de alcance que representa.

Continuamente la empresa está publicando noticias sobre las actividades que realiza y busca lo que están haciendo aquellas que forman parte del sector donde se desarrolla, están vinculadas con el comportamiento que desean informar, permanecen publicadas más de un día y generalmente son de tamaño reducido.

La lingüística computacional se enfoca principalmente en el diseño de los mecanismos que permitan a las computadoras entender el lenguaje natural, aunque también considera varias tareas relacionadas con el procesamiento de información textual.

* Universidad Veracruzana

Algunos ejemplos de estas tareas son la búsqueda de información, la extracción de información y la minería de textos.

Un sistema computacional que permita, a partir de las noticias empresariales publicadas en la Web, el desarrollo de la inteligencia competitiva para una mejor toma de decisiones estratégicas, es el motor principal para el presente trabajo.

MARCO TEÓRICO

La Inteligencia Competitiva

La Inteligencia Competitiva (IC) es una de las disciplinas emergentes que está concitando un interés creciente en el campo de la dirección estratégica. La Sociedad de Profesionales de Inteligencia Competitiva (SCIP, 2005) en Estados Unidos la define como un proceso ético y sistemático de recolección de información, análisis y diseminación pertinente, precisa, específica, oportuna, predecible y activa, acerca del ambiente de negocios, de los competidores y de la propia organización.

Según Walle (1999), la IC ha emergido como una disciplina independiente, en las ciencias de la administración, pero está muy relacionada con el Marketing. La IC se refiere sólo al ambiente de los competidores y sus capacidades, vulnerabilidad e intenciones. Es parte de la inteligencia empresarial, que tiene un enfoque más amplio y abarca todos los aspectos del trabajo de la entidad, incluida la información interna. Es el proceso de estudiar cualquier cosa que pueda hacer más competitiva a la organización y posicionarla mejor en el mercado. En Puzzle (2004) se describe que el ciclo de la inteligencia competitiva se divide en las siguientes etapas:

- Planificación de las necesidades y definición del contexto de negocio.
- Búsqueda y recopilación de la información.
- Valoración y verificación.
- Análisis.
- Diseminación.

Estas actividades, que se han descrito como una secuencia, en realidad están interconectadas entre sí a través de una retroalimentación continua.

Mientras esta actividad, como otras (marketing, I+D) ha adquirido gran importancia durante los últimos años para las empresas, no ha ocurrido lo mismo para las universidades y centros de investigación, en los cuales se encuentra en etapas incipientes o inexistentes.

Fuentes de suministro para la IC

Conforme a Giménez y Román (2001), la disposición de las empresas para competir, innovar y avanzar está directamente relacionada con la capacidad para captar, procesar y entender las señales informativas de todo tipo que genera ese entorno. La información con la que deben tratar es de distinto tipo, desde la más genérica (referida a la situación social, económica, política, legislativa, etc.), hasta la más específica. De ahí, la variedad de fuentes de información que debe manejar puede conformarse de la siguiente lista:

- Bases de datos generales.
- Bases de datos especializadas.
- Prensa general nacional e internacional.
- Prensa especializada nacional e internacional.
- Publicaciones científicas.

- Información recogida en la asistencia a ferias, congresos, etc.
- Información de clientes.
- Información de las empresas de la competencia.
- Información sobre proveedores.
- Información legislativa.
- Información estadística.
- Información normativa.

El carácter público de la prensa nacional e internacional y de acceso directo a través de la Internet, la convierten en la fuente idónea para su procesamiento electrónico y generación de inteligencia.

La naturaleza de las noticias escritas

Shabb (2004) indica que cada uno de los canales por los cuales hoy día se difunden los mensajes periodísticos tiene su propio sistema de signos, su propio código de señales para expresar ideas, para dar forma inteligible a los contenidos, esto es: su lenguaje. En éste lenguaje del periodismo escrito, se reconoce la existencia de varios géneros periodísticos diferenciables entre sí:

- El informativo
- El interpretativo
- El editorializante.

Cada uno tiene su propia técnica de trabajo y estructura. En el género informativo, el objetivo es informar y captar al lector por el camino de la comunicación de noticias y la hábil exposición de ideas, que se consigue por diferentes caminos, lo que a su vez da origen a la noticia y la crónica.

La Crónica es el relato extenso de la noticia, abundando en causas, detalles, incluyendo descripciones temporales o ambientales, retratos, narración, reproducción de discursos directos, con la posibilidad de incluir observaciones subjetivas. La Noticia en cambio, consiste en la escueta enumeración de los datos de un acontecer a producirse y producido. Martínez y Martínez (1962) abunda, pues señala que: "La Noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión".

La estructura de los textos es un factor fundamental en la facilitación de la comprensión del texto por parte de los lectores. Una noticia en su estructura contiene:

TITULAR Y ENCABEZAMIENTO

Titular: puede contar con el título principal, sobretitular o volanta (arriba) subtítulo o bajada (abajo).

Encabezamiento:

Consiste en el: Copete y resumen en primera oración: *lead* o cabeza

SITUACIÓN: Episodio y Antecedentes

- Acontecimientos principales
- Acontecimientos consecuentes
- Antecedentes: información del contexto o sucesos previos
- Historia: sección de un texto que remite a situaciones no recientes

SUCESOS PREVIOS O CONTEXTO: para recordar al lector hechos ocurridos previamente.

Comentario: reacciones verbales y conclusiones

REACCIONES VERBALES U ORALES: citas directas e indirectas que legitiman el discurso periodístico.

CONCLUSIONES: Evaluación y opiniones

-Evaluación: permite opinar sobre acontecimientos principales.

-Expectativas: formulan consecuencias futuras de los acontecimientos principales.

La divulgación de eventos

De acuerdo con Rodríguez (2005-2006), los nuevos productos y servicios crean nuevos mercados y la publicidad se convierte en una de las principales herramientas para darlos a conocer y provocar su demanda. Por lo anterior tenemos que una empresa, debe publicar sus novedades, entre las que pudieran ser, nuevos productos o servicios. Conforme a Castresana (2005), el momento más adecuado para divulgar una noticia, es cuando se da alguna de las situaciones mostradas, tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. SITUACIONES ADECUADAS PARA DIVULGAR UNA NOTICIA.

Lanzamiento de un nuevo producto o servicio.	Mejoras técnicas, de calidad o de organización en su servicio.
Participación en ferias, congresos o conferencias.	Consecución de nuevos clientes de reconocido prestigio.
Acciones ecológicas o encaminadas a mejorar la seguridad.	Obtención de premios o reconocimientos.
Expansión a nuevos mercados o líneas de negocio.	Ampliaciones de personal
Firma convenios de colaboración.	Informe sobre resultados económicos.
Convocatorias de prensa.	Participación u organización en actos benéficos.
Participación u organización en actos culturales.	Participación u organización en actos deportivos.
Participación u organización en actos sociales.	Obtención de premios, nominaciones y reconocimientos.
Donaciones.	Patrocinios.
Evolución positiva de su cifra de ventas.	Alianzas empresariales.
Apertura de nuevas filiales.	Compra de empresas de la competencia.
Inversiones en nuevos negocios.	Obtención de certificados de calidad (ISO, AENOR, etc.)
Aniversarios de productos o servicios.	Aniversarios de la creación de la propia empresa.
Descuentos y rebajas.	Desmentido de rumores y calumnias.
Comentario de sentencias judiciales.	Comentarios ante problemas coyunturales de su sector.

Realización de jornadas de puertas abiertas.	Presentaciones comerciales.
Participación en seminarios o conferencias.	Declaraciones destacadas de directivos.
Contrataciones y ceses de directivos.	Resultados sobre estudios de mercado.
Presentación de informes comerciales.	Realización de estudios de impacto social.
Resultados de investigaciones científicas.	Consecución de mejoras para la sociedad.
Nuevo nombre o imagen corporativa.	Ampliaciones de capital.
Anuncio de futura junta de accionistas.	Resultados de juntas de accionistas.
Previsiones de facturación.	Publicación de anuncios oficiales.
Publicación de resoluciones judiciales.	Consecución de un récord de cualquier tipo.
Implementación de un programa de innovación.	Presentación de una campaña de publicidad o marketing.

Para Romañach (1999), la comunicación social estructurada, hace referencia a la transmisión a la sociedad completa de algún tipo de experiencia, idea, proyecto o documento. En este sentido, la Web (World Wide Web), se convierte en un medio ideal.

Las noticias empresariales en la Web

Continuamente la empresa está divulgando lo que realiza, para fines publicitarios y de relaciones públicas. Se dirige hacia sus diferentes públicos (clientes, proveedores, sociedad civil, etc.) pasados, actuales y potenciales, para promover una mejor imagen empresarial y posicionar su oferta en la mente del consumidor.

Por su naturaleza, la comunicación multimedia de las noticias se hace más patente en las páginas Web. Las noticias ahí publicadas, están vinculadas con el comportamiento que desean informar, permanecen publicadas más de un día y generalmente son de tamaño reducido.

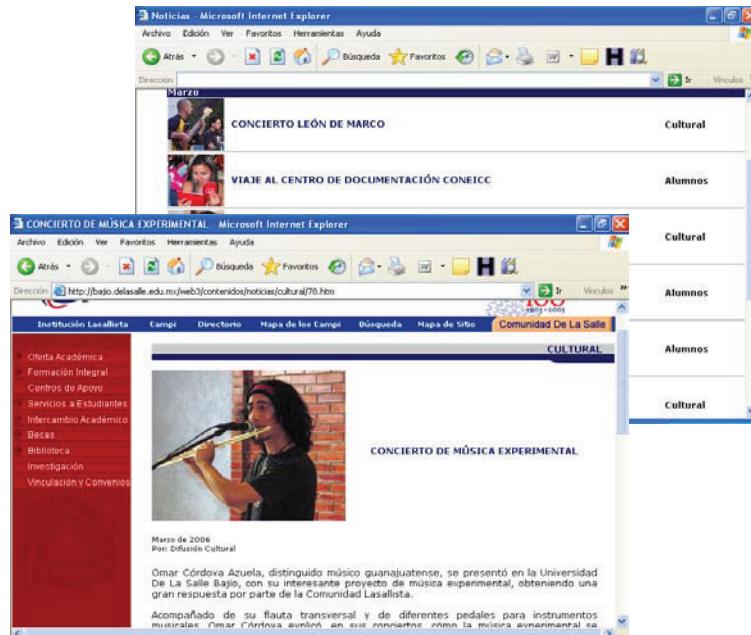
La publicación es una tarea encomendada generalmente a los departamentos de mercadotecnia, publicidad, relaciones públicas, comunicación social y eventualmente al administrador del sitio (*Webmaster*).

De una revisión preliminar a las noticias publicadas por las empresas a trabajar, se encontró que utilizan alguno de los siguientes formatos:

- Una lista de titulares de los eventos
- Una descripción breve y completa de los hechos
- Una lista de títulos con una imagen asociada a textos completos
- Un listado de títulos de eventos con enlace hacia páginas que informan a detalle
- Una relación de encabezado y descripción completa del evento
- Una lista de noticias con encabezado, una descripción parcial y un enlace a otra página complementaria.

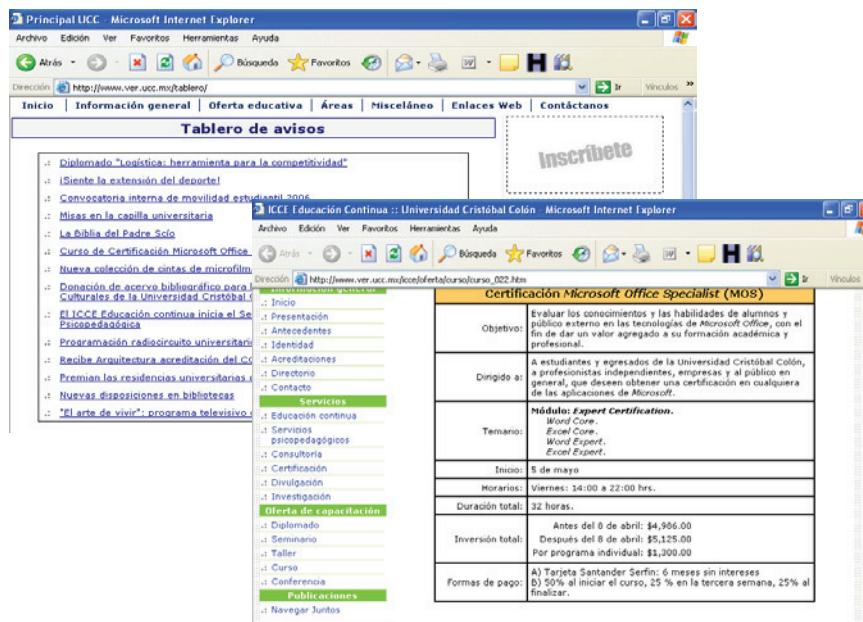
Las TIC del presente para un futuro mejor

Algunos ejemplos de la lista se presentan al final, tal y como se muestra en la figura 1 y 2.



The figure consists of two side-by-side screenshots of Microsoft Internet Explorer windows. The left window shows a list of news items under the heading 'Noticias'. It includes thumbnail images and links to full articles. The right window shows a list of cultural events, also with thumbnails and links to full descriptions. Both pages feature a sidebar with navigation links for 'Cultural', 'Alumnos', and 'Cultural' again.

Figura 1. Una lista de títulos con una imagen asociada a un texto completo



The figure consists of two side-by-side screenshots of Microsoft Internet Explorer windows. The left window displays a 'Tablero de avisos' (Noticeboard) with a list of bullet-pointed announcements. The right window shows a 'Certificación Microsoft Office Specialist (MOS)' page with detailed information about the certification program, including objectives, target audience, modules, schedule, fees, and payment options.

Figura 2. Una lista de títulos con enlace a texto completo.

DESARROLLO

Selección de las empresas

El trabajo que se plantea, tiene como meta obtener un proceso automatizado aplicable a cualquier sector o área industrial, que sirva a las necesidades de sistemas de inteligencia competitiva; sin embargo, para fines demostrativos se ha enfocado al sector educativo de nivel superior, por la naturaleza de sus publicaciones, como se describe enseguida.

Las universidades presentan actividades periódicas cíclicas para responder a las necesidades de instrucción y formación de los usuarios. Necesitan plantear con antelación, las actividades de sus programas de estudio y comunicarlas por distintos medios y en los momentos más adecuados.

Entre sus actividades sustantivas, además de la educación, maneja la difusión de la ciencia y la cultura, convirtiéndose en uno de los foros por excelencia, para allegar y comunicar eventos de carácter cultural a usuarios internos y externos. Además tienen la tarea diaria de difundir los programas de capacitación que el mercado requiere y en su afán de lograr una mejor imagen pública, reseña actividades de socialización con lujo de detalle mediante textos, gráficas y video, aprovechando las ventajas de Internet. Adicionalmente la universidad realiza actividades de vinculación con los sectores empresarial y educativo, que tienen mayor resonancia para ambas entidades, cuando se hacen del conocimiento del público, de la manera más adecuada.

Como puede observarse, las necesidades de comunicación por diversos medios, de preferencia Internet, son fuertes, constantes y altamente productivas para las empresas del sector universitario, principalmente en el ámbito privado, en el cual desarrollan múltiples actividades tendientes a allegarse mayores fondos, para sustentar su operación e inversiones. Necesitan informar continuamente sobre aquellas actividades que las hagan más atractivas y lograr convertir a los diversos públicos en fuentes de financiación, difundiendo una imagen favorable a través de la comunicación constante de sus avances y logros. Por estas razones, para fines del presente estudio, se considera solamente a las universidades privadas, de las cuales se ha considerado a veinte de ellas, tal y como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. UNIVERSIDADES ELEGIDAS DEL SECTOR PRIVADO.

ANAHUAC	LA SALLE BAJIO	UIC
CETYS MEXICALI	TECMILENIO	UNITEC
CUGS	ITESM, CAMPUS PUEBLA	UVM
EBC	UAG	UNIV. PANAMERICANA
IBERO CD. MEXICO	UAM	UNIV. REGIOMONTANA
ITESO	UCC	UPAEP
LA SALLE	UDEM	

El criterio de selección se basó en la riqueza en cuanto a cantidad y calidad de sus publicaciones, con la finalidad de generar una solución aplicable a cualquier otro sector industrial.

Análisis lógico de noticias

A partir de la propuesta del Dr. Colle (2000), en la cual se describe un procedimiento en el campo del análisis y registro electrónico de noticias, que permitirá transformar las actuales bases de datos en bases de conocimiento. Así, el autor piensa que a futuro, será posible pensar que una base de conocimiento alimentada con notas periodísticas podría estar en condiciones de hacer una gran parte del trabajo periodístico de interpretación.

Para llevar a cabo el procedimiento es necesario asentar algunas definiciones básicas de los elementos propios de este dominio. Formalmente se inicia con un análisis básico que consiste en determinar si el hecho noticioso es tangible o intangible; luego se pasa a determinar cada uno de los elementos básicos para continuar luego con el análisis lógico-semántico del hecho noticioso; para finalmente, concluir con el registro en la base de conocimientos de los elementos relevantes que podrá servir para futuras consultas.

La noticia implica por definición la existencia de un hecho y conforme al modelo básico de su estructura, se detectan habitualmente sus componentes, en distinto orden; actor, acción, objeto y paciente:

- el actor o sujeto-agente, que realiza la acción principal
- la acción, que corresponde al verbo principal del núcleo noticioso
- el paciente, quien sufre las consecuencias de la acción o es el destinatario directo de ella
- el objeto de la acción, ya sea tangible ó intangible
 - tangible: la realidad material a la cual se aplica la acción (ej. la bala que se disparó, el edificio que se incendió, la comida que se comparte)
 - intangible: el contenido de la misma (ej. tema de una declaración).

En ocasiones, es posible agregar al hecho esencial, la persona que relata el evento, esto es, el relator, a partir de lo cual, se enriquecen las formas anteriores.

Así mismo, el lugar y fecha, son gramaticalmente "complementos circunstanciales"; desde el punto de vista intrínseco, no son datos complementarios ni tampoco forman parte de la descripción propia del acontecimiento; pero son referencias esenciales del contexto espacio-temporal, indispensables para ordenar y valorar la información. De este modo, la fórmula básica de la noticia se transforma en Lugar, Fecha, Hecho y Relator.

La propuesta antes descrita conforma la base metodológica para el tratamiento automatizado de las noticias que se presenta en esta oportunidad.

Procedimiento para el tratamiento de las noticias

Como se ha referido anteriormente, toda noticia tiene tres elementos distintivos: el título, primer párrafo (*lead*) y párrafos adicionales. Sin embargo, la parte sustantiva del hecho que se desea notificar se encuentra en el título y en el primer párrafo. A partir de estas nociones, en el presente trabajo se propone procesar solamente los componentes referidos de cada noticia.

La idea central que sustenta el procedimiento propuesto es transformar los textos sin estructura de las noticias a una representación estructurada de archivos de base de

Las TIC del presente para un futuro mejor

datos relacional, tal y como se muestra en la figura 3, susceptible de explotarse mediante consultas programadas.

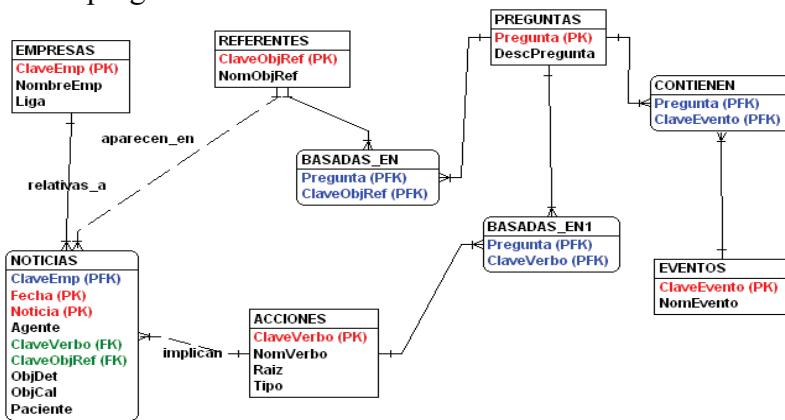


Figura 3. Base de Datos propuesta.

De modo que a partir de un texto noticioso como:

Tras diez meses de ausencia, los alumnos de Administración de Instituciones de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), Paola Cortés Paz, Diana López Cruz y Rodrigo Tello Rosete, retornaron a esta casa de estudios después de permanecer en Tesalónica, Grecia, como parte del proyecto “Desarrollo Sustentable del Turismo entre la Unión Europea y Latinoamérica”, auspiciado por el programa América Latina-Formación Académica (ALFA).

Se obtenga, aplicando la propuesta previa, una estructura como la siguiente:

Elemento	Contenido
Lugar	NA
Fecha	NA
Agente	los alumnos de Administración de Instituciones de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), Paola Cortés Paz, Diana López Cruz y Rodrigo Tello Rosete,
Acción	Retornar
Objeto	
Rf = ReferenteCasa	
Drf = Determinativo del ref. de estudios	
C = Calificación NA	
Dc = Determinativo de la Cal. NA	
Paciente	NA
Complemento	

I = Instrumento el programa América Latina-Formación Académica (ALFA).

E = Efecto NA

K = Contexto del proyecto “Desarrollo Sustentable del Turismo entre la Unión Europea y Latinoamérica”,

RelatorNA

En dicha estructura se observa el producto del procesamiento de lenguaje natural, mismo que se almacenará en la tabla Noticias que junto con otras, conforma la base de datos propuesta, tal y como se muestra en la tabla 3. El procesamiento automatizado se basa en el algoritmo denominado “Máxima Abstracción” presentado por Esquivel (2007).

Tabla 3. DESCRIPCIÓN DE LOS ARCHIVOS DE LA BASE DE DATOS.

Archivo	Descripción
NOTICIAS	Contiene la noticia en formato estructurado
EMPRESAS	Maneja las empresas por procesar
REFERENTES	Mantiene los referentes de objetos contenidos en la noticia
ACCIONES	Comprende los verbos principales a detectarse en la noticia
PREGUNTAS	Engloba las preguntas a ser respondidas para fines de la inteligencia competitiva
BASADAS_EN	Registra los referentes asociados a preguntas genéricas que permitirán las consultas al sistema , acciones y
BASADAS_EN1	Registra las acciones asociadas a preguntas genéricas que permitirán las consultas al sistema
EVENTOS	Enlista los hechos que comprende cada una de las preguntas genéricas
CONTIENEN	Permite la posibilidad de que varios eventos se asignen a más de una pregunta

Se plantea que el sistema, tal y como se muestra en la figura 4, en una base diaria, copie desde la Web, las noticias electrónicas publicadas por las empresas elegidas, mediante el submódulo Lector. Una a una será procesada en su título y/o primer párrafo y convertida a una estructura como la anterior.

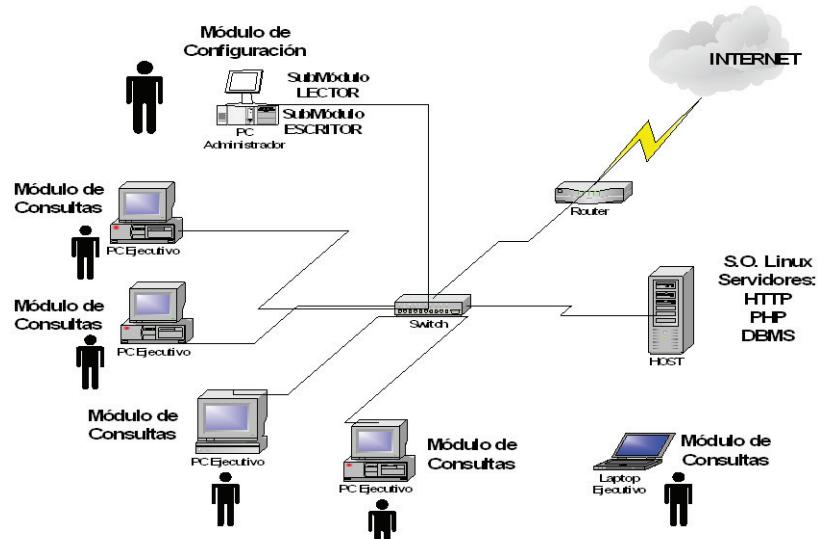


Figura 4. Sistema planteado.

Al término de la conversión, se almacena la noticia, tal y como se muestra en la tabla 4, con el submódulo Escritor. Luego, mediante el módulo de consultas, se logra la

diseminación de inteligencia competitiva, aplicando la propuesta que se presenta a continuación.

Planteamiento de preguntas genéricas de Inteligencia Competitiva

De acuerdo con Castresana (2005), existen ciertos momentos que vive la empresa que son idóneos para la difusión de una noticia. Estos corresponden a eventos que desde la inteligencia competitiva, sirven de guía para el planteamiento de preguntas generales que ha de responder el sistema que se propone. Enseguida se muestra la clasificación propuesta de los eventos así como la pregunta genérica que propician. Por supuesto, que la manera definitiva de clasificarlos y las preguntas a responder, estarán supeditadas al criterio y necesidades del administrador del sistema.

Pregunta a. ¿En que actividades está involucrada, como participante u organizadora?

Tipos de evento

- Participación u organización en actos culturales.
- Participación u organización en actos sociales.
- Participación u organización en actos benéficos.
- Participación u organización en actos deportivos.
- Participación en ferias, congresos o conferencias.
- Participación en seminarios o conferencias.
- Realización de jornadas de puertas abiertas.

Tabla 4. RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO DE LAS NOTICIAS.

empresa	fecha	agente	verbo	objeto ref.	objeto det.	paciente
2	01/03/2006	La Dirección General de Extensión Universitaria a través del Centro de	111	54		
2	01/03/2006	La Universidad Cristóbal Colón	67	48	participar en programas de movilidad	los alumnos de licenciatura
2	01/03/2006	La Parroquia Universitaria	52	26		
2	01/03/2006	el rey Carlos III	98	151	la Biblia completa al castellano	
2	01/03/2006		88	30		
2	01/03/2006	Padres Escolapios radicados en Bogotá, Colombia	23	34	microfilmaciones	Dr. Segismundo Balagué S.", del campus Torrente Viver
2	01/03/2006	el Instituto Veracruzano de la Cultura (IVEC)	38	63	acervo bibliográfico	la Cátedra en Comunicación y Estudios Culturales de la Un
2	01/03/2006	El ICCE: Educación Continua	49	138	Estimulación y Rehabilitación Psicopedagógica	
2	01/03/2006	La licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cris	69	123		
2	01/03/2006	El Consejo Mexicano de Acreditación de Enseñanza de la Arquitectura	88	3		la licenciatura en Arquitectura de la Universidad Cristóbal C
2	01/03/2006	el edificio	57	96		Residencia universitaria del campus Calasanz de la Univers
2	01/03/2006	la comunidad educativa	48	60	bibliotecas	
2	01/03/2006	Senectos y Activos (hoy Adultos Mayores)	71	45	licenciatura en Ciencias de la Comunicación	
17	01/03/2006	Fidelidad y servicio	78	0		
17	01/03/2006	los programas de Educación Continua de la Universidad De La Salle	101	59	Cocina Mexicana a través de los Siglos	
17	01/03/2006	Nuestra Universidad De La Salle Bajío	67	38	música italiana y mexicana	
17	01/03/2006	la Comunidad Lasallista de la ciudad	71	26	Centenario Lasallista	
17	01/03/2006	La Biblioteca de la Universidad De La Salle Bajío	78	0		
17	01/03/2006	Diseño ambiental	78	0		
17	01/03/2006	La Universidad De La Salle Bajío	49	0		
17	01/03/2006	Ing. Julio Di Bella Roldán, Director General del Canal Once de televisi	71	41	La empresa y los medios de comunicación	
17	01/03/2006	el Padre Rubén Porras	101	26		
17	01/03/2006	Universidad De La Salle Bajío	71	69	Dame una U en este Campus Salamanca	
17	01/03/2006	el Odontólogo	102	57		La mayoría de los pacientes
17	01/03/2006	Los Hermanos	82	82	como su fundador	San Juan Bautista De La Salle
17	01/03/2006	El Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior A.C. Ce	103	70	para los egresados de la Licenciatura en Derecho	
17	01/03/2006	nuestra Universidad De La Salle Bajío	90	116		
17	01/03/2006	El Centro de Lenguas de nuestra Universidad	3	0		
17	01/03/2006	La Escuela de Veterinaria	112	0		
17	01/03/2006	el Dr. Román Esqueda Ataide, Director del despacho Posicionamiento	85	53	en técnicas persuasivas para los diseños	
1	01/03/2006	La UDLA	71	43	Ciencias de la Comunicación	
1	01/03/2006	UDLA	0	20	estatal del CONDDE	
1	01/03/2006	en la UDLA	47	43	Internacional de Electrónica, Comunicaciones y Computadoras	
1	01/03/2006	El Cine Club de la UDLA	70	109	"Perdón María"	

c. ¿Qué distinciones se han obtenido?

Consecución de nuevos clientes de reconocido prestigio.

Obtención de premios o reconocimientos.

Obtención de certificados de calidad (ISO, AENOR, etc.)

Consecución de un récord de cualquier tipo.

Obtención de premios, nominaciones y reconocimientos.

Evolución positiva de su cifra de ventas.

d. ¿Qué se celebra?

Aniversarios de la creación de la propia empresa.

Aniversarios de productos o servicios.

e. ¿De qué manera beneficia a la sociedad?

Consecución de mejoras para la sociedad.

Donaciones.

Patrocinios.

Acciones ecológicas o encaminadas a mejorar la seguridad.

Firma convenios de colaboración.

Realización de estudios de impacto social.

f. ¿Cuáles han sido los resultados obtenidos de investigaciones?

Resultados de investigaciones científicas.

Resultados sobre estudios de mercado.

Resultados de juntas de accionistas.

g. ¿Qué se está haciendo para mejorar la imagen y opinión pública de la empresa?

Convocatorias de prensa.

Informe sobre resultados económicos.

Declaraciones destacadas de directivos.

Desmentido de rumores y calumnias.

Comentarios ante problemas coyunturales de su sector.

Comentario de sentencias judiciales

Publicación de anuncios oficiales.

Anuncio de futura junta de accionistas.

Publicación de resoluciones judiciales.

h. ¿Qué se está haciendo para fines de promoción?

Presentación de una campaña de publicidad o marketing.

Descuentos y rebajas.

Presentaciones comerciales.

Previsiones de facturación.

Criterios y comandos para dar respuesta

Para la explotación de la base de datos y la generación de respuestas a las preguntas previamente planteadas, se propone un procedimiento tal y como se muestra en la figura 5, que se detalla enseguida:

Las TIC del presente para un futuro mejor



Figura 5. Pasos para la consulta.

Los eventos que aparecen registrados para cada pregunta genérica se pueden obtener a partir de consultas en SQL al archivo de Noticias, a partir de los criterios que, mediante un ejemplo, se muestran enseguida. Para una mejor explicación, se presentan los comandos, considerando los elementos descriptivos en lugar de sus respectivas claves.

a. ¿En qué actividades está involucrada, como participante u organizadora?

Criterios.

Objeto Referente = *Aquellos que implican un evento de tipo cultural, social, cultural, científico, tecnológico, deportivo.*

Verbo = Aquellas acciones que impliquen la organización o participación

Consulta.

```

Select *
From Noticias
Where ObjetoRef in ('conferencia', 'congreso', 'encuentro', 'partido',...)
And verbo in ('organizar', 'celebrar', 'participar', ...)
  
```

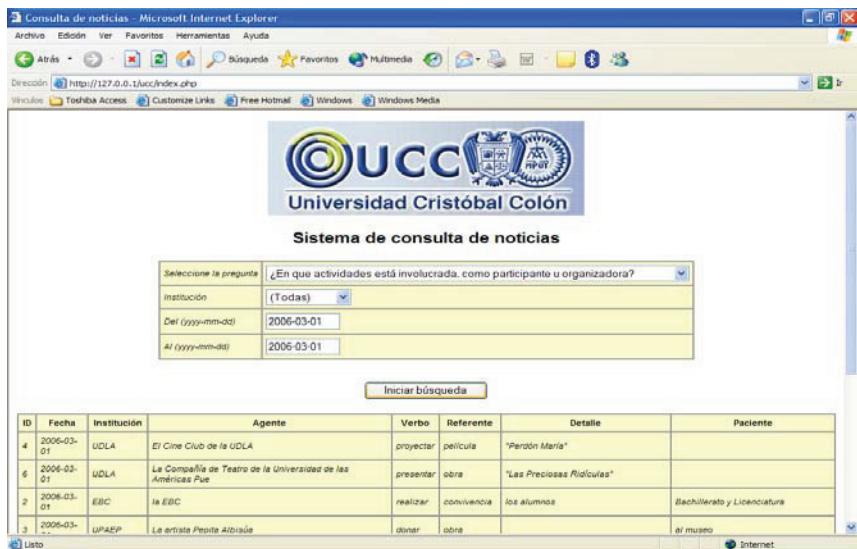
Los resultados se pueden restringir aún más, agregando otros criterios tales como la(s) empresa(s) de interés y el rango de fechas deseadas. Para ello, basta con agregar al comando anterior, alguna o ambas de las siguientes condiciones:

And Empresa in ('Lista de empresas de interés')

And fecha between (Fecha Inicial) and (Fecha de Final)

Las TIC del presente para un futuro mejor

Los resultados de las consultas así construidas aparecen en una interfaz de usuario, tal y como se muestra en la figura 6.



ID	Fecha	Institución	Agente	Verbo	Referente	Detalle	Paciente
4	2006-03-01	UDLA	El Cine Club de la UDLA	proyectar	película	"Perdón María"	
6	2006-02-01	UDLA	La Compañía de Teatro de la Universidad de las Américas Pue	presentar	obra	"Las Preciosas Ridículas"	
2	2006-03-01	EBC	la EBC	realizar	convivencia	los alumnos	Bachillerato y Licenciatura
3	2006-03-01	UPASEP	La actriz Pepita Alvarado	donar	obra		al museo

Figura 6. Ejemplo de resultados de las consultas.

La manera como el módulo de consultas lee, a partir de las claves de cada noticia, las descripciones de empresas, verbos y objetos referentes correspondientes se presenta al final, tal y como se muestra en la figura 7.

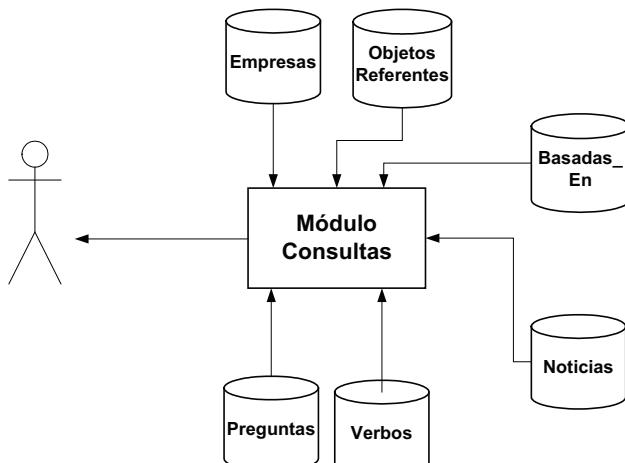


Figura 7. Intercambio de datos del módulo de Consultas.

CONCLUSIONES

Actualmente los ejecutivos demandan un sistema que suministre de manera oportuna la información sobre el entorno competitivo que permitan decisiones con cierto nivel de certidumbre para generar y conservar ventajas competitivas.

Del proceso de inteligencia competitiva, esta propuesta automatiza las fases de recolección, análisis y diseminación de productos de inteligencia. Al tratarse de documentos electrónicos de acceso vía Internet, la recolección se lleva cabo sin problemas. Sin embargo y debido a las complicaciones que entraña el análisis de textos en lenguaje natural, hubo necesidad de desarrollar un algoritmo que procesara el título y primer párrafo para extraer los elementos distintivos de la noticia.

Una vez resuelta la etapa anterior, la cual se describe en otro trabajo, se propone un esquema para clasificar los eventos publicados, por las empresas participantes, en una serie de categorías designadas a manera de preguntas que un ejecutivo podría formular. Se ha creado una interfaz de usuario que permite, elegir la pregunta por responder, la empresa objetivo y el periodo sobre el cual se desea trabajar y muestre los eventos asociados a la pregunta.

Adicionalmente, se concluye que para transformar esta propuesta en una solución de llave en mano, susceptible de comercializarse, es de vital importancia la designación, capacitación y desarrollo de la persona que funja como administrador del sistema, por las labores de vigilancia y monitoreo constante que se exigen.

TRABAJO FUTURO

Entre las tareas por realizar se pueden plantear:

- Validar su grado de utilidad con usuarios ejecutivos reales ante una muestra mayor de noticias procesadas del sector.
- Desarrollar cuestionamientos adicionales a resolver por el sistema, pues las necesidades de los tomadores de decisiones se amplían y/o profundizan.
- Finalmente, cualquier diseño de solución es susceptible de mejorarse luego de enfrentar la realidad que supone la construcción de los elementos diseñados. Con base a lo anterior, se requerirá realizar actividades de ajuste en todos y cada uno de sus componentes.

BIBLIOGRAFIA

- [1] SCIP. (2005). Sociedad de Profesionales de Inteligencia Competitiva. SCIP 2005. <http://www.scip.org>
- [2] WALLE, A. (1999). "From Marketing Research to Competitive Intelligence: Useful Generalization or Loss of focus?." Management Decision.
- [3] PUZZLE (2004). Revista PUZZLE, DL. Número: B-45.448-03 ISSN 1696-8573. Obtenido el 15 de marzo de 2006 desde http://www.revista-puzzle.com/Nota_de_prensa/20040510_PUZZLE - NOTA DE PRENSA - LA INTELIGENCIA COMPETITIVA EN LAS MULTINACIONALES CATALANAS.PDF
- [4] GIMÉNEZ, Elea y ROMÁN, Adelaida. (2001). Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva: conceptos, profesionales, servicios y fuentes de información. Obtenido el 18 de mayo de 2008 desde <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2001/mayo/2.pdf>
- [5] RODRÍGUEZ, Juan Carlos, Dr. Centeno (2005-2006). Aproximación Teórica a la Publicidad. El Sistema Publicitario, Integrantes e Interconexiones; Razón y Palabra, Nº 48, Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, España. Descargado el 6 de marzo de 2005 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/actual/jrodriguez.html#au#au>

Las TIC del presente para un futuro mejor

- [6] ROMAÑACH, J. (1999). Utilización de Internet por parte de las personas con discapacidad con fines de comunicación social. Un informe empírico. En: Delgado, B. y Fernández, B. (coord.): Nuevos Conceptos de Comunicación. Madrid: Universidad Complutense.
- [7] SHABB, Verónica. (2004). Formatos periodísticos para prensa escrita. Descargado en fecha 10/08/2006 desde http://www.icuar.com.ar/documentos/todos/Generos_periodisticos_color.pdf
- [8] MARTINEZ J.L. y MARTINEZ Albertos. (1962). Guiones de clase de Redacción Periodística, Pamplona, p22.
- [9] CASTRESANA, Christian. (2005) ¿Cómo redactar una buena nota de prensa? Descargado en 24/04/2006 desde: <http://www.noticias.info/aprenda/cuando.shtml>
- [10] COLLE, Raymond. (2000). "Análisis lógico de hechos noticiosos", Revista latina de comunicación social, Num. 27, Marzo 2000, La Laguna (Tenerife). Revisado en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/126colle.html>
- [11] ESQUIVEL, Ismael (2007). Máxima Abstracción: Algoritmo para el tratamiento automatizado de noticias empresariales. 5º Congreso Internacional sobre Innovación y Desarrollo Tecnológico.

CURRICULUM VITAE

Ismael, Esquivel Gámez

Doctor en Tecnología de Información por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP). Obtuvo el grado de Maestría en Administración en 2000 por la Universidad Cristóbal Colón (UCC) y por la misma casa de estudios, en 2002, el de la Maestría en Redes y Telecomunicaciones. Es Ingeniero Industrial en Electrónica en 1982 por el Instituto Tecnológico Regional de San Luis Potosí. En el campo profesional, se ha desarrollado en el ámbito de la tecnología de información. Actualmente, se desempeña como maestro de tiempo completo "C" en la Facultad de Administración de la Universidad Veracruzana de la Región Veracruz.

Carlos Arturo, Torres Gastelú

Doctor en Ciencias de la Administración graduado de la UNAM, Universidad Nacional Autónoma de México con Maestría en Ciencias de la Computación por la Fundación Arturo Rosenblueth y Licenciatura en Informática por el Instituto Tecnológico de Orizaba. Es docente de tiempo completo de la Universidad Veracruzana, coordinador del Cuerpo Académico Aplicaciones de las Tecnologías de Información en el que se cultivan las líneas de investigación de: (1) Aplicaciones de las Tecnologías de la Información en la solución de problemas en las organizaciones y (2) Microempresas. Imparte cursos a nivel licenciatura relacionados con la Administración de las Tecnologías de Información, entre otros.

Martha Cecilia, López Peredo

Candidata a Dr. Por la Universidad de Granada, España, en Sociedades Multiculturales y Estudios Interculturales, Maestra en Desarrollo Regional por la Universidad Veracruzana y Licenciatura en Economía por la Universidad Veracruzana. Integrante del Cuerpo Académico "Aplicaciones de las Tecnologías de la Información", en el que se cultivan las líneas de investigación de: 1) Aplicaciones de las tecnologías de la información en la solución de problemas de las organizaciones; 2) Microempresas. Coordinadora regional de la maestría en Gestión de la Calidad, Universidad Veracruzana. Secretario Técnico Regional del Comité de Calidad, región Veracruz.

Guadalupe Juárez Gómez

Egresada de la Licenciatura en Administración de Empresas por la Universidad Veracruzana, con Maestría en Administración Área Recursos Humanos por el Instituto de Investigaciones y estudios Superiores de las Ciencias Administrativas, actualmente curso el doctorado en Gobierno y Administración Pública en la Escuela Libre de Ciencias Políticas y Administración Pública de Oriente. Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Veracruzana, integrante del Cuerpo Académico Aplicaciones de las Tecnologías en el que se cultivan las líneas de investigación de: Microfinanciamientos para las MPYMEs en comunidades rurales. Imparte cursos a nivel licenciatura relacionados con los Recursos Humanos.