

II ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS

INVESTIGA ACTÚA AVANZA

2009: CRISIS ECONÓMICA INTERNACIONAL, TAMBIÉN EN EL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN

2010: ¿HEMOS TERMINADO DE CAER?

1. EL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN EN EL MUNDO

2. TENDENCIAS 2010 EN ESPAÑA

3. VOLUMEN DE NEGOCIO EMPRESAS ANEIMO

Madrid, 1 de octubre de 2010

Dentro del II ENCUENTRO: LA INVESTIGACIÓN A ANÁLISIS, convocado de forma conjunta por AEDEMO, ANEIMO y ESOMAR, se han hecho públicas las últimas cifras referentes al mercado nacional e internacional. Resaltamos aquí lo más importante e interesante:

1. EL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN EN EL MUNDO.

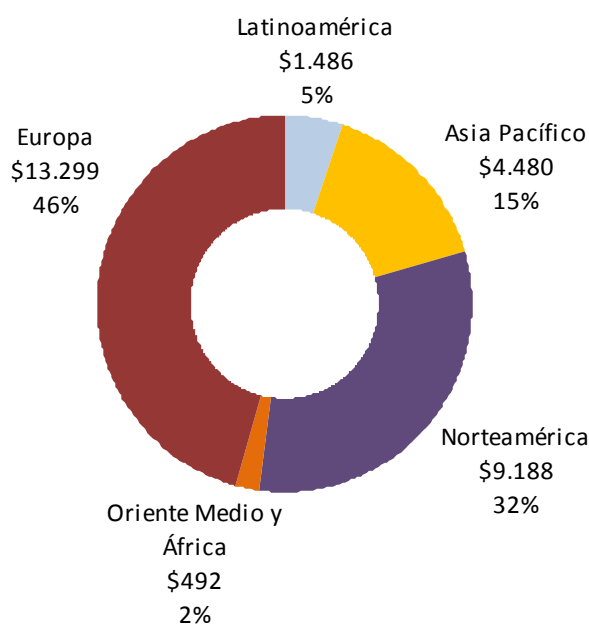
POR PRIMERA VEZ, LOS RESULTADOS SON NEGATIVOS PARA TODAS LAS ÁREAS ESTUDIADAS

Cada año, ESOMAR recoge las tendencias y evolución del sector de la investigación país a país, permitiendo por lo tanto una comparación homogénea de este sector para todo el mundo. En el caso de España, ANEIMO y AEDEMO son los responsables de recoger y proporcionar los datos a ESOMAR. Desde que ESOMAR realiza este estudio (1988) es la primera vez que los datos globales son negativos, dando **una caída generalizada del -3,7% y del -4,6% si tenemos en cuenta la inflación.**

Destacamos los siguientes datos:

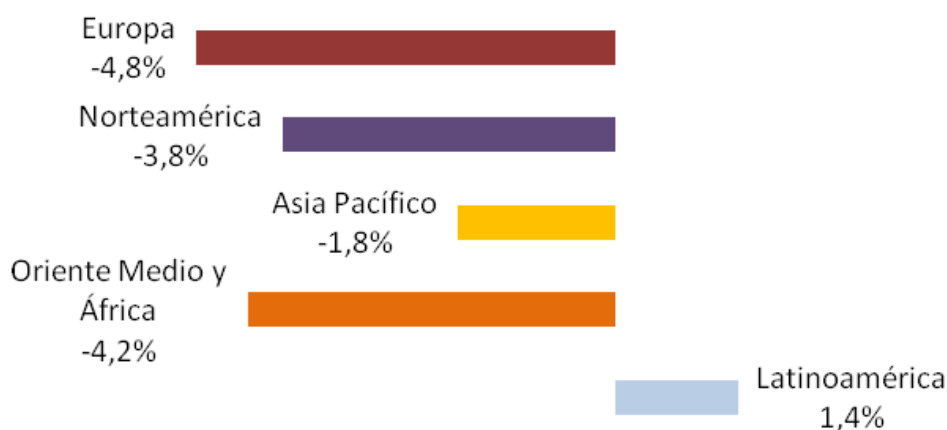
- **La facturación total del sector de la investigación de mercados para 2009 se cifra en 28.900 millones de \$.**
- La caída ha afectado a todas las regiones y a casi todos los países.
- Europa, que había conseguido retener la caída en 2008, es la región más afectada, con un descenso de -4,8% (del -5,9% si tenemos en cuenta la inflación).
- Los resultados para Norteamérica finalmente han sido mejores de los previstos, con una caída del -3,8% (-3,5% teniendo en cuenta la deflación).
- No se han cumplido las expectativas de crecimiento en los países emergentes, donde se pensaba que capearían la crisis algo mejor.

FACTURACIÓN MUNDIAL 2009 POR REGIONES. FUENTE ESOMAR.

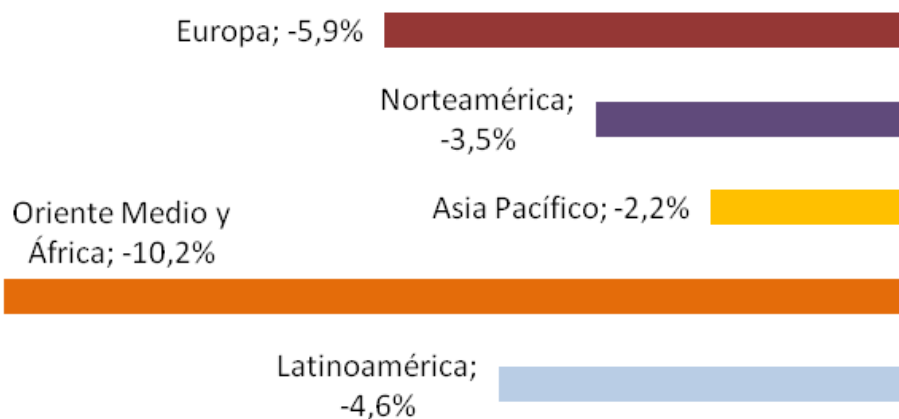


Datos en millones de \$.

CRECIMIENTO MUNDIAL 2009 vs 2008 POR REGIONES SIN TENER EN CUENTA LA INFLACIÓN. FUENTE ESOMAR.



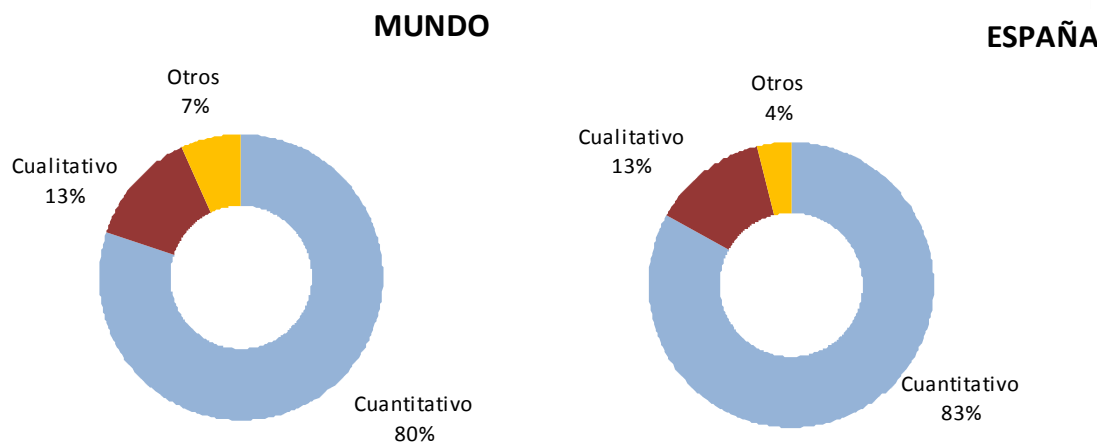
CRECIMIENTO MUNDIAL 2009 vs 2008 POR REGIONES TENIENDO EN CUENTA LA INFLACIÓN. FUENTE ESOMAR



- Europa: curiosamente los mercados de los países de la EU15, que teóricamente son más maduros, han aguantado mejor la crisis que los nuevos países de la Unión Europea. Además los países de la EU15 suponen un 90% del total europeo. Los países del Este han tenido un mayor impacto de la crisis. Europa ha disminuido su cuota de mercado total del 49% al 46%.
- Norteamérica ha sufrido 2 años consecutivos de recesión ya que en el 2008 ya se vieron los efectos de la crisis, que ha tardado algo más en llegar a Europa.
- Asia Pacífico presenta las disminuciones más suaves de todas las áreas, con muchas diferencias entre países (por ejemplo, China y la India se comportan bastante bien frente a otros países más “tocados” como Japón y Australia).
- Latinoamérica y Oriente Medio / África tienen entre ambas áreas una cuota total del 7% y con muchas diferencias por países.
- Los 5 mercados más grandes del mundo son por este orden EEUU, Reino Unido, Alemania, Francia y Japón.

DESGLOSE POR TIPO DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 2009

Por metodología de la investigación, los datos no varían mucho respecto a 2008 y de hecho se mantiene invariable la cuota del 80% de la investigación principalmente cuantitativa. En España, la cuota es algo mayor (83%). En cuanto a su desglose, sí que hay muchas diferencias, de las cuales resaltamos la investigación online (22% mundo vs 7% España).



	TOT. MUNDIAL	ESPAÑA
Principalmente Cuantitativa	80%	83%
On line	22%	7%
Teléfono	17%	22%
Toma de información por medios electrónicos automáticos	16%	16%
Cara a cara	13%	23%
Postal	4%	2%
Medición de tráfico on line o medición de audiencia de webs	1%	1%
Otros Cuantitativos	7%	12%
Principalmente Cualitativa	13%	13%
Otros	7%	4%

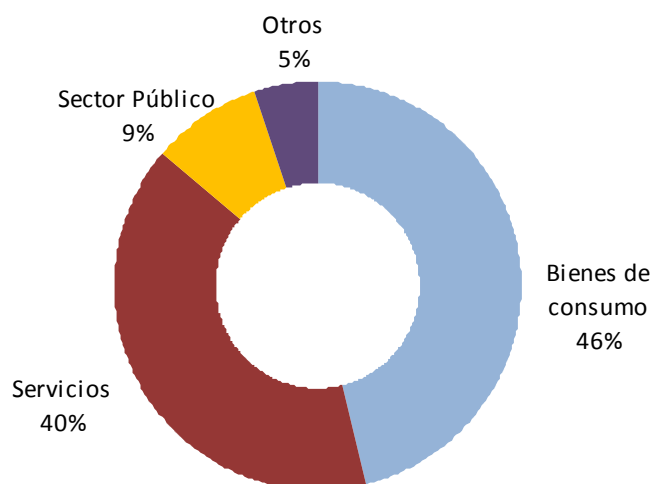
FACTURACIÓN SEGÚN DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 2009 (%). FUENTE ESOMAR.

En cuanto al diseño de la investigación, observamos que más de la mitad de la facturación pertenece al tipo de Investigación Ad Hoc, siguiendo patrones muy parecidos en ambos casos. Lo más destacable es la diferencia de investigaciones tipo panel, que en el caso de España es mucho mayor (31% vs 19%).

	TOT. MUNDIAL	ESPAÑA
Investigación Ad Hoc	53%	54%
Encuesta omnibus	9%	1%
Paneles	19%	31%
Otra investigación continua	10%	12%
Otros tipos de investigación	9%	2%

FACTURACIÓN MUNDIAL SEGÚN SECTOR DE CLIENTES 2009. FUENTE ESOMAR.

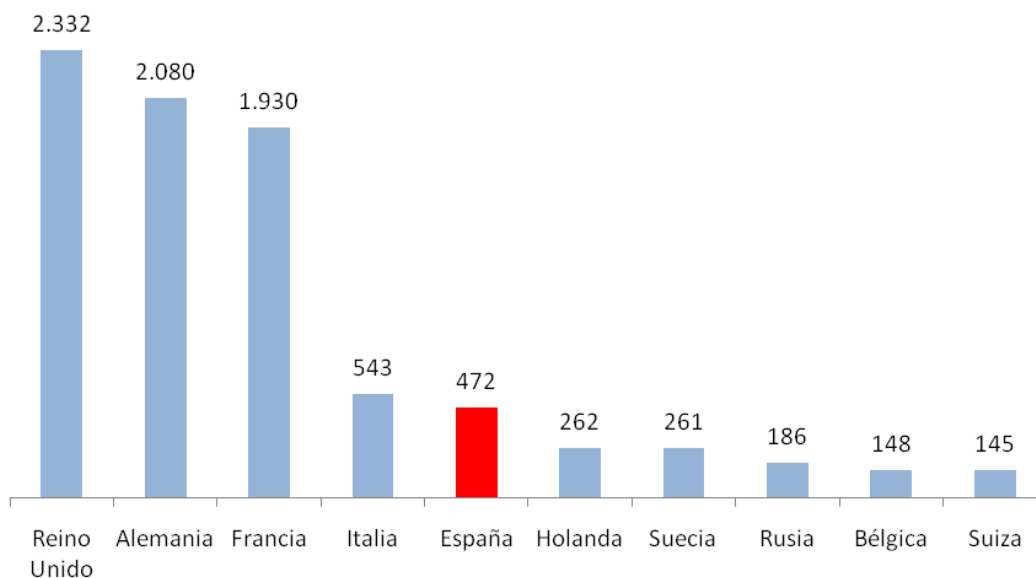
- En cuanto al **SECTOR de clientes**, no se aprecia una gran diferencia respecto al año anterior ni respecto a lo que sucede en nuestro país:



MERCADO EUROPEO. VOLUMEN DE FACTURACIÓN 2009. DATOS EN MILLONES DE EUROS. FUENTE ESOMAR.

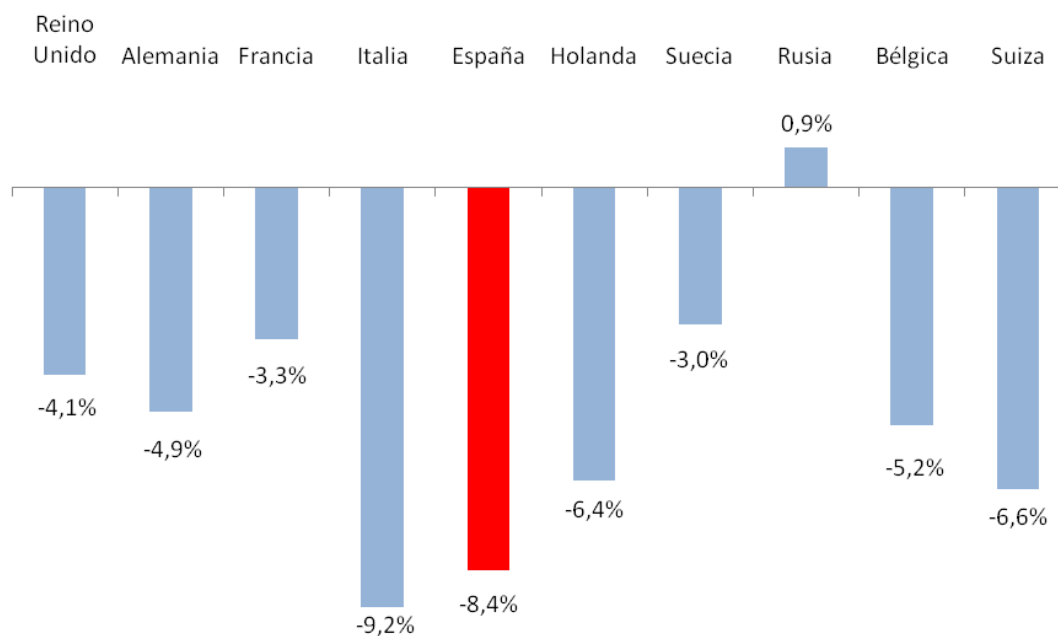
- **A pesar de una caída algo mayor que la media europea, España mantiene su 5ª plaza europea y es el 8º país del mundo en facturación del sector.**
- Reino Unido, al igual que en años anteriores, sigue siendo el motor europeo en investigación de mercados. Rusia, Suecia y Francia son de los que mejor resisten a la crisis.
- En toda Europa, el único crecimiento positivo ha sido el de Bulgaria.

MERCADO EUROPEO. FACTURACIÓN 2009. FUENTE ESOMAR. TOP 10 PAÍSES.



Datos en millones de €.

MERCADO EUROPEO. VARIACIÓN 2009 VS 2008. FUENTE ESOMAR.



% variación sin tener en cuenta la inflación.