



- INICIO
- ZONA DE NOTAS
- NÚMEROS ANTERIORES
- SOBRE EPI
- DISTRIBUCIÓN/BASES DE DATOS
- SUSCRIPCIONES
- PUBLICIDAD
- INFORMACIÓN AUTORES
- AGENDA
- IWETEL
- THINKEPI
- COPYRIGHT
- EQUIPO DE LA REVISTA

- CONTACTO



 WWW EPI

Diciembre 1999

La información económica en España. Una revisión

Por **Paloma Portela**



Resumen: Se ofrece una panorámica del estado actual de la oferta de información económica y empresarial en España, repasando los antecedentes, la estrecha relación entre empresa e información y la importancia que tiene la tecnología en la existencia de una industria de la información económica. Se hace un repaso del estado de la cuestión en cada uno de los sectores de esta industria y, finalmente, se aportan unas conclusiones.

Palabras clave: Información económica, Información empresarial, Tecnologías, Globalización, Competitividad, Industria de recursos de información.

Title: Economic information in Spain: an overview

Abstract: The article offers an overview of the Spanish market for economic and business information, beginning with a review of the past situation, followed by discussions of the close relationship between business and information, the role played by it, the state of the art in the information industry and finally conclusions are put forward.

Keywords: Economic information, Business information, Technologies, Globalization, Competitivity, Information industry.

Portela, Paloma. "La información económica en España. Una revisión". En: *El profesional de la información*, 1999, diciembre, v. 8, n. 12, pp. 4-14.

Es ya un tópico decir que la información es un bien que garantiza el correcto proceso de toma de decisiones de los agentes económicos. Esta afirmación gusta hacerla especialmente a los profesionales de la información o a los gestores del conocimiento porque, al decirlo, creen exorcizar los viejos y nuevos demonios que amenazan con quitarles su posición de intermediarios entre la oferta y la demanda.

Pero, aunque sea algo trivial, también es verdad. Y cada vez más. Cientos y cientos de páginas dedicadas a hablar de la inteligencia competitiva, de la industria de los contenidos o del capital intelectual la confirman. Las empresas utilizan progresiva e intensivamente el recurso información como la variable estratégica fundamental para crear riqueza.

«Las empresas españolas han ido haciéndose cada vez más transparentes, ofreciendo los datos sobre su actividad con mayor calidad y actualización»

Eso es cierto en EUA, Gran Bretaña y Alemania, pero ¿qué pasa en España? Este artículo intenta ofrecer una panorámica de la oferta actual de información económica y empresarial, ahora y aquí, repasando de dónde se parte, cuál es la relación que mantiene con la empresa, destacando la importancia crucial de la tecnología en la existencia de este tipo de industria, haciendo un repaso del estado de la cuestión en cada uno de sus sectores y, finalmente, aportando unas conclusiones que, por supuesto, están desde ya sujetas a debate.

Antecedentes

El profesor **Maroto** explica que entre 1960 y 1985 la información económica en España era irrelevante e insuficiente por la situación política que imponían unos mercados limitados y ajenos a la internacionalización. Las empresas no valoraban la que estaba disponible y, además, restringían el alcance público de sus propios informes internos al considerarlos un bien privativo. La paradoja era que, por ejemplo, un centro de documentación de un gran banco podía tener datos sobre cualquier empresa noruega, pero no de una española.

Tímidamente, empujadas una vez por la regulación de una administración que se adecuaba a las reglas de la Comunidad Europea, otras movidas por los vientos de la competitividad, las empresas españolas han ido haciéndose cada vez más transparentes y ofreciendo, con mayor calidad y actualización, los datos sobre su actividad. En paralelo, una industria emergente, la de servicios de información económica y empresarial, ha surgido, crecido y está consolidándose poco a poco.

Economía, empresa e información

Varios factores han facilitado el paso de una sociedad autárquica y opaca hacia una cultura económica abierta y competitiva. Evidentemente el primero fue de carácter político e institucional, al acabarse un sistema dictatorial y afianzarse las entidades democráticas. El segundo factor fue la total integración en la unión económica y monetaria europea en 1998. Sobre todo con la llegada de la zona euro, la globalización de la economía (favorecida por la revolución tecnológica), el paso de la sociedad industrial a la de la información, la facilidad

de transmisión de datos en tiempo real, etc. Todo ello está obligando a las empresas a transformar sus modelos de gestión.

La implantación de intranets, la aplicación de sistemas de gestión del conocimiento, el control electrónico de documentos, una mayor atención a los datos de los mercados exteriores y, quizá lo más importante: la incorporación de los activos intangibles y el capital intelectual como elementos de la gestión empresarial— dando mucha más relevancia a los contenidos— están transformado el esqueleto corporativo español y las políticas de fomento de las distintas administraciones e impulsando el desarrollo de una industria específica del sector de la información económica.

El tejido empresarial y los agentes financieros españoles no tienen más remedio que renovarse en cuanto a transparencia informativa, sobre todo porque tanto los agentes como los sujetos de la economía se han convertido, a su vez, en demandantes de información. Las razones son:

1. A las empresas se les obliga a facilitar datos a los registros mercantiles sobre sus actividades.
2. Los directivos están asumiendo que la información (interna y externa) es un elemento estratégico en la gestión empresarial.
3. El peso que los medios de comunicación tienen en la actividad de un país presiona muy fuerte para que la información económica fluya sin cortapisas.
4. El precio de las tecnologías está bajando tanto que ya no hay excusas para negarse a compartir la información.
5. Como decía **Manuel Portela** en las jornadas organizadas por *Sedic* en Madrid en 19942, hay un grado distinto de información según si la consulta es realizada por los accionistas, los proveedores, los empleados, los financiadores o los clientes. El crecimiento económico genera una mayor demanda de bienes y servicios obligando a un aumento de la información empresarial que es costosa, pero cuya difusión suele ser gratuita porque así lo exigen los mercados, a través de la legislación correspondiente, para poder crear competencia. De esa forma se genera una información abundante que ayuda a eliminar la incertidumbre pero que, a la vez, es compleja, muy extensa y ramificada, abarcando varias disciplinas vivas en constante evolución.

«Cada dólar destinado a investigación genera un valor de mercado de entre 1,25 y 2 dólares»

Así que no es fácil encontrar sistemas accesibles y normalizados que permitan acceder al cien por cien de los recursos existentes. Se encuentran también las dificultades propias de una estructura empresarial formada mayoritariamente por pymes (pequeñas y medianas empresas) con escasos recursos y poca visibilidad.

Desarrollo tecnológico

Según varios analistas de la coyuntura económica internacional, la principal causa del crecimiento mundial de los últimos diez años está en la inversión en tecnologías de la información. No sólo por el papel que ésta juega en la mejora de la competitividad y el abaratamiento de la producción, sino porque los

formatos digitales, las redes cada vez más veloces, los sistemas online y los precios que bajan están cambiando la manera en que se hacen los negocios así como la forma en la que los países y sus ciudadanos generan riqueza.

Por ejemplo, en EUA un 25% del crecimiento del PIB es atribuible a las nuevas tecnologías. Según el *Wall Street Journal* hay consenso en que la revolución en el área de las tecnologías de la información ha sido uno de los factores que están influyendo en el progreso de la economía del país y en la enorme subida alcanzada por su bolsa. Las empresas están gastando grandes cantidades de dinero en activos intangibles, en I+D, en formación y en nuevos desarrollos tecnológicos que alimentan los beneficios futuros tanto como lo harían los tangibles.

La inversión de la industria en I+D ha pasado del 1,3% en los años 50 al 2,9% en la década de los 90. Cada dólar destinado a investigación genera un valor de mercado de entre 1,25 y 2 dólares, mientras que cada dólar invertido en equipamiento genera sólo otro más. Como elemento de comparación: en tanto que la UE dedicó en 1998 el 1,83% del PIB a I+D, EUA asignó un 2,79% y Japón el 2,92%.

¿Qué pasa en España? Pues que es el país que menos invierte, dedicando menos del 1% del PIB, según la *Ocde*. Sin embargo, a pesar de este dato negativo, los distintos indicadores de desarrollo tecnológico en España evidencian un proceso de transformación de una sociedad tradicional a otra que se encamina hacia una cultura de la información:

- En 1994 había 5.392 líneas telefónicas digitales. En 1998 pasaron a ser 341.500.
- En 1994 estaban en funcionamiento 375.456 teléfonos móviles. A mediados de 1999 se alcanzó la cifra de 11 millones de usuarios.
- En ese mismo año había 1.890.000 PCs, en 1998 ya eran 4.980.000.
- Si en 1996 accedían a internet 976.000 personas, dos años después llegaban a ser 2.200.000.
- El *Estudio general de medios* dice que en 1996 usaba habitualmente el ordenador un 13,9% de la población, frente al 19,5% de 1999.
- En el 2002 habrá en Europa más de 80 millones de consumidores de nuevas tecnologías (según un estudio de *Gemini Consulting* para la *Comisión Europea*). Los factores críticos serán el comercio electrónico (más entre empresas que entre éstas y el usuario final) y la distribución digital de bienes y servicios (banca al detalle, viajes, etc.). Según *Microsoft*, en ese año la facturación entre empresas vía comercio electrónico será de 45 B PTA.

Situación actual

Hacer un balance del estado de la información económica y empresarial en España no es fácil. Los datos están dispersos y muchas veces poco actualizados. Se echan de menos análisis e informes periódicos sobre su desarrollo, tan frecuentes en EUA u otros países europeos. Además se observa una cierta opacidad en las industrias del sector sobre cifras de venta, número y clase de clientes, etc. Tampoco los balances que las administraciones públicas hacen sobre las políticas culturales o de I+D proporcionan un estudio y datos

suficientes como para poder tener un panorama completo y fiable del estado de la cuestión. Se habla y se escribe poco de la sociedad de la información y de las medidas que unos y otros están tomando para adaptarse a los cambios que se están imponiendo.

De todas maneras, y aunque sea sólo sobre una parte de la información económica y empresarial, se han podido extraer algunos datos significativos del *MSStudy I13 (Member states study sobre la situación de los mercados de información electrónica en los países del área económica europea)*, cuya parte española ha sido llevada a cabo por el *Institut d'Estadística de Catalunya* en colaboración con *Asedie (Asociación Multisectorial de la Información)* y el *Cindoc (Centro de Información y Documentación Científica)*. El trabajo se ha basado en una encuesta dirigida a un panel de expertos en cada país y tiene puntos de interés comunes con este artículo porque un porcentaje muy importante de la oferta de información electrónica en España es de contenido económico, empresarial o de temas que afectan de forma importante a esas actividades, como puede ser aquella de tipo legal o las fuentes de prensa y otros medios de comunicación.

<http://www.asedie.es>

<http://www.cindoc.csic.es>

Las cifras más elocuentes son:

- El crecimiento de la información electrónica para uso profesional en España entre 1995 y 1997 ha sido del 8% anual. Si se compara con el mercado británico, la tasa de crecimiento anual desde 1995 ha sido del 10% (datos proporcionados por la oficina en España de *The Dialog Corporation*).

«Los directivos están asumiendo que la información interna y externa son elementos estratégicos en la gestión empresarial»

- En 1997 el reparto del mercado era el siguiente: un 63% de la cuota se lo llevaban los servicios online en tiempo real, el 20% el de carácter retrospectivo y un 17% lo que se conoce como offline (cd-rom).
- La previsión para el período 1998-2003 indica que la oferta de información electrónica aumentará en un 11,96%.
- Mientras que en 1997 el volumen de ventas de la información electrónica para empresas era del 60%, la cuota dirigida al gran público irá creciendo de forma que en el 2003 será del 50%, con una tendencia bastante marcada a subir muy deprisa.
- Este crecimiento ha dado lugar a una mayor competitividad entre productores y distribuidores de la información profesional y, como consecuencia, se ha producido un abaratamiento en los precios y una modificación en los sistemas de tarificación que han beneficiado a los clientes.

Una opinión extendida entre los especialistas a los que se remitió la encuesta era que, a pesar de las cifras positivas, quedaba mucho camino por recorrer en relación con los mercados europeos y sobre todo con los americanos. Otros expertos apuntaban a un cierto estancamiento manifestado en la escasa aparición de nuevos productos. Finalmente alguno de los encuestados opinaba

que la industria de la información electrónica había alcanzado el umbral de la madurez y, por tanto, ya no podría crecer mucho más.

Otros autores al margen del informe antes citado, como **Alfons Cornella**, llevan tiempo insistiendo en que el volumen de la industria de la información financiera es menor que el que le corresponde al desarrollo económico español y que la posible causa de una demanda estrecha puede ser la escasa oferta de un sector que, todavía, tiene rasgos de ser emergente y estar escasamente consolidado.

«Las pymes consideran que la clave para alcanzar una mayor innovación en su proceso de producción es la información»

No cabe duda de la enorme potencialidad que la estructura empresarial española tiene para un mercado potente de información económica. Pero no hay que olvidar que más de un 80% son pequeñas y medianas compañías, según la definición establecida por la *Comisión Europea*. Un estudio publicado en 1998 por la *Red de Fundaciones Universidad-Empresa* y basado en una encuesta a 21.000 sociedades, destaca que las pymes consideran que la clave para alcanzar una mayor innovación en su proceso de producción es la información. En concreto son muy sensibles hacia la relacionada con sus actividades comerciales, de producción y de aplicaciones tecnológicas. Sobre todo se necesitan datos sobre clientes, empresas del sector y análisis de mercados. Como detalle curioso, creen que las fuentes menos fiables son las de patentes, las universidades y los centros de investigación.

115.317 pymes son el mercado potencial de la industria de la información. Hasta el momento sólo el 14% usan internet y el correo electrónico. Sin embargo un estudio de *Grant Thornton International* sobre pymes europeas indica que están empezando a invertir considerablemente en intangibles: formación, I+D y publicidad, elementos que hasta ahora sólo las grandes compañías tenían en cuenta en sus políticas de inversión. Otras fuentes señalan que se está desarrollando un crecimiento espectacular en el uso de internet en Europa y que, en España, un 39% de estas empresas ha manifestado su intención de tener una página web a lo largo de 1999.

Se puede discutir sobre la abundancia y calidad de la información económica y empresarial o sobre la profundidad o velocidad con la que este sector se consolida. Pero parece indudable que en la última década se ha producido un claro despegue, al menos en algunas de sus especialidades. Una muestra se encuentra en la evolución del consumo de un conjunto de bases de datos significativo, como el número de accesos a las bases de datos del *Icex*:

- 1996: 96.358
- 1997: 127.203
- 1998: 127.856
- Primer semestre de 1999: 90.345

Otro indicador son las ventas, cuyos datos han sido tomados de los balances respectivos de algunas de las compañías distribuidoras de información comercial de empresa:

- *Informa S. A.* declaró en el año 1997 una cifra de ventas de 1.300 M PTA, un 24,07% más en relación con 1996. Un año después se alcanzaron los 1.526, lo que significa un aumento del 17,415%.
- *Dun & Bradstreet* informa que su cifra en 1997 era de 2.912 M PTA.
- *Infotel* tuvo en 1997 unas ventas de 83 M PTA, que pasaron a ser de 240 al año siguiente, con un crecimiento del 189,41%.
- *Equifax Ibérica* realizó en 1997 1.743 M PTA en ventas, un 42,54% más en relación con el año anterior.

Oferta y demanda. Productores, distribuidores y usuarios

Antes de describir la situación del mercado en España, habría que señalar dos fenómenos interesantes que afectan, cada uno en su caso, al mapa de la oferta de la información económica. En primer lugar la existencia de una fuerte competitividad y estrategias de concentración empresarial, especialmente en los medios y en la industria editorial, que está agrupando en un puñado de grandes corporaciones el control de prensa, televisión y difusión editorial. Como ejemplos se pueden citar la actuación de *Televisión Española* con el grupo *Pearson* — con *Recoletos* como su bandera española— que están creando una fortísima industria de contenidos y medios de información económica.

Sin ir más lejos, *Telefónica* tiene importantes participaciones en una cadena de televisión (*Antena 3 TV*), una plataforma digital (*Vía Digital*), una empresa de cable (*Telefónica Cable*), cuatro emisoras de radio (*Onda Cero*, *Radio Voz*, *Europa FM* y *Radio España*) así como varios periódicos (*Expansión*, *Marca*, *El mundo* y *Actualidad económica*). También cabe destacar el acuerdo entre *Televisa* (México) y *Recoletos* para crear un canal de televisión económico para América Latina o la compra de *Servicom* por *Retevisión*.

Otro fenómeno a tener en cuenta— porque marca una etapa importante para su consolidación como fuerza económica— es la presencia cada vez más activa de *Asedie*, que agrupa a casi un centenar de empresas y organismos públicos cuya actividad es el uso y distribución de información bursátil. En 1998 sumaban una facturación conjunta en torno a los 16.000 M PTA, dando empleo a 1.300 personas. Está organizada en cinco sectores: información comercial, electrónica, investigación mercantil y gestión de cobros, información general y publicaciones sectoriales.

Entre sus miembros cabe citar por el sector público: el *BOE*, el *Csic-Cindoc*, la *Dirección General de Políticas de la Pyme (DGPyme)*, el *Icex*, el *Igape*, el *INE* o la *Oficina Española de Patentes y Marcas*. Como representantes del mundo privado destacar a la editorial *Aranzadi*, *Ardán*, *Camerdata*, *Csi-The Dialog Corporation*, *Greendata*, *Infoline*, *Micronet*, *My News*, *Taric* o *Infoline Brokers de Información*.

Podemos obtener una aproximación bastante tradicional al conocimiento de la situación por medio de una descripción de las fuentes de información disponibles. Se podría partir de tres compilaciones bastante completas y fiables:

- El *Directorio de fuentes de información para el estudio de las empresas españolas* realizado por el *Departamento de Estudios de Empresa* de la

Fundación de las Cajas de Ahorro, bajo la dirección de **Juan Antonio Maroto** en 1998.

- La información distribuida a través del web *Guíame!*, de *Esade*, que gestiona **Alfons Cornella**.

<http://www.guiame.net>

- El *Directorio de fuentes de información de la economía española*⁴ realizado por un equipo de expertos en información económica.

En el primero se recogen 250 fuentes, en el segundo 1.658 y en el último 1.585. En su conjunto, y complementándose unos a otros, permiten hacerse una idea bastante completa de la oferta informativa económica en los últimos años.

El seguimiento de la coyuntura económica y de sus indicadores básicos en España se puede hacer, desde hace mucho tiempo, a través de la información que proporcionan regularmente el *Banco de España* y la *Subdirección General de Previsión y Coyuntura* del *Ministerio de Economía y Hacienda*. La novedad es que los soportes en los que aparece se han multiplicado pudiendo obtenerse en formato electrónico y a través de internet.

Pero también un buen número de bancos, cajas, analistas económicos y centros de investigación ofrecen sus propios análisis y previsiones. Destacan las publicaciones de la *Fundación BBV*, la de la *Ceca (Confederación Española de Cajas de Ahorro)*, *Argentaria*, *Analistas Financieros Internacionales (AFI)* o el *Instituto Lawrence Klein* de la *Universidad Autónoma de Madrid*.

Anuarios y directorios. Los distintos repertorios anteriormente citados ofrecen un inventario en torno a 138 títulos distintos disponibles en el mercado, desde los de carácter general —como los publicados tradicionalmente por los periódicos de alcance nacional (*El país*, *El mundo*, *Actualidad económica*, etc.)— hasta los directorios especializados en proporcionar datos básicos sobre empresas —como los editados por *Camerdata*, *Dicodj*, la *DGPyme* a través de su base de datos *SIE*, *Duns 30.000*, *Fomento de la producción*, *Seric*, *Icex* y *Ardán*— que han realizado un esfuerzo importante en el ámbito autonómico y regional.

«Según varios analistas, la principal causa del crecimiento mundial de los últimos diez años está en la inversión en tecnologías de la información»

Información de y sobre la empresa. Es quizá el área que ofrece un mayor volumen y que más crecimiento ha experimentado en los últimos años. En primer lugar se encuentran los recursos sobre empresas, cuya fuente primaria más importante está, sin duda, en los registros mercantiles. En ellos, desde 1992, es obligatorio el depósito de la información societaria y de las cuentas anuales de todas las sociedades españolas y, desde que se deposita, es pública. Para darse cuenta de su extensión hay que decir que cada año se registran las cuentas de 550.000 compañías — entre el 75% y el 80% de las que están obligadas—. En 1997 se inscribieron unas 97.000 nuevas y un año después depositaron cuentas 142.110 sociedades anónimas, así como 502.435 limitadas.

Cabe achacar todavía importantes defectos en el servicio de los registros mercantiles como: la lentitud de algunos de ellos, falta de calidad en la reproducción de los documentos y la tardanza en la informatización y digitalización. De cualquier forma hay que aceptar que se han producido cambios notables, como su acceso por internet, el plan masivo de escaneo o la regulación que permitirá, a partir del 2000, la recepción de las cuentas anuales en disquete, lo que agilizará enormemente el acceso vía electrónica no sólo a los datos registrales sino al texto completo.

Otra fuente importante es la *Comisión Nacional del Mercado de Valores (Cnmv)*. Esta agencia pública independiente tiene atribuido, entre otras funciones, el mantenimiento y difusión de importantes volúmenes de información de y sobre sociedades que cotizan en bolsa y otros mercados financieros. Bien a través de su web, en las pantallas de consulta en su sala pública, o mediante otros medios de difusión, ofrece datos completos y actualizados de la gestión, actividades y resultados económicos de más de 600 empresas anónimas, 2.000 fondos y compañías de servicios de inversión que actúan como intermediarios financieros en España.

La central de balances del *Banco de España* es una de las grandes opciones para el acercamiento a datos agregados y globales sobre el tejido empresarial español. Aunque el acceso público sólo permite conocer los agregados, las empresas que participan en la alimentación de datos pueden disponer de toda la información correspondiente a su actividad. También el *INE* ofrece un *Directorio central de empresas (Dirce)*, muy completo y con datos tanto estatales como autonómicos.

Las cámaras de comercio, especialmente la de Madrid y, sobre todo, *Camerdata*, ofrecen bases de datos de comercio internacional, directorios de empresas import-export, organismos españoles en el extranjero y empresas de las distintas ccaa. El *Instituto de Estudios Fiscales* publica regularmente (la última edición es de 1997) un magnífico análisis de la evolución de las sociedades españolas a través de los datos proporcionados por las fuentes tributarias. *La DGPyme* tiene una serie de bases de datos en su web, de gran utilidad sobre todo para estas sociedades: *SIE*, directorio de empresas, etc.

Finalmente hay que resaltar el esfuerzo que han hecho, en mayor o menor medida, las ccaa tanto de organizar sistemas de recogida de datos como para ofrecer medios para su difusión, lo que está permitiendo que se conozca con mucho detalle la evolución de los grandes indicadores económicos autonómicos, pero también el entramado industrial, la producción, la financiación, etc.

Información empresarial y comercial. Es, quizá, unos de los sectores más dinámicos y de mayor vitalidad. Según *Asedie* existen 16 empresas dedicadas a proporcionar información obtenida a partir del *Borme (Boletín Oficial del Registro Mercantil)* de más de un millón y medio de compañías españolas e internacionales, con una facturación de unos 10.000 M PTA y dando empleo directo a 3.000 personas. Las más importantes son *Informa*, *D&B*, *Equifax*, *Iliberis* o *Ardán*, dando todas ellas servicio a través de internet.

<http://www.informasa.es/>

<http://www.dun.es>

<http://www.asnefequifax.es/>

<http://www.infotel.es/ilibhome.htm>

<http://www.ardan.es>

La prensa se ha dado cuenta de la potencialidad de estos productos y muchos diarios han establecido acuerdos con dichas empresas de informes. Así *Expansión* difunde en su web datos procedentes de *Asnef-Equifax*. Lo mismo ocurre en *El país digital*, *Infotel*, *D&B* y *Banesto*.

Información sobre créditos y morosidad. Estas empresas son conocidas a veces como *crédito bureaux* y gestionan las bases de datos de las entidades financieras para intercambiar información de morosidad de sus clientes. Mueven unos 2.000 M PTA anuales. En 1997 creció un 21,89% y al año siguiente otro 19,78%, según datos de *Asnef-Equifax*. Ésta última, junto a *Transunion España* (que es una fusión de *Trans Union Corporation*, *D&B* e *Interpress*), es la grande del sector.

Medios de comunicación

1. Prensa económica. Diversifica su presencia en el mercado ya que ha salido con fuerza en internet, hasta ahora con carácter gratuito. Las webs no sólo presentan el periódico digital sino también una amplia oferta con acceso a informes de empresas, gráficos de bolsa, mercados de divisas, tipos de interés, etc. Se publican en España tres periódicos de esta naturaleza: *Expansión*, *Cinco días* y la *Gaceta de los negocios*. Además, hay que tener en cuenta las secciones de economía de los diarios generales o las páginas salmón que suelen incluir los domingos.

«El Instituto de Estudios Fiscales publica regularmente un magnífico análisis de la evolución de las sociedades españolas»

Es interesante dar algunos datos difundidos por la *OJD* (*Oficina de Justificación de la Difusión*) para calibrar el peso relativo de este sector especializado. En 1998 sólo un 36,9% de ciudadanos eran lectores de prensa, de los cuales el 7,1% leía *Marca* frente al 0,4% de *Expansión*. La información económica representaba un 2,1% del total de títulos en la calle. En 1998 los tres periódicos aludidos vendían 213.283 ejemplares diarios en contraste a los 450.176 de *El país* o los 417.456 del periódico deportivo *Marca*. Parece que la utilización de medios electrónicos está teniendo a una cierta aceptación pues, de nuevo con datos de dicha oficina, la versión digital de *Cinco días* recibía 330.239 visitas en julio de 1999 y la de *Expansión* 318.990. De cualquier forma, para relativizar habría que decir que *El país digital* fue visitado 2.011.936 veces.

<http://www.ojd.es>

De todas maneras, como reconoce la presidenta de *Apie* (*Asociación Española de Periodistas Económicos*) "el negocio de la prensa económica no

- se justifica por la difusión, sino por la publicidad. La prensa económica española es una prensa de fuerte soporte comercial, como lo demuestra la gran cantidad de promociones comerciales, suplementos especiales y publrreportajes encubiertos que ha soportado en los últimos años de crisis económica (1992-1995) para compensar sus bajos ingresos por ventas”5.
2. Medios audiovisuales. Hay ofertas interesantes de información económica a través de la televisión, como la versión en español de la *CNN* o la cadena *Expansión Digital*, del grupo *Recoletos* y también a través de la radio con *Intereconomía*.
 3. Bases de datos. Hay una serie de empresas que suministran servicios de recortes de prensa, resúmenes y búsquedas retrospectivas, entre ellas: *Microdoc*, *Baratz*, *Sarenet*, *EFE* y *My News*.

Las noticias españolas están siendo cubiertas cada vez con más interés por grandes difusores: *Reuters* dispone de una página con información de España y acaba de firmar un acuerdo de intercambio con *Dow Jones*; también destaca la oferta de *The Dialog Corporation*, cuya cobertura de prensa española se comenta brevemente a continuación.

«Las noticias españolas están siendo cubiertas cada vez con más interés por grandes difusores»

Bases de datos. Según los diversos directorios de fuentes anteriormente citados, hay censadas unas 125 que abarcan una amplia variedad de campos: sobre empresas (*Informa*, *Camerdata*, etc.), de noticias de prensa (*Baratz*, *EFE*, *Microdoc*, etc.), de legislación y jurisprudencia (*Boe*, *Aranzadi*, etc.) y con artículos de revistas científicas y técnicas (*Cindoc*). En este último caso, se ha hecho un gran esfuerzo desde 1976 por crear y mantener una base de datos de artículos, informes y tesis publicados en España sobre temas económicos. Es la única con vocación global sobre la producción de análisis económicos y, por ello, sería deseable que se hiciese un trabajo de difusión por darla más a conocer y, además, para incorporar textos completos a este interesante servicio.

También destacan los hosts tradicionales que están migrando sus bases de datos a internet. Cabe insistir en el caso de *The Dialog Corporation* con una sustancial información de los mercados españoles, tanto en inglés como en castellano. Además, ofrece resúmenes de noticias de varios periódicos españoles, algunos a texto completo (*El país* y *Cinco días*). Su implantación en España es bastante fuerte y sus propias fuentes aseguran tener una cartera de más de 700 clientes, lógicamente la mayor parte corporativos. También *Dow Jones*, *Reuters* y *Sarenet* ofrecen una información económica actualizada y variada.

Datos estadísticos. Hay una producción muy importante, con más de 300 recursos de distinta procedencia y alcance. Especialmente se ha notado la aparición de aquellos creados y mantenidos por las ccaa y por organizaciones sectoriales. De cualquier manera, el punto de referencia por excelencia es el *INE*, con mucha información disponible en su web. También el *Icex* tiene una oferta muy completa en el campo del comercio exterior. En materia financiera hay que nombrar el *Banco de España*, aunque todavía se resiste a migrar sus bases estadísticas a la Red. Una iniciativa privada y muy reciente es la de la

Fundación BBV, que acaba de lanzar *Sophinet* a internet, con datos sobre la renta nacional y su distribución provincial, el stock de capital y diversas variables e indicadores.

Estudios de mercado e información industrial y sectorial. Existe un número considerable de estos informes publicados en España (en torno a los 700) y de empresas especializadas como *DBK*, con un catálogo bastante completo. Sin embargo, la mayoría todavía están editados en formatos tradicionales y no es posible su adquisición en línea. Como ejemplo de un esfuerzo realizado desde un sistema de información y documentación están los flashes sectoriales de *Guíame!* Otra fuente interesante que ha hecho un acercamiento al mundo electrónico ha sido, por ejemplo, *Alimarket*.

<http://www.dbk.es/>

A pesar de que en España existen más de 5.700 organizaciones empresariales⁶, la información sectorial está dispersa, no se encuentra en línea, cuenta con pésimos canales de comercialización y, además, estas asociaciones, salvo excepciones, son bastante opacas. Así mismo, hay una gran desigualdad porque algunos grupos tienen sobreabundancia de información mientras otros presentan grandes lagunas. Por ejemplo: hay un claro desequilibrio en el volumen del sector energía o químico frente a otros con una oferta muy escasa, como los bienes de equipo o el material eléctrico.

Sector público y administración. Se dice habitualmente que es la mayor fuente de información en general y sobre todo de la economía en particular. Sin tener cifras exactas que avalen esa afirmación, sí es cierto que los catálogos de publicaciones de las distintas administraciones (estatal, ccaa, provincial y local) son voluminosos y que se está observando un proceso de modernización y transparencia importantes. Los ministerios de *Economía y Hacienda*, *Fomento*, *Agricultura*, *Industria*, las distintas agencias estatales de carácter económico y las consejerías económicas de las ccaa, presentan una oferta en permanente crecimiento de mucho valor para los analistas de la economía española.

En internet hay cerca de 300 webs alimentadas por entes públicos y no hay que olvidar que esa información es, en muchos casos, un recurso clave para los ciudadanos. Según el *Libro verde sobre la información en el sector público*, editado por la *Comisión Europea* en 1998, en España sólo un 34% de la información generada por los entes públicos es accesible para los ciudadanos. También señala que mientras hay muestras numerosas de cooperación en el ámbito público y el privado para facilitar su acceso, no existe ningún ejemplo de colaboración en el ámbito de la información empresarial y en los datos estadísticos.

Legislación y jurisprudencia. Las actividades económicas y empresariales están soportadas por el derecho, tanto por el económico, como el financiero o el mercantil, que son herramientas imprescindibles para una correcta gestión empresarial. Un reflejo de esta evidencia es el crecimiento que este subsector ha alcanzado en España. En especial publicaciones de prestigio como las editadas por *Civitas*, *Aranzadi* o la *Revista de derecho bancario y bursátil*.

Tras revisar catálogos, directorios, bases de datos especializadas y diversas webs se han encontrado en estos momentos más de 200 fuentes de derecho

económico, tanto públicas (*Iberlex*, boletines de ccaa) como privadas. Hay una gran oferta en cd-rom y, como en otros casos, se ha producido una masiva migración al mundo internet.

Información financiera. Entre los más de 200 recursos censados en los directorios ya reseñados, los tradicionales siguen siendo el *Banco de España*, con una amplia oferta de datos macroeconómicos, indicadores bursátiles e información sobre la evolución del sistema financiero. La *AEB (Asociación Española de Banca Privada)*, la *Ceca*, las cajas rurales y la *Dirección General de Seguros* son otras fuentes indiscutibles aunque estas instituciones todavía son tímidas a la hora de ofrecer toda la información posible en internet.

En relación con los mercados financieros y de valores, la organización clave es la *Cnmv*, que dispone en su web, en su sala pública y en su catálogo de publicaciones, de un importante volumen de información sobre las empresas que cotizan en bolsa, tanto de tipo societario como financiero. También ofrece a texto completo informes de auditoría, información económica periódica, documentación sobre fondos y empresas de inversión que actúan en los mercados españoles.

Igualmente, las bolsas, los mercados de renta fija o los de derivados han publicado mucha información en sus respectivas webs, además de mantener las clásicas publicaciones en papel. Cabe destacar la de la *Bolsa de Madrid*, así como el *SIB (Sistema de información bursátil)* como lugares en continua mejora y con mucha información de calidad.

<http://www.bolsamadrid.es>

<http://www.bolsamadrid.es/websdib/esp/servinfo/sib.htm>

Un recurso interesante es el de los analistas financieros que publican estudios, *research* y opiniones muy valorados en el mercado. Ejemplos como los de *AFI*, *Intermoney*, *Funca (Fundación de las Cajas de Ahorro)* con su prestigiosa revista *Perspectivas del sistema financiero*, o los muchos boletines de las sociedades y agencias españolas o extranjeras.

Un elemento novedoso en los últimos años es la oferta que bancos y cajas hacen a sus clientes para que utilicen sistemas de información online sobre sus propias operaciones así como facilitándoles un abanico de información económica, bursátil, de gestión de carteras, etc.

Un mundo especial es el de la información en tiempo real, verdaderamente sensible en este campo de actividad. Este mercado internacional de datos financieros podría crecer hasta los 9.000 M de libras en el 2002, frente a los 7.000 de 1998. También en este subsector se observa una fuerte competencia entre las grandes compañías de información: *Reuters*, *Bloomberg* (acaba de lanzar un web en español, con datos financieros actualizados) y *Bridge* (antes *Knight Ridder*), o la aparición de empresas muy pequeñas pero más baratas.

<http://www.bloomberg.com/esp/index.html>

<http://www.reuters.com>

<http://www.bridge.com>

Otra tendencia que se está generalizando es la de los brokers virtuales que permiten, desde un PC, ver la información bursátil en tiempo real y tomar decisiones de inversión en segundos. Además ofrecen estudios de mercado, análisis de las sociedades cotizadas y asesoramiento. Compañías, agencias de valores y bancos están ofreciendo este servicio a precios muy competitivos. En el ámbito europeo, según datos de *J. P. Morgan*, los 20 brokers virtuales mayores tenían en conjunto casi un millón de clientes en mayo de 1999. También prevé 2,5 millones de usuarios en Europa a finales del 2000, superando los 8 en el 2002. Lo último es el portal de *BNP-Paribas*, que permite invertir en tiempo real en nueve mercados de valores europeos y EUA. En España están actuando, entre otros: *Infobolsa*, *Bankinter*, *Bsch*, *Argentaria*, *Ciberbroker* e *Ibersecurities*. Por su parte, el *BBV* ha anunciado su próxima salida.

Aunque menos interesantes, también hay productos de información financiera y bursátil vía telefónica: los servicios a través del móvil de *Noticias Antena 3 Móviles* y *A. B. Asesores*, por ejemplo.

Revistas técnicas y profesionales. Según la *OJD*, se comercializan unas 240 publicaciones periódicas de todas las especialidades: sobre agricultura y alimentación hay 12, con una venta total en 1998 de 32.000 ejemplares; de la construcción existen 8, con tiradas de 100.000 copias; de economía y empresa en general hay 15, de las que 10 son gratuitas.

Hay muy pocas revistas de actualidad: *Actualidad económica* o *Dinero e inversión*, que vendieron en 1998 52.753 ejemplares entre todas (según datos de la *OJD*). Mientras tanto, entre los magazines generales, *Interviú* vendía 130.000 y *Hola* 600.000. Un esfuerzo notable del grupo *Recoletos*, las *Newsletters* (dedicadas al sector energético y a telecomunicaciones), fue abandonado en 1998.

Editados por universidades, organismos públicos, entidades financieras o fundaciones hay unos 30 títulos dedicados al análisis económico. De entre ellos cabe señalar la colección *Papeles de economía* editada por *Funca*. En este terreno es destacable la escasa iniciativa privada y el mantenimiento del acceso, casi único, en papel y en los circuitos comerciales tradicionales.

Respecto a la literatura gris, hay que dirigirse al *Banco de España*, al *Cemfi* (*Centro de Estudios Monetarios y Financieros*), *Ministerio de Economía*, *Dirección general de planificación*, fundaciones e institutos públicos de investigación. Ninguno de ellos cuenta con acceso fácil.

Edición electrónica. El informe anteriormente reseñado, el *MSSstudy*, aporta algunos datos de producción y uso de información en formato electrónico y su evolución previsible para el periodo 1997-2003:

- Los servicios online en tiempo real tenían una cuota de mercado en 1997 del 63%, mientras que en el 2003 el porcentaje habrá subido al 70%.
- El online retrospectivo, que en 1997 tenía un 20%, bajará en el 2003 hasta el 19%.
- En cuanto a los cd-roms y disquetes, que ocupaban en 1997 el 17% del mercado, sólo tendrán un 11% seis años después. Parece que las razones

están en la facilidad de pirateo, las servidumbres ocasionadas por los sistemas de suscripción y la lentitud de acceso. De todas maneras, este soporte ha encontrado una nueva vía de supervivencia: las empresas están usándolo como vía de difusión de sus memorias, catálogos de productos, presentaciones, etc.

- El online gana posiciones debido al abaratamiento que está provocando la liberalización (el fenómeno de las ofertas gratuitas de acceso a internet por parte de las operadoras) y por el mayor ancho de banda.
- Una cuarta parte de los editores españoles lo hacen en otros soportes además del papel y aunque los comercializan, no es de forma separada sino como un complemento.

Internet. El director general de *Microsoft Ibérica* hacía recientemente unas declaraciones en las que daba unos datos verdaderamente significativos sobre el ritmo de incorporación de las nuevas tecnologías: la energía eléctrica tardó 100 años en incorporarse al 80% de los hogares, la radio tuvo que esperar 38 años para alcanzar los 50 millones de usuarios, la televisión tardó 13 años y, sin embargo, internet llegó a esa cifra en sólo 4 años.

Para evaluar el estado de la cuestión de la información económica en España, hay que referirse sin duda a la Red. Puede que los análisis comparados den todavía un atraso relativo respecto a otros países europeos: en el Reino Unido el mercado de información económica en internet ha crecido un 108% en 1998, mientras que el uso del online tradicional ha bajado, así como las ventas de soportes en cd-rom y se espera que sea la vía más utilizada a finales de 1999. De cualquier manera, no cabe duda que el mundo empresarial, los agentes económicos y las autoridades públicas están apostando por ese canal de comunicación y de transferencia de datos.

Ejemplos públicos serían el ya citado *Icex*, la *DGPyme*, el *Ministerio de Industria*, el *Ministerio de Fomento*, el *Ministerio de Economía y Hacienda*, las consejerías de economía de las ccaa o las agencias de desarrollo (*Imade*, *Impiva*, etc.). Se han incorporado masivamente a internet las empresas consultoras, las escuelas de negocios, las universidades, las mayores empresas cotizadas y las multinacionales.

Esos son los datos cuantitativos. Siguiendo con información de *Guíame!* y de la *Bolsa de Madrid*, hay 250 sitios web de las principales empresas españolas, muchas de las cuales con escasa información y, además, de baja calidad. Pocas se han preocupado de incorporar datos históricos. Estas afirmaciones se ven apoyadas por una reciente encuesta de la consultora *Look & Enter* realizada entre 120 directivos de 50 grandes compañías: sólo el 25% contaba con una página web, aunque un 76% de las que no la tenían había previsto desarrollar una en los próximos meses. El 71% la tiene sólo por cuestión de imagen, y muy pocas intentan vender sus productos a través de ella, únicamente el 37%.

<http://www.lookenter.com>

Tampoco está tan claro que su intención sea transmitir información corporativa, ya que casi la mitad considera que no es su objetivo. El 100% piensa que su compañía no está preparada para afrontar los cambios que implica internet, aunque opina que va a cambiar la manera de hacer negocios y también va a

transformar las reglas del juego empresarial. Un dato más: sólo un 14% de las pymes españolas hace uso de internet y del correo electrónico. Cifras más positivas de la *OJD* hablan de 2.500.000 internautas hasta noviembre de 1998, un 66% más que en 1997, y que en el 2000 el número crecerá hasta los 4,5 millones.

Algunos productos a destacar serían la ya citada web de *Guíame!* de *Esade*, en especial sus flashes sectoriales, y el acceso a memorias de empresas desde las páginas corporativas, aunque se echa en falta una mayor actualización, por ejemplo, en los datos macroeconómicos que ofrece. También es destacable *Economyweb*, que proporciona noticias, índices bursátiles, divisas, informes de empresas y legislación, aunque a veces lo hace de forma incompleta. Por ejemplo: en bolsa y mercados, informes anuales y memorias, sólo están presentes el *Banco de España* y el *Banco Central Europeo*.

<http://www.economyweb.com>

Respecto a los hosts tradicionales, una vez superada la necesidad de un acceso exclusivo a múltiples bases de datos, internet se va a convertir no ya en uno de los vehículos para la difusión de información económica sino que, en muchos casos, será el único mecanismo utilizado por los proveedores. Además, éstos llevan a cabo un abandono progresivo de las clásicas interfaces de interrogación online que normalmente utilizaban los profesionales y están adoptando modos de acceso diseñados para el usuario final.

Usuarios. Se ha intentado localizar datos desde el lado de la demanda, para saber qué segmentos de la población española utiliza información económica y empresarial. Hay que decir que ha sido bastante complicado: los hosts, proveedores de información registral y distribuidores de bases de datos guardan celosamente el volumen y los nombres de sus carteras de clientes, no se sabe si porque son muy importantes o porque son menos de los que sería deseable.

En todo caso, por todo lo detectado, parece que el núcleo de sus consumidores hay que buscarlo en grandes empresas y multinacionales, banca y compañías de servicios de inversión, empresas consultoras, despachos de abogados, medios de comunicación y sociedades extranjeras con intereses en España. O sea, el mismo cliente que ya tenían hace cinco años. El pez gordo, que sería el conjunto de las pymes, sigue sin acercarse a la Red. Es cierto que éstas buscan información sobre clientes, distribuidores, morosidad, fuentes de financiación, análisis sobre su sector, etc., pero hasta ahora hacen un uso muy escaso de la oferta existente.

Conclusiones y previsiones

¿De dónde se parte? A pesar del despegue económico y de la aplicación intensiva de recursos tecnológicos en algunos sectores punta, España sigue estando en los puestos de cola europeos. El primer país productor y consumidor de servicios de información financiera es Gran Bretaña, seguido de Francia, Alemania, Países Nórdicos e Italia.

Los elementos que están haciendo posible la transformación de esos países en sociedades de la información son también visibles en España: la explosión de

los contenidos se está dando en el contexto público, en universidades e investigación, en grandes empresas, en la industria editorial, en el campo del derecho, etc. Las variables de crecimiento señalan que se está produciendo un esfuerzo de las organizaciones gubernamentales y las ccaa y que las grandes empresas apuestan por una mayor transparencia. *Telefónica, Repsol* y las eléctricas por las redes y los contenidos. Los hosts internacionales compran y difunden información española (*The Dialog Corporation, Reuters, Dow Jones*).

¿Dónde se encuentra entonces la diferencia? Puede ser que aún habiendo información (incluso saturación en algunas áreas) se está ofreciendo en bruto, sin análisis, depuración o tratamiento que le añada valor. Pero, aunque esto fuera suficiente, la situación debería mejorar: mayor agilidad en su publicación, adopción decidida de soportes electrónicos, avanzar desde simples datos referenciales hasta el documento completo, etc.

Sin embargo, los avances que añaden calidad, lo que permite dar saltos auténticamente transformadores es la creación de un valor añadido en el diseño, difusión y comercialización de productos que capturen un mercado extenso y aprovechar los años de crecimiento económico que están favoreciendo llegar a un nivel de madurez. Además, las pymes son cada vez más sensibles al uso de la información: según un estudio de la *Red de Fundaciones Universidad-Empresa* una de las claves para innovar es la información. Detrás de esa afirmación, hay 115.317 pequeñas compañías que piden datos sobre clientes, sociedades y análisis de mercados.

Se han dado pasos verdaderamente sin vuelta atrás y se está avanzando desde la opacidad a la transparencia en núcleos productores tan importantes como el sector público y el empresarial. Hay que trabajar en la mejora de la calidad de los productos, presionando para una mayor actualización, para que se reduzca el desequilibrio de las ofertas presentadas entre diversas especialidades y buscar una mayor homogeneidad en los estándares.

Hoy el punto crítico no está tanto en los volúmenes de información, como en su calidad. Hay ya una suficiente, aunque mejorable, cantidad de bases de datos, pero ¿todas ellas tienen el nivel óptimo de presentación, actualización, pertinencia, que podrían tener si se midieran con variables de calidad?

Por lo tanto, una posible línea de trabajo sería el estímulo de la elaboración de productos de categoría, con valor añadido, competitivos y atractivos que equilibre la demanda con la oferta. Son bastante acertadas las previsiones de **Concha Álvaro**, recogidas en el ya mencionado *MSStudy*, que pronostican un aumento en la consulta sobre información estratégica o de planificación (documentación legal, marketing, datos estadísticos, prensa, etc.) o que apuestan por una mayor presencia de las empresas con información en línea para sus clientes. En ambos casos, buenos productos: tecnología push, indización, textos completos, etc.

Otra posible vía de crecimiento vendrá dada, seguramente, a través de los procesos de concentración de empresas productoras o difusoras de información. La salida al mercado de supermercados de la información, en los que son accionistas la banca internacional, los grandes distribuidores, las editoriales multinacionales y los operadores de telecomunicaciones van a

estimular la competitividad, abaratando los precios e, incluso, extendiendo su gratuidad a través de internet.

Un elemento a considerar es la cada vez más evidente presencia de los directivos como usuarios finales. Sus usos y hábitos están cambiando, bien porque se está produciendo un relevo generacional, con personas más tecnológicas o porque la globalización obliga al cambio de comportamientos. Para el sector ésta es una buena noticia, porque esa transformación de la mentalidad es posiblemente la única forma para que la empresa invierta en información. En el horizonte de la globalización un aspecto que conviene no olvidar es el impacto de la industria de la información económica española en América Latina y EUA. Los portales en castellano y especializados en el área latinoamericana son lugares de influencia para nuestras fuentes de información y nuevos mercados que explorar.

Pero todo lo anterior son recetas de menor cuantía. Lo verdaderamente trascendental es que la *Comisión Europea* estima que en los próximos cinco años más de 80 millones de europeos llegarán a ser usuarios habituales de las redes. Según el informe *Condrijet* éste es el comienzo de una transformación, comparable en sus efectos a la revolución industrial, que está transfiriendo cantidades significativas de actividades sociales y comerciales desde un mundo físico a un mundo digital.

Siguiendo con dicho informe, en los próximos cinco años algunas industrias, editoriales y servicios financieros se verán profundamente alterados. Más de 100.000 empleos están ahora directamente relacionados con la economía de las redes, y se estima que en el 2002 se habrán creado unos 500.000 puestos de trabajo. La viabilidad de muchas empresas podrá estar condicionada por las estrategias que adopten en relación con este fenómeno, por su capacidad en adecuar sus infraestructuras y su gestión para aprovechar las oportunidades inherentes a esta economía emergente.

La privatización, la desregulación y la liberalización están permitiendo que las telecomunicaciones y los mercados de los media bajen sus precios movidos por las reglas de la competitividad. Las compañías tienen que afrontar reestructuraciones y reorganizaciones que mejoren su productividad y generen valor si es que están dispuestas a sobrevivir en un mercado global.

¿Estarán la industria de la información española, las administraciones públicas, las empresas y los diversos agentes económicos preparados para afrontar ese nuevo reto?

Notas

1. **Maroto, Juan Antonio.** *Directorio de fuentes de información para el estudio de las empresas españolas.* Madrid: Fundación

Enlace del artículo:

http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1999/diciembre/la_informacion_economica_en_espaa_una_revision.html