

INDICE

Prologo	XIII
Introducción	XV
¿Qué es la inteligencia comercial?	XVII
Los Propósitos de la inteligencia comercial?	XVII
Conceptos relacionados con la inteligencia comercial	XIX
Condiciones de éxito	XXI
Ética y legalidad	XXVI
Capítulo 1	
El proceso de la inteligencia comercial	1
1.1. Ciclo básico	4
1.2. Flujo de actividades	6
1.3. Captación de la información	14
1.4. Monitoreo, acciones y resultados	16
1.5. Características de la información	17
Capítulo 2.	
Fuentes de información	21
2.1. Publicaciones impresas (periódicos y revistas)	
2.2. Medios electrónicos (televisión y radio)	24
2.3. Conferencias, cursos y seminarios	
2.4. Asociaciones y cámaras	25
2.5. Proceso de reclutamiento y selección de personal	
2.6. Compra de estudios especializados	
2.7. Ferias y exposiciones comerciales	26
2.8. Libros	
2.9. Folletos, catálogos e instructivos	27
2.10. Anuncios	28
2.11. Contactos personales	30
2.12. Bancos de datos	
2.13. Redes de computo	35
2.14. Investigación de mercados	
2.15. Presentaciones	38
2.16. Demostraciones	
2.17. Ingeniería de reversa	39
2.18. Bibliotecas	
2.19. Universidades	40
2.20. Oficinas de patentes y de derechos de autor	
2.21. Engaño	
2.22. Compra de información	41
2.23. Espionaje	
2.24. Revisión de la basura	42
Capítulo 3	
Registro y análisis de la información	45
3.1. Medios de almacenamiento	46
3.2. proceso para el registro de la información	48
3.3. Análisis de la información	50
Capítulo 4.	
Resultados (productos de información)	57

4.1. Biblioteca de documentos, biblioteca manual o biblioteca tradicional	
4.2. Biblioteca electrónica o computarizada	59
4.3. Boletín	60
4.4. Flash	
4.5. Carpeta de seguimiento	61
4.6. Informes	
4.6.1. Informes periódicos	62
4.6.2. Informes sobre solicitud	
4.7. Distribución y difusión de la información	64
Capítulo 5	
Organización del departamento de inteligencia comercial	67
5.1. Organigrama tipo	68
5.2. Perfil del investigador/Monitor analista	71
5.3. Capacitación	
5.4. Capacitación de la organización en el proceso de inteligencia comercial	75
5.5. Costos	78
Anexos	83
1. RK-01 Identificación de usuarios de información estratégica	84
2. RK-02 Descripción detallada del contenido informativo	85
3. RK-03 Tabla de información	86
4. RK-03-1 Fuentes de información	87
5. RK-04 Método para captar información	92
6. RK-05 Reporte a inteligencia comercial	93
7. RK-06 hoja para presupuesto	94
8. PMC-01 Catálogo de informes y usuarios	95
9. PMC-02 Índice del acervo en biblioteca por tema	
10. PMC-02-2 Índice del acervo en biblioteca por autor	96
11. PMC-02-3 Índice del acervo en biblioteca por fecha	
12. PMC-02-4 Índice del acervo en biblioteca por fuente	
13. PMC-03 Formato de directorios diversos	97
14. PMC-04 Boletín informativo	98
15. PMC-05 Flash	99
16. PMC-06 Lista de distribución de informes	100
Apéndice A: Casos	101
Caso 1 ¿Vale la pena escribir un libro?	102
Caso 2 empresa en peligro de muerte	103
Caso 3 Preparándose para exportar madera	104
Apéndice B: Internet	107
¿Qué es Internet?	108
¿Para que sirve Internet?	109
Secuencia propuesta para la investigación en Internet	112
Protocolos y direcciones de Internet	
¿Cómo conectarse a Internet?	115
Correo electrónico	116
FTP, Protocolo de transferencia de archivos	117
Telnet, Conexión entre computadoras remotas	
Gopher, Búsqueda mediante la estructura de menús	118
Archie, Búsqueda de datos con los nombres de todos los directorios y	119

archivos almacenados en los servidores FTP de Internet	
WAIS, Servidor de información de área amplia	
WWW. Sistema hipertexto e hipermedia de Internet	
Bibliografía	121