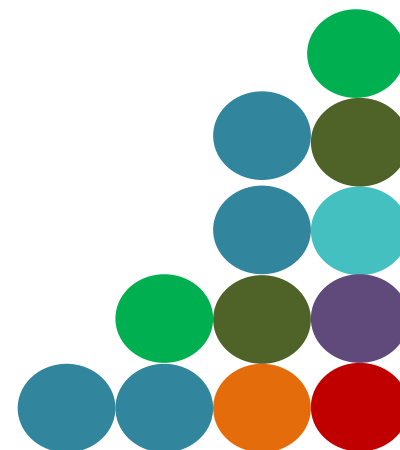


datos.gob.es
reutiliza la información pública



CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR INFOMEDIARIO EN ESPAÑA Sector Público

Edición 2014



REUTILIZACIÓN INFORMACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO:

- CARACTERIZACIÓN Y DESARROLLO DEL SECTOR INFOMEDIARIO

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



Conjunto de empresas que generan aplicaciones, productos y/o servicios de valor añadido destinados a terceros, a partir de la información del Sector Público.

Dada la inexistencia de un censo de referencia de este sector, se ha procedido, a través de diversas fuentes y de las consultas realizadas a otros organismos de la AGE generadores de información a identificar un universo inicial de empresas infomediarias lo más preciso posible analizando los productos y servicios ofertados y caracterizar de forma más real esta actividad.

Esta actualización se ha orientado tanto a empresas que reutilizan información del sector público como del sector privado. Al final de este proceso se han identificado un Universo de:

364

Empresas infomediarias - información pública- en España

CENSO INICIAL 494

CENSO EMPRESAS INFOMEDIARIAS INVESTIGACIÓN 413

- 73% Reutilizadores de información pública + privada
- 15% Reutilizadores de información pública
- 12% Reutilizadores de información privada



DATOS ECONÓMICOS

450 M€ - 500 M€

- Estimación del volumen de negocio generado por la actividad infomediaria pública.
- *Estimación* ↑ 5-6%. Años 2012-13

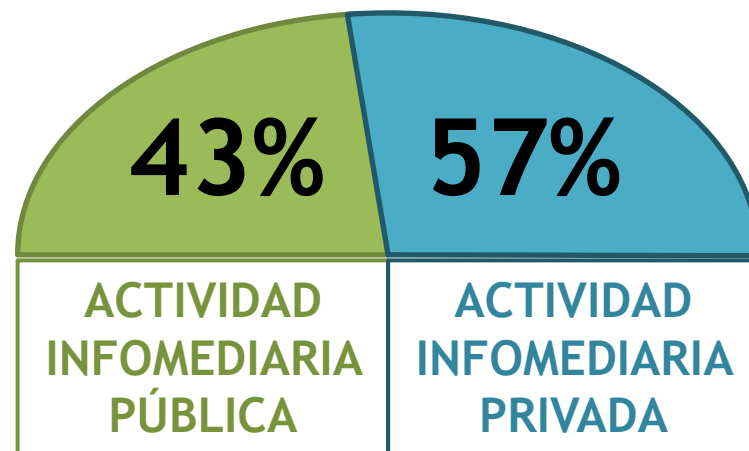
1.000 - 1.200 M€

- Estimación del volumen de negocio generado por las empresas que realizan actividades infomediarias.
 - *Estimación* ↑ 5-6%. Años 2012-13

39%



Empresas señalan que la demanda ha crecido en el último año



El sector no ha sido ajeno a la crisis, lo que generado desde 2012 un **proceso de adaptación**: adecuación de precios, orientación a nuevos clientes y mercados 4



DATOS DE EMPLEO

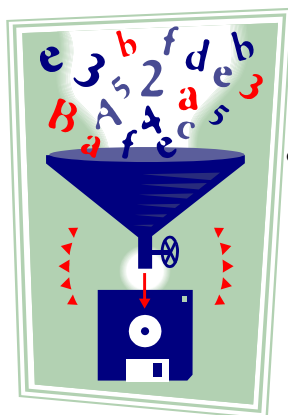
4.200 - 4.700
Empleos sector

- Genera un empleo aproximado de 4.500 trabajadores directamente relacionados con la actividad infomediaria.

- *Estimación ↑ 8-10%. Años 2012-13*



- **62%** empresas han contratado personal en el último año



DATOS ECONÓMICOS - ACTIVIDAD SECTORIAL

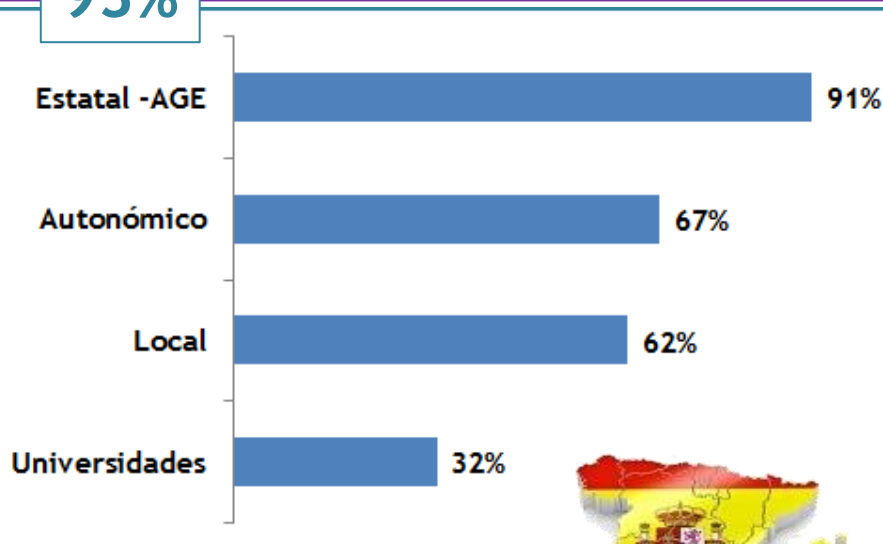
- Los sectores / áreas de información más importantes de las empresas que han participado en la investigación son la Información Geográfica, el sector editorial y los estudios de mercado/ opinión.

Información Geográfica, incluye reutilización de información catastral, urbanística, meteorológica	35 %
Editoriales , incluye edición de libros, comercialización de BBDD, publicaciones, etc.	32 %
Estudios de mercado, incluye actividad de encuestas de opinión, investigación y estudios de mercado	28 %
Directoriales, incluye directorios y guías de direcciones y teléfonos para localización y publicidad	22 %
Económico Financiero, incluye información de riesgo comercial crediticia, solvencia, buros de crédito.	22 %
Otros	4 %

Origen de la información reutilizada

Ámbito de la información

93%

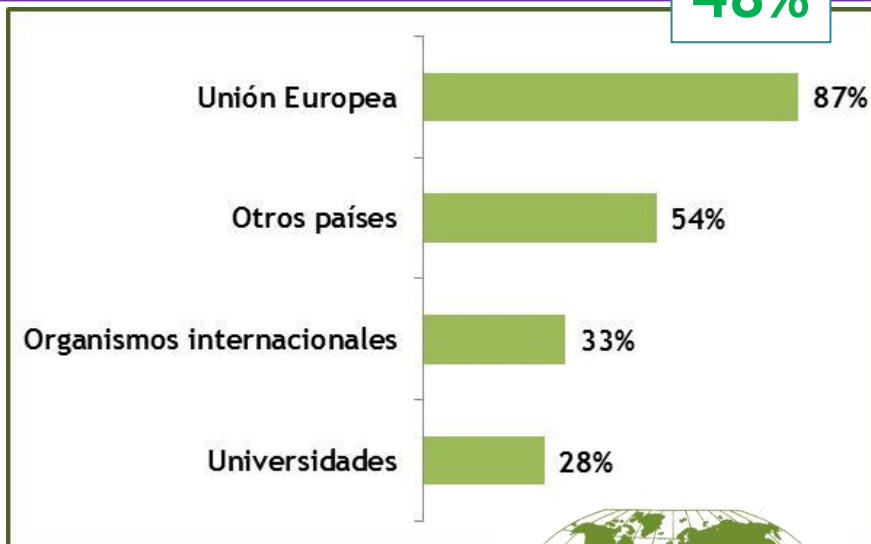


Principales fuentes:

- INE
- Catastro
- Reg. Mercantil
- BOE
- IGN
- Reg. Propiedad



48%



Principales fuentes:

- Comisión Europea
- Banco Mundial
- FMI
- OCDE
- Países: DE - FR - UK - PO
- USA - Latinoamérica



28%

Empresas utilizan información de los 3 ámbitos de las AAPP

ORIGEN Y TIPOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN REUTILIZADA

FORMA DE ACCESO

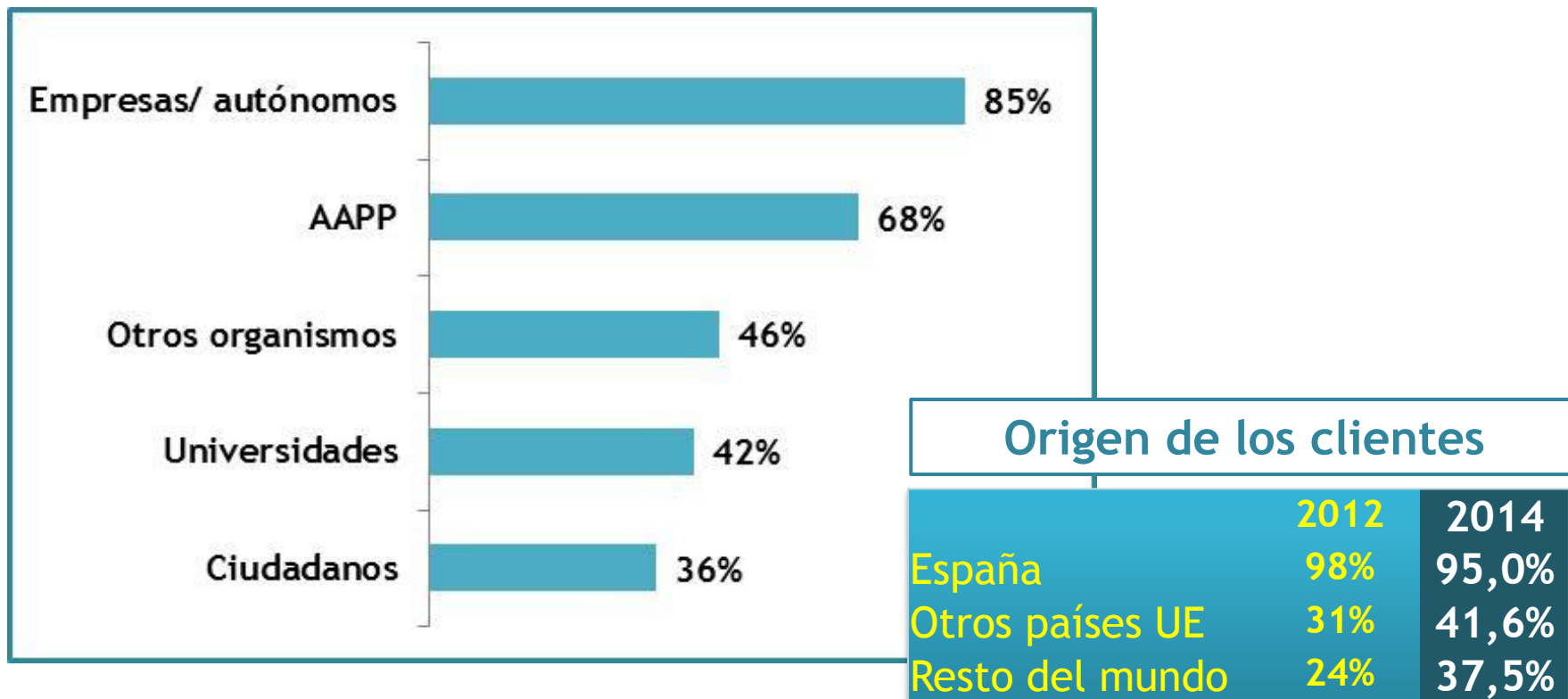
- **92%** acceden directamente a la **WEB/ Portal RISP del Organismo**
- **46%** **Portales internacionales**
- **36%** **Portales entidades privadas**
- **44%** Han obtenido información de **otras empresas reutilizadoras**

TIPOLOGÍA



Las empresas reutilizan entre 3-4 tipos de información para desarrollar sus productos

CLIENTES DEL SECTOR INFOMEDIARIO



- La propia **Administración se convierte en un cliente principal** de las empresas infomediarias, esencialmente en el ámbito local.



La actividad económica infomediaria en el **ámbito internacional ha crecido** aproximadamente un **12%** entre 2012 -2014

ACCESO Y GESTIÓN DE DATOS DE LAS AAPP



Acceden ya a datos en
**FORMATOS
ABIERTOS**

50%

65%

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



- **75 %** Acceden a datos estructurados en formato propietario (xls,xml)



Aparece la figura del “**CORREDOR DE DATOS**” - de pago - que proporcionan datos públicos / privados con mayor calidad en su presentación/ tratamiento

- **Herramientas de gestión** como software análisis de datos, herramientas de búsqueda y software generador de informes son **HERRAMIENTAS BÁSICAS** para desarrollo del sector. Incluso pueden convertirse en **BARRERA DE ENTRADA** para nuevos competidores.

- **COSTE** de la información pública



- **84%** Reutiliza información **GRATUITA**

- Sólo para el 7% el coste de la información es relevante

3,6/5
APROBADO
ALTO

VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA



ELEMENTOS POSITIVOS

- Gratuidad
- Formatos abiertos

Se presentan en un formato óptimo

Los datos son gratuitos

Los datos están muy completos

Se presentan en formatos abiertos

Los datos están muy actualizados

Se presentan en formatos estructurados

El nivel de desagregación es óptimo

Incluyen documentación de contexto y metodología

Incluyen información adicional

MARGEN DE MEJORA

- Detalle y desagregación
- Información de contexto

La mejora de la información pública ha permitido al sector mejorar su **EFICIENCIA** y con ello, **SUS RESULTADOS**

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

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



SERVICIOS disponibles y FUNCIONAN BIEN

46%

40%

NO todas las AAPP PROPORCIONAN todos los datos necesarios



Servicios SIEMPRE DISPONIBLES y funcionan

3,2

Se proporcionan servicios para DESCARGA MASIVA

2,99

Las AAPP proporcionan la MAYORÍA de los DATOS NECESARIOS

2,78

2,84

Existen CANALES PARA SOLICITAR la publicación de datos

2,93

Las AAPP dan respuesta a peticiones y necesidades



MODELOS DE INGRESOS



Modelos de ingresos por pago de los servicios

Modelo de prestación de servicios gratuitos

	2012	2014
Gratuito sin restricciones	23%	20%
Gratuito mediante clave	10%	14%
Gratuito con publicidad	15%	10%

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

82%
INGRESOS por VENTA DIRECTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS

PRODUCTOS, SERVICIOS Y APLICACIONES OFERTADOS DESDE EL SECTOR

PRODUCTOS	89%
------------------	------------

Datos tratados	71%
Mapas	41%
Publicaciones	28%
Datos en bruto	19%

APLICACIONES	50%
---------------------	------------

Software cliente	28%
Software móvil	20%
Información GPS	17%
Alertas SMS/mail	16%

SERVICIOS	80 %
------------------	-------------

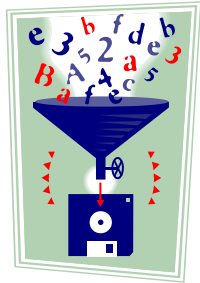
Informes personalizados	55%
Asesoramiento	44%
Comparativas	43%
Clipping	13%

ELEMENTOS DESTACADOS

- Tendencias:
 - **DIVERSIFICACIÓN** de productos y serv.
 - Productos de **MAYOR VALOR AÑADIDO**
- **Crecen (en relación a 2012):**
 - **DATOS TRATADOS**
 - **ASESORAMIENTO** (inteligencia)
 - **COMPARATIVAS**
 - **PUBLICACIONES/ Estudios**
- **Menos empresas que comercializan DATOS EN BRUTO e INFORMES PERSONALIZADOS (sobre 2012)**



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



EMPRESAS

93%, demandan
DATOS TRATADOS,
todos los SERVICIOS,
y ALERTAS



AAPP

88%, demandan
información geográfica -
MAPAS-, servicios de
CLIPPING, COMPARATIVAS,
82% APPS y desarrollo
de SW Cliente



UNIVERSIDADES

77%, demandan
DATOS EN BRUTO,
servicios de CLIPPING
y **65%** aplicaciones
GPS y APPS



Internet es la base para el ejercicio de la actividad



LA WEB es el principal canal de comunicación con sus clientes.

- Tienen una presencia activa en internet
- Usan blogs y redes sociales un 74%
- Posicionamiento SEO/SEM un 51%
- Sistemas privados de relación con clientes un 25%

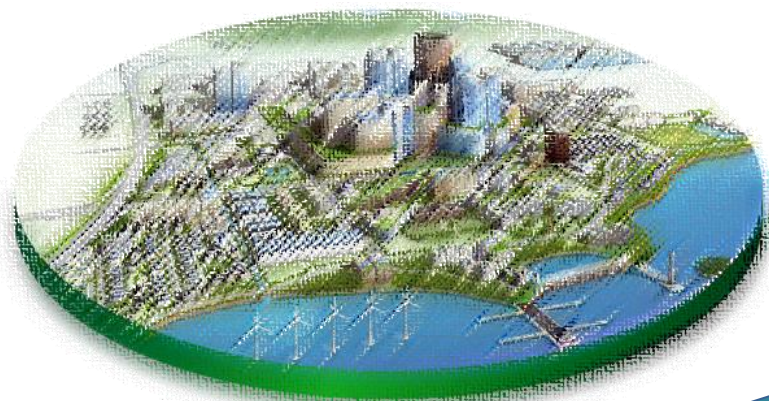


El español es el idioma común (99%)
para los productos o servicios ofertados

- Destaca la producción en INGLÉS (49%)
- Catalán (26%), y Gallego y Euskera (16%)
también presentes

FUTURO DEL SECTOR

OPORTUNIDADES DE DESARROLLO



Desarrollo de servicios para
CIUDADES INTELIGENTES



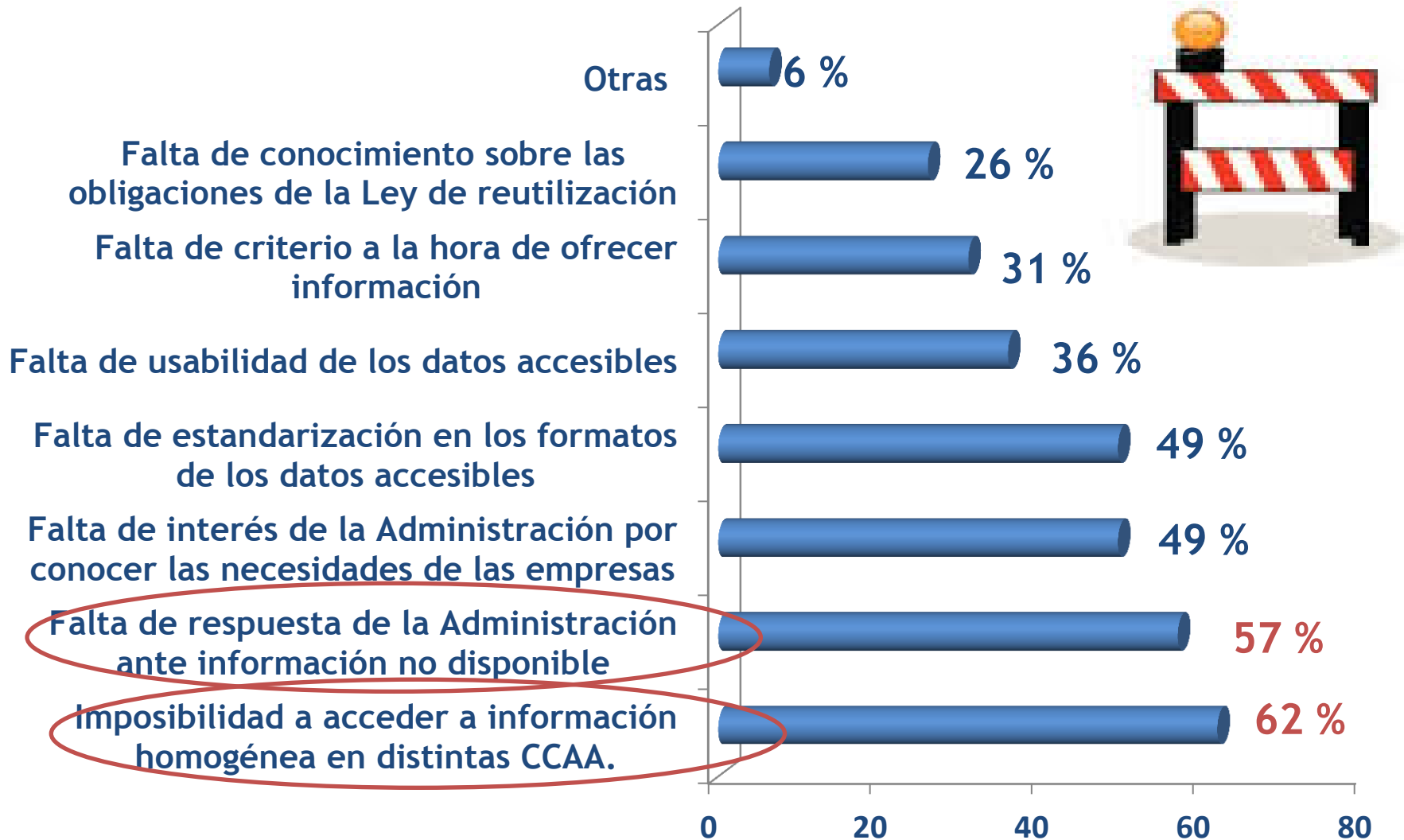
BIG DATA



DISPONIBILIDAD DE
DATOS EN TIEMPO
REAL



BARRERAS Y OBSTÁCULOS AL DESARROLLO DEL SECTOR





PROPUESTAS PARA EL FUTURO DE LAS EMPRESAS INFOMEDIARIAS

El sector demanda:

- ❑ **DENTRO DEL SECTOR**, para favorecer su desarrollo:
 - ❑ Intensificar la **LABOR PEDAGÓGICA** sobre los **BENEFICIOS ECONÓMICOS** de la reutilización (AAPP, asociaciones, empresas)
 - ❑ **RECURSOS HUMANOS ADAPTADOS** a las necesidades del sector

- ❑ **EN LAS AA.PP**, para minimizar los posibles inhibidores:
 - ❑ **MEJORAR PREDISPOSICIÓN** de las AAPP y **MODELOS** de puesta a disposición de **INFORMACIÓN NO DISPONIBLE**
 - ❑ **MAYOR COORDINACIÓN** entre AA.PP con un liderazgo claro.
 - ❑ **PLAN ESTRATÉGICO**: normalización de formatos y datos cuya publicación y actualización sea preceptiva.
 - ❑ Reducir las diferencias actuales entre el desarrollo entre AGE - CCAA-EELL , para garantizar el desarrollo de mercado común, productos a nivel nacional y economías de escala

PROPUESTAS PARA EL FUTURO DE LAS EMPRESAS INFOMEDIARIAS



Reto futuro: INFORMACIÓN DE CALIDAD,
con elementos como:

- Desarrollo de *ESTÁNDARES* para la configuración de los DATOS
- NORMALIZACIÓN SEMÁNTICA* entre datos e información de las AAPP
- La *ACTUALIZACIÓN* correcta de forma periódica y formalizada
- Impulsar la *COMPLETITUD* de los datos
- Mantener *INFORMACIÓN DE CONTEXTO* sobre los datos
- Mayor DESAGREGACIÓN*
- Más *INFORMACIÓN SOBRE SERVICIOS PÚBLICOS* y sobre su uso o consumo, por parte de los ciudadanos
- INFORMACIÓN EN TIEMPO REAL* para productos de valor añadido.

