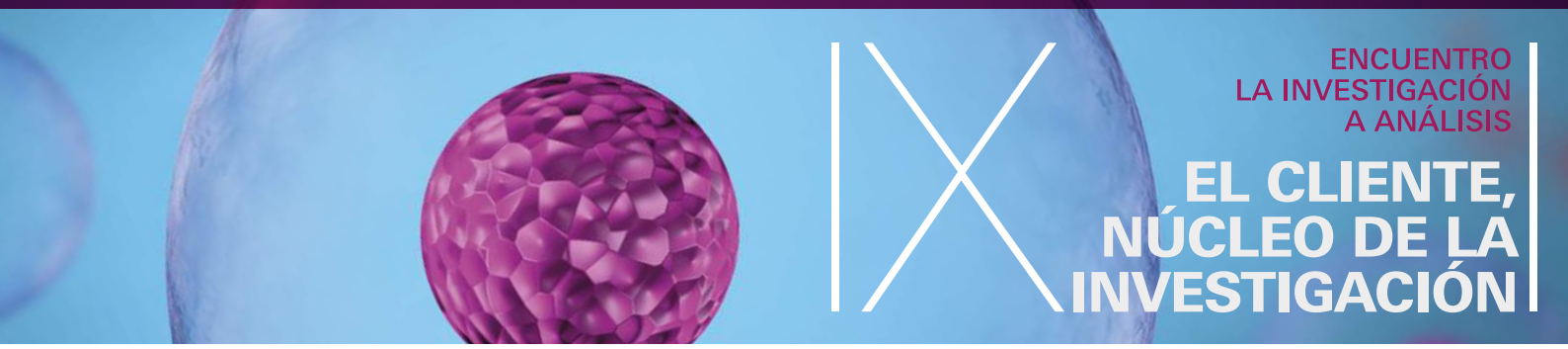


IX ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS

2016: EL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS MUNDIAL ADQUIERE VELOCIDAD DE CRUCERO

España crece por encima del promedio mundial

Madrid, 29 de septiembre de 2017.

El sector de la investigación de mercados coge ritmo y vuelve a crecer de forma sólida y estable. Si en 2015 creció un 2,2%, en 2016 este crecimiento se ha visto afianzado con un 2,3% neto (descontando la inflación y los efectos de los tipos de cambio).

En el marco del IX ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS, convocado de forma conjunta por AEDEMO, ANEIMO Y ESOMAR, se han presentado las últimas cifras referentes al sector de la investigación de mercados en el mundo, recogidas por ESOMAR, y para España, recogidas por AEDEMO y ANEIMO en el Estudio sobre el Sector de la investigación de Mercados 2016.

Destacamos los principales titulares:

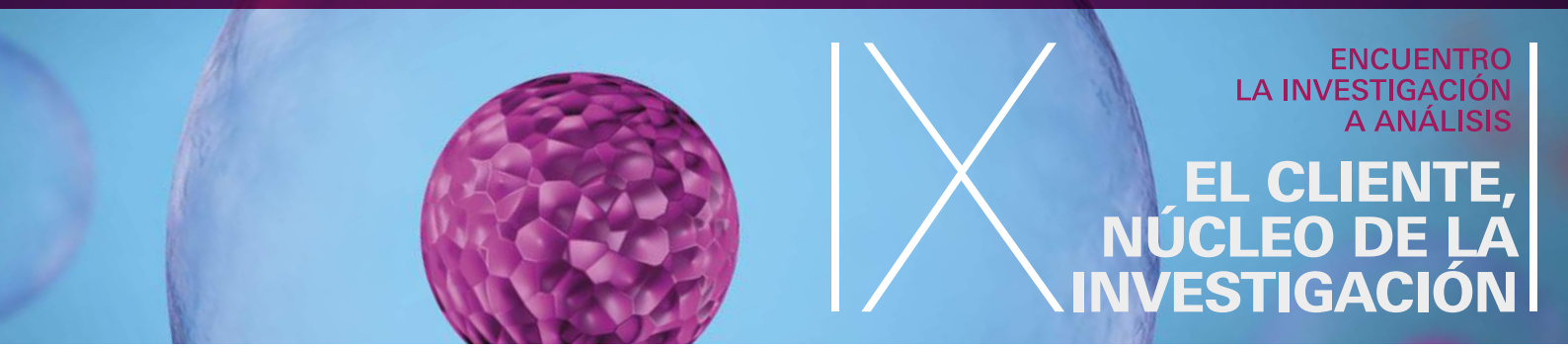
- **El sector de la investigación mueve en el mundo alrededor de 44.511 millones de $. El incremento respecto al 2015 ha sido de +3,7% (bruto, antes de inflación) y +2,3% neto (teniendo en cuenta la inflación).**

- **Con éste ya van 7 años de crecimiento consecutivo. Podemos afirmar por lo tanto que el sector ha adquirido una velocidad de crucero en la que, sin darse crecimientos espectaculares, cada año valida el crecimiento del año anterior.** La inversión en investigación ha crecido en 52 países o subregiones y disminuido en 24.

- **España ha tomado impulso. Con una cifra de negocio de 491.445.000€, el crecimiento neto del 3,8% está por encima del promedio mundial (2,3%) y del promedio europeo (1,6%).** El crecimiento en España ha tardado más en llegar (2016 es tan sólo el 3er año de crecimiento consecutivo) pero lo ha hecho con más fuerza. Mantiene su 5º puesto europeo por volumen.

- **Crecen las regiones en desarrollo.** África es la región que más crece (22,7%), seguida de Asia (7,8%) y de Oriente Medio (3,1%).
  Por países, destaca el crecimiento de Rusia (21,2%) y países vecinos (Rumanía, Rep. Checa, Lituania...). Buenas noticias también para Japón, que crece un 10,2% y vuelve a desplazar a China al 6º lugar de la investigación mundial.

- **Países maduros en investigación se han visto más perjudicados, aunque por motivos diferentes.** Destaca el descalabro del Reino Unido, con un decremento neto del -2% (¿efecto Brexit?) o de Bélgica como efecto de los atentados (-11,7%). También el parón de EEUU, que tan solo crece un 0,8% en un año de elecciones y cambio de gobierno.



ENCUENTRO
LA INVESTIGACIÓN
A ANÁLISIS

EL CLIENTE, NÚCLEO DE LA INVESTIGACIÓN

En cuanto a las tendencias por método, diseño o tipo de clientes, destacamos:

- **No se observan grandes cambios pero sí se afianzan las que venimos observando en los últimos años, de las que destacamos principalmente 4:**

  - **Tendencia a medir todo lo medible.** El mundo es claramente cuantitativo: el 71% de toda la investigación mundial utiliza un método cuantitativo; en España el 83,6% .
    Y además, crece de año en año: en 2016, la investigación cuantitativa incrementó un punto de cuota en España y 1,1 a nivel global y la investigación continua +1,4 puntos de cuota en España y 1 en el mundo.

  - **Digitalización de la recogida de datos.**

    En 2016 supuso el 56% de la investigación mundial.
    Recordamos que este dato incluye la suma de varios apartados:

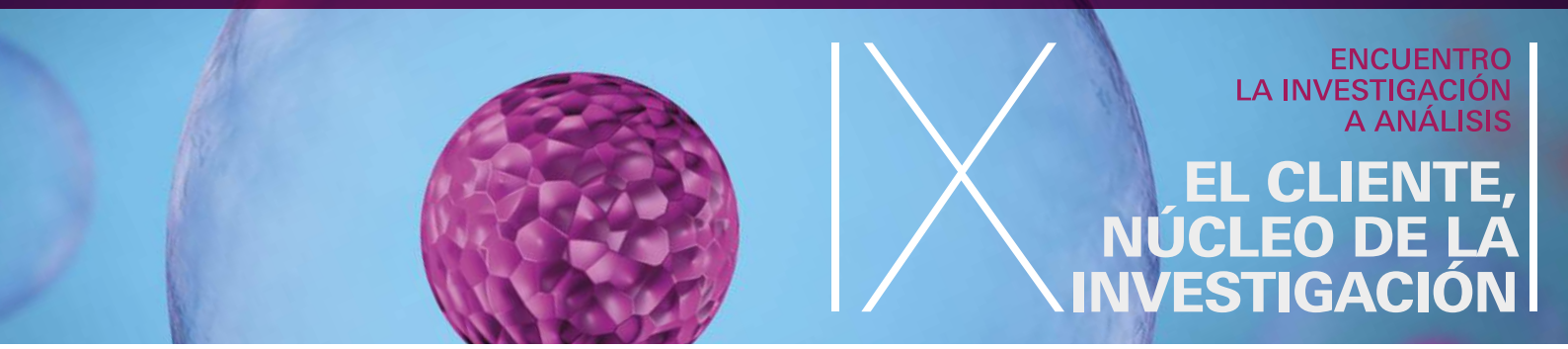
INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA:	
Medición de tráfico online	6%
Toma de información por medios electrónicos	12%
Entrevistas online	27%
Toma de información a través de smartphones	5%
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA:	
Online	6%

    En un entorno cambiante, ESOMAR actualiza las definiciones de estos apartados. Tanto la Investigación cualitativa online como la Toma de información a través de smartphones han sido incorporaciones relativamente recientes al estudio.

    Aunque hay países como Japón, Australia o Nueva Zelanda con un elevadísimo % digital, España no está en absoluto a la zaga en este proceso, situándose en el 55% y subiendo rápidamente (4 puntos más que en 2015).

  - **Mayor peso de las Empresas de Servicios frente a las manufactureras.**
    En España, la investigación para empresas de servicios ha ganado en 2016 1,8 puntos de cuota, situándose en el 46,4% del total.
    A nivel mundial, tan sólo en 2016, las empresas de servicios han ganado 4 puntos de cuota y ya representan el 42% del total.

  - **Internacionalización.** La globalización a todos los niveles se refleja también en la investigación de mercados y en los incrementos de 2 parámetros concretos:
    El peso de los clientes internacionales es de un 18% (promedio mundial).
    Los proyectos internacionales suponen ya un 27% del total de la investigación de mercados.



IX ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS

PERSPECTIVAS PARA 2017 EN EL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

En general, se espera que la velocidad de crucero siga su curso y que el crecimiento siga siendo estable y sostenido, en línea con el año anterior, siempre y cuando el panorama político se mantenga relativamente estable.
Dos terceras partes de los países esperan que 2017 cierre con datos positivos. Solamente uno de cada 10 espera que disminuyan.

Para España, las expectativas para 2017 van en la misma línea del año anterior. Se prevé un incremento de entre el 2,5 y el 3%.

Eso sí, los retos y necesidades de la investigación de mercados están en movimiento:

- **El investigador como intérprete de datos y "detector de insights".** A medida que las empresas disponen de más información, se demanda al profesional un profundo conocimiento y experiencia en la interpretación y análisis de los mismos, de manera que les resulten útiles para sus necesidades.

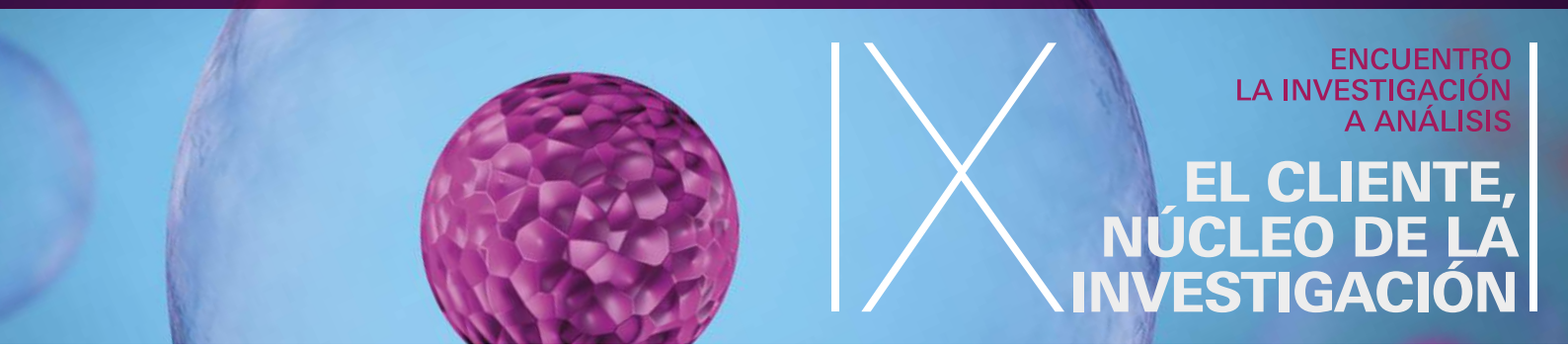
- **Un entorno legislativo más inflexible y complejo.** La legislación está jugando un papel cada vez más importante en este escenario. Los usuarios de datos deberán de cumplir con más requisitos legales, por lo que la demanda de asesoramiento en esta materia cobra mayor relevancia (por ejemplo, la nueva Ley de Protección de Datos).

- **La tecnología juega y seguirá jugando un papel protagonista.** Sin duda aportará beneficios tangibles –tales como el incremento de la velocidad de los procesos- pero seguro que introducirá nuevos retos para el sector.

En cualquier caso, para España y para el mundo, la industria de investigación de mercados vive unos nuevos retos y oportunidades en los que el papel del investigador-analista-explorador de insights será fundamental.

TODOS LOS DATOS DISPONIBLES EN:

www.aedemo.es www.aneimo.com www.esomar.org



Qué es AEDEMO:

AEDEMO es la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión, que agrupa a los Profesionales cuya actividad se desarrolla en estas áreas. Cerca de 800 profesionales forman parte de la Asocviación. El objetivo fundamental de AEDEMO es potenciar el crecimiento del sector, promoviendo la difusión y control de las técnicas empleadas en la Investigación, impulsando el conocimiento y activando los puntos de encuentro entre los profesionales.

MÁS INFORMACIÓN: www.aedemo.es

Qué es ANEIMO:

ANEIMO es la Asociación de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión. Agrupa las empresas más importantes en investigación de mercados; actualmente sus empresas asociadas representan el 60% del volumen de negocio del sector. ANEIMO trabaja en promover el desarrollo de sus socios, asegurar que cada trabajo se realiza siguiendo los más altos estándares de calidad y velar por el respeto de los códigos de ética profesional. En ANEIMO creemos firmemente que la investigación de calidad genera conocimiento y por lo tanto genera directamente resultados positivos sobre el negocio de los clientes.

MÁS INFORMACIÓN: www.aneimo.com

Qué es ESOMAR:

ESOMAR es la organización internacional que tiene como objetivo mejorar la investigación de mercados, consumidores y países. Con más de 5.000 miembros a lo largo de 100 países, ESOMAR promueve el valor de la investigación de mercados y estudios de opinión, resaltando los temas de verdadero interés para una toma de decisiones eficaz.

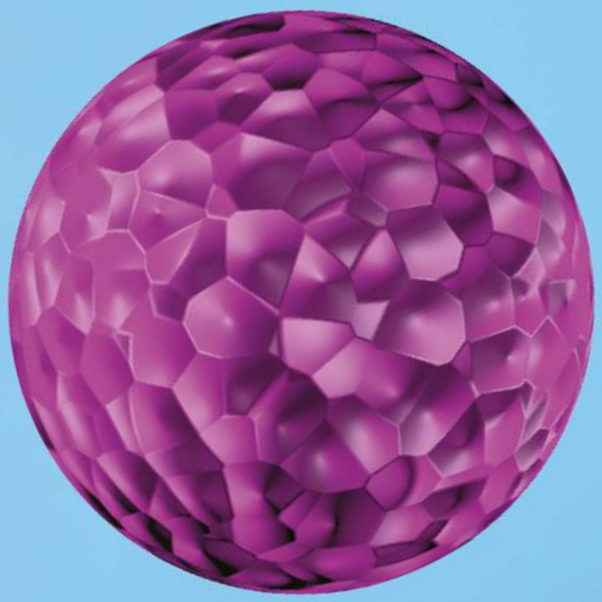
MÁS INFORMACIÓN: www.esomar.org

Contacto prensa:

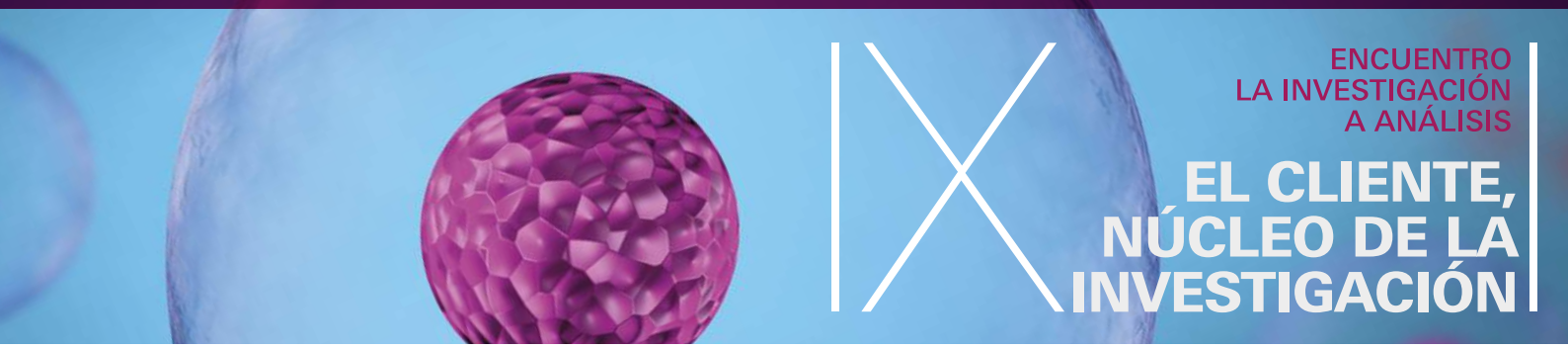
Smart Media Solutions
Teresa Osma / tosma@smartm.es
C/ Tutor, 11 1ºA. 28008 Madrid. Tel.: 91 7584872

ENCUENTRO
LA INVESTIGACIÓN
A ANÁLISIS

IX EL CLIENTE, NÚCLEO DE LA INVESTIGACIÓN



ANEXO DATOS



ENCUENTRO
LA INVESTIGACIÓN
A ANÁLISIS

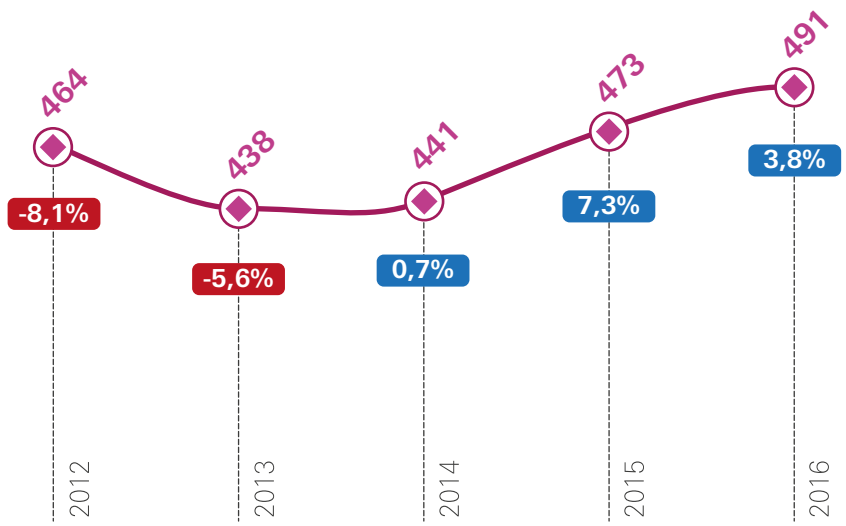
EL CLIENTE, NÚCLEO DE LA INVESTIGACIÓN

ESPAÑA. ÚLTIMOS 5 AÑOS

Datos en millones de €

Cifra neta de negocio: 491.445.000€.
Fuente Aedemo / Aneimo.

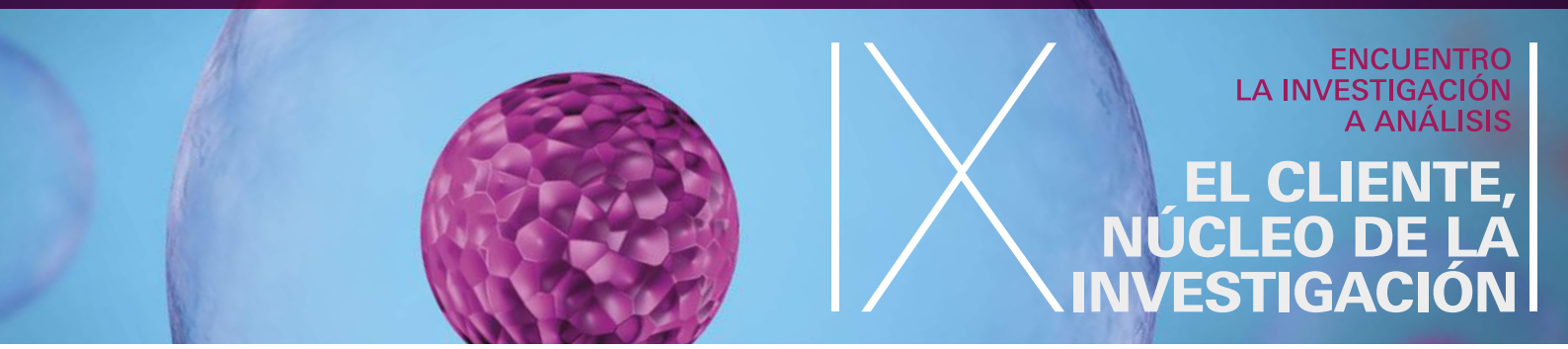
Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2016



% variación 2016 vs 2015

ESPAÑA. PREVISIONES 2017

Las expectativas 2017 para la investigación de mercados en España van en la misma línea del año anterior. Se prevé un incremento entre el 2,5 y el 3%.



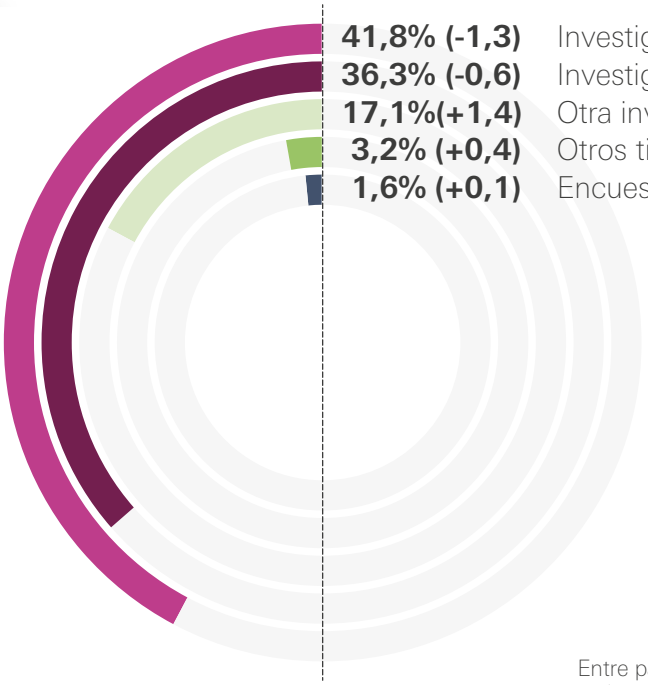
ENCUENTRO
LA INVESTIGACIÓN
A ANÁLISIS

IX EL CLIENTE, NÚCLEO DE LA INVESTIGACIÓN

ESPAÑA. DESGLOSE POR DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Cifra neta de negocio: 491.445.000€.
Fuente Aedemo / Aneimo.

Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2016



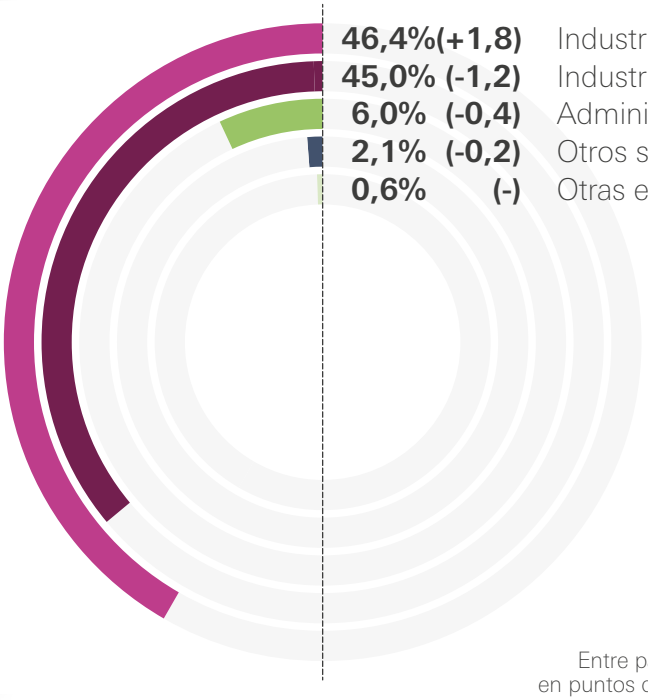
41,8% (-1,3)	Investigación ad hoc
36,3% (-0,6)	Investigación de paneles
17,1%(+1,4)	Otra investigación continua
3,2% (+0,4)	Otros tipos de investigación
1,6% (+0,1)	Encuesta ómnibus

Entre paréntesis variación
en puntos de cuota 2016 vs 2015

ESPAÑA. DESGLOSE POR SECTORES DE CLIENTE

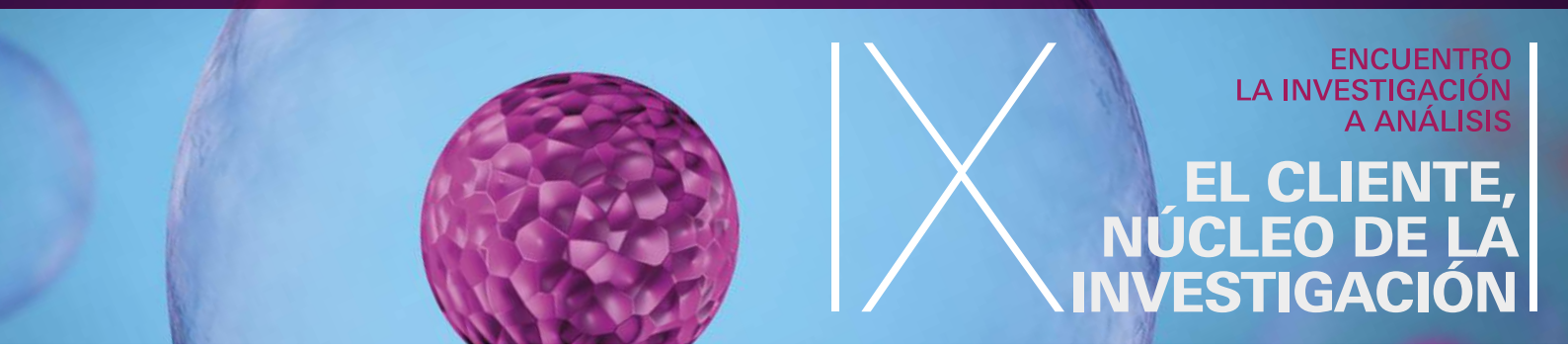
Cifra neta de negocio: 491.445.000€.
Fuente Aedemo / Aneimo.

Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2016



46,4%(+1,8)	Industria de servicios
45,0% (-1,2)	Industria manufacturera
6,0% (-0,4)	Administración pública
2,1% (-0,2)	Otros sin ánimo de lucro
0,6% (-)	Otras empresas B2B

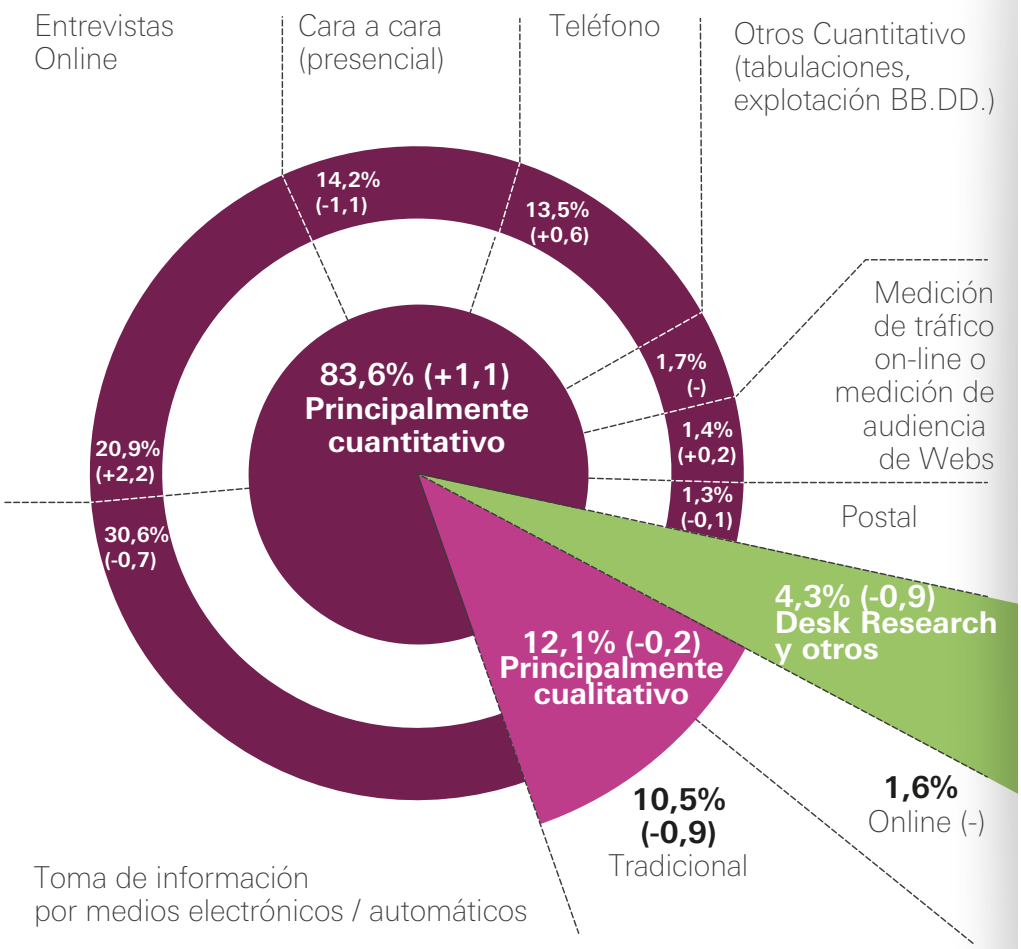
Entre paréntesis variación
en puntos de cuota 2016 vs 2015



ENCUENTRO
LA INVESTIGACIÓN
A ANÁLISIS

EL CLIENTE, NÚCLEO DE LA INVESTIGACIÓN

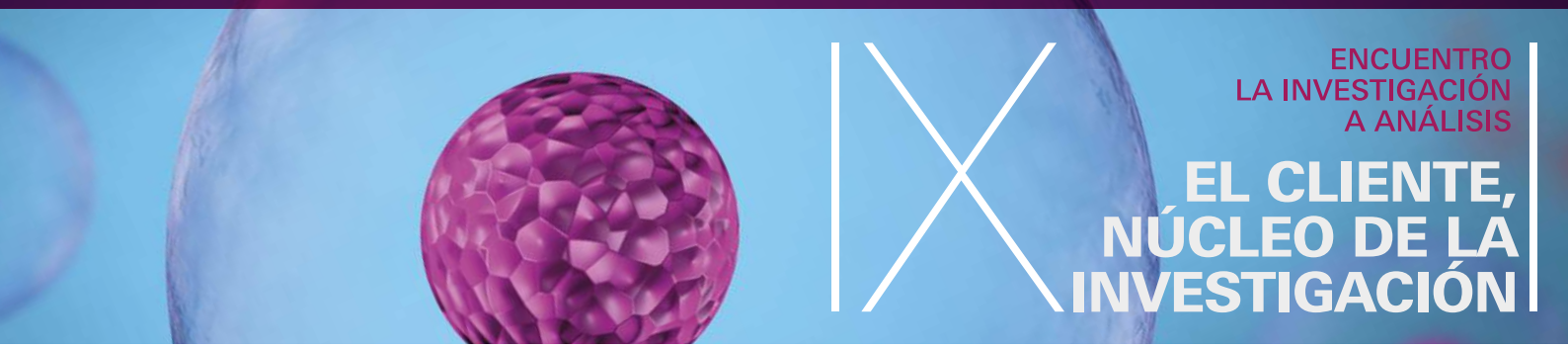
ESPAÑA. DESGLOSE POR MÉTODO DE INVESTIGACIÓN APLICADO



Entre paréntesis variación en puntos de cuota 2016 vs 2015

Cifra neta de negocio: 491.445.000€.
Fuente Aedemo / Aneimo.

Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2016

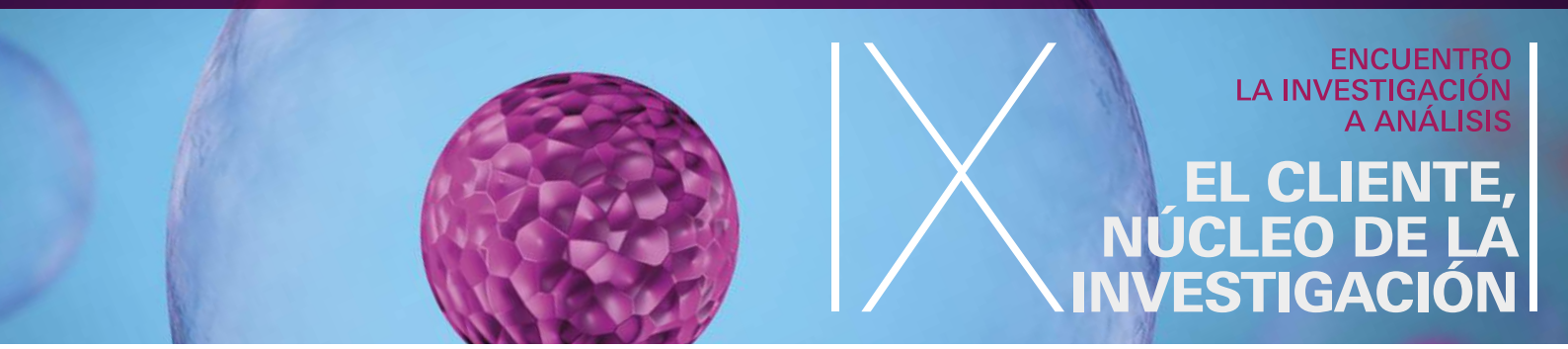


ESPAÑA.
VOLUMEN DE NEGOCIO EMPRESAS ANEIMO 2016

(Las cifras que aparecen reflejadas corresponden al importe neto de la cifra de negocios – en miles de euros – obtenidas de las cuentas depositadas en el Registro mercantil referentes a los servicios de investigación de mercados.)

Fuente: ANEIMO

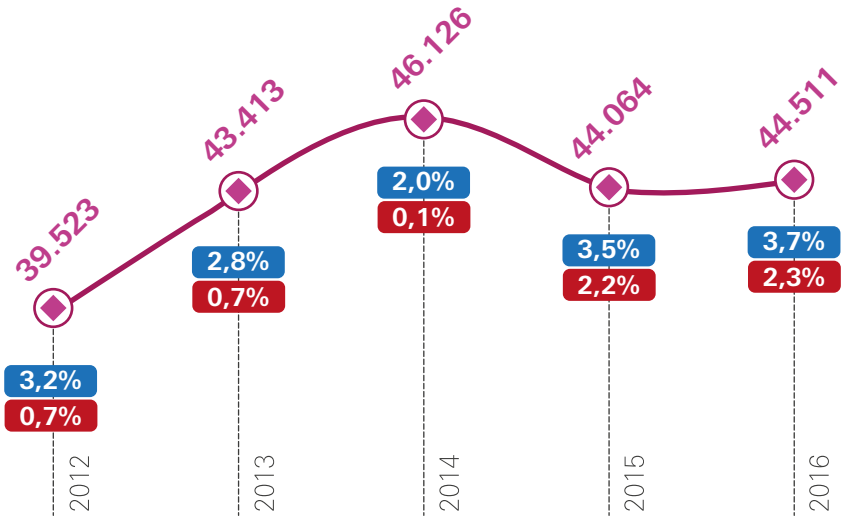
	FACTURACIÓN 2016	FACTURACIÓN 2015	VARIACIÓN
TNS/ KANTAR	96.605	94.511	2,2%
GRUPO GFK	42.594	42.161	1,0%
KANTAR MILLWARD BROWN	19.458	18.387	5,8%
ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN	12.052	11.332	6,4%
SSI	8.871	7.433	19,3%
NETQUEST IBERIA	7.883	6.661	18,3%
SALVETTI & LLOMBART	4.009	3.585	11,8%
INSTITUTO DYM	3.269	3.849	-15,1%
IKERFEL	3.229	3.388	-4,7%
ODEC	3.224	3.037	6,2%
INTERCAMPO	1.932	1.914	0,9%
RANDOM	1.698	1.507	12,7%
ROSENTHAL RESEARCH	1.541	1.442	6,9%
MORE THAN RESEARCH	467	N.D.	
IDEA SOLUTIONS	298	N.D.	
BEMYEYE	135	N.D.	



ENCUENTRO
LA INVESTIGACIÓN
A ANÁLISIS

EL CLIENTE, NÚCLEO DE LA INVESTIGACIÓN

MUNDO. ÚLTIMOS CINCO AÑOS

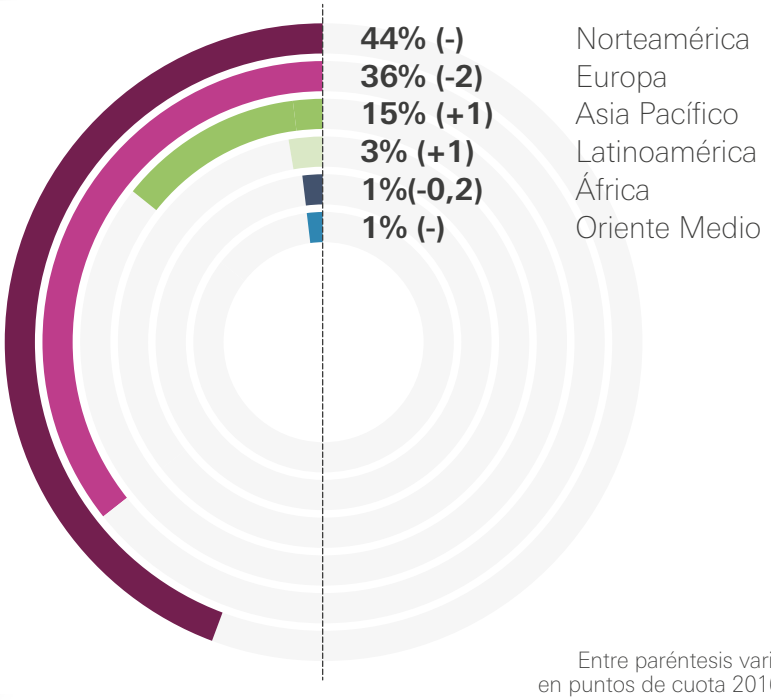


Variación neta: después de la inflación y en divisa constante.

Volumen en millones de $
Total facturación mundial 2016
$44.511 millones

En azul, variación bruta %
En rojo, variación neta %

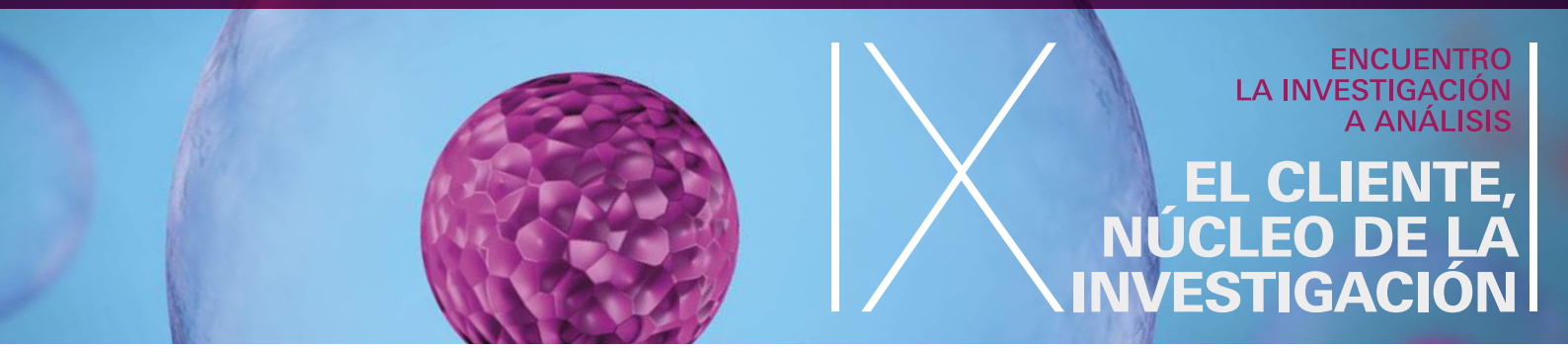
MUNDO. DESGLOSE POR REGIONES



Datos en millones de $.
Fuente: ESOMAR

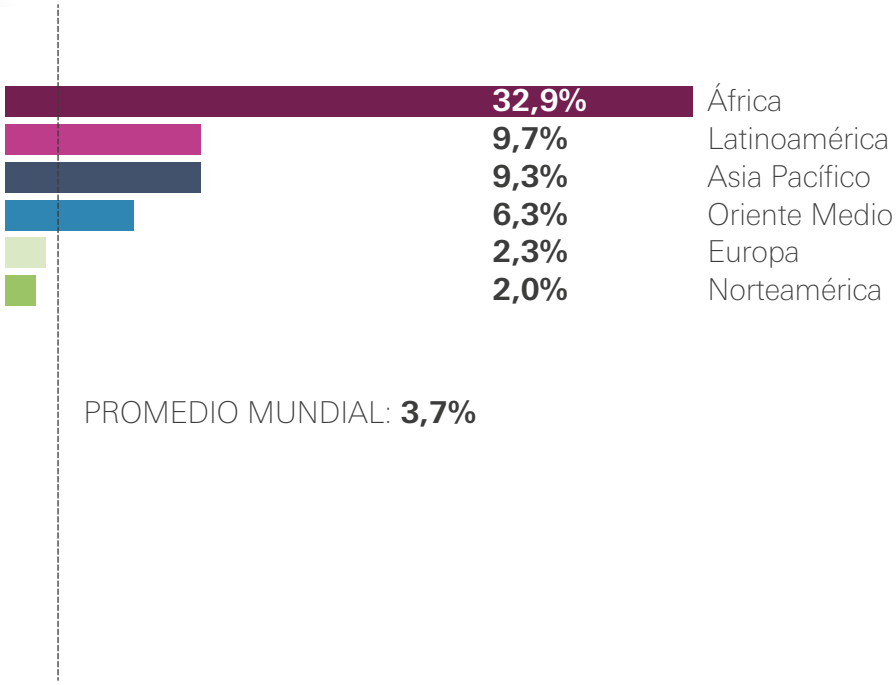
Total facturación mundial 2016:
$44.511 millones

Entre paréntesis variación
en puntos de cuota 2016 vs 2015



EL CLIENTE, NÚCLEO DE LA INVESTIGACIÓN

MUNDO. CRECIMIENTO POR REGIONES 2016 VS 2015 SIN TENER EN CUENTA LA INFLACIÓN

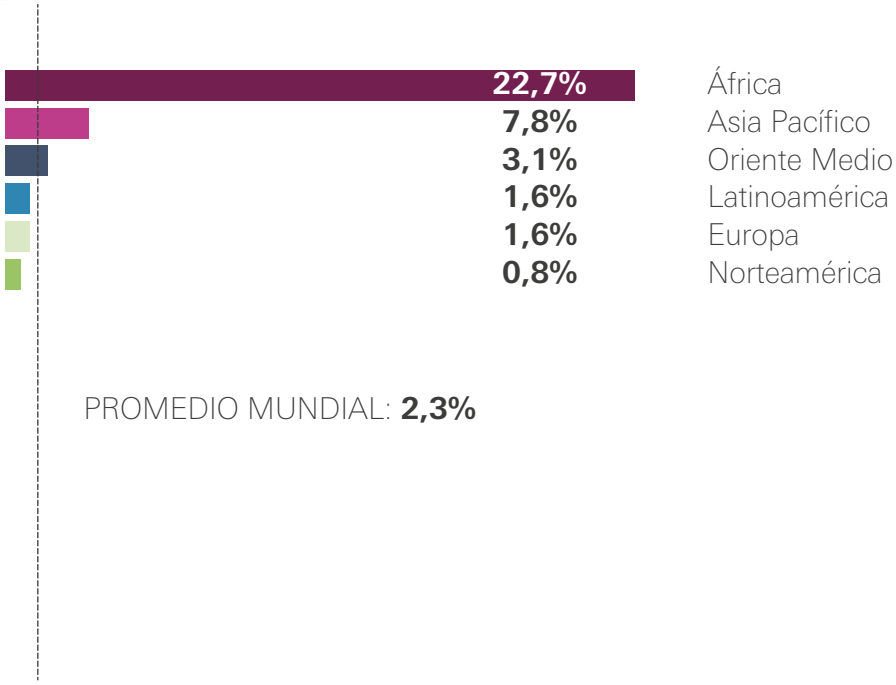


PROMEDIO MUNDIAL: **3,7%**

Total facturación mundial 2016:
$44.511 millones

Fuente: ESOMAR

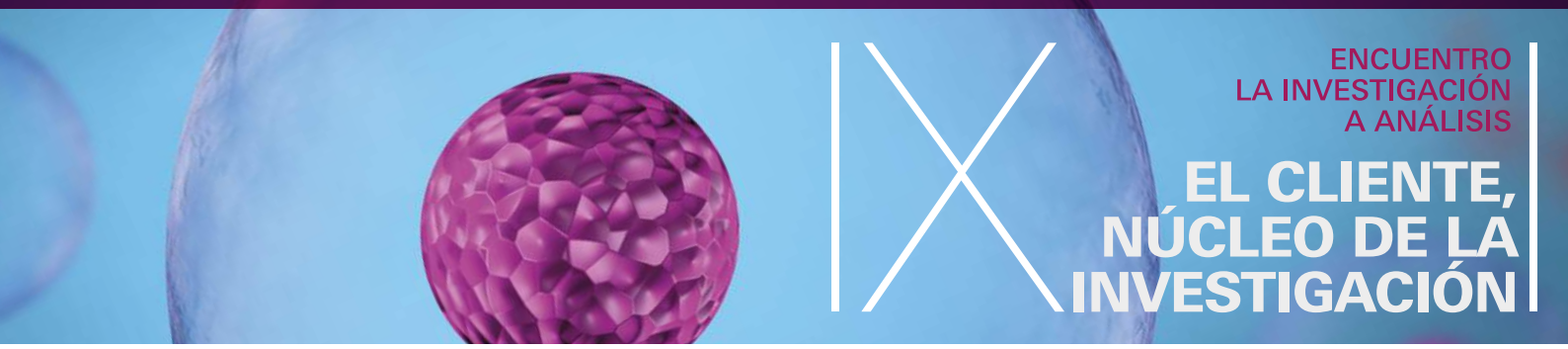
MUNDO. CRECIMIENTO POR REGIONES 2016 VS 2015 TENIENDO EN CUENTA LA INFLACIÓN



PROMEDIO MUNDIAL: **2,3%**

Total facturación mundial 2016:
$44.511 millones

Fuente: ESOMAR



ENCUENTRO
LA INVESTIGACIÓN
A ANÁLISIS

EL CLIENTE, NÚCLEO DE LA INVESTIGACIÓN

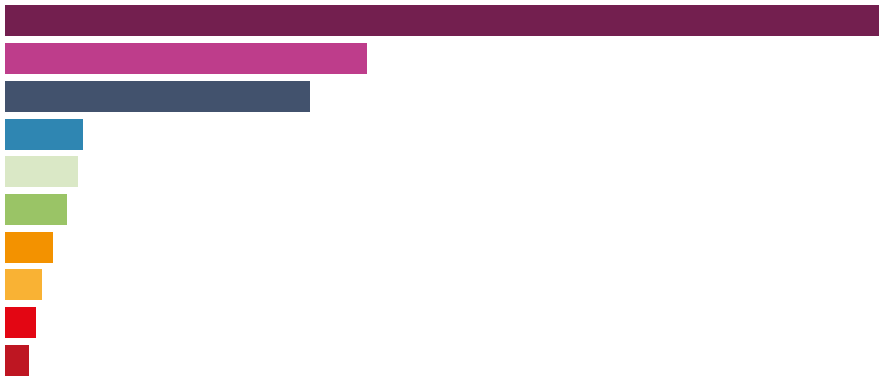
EUROPA. VOLUMEN 2016. TOP 10 PAÍSES

Datos en millones de $.

Importante: la cifra total para España no coincide con la publicada por ESOMAR, ya que ESOMAR descuenta el volumen subcontratado fuera de España para poder consolidar internacionalmente

Total facturación mundial 2016: $44.511 millones

Fuente: ESOMAR

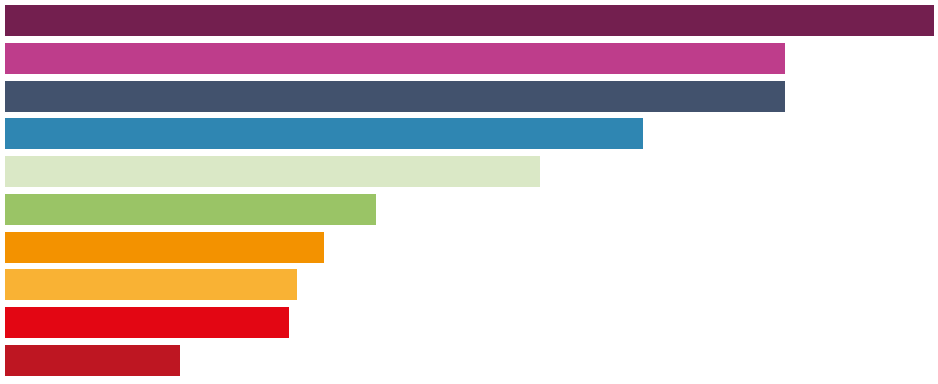


$6.642	Reino Unido	$460	Países Bajos
$2.767	Alemania	$357	Suecia
$2.334	Francia	$269	Rusia
$614	Italia	$205	Suiza
$550	**España**	$158	Polonia

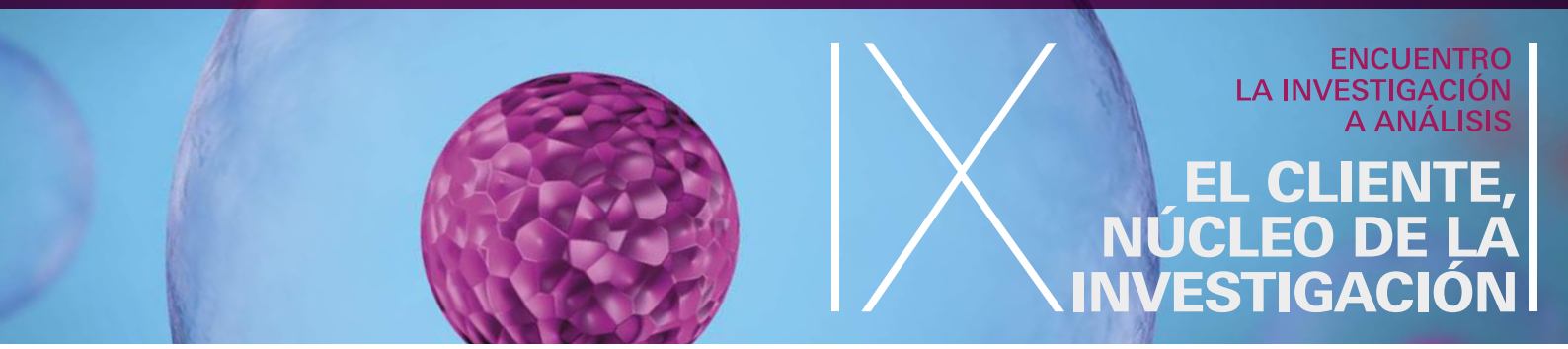
EUROPA. VOLUMEN 2016. TOP 10 PAÍSES QUE MÁS CRECE % variación neta

Total facturación mundial 2016: $44.511 millones

Fuente: ESOMAR



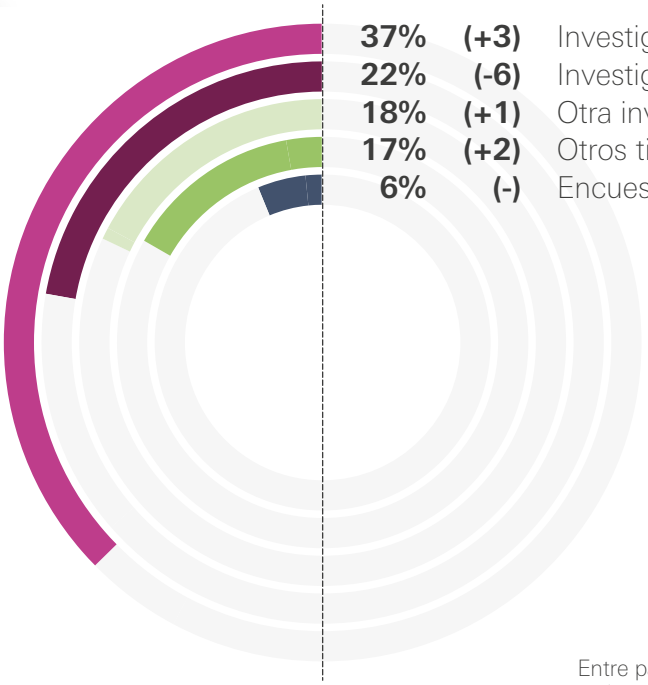
21,2%	Rusia	8,6%	Ucrania
17,9%	Rumanía	7,3%	Islandia
17,8%	Suiza	6,5%	Bulgaria
14,6%	República Checa	6,5%	Portugal
12,2%	Lituania	4,0%	Luxemburgo



ENCUENTRO
LA INVESTIGACIÓN
A ANÁLISIS

IX EL CLIENTE, NÚCLEO DE LA INVESTIGACIÓN

MUNDO. DESGLOSE POR DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN



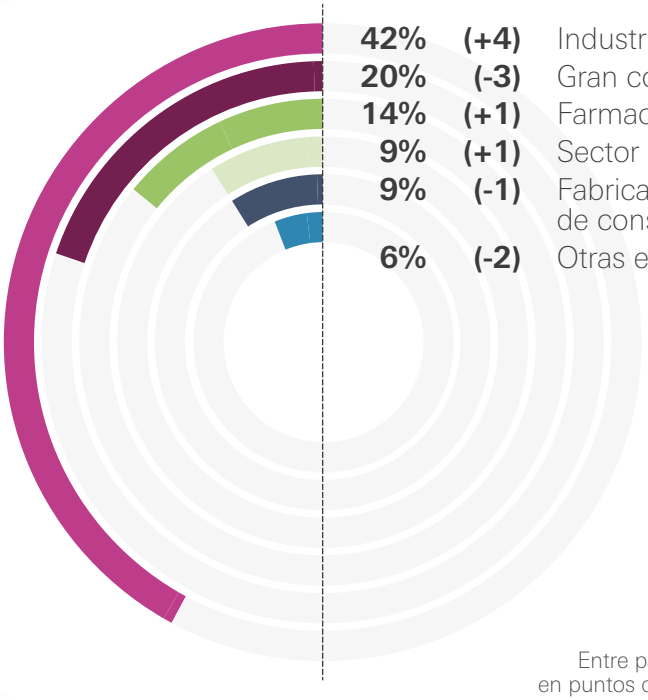
37%	(+3)	Investigación ad hoc
22%	(-6)	Investigación de paneles
18%	(+1)	Otra investigación continua
17%	(+2)	Otros tipos de investigación
6%	(-)	Encuesta ómnibus

Entre paréntesis variación
en puntos de cuota 2016 vs 2015

Total facturación mundial 2016:
$44.511 millones

Fuente: ESOMAR

MUNDO. DESGLOSE POR SECTORES DE CLIENTE

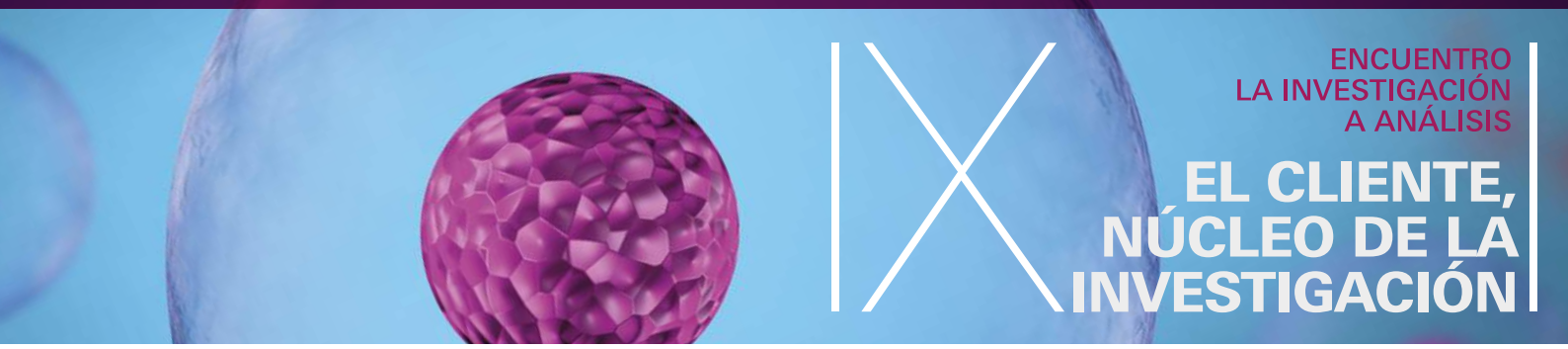


42%	(+4)	Industria de servicios
20%	(-3)	Gran consumo
14%	(+1)	Farmacia descriptiva
9%	(+1)	Sector público
9%	(-1)	Fabricantes bienes de consumo duradero
6%	(-2)	Otras empresas

Entre paréntesis variación
en puntos de cuota 2016 vs 2015

Total facturación mundial 2016:
$44.511 millones

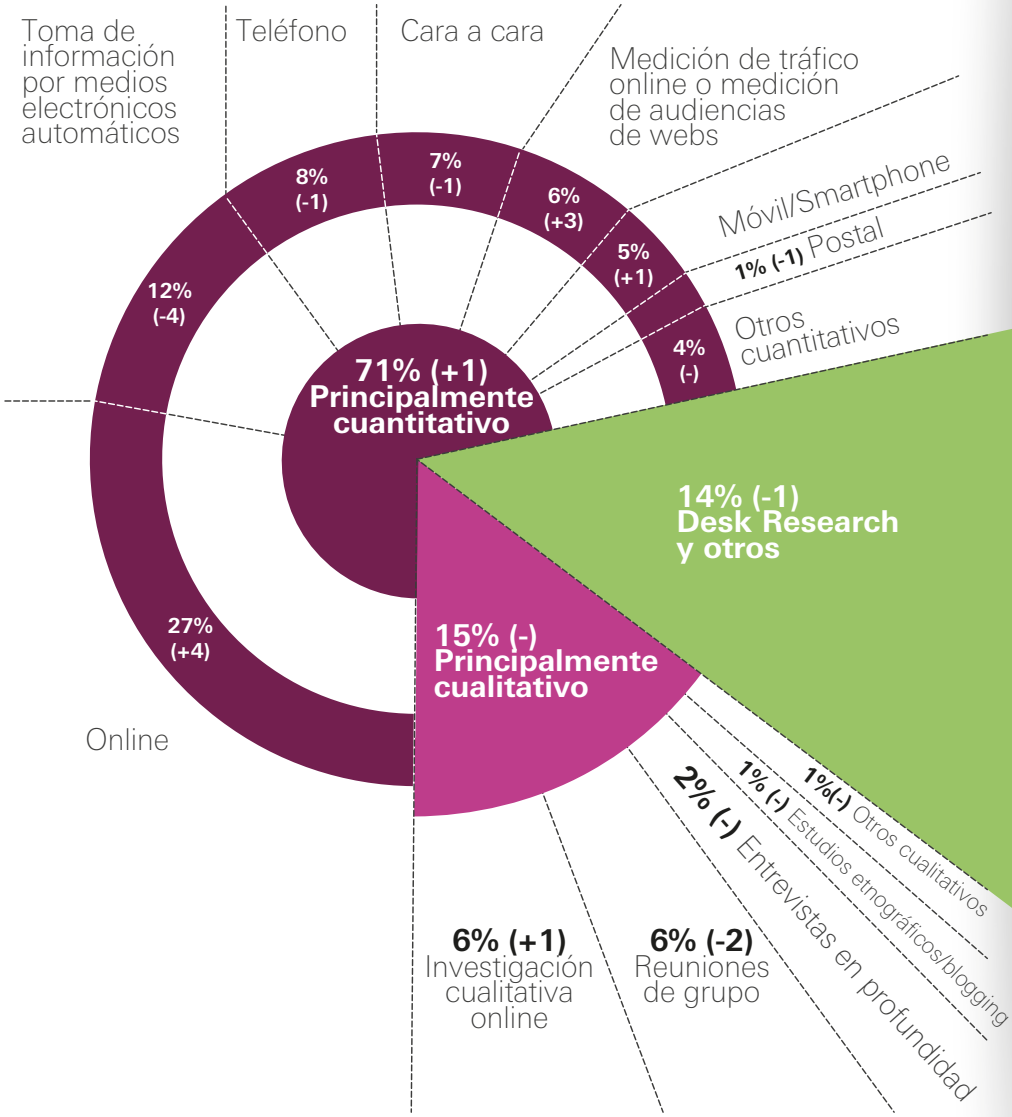
Fuente: ESOMAR



ENCUENTRO
LA INVESTIGACIÓN
A ANÁLISIS

EL CLIENTE, NÚCLEO DE LA INVESTIGACIÓN

MUNDO. DESGLOSE POR MÉTODO DE INVESTIGACIÓN APLICADO



Total facturación mundial 2016:
$44.511 millones

Fuente: ESOMAR

Entre paréntesis variación
en puntos de cuota 2016 vs 2015