

## INTERNET

# Los nuevos buscadores dan respuestas concretas y en su contexto geográfico

Las soluciones de Sitesa identifican cualquier texto y lo sitúan en un mapa ● Bitext ha creado una herramienta, NaturalFinder, para buscadores inteligentes ● Esta semana se publica la segunda versión de Naveganza

## LAIA REVENTÓS

En febrero de 1994 Yahoo! tenía en su directorio 100 direcciones *web*. Sólo el 0,24% de la población mundial era internauta. Hoy hay 1.300 millones de personas conectadas a la Red y pueden bucear entre más de 165 millones de *webs* activas, según Netcraft.

Internet almacena todo tipo de contenidos: textos, documentos, fotografías, música, bases de datos, mapas..., aunque no toda es válida ni, sobre todo, fácil de encontrar. Es un problema que crece exponencialmente y que ni Google resuelve: se busca la aguja y éste devuelve el pajar.

Las búsquedas sociales, guiadas, semánticas, *faceted* (buscar información desde una o más perspectivas) o basadas en lenguaje natural, los métodos estadísticos, los asistentes virtuales y la inteligencia artificial tratan de resolver esta cuestión no sólo en el macrouniverso de Internet, sino en entornos más acotados, pero también repletos de contenidos, como la Administración, bancos o grandes compañías.

La española Sitesa está especializada en las geobúsquedas: facilita el acceso a la información desde el punto de vista geográfico. La compañía integra distintas soluciones, como las de la estadounidense Metacarta, que permiten "identificar cualquier formato de información no estructurada y situarlo en un mapa". "Ten en cuenta que más del 75% de las búsquedas tienen componente geográfico", dice Pedro Torres, su responsable de innovación y mercadotecnia.

Su *geobuscador*, que encuentra la información sobre un lugar y acotado en un espacio de tiempo determinado, se emplea en ámbitos estratégicos (defensa, seguridad, petroleras) donde se analiza mucha información en poco tiempo. Es una solución compleja que incorpora varias tecnologías, como "la extracción de información geográfica, la minería de datos visual y el reconocimiento del lenguaje natural".

## Complemento

NaturalFinder es la solución que incorpora Sitesa a su *geobuscador*. Lo desarrolla la española Bitext. "Es un complemento de cualquier buscador que usa el lenguaje espontáneo de los humanos —lenguaje natural— y permite hacer preguntas directas sin introducir palabras clave", cuenta Antonio Valderrábanos, fundador de esta compañía creada en 2001 y especializada en organizar los contenidos por sus propiedades lingüísticas. NaturaFinder se usa en

el Instituto Nacional de Administraciones Públicas (INAP), que suministra información a los funcionarios, y el Ministerio de Defensa, entre otros.

Isoco, que se dedica a la gestión de la información, y Bitext presentan hoy la segunda ver-

sión de Naveganza. Este buscador basado en tecnología semántica y lenguaje natural será capaz, según Jesús Contreras, director de I+D+i de Isoco, "de entender al internauta y dar respuesta a su petición". Naveganza es un buscador de tercera genera-

ción. "Mientras que el tradicional trabaja según palabras clave", explica Contreras, "el semántico relaciona documentos por conceptos y significados. El primero da enlaces que contienen los términos clave; el segundo, respuestas". Pasa a la página 5

## EMPRESAS



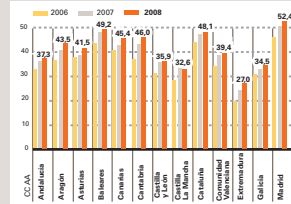
## LA VIDEOVIGILANCIA INTELIGENTE DE VAELSYS

Eduardo Cermeño, en la imagen, fundó junto con dos amigos Vaelsys, empresa dedicada a la videovigilancia. Su sistema de análisis inteligente de vídeo reconoce en las imágenes objetos, caras y trayectorias, asocia reglas a cada situación y envía alarmas a móviles y centrales de vigilancia. Con mecanismos convencionales, como sensores de movimiento o barreras de microondas, el 90% de las alarmas emitidas son falsas. Vaelsys ha logrado reducirlas a un máximo del 5%. Página 3

PAULA VILLAR

## Internautas en España

Por comunidades autónomas. En porcentaje



## EMPRESAS

# La española Vaelsys avanza en el negocio de la videovigilancia inteligente

Su tecnología reduce el 90% de las falsas alarmas en detección de intrusos ● La empresa, creada en 2003, entrará este año en el mercado europeo ● Doce ingenieros forman la plantilla empresarial

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Es pleno verano. Varias cámaras graban desde lo alto en un bosque español. Alguien prende fuego, el humo empieza a ascender lentamente. A 10 kilómetros de distancia, una cámara lo detecta. Analiza la imagen en tiempo real: no es una nube ni un cambio de luz. Es un incendio. En segundos envía el vídeo a la central de alarmas más cercana, donde lo reciben guardas forestales, toman las coordenadas y se ponen en marcha.

Es un ejemplo ficticio — pero posible— gracias a la tecnología desarrollada por la *startup* Vaelsys. Su sistema de análisis inteligente de vídeo permite reconocer en las imágenes objetos, caras, eventos y trayectorias, asociar reglas a cada situación y enviar alarmas a móviles y centrales de vigilancia en caso de peligro.

Es un programa de seguridad contra intrusiones en propiedades privadas y cuya viabilidad en otros sectores promete. Con mecanismos convencionales, como sensores de movimiento o barreras de microondas, el 90% de las alarmas emitidas son falsas. Vaelsys ha logrado reducirlas a un máximo del 5%.

“El reconocimiento de patrones ya se empleaba en voz y datos, pero no en imágenes. Con el aumento en la capacidad de los procesadores y la mejora en equipos, nos dimos cuenta de que era factible”, explica Eduardo Cermeño, de 25 años, cofundador de Vaelsys junto con Carlos J. Venegas y Jorge Abrines.

Descubrieron ese hueco en el año 2003. Y ahí comenzó todo. Cermeño, entonces estudiante de ingeniería informática, buscó ayuda en la Universidad Autónoma de Madrid para constituir la empresa, lanzar el desarrollo del *software* y dise-



El equipo de Vaelsys.

PAULA VILLAR

ñar el plan de negocio. Tres años más tarde llegó la financiación, medio millón de euros entre Caixa Capital Risk y el CDTI. Y poco después, la presentación del primer producto de la compañía para aplicaciones de seguridad perimetral.

Plantas de energía, huertas solares, aeropuertos y particulares lo utilizan para proteger sus instalaciones de robos e intrusos. Cermeño busca, además, abrir el producto a nuevos mercados, como la gestión del tráfico. “Los operadores en una central de tráfico no pueden vigilar 20 pantallas a la vez. Si analizas las imágenes de forma automática, puedes emitir sólo aquellas que son relevantes, donde haya acciden-

tes, un coche parado, una infracción...”.

De la mano de varios integradores, negocian también con los ministerios de Interior y de Defensa para destinar la tecnología al reconocimiento de fronteras en tierra, mar y aire, como herramienta complementaria a los radares.

Su compatibilidad es un punto fuerte: se integra con cualquier tipo de cámara de vigilancia, sea analógica o IP, y con sistemas operativos propietarios y libres.

Los equipos, desarrollados en colaboración con la empresa iNETnova, almacenan sólo eventos relevantes en lugar de grabar 24 horas, lo cual ahorra espacio en disco y coste final. Y

los parámetros de vigilancia son personalizables: permiten definir el área, el tipo de evento que detectar y la alarma necesaria, desde encender un foco a enviar un SMS.

La empresa está formada por una plantilla de 12 ingenieros y Cermeño prefiere no desvelar cifras de negocio, “no por ser bajas, sino por ser demasiado pronto”. Confían la comercialización a una red de distribuidores externos en un total de 30 delegaciones. A finales de 2008 tocará reproducir el modelo en Europa. “Empezaremos en Portugal, Italia, Francia y Latinoamérica. El Reino Unido es un mercado muy maduro y los alemanes son demasiado tranquilos”.  
VAELSYS: [www.vaelsys.com](http://www.vaelsys.com)

## PRIVACIDAD

## La mayoría de las pequeñas y medianas empresas incumplen la ley de protección de datos

M. M.

Peluquerías, dentistas, gestorías, hoteles y otras pequeñas y medianas empresas (*pymes*) guardan datos personales de clientes y empleados con un casi total desconocimiento de cómo gestionarlos y protegerlos. Sólo el 12% cumple la normativa a rajatabla, según la Agencia de Protección de Datos, aunque cada vez son más.

De los tres millones de *pymes* españolas, el 80% tienen datos de clientes, proveedores, empleados y contactos, según el *Estudio sobre incidencias y necesidades de seguridad en las pequeñas y medianas em-*

*presas españolas*, realizado por el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (Inteco). La mayoría afirman conocer la existencia de una normativa, pero pocas la aplican.

“Aunque prácticamente todas las *pymes* gestionan ficheros de datos, sigue siendo un sector que debe hacer un esfuerzo general para adecuarse”, dice Artemi Rallo, director de la Agencia de Protección de Datos (AGPD). La información personal que almacenan estas empresas suele ser de nivel básico, pero aun así la Ley de Protección de Datos las obliga a determinados deberes. Éstos son inscribir los fiche-

ros en la AGPD, tener una política de seguridad para gestionarlos e informar a los propietarios. El estudio destaca que sólo una cuarta parte de las empresas disponen de una política de seguridad para estos datos. Cuanto más pequeña es la empresa, menor es su sensibilidad hacia la información personal que almacena.

“Las grandes compañías cumplieron enseguida y registraron sus ficheros en la agencia en los primeros años. Ahora empiezan las *pymes*, cada vez más, el 12% ya lo han hecho”, afirma María José Blanco, subdirectora general del Registro General de Protección de Da-

tos. El sector de mayor crecimiento es el inmobiliario, seguido por el farmacéutico, el comercio, el turismo, los abogados y las gestorías.

Los principales afectados por este incumplimiento de la ley no son las empresas, ya que la AGPD sólo puede sancionarlas previa denuncia, sino las personas cuyos datos almacenan, porque no pueden ejercer sus derechos de consulta y rectificación, saber quién es el responsable y si sus datos están seguros. La AGPD tiene actualmente registrados ficheros de 440.000 empresas, el 80% de las cuales son *pymes*.  
AGPD: [www.agpd.es](http://www.agpd.es)

## LA SEMANA

## Jueves 1

### Adobe abre el código de Flash

Adobe ha abierto el código de Flash a las empresas en una maniobra para que se convierta en el visor universal, no sólo en las aplicaciones *web* para el ordenador, sino también en el móvil y el televisor. Es el Open Secret Project, que facilitará el desarrollo de aplicaciones Flash en diferentes aparatos: elimina costos de licenciamiento por Flash en los dispositivos móviles (unos ingresos de 52 millones de dólares el pasado año, el 2% de las ganancias totales de Adobe).

### Microsoft retira la oferta por Yahoo!

El ultimátum de Steve Ballmer no amilanó a Jerry Yang. El primer ejecutivo de Microsoft había advertido de que si en 15 días no aceptaban su oferta de 30 dólares por acción de Yahoo!, la retiraba o lanzaba



una OPA hostil. El plazo se cumplió y pese a subir el viernes la oferta hasta los 33 dólares por acción, al final Microsoft retiró su propuesta de compra del portal de Internet. Los primeros accionistas de Yahoo! querían entre 35 y 37 dólares. “Las demandas de Yahoo! no tenían sentido”, aseguró Steve Ballmer, consejero delegado de Microsoft.

## Viernes 2

### Las películas, a la vez en iTunes y DVD

La tienda de iTunes, de Apple, no sólo es la mayor tienda de música (virtual o física) de Estados Unidos y la mayor del mundo en Internet, pronto será también el mayor videoclub. Apple ha llegado a un acuerdo con los principales estudios cinematográficos para vender las películas por Internet a la vez que se lanzan en DVD. El acuerdo



se ha firmado, de momento, con Century Fox, Walt Disney, Warner Bros., Paramount, Universal Studios Home Entertainment, Sony, Lionsgate entre otros. Las películas compradas en iTunes se podrán ver en los iPod, iPhone, Mac y PC. El precio de las novedades será de 14,99 dólares, y el de las películas de catálogo, de 9,99 dólares. De momento, el acuerdo es sólo para el mercado de EE UU. La tienda iTunes cuenta con un fondo de seis millones de canciones y 1.500 películas, 200 de ellas en alta definición.