

ANEIMO PUBLICA EL RANKING DE EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 2005

EL SECTOR DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN ESPAÑA CRECE A UN RITMO DEL 4,6% EN 2005, SEGÚN EL ESTUDIO DE AEDEMO Y ANEIMO.

- España es el quinto país de Europa por volumen de negocio en 2005, por detrás de Reino Unido, Francia, Alemania e Italia. En el contexto mundial nuestro país ocupa el noveno lugar.
- El 4,6% de crecimiento del mercado español en 2005 ha sido el tercero mayor de Europa. La previsión para 2006 se sitúa en el 5,5%.
- El área de mayor crecimiento de la investigación de mercados en Europa se concentra en los estudios a través de Internet, representando en países como Holanda y Suecia entorno al 20% del negocio, un nivel superior a la investigación cualitativa tradicional. En España, esta cifra se sitúa en el 8%, similar a países como Francia y Reino Unido.
- Los mercados más jóvenes en investigación de mercados como la República Checa o Turquía están creciendo a ritmos por encima del 15% y el 25% respectivamente, lo que refleja el potencial de ambos mercados.
- El ranking de facturación 2005 de las empresas integradas en ANEIMO refleja una primacía, en los siete primeros puestos, de las compañías multinacionales en España.

Madrid, 19 de octubre de 2006.- Los presidentes de **AEDEMO**, Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión, **Maite Rodríguez**, y de **ANEIMO**, Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública, **Lluís Fatjó-Vilas**, han presentado esta mañana la cifra de negocio registrada en el conjunto del mercado español de investigación en 2005, que se sitúa en 401 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 4,6% con respecto al año anterior.

Ambos representantes han mostrado la comparativa con el mercado europeo de investigación de mercados a partir de los datos proporcionados por EFAMRO, la Federación Europea de Asociaciones de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión, a la que pertenece ANEIMO. Según los resultados comentados en rueda de prensa, el mercado español ocupa el quinto lugar de Europa, por detrás de Reino Unido, Francia, Alemania e Italia. De estos cinco, España es el tercero que mayor crecimiento ha registrado en 2005 tras Alemania y Francia.

Para 2006, la previsión de crecimiento del negocio español se sitúa en el 5,5%, frente a la previsión europea del 5%.

La facturación registrada en 2005 por el conjunto del mercado español está compuesta en un 78% por estudios nacionales y en un 22% por estudios contratados por empresas radicadas fuera de España-

Respecto al **tipo de cliente** que contrata investigación de mercados en España, un 47% está formado por empresas fabricantes, más del 20% por empresas de servicios, un 9% por el Sector Público, un 5% por medios de comunicación y el resto son empresas de diversos sectores. Comparativamente, en Europa las empresas fabricantes contratan mayor volumen de investigación, 53%, las de servicios representan cerca del 30%, y el sector publico representa el 8%, igual porcentaje que los medios de comunicación.

El **tipo de investigación** que se contrata en España es cuantitativa en un 82%, frente al 85% que representa en el mercado europeo. Los estudios de tipo cualitativo en nuestro país alcanzan el 15% mientras que en Europa se limitan al 11%. Las encuestas son por tanto el procedimiento más utilizado para sondear a los ciudadanos o consumidores. En 2005, estas encuestas han sido cara a cara para el 32% del mercado español y el 27% del europeo, por teléfono en el 28% de los estudios españoles y el 23% de los europeos. Europa aventaja a España en el caso de los estudios postales, 12% y 3% respectivamente, y en las encuestas online, 10% y 8% respectivamente.

El negocio español de investigación de mercados se reparte en un 51% en Investigación Específica, conocida como 'ad hoc' por diseñarse a medida para conocer temas concretos, frente al 48% que representa en Europa. Un 31% es investigación por paneles, consistente en estudios continuos con una muestra constante de personas que informan periódicamente sobre un mismo tema, frente al 36% que representa en el mercado europeo. Otras investigaciones continuas suponen un 15% del negocio en España mientras que en Europa es el 9%. Y un 2% son estudios Ómnibus en los que varios clientes de diferentes sectores participan en un mismo estudio, cifra similar a la del mercado europeo que se limita al 3%.

AEDEMO es la Asociación de los Profesionales que desarrollan su actividad en la Investigación de Mercados, el Marketing y los Estudios de Opinión. Se constituyó el 6 de Noviembre de 1968 y está integrada en la actualidad por 1026 socios. El objetivo fundamental de **AEDEMO** es la difusión y control de las técnicas empleadas en la Investigación Comercial.

ANEIMO, la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública, reúne a las principales empresas del sector, representando más del 60% del mismo. La Asociación tiene encomendadas funciones de representación en los diferentes ámbitos sociales, promueve su desarrollo y asegura que sus trabajos se realicen con los más altos estándares de calidad, siguiendo los códigos de ética profesional.

Para más información:

Gabinete de Prensa

Pía Serra – Teresa López

Telf.: 616 93 32 83 – 91 411 06 85

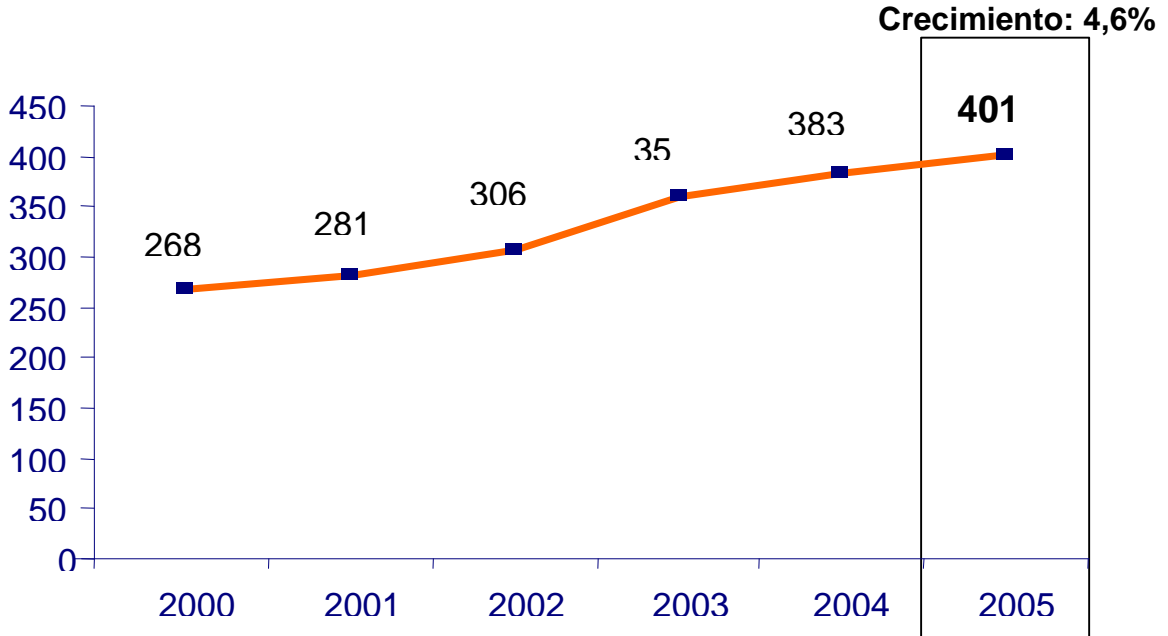
prensa@aneimo.com - www.aneimo.com

Volumen de negocio de las empresas miembro de ANEIMO en 2005

	FACTURACIÓN 2005	VARIACIÓN sobre 2004
1. TNS	69.008	6,7%
2. GRUPO GFK	28.099	10,6%
3. MILLWARD BROWN SPAIN	27.322	0,3%
4. IPSOS	27.053	3,5%
5. TNS AREA	13.147	2,2%
6. SYNOVATE	11.978	9,3%
7. RESEARCH INTERNATIONAL	10.351	12,0%
8. METRA SEIS	7.218	-8,3%
9. INSTITUTO DYM	4.775	-3,8%
10. ASM GRUPO	3.985	7,0%
11. RANDOM	3.768	36,0%
12. SIGMA DOS	3.573	-5,4%
13. ANALISIS E INVESTIGACIÓN	3.018	20,6%
14. DELTA MARKETING RESEARCH	2.835	-0,2%
15. QUOTA RESEARCH	1.983	-5,5%
16. IDEA	1.565	7,7%
17. TACTICA	1.513	-25,6%
18. EDEI CONSULTORES	835	-3,2%

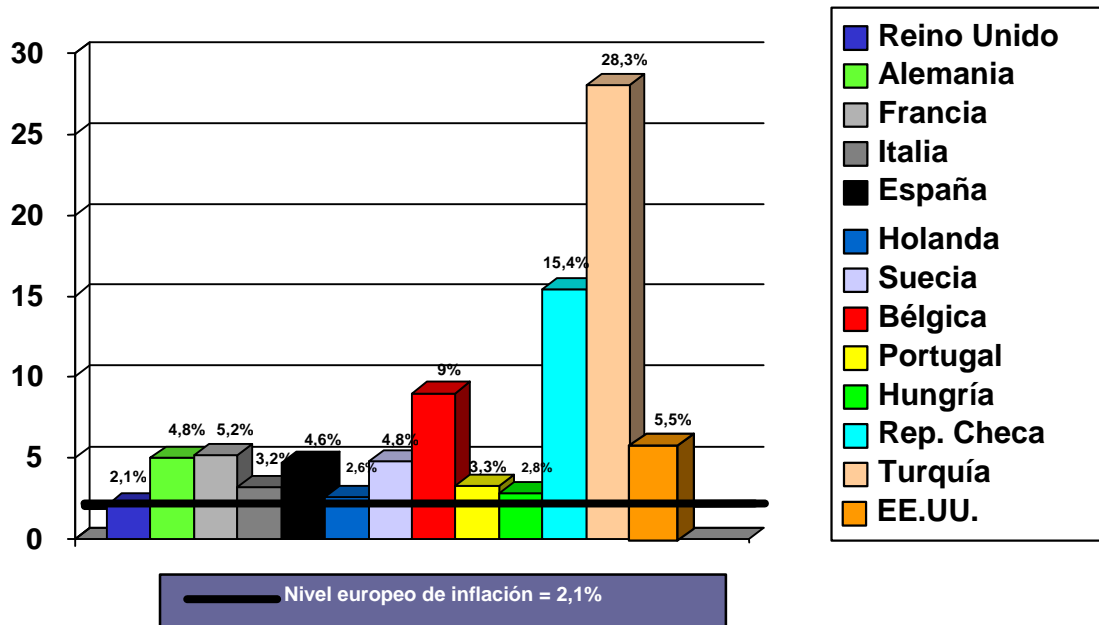
Fuente: ANEIMO

Mercado español de investigación de mercados. Volumen de negocio en 2005 en millones de euros.



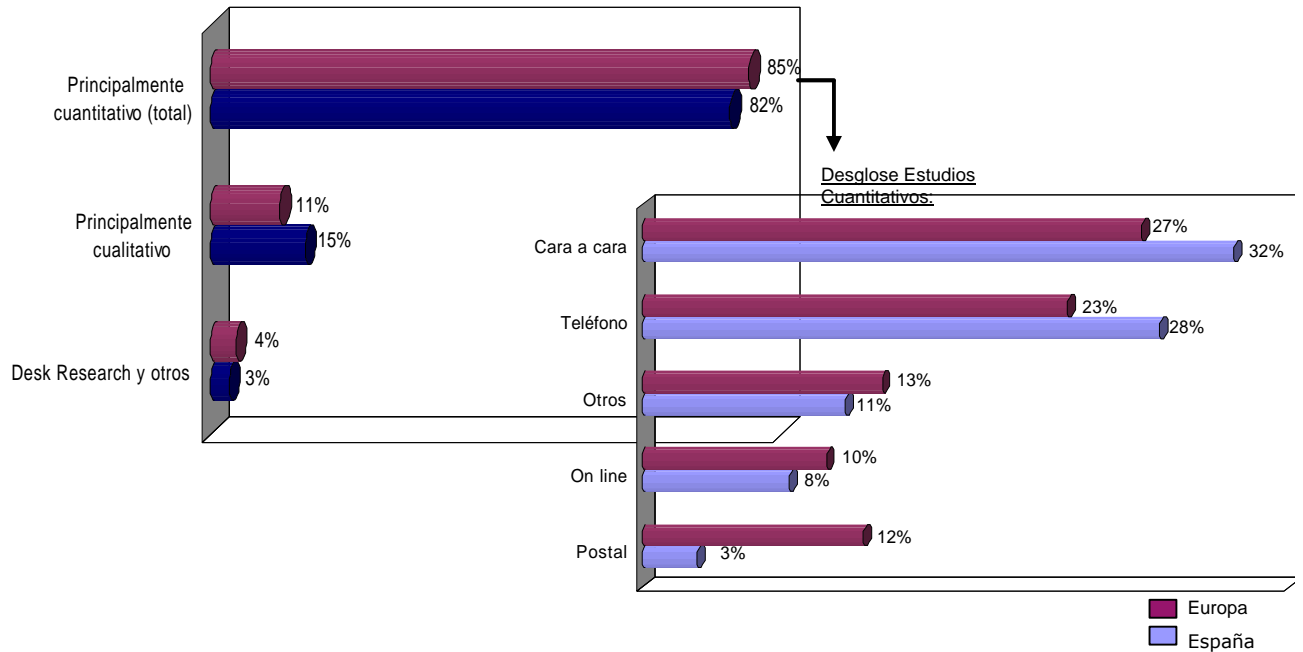
Fuente: AEDEMO y ANEIMO.

Mercado europeo de investigación de mercados. Crecimiento registrado en 2005 con respecto a 2004.



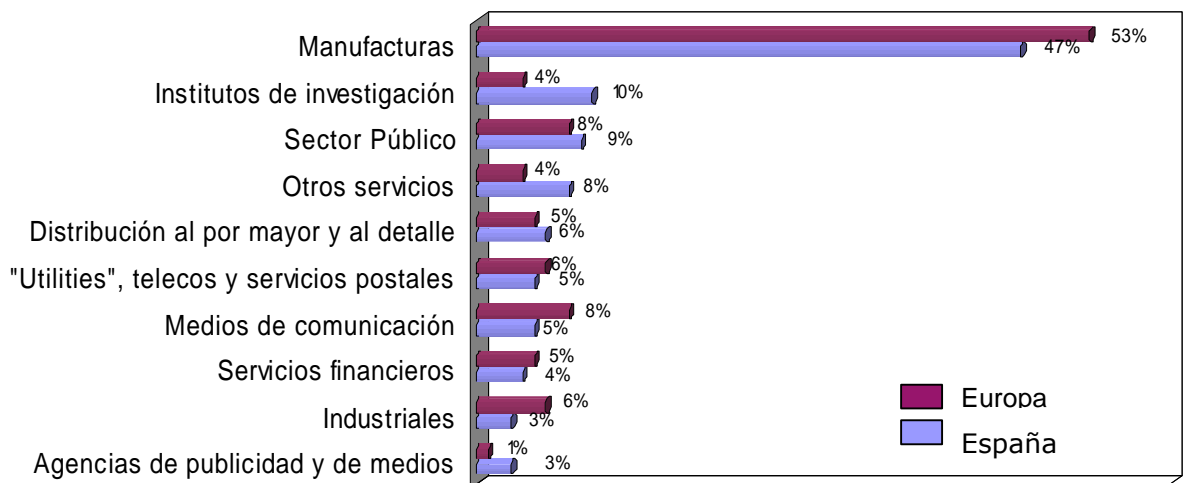
Fuente: EFAMRO, AEDEMO y ANEIMO.

Volumen de negocio español y europeo según el método de investigación.



Fuente: EFAMRO, AEDEMO y ANEIMO.

Volumen de negocio español y europeo según tipo de cliente.



Fuente: EFAMRO, AEDEMO y ANEIMO.