



Josep Morell. Consejero Delegado de Camerdata

«La base de datos de Camerdata se sitúa como una de las más completas del mercado español»

El Consejo de Administración de Camerdata se reunió en marzo en la Cámara de Gipuzkoa para exponer su memoria de actividades del año 2002. Esta entidad fue fundada como Sociedad Anónima en 1985 por las Cámaras del Estado, con el objetivo de producir y comercializar todo tipo de información empresarial, y ha dado lugar a la creación de un fichero de empresas con datos de más de dos millones de compañías del Estado. Josep Morell, consejero delegado de Camerdata, explica las principales actuaciones de esta sociedad durante 2002.

– ¿Cuáles han sido los principales resultados de la gestión de Camerdata durante el año 2002?

– En la última ampliación de capital, realizada en 1999, se definió un plan de actuaciones para tres años que ha finalizado ahora con positivos resultados. A destacar la consolidación de la posición de Camerdata en el mercado de las bases de datos de empresas, la apuesta decidida por las nuevas tecnologías, lo que se ha traducido en un reforzamiento de la actividad online de Camerdata, y el incremento de la participación de las Cámaras en el proyecto de la Sociedad.

– ¿En qué posición se encuentra Camerdata en el mercado de la información empresarial?

– Respecto a la comercialización de datos, y a pesar de que este 2002 ha sido un año de relativo estancamiento en el sector del marketing y publicidad en general, las ventas de productos y servicios de información de Camerdata han seguido creciendo, hasta llegar a más de 1,1 millones de euros. Esta cifra representa un incremento del 25%

respecto al año anterior, y un crecimiento del 318% respecto a la cifra de negocios registrada a diciembre de 1999.

Camerdata durante 2002 también ha continuado la política de mejora de la calidad de la base de datos de empresas, su principal producto. En este sentido, se ha basado en la depuración de los datos no correctos y en el incremento del número de campos de información disponibles. Todo ello ha permitido conseguir que más de dos millones de empresas se encuentren registradas en nuestra base de datos.

El enriquecimiento de datos durante este año se ha continuado centrando en los campos prioritarios, de acuerdo con lo que manifiestan nuestros clientes y usuarios: datos que permitan la

segmentación de empresas según su tamaño (volumen de negocio y número de empleados) y el número de teléfono. Un dato significativo en este sentido es que en la actualidad se dispone de algún indicador de tamaño de las sociedades españolas en más del 90% de los casos, con lo que, en este punto, la base de datos de Camerdata se sitúa como una de las más completas del mercado español.

Por último, y referido a la promoción, se ha encartado el software Dat@Map en la revista semanal Actualidad Económica, con el objetivo de posicionar Camerdata entre los más de 30.000 directivos de las principales empresas del Estado, y asociar esta Sociedad Anónima con un producto de última generación tecnológica en el tratamiento de información en soportes cartográficos. También se han realizado campañas de publicidad online, de captación de consumidores masivos de datos y de marketing directo.

– ¿En el campo de las tecnologías de la información, ¿cuáles han sido los hitos de 2002?

– Se han incorporado cuatro nuevos productos de información, y se ha mejorado sustancialmente el servicio de informes, con el objetivo de complementar la oferta informativa a nuestros usuarios y clientes y reforzar, así, el uso de Camerdata online. De este modo, en el mes de enero se incorporó un nuevo sistema de consulta de los informes comerciales, que permite la consulta segmentable de hasta 14 productos de información comercial distintos, el doble acceso a los informes a través del Fichero de Empresas y directamente desde la página web de Camerdata, y la búsqueda de los informes no sólo



Las ventas de productos y servicios de información de Camerdata han crecido hasta llegar a más de 1,1 millones de euros



Camerdata online trabaja habitualmente con 1.000 clientes, tras el incremento de 124 registrado en 2002



a través del nombre o el CIF de la sociedad, sino también a través del nombre de los principales dirigentes o administradores de la empresa.

A ello se añaden los informes sectoriales de más de 200 sectores de actividad, que ofrecen una rápida visión de la evolución reciente de las principales magnitudes agregadas de tipo económico y financiero: cifra de negocio, actividad import/export, balances y cuentas de resultados, ratios financieros, etc. Se ofrece, además, información sobre el tamaño del sector (número de empresas, total ventas, número de empleados, etc.), su distribución geográfica...

Camerdata online dispone igualmente de una base de datos de ayudas y subvenciones, que permite al usuario conocer toda la información de los programas de ayuda, subvención e incentivos de las distintas administraciones del Estado y la Unión Europea (el sistema tiene registradas más de 2.600 líneas de ayuda distintas), y de otra de los concursos públicos de obras, servicios, suministros y estudios de todas las administraciones públicas españolas. Además, existe un servicio de envío diario por correo electrónico de las noticias económicas aparecidas en los principales periódicos económicos.

– ¿Se ha consolidado Internet como una herramienta útil de acceso a bases de datos?

– Camerdata online trabaja habitualmente con 1.000 clientes, tras el incremento de 124 registrado en 2002. Por otro lado, tanto el número total de visitas como el de páginas consultadas a través de Internet se ha incrementado sustancialmente, hasta alcanzar las más de 650.000 visitas y las casi 13.000.000 páginas consultadas. Las ventas a través de la red también han crecido notablemente a lo largo de este periodo de tres años, pasándose de los 100.00 euros del año 1999, a los 335.745 euros de 2002.

– ¿Qué grado de implicación muestran las Cámaras?

– A lo largo de estos tres años, su participación ha ido creciendo. De este modo, las Cámaras accionistas han pasado de ser 16 en 2000 a las 22 actuales. Camerdata también ha firma-



“
Actualmente trabajan con Camerdata como proveedores de información más de 50 de las 85 Cámaras

do un convenio de colaboración específico con 7 Cámaras, y se está en fase adelantada de negociación con 10 Cámaras más que, en su conjunto, representarán más del 50% del censo

empresarial del Estado.

Además de estas 17 Cámaras con las que se ha potenciado la colaboración en todos los ámbitos (distribución de la base de datos, incorporación de la misma en la respectiva página web, intercambio de datos para la mejora del fichero, etc.), actualmente trabajan con Camerdata como proveedores de información más de 50 de las 85 Cámaras.

Otro dato que demuestra el interés y colaboración de las Cámaras es que las ventas de Camerdata a través de ellas han aumentado sustancialmente, pasándose de los 67.000 euros en 1999 a los 283.840 de 2002 (incremento superior al 300%).