

CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR INFOMEDIARIO EN ESPAÑA

2016




GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ENERGÍA, TURISMO
Y AGENDA DIGITAL



observatorio
nacional de las
telecomunicaciones
y de la SI

A efectos de este estudio se ha definido el Sector Infomediario como:

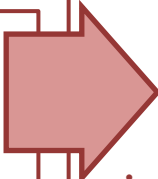


Conjunto de empresas que se convierten en intermediarios de información en general, de forma que analizan y tratan información del sector público y/o privado para crear productos de valor añadido destinados a terceras empresas o a la ciudadanía que sirven, entre otras cosas, para la toma eficaz de decisiones.

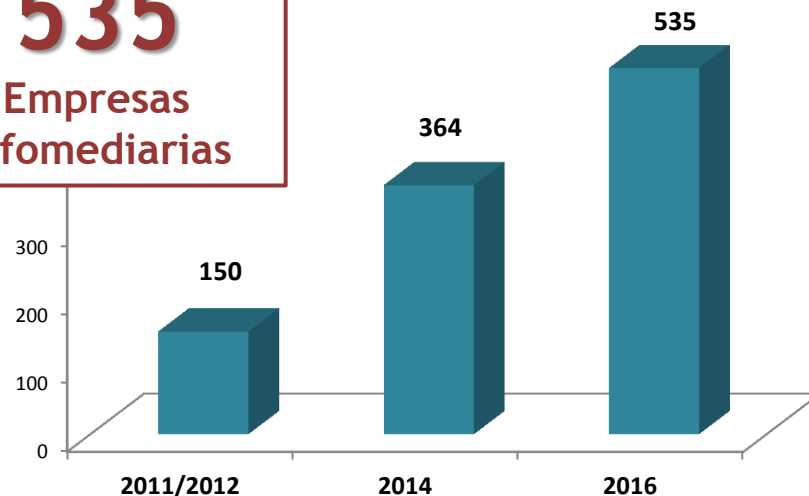
La actualización del censo se ha llevado a cabo por dos vías, de un lado la revisión de los sectores y subsectores que integran la actividad infomediaria, y de otro, la consulta con asociaciones pertenecientes a dichos sectores y a las entidades federadas a datos.Gob.es. Al final de este proceso se han identificado un Universo de:

**CENSO EMPRESAS INFOMEDIARIAS
INVESTIGACIÓN 652**

- **74%** Reutiliza tanto información pública como privada
- **8%** Solo reutiliza información pública
- **18%** Solo reutiliza información privada



535
Empresas infomediarias

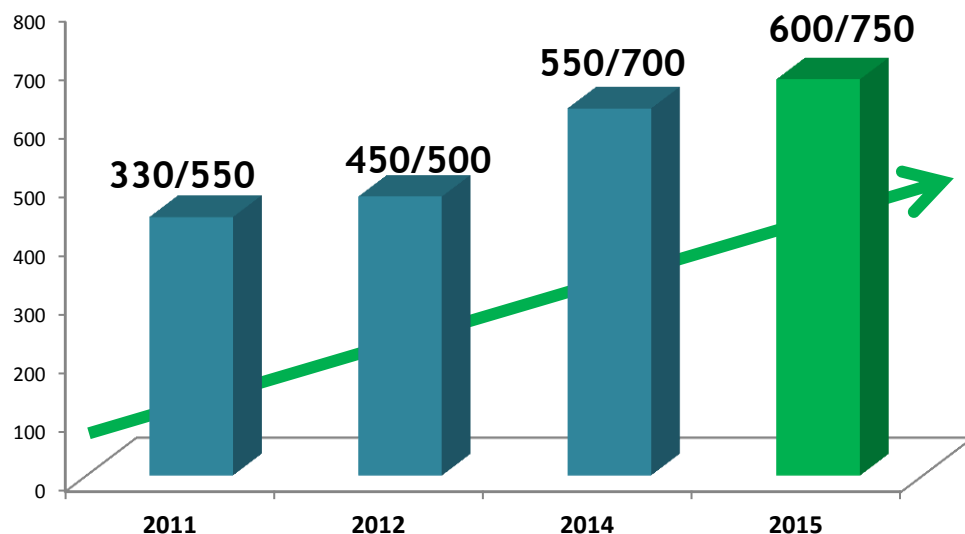





DATOS ECONÓMICOS EVOLUCIÓN ACTIVIDAD INFOMEDIARIA PÚBLICA Y PRIVADA

600 M€ - 750 M€ (2015)
(550 M€ - 700 M€ en 2014)

- Estimación del volumen de negocio generado por la actividad infomediaria pública y privada



46%



Empresas señalan que la demanda ha crecido en el último año (2015), un 7% más que en la edición anterior

Desde el año 2011, la actividad infomediaria habría crecido un

58%

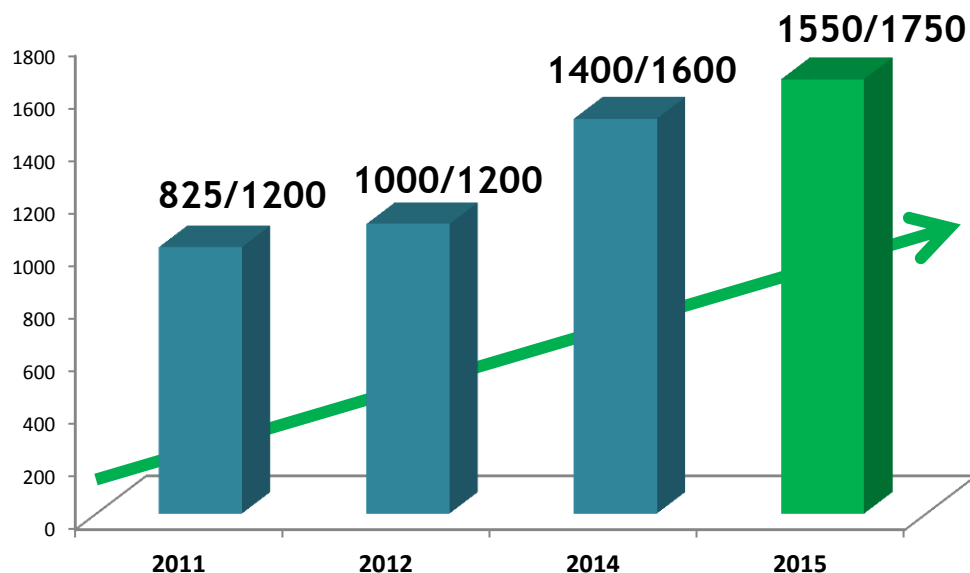




DATOS ECONÓMICOS EVOLUCIÓN ACTIVIDAD TOTAL EMPRESAS INFOMEDIARIAS (ACTIVIDAD INFOMEDIARIA + OTRAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA)

1.550 - 1.750 M€(2015)
(1.400 M€ - 1.600 M€ en 2014)

- Estimación del volumen de negocio total generado por las empresas que realizan actividades infomediarias.



Desde el año 2011,
la actividad de las
empresas
reutilizadoras
habría crecido un
63%



APROXIMADAMENTE EL **42%** DE
SU ACTIVIDAD TIENE COMO BASE
LA REUTILIZACIÓN DE
INFORMACIÓN.



DATOS DE EMPLEO

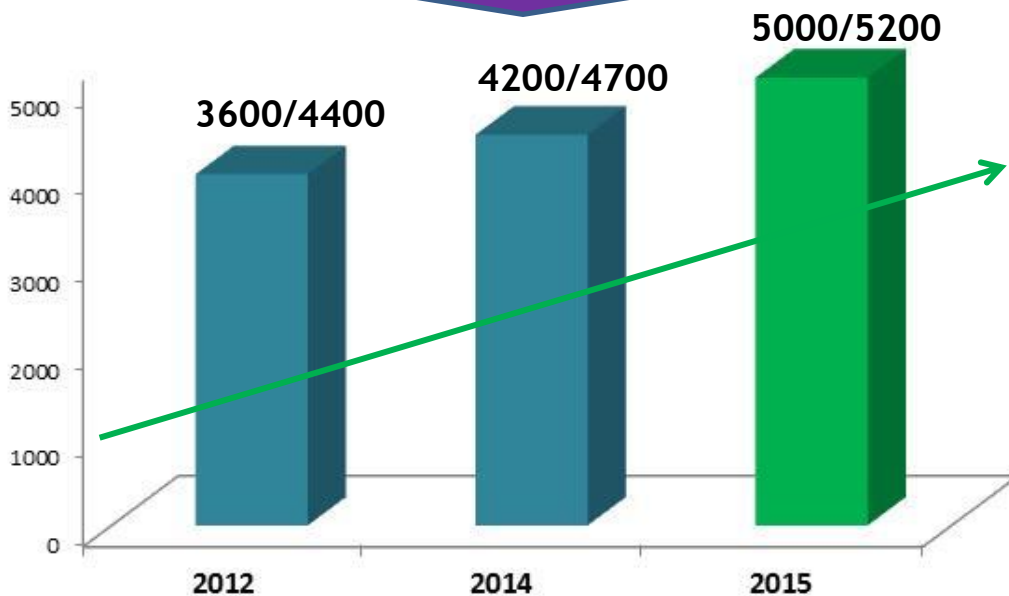
Empresas reutilizadoras emplean a 13.000 - 14.000 trabajadores (2015)

- De los cuales entre **5.000 - 5.200 están directamente** relacionados con la actividad infomediaria (2015)

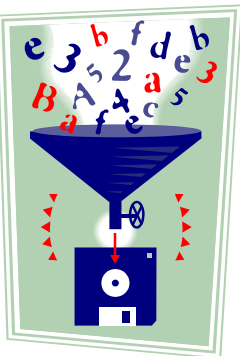
- **53%** empresas encuestadas han contratado personal en 2015

Perfiles: técnicos, conocedores de técnicas para explotación de datos y del sector en el que desarrollan su actividad

EVOLUCIÓN



ACTIVIDAD SECTORIAL (AUTOCLASIFICACIÓN MÚLTIPLE)

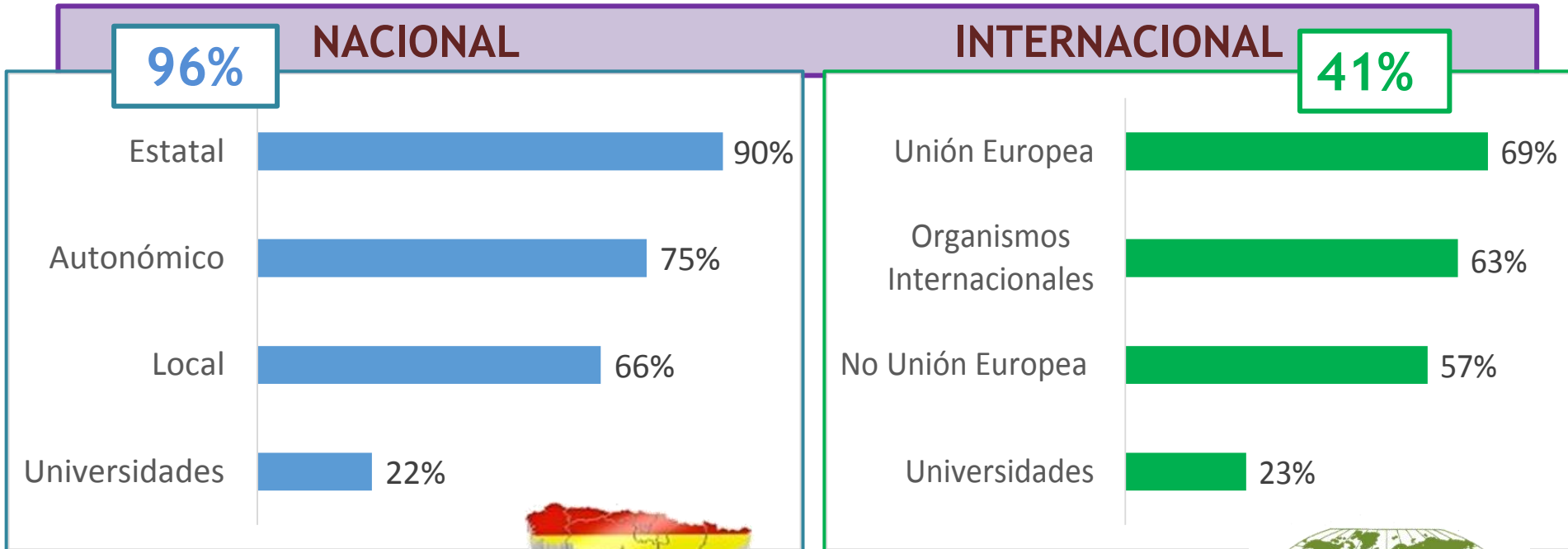


Investigación y consultoría en el sector público y/o privado	35 %
Estudios de mercado, incluye actividad de encuestas de opinión, investigación y estudios de mercado	35 %
Editoriales, incluye edición de libros, comercialización de BBDD, publicaciones, etc	16 %
Información Geográfica, incluye reutilización de información catastral, urbanística, meteorológica	16 %
Directoriales, empresas elaboradoras de directorios y guías de direcciones y teléfonos para localización y publicidad	13 %
Cultura, empresas dedicadas a difusión y/o comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural	13 %
Económico-financiero, generación de información de riesgo comercial y marketing, Información crediticia y de solvencia.	12 %

Elementos característicos:

- **Heterogeneidad de la actividad infomediaria.**
- Integra empresas consolidadas grandes y con experiencia en la gestión de información pública con emergentes y “startups” nacidas al empuje de la reutilización.
- La actividad infomediaria pública en más del 70% de las empresas es una línea de negocio más de su actividad.

Origen de la información pública reutilizada



Principales fuentes:

- **INE**
- **IGN**
- **Reg. Mercantil**
- **BOE**
- **Catastro**
- **AEMET**



Principales fuentes:

- **Comisión Europea**
- **Banco Mundial**
- **EUROSTAT**
- **OCDE**
- **Países: DE - FR - UK - IR**
- **USA - Latinoamérica**

Origen de la información privada reutilizada



Datos e información de fuentes privadas accesible públicamente en Internet...

Datos e información proveniente de encuestas y/o prospecciones propias.

Datos e información proveniente empresas privadas comercializadoras...

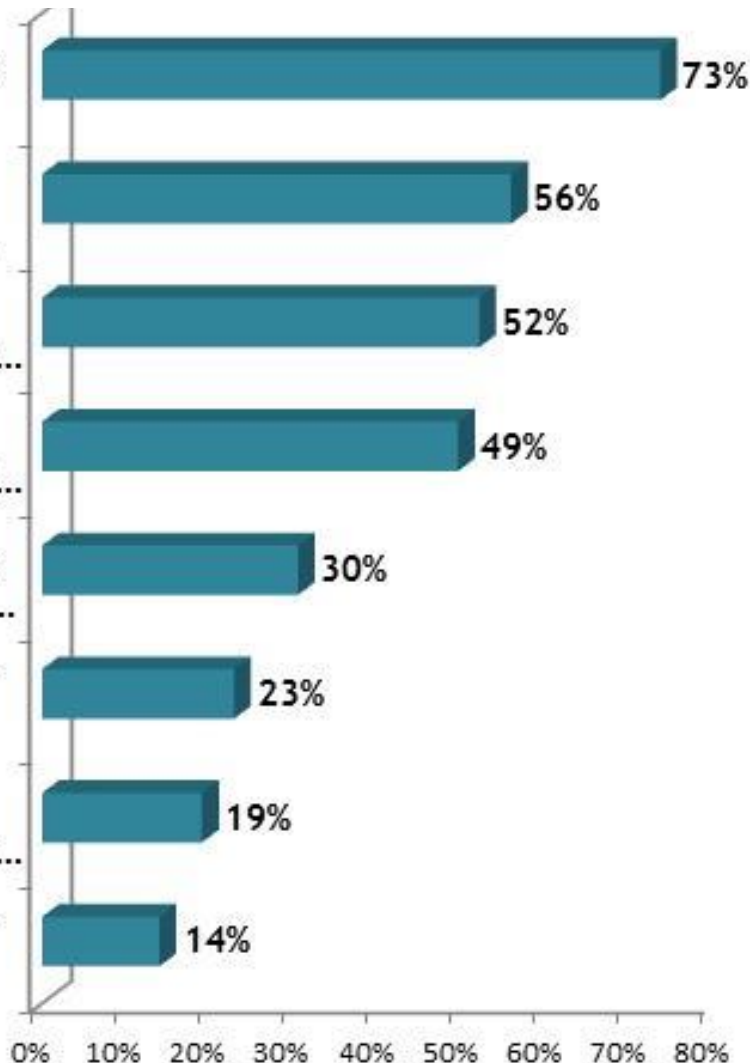
Comunidades sin ánimo de lucro (Wikipedia, Open Street Map, DB...)

Datos que aportan fuentes comerciales concretas como empresas de servicios...

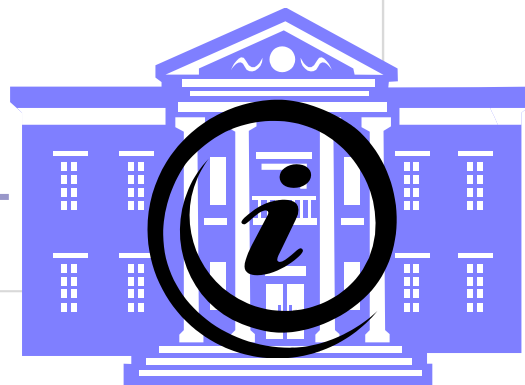
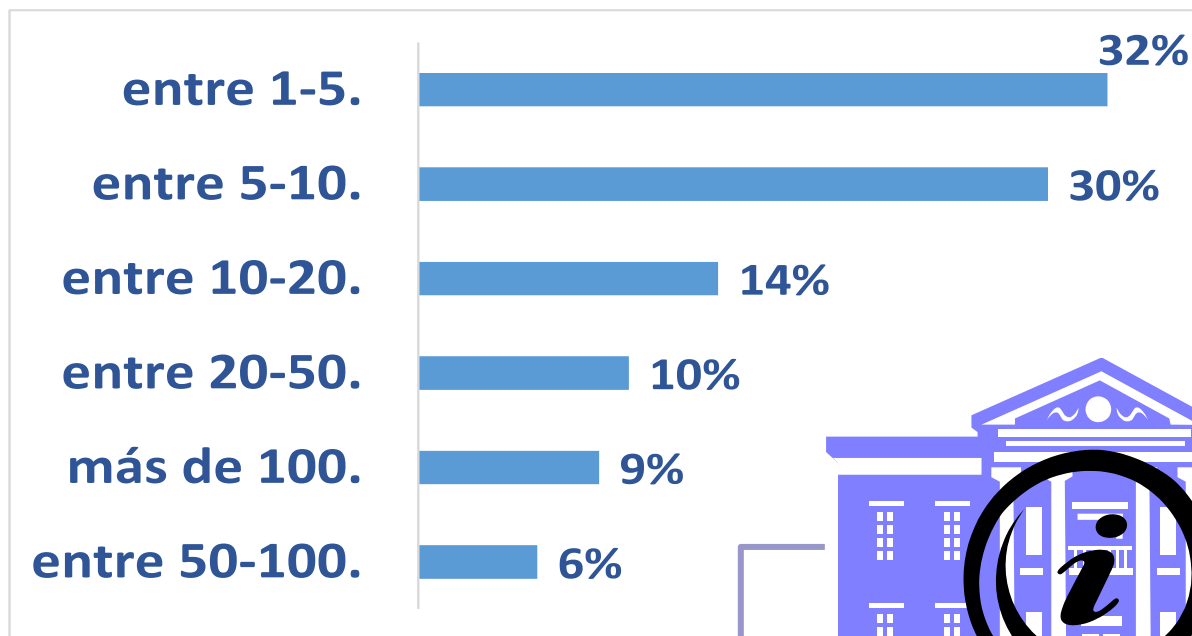
Datos e información proporcionada por la encuesta general de medios (EGM).

Datos e información sobre riesgo comercial y bancario de personas y...

Otros datos e información de carácter privado.



Número de fuentes públicas utilizadas por las empresas



Empresas utilizan información de más 20 fuentes diferentes

25%

Empresas utilizan información de más de una fuente pública.

81%

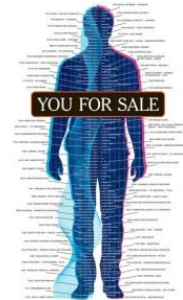
Acceso a las fuentes de información

FORMA DE ACCESO

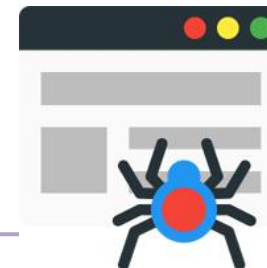
- **73%** acceden directamente a la WEB que les interesa
- **68%** solicitan la información a proveedores públicos/privados

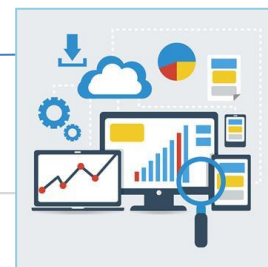
Negocios
asociados

Brokers de datos 51%
e Internet (RRSS) 74%
proveedores privados relevantes del sector

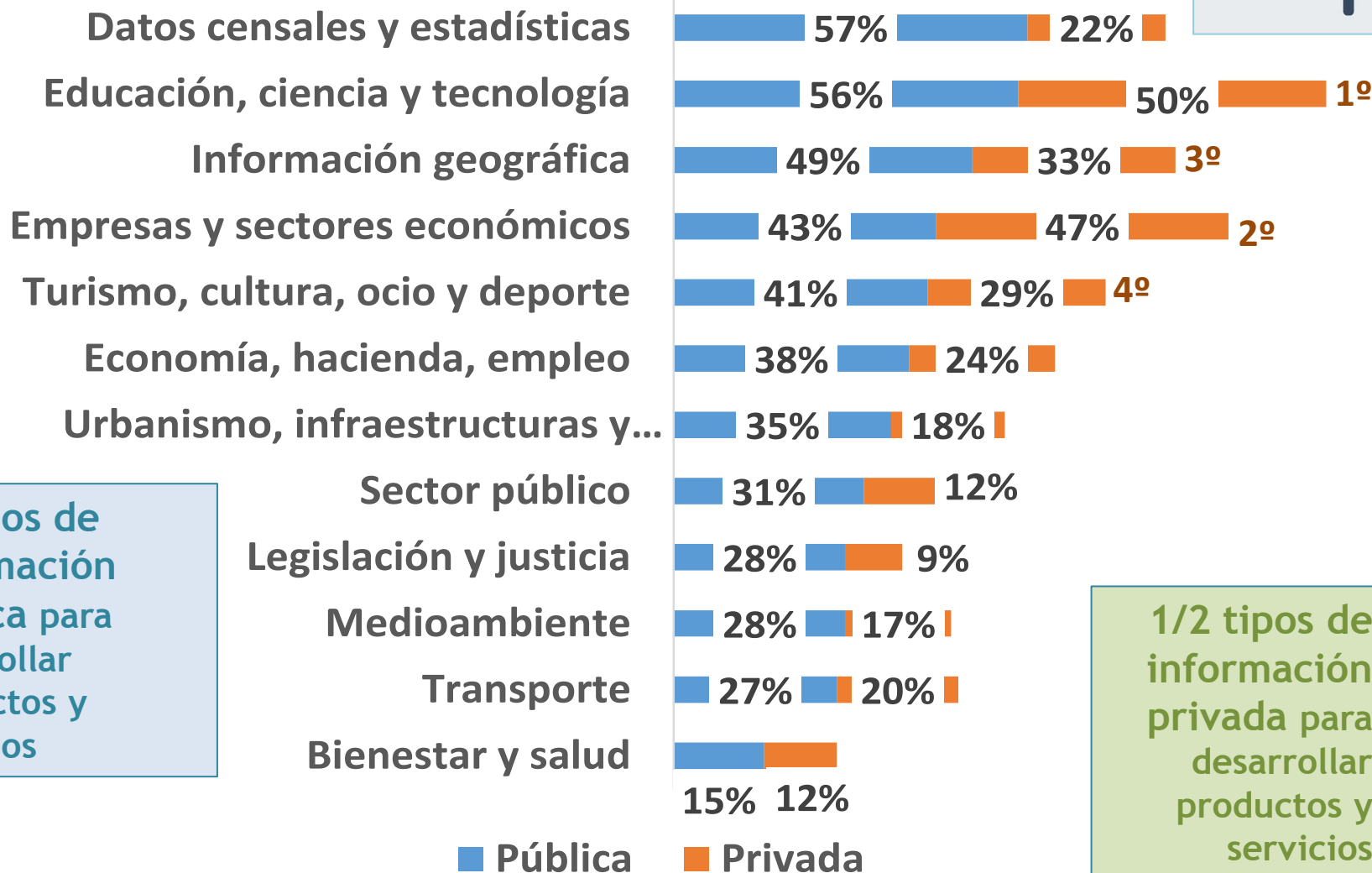


- **59%** A través de consulta vía web service o Apls
- **35%** mediante acuerdos o contratos de cesión de datos (continuidad en el desarrollo de productos y servicios).
- **INNOVACIÓN** en el sector:
 - **40%** Motores de búsqueda y descarga de datos (Web crawling)





TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN REUTILIZADA



<4 tipos de información pública para desarrollar productos y servicios

1/2 tipos de información privada para desarrollar productos y servicios

ACCESO Y GESTIÓN DE DATOS DE LAS AAPP



Acceden ya a datos en
**FORMATOS
ABIERTOS**

67%
(50%
2014)

Vs

70%
(67%
2014)

Siguen accediendo a datos en
**FORMATOS NO
ESTRUCTURADOS**



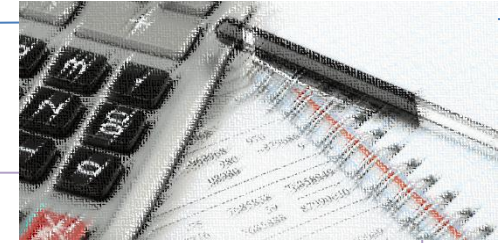
- **78%** Acceden a datos estructurados en formato propietario (xls,xml) (75% en 2014)
- **Sólo** el **24%** accede a **Url que apuntan a datos, lo que permite descargas masivas.**



WEB a través de la que accede a la información:

- **82%** Portales de entidades u **organismos públicos españoles**
- **65%** Portales de **entidades públicas internacionales**
- **53%** Portales de **empresas y organizaciones privadas,** convirtiéndose en clientes de otros reutilizadores o gestores de información.

GASTO EN INFORMACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA



GASTO en la información pública

- **56%** no ha gastado nada en la información pública
- **21%** ha gastado más de 5.000 euros en información pública
- **10% MÁS DE 20.000 EUROS**
- **GASTO en información privada**
 - **48 %** obtiene los datos de fuentes gratuitas (Internet).
 - **22%** ha gastado más 5.000 euros en información privada
 - **17% HA GASTADO MÁS DE 20.000 EUROS**

INVERSIÓN EN I+d+i



- **60% INVERTIRÁ** en el desarrollo de **NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS**
- Las empresas que reutilizan **mas tipos** (público /privada) y **más fuentes** de datos **INVERTIRÁN MÁS EN INNOVACIÓN**



La necesidad de SW y servicios TIC especializados se percibe como una **BARRERA** de acceso al mercado infomediario

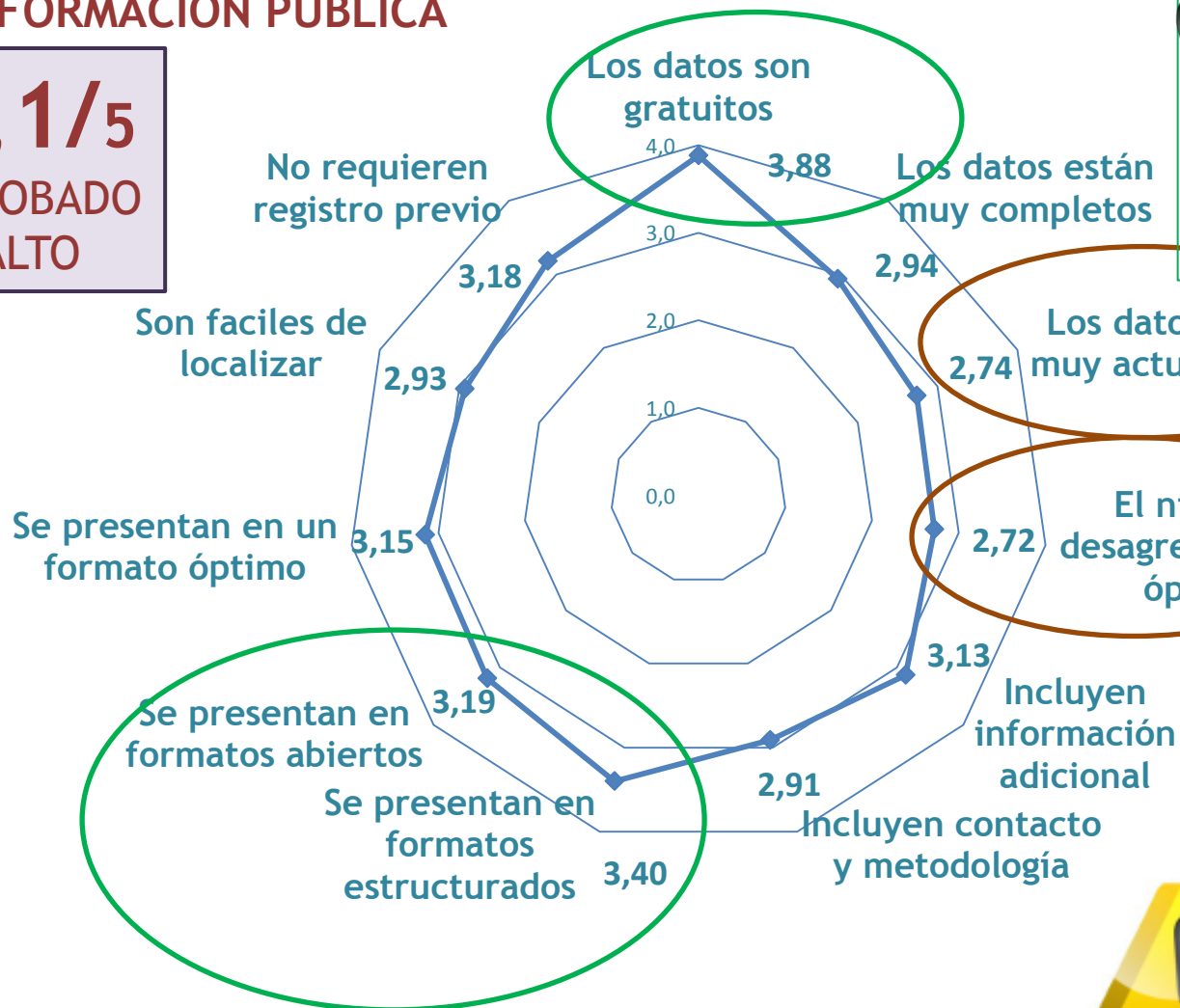
VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA

3,1/5
APROBADO
ALTO



ELEMENTOS POSITIVOS

- Gratuidad
- Formatos estructurados
- Formatos abiertos





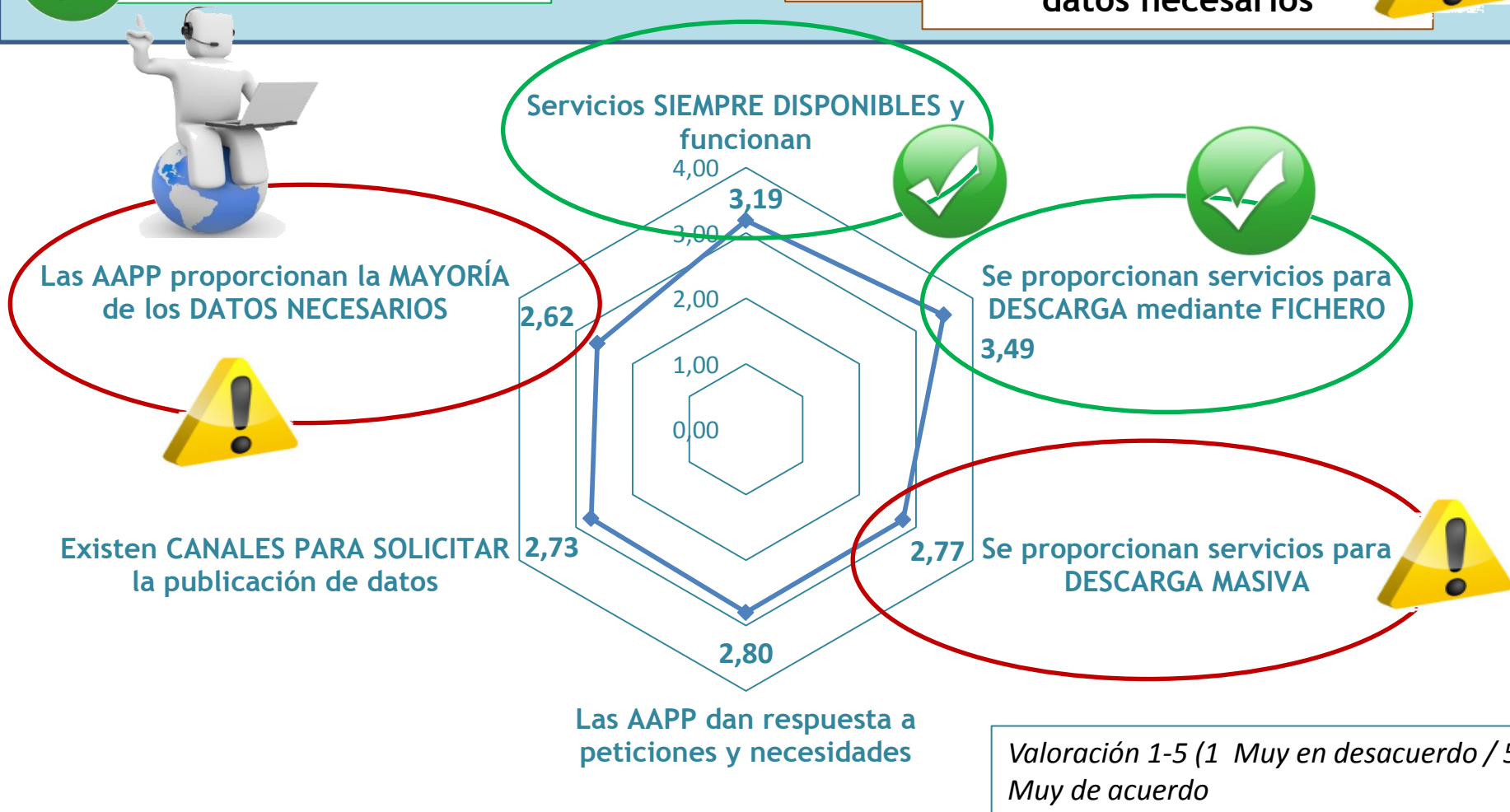
MARGEN DE MEJORA

- Actualización
- Detalle y desagregación



VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LAS AA.PP. PARA ACCEDER A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

 **SERVICIOS disponibles y FUNCIONAN BIEN** **76%** Vs **50%** **NO todas las AAPP PROPORCIONAN todos los datos necesarios** 

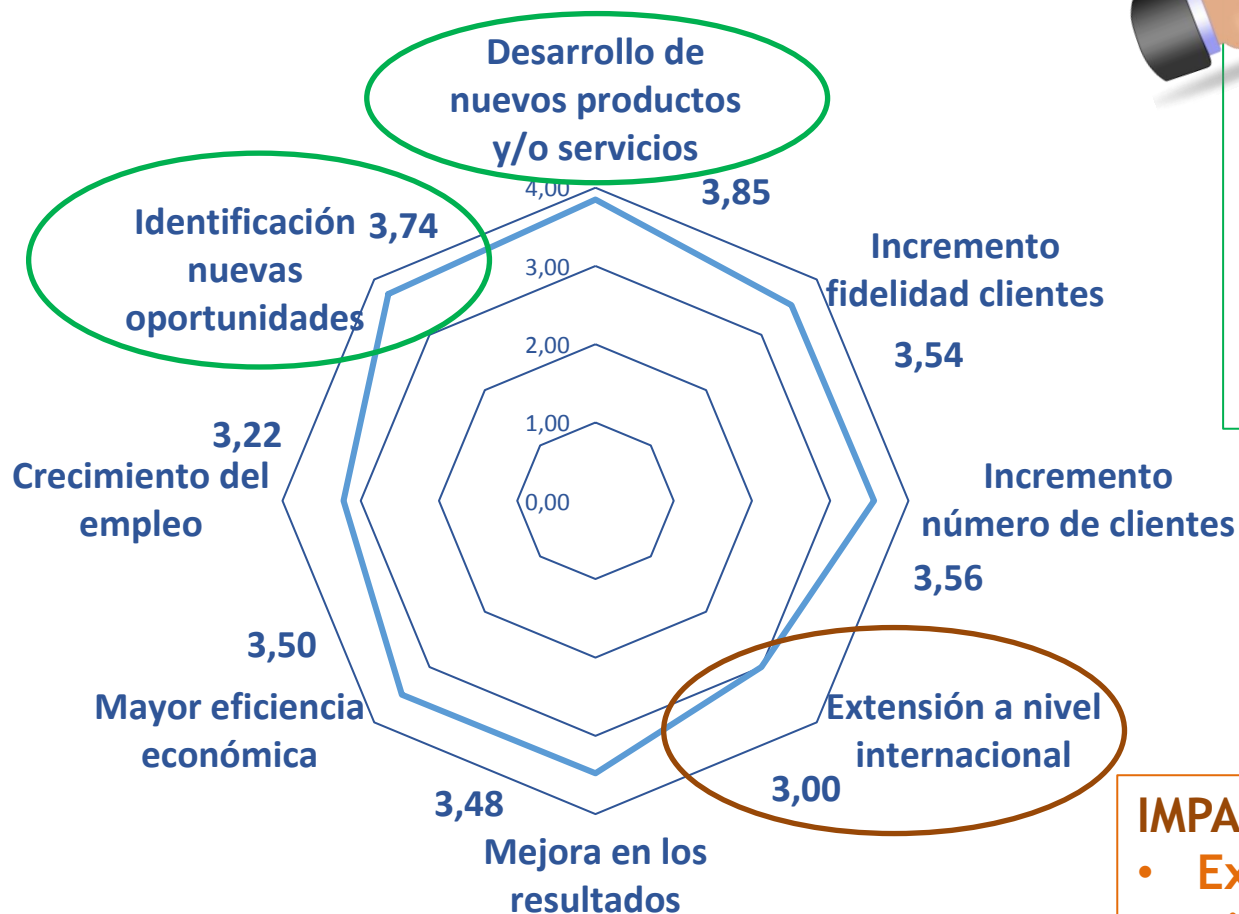


VALORACIÓN DEL IMPACTO QUE GENERA EN SU ACTIVIDAD LOS DATOS DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO



IMPACTO MAYOR

- Desarrollo de nuevos productos y/o servicios
- Identificación de nuevas oportunidades de negocio



IMPACTO MENOR

- Extensión del negocio a nivel internacional
- Crecimiento del empleo

Valoración 1-5 (1 Muy en desacuerdo / 5 Muy de acuerdo)

VALORACIÓN DE LA APERTURA DE DATOS POR INDICADORES INTERNACIONALES

INDICADORES MEJOR VALORADOS

- Existencia de los datos
- Disponibilidad de los datos online
- Gratuidad
- Actualización



CATEGORÍAS DE DATOS PÚBLICOS MEJOR VALORADAS

- Presupuestos del Estado
 - Resultados de las elecciones

INDICADORES PEOR VALORADOS

- Descarga masiva
- Licencias abiertas



CATEGORÍAS DE DATOS PÚBLICOS PEOR VALORADAS

- Gastos gubernamentales
 - Registro mercantil
- Registro de la propiedad

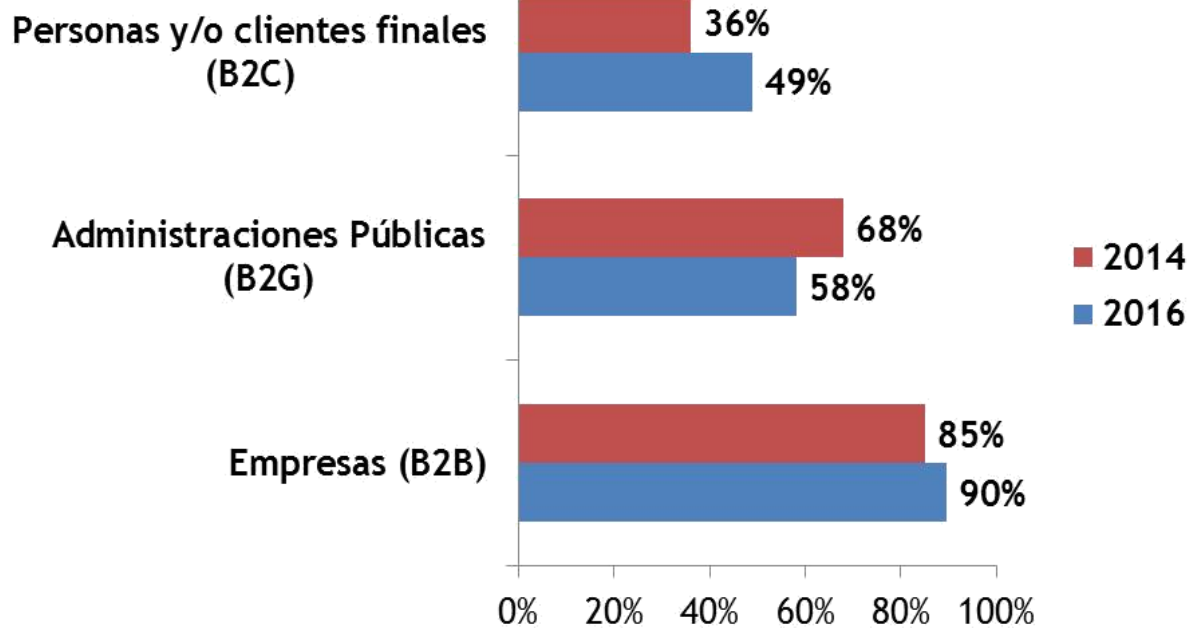


55% Disponibilidad de datos públicos
17ª Posición ranking



64% Disponibilidad de datos públicos
13ª Posición ranking

TIPO Y NUMERO DE CLIENTES

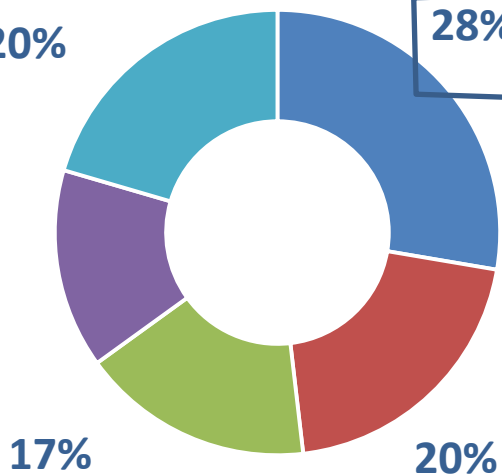


- La Administración tiene un peso menor como cliente del propio sector (desciende 10 %)
- El ciudadano como usuario final de los datos tiene una mayor relevancia en la actividad (crece 13 %)



20%

15%



28%

- De 0 a 10 clientes.
- De 10 a 25 clientes.
- De 25 a 50 clientes.
- De 50 a 500 clientes.
- Más de 500 clientes.

ORIGEN DE LOS CLIENTES Y EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

	2012	2014	2016
España	98%	95%	96%
Otros países UE	31%	42%	33%
Resto del mundo	24%	38%	34%

19%

Desarrollan su actividad comercial en los tres ámbitos



- Para el **46,5%** de las empresas el número de clientes se ha **incrementado** en el último año



MODELOS DE INGRESOS



Modelo de prestación de servicios gratuitos

	2012	2014	2016
Gratuito sin restricciones	23%	20%	21%
Gratuito mediante clave	10%	14%	12%
Gratuito con publicidad	15%	10%	16%

Modelos de ingresos por pago de los servicios

CRECEN INGRESOS INDIRECTOS hasta el **28%** (publicidad)

	2012	2014	2016
Pago por acceso, uso, trabajo realizado	56%	62%	66%
Pago por suscripción lineal	33%	19%	16%
Pago por suscripción con modalidades	27%	24%	22%
Servicios Freemium	16%	17%	12%

72%
INGRESOS por VENTA DIRECTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS

Un **19%** recibe pagos periódicos por USO DE LICENCIAS DE SW

PRODUCTOS, SERVICIOS Y APLICACIONES OFERTADOS DESDE EL SECTOR

PRODUCTOS GENÉRICOS **77%**

Datos tratados	55%
Publicaciones	29%
Mapas	30%
Datos en bruto	13%

APLICACIONES **55%**

Visualización datos	41%
Software web y GPS	29%
APPS	26%
Alertas SMS/mail	14%

SERVICIOS ESPECIALIZADOS **80%**

Análisis para toma de decisiones	64%
Consultoría especializada	59%
Comparativas	28%
Rating y análisis predictivos	21%

TENDENCIAS:

- VALOR AÑADIDO y oferta mayor de SERVICIOS ESPECIALIZADOS **71%**
- DIVERSIFICACIÓN de la oferta.

SERVICIOS SOPORTE A LA GESTIÓN:

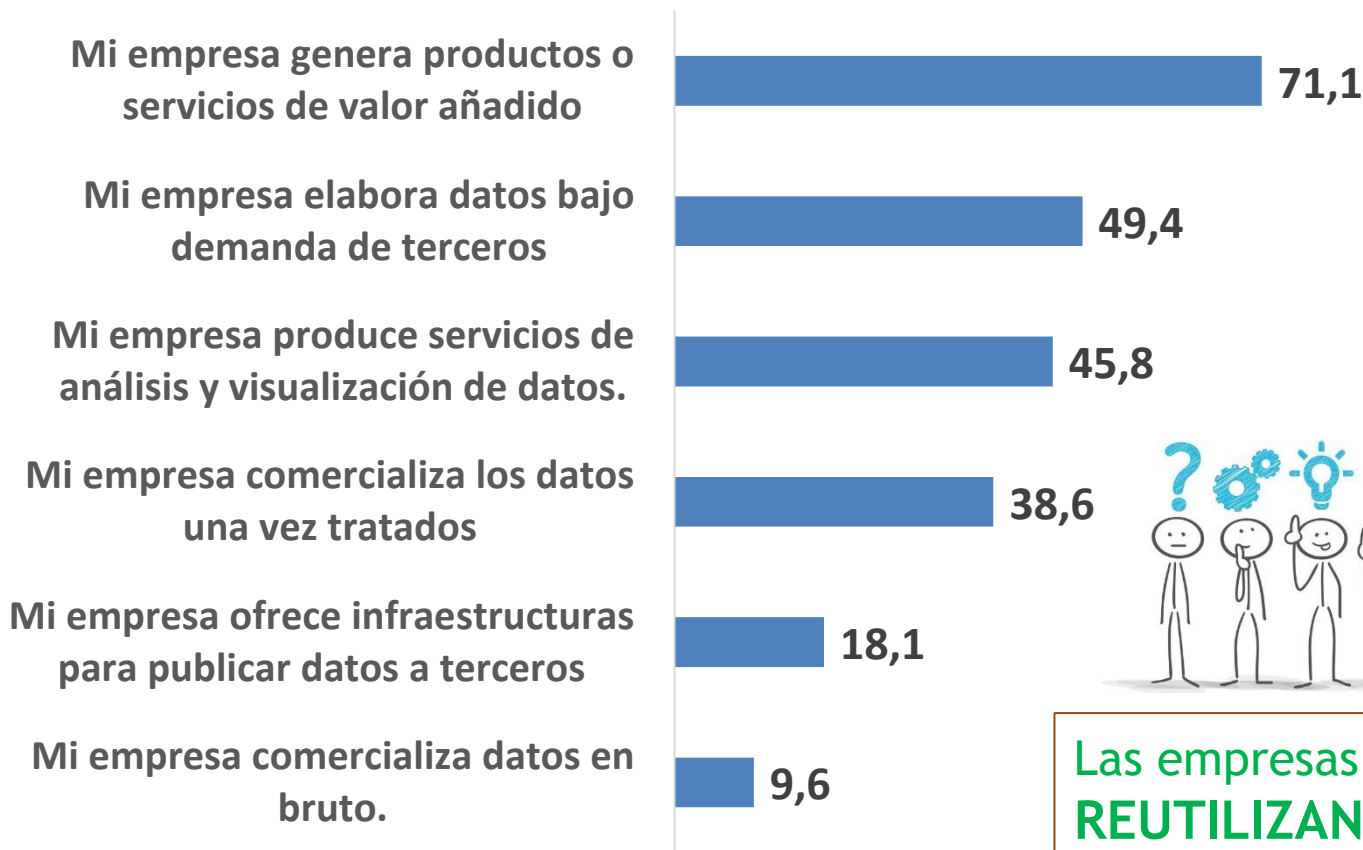
- ANÁLISIS PARA TOMA DE DECISIONES
- ANÁLISIS PREDICTIVOS Y DE RATING

ACCESIBILIDAD A LA INFORMACIÓN:

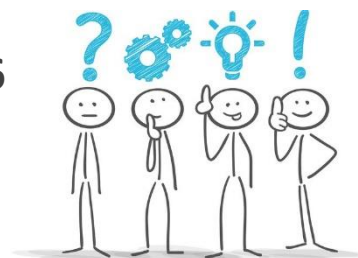
- VISUALIZACIÓN DE DATOS
- MENOS VALOR A DATOS EN BRUTO



PRODUCTOS, SERVICIOS Y APLICACIONES OFERTADOS DESDE EL SECTOR



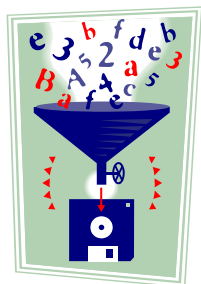
Las empresas que **SOLO REUTILIZAN DATOS DE LAS AAPP** comercializan mayoritariamente **DATOS TRATADOS (57,1%)**



Las empresas que **REUTILIZAN** datos **PRIVADOS y PUBLICOS** elaboran mayoritariamente **servicios de valor añadido (80 %)**

Las empresas que **SOLO REUTILIZAN** datos **PRIVADOS** elaboran mayoritariamente **DATOS BAJO DEMANDA (53 %)**

PRODUCTOS, SERVICIOS Y APLICACIONES OFERTADOS DESDE EL SECTOR DEMANDA PRODUCTOS POR TIPOLOGÍA Y CLIENTE FINAL

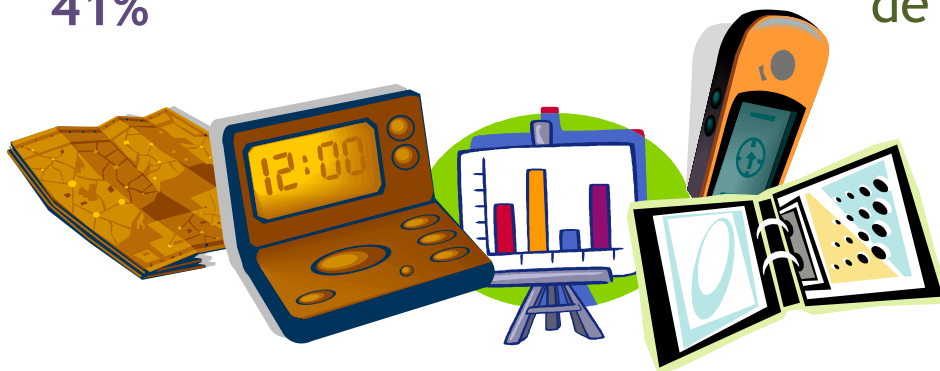


**EMPRESAS y
CLIENTES FINALES**
demandan **DATOS
TRATADOS 53%**, **SERVICIOS**
de análisis y soporte en
toma de decisiones **68%**, y
plataformas e instrumentos
de **visualización para datos**
41%



AAPP

58% demandan **DATOS
TRATADOS**, un **40%** **ESTUDIOS**,
65% **SERVICIOS** de
consultoría especializada, y
un **38%** **SW** y desarrollo de
aplicaciones web y Sistemas
de Información Geográfica



Internet es la base para el ejercicio de la actividad



LA WEB, con un 96%, es el principal canal de comunicación con sus clientes

- Usan blogs y redes sociales un 75%,
- Buzón de contacto con clientes 74%,
- Posicionamiento destacado en buscadores 51%



Han desarrollado servicios en la nube un 40%

- Uso de herramientas de búsqueda y descarga de datos (36%), visualización (66%) análisis (66%)

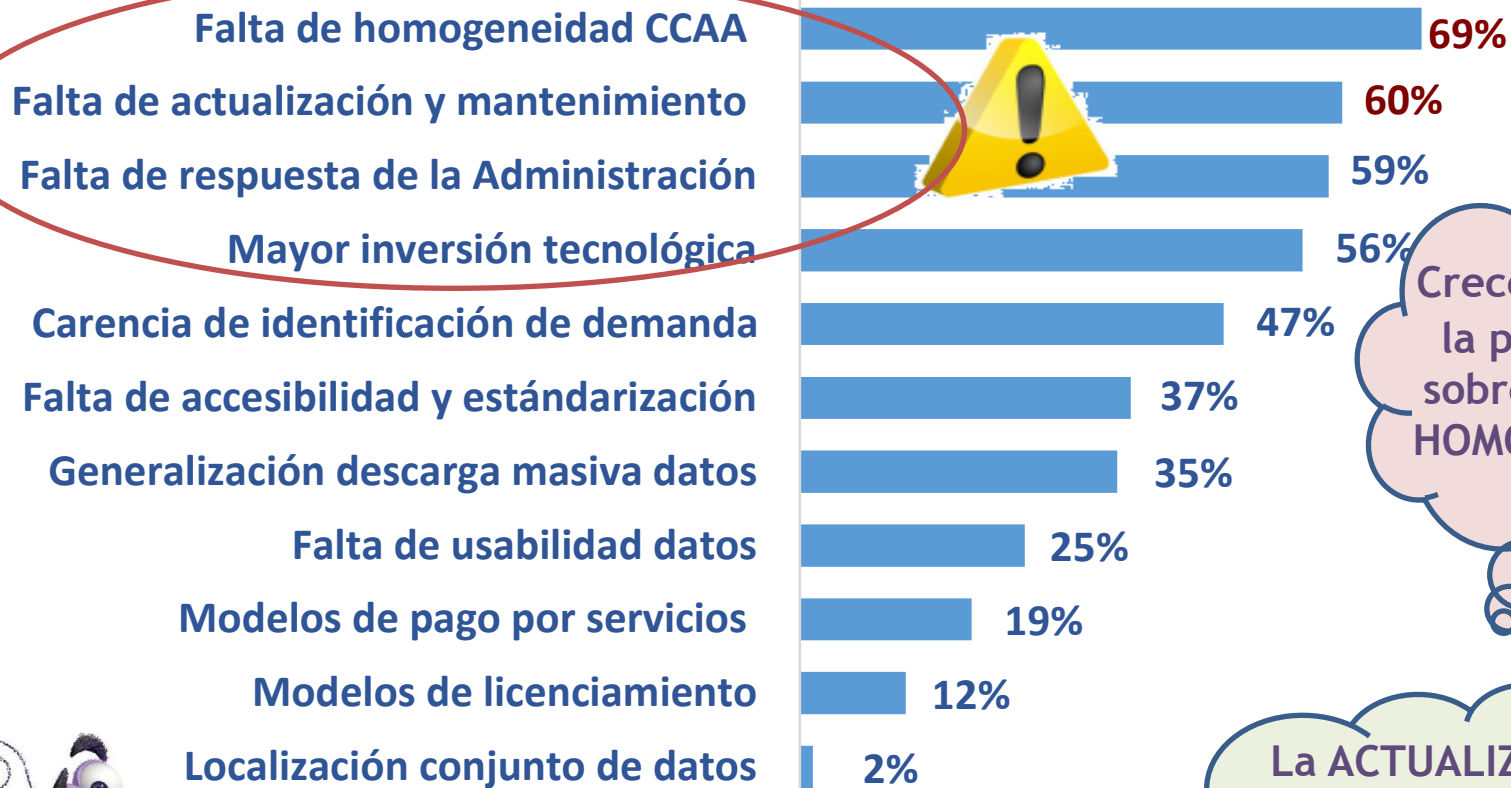


El español es el idioma común (100%)

para los productos o servicios ofertados

- Aumenta la producción en INGLÉS (59%)
- Catalán (26%), y Gallego y Euskera (13% y 15%) también presentes

BARRERAS Y OBSTÁCULOS AL DESARROLLO DEL SECTOR



Crece hasta **69%** la preocupación sobre la **FALTA DE HOMOGENEIDAD** (7 p.p)

La **ACTUALIZACIÓN** y el mantenimiento de la información es básico.

60%

La necesidad de inversión en tecnología aparece como barrera

56%



EFFECTOS DEL DESARROLLO DE LA PUESTA A DISPOSICIÓN DE DATOS PÚBLICOS



Más del 60% apuestan por la actividad



Invertirán a corto plazo en nuevos I+D+i.



PROPUESTAS PARA EL FUTURO DE LAS EMPRESAS INFOMEDIARIAS

El sector demanda de las AAPP:

- Necesidad de **HOMOGENEIZAR** la información en las CCAA - EELL.
- Avance en la **PROACTIVIDAD** en la gestión de la información por la Admón.
- Fomentar el **DESARROLLO DE HERRAMIENTAS TIC** para el tratamiento de los datos públicos.
- Mejorar la **DISPONIBILIDAD** y la **CALIDAD** de los datos públicos.

Además señalan que:

- La Administración **PODRÁ MEJORAR POR LA REUTILIZACIÓN DE SUS PROPIOS DATOS**
- Se debe **IMPULSAR LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA** para el desarrollo de los servicios y el mercado infomediario.

PROPUESTAS PARA EL FUTURO DE LAS EMPRESAS INFOMEDIARIAS



Reto futuro: **INFORMACIÓN DE CALIDAD** Bajo acuerdos de nivel de servicio.

- Hacer efectivo el derecho a **ACCESO A LOS DATOS PÚBLICOS**
- Servicios **INTEROPERABLES**
- Homogeneización y ESTÁNDARES** para la configuración de los DATOS
NORMALIZACIÓN SEMÁNTICA entre datos e información de las AAPP
- Impulsar el uso de FORMATOS ABIERTOS**
- Establecer ACUERDOS DE NIVEL DE SERVICIO**
- Ajustar la NORMATIVA a los nuevos usos y buscar una CORRECTA aplicación.**
- Datos cada vez más útiles: INFORMACIÓN EN TIEMPO REAL, evitar falsas expectativas, EVITAR CAMBIOS EN LAS METODOLOGÍAS que limiten el uso de series históricas, etc.**



OPORTUNIDADES DE DESARROLLO a futuro



❑ Disponibilidad datos
en **TIEMPO REAL**



Servicios para la **TOMA DE DECISIONES**

❑ Nuevos **ÁMBITOS DE DESARROLLO**

SOCIAL DATA



CIUDADES INTELIGENTES



❑ **INNOVACIÓN TECNOLÓGICA**
y profesionalización de servicios

**BIG DATA/
Descarga masiva**





¿ Por que se han considerado Buenas Prácticas o Casos de Éxito?

Criterios de selección

- Innovación
- Efectividad
- Sostenibilidad
- Modelo replicable/ transferible



Innovar es la clave



Todos los casos analizados han partido de la idea de reutilización de la información para la **generación de productos y/o servicios innovadores**.

Por ello, este tipo de proyectos requieren de una **inversión constante en I+D+i, para adaptarse tanto a la evolución de los datos como a la identificación de nuevas fuentes** para seguir enriqueciendo el producto o servicio.



Solucionando problemas a terceros



Los casos analizados **desarrollan fundamentalmente soluciones para terceros**.

Identificar necesidades concretas que transformaron en productos o servicios que comercializan para terceros y **se han adecuado para acometer las necesidades de información** planteadas desde esos sectores.

El valor añadido



Conjugan diversas fuentes de datos que cuando se integran ofrecen información nueva y relevante, o bien proporcionan un gran nivel de especificación y conocimiento del sector al que va dirigido.

La empresa ofrece un verdadero valor añadido al completar o enriquecer la información pública o al tratarla para hacerla visual y más fácilmente interpretable o, en la mayoría de los casos, ambas cosas.



Internacionalización: el futuro y la sostenibilidad del modelo



La internacionalización del sector es una tendencia clara y los casos más exitosos no consideran las fronteras a la hora de diseñar y comercializar sus productos y servicios, sino que nacen con una clara vocación internacional.

EL SECTOR PÚBLICO ES PROVEEDOR Y CLIENTE

Uno de los principales proveedores de información del sector es el sector público.

Asimismo, el sector público es igualmente uno de los principales clientes de las iniciativas analizadas.

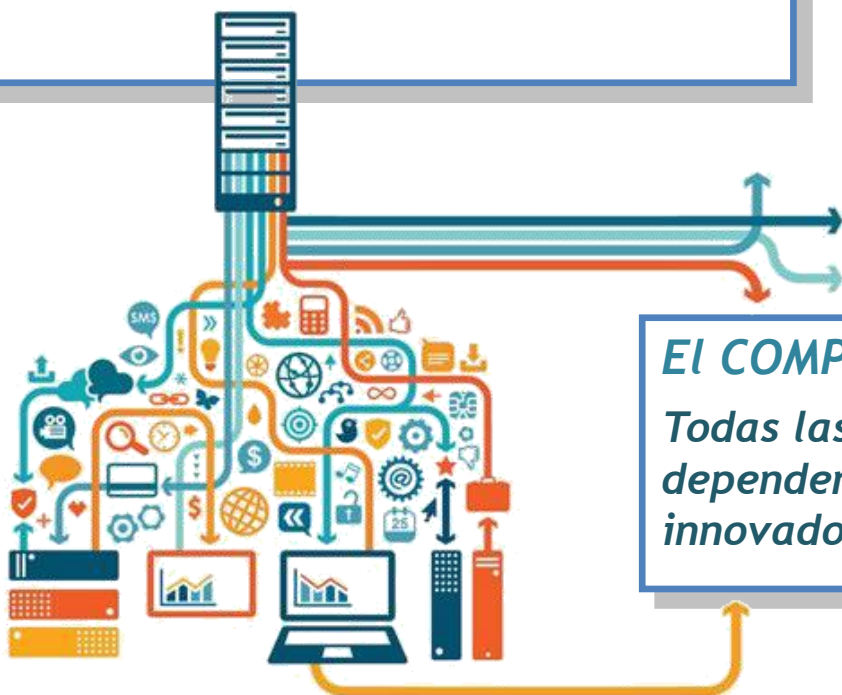
EL CONOCIMIENTO ESPECÍFICO DEL SECTOR de actividad

En muchos casos , se trata de emprendedores que, tras una experiencia en un sector de actividad concreto, deciden emprender en el sector infomediario.

Han identificado una carencia o una necesidad de forma clara, que puede ser satisfecha a través de la reutilización de información.

EL COMPONENTE TECNOLÓGICO es esencial

Todas las empresas que se han analizado dependen de desarrollos tecnológicos innovadores y en constante actualización.



VERSATILIDAD VS ESPECIALIZACIÓN

Las BBPP han llevado a identificar y mostrar dos caminos para el desarrollo de la reutilización:

- **productos/servicios de amplio espectro** de los que pueden hacer uso una gran variedad de empresas de diferentes sectores mediante adaptación del tipo de información reutilizada.
- y **productos y/o servicios desarrollados hacia un nicho específico** de sector de actividad.

EL SERVICIO PERSONALIZADO es el rey

Este modelo de **negocio suele completarse con servicios a medida** tales como informes personalizados o herramientas diseñadas ad hoc.

Conjugan el conocimiento tecnológico y la constante innovación tecnológica con un conocimiento del sector que permite ofertar soluciones de **valor añadido para sus clientes.**

COSTES DE LOS DATOS NO SON LA PRINCIPAL BARRERA

Las mayores dificultades suelen aparecer al tratar con una gran diversidad de fuentes de datos, ya que la **interoperabilidad** suele ser una de las debilidades de las fuentes de información, añadiendo en algunos casos, **la falta de información actualizada.**



INFORMACIÓN CIENTÍFICA	INFORMACIÓN EMPRESARIAL	INFORMACIÓN DE GESTIÓN DE LAS AAPP
LINKNOVATE	AUDIENCE	CIVIO
Reutilización información investigaciones	Reutilización información proveniente de RRSS	Reutilización de info oficial AAPP sobre presupuestos, gastos, ...



INFORMACIÓN EMPRESARIAL	INFORMACIÓN DE GESTIÓN DE LAS AAPP	INFORMACIÓN CARTOGRÁFICA, GEOGRÁFICA Y MAPAS
DATOCAPITAL	EUROALERT	CARTODB
Reutilización información económica financiera empresarial nacional /intl	Reutilización información contratación y licitación AAPP nacional/ intl	Reutilización información para generar inteligencia con info geolocalización

INFORMACIÓN
URBANÍSTICA,
GESTION PROPIEDAD
Y AFINES

TERCEROB

Reutilización
información
registral, catastral y
de mercado



INFORMACIÓN
EMPRESARIAL

CABSA

Reutilización
información
económica
empresarial



INFORMACIÓN MEDIO
AMBIENTAL /
METEOROLÓGICA

METEOGRID

Reutilización
información para
previsiones
meteorológicas
nacionales e intl.

INFORMACIÓN
PÚBLICA EN
GENERAL

GNOSS

Integración y uso
de información
pública en datos
semánticos

INFORMACIÓN
METEOLÓGICA + INFO
TURÍSTICA

BLOOWATCH

Reutilización
información sector
turístico y náutico.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ENERGÍA, TURISMO
Y AGENDA DIGITAL

ontsi

observatorio
nacional de las
telecomunicaciones
y de la SI