

ANEIMO PREVÉ PARA 2005 UN CRECIMIENTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS QUE AGRUPA DEL 6%

- La Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión representa más del 60% del mercado y estima una cifra de negocio para 2004 de 214 millones de euros, un 10,5% más que el año anterior.
- ANEIMO comienza este año con la puesta en marcha del SACC – Sistema ANEIMO de Calidad de Captaciones- un sistema único en España y de los primeros del mundo, cuyo objetivo es garantizar a las empresas usuarias de investigación de mercados la calidad de los estudios cualitativos, evitando la participación reiterada de entrevistados.

Madrid, 27 de enero de 2005.- ANEIMO, la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública, ha presentado esta mañana la cifra de negocio que estima registrará el conjunto de empresas que representa, 214 millones de euros para 2004, un 10,5% más que en el ejercicio anterior. La Asociación agrupa a las 18 principales empresas del sector, representando el 60% del mercado. Para 2005, la previsión de crecimiento del negocio es más moderada pero igualmente positiva, situándose en el 6%.

Para el **Presidente de ANEIMO, Enrique Domingo**, *“el crecimiento que estimamos para 2004 es muy importante. El mercado español es el más creciente de Europa porque cada vez más el empresario español comprende que la investigación de mercados es una herramienta fundamental que le ayuda en la toma de decisiones. A este hecho se han sumado otros dos factores como la mejora de la economía y la concentración del mercado”*.

ANEIMO tiene como objetivos, además de la representación empresarial y la promoción de distintos tipos de colaboraciones –con empresas del sector, sectores afines, clientes y usuarios- el fomento de la calidad. Ésta es un reto constante desde la fundación de la asociación en 1978. Pionera en la realización de una norma específica para la regulación de la calidad en los procesos de trabajo de investigación, este año ANEIMO pone en marcha un nuevo sistema de control en los estudios cualitativos: el **SACC, Sistema ANEIMO de Control de Captaciones**

Único en España y de los primeros del mundo, el SACC garantiza que las personas que participan en grupos de estudio cualitativos no tomen parte en ellos de forma reiterada, con el fin de evitar distorsiones en los resultados. Este sistema ha estado en prueba desde el verano pasado y a comienzos de 2005 se ha puesto definitivamente en funcionamiento.

Enrique Domingo también ha dado a conocer el acuerdo de procedimientos alcanzado con la **AEA**, Asociación Española de Anunciantes, con la que la asociación elaborará a lo largo de 2005 un **Manual de Buenas Prácticas** que facilite y aclare las relaciones entre las empresas del sector y sus clientes. Además, mantendrá el acuerdo alcanzado el año pasado para los Premios Eficacia de la Comunicación con el fin de reconocer la utilización de las herramientas de investigación de mercados en las campañas publicitarias.

Asimismo, junto con **AEDEMO**, Asociación Española de Estudios de Mercado y Opinión que agrupa a los profesionales del sector, la asociación está trabajando para difundir los **Códigos de Buenas Prácticas Profesionales**, orientados a establecer cómo deben presentarse las encuestas a la opinión pública.

Un área importante para ANEIMO es la buena formación de los profesionales del sector, para lo cual también colabora con AEDEMO para trabajar junto con las universidades en los programas de estudios de las carreras afines a la investigación de mercados.

Para más información:

Gabinete de Prensa

Juan Miguel Ramiro – Pía Serra

Tel.: 616 93 32 83 – 91 411 06 85

prensa@aneimo.com - www.aneimo.com