



GfK. Growth from Knowledge

**Apresentação Institucional**



## Agenda

- 1 Grupo GfK
- 2 GfK em Portugal

**1** **Grupo GfK**

# Missão

4

As empresas precisam de tomar decisões.  
O conhecimento é a base do processo de decisão.

---

A nossa informação fornece o conhecimento necessário para a tomada de decisões.

---

O nosso objectivo é estar a par dos mercados globais em que operamos - no interesse dos nossos clientes, colaboradores, empresa, accionistas e do público em geral.

## Uma forte herança nos Estudos de Mercado

5

**1925**

Fundação do „Institut für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware“.

**1984**

Fundação GfK- Adquire o estatuto de organização sem fins lucrativos.

**Setembro 1999**

Cotação da GfK na bolsa de Frankfurt.

**1934**

Fundação como GfK-Nürnberg e.V.

**1990**

Início da Internacionalização.

**Maio 2005**

Aquisição da NOP World.

**Growth from Knowledge** adquire uma nova dimensão.

## Grupo GfK: Algumas informações

6

### Facturação<sup>1)</sup>

2007: 1.162 milhões EUR

Crescimento: 5.8%

---

### Empregados

Mais de 9000 empregados

Mais de 80% dos quais fora da Alemanha

---

### Serviços

Fornecemos informação ao nível de produtos de grande consumo, farmacêutica, media e serviços

Especialistas em Estudos de Mercado

Consultoria de Marketing

---

### Network

115 empresas em mais de 100 países

1) Números Preliminares 2007

## Grupo GfK : Algumas informações

7

### Core business

Empresa de estudos de mercado, prestadora de serviços às grandes empresas de serviços, media, bens duráveis e indústria farmacêutica.

---

### Posição

A maior empresa de estudos de mercado da Alemanha, a 4ª maior na Europa e no mundo.

---

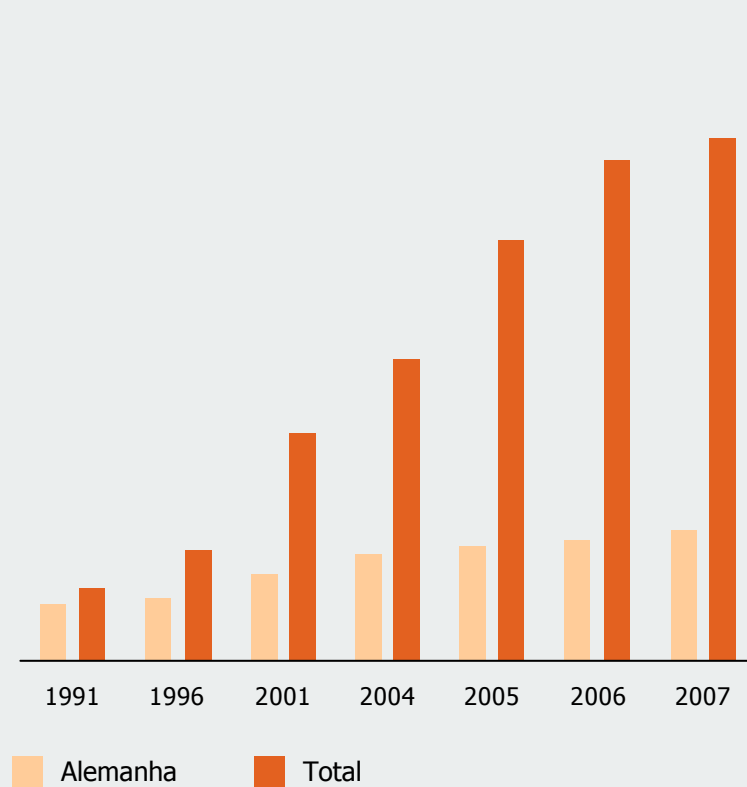
### USP

Serviço completo no mundo: o Top 50 de clientes pedem-nos informação, sobre vários mercados, em mais do que um país.

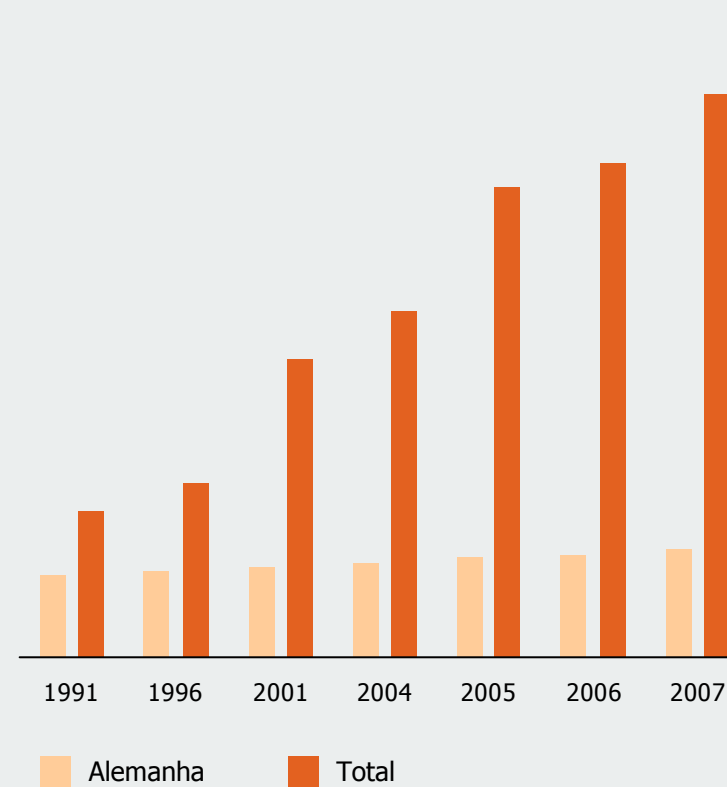
# GfK - Crescimento 1991-2007

8

## Facturação EURm<sup>1)</sup>

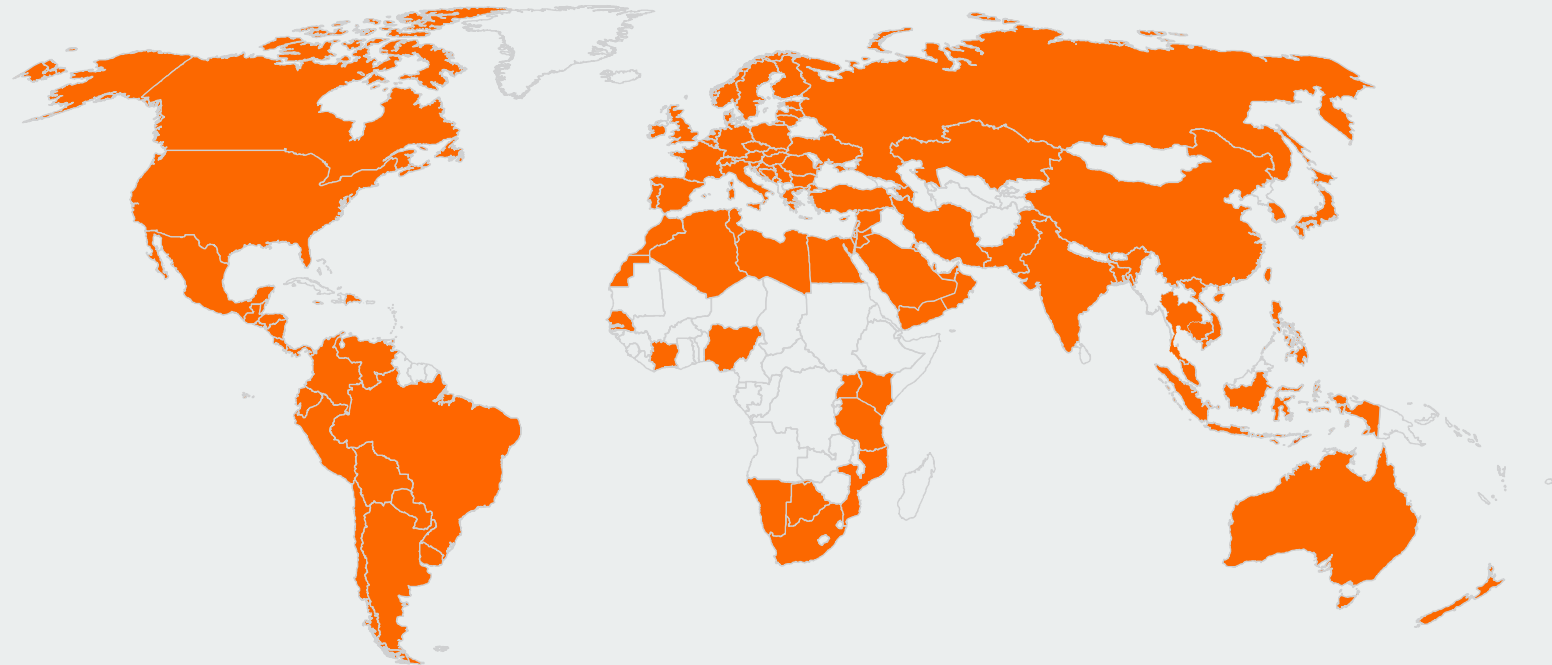


## Empregados



1) Números antes de 2001 são fornecidos por HGB, enquanto que os valores de 2001 a 2004 são fornecidos por USGAP e os valores desde 2005 são fornecidos por IFRS.  
2007: dados preliminares

## GfK Grupo: Cobertura mundial

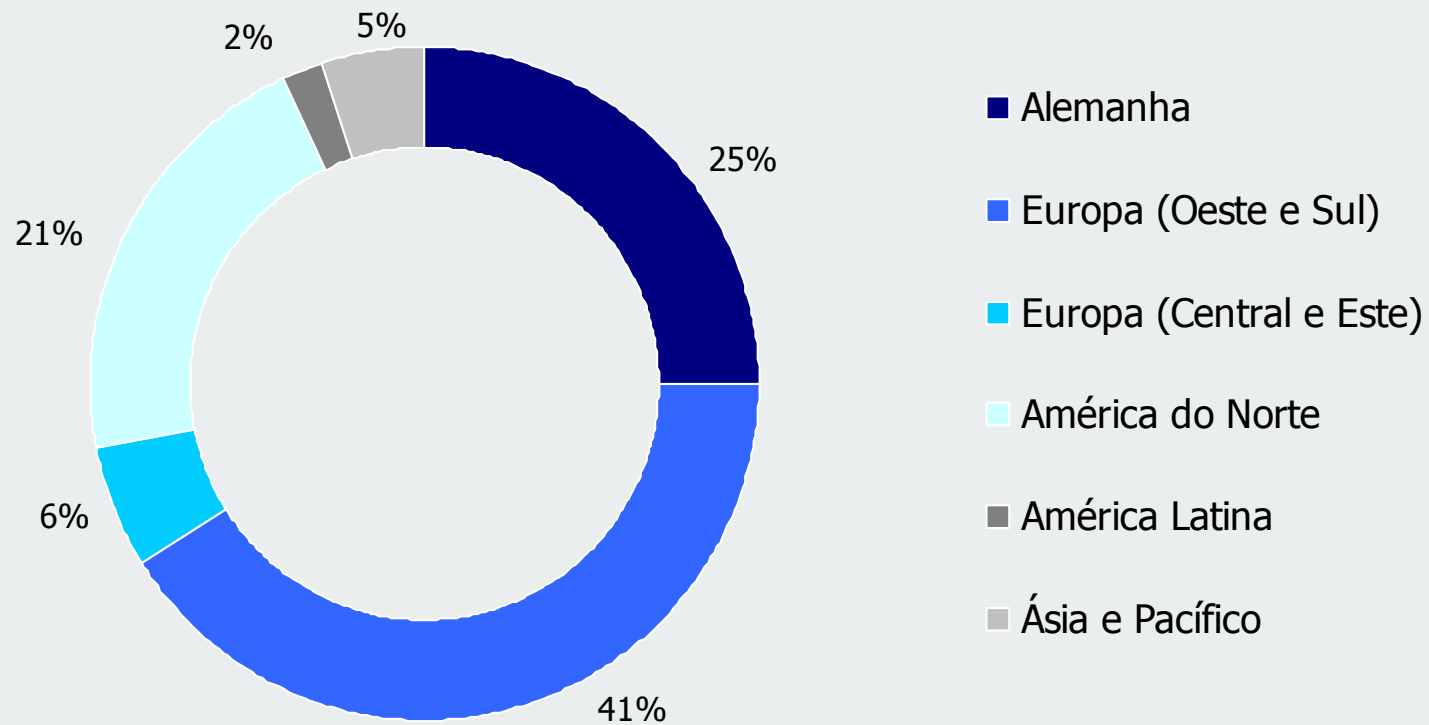


9

Algeria	China	Hong Kong	Libya	Poland	Tanzania
Argentina	Colombia	Hungary	Lithuania	Portugal	Thailand
Australia	Costa Rica	India	Malaysia	Puerto Rico	Trinidad and Tobago
Austria	Croatia	Indonesia	Mexico	Qatar	Tunisia
Azerbaijan	Cyprus	Iran	Montenegro	Romania	Turkey
Bahrain	Czech Republic	Ireland	Morocco	Russia	Uganda
Bangladesh	Denmark	Israel	Mozambique	Saudi-Arabia	Ukraine
Barbados	Dominican Republic	Italy	Netherlands	Senegal	United Arab Emirates
Belgium	Ecuador	Ivory Coast	New Zealand	Serbia	United Kingdom
Belize	Egypt	Jamaica	Nicaragua	Singapore	Uruguay
Bolivia	El Salvador	Japan	Nigeria	Slovakia	USA
Bosnia-Herzegovina	Estonia	Jordan	Norway	Slovenia	Venezuela
Botswana	Finland	Kazakhstan	Oman	South Africa	Vietnam
Brazil	France	Kenya	Pakistan	Spain	Yemen
Bulgaria	Germany	Korea	Panama	Sweden	
Cambodia	Greece	Kuwait	Paraguay	Switzerland	
Canada	Guatemala	Latvia	Peru	Syria	
Chile	Honduras	Lebanon	Philippines	Taiwan	

## Vendas por Região 1)

10



## Top 10 da indústria de Estudos de Mercado

11

Companhia	2007 facturação em EUR m <sup>1)</sup>
1. AC Nielsen, EUA	3,197.5
2. IMS Health, EUA	1,489.4
3. Taylor Nelson Sofres, UK	1,453.0
4. Grupo GfK, Alemanha	1,162.1
5. Grupo Kantar, UK	1,155.0
6. Ipsos, France	927.2
7. Synovate, UK	589.3
8. Information Resources, EUA <sup>2)</sup>	474.2
9. Westat, EUA <sup>2)</sup>	303.6
10. Arbitron, EUA	229.9

1) Vendas na unidade monetária do país onde o respectivo escritório está registado; taxa de câmbio de acordo com o IMF em 31 de Dezembro de 2007:

EUR 1 = USD 1.4721, GBP 1 = USD 2.0034

2) Números divulgados pela Information Resources e Westat com base numa estimativa de crescimento para o sector de 5%

Fonte: Dados publicados pelas empresas e estimativas GfK

## 5 Estrelas: a estratégia para os próximos anos (i)

12



Consultoria  
Baseada em  
Factos



Top 3



Dimensão  
Global



Serviço  
Completo



Excelência  
Financeira

## 5 Estrelas: a estratégia para os próximos anos (ii)

13

### Consultoria baseada em factos

Competência e consultoria; Focalização nos clientes; Inovação na liderança.

---

### Top 3

Como player mundial; Nos sectores individuais; Nos grandes países.

---

### Dimensão Global

Reforçar a nossa presença nos países em que já nos encontramos; Expandir para novos países.

---

### Serviço Completo

Especialização em todos os mercados e regiões relevantes; Estudos de apoio a decisões estratégicas e operacionais de marketing; Uso de padrão, alta qualidade, métodos de análise multi-variados.

---

### Excelência Financeira

Margem elevada; Facturação EUR 1.500 milhões; Endividamento Líquido/EBITDA ~ 2.

## **2 GfK em Portugal**

## Grupo GfK em Portugal: O nosso negócio – 3 sectores / 3 fontes

15

	Custom Research	Retail and Technology	HealthCare
Tipo de Pesquisa	Grupos alvo específicos, consumidores ex., médicos, etc.	Recolha contínua de informação	Grupos alvo específicos, consumidores ex., médicos, etc.
Serviços	Serviços específicos de acordo com estratégias de marketing	Informação dos mercados de electrónica de consumo	Serviços específicos de acordo com estratégias de marketing
Proporção de estudos regulares	~43%	100%	~95%

# Custom Research

16

## Mercados

Automóvel, tecnologia, consumo, comunicação, financeiro, media, FMCG

---

## Soluções de Marketing

Estruturas de mercado, marca/comunicação, satisfação do cliente, *pricing*, conceito/ testes de produtos, posição do mercado.

---

## Vantagens do Cliente

Minimiza o risco da tomada de decisão no negócio e assegura o crescimento sustentado num potencial lucro.

---

## Presença

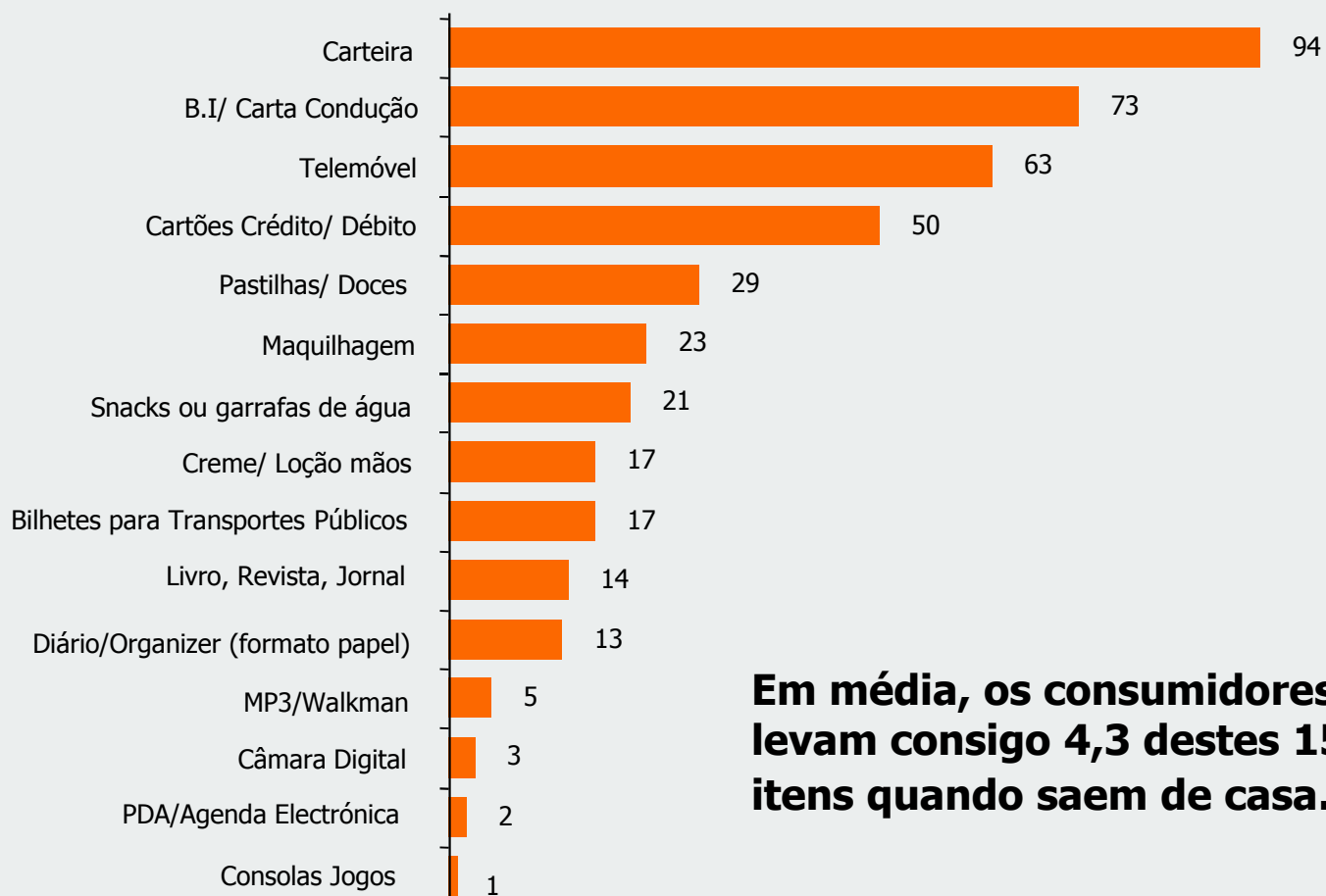
Em mais de 90 países a nível mundial.

## Exemplo 1: Tendências do Consumidor a Nível Internacional

17

O que leva consigo?

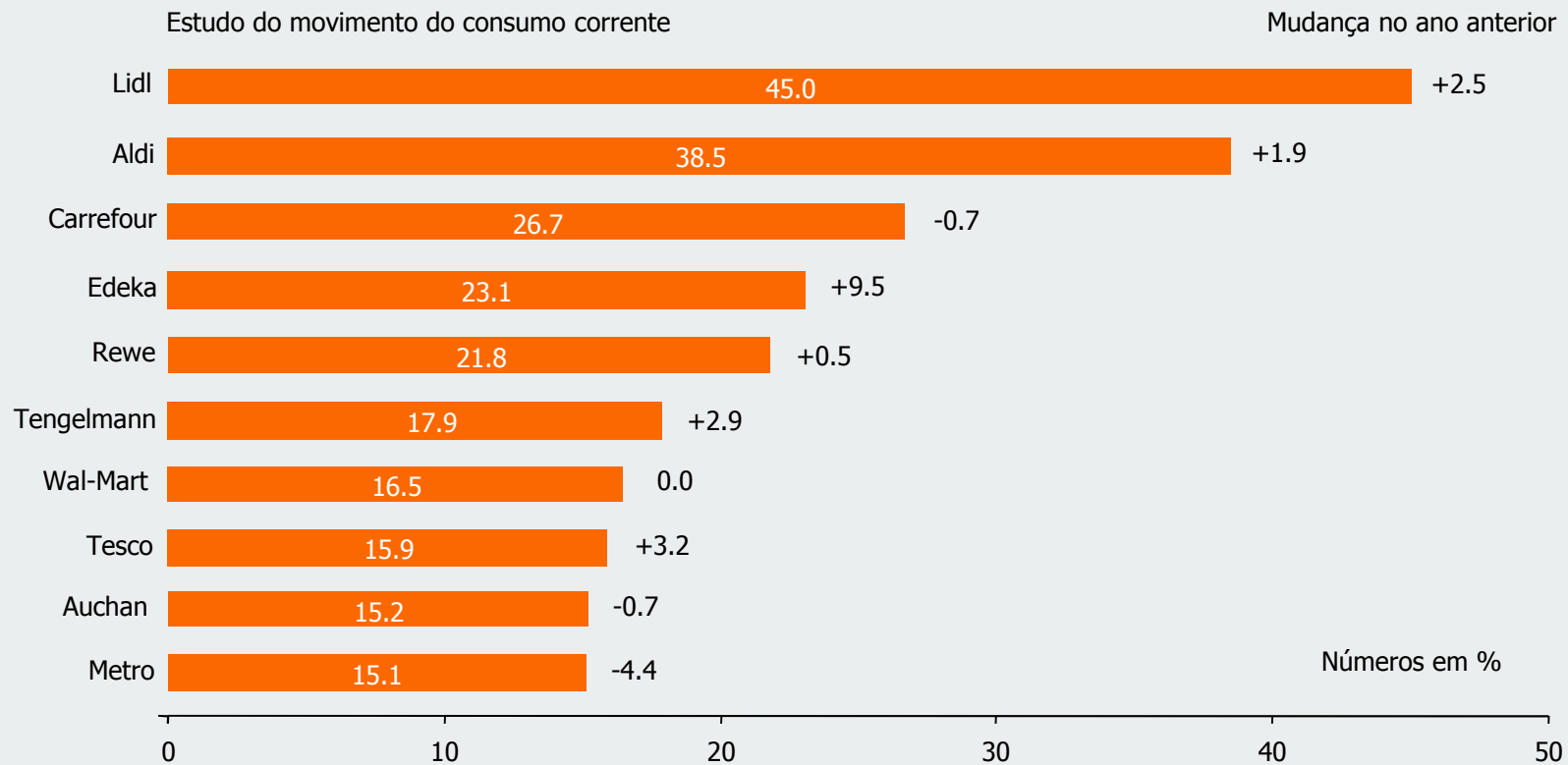
%



**Em média, os consumidores levam consigo 4,3 destes 15 itens quando saem de casa.**

## Exemplo 2: Mercados Internacionais de Consumo em 2006

18



Estudo = Número de famílias que fizeram compras na loja relevante, pelo menos uma vez durante o ano indicado  
Fonte: Europanel, 2007; o gráfico abrange Alemanha, França, Reino Unido, Itália, Espanha e Países Baixos

# HealthCare

19

## Mercados

Medicamentos, materiais e produtos para dentistas e laboratórios.

---

## Soluções de Marketing

Estruturas de mercado, marca/comunicação, satisfação do cliente, *pricing*, conceito/ testes de produtos, posição do mercado.

---

## Vantagens do Cliente

Minimiza o risco da tomada de decisão no negócio e assegura o crescimento sustentado num potencial lucro.

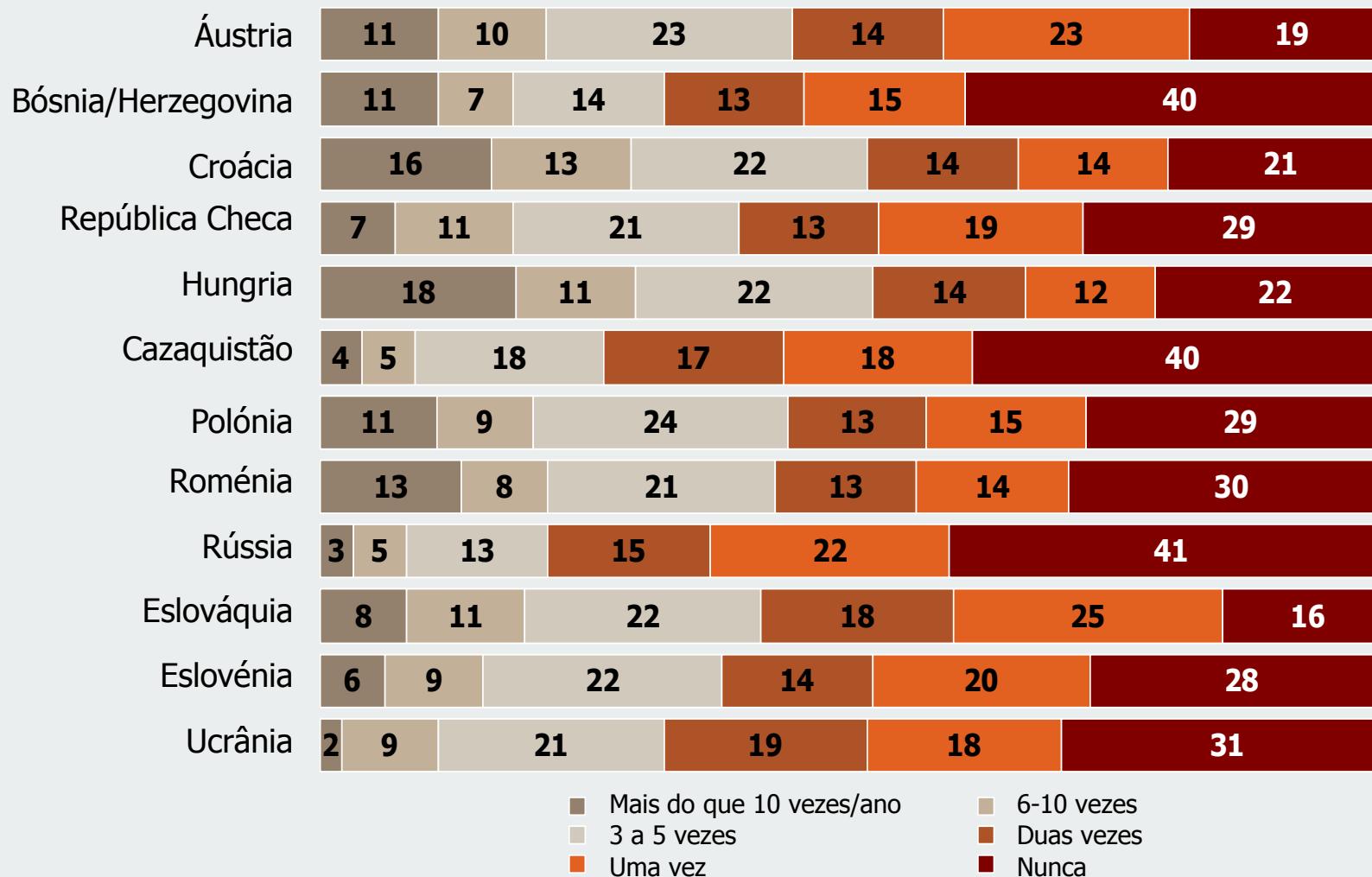
---

## Presença

Em mais de 90 países a nível mundial.

## Exemplo: Quantas vezes foi a uma farmácia nos últimos 12 meses? em %

20



# Retail and Technology

21

## Mercados

Mais de 350 produtos auditados em: electrónica de consumo, entretenimento, material de escritório, equipamento fotográfico e óptico, aparelhos domésticos, informática e telecomunicações, DIY, turismo, equipamento desportivo.

---

## Soluções de Marketing

Produto e política de preços, anunciantes, distribuição, vendas e logística.

---

## Vantagens do Cliente

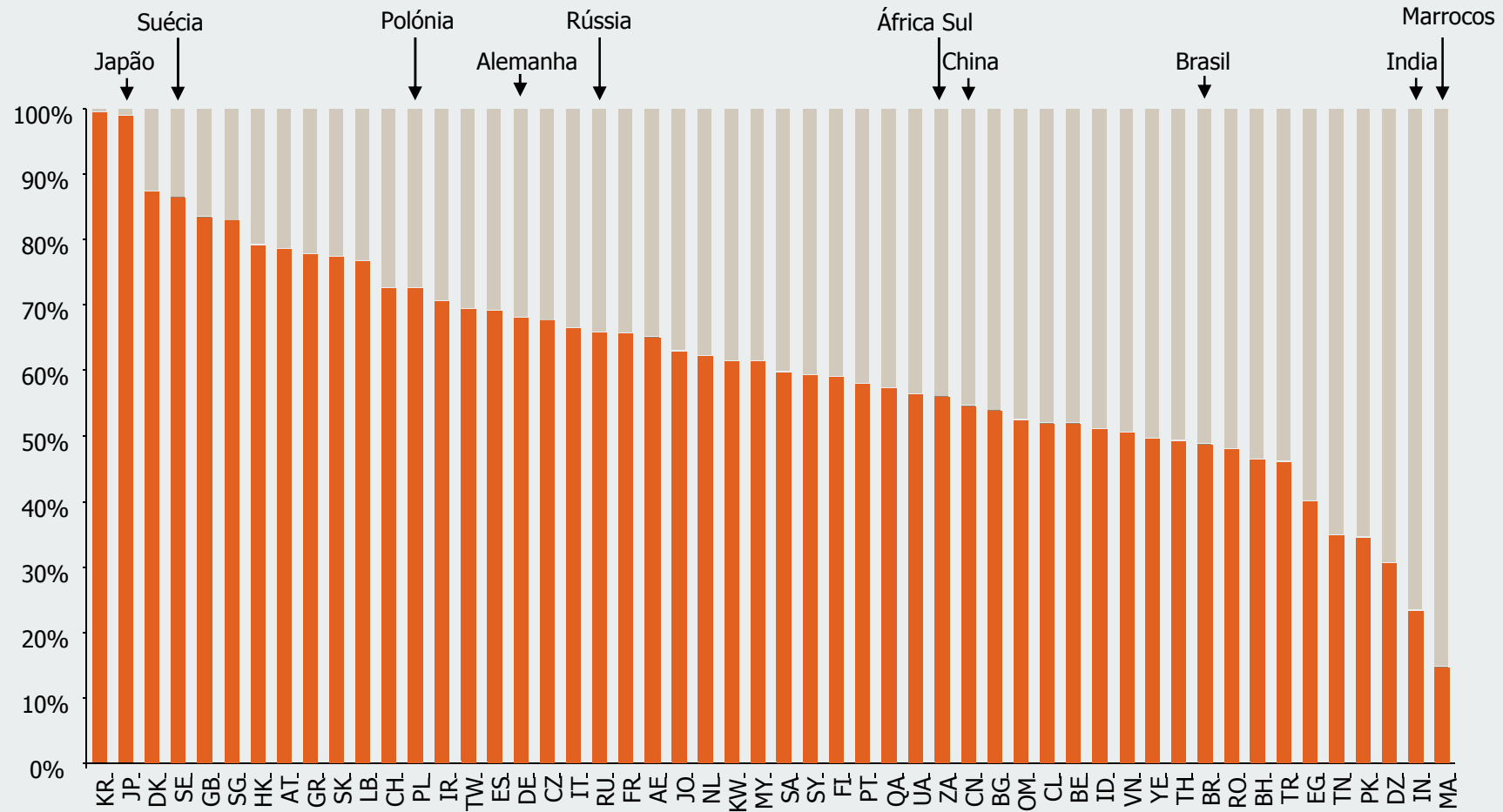
Acesso a base de dados e/ou transferência de análise padronizada de informação sobre tendências, volume, vendas, canais de vendas e segmentos nos nossos mercados de clientes.

---

## Presença

Em mais de 70 países nos 5 continentes.

# Exemplo 1: Telemóveis com/sem câmara Q4/2006

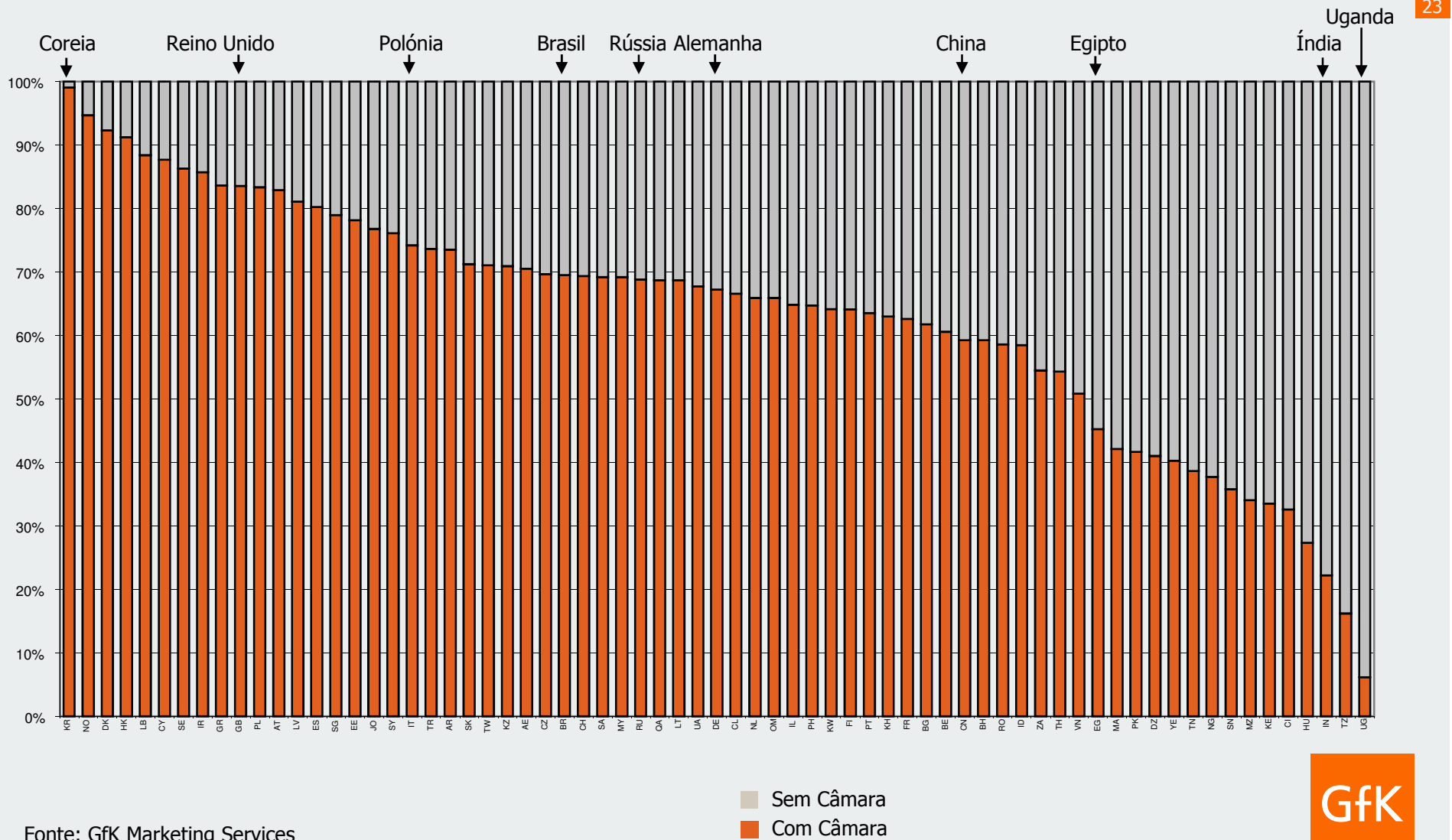


Fonte: GfK Marketing Services

Sem Câmera  
 Com Câmera



## Exemplo 2: Telemóveis com/sem câmara Dez. 2007 (Unidades)



# Grupo GfK em Portugal

24

## Facturação:

13,377 milhões EUR (2007)

---

## 3 Empresas

GfK Marketing Services

GfK Metris

Intercampus

---

## Posicionamento

3º maior grupo de empresas de estudos de mercado em Portugal

---

## Empregados

Mais de 100 colaboradores

# Top 10 da indústria de Estudos de Mercado

25

## Empresa

1. IMS
2. AC Nielsen
3. Marktest
- 4. GfK Metris**
5. TNS Euroteste
- 6. Intercampus**
- 7. GfK Marketing Services**
8. Millward Brown
9. Marktest Audimetria
10. Motivação

Total Mercado (estimativa 2007)

70.000/75.000 T EUR

## Uma forte herança nos Estudos de Mercado

26

**1996**

Recolha de informação para o Painel, com o apoio da Intercampus

**2006**

Participação nas actividades do Grupo em África

**2004**

Participação nas actividades do Grupo na América Latina

**1997**

Aquisição de 10% do capital da Intercampus

**2001**

Aquisição maioritária no capital da GfK Metris

**2005**

Desenvolvimento da Divisão de HealthCare

## GfK Metris

27

### Key Services

Desenvolvimento de estudos Ad Hoc qualitativos e quantitativos junto dos segmentos individual e empresarial, bem como oferta de produtos harmonizados e padronizados

---

Cerca de 60 colaboradores

94 postos de CATI, 60 postos de CAPI

Estudos Quantitativos e Qualitativos (metodologias complementares)

entrevistas face-to-face

entrevistas telefónica

focus-group

entrevistas em profundidade

Salas de vidro duplo em Lisboa e Porto

(visionamento e interacção com o moderador através da Internet)

---

Medição fiável e validada

Modelos únicos e técnicas estatísticas avançadas

Análises de marketing estratégico e recomendações operacionais

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in a white, sans-serif font, centered within an orange square.

# Intercampus

28

## Key Services

Experiência de mais de 14 anos na recolha de dados, utilizando as metodologias qualitativas e quantitativas, em todas as áreas do Market Research.

---

Cerca de 30 funcionários, além de uma larga equipa de entrevistadores em todo o território nacional.

Equipas com experiência indicada para realizar estudos mais específicos:

Cliente Mistério; Auditorias; Pricing;

Entrevistas com públicos diferenciados (crianças, médicos...).

---

124 postos de CATI

60 postos de CAPI

---

Escritórios em Lisboa e no Porto

# GfK Marketing Services

29

## Key Services

Informação de marketing, vendas e logística da área de retalho e indústria, para empresas a operar no mercado de bens duráveis.

Permite ao cliente ter acesso directo a bases de dados e/ou transmissão estandardizada de análises para apoio a decisões de curto, médio e longo prazo, em termos de políticas de produto, preços, publicidade, distribuição, vendas e logística.

---

## Mercados

Electrónica de consumo, entretenimento, material de escritório, equipamento fotográfico e óptico, utensílios domésticos, informática e telecomunicações, DIY, turismo, equipamento desportivo.

---

## Soluções de Marketing

Produto e política de preços, anunciantes, distribuição, vendas e logística.

---

## Vantagens do Cliente

Acesso a bases de dados e análise de informação sobre tendências, volumes, vendas, canais de vendas e segmentos nos diferentes mercados.



## Ligações Institucionais

30

A GfK Metris e a Intercampus são membros fundadores da APODEMO. A GfK Marketing Services é membro da APODEMO desde 1998 e o seu director geral assumiu a Presidência desta Associação até Abril de 2006.

São membros da ESOMAR vários colaboradores da Intercampus, da GfK Metris e da GfK Marketing Services.

O Grupo GfK promove e cumpre os códigos e directrizes internacionais desta Associação.



**Associação Portuguesa de Empresas  
de Estudos de Mercado e Opinião**



**European Society for Opinion  
and Marketing Research**

# Contactos

31

GfK Metris - Luís Valente Rosa  
Intercampus - António Salvador  
GfK Marketing Services - Carlos Figueiredo

Director Geral Grupo GfK:  
António Salvador

Morada:  
Rua Carlos Testa N° 1 1° B  
1050-046 Lisboa  
T: +351210000200  
F: +351210000290  
@: [gfk.portugal@gfk.pt](mailto:gfk.portugal@gfk.pt)  
[www.gfk.pt](http://www.gfk.pt)



# Liderança através do Conhecimento

**GfK. Growth from Knowledge**

