



Estudio de caracterización del Sector Infomediario en España

**PARTE II. REUTILIZACIÓN DE
INFORMACION DEL SECTOR
PRIVADO**

RESUMEN EJECUTIVO

**Edición
2014**



ESTUDIO SECTOR INFOMEDIARIO 2014
PARTE II. REUTILIZACIÓN DE INFORMACIÓN DEL SECTOR PRIVADO.
RESUMEN EJECUTIVO

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI)

Entidad Pública Empresarial Red.es

Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.
Ministerio de Industria, Energía y Turismo

www.ontsi.red.es

Estudio realizado por los Ministerios de Industria, Energía y Turismo, y Hacienda y Administraciones Públicas a través del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de la Entidad Pública Empresarial Red.es, con el apoyo en la realización de la investigación, el trabajo de campo y el análisis de las empresas ACAP (Asesores y Consultores de Administraciones Públicas) e IClaves.

Año 2014

Índice

1	Resumen ejecutivo	4
1.1	Caracterización de la información del sector privado	4
1.2	Caracterización de la actividad infomediaria privada.....	6

1 Resumen ejecutivo

Este estudio nace de la necesidad de valorar el impacto que supone la reutilización de información del sector privado en el sector infomediario en general. Surge, en el marco del proceso general de caracterización del sector que no ha concluido, en la medida que se está perfilando en lo que se refiere a las distintas actividades que se consideran reutilizadoras de información, que se van integrando en el universo de empresas infomediarias.

Además, la reutilización de información del sector privado nace en el contexto de las investigaciones sobre el impacto de la reutilización de la información del sector público, lo que en definitiva supone la necesidad de identificar el valor y el impacto que generan cada tipo de datos (públicos y privados).

Todo ello implica la definición de qué es y cuál es el alcance de los tipos información privada que es objeto de reutilización, aspecto que se aborda en este estudio, así como caracterizar algunas actividades infomediarias que reutilizan información del sector privado, con el fin de valorar si existen diferencias sustanciales en los procesos infomediarios, cuando reutilizan información del sector privado.

El estudio se estructura en dos grandes apartados, el primero relacionado con la identificación y definición de la información del sector privado, el segundo asociado a la caracterización de las actividades infomediarias que reutilizan información del sector privado.

La metodología seguida para el desarrollo de este estudio ha sido eminentemente cualitativa, basada en el análisis de fuentes documentales y en entrevistas a asociaciones y empresas del sector.

1.1 Caracterización de la información del sector privado

A continuación se resumen las principales características de la información del sector privado en el sentido utilizado en este estudio.

¿Qué es información del sector privado?

- Al hablar de reutilización de información del sector privado, **se excluye expresamente la acepción a los datos e información de carácter personal**, dado que este aspecto es común a la hora de reutilizar, tanto información del sector público, como del sector privado.
- En la medida que la fuente o el origen de la información pública o privada que se reutiliza no siempre se identifica la entidad que custodia la información, parece necesario concluir que **la naturaleza pública o privada de los datos, dependerá en general del carácter público o privado de la entidad que mantiene la propiedad, el control, o la custodia de dichos datos**. Esta entidad no siempre coincidirá con la entidad que ha generado los datos. De este modo, la información del sector privado es toda aquella que es propiedad, es custodiada, o es mantenida por el sector privado.

Tipos de información privada

- La principal fuente de información privada está constituida por **los datos e información que generan las empresas en el ejercicio de su actividad**. Esta información, denominada **corporativa o comercial**, constituye un activo de las empresas y se origina con fines distintos a los que se pueden derivar de los procesos de reutilización. Ejemplos, de información corporativa son los listados de clientes o proveedores de una empresa, pero también la información vinculada al consumo de estos clientes, los

procesos de fabricación, o cualquier otro tipo de información que combinada con otra, de carácter público o privado, puede generar productos de valor añadido en el mercado.

- También se debe considerar información del sector privado **la que se vincula a asociaciones y empresas reutilizadoras**, que es reutilizada por un buen número de empresas en el ámbito de procesos infomediarios. En estos dos casos, a diferencia de la información corporativa, **la información se genera con el fin de que sea consumida como producto independiente**. Determinadas asociaciones como AIMC generan información que interesa a los asociados (el Estudio General de Medios) y que se pone a disposición de dichos asociados y/o terceros, para su reutilización. En el caso de empresas reutilizadoras generan datos e información, a partir de fuentes públicas y privadas que otras empresas reutilizan en sus procesos de producción de servicios infomediarios de valor añadido. De este modo, las empresas infomediarias actúan de corredores de datos para otras empresas infomediarias.
- En el ámbito de la información del sector privado existe otra categoría de **información que es aquella que generan las empresas o particulares en Internet accesible públicamente**. Este tipo de información no se genera con el fin de ser reutilizada pero la ingente cantidad de datos que se generan a diario, es objeto de reutilización y es protagonista de nuevos productos y servicios, asociados al análisis de tendencias del mercado y la escucha activa en Internet, inteligencia competitiva, etc.

Tendencias

- Existen tendencias de pensamiento relacionadas con el impacto socioeconómico positivo de los datos abiertos que al igual que impulsan la apertura de datos públicos entienden que **la apertura de datos corporativos de las empresas, podría ser un nuevo elemento a promover con la finalidad de impulsar el crecimiento económico** y el desarrollo de nuevos productos y servicios. Estas tendencias están vinculadas a la idea de responsabilidad social corporativa y a conceptos como la filantropía de datos.
- La gran cantidad de datos que genera el sector privado en el desarrollo de sus actividades vinculadas a Internet, tengan carácter abierto y por tanto sean accesibles públicamente, o sean de uso privativo por parte de quien los genera se vinculan a un concepto global que se ha denominado **“big data” o macro datos, este concepto sin embargo no se vincula exclusivamente con los datos del sector privado, en la medida que pueden ser de origen público**. En este sentido, por ejemplo, los datos que se puedan generar asociados al desarrollo de las ciudades inteligentes, sobre consumo de servicios públicos o cualquier otro dato asociado al internet de las cosas, pueden ser considerados como macro datos y podrían estar vinculados, tanto al sector privado como al público.

Peso de la reutilización de información privada

- La encuesta realizada a las empresas infomediarias con motivo del estudio sobre reutilización de la información del sector público 2014, concluye que **el 72 % de las empresas infomediarias reutiliza tanto información pública como privada**.
- El 13 % de las empresas que afirman que reutilizan, solo información del sector privado está constituido por empresas que reutiliza información de empresas reutilizadoras, que pueden haber reutilizado información pública, por lo que probablemente son reutilizadores indirectos de información del sector público.
- **Un 36 % de las empresas reutilizadoras obtienen datos de fuentes y portales privados**.
- En lo que se refiere al valor que aporta a la actividad infomediaria en general la información del sector privado, las empresas indican que **el 57 % del valor se vincula**

directamente a la reutilización de información del sector privado mientras que el 43% se vincula a la reutilización de la información del sector público.

Uso de la información del sector privado

- La **información accesible públicamente** que genera el sector privado y que se vincula a su presencia en Internet en general y en redes sociales, es reutilizada por el **67 % de las empresas**.
- La **información corporativa o de carácter comercial** propiedad de las empresas que no está disponible públicamente sería reutilizada por el **49 % de las empresas**.
- La **información de las empresas reutilizadoras** sería reutilizada por el **44% de las empresas**.
- La **información de asociaciones** y otras organizaciones privadas que generan datos e información con el objeto de ponerla a disposición de terceros sería reutilizada por más del **20 % de las empresas**.

El uso de estos tipos de información no es excluyente. **Las empresas reutilizan más de un tipo de información.**

1.2 Caracterización de la actividad infomediaria privada

A continuación se presentan las principales conclusiones relacionadas con las actividades infomediarias analizadas.¹

Sector de estudios de mercado

- Los productos que caracterizan este sector son: **el marketing directo, el marketing digital, los análisis de mercado** (incluidos los productos de inteligencia competitiva) y los **servicios de publicidad y comunicación**.
- Estas empresas **ofrecen servicios** de valor añadido basados en datos e información, **orientados a la toma de decisiones en los procesos de negocio**.
- Reutilizan datos socioeconómicos, de hábitos de consumo, información comercial, tanto de fuentes públicas como privadas. En el caso de fuentes privadas, reutilizan todos los tipos de información identificados en este informe.
- Internet ha impulsado el desarrollo de **nuevos servicios, tales como el *retargeting*, la escucha activa en redes sociales, el análisis de reputación de marca, inteligencia competitiva, etc.**
- Aparece en este sector elementos y técnicas innovadoras como el uso de **herramientas de acceso y tratamiento de datos privados en Internet como las *arañas web – web crawling*, sistemas robotizados, inteligencia colectiva, etc.**
- Con respecto a los clientes el modelo de ingresos más habitual es el **pago por servicio o trabajo realizado**. También se encuentran otros modelos asociados a **suscripciones anuales o mensuales** a determinados servicios, que podría referirse al acceso web, a través de usuario y contraseña, al uso de determinadas herramientas de acceso y análisis de datos en Internet.

¹ La clasificación de los sectores utilizada en este estudio ha sido la misma que en el Estudio de Caracterización del Sector Infomediario que Reutiliza Información Pública con el fin de seguir pautas comunes en el sector. Esta clasificación es la siguiente: empresas directoriales, de estudios de mercado, sector económico financiero, información geográfica, editoriales y otros. El análisis se ha enfocado principalmente en dos sectores el de estudios de mercado y el económico financiero, además se han valorado algunas empresas que pertenecen a otros sectores.

- Todas las empresas del ámbito del análisis de mercados han referido que esperan un **repunte positivo de la evolución de su actividad en 2015**. Esta mejora se debe a que **los procesos de toma de decisiones empresariales se racionalizan más que antes**, lo que permite augurar un incremento de la demanda.

Sector económico financiero

- Integrado por tres ámbitos de actividad diferenciados que son: **empresas que ofrecen información de riesgo comercial y solvencia, empresas que ofrecen información financiera general, y aquellas empresas dedicadas a la gestión de ficheros de morosos**.
- Reutilizan datos para desarrollar **análisis financieros y/o de riesgo sobre empresas**, la bolsa, inversiones, o la evolución de distintos aspectos de la economía, todo ello **basado en modelos estadísticos** que permiten predecir la probabilidad de que ocurra una situación o un comportamiento futuro.
- La finalidad de estas empresas en general es facilitar a las personas y a las empresas la **toma de decisiones económicas, financieras y de negocio informadas**.
- Las empresas de este sector pagan habitualmente por la información que reutilizan tanto de origen público como de origen privado.
- En lo que se refiere a su modelo de negocio, además del **pago por uso, acceso o trabajo realizado**, aparecen con bastante frecuencia menciones a sistemas de **suscripción lineal o por modalidades**, que permiten el acceso a contenidos o servicios de mayor valor añadido en cascada. También es frecuente el uso de **cupones de descuento**. Este tipo de modelo es común en el caso de grandes empresas que ofrecen servicios de datos sobre empresas y profesionales.
- Durante los últimos cinco años la demanda se ha retraído considerablemente debido a la crisis económica y a la falta de crédito a empresas y particulares, sin embargo todas las **empresas han observado un repunte a lo largo de 2014 y las perspectivas de cara a 2015 son bastante más optimistas** que en años anteriores.

Otros sectores

- Las empresas **directorales** consultadas se dedican a ofrecer información telefónica sobre empresas y particulares. Fundamentan su información en el **Sistema de Gestión de Abonados de la CNMC**, y los datos que le proveen los propios abonados con fines publicitarios. El modelo de negocio en este caso se fundamenta en el **cobro a los operadores de telefonía**, a partir las consultas que realizan los abonados de cada compañía.
- Las empresas que generan bases de datos consultas, son muy diversas, algunas desarrollan servicios de información sobre riesgos comerciales, a demás de ofrecer información sobre empresas de todo tipo. Otras se dedican a **generar bases de datos con el fin de dirigir campañas de marketing directo**. Estas últimas reutilizan información de otras empresas reutilizadoras y colegios profesionales.
- Los **comparadores de precio** reutilizan datos e información de las empresas proveedoras de los productos que comparan, así como de determinadas fuentes públicas que realizan comparaciones de precios de energía y gasolina. El modelo de ingresos se fundamenta en una relación estable con los oferentes de productos y servicios comparados, que **implica el cobro de una comisión por venta realizada a través de las plataformas de comparación**. También obtienen un **beneficio intangible, que son los datos derivados de los registros de las personas que utilizan el servicio**, que siendo un activo puede ser reutilizado. La evolución de la demanda relacionada con los comparadores de precios **ha crecido en España en los**

últimos años, aunque aún amplio recorrido si se tiene en cuenta que los que ocurre en otros ámbitos europeos.

- Las empresas dedicadas a **intermediación de datos estadísticos** reutilizan en menor medida información del sector privado que del sector público. Su modelo de negocio se fundamenta en **el pago por trabajo realizado**.

Impulsores de la actividad infomediaria

- Para el sector infomediario que reutiliza información privada, **Internet es el entorno imprescindible en el que desarrollan su actividad actualmente**.
- **Internet ha permitido una mayor eficiencia y calidad** en el desarrollo de los productos tradicionales al permitir el acceso a más y mejores datos e información de forma más rápida.
- También ha tenido un impacto en los procesos de producción de forma que **se ha cambiado la forma de hacer las cosas**, facilitando por ejemplo la externalización de la generación de contenidos, aspecto que no sólo afecta al sector infomediario, sino a la industria en general.
- El acceso a servicios en Internet desde todo tipo de dispositivos ha permitido el desarrollo de **nuevos productos y servicios basados en macro datos**.
- Buena parte de la información privada reutilizada, se genera a partir de información del sector público, lo que implica que **el crecimiento de la información pública disponible, supondrá el crecimiento de la oferta de información privada**, así como el **desarrollo de nuevos productos y servicios**.

Obstáculos al desarrollo de la actividad

- Las empresas consultadas se refieren a la **falta de calidad de los datos**, y a la pérdida de rigurosidad en la generación de datos públicos y privados como **un obstáculo para la fiabilidad de la actividad infomediaria** en general.
- También se observa cierto **intrusismo y la falta de cumplimiento de las normas básicas** relacionadas con la presencia en internet y el comercio electrónico por parte de algunas empresas, lo que requiere una vigilancia mayor de los incumplimientos.
- De forma puntal, los entrevistados se han referido el freno que podría tener en algunos servicios y actividades la nueva Ley de propiedad Intelectual, esencialmente relacionado con la aplicación de la llamada **tasa Google o canon AEDE**, en la actividad infomediaria, que, en todo caso, estaría pendiente de evaluar su futura incidencia real.
- Se refiere también la **necesidad** de impulsar actividades de **formación/divulgación sobre el uso seguro de internet, que comporte con ello, un mejor control de la información susceptible de ser reutilizada, así como una minimización de las reticencias a ofrecer información en la red, proporcionando así una mayor apertura de datos**.
- Igualmente se refiere la necesidad de apoyar el desarrollo de **mecanismos de auto-regulación del sector**, similares a sellos como el de “confianza on-line” o códigos éticos, que permitan distinguir a los usuarios de servicios infomediarios, aquellos proveedores que cumplen con los requisitos normativos derivados del entorno en que se desenvuelve la actividad, y generar con ello productos y servicios de calidad, optimizados y ajustados a la necesidad de obtener datos correctos y claros para, primero, quienes los generan y, segundo, para quienes van a ser los usuarios finales de esos servicios.