



**datos.gob.es**  
reutiliza la información pública



# CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR INFOMEDIARIO EN ESPAÑA Sector Privado

*Edición 2014*

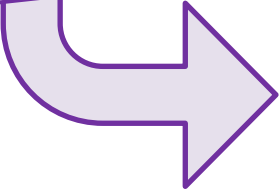


## REUTILIZACIÓN INFORMACIÓN DEL SECTOR PRIVADO:

- CARACTERIZACIÓN Y DESARROLLO DEL SECTOR INFOMEDIARIO PRIVADO

Son empresas infomediarias de información privada, aquellas empresas que generan aplicaciones, productos y/o servicios de valor añadido destinados a terceros a partir de la información del sector privado.



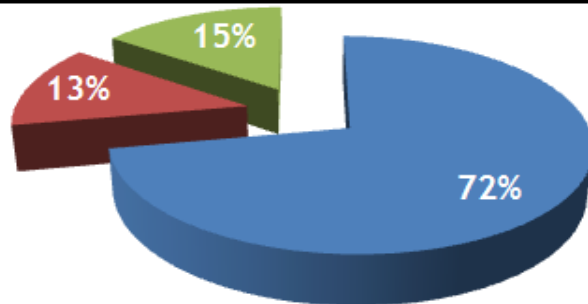
- 
- Generan **valor añadido** sobre la información original
  - Serán **ofertados a terceros** independientemente de que se haga con fines comerciales
  - Puede existir **vinculación entre información pública/privada** a la hora de generar información susceptible de ser reutilizada - y en ambos sentidos - ej, Registros públicos e Información de Cámaras de Comercio -

### NOTA INICIAL .

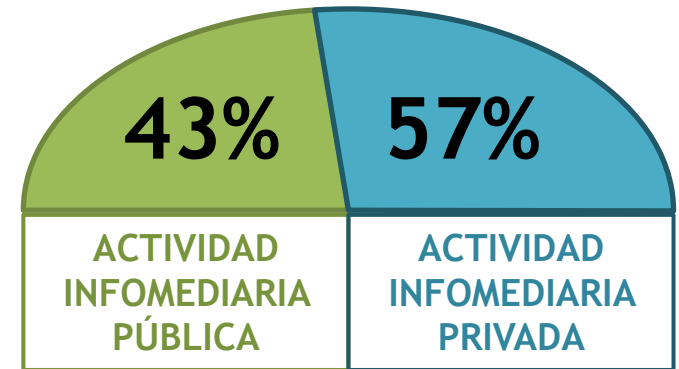
- *El Estudio ha realizado fundamentalmente una aproximación cualitativa a la caracterización de la reutilización de la información privada.*
- *El alcance de este estudio no se refiere a la reutilización de datos personales de manera específica, salvo - de manera colateral - si nos referimos a datos accesibles públicamente y su uso*

## EMPRESAS INFOMEDIARIAS

### Utilización de información público-privada

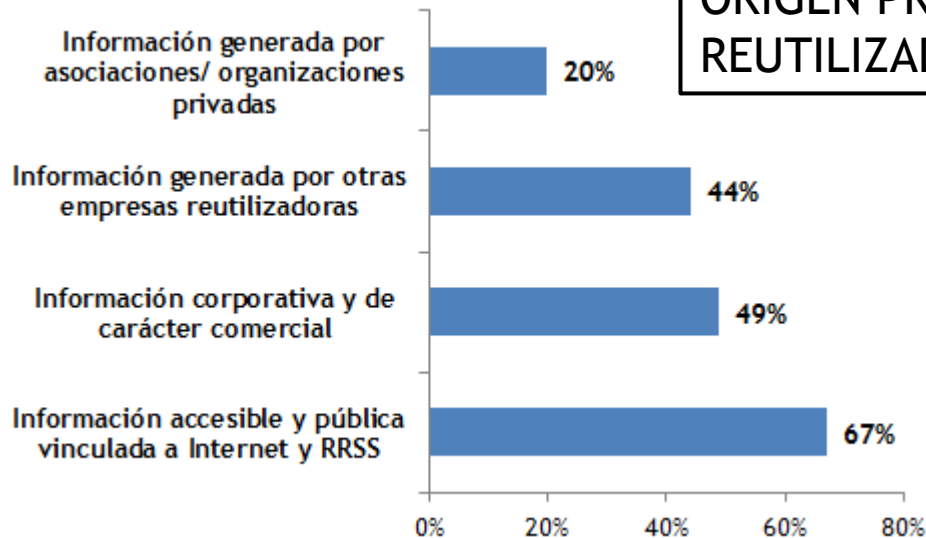


■ Información pública + privada ■ Información privada  
■ Información pública



- 59% tienen más de 10 años de antigüedad
- 20% tienen entre 5-10 años de antigüedad
- 21% tienen menos de 5 años de antigüedad

## ORIGEN PRIVADO DE LA INFORMACIÓN REUTILIZADA



Y además...

**36%**

acceden a información pública a través de servicios/portales privados

## Ejemplos de fuentes de información PRIVADA



### NACIONALES



### INTERNACIONALES



**ESTUDIOS DE MERCADO**

**ESTRUCTURA Y MODELO DE NEGOCIO**

**¿QUÉ HACEN?**

**INFORMACIÓN REUTILIZADA**

**RELACIÓN CON PROVEEDORES**

**RELACIÓN CON CLIENTES**

**EVOLUCIÓN FUTURA**

**Servicios y productos asociados al marketing:**

- marketing directo,
- marketing digital,
- análisis de mercados,
- servicios de publicidad y comunicación

Obtienen datos de partida que marcan el contexto (info comercial, socioeconómica, hábitos de consumo...) y sobre esos **generan exNOVO nuevos datos de sus investigaciones**

Fuentes accesibles públicamente esencialmente de acceso gratuito, tanto públicas (INE, CIS,...) como privadas (EGM, Nielsen...) y otras empresas reutilizadoras (ej agencias noticias)

Emisión informe ad-hoc como resultado de la investigación: modelo de pago por trabajo realizado generalmente. También acceso por suscripción a servicios.

Esperan **evolución positiva 2015**

Crecen informes para **decisiones más racionalizadas**

**Nuevas líneas negocio = nuevos nichos de mercado**

Crowdsourcing - Modelos de gestión de contenidos/ gestión y cesión de derechos

**Nuevas líneas de negocio sobre actividad en Internet**



- Desarrollo de análisis de **escucha activa en RRSS** o reputación de marca en Internet
- Uso y/o desarrollo de **herramientas específicas** para estas actividades relacionadas con Internet:
  - Web crawling
  - Robot de búsqueda
  - Inteligencia colectiva





**ECONÓMICO FINANCIERO**

**ESTRUCTURA Y MODELO DE NEGOCIO**

**¿QUÉ HACEN?**

**INFORMACIÓN REUTILIZADA**

**RELACIÓN CON PROVEEDORES**

**RELACIÓN CON CLIENTES**

**EVOLUCIÓN FUTURA**

**Servicios seguimiento económico financiero:**

- **Gestión de fichero de IMPAGADOS**
- **SOLVENCIA económico - financiera**
- **INFORMES financieros generales**

- **Información privada** (en el caso de RAI y bases de datos propias sobre morosidad, clientes, operaciones )
- **Información pública** (Registros, Boletines Oficiales)
- **Información de datos nacionales y supranacionales de carácter público** (Banco España, Banco Central Europeo)
- **Otras informaciones privadas** (análisis inteligencia colectiva y bases de datos de actividades financieras).

**Fuentes accesibles públicamente de carácter gratuito habitual, pero también fuentes de pago:** públicas + bases de datos y registros privados, fuentes de análisis financiero + acceso a información comercial (datos corporativos). El Pago por datos e información es habitual.



**Emisión informe ad-hoc** como resultado de la investigación.  
  
Modelo de pago por trabajo realizado generalmente, con **bonos, suscripciones, para el uso de determinados servicios y pagos mensuales, etc.**

Esperan **evolución positiva 2015, después de reducción por la crisis en años anteriores**

Crecen **informes económicos más complejos para decisiones más racionalizadas**







## COMPARADORES DE PRECIO

### ESTRUCTURA Y MODELO DE NEGOCIO

#### ¿QUÉ HACEN?

#### INFORMACIÓN REUTILIZADA

#### RELACIÓN CON PROVEEDORES

#### RELACIÓN CON CLIENTES

#### EVOLUCIÓN FUTURA

Análisis de precios, tarifas, ofertas, etc. Presentación sobre solicitud de usuario

Información comercial presente en la WEB de las empresas o cedida por ellas. Uso y/o desarrollo de herramientas específicas.

Se puede cerrar acuerdo comercial (remuneración por ventas) con ingresos para el reutilizador.

Presentación sobre solicitud de usuario. Análisis interno de preferencias para sugerencias futuras

Modelo en expansión



## DIRECTORIOS

Generación de directorios a partir de información de abonados a servs

Base: Sistema de Gestión de Datos de Abonados (SGDA) de la CNMC con datos de los operadores

El SGDA es de acceso público por parte de los operadores.

Servicios especializados con SGDA y otros datos. Obtienen ingresos por acceso a números de consulta. Es un modelo básico/ tradicional de acceso a información de empresas/ particul.



## ESTADÍSTICO- ECONÓMICA - DEMOGRÁFICA

Servicios asociados a explotación estadística pública y privada

Acceso BD libre públicas y privadas

Servicio valor añadido (s/ publico y privado). Pago por trabajo realizado





## IMPULSORES DE LA ACTIVIDAD INFOMEDIARIA PRIVADA

### IMPACTO DE INTERNET EN EL NEGOCIO INFOMEDIARIO

- Internet es el **MEDIO** donde se desarrolla su actividad
- Internet es el elemento **IMPRESINDIBLE**
  - La **información** está en la red
  - Los **productos y servicios se desarrollan** en la red
  - La **comercialización** principal es a través de la red
  - Muchos **clientes se encuentran** igualmente en dicho entorno

#### Que se traduce en:

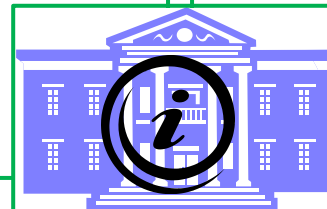
- Eficiencia
- Calidad
- Externalización de servicios = oportunidades de negocio
- Explotación datos, big data y macro datos

### IMPACTO DEL ACCESO A LA INFORMACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO

- Apertura de datos públicos, genera base para desarrollo de productos y servicios reutilización información privada
- Mejora acceso, calidad y actualización posibilitan un mejor desarrollo de productos y servicios

#### Que se traduce en:

- Mayor apertura = más posibilidades de desarrollo privado
- Nuevos productos y servicios



## EL SECTOR OPINA: OBSTÁCULOS AL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

### 1. FALTA DE CALIDAD EN LOS DATOS

- Rigurosidad
- Pérdida de calidad de las fuentes
- Falta de información de contexto

*Se valora más en este contexto la información privada que la pública*



**2. COMPETENCIA DESLEAL Y/O INTRUSISMO** en algunos servicios (ej morosos) vs uso servicios telefónicos de pago

**3. FALTA DE ACCESO A DATOS E INFORMACIÓN INTERNACIONAL DE CALIDAD,** identificación y acceso a información de terceros países

**4. DUDAS SOBRE APLICACIÓN DEL MARCO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN ALGUNOS ÁMBITOS** (ej. Desarrollo de servicios de inteligencia colectiva)

**5. FALTA DE INFORMACIÓN/ FORMACIÓN SOBRE REGULACIÓN DE INTERNET,** especialmente MKT Directo, uso de datos personales, y obligaciones de las empresas. Los modelos de autoregulación son positivos -ej confianza online- para el sector.