

Las empresas ANEIMO continúan su crecimiento en 2016

Madrid, 14 de julio de 2017

ANEIMO, la Asociación de Empresas de Investigación de Mercados y de Opinión, presenta los resultados anuales de sus empresas asociadas, en los que se pone de manifiesto la buena marcha del sector con un crecimiento en 2016 del 3,3% con respecto al año anterior.

En 2016 las empresas asociadas a ANEIMO, las cuales representan a más del 50% del volumen de negocio del sector, han consolidado su crecimiento, con un volumen total de negocio de 227 millones de euros y 3 años de crecimiento consecutivo.

De nuevo, las expectativas para el año 2017 siguen en la senda de crecimiento, con un porcentaje estimado de aumento de entre el 2 y el 2,5%.

Resaltamos algunos puntos de interés:

- **Internacionalización.** Crece el negocio internacional y los clientes fuera de España, con un incremento muy por encima de la media ($\Delta 16,9\%$). Ya supone un tercio del total de volumen de negocio (29,6%). Por otra parte, las investigaciones multipaís son más demandadas. De hecho, los estudios internacionales suponen un 24,6% del total de volumen de mercado, con un incremento del 27,7% sobre el periodo anterior.
- **Madrid pierde en importancia** por primera vez en varios años. En 2016 pierde 3,2 puntos de cuota que gana, no el resto de España, sino los clientes fuera de España.
- **Vuelve la inversión estatal.** Crece claramente la investigación por parte del Gobierno Central, que no por los gobiernos autonómicos o locales. La inversión estatal crece un 25,9% respecto al 2015, aunque recordamos que tan sólo supone un 2,3% del total de volumen de negocio.
- **El seguimiento día a día del mercado y del consumidor sigue en alza.** Es importante y necesario tener un termómetro constante de lo que sucede y poder tomar decisiones de forma inmediata. Los paneles continuos incrementan un 6,9% y “otra investigación continua” un 8%, mientras que cae la investigación adhoc (-1,6%).
- En esta línea de la toma constante de información, también **incrementan los estudios de satisfacción** a clientes, a empleados y mystery shopping ($\Delta 12,2\%$).
- En relación con lo anterior y por método de investigación, **la cuantitativa sigue ganando peso:** ya es un 89,8% del total cifra de negocio de empresas ANEIMO. Incrementa su volumen en un 3,7% en detrimento de los métodos cualitativos, que decaen en este mismo porcentaje. El cualitativo online se estanca con un crecimiento menor a la media. **La toma de información por métodos automatizados supone el 60% del total.**

- Por tipo de cliente, es **el Sector Servicios el que más impacto tiene** sobre el crecimiento total, ya que lo hace en un 5,1%. Los Bienes de Consumo crecen tan solo un 0,4%.
- El incremento del volumen de negocio ha repercutido en **ligera generación de empleo** en 2016 (Δ empleados a jornada completa: 1,8%; a jornada parcial 5,5%, entrevistadores 10,1%). Sobre todo, destacar que el trabajador de empresas de investigación de mercados ANEIMO presenta un **perfil cualificado**: el 60% son titulados universitarios.

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 más de la mitad 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.

www.aneimo.com

LA EXCELENCIA EN INVESTIGACIÓN DA RESULTADO

Socios de ANEIMO:



MÁS INFORMACIÓN:



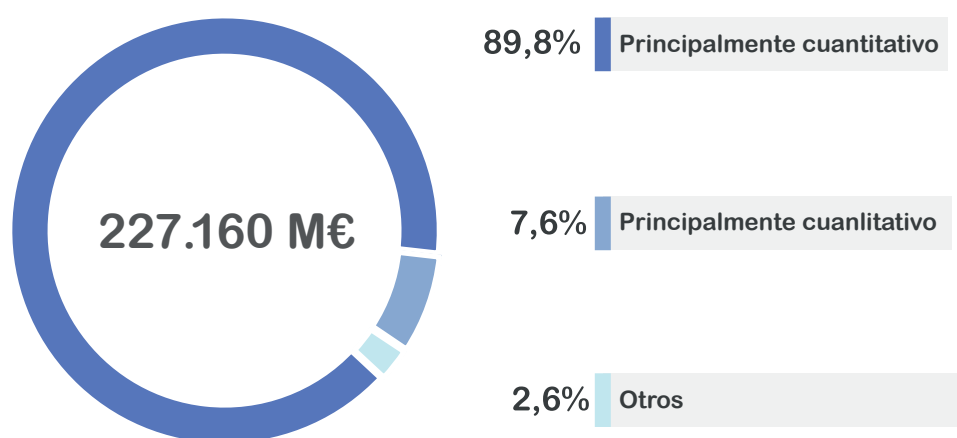
www.aneimo.com
prensa@aneimo.com



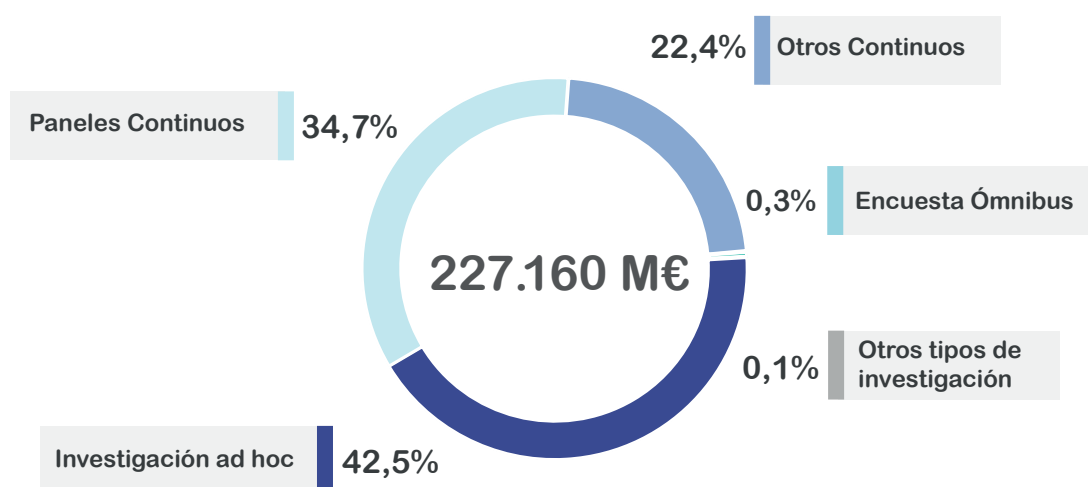
PRENSA:
 Smart Media Solutions
 Teresa Osma
tosma@smartm.es
 C/ Tutor 11, 1ª. 28008 Madrid

ANEXO DATOS DEL SECTOR DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 2016

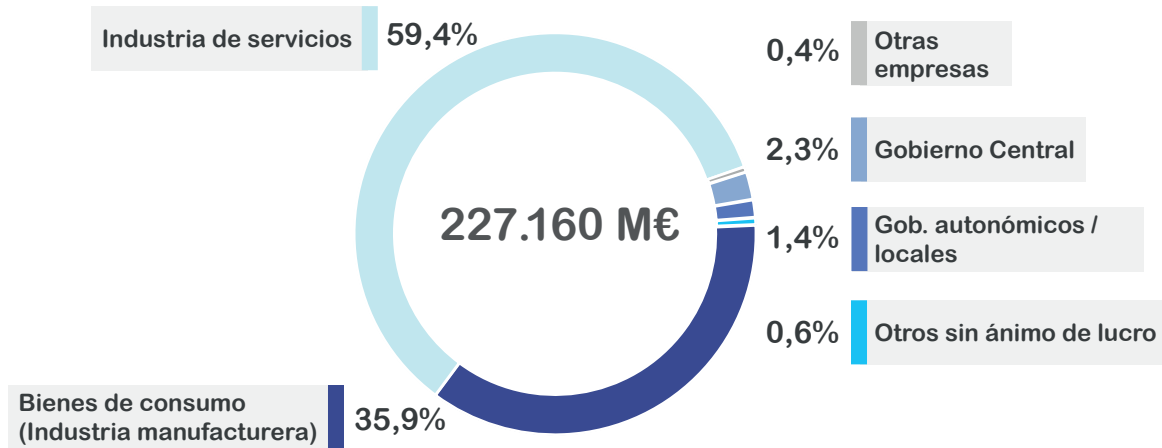
1. Cifra de negocio por método de investigación aplicado



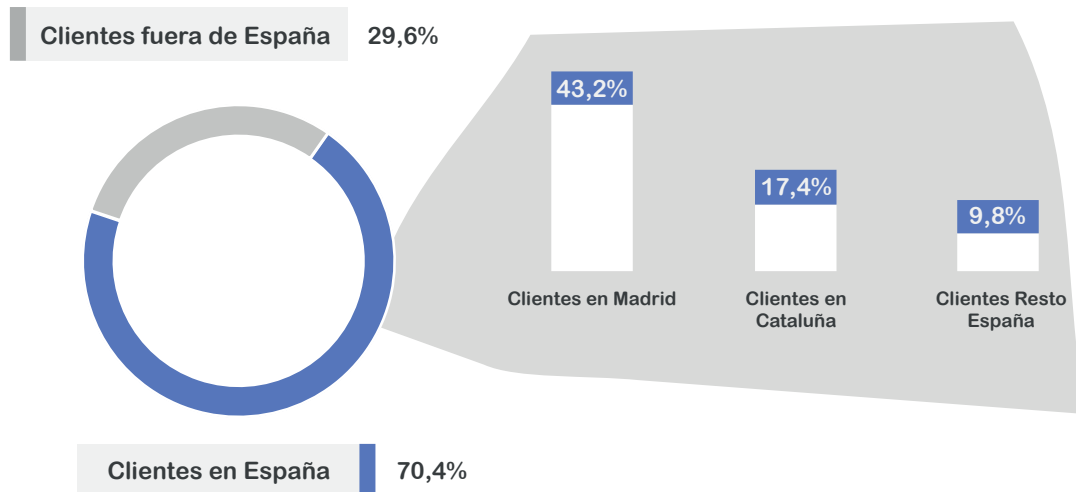
2. Cifra de negocio por diseño de la investigación



3. Cifra de negocio por tipo de cliente



4. Ubicación geográfica de los clientes



FUENTE: Estudio sobre empresas ANEIMO 2016

IMPORTANTE: Todos los datos de crecimiento están referenciados a las mismas empresas ANEIMO; en los datos se han excluido las nuevas incorporaciones a la Asociación para no desvirtuar las variaciones.