



EL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA 2014

PRESENTACIÓN A PRENSA 19 DE JUNIO DE 2015

Aneima

aedemo[®]

ESOMAR



UNA INDUSTRIA CON VALOR AÑADIDO

No sólo para generar conocimiento a sus clientes

Si no toda una industria que:

- Genera negocio
- Crea empleo
- Detecta tendencias sociológicas
- Es precursora en tecnología
- Exporta



Transparencia
Punto de referencia
Observatorio de tendencias
Consenso internacional

**QUE COMPARTIMOS CON
VOSOTROS Y CON EL MERCADO
DESDE LAS 3 ASOCIACIONES DE
REFERENCIA DEL SECTOR**



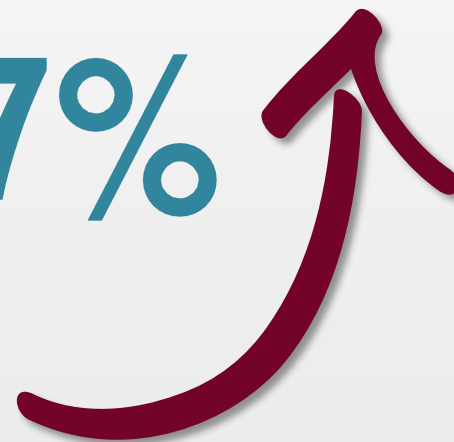
- **Aneimo + Aedemo.**
- **Desde 1990 y de forma anual.**
- **Estudio telefónico + online. Para empresas Aneimo los datos se recogen a través de dicha asociación.**
- **Los datos para España son la referencia internacional que posteriormente recoge Esomar.**

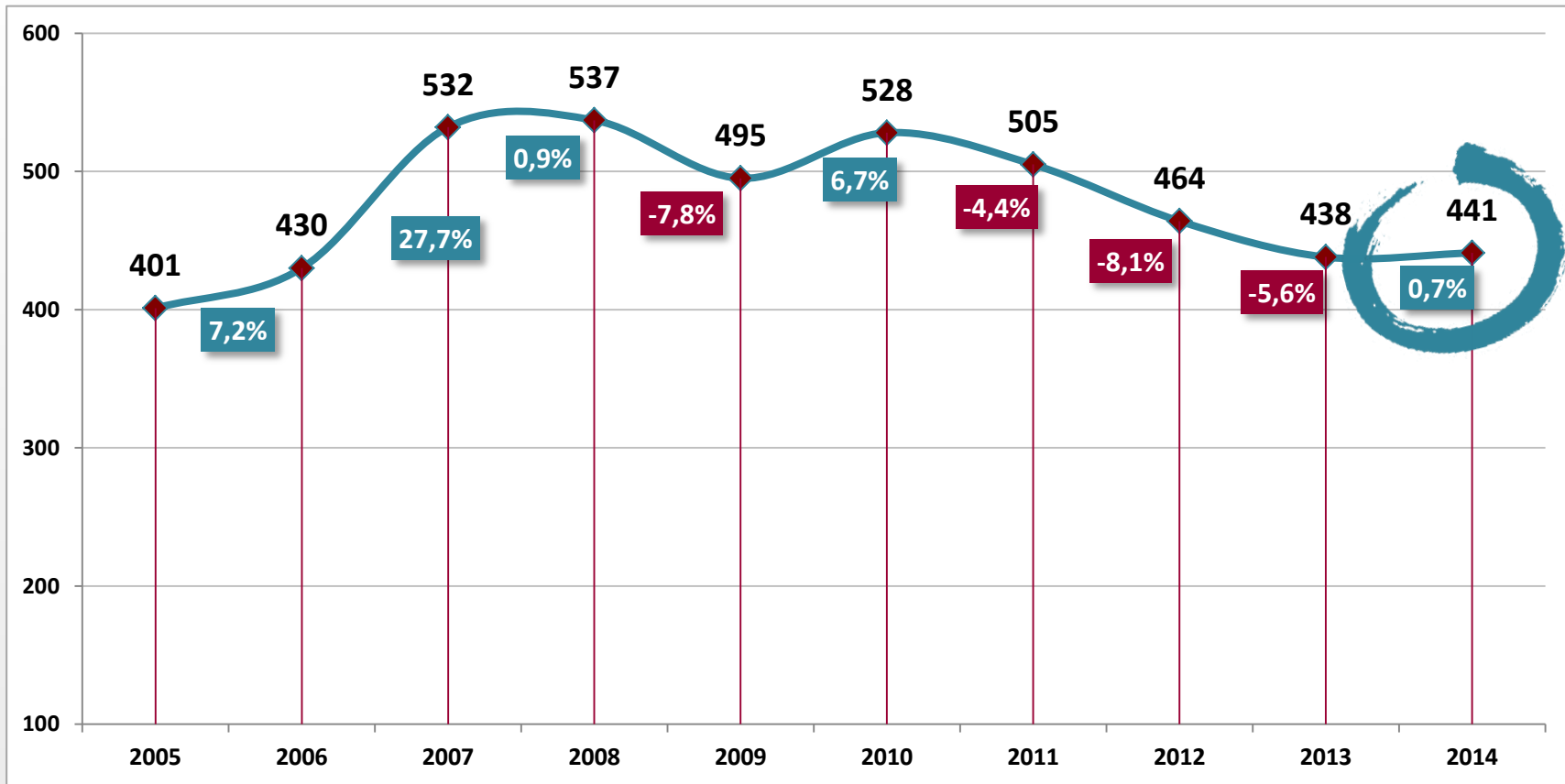


2014:

¡POR FIN!

+ 0,7%





Cifra neta de negocio: 441.413.000€. Fuente Aneimo / Aedemo. Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2014

ÚLTIMOS 10 AÑOS DE EVOLUCIÓN



- Cifra neta de negocio 2014: **441.413.000 €**
- Crecimiento del **0,7%** respecto al 2013.
- Un sector que genera más de 15.000 empleos.
- Una industria a la vanguardia de las nuevas tecnologías.
- Un sector que exporta el 20% (19,2%).



2014:

¿QUÉ HA PASADO?



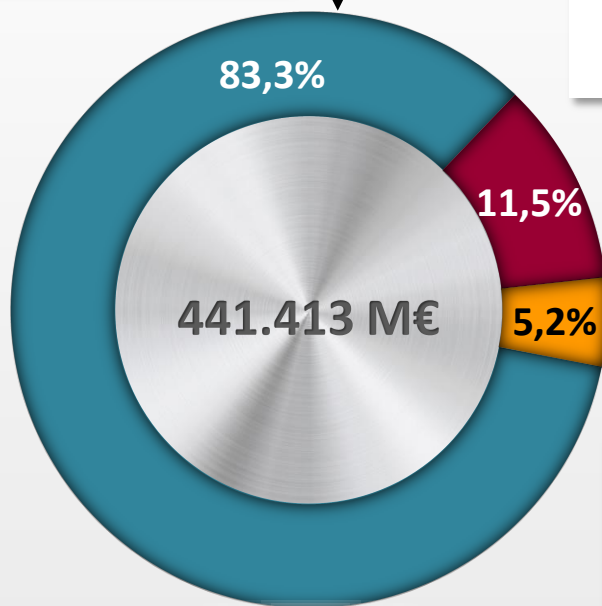
Comparativa vs año
anterior

Comparativa vs comienzo
de la crisis 2008



CIFRA DE NEGOCIO POR MÉTODO DE INVESTIGACIÓN APLICADO

Principalmente
cuantitativo
[-0,3%]



Principalmente
cualitativo
[+4,3%]

El 83% de toda la investigación es cuantitativa...

Desk-Research
y otros
[+9,7%]

Entre paréntesis, % de diferencia 2014 vs 2013

Cifra neta de negocio: 441.413.000€. Fuente Aneimo / Aedemo.
Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2014



...este año se ha explorado más con el Cualí:

NOVEDADES 2014 vs 2013

- ▲ La investigación cualitativa (+4,3%) y el Desk Research (+9,7%).
- ▼ La investigación cuantitativa (-0,3%).

TENDENCIAS 2008-2014

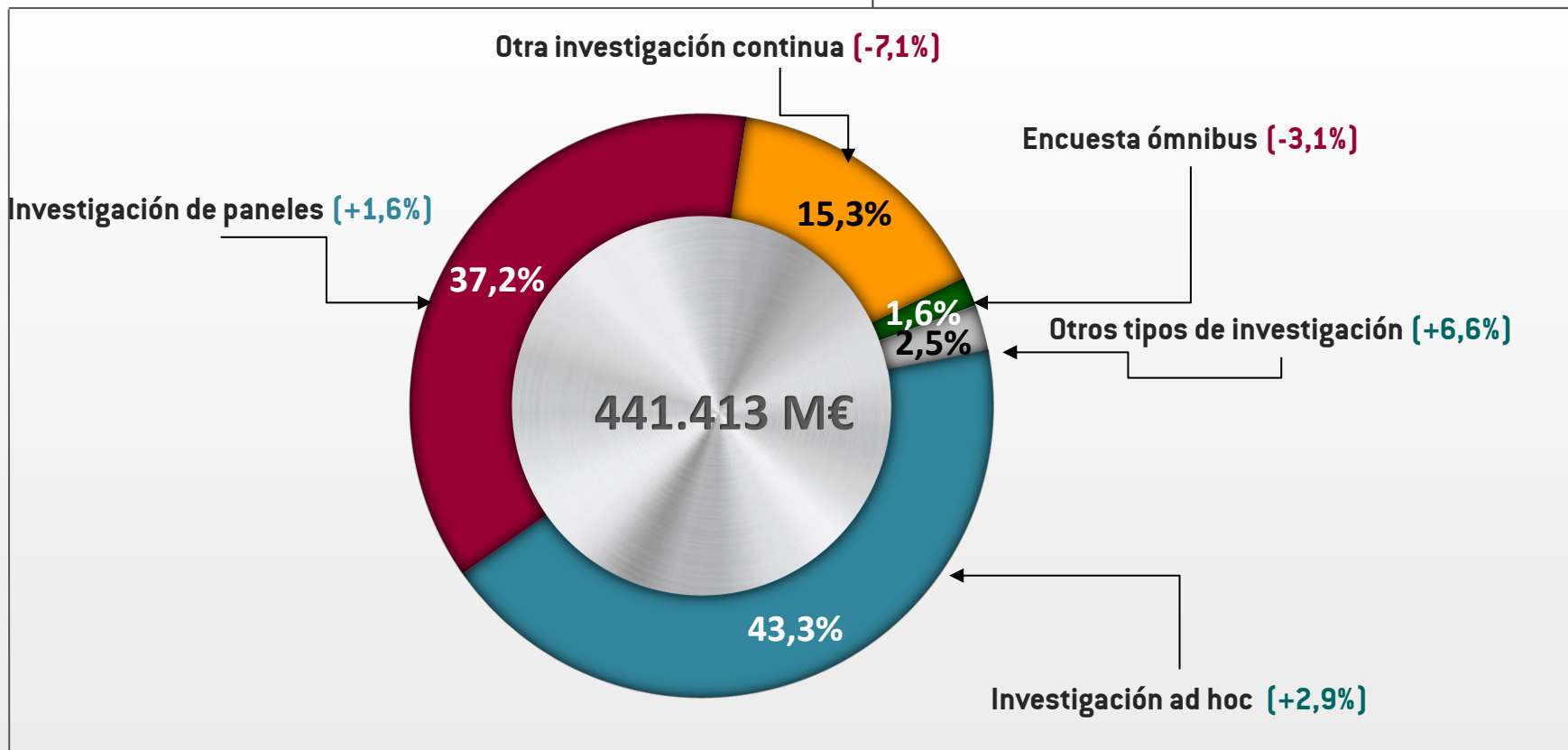
La tendencia en el tiempo es bastante estable, con lento descenso del Cualí.

% cuota mercado	2008	2014
Cuanti	82,3%	83,3%
Cualí	13,3%	11,5%
Desk Research	4,4%	5,2%

Ad hoc es el 43,3% del mercado...



SERVICIOS PRESTADOS (DISEÑO DE INVESTIGACIÓN)



Entre paréntesis, % de diferencia 2014 vs 2013

Cifra neta de negocio: 441.413.000€. Fuente Aneimo / Aedemo.
Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2014



...aunque ya no es lo que era:

TENDENCIAS 2008-2014

La tendencia general es clara hacia la disminución del Adhoc e incremento de los Paneles. Adhoc pierde 9 puntos en 6 años.

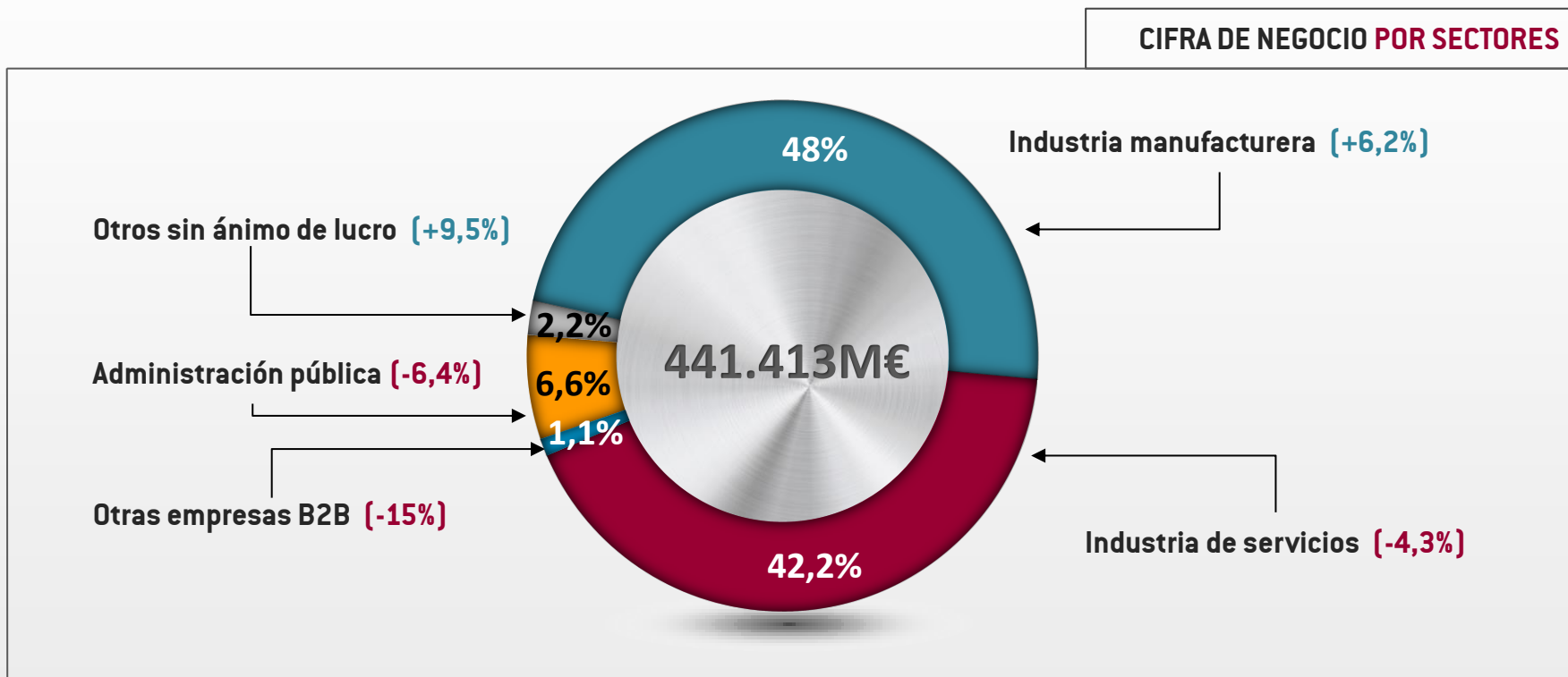
% cuota mercado	2008	2014
Ad hoc	54,5%	43,3%
Paneles	28,9%	37,2%
Otros	16,6%	19,4%

NOVEDADES 2014 vs 2013

- ▲ A pesar de la tendencia en el tiempo, en 2014 sube la investigación ad hoc (+2,9%), más incluso que los paneles (1,6%).



La industria manufacturera y la de servicios se reparten el mercado.



Entre paréntesis, % de diferencia 2014 vs 2013

Cifra neta de negocio: 441.413.000€. Fuente Aneimo / Aedemo.

Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2014



NOVEDADES 2014 vs 2013

En 2014 la industria manufacturera ha incrementado un sólido +6,2% y la de servicios ha disminuido un -4,3%.

TENDENCIAS 2008-2014

La tendencia general indica:

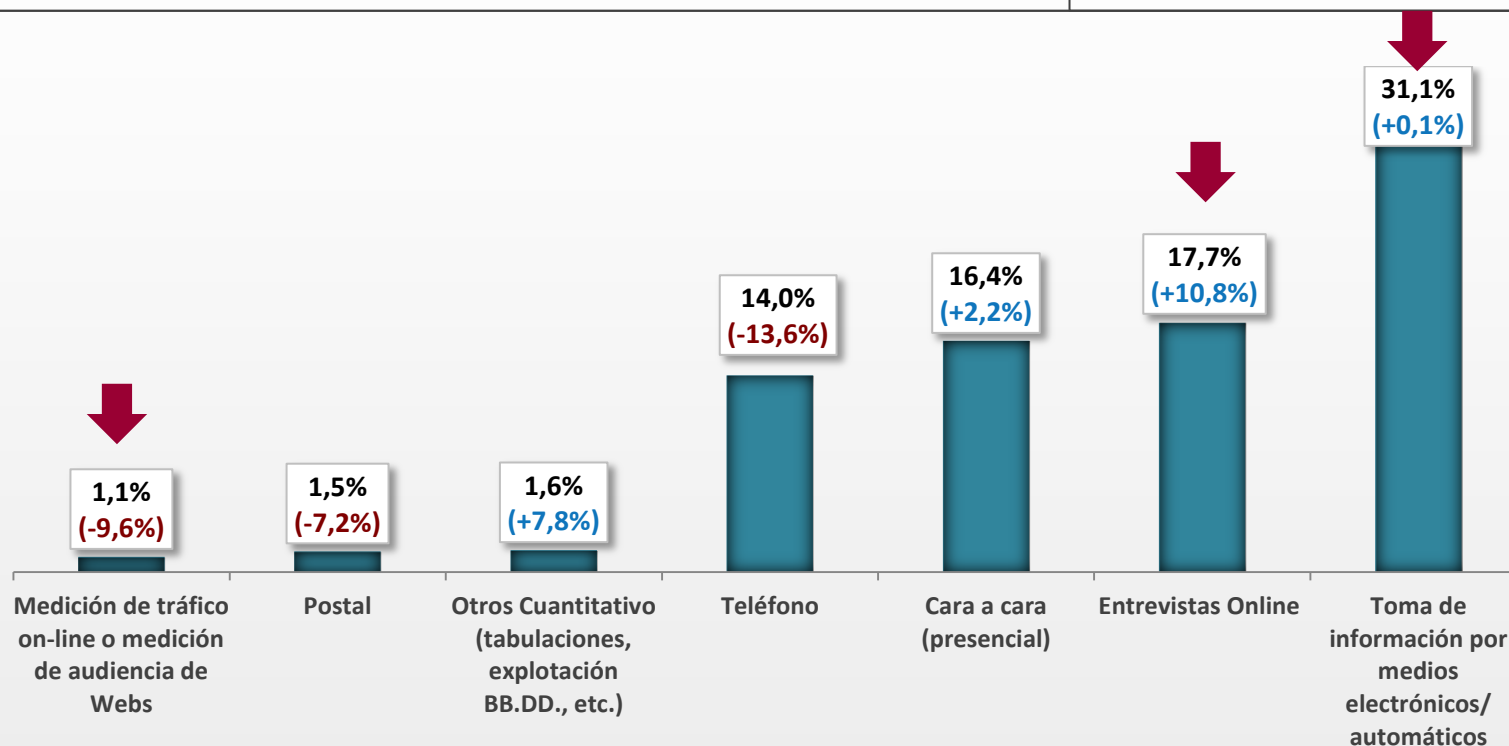
- Que a pesar de las diferencias anuales, en el tiempo los cambios no son tan sustanciales.
- Que las Administraciones Públicas pierden relevancia como actores.

% cuota mercado	2008	2014
Ind. Manufacturera	48,6%	48,0%
Empresas Servicios	41,8%	42,2%
AA.PP.	7,9%	6,8%



LA RECOGIDA DE DATOS ES "ON"

DESGLOSE RECOGIDA CUANTITATIVO



UN PROCESO IMPARABLE Y QUE CADA VEZ VA A MÁS

Entre paréntesis, % de diferencia 2014 vs 2013

Cifra neta de negocio: 441.413.000€. Fuente Aneimo / Aedemo.

Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2014



NOVEDADES 2014 vs 2013

Se confirman las tendencias:

- ▲ Encuestas online (+10,8%)
- ▼ Encuestas telefónicas (-13,6%)
- ▼ Encuestas postales (-7,2%)

Con algunos puntos a destacar:

- ▲ Encuestas presenciales (+2,2%)
- ▲ Tabulaciones, explotación BBDD...(+7,8%).



TENDENCIAS 2008-2014

La recogida online ya es la mitad de la tarta del total mercado...

...exactamente el 49,9%

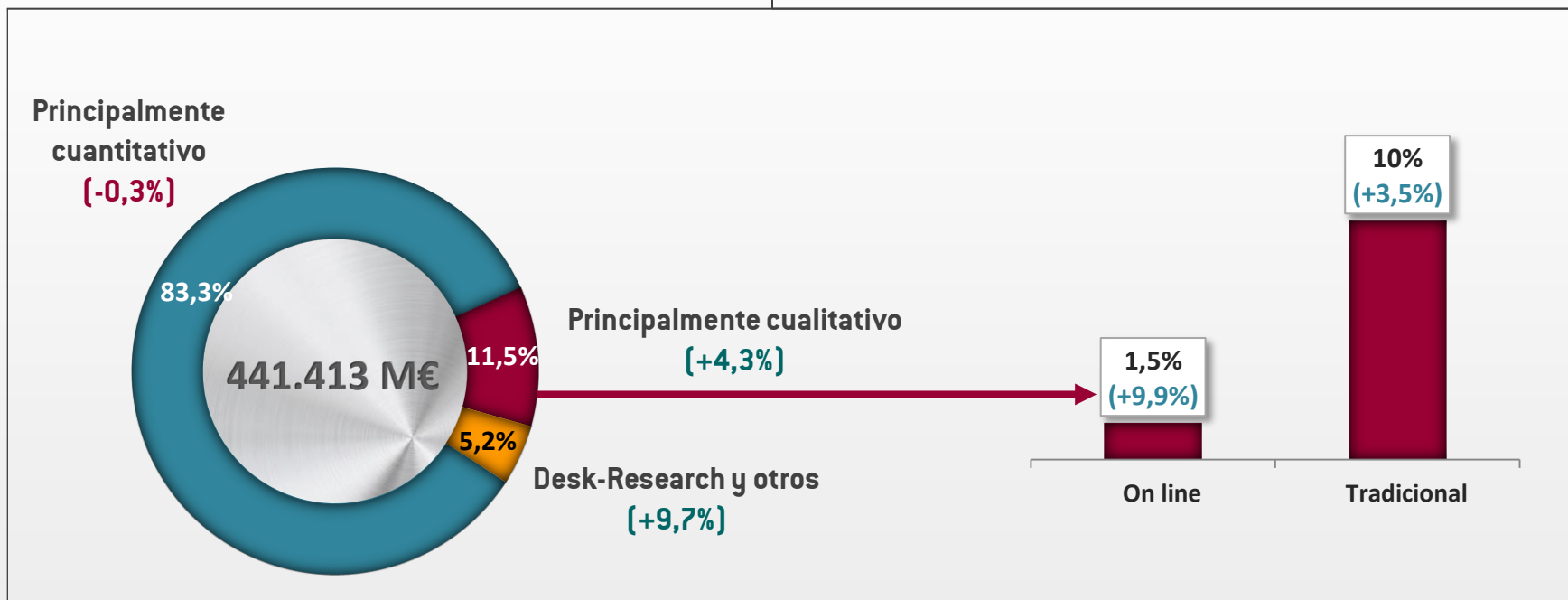
% cuota mercado	2008	2014
Postal + Telefónica + Presencial + Otros	63,1%	33,5%
Recogida online: Medición tráfico online + entrevistas online + toma de información por medios automáticos	19,2%	49,9%

RECOGIDA DE DATOS EN CUALITATIVO



- Recordamos que en 2013 por primera vez se recogieron datos para cualitativo online.
- Sube tanto la recogida tradicional como online, con mayor incremento de este último.

CIFRA DE NEGOCIO POR MÉTODO DE INVESTIGACIÓN APLICADO



Entre paréntesis, % de diferencia 2014 vs 2013

Cifra neta de negocio: 441.413.000€. Fuente Aneimo / Aedemo.
Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2014

LA TECNOLOGÍA NO TIENE LÍMITES

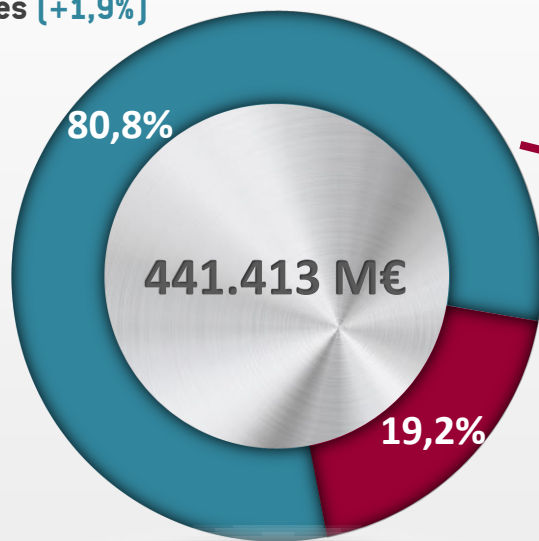
UN SECTOR QUE EXPORTA...



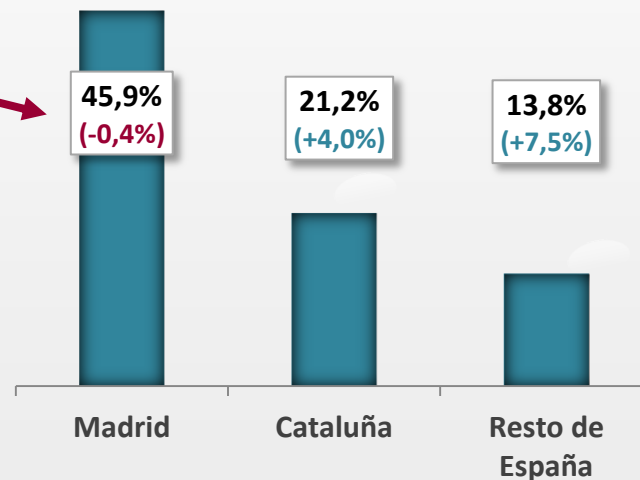
- ▲ El 80% de la investigación se realiza para clientes en España, pero casi el 20% se “exporta”.
- ▲ Crece la investigación en Cataluña y en otras ciudades en detrimento de Madrid.

CIFRA DE NEGOCIO POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS CLIENTES

Facturación a clientes nacionales (+1,9%)



Facturación a clientes con sede en extranjero (-4,1%)



Entre paréntesis, % de diferencia 2014 vs 2013

Cifra neta de negocio: 441.413.000€. Fuente Aneimo / Aedemo.

Estudio sobre el Sector de la Investigación de Mercados 2014



NOVEDADES 2014 vs 2013

- Cataluña y Resto de España se recuperan de tendencias negativas anteriores.

TENDENCIAS 2008-2014

- Madrid mantiene prácticamente la misma cuota, que representa casi la mitad de todo el mercado.
- En el tiempo, han perdido fuelle el resto de ciudades.

% cuota mercado	2008	2014
Madrid	45,6%	45,9%
Cataluña	18,4%	21,2%
Resto de ciudades	16,1%	13,8%

UN SECTOR QUE HA GENERADO MÁS EMPLEO EN 2014:



+ 1,3%

- 10.439 empleos , de los cuales 5.445 entrevistadores en 2014.
- N° total dispositivos CAPI: 4.030 y al alza (+7,4%), frente a dispositivos CATI que disminuyen (-0,7%).



57%






- Es el % de titulados universitarios, entre los empleados a tiempo parcial o completo. Es la 1ª vez que se considera este dato.
- El perfil del investigador es:
 - + Tecnológico
 - + Digital
 - + Consultor

GRANDES TENDENCIAS EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS




- ✓ Cada vez más digital: la recogida de datos por medios electrónicos, automáticos y online es ya la mitad del total mercado (49,9%).
- ✓ Más “Cuanti”.
- ✓ Más Continua (paneles o tracking) y menos Adhoc.
- ✓ Más global. Se exporta más, se subcontrata más fuera de España. El 20% de la facturación se realiza a clientes con sede en el extranjero.
- ✓ Equilibrio entre el peso de la industria Manufacturera y de Servicios.
- ✓ Cada vez Madrid + Cataluña tienen más participación.
- ✓ Cada vez la Administración Pública tiene menos peso.

¿Y 2015?

En el año 2015, el volumen de negocio de su empresa será...	España 	Alemania 	Holanda 	Italia 	Reino Unido 
...mayor que 2014	49%	32%	67%	66%	61%
...igual que 2014	42%	59%	27%	17%	22%
...menor que 2014	6%	9%	6%	17%	17%
Índice	43%	23%	61%	49%	44%

Previsión ventas España 2015:

+ 4,3% 

¿QUÉ ESTÁ PASANDO?

El
MERCADO
ha crecido

El
CONSUMIDOR
se está
moviendo

La relación
con la
MARCA ha
cambiado

Los
ciudadanos
piden un
CAMBIO

**ES EL SECTOR DE LA
INVESTIGACIÓN EL QUE TOMA
EL PULSO DEL CAMBIO**

**ES EL SECTOR DE LA
INVESTIGACIÓN EL QUE TOMA
EL PULSO DEL CAMBIO**

**Tenemos las herramientas
Tenemos la tecnología
Tenemos los recursos**

BUSINESS INTELLIGENCE

The dashboard features several control elements:

- Left Side (Blue Knobs):**
 - Marca
 - Comunicación
 - Medios
 - Punto de venta
- Central Panel (Green Knobs):**
 - Cualitativo
 - Neuromarketing
 - Datos cliente
 - Cuantitativo
 - Métricas digitales
 - Fuentes secundarias
- Right Side (Orange Knobs):**
 - B2B
 - B2C
- Bottom Row (Purple Knobs):**
 - Big data
 - Data integration
 - Consumer insight
 - Intelligent data
 - Decision making



- Convencional
- Etnografía
- Digital
- Creatividad

Cualitativo



- Eye tracker
- Facial Coding
- Intuitive association
- EEG

Neuromarketing



- Paneles distribución
- Inversión en medios
- Ventas
- Llamadas Call-Center

Datos cliente



- Ad-hoc
- Tracking
- Paneles
- Omnibus

Cuantitativo



- Publicidad digital
- SEO
- SEM
- Social Media
- e-commerce

Métricas digitales



- Google Advanced Search
- Blogs
- Estudios
- Artículos
- Bibliografía

Fuentes secundarias



EL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA 2014

PRESENTACIÓN A PRENSA 19 DE JUNIO DE 2015