

# INVESTIGACION DE MERCADO INTERNACIONAL

## Los Nuevos Horizontes



# Investigación de Mercado: AGREGA VALOR A LOS NEGOCIOS Y A LA SOCIEDAD

La Profesión de  
Investigación de  
Mercado

- CONECTA LA DEMANDA Y LA OFERTA
  - TRANSPARENCIA
  - EFFECTIVIDAD
  - EFICIENCIA
- CONTRIBUYE A CONOCER LA CALIDAD DE LA SOCIEDAD DESDE LA OPINION Y LO SOCIAL



# CON RAICES CIENTIFICAS... LA INVESTIGACION DE MERCADO SE CONVIRTIO EN INDUSTRIA

La Profesión de  
Investigación de  
Mercado

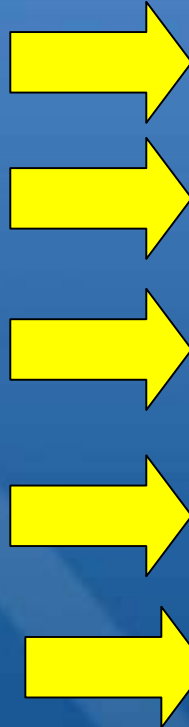
En 2002

- MERCADO MUNDIAL : DLS 17 MIL MILLONES (EURO 18 )
- EUROPA : DLS 6.3 MIL MILLONES (EURO 7.3)
- AMERICA LATINA : DLS 660 MILLONES
- EMERGENCIA DE DESAFIOS EXTERNOS



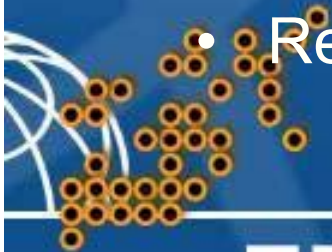
# LA DINAMICA EXTERNA IMPULSA EL CAMBIO

- INTERNACIONALIZACION
- INFORMATICA/TECNOLOGIA
- REQUISITOS DIFERENTES
- NUEVOS ACTORES/  
COMPETIDORES
- PRESION LEGISLATIVA



# TRANSFORMACION DENTRO DE LA INDUSTRIA

- Cambio de manos: control accionario /adquisiciones (concentración)
- Cambio en los métodos de recolección de datos (correo / teléfono – en baja; registro directo / “online” – en alza)
- Espectro ampliado: combinación / integración de información (re-empaque)
- Aumentando el foco en la captura de datos y el soporte de las decisiones
- Oportunidades crecientes: integración / interpretación
- Renacimiento del lado del cliente



# Renacimiento del Lado del Cliente?

...las mejoras drásticas impulsadas cada vez más por la demanda (“demand pull”)

- 1000 clientes principales ya representan el 80%
- 65% de sus presupuestos van a 25 compañías
- Para “La Mejor Solución” no se quedarán esperando a un proveedor líder (interno, externo, nuevos actores)

...presión para adaptar el actual modelo de negocio del M



# Desarrollos Futuros: de aquí a 5 – 10 años

Selección de hasta 3 desarrollos futuros entre 12

Los clientes requerirán mucha más **creatividad e inteligencia de negocios de sus proveedores**

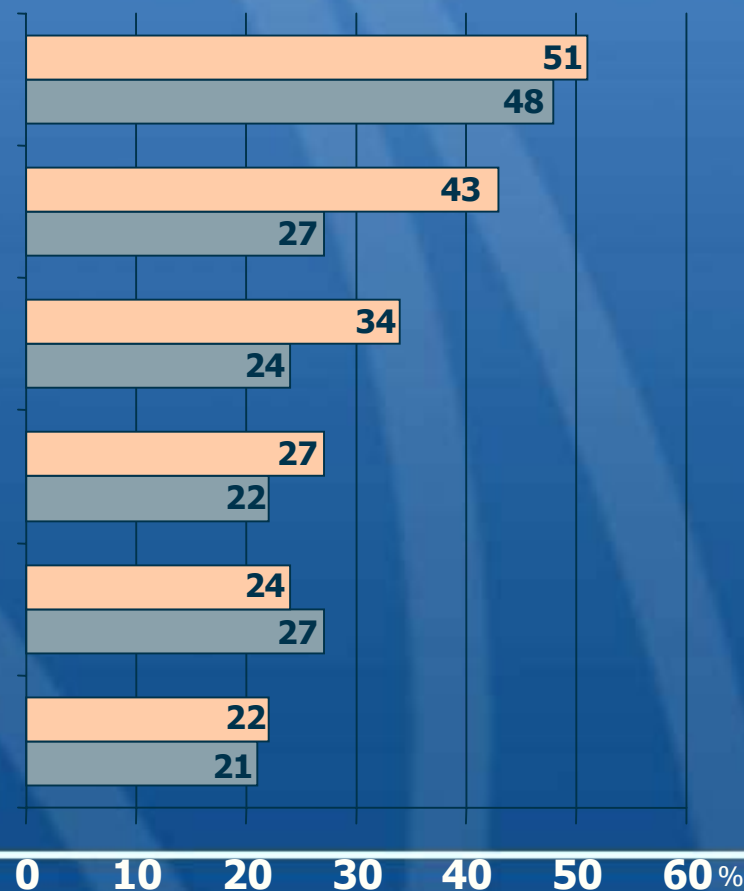
La IM se tornará más importante por mayor **incorporación en planeamiento estratégico de las compañías**

La información de IM estará más **integrada con la de CRM**

La **investigación por Internet** revolucionará el negocio

La **cooperación del entrevistado** decrecerá en forma drástica

Las **compañías Consultoras** invadirán el territorio de los investigadores de mercado, transformándolos en meros proveedores de datos

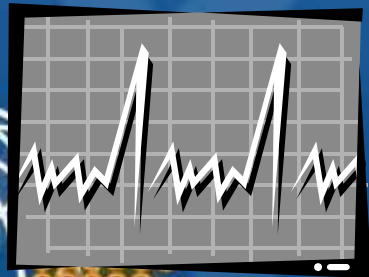


# Un tipo diferente de Investigación de Mercado está emergiendo...

De IM adversa al riesgo

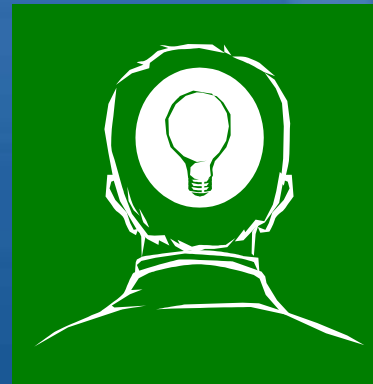


Investigación  
tipo Va/No Va



Investigación  
tipo Monitoreo

A una IM más Estratégica



Investigación  
centrada en  
la Necesidad  
Profunda  
("Insight")

# Podemos hacerlo?

## Lo que decimos pasará en los próximos 10 años

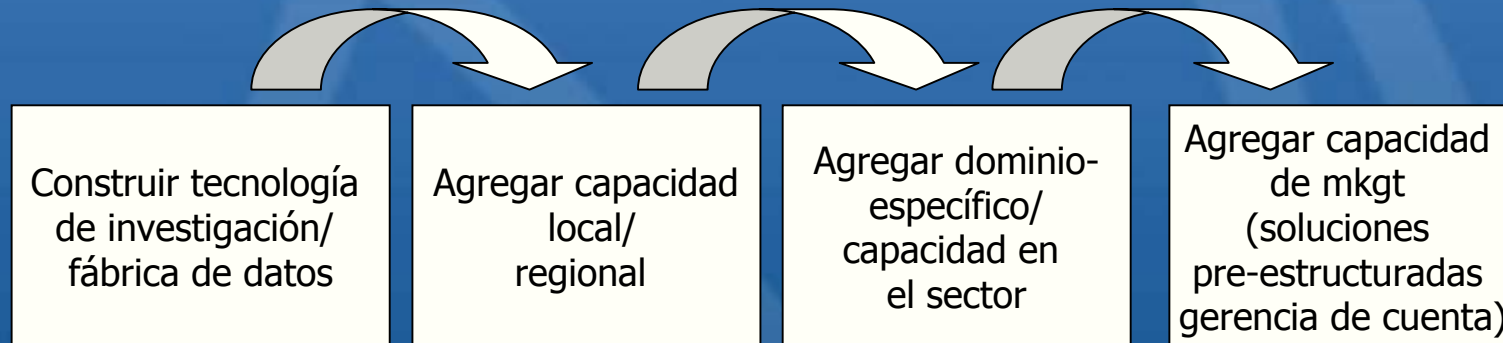


# El Modelo de Negocios Actual.....

## La Cadena de Valor Tradicional\*



## Fases de Desarrollo Tradicionales en IM (compañías grandes y medianas)

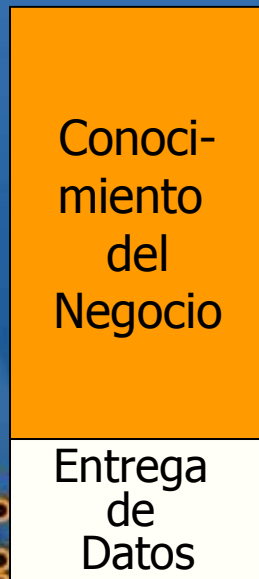


### Características:

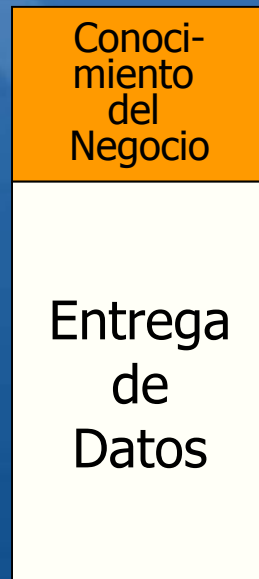
- **Grandes inversiones en “elaboración de información”**
- **Valor basado en entrega de información (tracking, sindicalizado, ad hoc simple)**
- **Foco en el crecimiento y beneficio del accionista**

# Reputación vs. Margen

El monto de la reputación



El monto del beneficio



Modelo de Negocio Dominante:

- No soporta Servicios de Consultoría con “La Mejor Solución” si no ayudan a vender la información.
- Foco en creciente carga de fábrica y cobertura
- Ayuda a vender productos y servicios sindicalizados

# .... cambio de las reglas de juego

Para que la industria de IM innove:

- Mejorar agregado de valor ....y moverse a un contexto mucho más amplio:  
de manejo de datos a facilitador de decisiones (usando variedad de fuentes ...satisfaciendo la demanda de conocimientos accionables)
- Revertir la orientación al valor: transformar el modelo de negocio  
Cambio en la fase de arranque



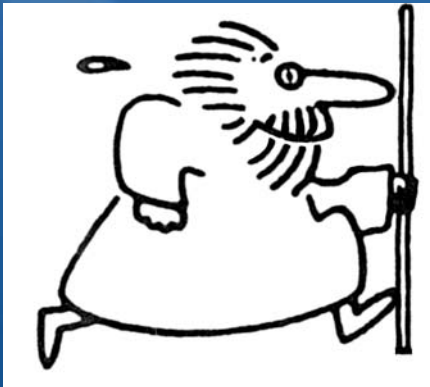
# NUEVOS HORIZONTES

- Re-definir el mercado de IM
- Desarrollar Nuevos Modelos de Negocio
- Abordar los temas de la industria proactivamente



# OPORTUNIDADES

**Redefinir el  
mercado de IM**



# OPORTUNIDAD



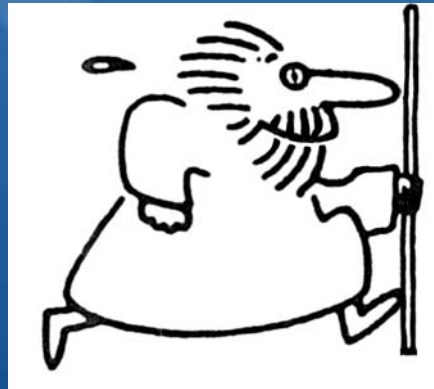
## ***Re-definir el mercado***

- Explorar horizontes nuevos, más amplios
- Entender necesidades diferentes
- Ser creativo / re-posicionarse
- Cooperar y/o unir fuerzas



# OPORTUNIDADES

**Desarrollar  
nuevos modelos  
de negocio**



# LUCHA FERROZ POR VALOR AGREGADO A TRAVES DEL SISTEMA DE NEGOCIOS

**Consumidor**

**Proceso  
de  
Investigación**

**Re-empaque**

**Distribución**

**Compañías**

- Los consumidores se organizan
- Los proveedores de investigación redefinen sus roles
- Las compañías clientes avanzan
- Los nuevos actores se focalizan en el conocimiento re-empacado

**DESARROLLAR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO**



# OPORTUNIDADES

**Abordar los  
temas de la  
industria  
proactivamente**



# TEMAS DE LA INDUSTRIA

Cómo entrar con éxito en la nueva era?

- Relevancia? Aspectos legislativos? Representación pública en general?
- Acción concertada de la industria? Un mensaje, una voz?
- Estándares de calidad? Calidad de investigación? Una muestra de calidad? Un panel de calidad?



# ABORDANDO TEMAS DE LA INDUSTRIA?

- Hay una necesidad de abordar desafíos externos, alinear a los principales actores de la industria y asegurar adecuados estándares de desempeño.
- La orquestación es vital: ESOMAR al frente, estrecha cooperación de otras organizaciones de IM.
- ESOMAR: origen europeo, escala mundial; miembros individuales; foco en representación, estándares, desarrollo profesional e iniciativas en la industria.



# INICIATIVAS EN LA INDUSTRIA? EL DESAFIO EXTERNO



La Industria de  
Investigación de  
Mercado

- RELEVANCIA EXTERNA/  
REPRESENTACION?
- CREACION DE LA  
ALIANZA PARA LA  
INVESTIGACION  
(ESOMAR, Efamro – 2002)
- LA OFICINA EN  
BRUSELAS: PROMUEVE  
LOS BENEFICIOS DE LA  
INVESTIGACION- / AUTO-  
REGULACION

# INICIATIVAS DE LA INDUSTRIA? ESFUERZO CONCERTADO DE LA INDUSTRIA

La Industria de  
Investigación de  
Mercado

Clientes,  
Proveedores  
Asociaciones



UNA INDUSTRIA , UNA VOZ?

ALINEAMIENTO DE LIDERES Y  
ASOCIACIONES EN WIN (2003)  
“WORLD INDUSTRY NETWORK”  
(Facilitadores: ESOMAR, ARF)

ESQUEMA:

- plataforma flexible, alcance global
- programa bi-anual
- agenda para la acción  
(condición clave para el éxito)

# INICIATIVAS DE LA INDUSTRIA? ESTANDARES DE DESEMPEÑO

La Industria de  
Investigación de  
Mercado

- LOS ESTANDARES DE DESEMPEÑO SON LA SAVIA DE UNA INDUSTRIA, COMO ASEGURAR SU CONTINUIDAD?
- ESTABLECER EL PROYECTO “QUO VADIS” (ESOMAR, EN ESTRECHA COLABORACION CON ESPECIALISTAS DE LA INDUSTRIA -2003)
- ACUERDO SOBRE PRINCIPIOS, CODIGO DE RE-CONFIRMACION, ADAPTACION DE LINEAMIENTOS

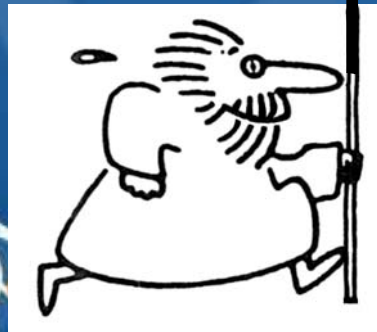


# HORIZONTES/OPORTUNIDADES

**Redefinir el  
mercado de IM**

**Abordar temas de  
la industria  
proactivamente**

**Desarrollar nuevos  
modelos de negocio**



Gracias !

