

ESTUDIO DE BASES DE DATOS DE MARKETING DIRECTO



Resultados del año 2006

*connectedthinking

Metodología utilizada en el estudio

- PricewaterhouseCoopers realiza este estudio en base a los datos proporcionados por las empresas del sector que han sido evaluados según un estricto acuerdo de confidencialidad por PricewaterhouseCoopers para la preparación de este informe.
- El estudio refiere a actividades estrictamente relacionadas con Bases de Datos utilizadas en Marketing Directo, no analizándose ni otro tipo de Bases de Datos ni actividades de Marketing o Publicidad Directa ajenas a las mismas.
- El estudio recoge los datos de ingresos de las empresas participantes cuya actividad representan el 85% del total del sector.

Resultados inversión 2006

- La facturación total en el mercado de Bases de Datos para marketing directo en España en el año 2006 asciende a **31,07 Millones de €**.
- La facturación se reparte en tres tipos de actividades distintas:
 - Creación y explotación de Bases de Datos: **13,37 Millones de €**.
 - Servicios sobre Bases de Datos: **10,6 Millones de €**.
 - Intermediación y list broking: **7,07 Millones de €**.
- Teniendo en cuenta a todas las empresas participantes en el estudio, el sector da empleo a un total de **1.737 personas** en España.

Resultados inversión 2006: principales conclusiones

- Algunas conclusiones que se derivan del estudio son:
 - Los servicios de compra de bases de datos son utilizados por todos los sectores de la actividad española, destacando entre ellos a **Enseñanza y medios, Banca y finanzas y Telecomunicaciones**.
 - El mercado de bases de datos tiene un carácter marcadamente nacional, representando el mercado interior un **93,3% del total** de inversión realizada.
 - La **producción y creación de bases de datos**, es la principal actividad del sector, cuya facturación asciende a un **43,05%** del total de inversión.
 - La **creación y explotación de ficheros B2B** representa un **54,4%** del total de ingresos por producción de ficheros.

Resultados inversión 2006: principales conclusiones

- Algunas conclusiones que se derivan del estudio son:
 - Los **principales servicios realizados** sobre las bases de datos son el **análisis de la información** y el **desarrollo de herramientas informáticas**, con un **22%** y **19%** respectivamente
 - La principal finalidad de la información solicitada tiene como objetivo final el **envío postal**, seguido del **teléfono fijo y telemarketing**.
 - El canal de venta más habitual son **comerciales propios** de cada empresa, si bien empieza a despuntar también el **canal on-line**.

Como resultado del estudio de inversión PDBD-fecemd destaca:

- La **proactividad de las empresas** del sector respecto al cumplimiento de la ley y la adaptación a los distintos requerimientos que de ésta se derivan.
- El **dinamismo y transparencia** en las actividades realizadas en el sector.
- La generación de un **elevado número de sinergias** que derivan de la actuación conjunta de propietarios de ficheros, *list brokers* y proveedores de servicios.
- El esfuerzo realizado de cara a **maximizar la calidad de las campañas** de marketing directo y el impacto del mensaje transmitido por el anunciante.
- El **escenario legal actual es excesivamente garantista y restrictivo**, con sanciones desproporcionadas que frenan la competitividad y limitan la inversión.
- La existencia de un **agravio comparativo respecto a empresas de otros países**, que permite la proliferación de empresas extranjeras, al margen de la regulación española, favoreciendo de esta manera la competencia desleal.

Contenido

Resultados y Estacionalidad mensual del año 2006

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según categoría del cliente

Ingresos por tipo de cliente

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

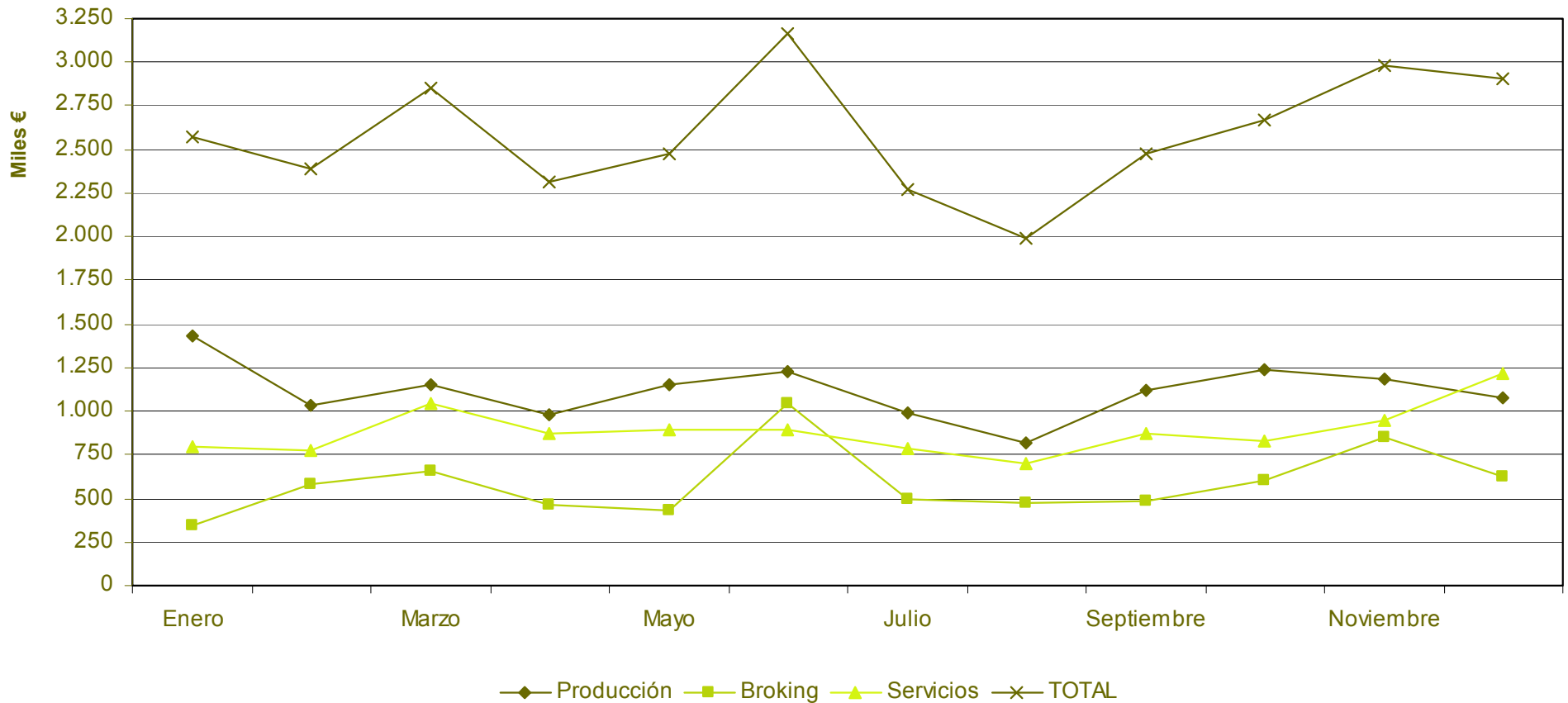
Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.

Interlocutor en el cliente

Tipología de información de BB.DD. facilitada al cliente

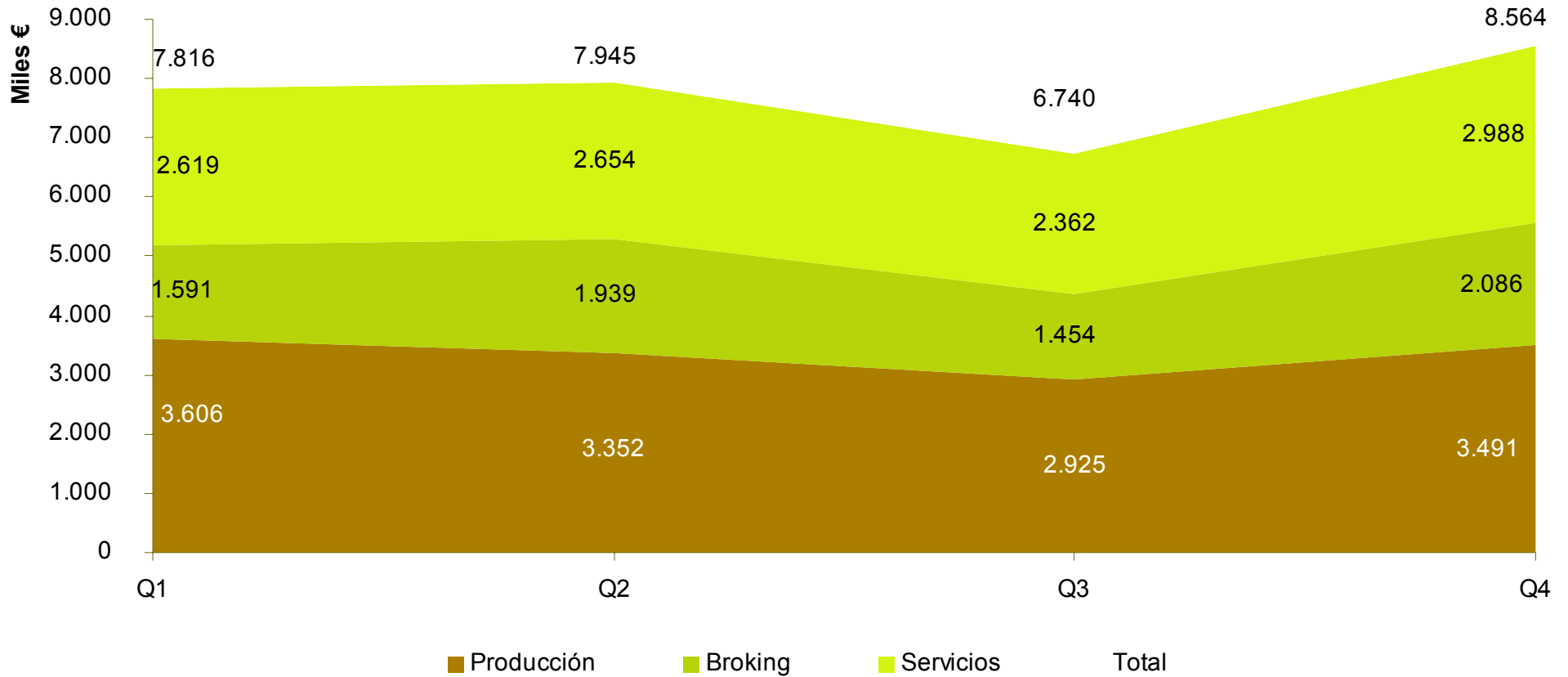
Diagnóstico del sector

Comparativa estacionalidad mensual año 2006



El mercado de BBDD para Marketing Directo tiene dos puntas de actividad claras, comienzos de verano y navidades, en los que la actividad se refuerza, con el consiguiente incremento de facturación.

Evolución facturación trimestral año 2006



Contenido

Resultados y Estacionalidad mensual del año 2006

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según categoría del cliente

Ingresos por tipo de cliente

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.

Interlocutor en el cliente

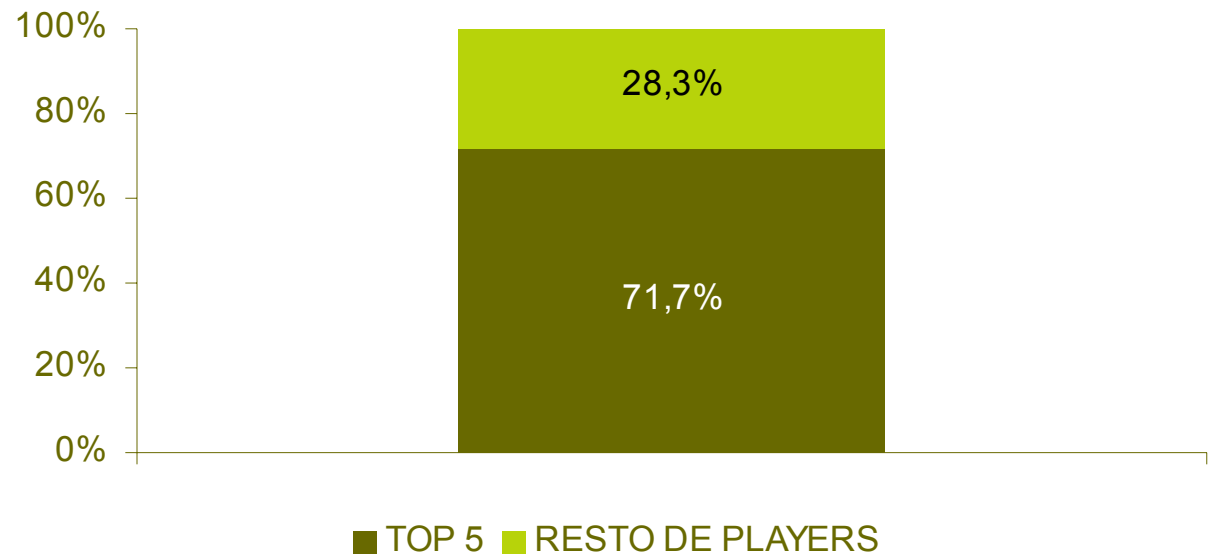
Tipología de información de BB.DD. facilitada al cliente

Diagnóstico del sector

Nivel de concentración de los participantes

Nivel de concentración del sector 2006

El nivel de cuota de mercado alcanzado por las cinco principales empresas del sector alcanza el 71,7% del mercado. Existe una elevada concentración.



Contenido

Resultados y Estacionalidad mensual del año 2006

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según categoría del cliente

Ingresos por tipo de cliente

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.

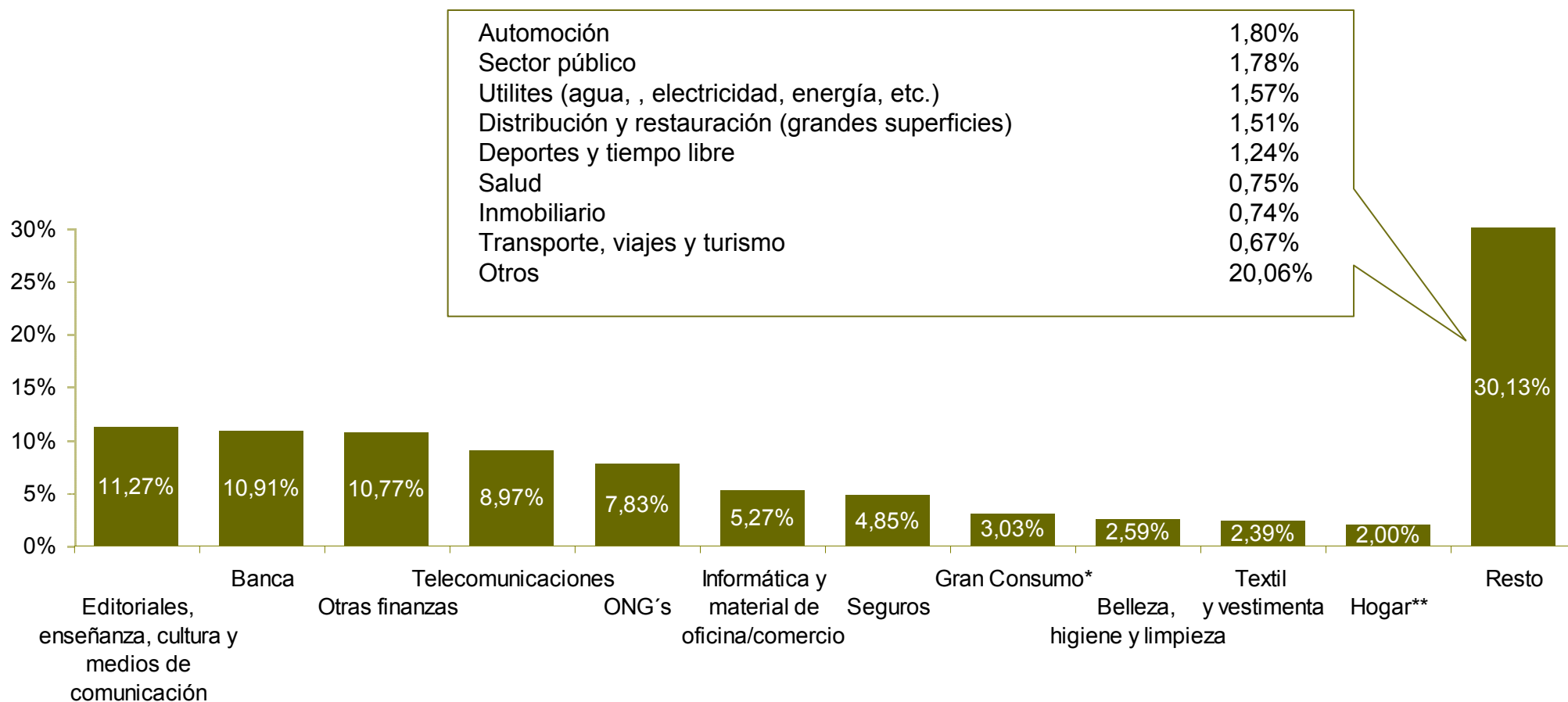
Interlocutor en el cliente

Tipología de información de BB.DD. facilitada al cliente

Diagnóstico del sector

Ingresos según categoría del cliente

Distribución ingresos por la actividad del cliente año 2006



Se aprecia una elevada diversificación por tipo de cliente.

* Productores de alimentación, bebidas, etc.

** Electrodomésticos, decoración, productos personales de consumo, etc.

Contenido

Resultados y Estacionalidad mensual del año 2006

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según categoría del cliente

Ingresos por tipo de cliente

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

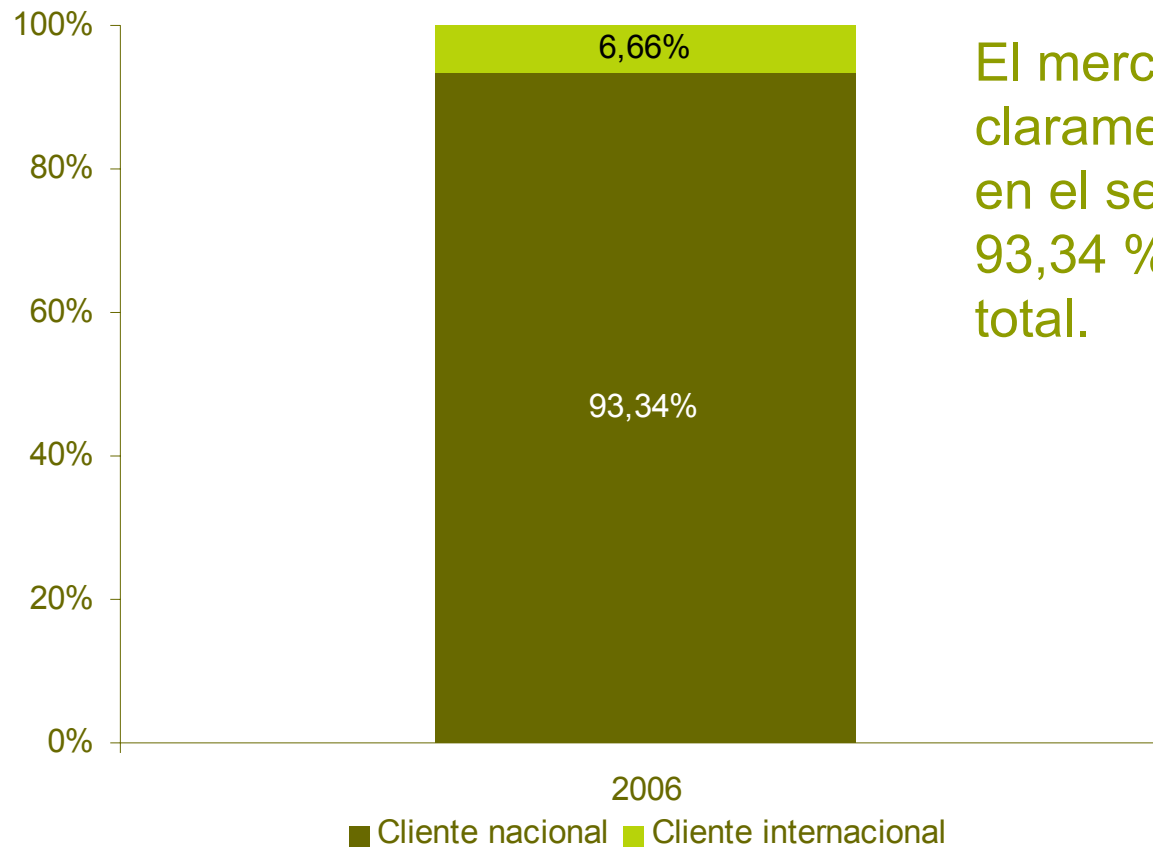
Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.

Interlocutor en el cliente

Tipología de información de BB.DD. facilitada al cliente

Diagnóstico del sector

Ingresos por tipo de cliente: Nacional/Internacional



El mercado nacional es claramente preponderante en el sector, alcanzando un 93,34 % de la facturación total.

Contenido

Resultados y Estacionalidad mensual del año 2006

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según categoría del cliente

Ingresos por tipo de cliente

Características de la empresa

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.

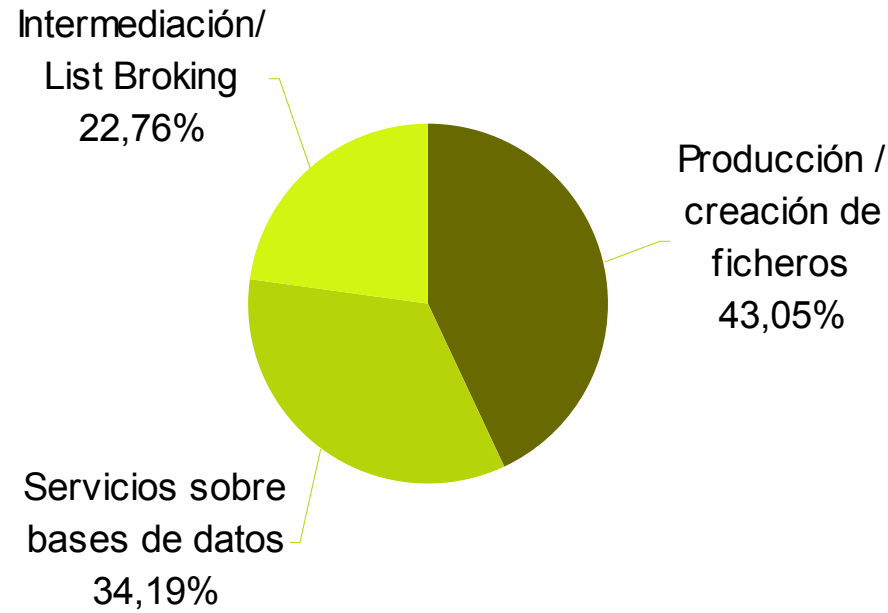
Interlocutor en el cliente

Tipología de información de BB.DD. facilitada al cliente

Diagnóstico del sector

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

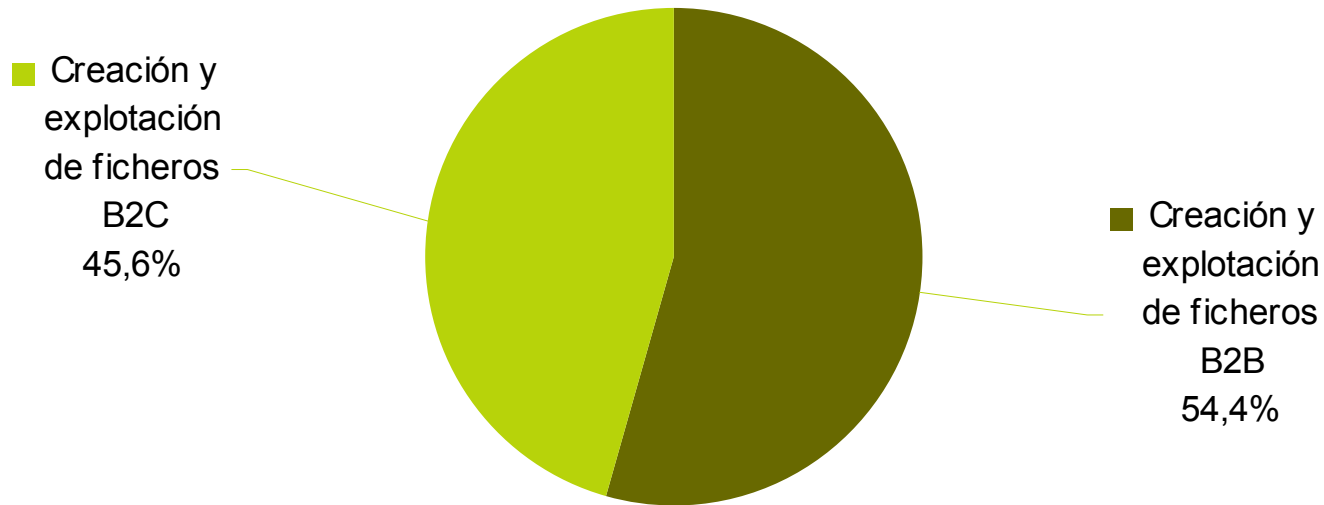
Distribución ingresos por tipo de actividad de los participantes



Tipo de actividad	Ingresos
Producción / creación de ficheros de BB.DD de Marketing Directo	13.373.247
Servicios sobre BB.DD de Marketing Directo	10.622.287
Intermediación/List Broking	7.069.878
Total	31.065.412

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

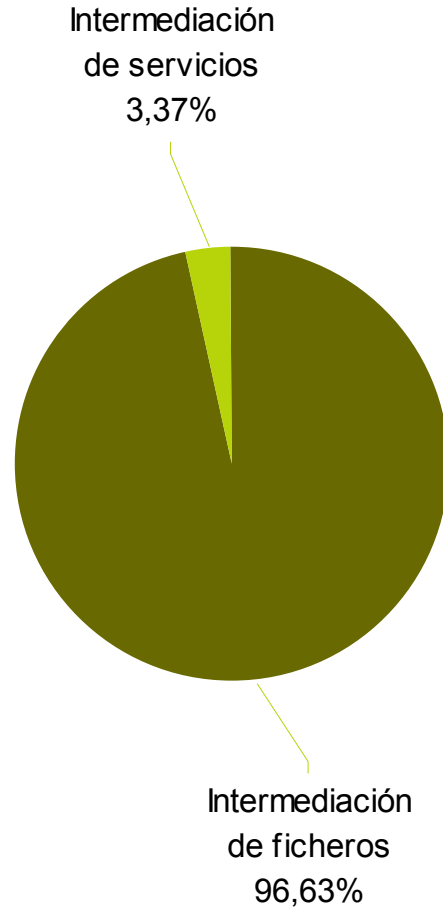
Ingresos por producción de ficheros de BB.DD. De Marketing Directo



Tipo de actividad	Ingresos
Creación y explotación de ficheros B2B	7.274.541
Creación y explotación de ficheros B2C	6.098.707
TOTAL	13.373.247

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

Ingresos por intermediación/List broking

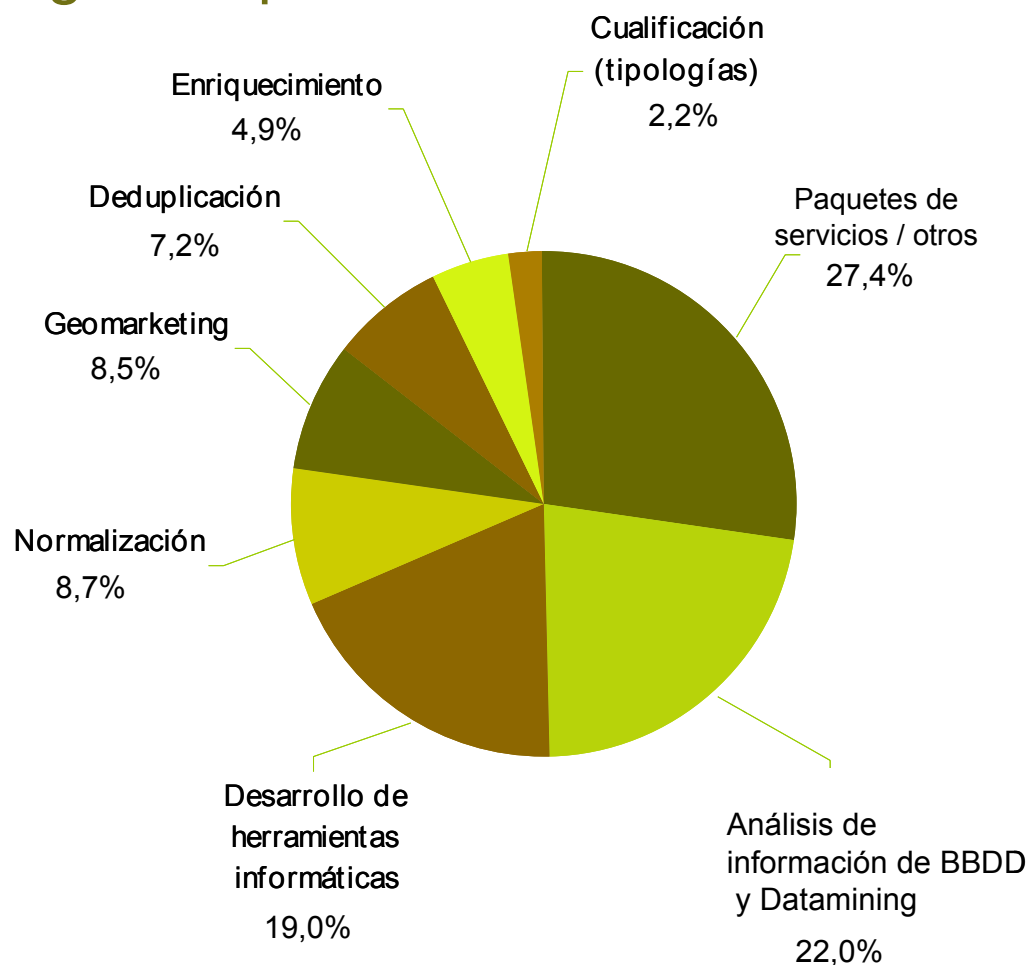


Tipo de actividad	Ingresos
Intermediación de ficheros	6.831.821
Intermediación de servicios	238.057
TOTAL	7.069.878

La intermediación de ficheros acapara la casi totalidad de la inversión realizadas por list broking, con un 96,63% de la inversión

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

Ingresos por servicios sobre BB.DD. de Marketing Directo



Tipo de actividad	Ingresos
Paquetes de servicios / otros	2.914.952
Análisis de información de BBDD/Datamining	2.335.879
Desarrollo de herramientas informáticas	2.021.623
Normalización	923.427
Geomarketing	905.517
Deduplicación	760.588
Enriquecimiento	522.152
Cualificación (tipologías)	238.149
TOTAL	10.622.287

Para el cálculo de los servicios realizados sobre las BB.DD, se analiza la facturación por tipo de servicio, independientemente del canal o tipo de información sobre la que éste se realice.

Contenido

Resultados y Estacionalidad mensual del año 2006

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según categoría del cliente

Ingresos por tipo de cliente

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.

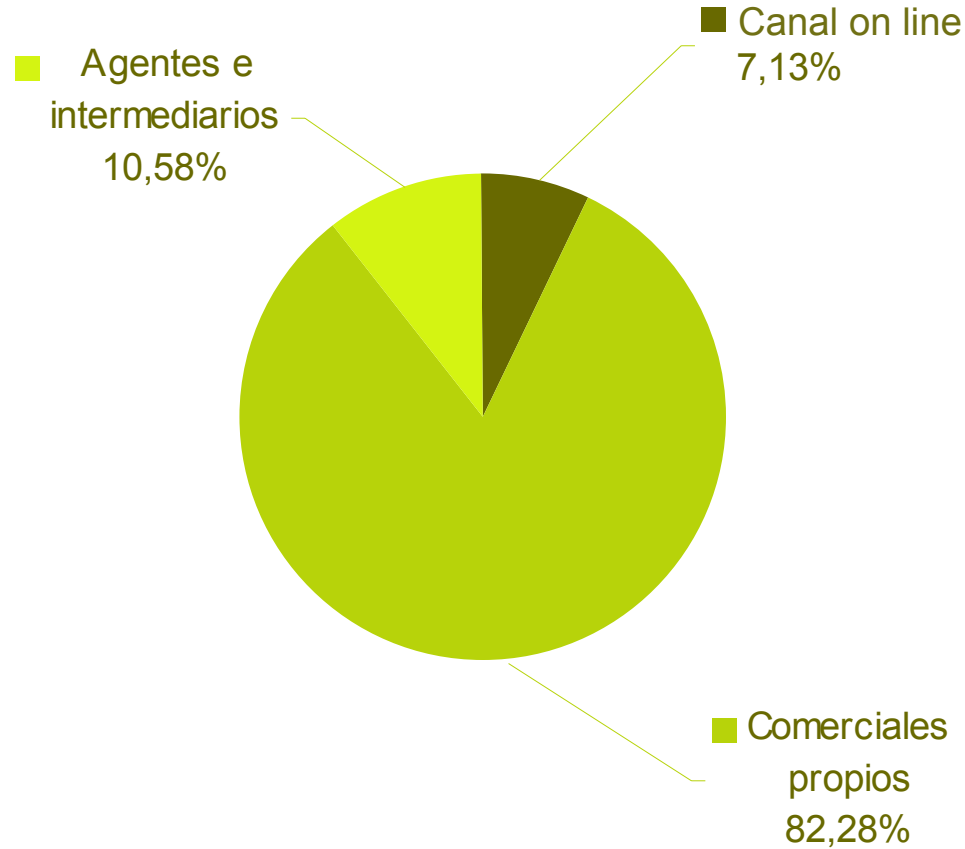
Interlocutor en el cliente

Tipología de información de BB.DD. facilitada al cliente

Diagnóstico del sector

Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.

Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.



Los canales de venta on-line suponen aún una oportunidad por explotar por las empresas del sector

Contenido

Resultados y Estacionalidad mensual del año 2006

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según categoría del cliente

Ingresos por tipo de cliente

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.

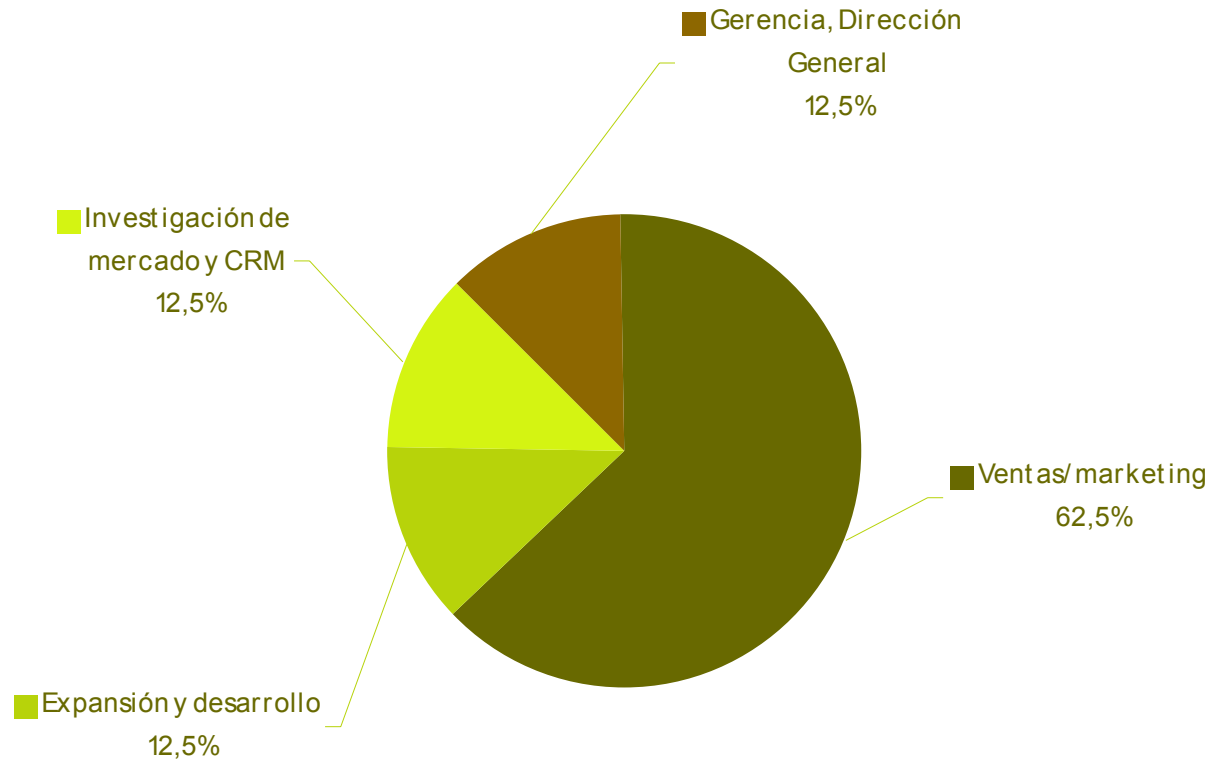
Interlocutor en el cliente

Tipología de información de BB.DD. facilitada al cliente

Diagnóstico del sector

Interlocutor en el cliente

Interlocutor en el cliente



El departamento de **Ventas y Marketing** sigue siendo el principal interlocutor en las empresas

Contenido

Resultados y Estacionalidad mensual del año 2006

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según categoría del cliente

Ingresos por tipo de cliente

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.

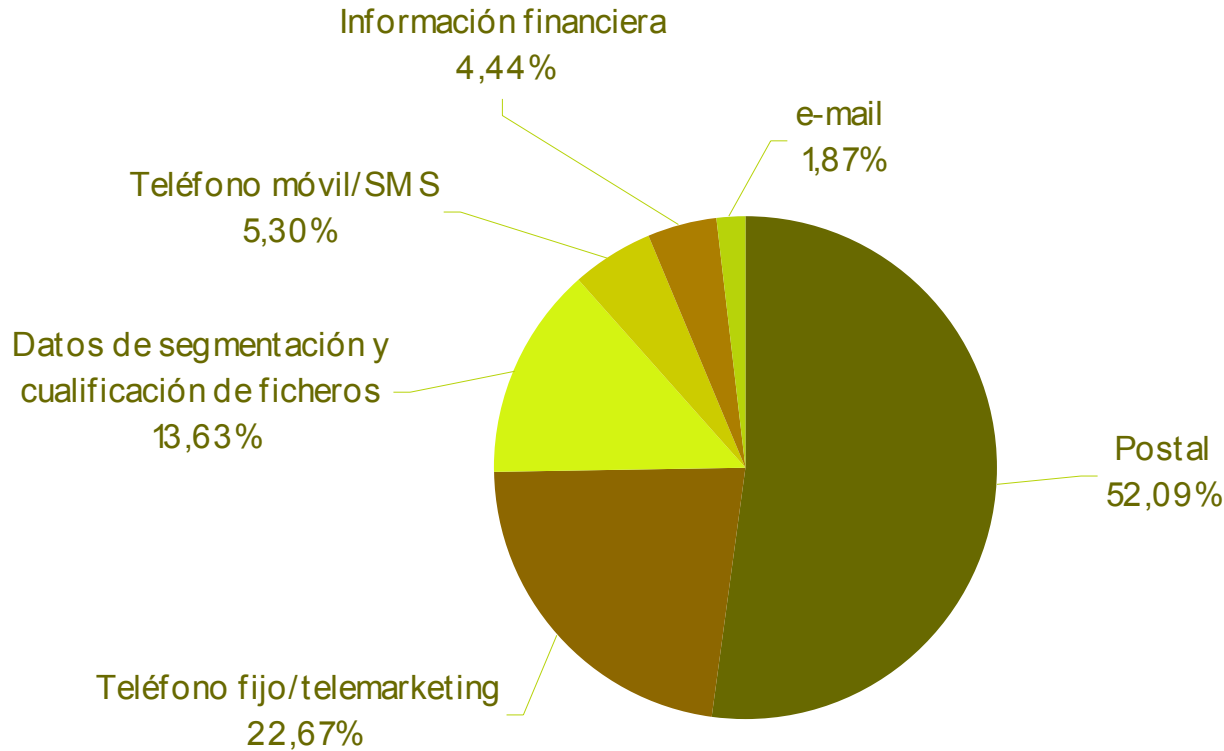
Interlocutor en el cliente

Tipología de información de BB.DD. facilitada al cliente

Diagnóstico del sector

Tipología de información de BB.DD. facilitada al cliente.

Tipología de información de BB.DD. solicitada



La información básica de contacto, **direcciones postales y teléfonos**, sigue siendo la principal **tipología de información solicitada por los clientes**, muy por encima de bases de datos de mayor valor como son las **bases de datos de cualificación de ficheros y financiera**

Contenido

Resultados y Estacionalidad mensual del año 2006

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según categoría del cliente

Ingresos por tipo de cliente

Ingresos según el tipo de actividad de los participantes

Tipo de canal de venta en producción/creación de ficheros de BB.DD.

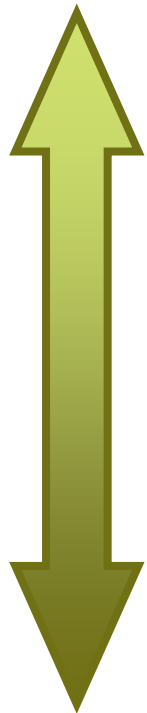
Interlocutor en el cliente

Tipología de información de BB.DD. facilitada al cliente

Diagnóstico del sector

Amenazas y oportunidades que se le plantean al sector desde la perspectiva de los participantes

OPORTUNIDADES



AMENAZAS

- Conocimiento del cliente de la actividad de Marketing Directo.
- Listas Robinson.
- Reclutamiento de nuevos profesionales cualificados.
- Número de ficheros disponibles.
- Imagen del sector.
- Escenario Legal.

*connectedthinking

"Este documento se ha realizado dentro del ámbito del proyecto Estudio del Mercado de Bases de Datos en España para y sólo para Publicidad Directa y Bases de Datos PDBD-fecemd y según los términos de nuestra carta de contratación de fecha 18 de diciembre del 2006. PwC no acepta ninguna responsabilidad ante terceros que pudieran hacer uso del contenido de este informe, sin la aceptación previa de PwC".