

# VII ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS

## EL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS MUNDIAL 2014: REINA LA ESTABILIDAD.

### ESPAÑA CONFIRMA SUS PREVISIONES OPTIMISTAS PARA EL 2015

Madrid, 8 de octubre de 2015.

Dentro del VII ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS, convocado de forma conjunta por AEDEMO, ANEIMO Y ESOMAR, se han hecho públicas las últimas cifras referentes al sector de la investigación de mercados en el mundo.

#### Los principales resultados revelan:

- El sector de la investigación mueve en el mundo 43.864 millones de \$. Respecto al 2014, supone un +2% (bruto, antes de inflación) y un +0,1% neto (teniendo en cuenta la inflación).
- La buena noticia es que se ha consolidado el crecimiento del año anterior (2013 vs 2012: +0,7%). La inversión en investigación ha crecido en 55 países o subregiones y disminuido en 32.
- El crecimiento se ha generado en países y zonas de menor peso, mientras que los países con un fuerte volumen se han mantenido prácticamente estables. África y Oriente Medio han liderado los crecimientos netos mundiales. En concreto, países como Nigeria o Israel han jugado un papel importante en estos crecimientos. En Europa ha sucedido algo parecido: el crecimiento se ha producido en mercados más pequeños como Rumanía, Bulgaria o Bélgica.
- Europa ralentiza su descenso (en 2013 fue del -1,4% y en 2014 del -0,9%). Aún con todo, disminuye su cuota total del mercado mundial en 3 puntos en gran parte debido a la contracción del Reino Unido (-3,2% neto), el mayor país europeo en volumen. Recordamos que entre los países que en 2014 aportaron un crecimiento neto a Europa figura también España (+0,7%).
- Estados Unidos se configura como el mayor mercado mundial. Un solo país supone el 42,3% de la investigación mundial. Sin embargo, el crecimiento de EEUU en 2014 ha sido moderado (+0,5% neto) mientras que en 2013 se manifestaba como el motor del crecimiento mundial.
- Por primera vez China se cuela entre los 5 países del mundo con mayor volumen. Con un crecimiento neto de +2,7% sobrepasa a Japón también por primera vez.

Página 1 de 12

## El marco de la investigación de mercados mundial en 2014 es el de la estabilidad. No hay grandes cambios de tendencias de un año a otro, aunque el análisis de los últimos años (2008 a 2014), está marcado por las siguientes tendencias:

- **Sigue subiendo la recogida de datos online; ES UN PROCESO IMPARABLE.** En 2014 el 46% es ya online, entendiéndose como tal la suma de la medición de tráfico online, la toma de información por medios electrónicos y las entrevistas online.
- **España tiene plenamente asumido este proceso de digitalización y se ha puesto rápidamente al día. La recogida de datos online alcanza la mitad del mercado, el 49,9% exactamente. Por primera vez superamos la media mundial.** En 7 años hemos recorrido un camino enorme, ya que en 2008 la diferencia España-mundo era de 19 puntos.
- **Existe una dedicación creciente al análisis de los datos ya existentes.** En 7 años el denominado Desk Research ha incrementado del 6% al 11%. Aunque la investigación mundial sigue siendo cuantitativa (73% en el mundo y 83,3% en España), desde 2008 ha perdido 7 puntos de cuota de mercado en detrimento del Desk Research sobre todo y de la investigación cualitativa.
- **Las marcas necesitan tener el pulso continuo de sus mercados y consumidores.** La investigación continua (paneles y trackings) sigue aumentando de forma imparable. Desde 2008, la investigación continua ha incrementado en 11 puntos en detrimento de la investigación adhoc, que en sólo un año ha disminuido en 5 puntos. Lo importante es seguir el pulso al consumidor de forma constante, atentos a cualquier cambio. El contacto con el mercado se hace más necesario.
- **Cada vez se investiga más en empresas de Servicios.** En este último año, el peso entre investigación para empresas de Bienes de Consumo (44%) y empresas de Servicios (42%) permanece igual pero hace 7 años, la diferencia entre ambas era de 7 puntos a favor de la investigación para empresas fabricantes de bienes de consumo.
- **Por primera vez se desglosa la recogida de datos a través de los smartphones y se estima en un 3% de la investigación mundial total.** La tendencia a la utilización del móvil como dispositivo casi imprescindible en la vida del consumidor, ha originado el desarrollo de herramientas de recogida de datos a través del mismo.
- **Asimismo el 3% de la investigación mundial total es investigación cualitativa online.** Este dato se recogió por primera vez el año pasado y supone un 17,7% del total de investigación cualitativa.

### En definitiva, un sector que se caracteriza por:

- **Ser cada vez más “on”.**
- **Relacionado con lo anterior, estar plenamente conectado con las nuevas tecnologías.**
- **Ahondar en los datos ya disponibles.**
- **Estar continuamente cerca del consumidor.**

## CAUTAS PERSPECTIVAS PARA 2015 EN EL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

**Después de un año 2014 en el que predomina la estabilidad, las perspectivas mundiales dibujan un panorama conservador para 2015, con un crecimiento inferior al +1%.**

La palabra que mejor define las expectativas para 2015 es precisamente ésta, cautela, reflejo entre otras cosas de las revisiones de previsión de la economía mundial. Las perspectivas para 2014 eran mucho más optimistas que los datos a cierre de año: el 82% de los entrevistados esperaba cerrar el año en positivo y se esperaba un crecimiento neto entre el +1% y +2%.

**Con las expectativas no cumplidas, este año 2015 las previsiones son mucho más cautas:**

- El 58% espera cerrar el año 2015 con datos de crecimiento.
- El 21% cree que disminuirá su volumen de negocio.
- El 21% prevé estabilidad.

**Con un mundo en convulsión y con varios focos internacionales de conflicto, no es fácil hacer predicciones:**

- Parece que de nuevo, serán países de menor volumen y de mayor recorrido los que presenten mayores crecimientos. La región de Asia Pacífico es una de las más optimistas en su crecimiento esperado. Por otra parte países concretos como Egipto, Nigeria, Kenia o Sudáfrica ven este año 2015 con optimismo.
- Expectativas misceláneas en Europa: el mercado más grande (Gran Bretaña) y el más pequeño (Chipre) comparten una visión optimista para 2015. Por otra parte Rusia, Ucrania o Grecia prevén descensos para 2015.
- Perspectivas asimismo desiguales en Latinoamérica.
- EEUU apunta un crecimiento del +4%, mucho mayor que el +0,5% del 2014.

La investigación de mercados en España encara este 2015 con franco optimismo. Recordamos que en junio de este año avanzamos unas previsiones del +4,3% de incremento en volumen total de mercado en facturación. A fecha de hoy y con los datos del primer semestre ya cerrados y en la recta final del año, podemos confirmar una previsión anual para 2015 de un incremento del +5,5%.

Estas previsiones para España saben a éxito después de unos años marcados por la recesión y confirman la solidez y relevancia del sector de la investigación de mercados en nuestro país.

**MUY IMPORTANTE: LOS DATOS REFERENTES AL MERCADO ESPAÑOL SE HICIERON PÚBLICOS EN JUNIO 2015.**

**TODOS LOS DATOS DISPONIBLES EN:**

[www.aedemo.es](http://www.aedemo.es)

[www.aneimo.com](http://www.aneimo.com)

[www.esomar.org](http://www.esomar.org)

Página 3 de 12



### 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 Asociación. 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](http://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](http://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](http://www.esomar.org)

Contacto prensa:

**SMARTMEDIA**

**Teresa Osma**

[tosma@smartm.es](mailto:tosma@smartm.es)

C/ Tutor 11, 1º A. 28008 Madrid.

Tel.: 91 7584872

Página 4 de 12



# ANEXO DATOS

## VOLUMEN DE NEGOCIO EMPRESAS ANEIMO 2014

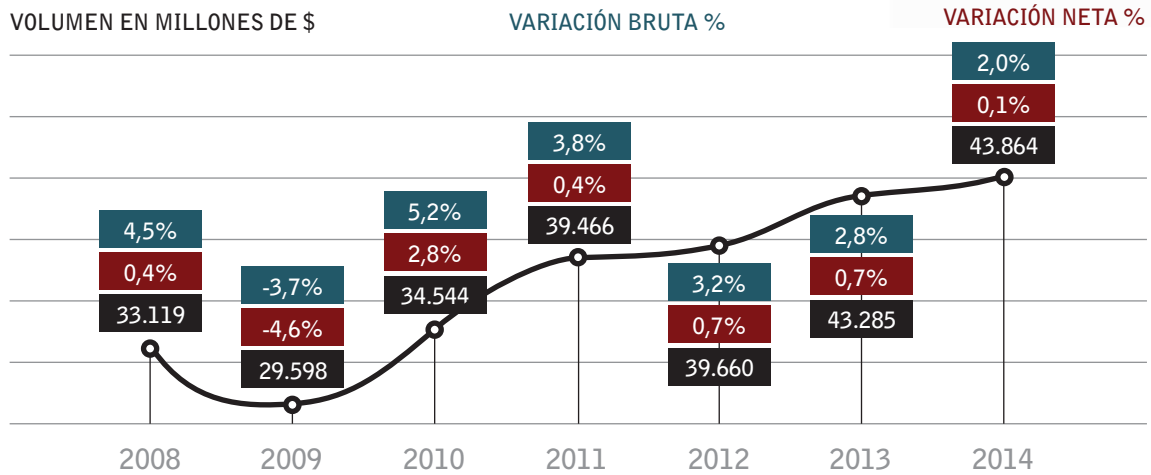
(Las cifras que aparecen reflejadas corresponden al importe neto de la cifra de negocios - en miles de euros- obtenidas de las cuentas depositadas en el Registro Mercantil referentes a los servicios de investigación de mercados)

|                          | FACTURACIÓN 2014 | FACTURACIÓN 2013 | VARIACIÓN |
|--------------------------|------------------|------------------|-----------|
| TNS/ KANTAR              | 86.042           | 84.276           | 2,1%      |
| GRUPO GFK                | 39.931           | 40.681           | -1,8%     |
| IPSOS                    | 21.696           | 21.042           | 3,1%      |
| MILLWARD BROWN SPAIN     | 18.142           | 17.528           | 3,5%      |
| ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN | 10.551           | 10.045           | 5,0%      |
| SSI                      | 6.063            | 5.011            | 21,0%     |
| CEGEDIM STRATEGIC DATA   | 5.826            | 5.025            | 15,9%     |
| NETQUEST IBERIA          | 5.269            | 4.246            | 24,1%     |
| SALVETTI & LLOMBART      | 3.139            | 2.549            | 23,1%     |
| IKERFEL                  | 2.687            | 2.618            | 2,6%      |
| ODEC                     | 2.635            | 2.637            | -0,1%     |
| INSTITUTO DYM            | 2.632            | 2.647            | -0,6%     |
| BLOCK DE IDEAS           | 2.098            | 2.537            | -17,3%    |
| RANDOM                   | 1.936            | 2.214            | -12,6%    |
| ROSENTHAL RESEARCH       | 1.489            | 1.500            | -0,7%     |

Fuente: ANEIMO

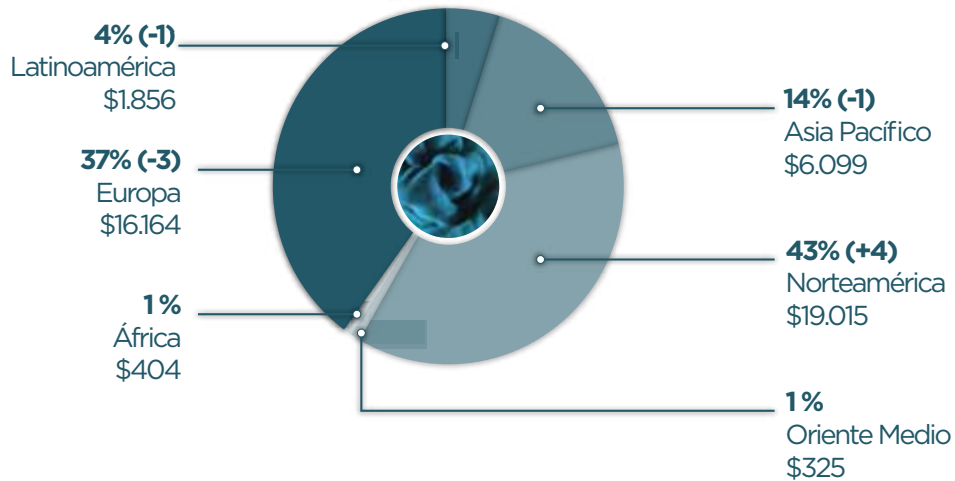
## DATOS MUNDIALES DEL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

# EVOLUCIÓN MUNDIAL DEL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (2008-2014)



Datos en millones de \$.

## FACTURACIÓN MUNDIAL 2014 POR REGIONES (CUOTAS DE MERCADO)



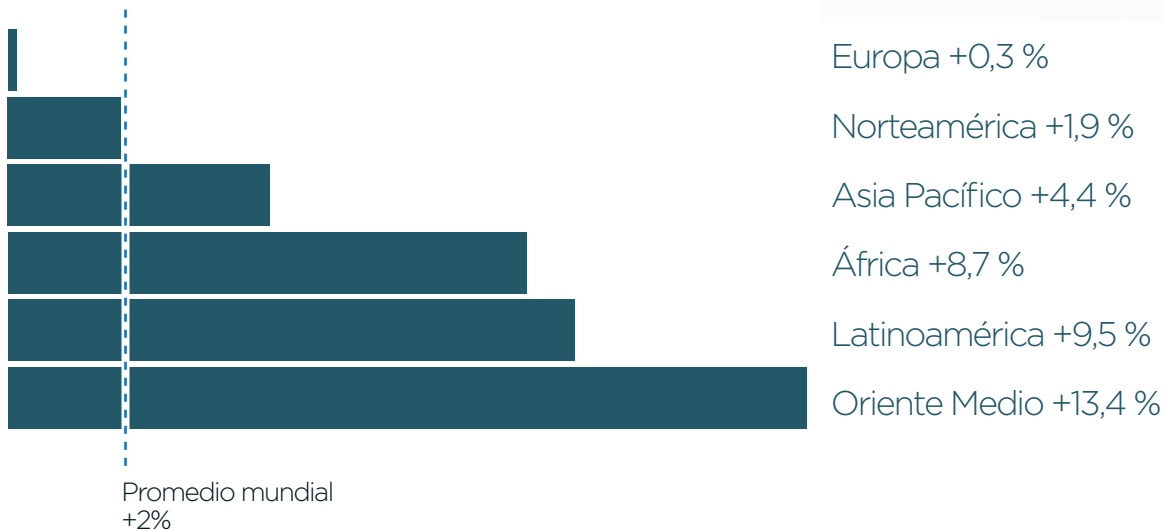
Datos en millones de \$.  
 ENTRE PARÉNTESIS, LAS VARIACIONES DE CUOTA VS 2013  
 Cambio \$ - € en el momento del estudio: 1\$ = 0,75€

TOTAL FACTURACIÓN MUNDIAL 2014: \$43.864 MILLONES

Fuente: ESOMAR

**DATOS MUNDIALES DEL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

**CRECIMIENTO MUNDIAL 2014 VS 2013 POR REGIONES.  
SIN TENER EN CUENTA LA INFLACIÓN.**



**CRECIMIENTO MUNDIAL 2014 VS 2013 POR REGIONES.  
TENIENDO EN CUENTA LA INFLACIÓN.**

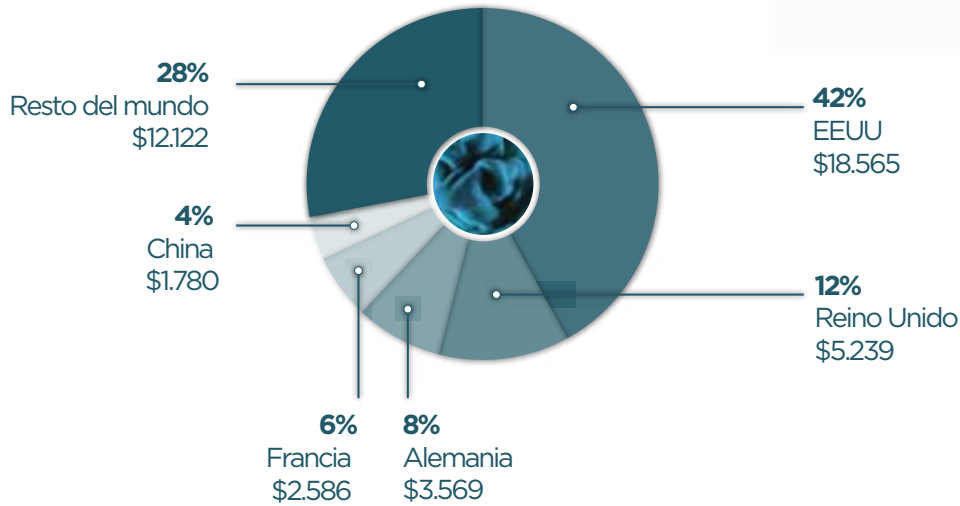


TOTAL FACTURACIÓN MUNDIAL 2014: \$43.864 MILLONES

Fuente: ESOMAR

## DATOS MUNDIALES DEL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

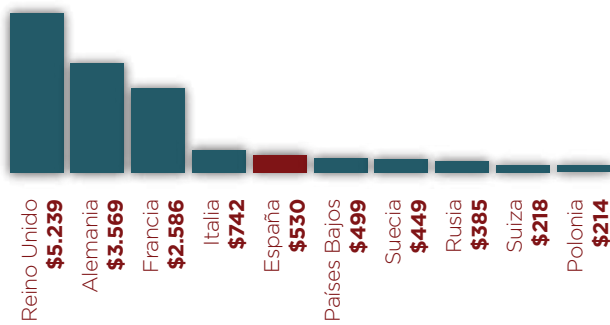
### LOS 5 MAYORES PAÍSES EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.



Datos en millones de \$.

## MERCADO EUROPEO.

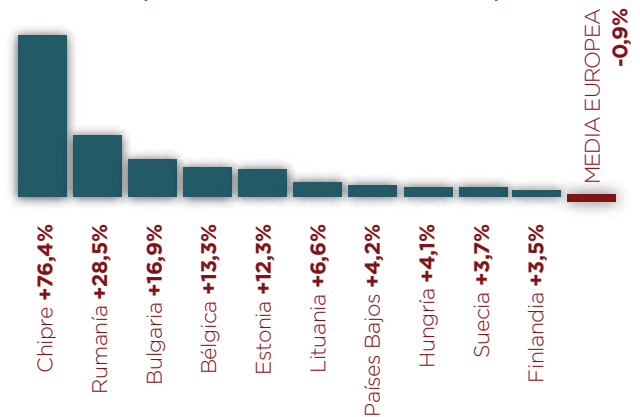
### FACTURACIÓN 2014. TOP 10 PAÍSES



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

### LOS 10 PAÍSES QUE MÁS CRECEN (CRECIMIENTO NETO)



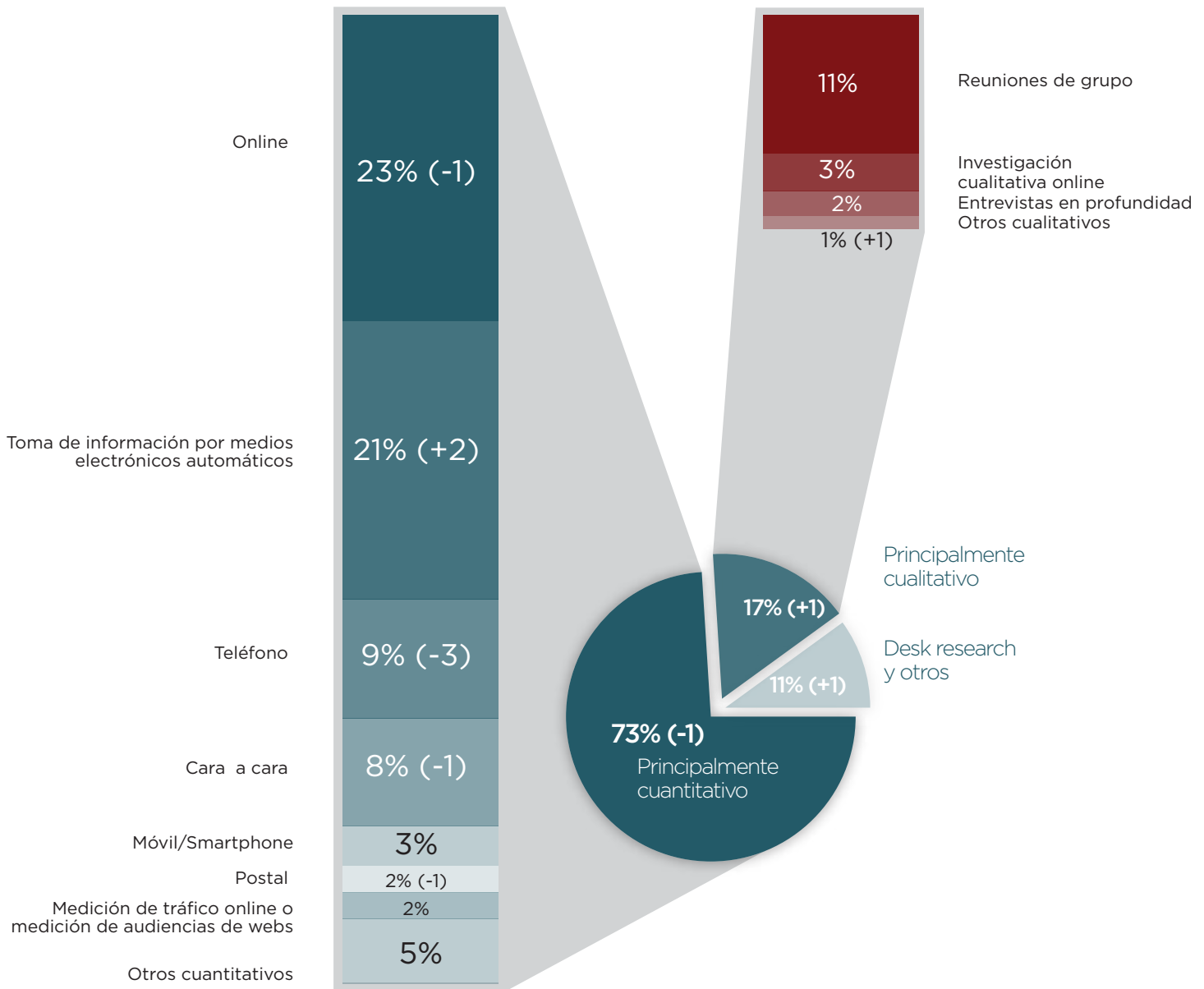
% variación sin tener en cuenta la inflación.

TOTAL FACTURACIÓN MUNDIAL 2014: \$43.864 MILLONES

Fuente: ESOMAR

## DATOS MUNDIALES DEL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### DESGLOSE POR MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.



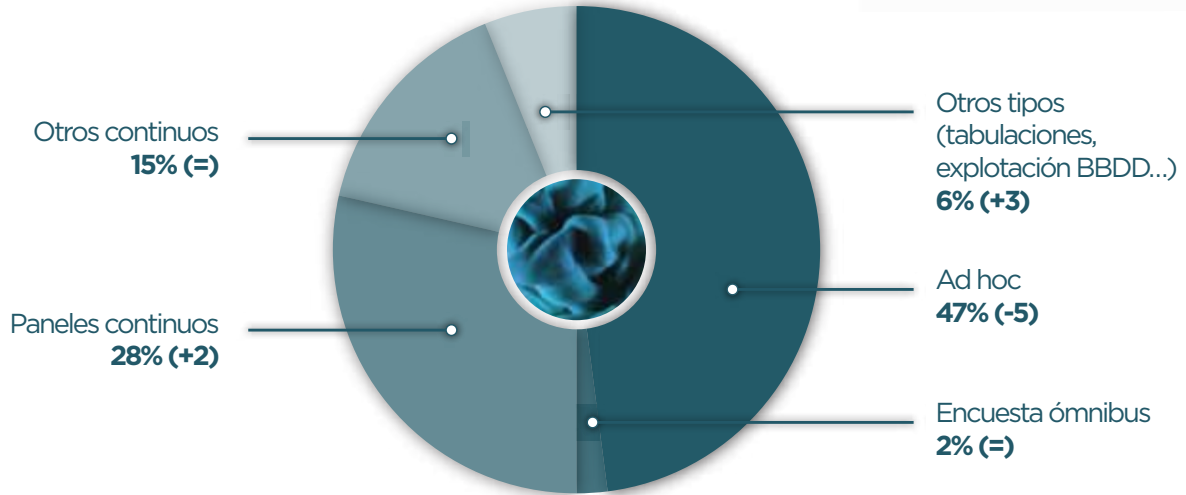
ENTRE PARÉNTESIS, LAS VARIACIONES DE CUOTA VS 2013

TOTAL FACTURACIÓN MUNDIAL 2014: \$43.864 MILLONES

Fuente: ESOMAR

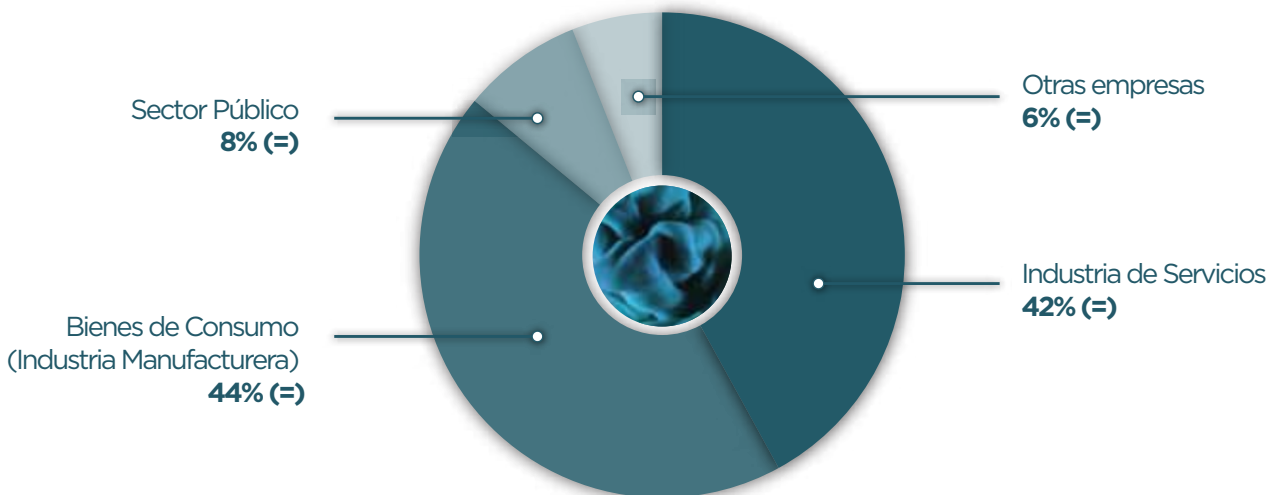
## DATOS MUNDIALES DEL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### DESGLOSE POR DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.



ENTRE PARÉNTESIS, LAS VARIACIONES DE CUOTA VS 2013

### DESGLOSE POR SECTOR DE CLIENTES.



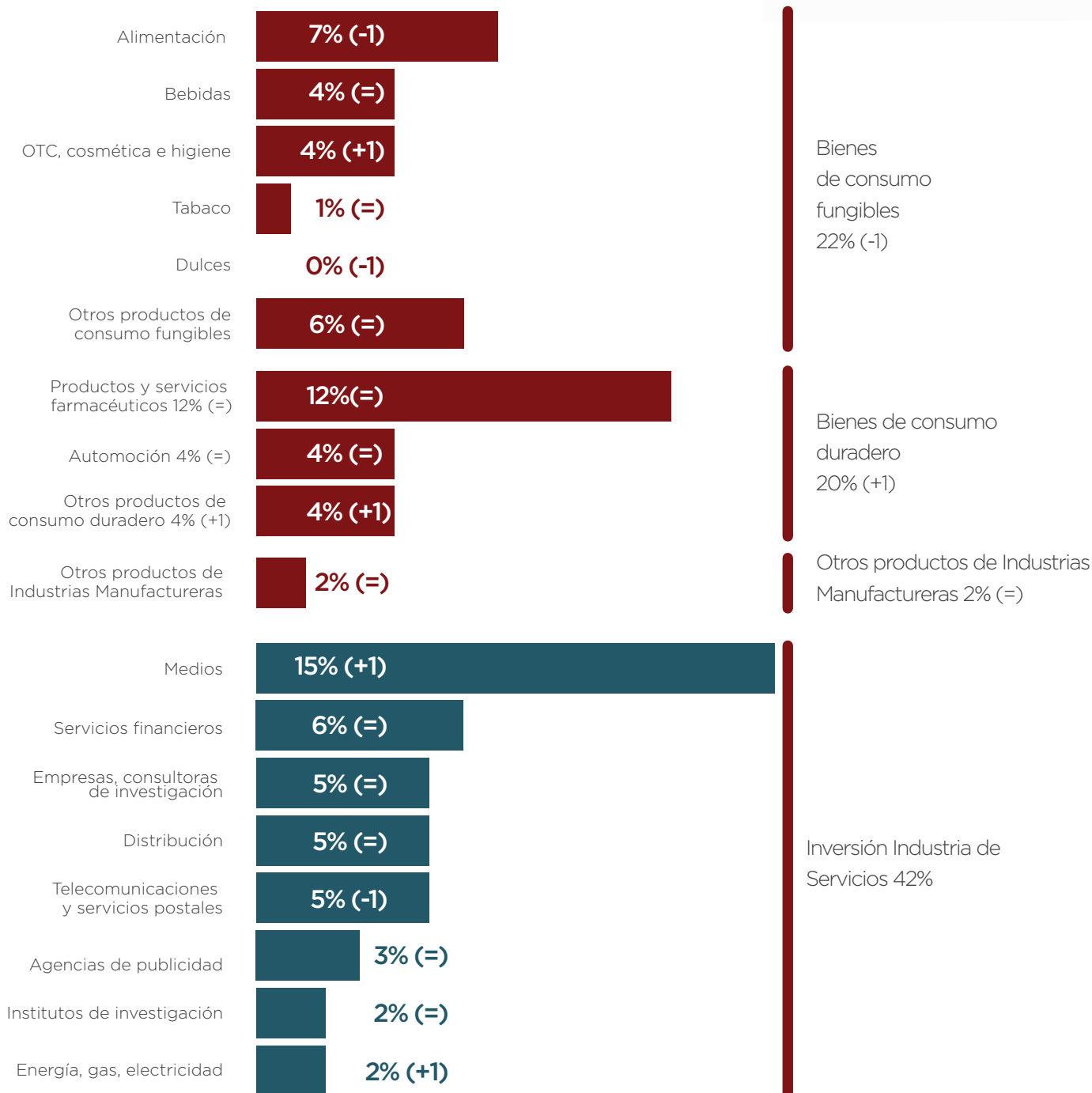
ENTRE PARÉNTESIS, LAS VARIACIONES DE CUOTA VS 2013

TOTAL FACTURACIÓN MUNDIAL 2014: \$43.864 MILLONES

Fuente: ESOMAR

## DATOS MUNDIALES DEL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### DESGLOSE POR SECTOR DE CLIENTES.



TOTAL FACTURACIÓN MUNDIAL 2014: \$43.864 MILLONES

Fuente: ESOMAR