



AMAI
INTELIGENCIA APLICADA
A DECISIONES

ITAM

Estudio Anual de la Industria de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México. Edición **XXII (2019-2020).**

ITAM - Centro de Ciencia de Datos

Mayo 2020

INTRODUCCIÓN

Los datos presentados en este documento corresponden al Estudio Anual de la Industria de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México en su edición XXII.

En este ejercicio se han hecho cálculos agregados de la información proporcionada por las empresas participantes en el estudio. Adicionalmente, se han incluido resultados de estimaciones hechas por expertos de la Asociación.

VALOR DEL MERCADO

- ▶ En 2019 la industria de investigación de mercados e inteligencia aplicada al consumidor en México alcanzó un **valor anual de 7,664 millones de pesos**.
- ▶ En esta edición hubo 71 empresas que participaron.
- ▶ Es posible hacer comparaciones directas de 61 empresas que participaron en la edición XXI y la edición XXII.
- ▶ Las empresas comparables tuvieron un crecimiento orgánico de 0.81%.
- ▶ De las empresas comparables, 56% reportaron decrecimiento mientras que 44% reportaron crecimiento.

DISTRIBUCIÓN Y VOLUMEN DEL MERCADO

- ▶ De acuerdo a los datos del estudio edición XXII, en México sigue predominando la investigación de mercado basada en investigación de corte cuantitativo, que representa alrededor de 67% de la facturación anual.
- ▶ En 2019 se hicieron 9 mil proyectos de investigación e inteligencia de mercados, casi el mismo número que la edición anterior, indicando que si bien no hubo un aumento tampoco hubo disminución en proyectos. En cuanto a unidades de investigación cualitativa se realizaron 9 mil sesiones de grupo, 13 mil entrevistas a profundidad y 4 mil observaciones etnográficas.
- ▶ El número de entrevistas con informantes de proyectos de investigación en 2019 es de 7 millones de contactos efectivos. Las entrevistas personales -cara a cara más vía pública- continúan siendo las predominantes con 3.17 millones de contactos que representan aproximadamente el 43% de la forma de contacto. En segundo lugar, se encuentran los puntos de contacto por internet con 2.75 millones de contactos.

CAPITAL HUMANO

- El capital humano para la edición XXII estuvo conformado por casi 11 mil personas, que corresponde a una disminución de aproximadamente 61% con respecto a la edición pasada, e inclusive un poco más bajo que en entregas anteriores a la edición XXI donde había entre 12 y 15 mil personas en la industria.
- Con respecto a la distribución del capital humano en términos de su género, es grato compartir que por primera vez, la proporción de hombres y mujeres es 1, es decir, por cada hombre hay una mujer. En esta edición los tipos de personal que en la edición anterior tuvieron más hombres que mujeres correspondientes a segmentos operativos y de producción, tuvieron una proporción de 1 y 1 respectivamente.

EL ESTUDIO ANUAL EN SU EDICIÓN XXII

Siguiendo el mismo procedimiento de años anteriores, la convocatoria a participar en el estudio, mediante la respuesta en línea a un cuestionario anónimo predeterminado, se envió a decenas de organizaciones del sector asociadas a AMAI. El volumen de información obtenido, a partir de las respuestas de 71 compañías, 3 más que la edición anterior, convierte a esta en la edición de mayor alcance que jamás hayamos tenido. Es muy relevante subrayar y agradecer tal nivel de colaboración, que al parecer no tiene igual en ninguna otra de las métricas sistemáticas de la industria que se realizan en muy distintas latitudes del mundo.

RANKING DE EMPRESAS

Nota importante: se listan en esta tabla solamente aquellas empresas que expresamente manifestaron su aceptación de estar en este listado. En este sentido, este ranking no tiene el valor representativo de otros indicadores del Estudio Anual. Por otra parte: el listado se hace a partir de un orden, de mayor a menor, de facturación reportada; ello no implica necesariamente una posición de mayor o menor calidad, prestigio o cualquier otro criterio que no sea el de la facturación reportada.

empresa	rank	empresa	rank	empresa	rank
IPSOS	1	NODO INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA	18	ENKOLL	35
UPAX	2	SUASOR CONSULTORES	19	DINAMIA	36
DE LA RIVA GROUP	3	EVAMERC	20	CINCO	37
ESTADÍSTICA APLICADA	4	BERUMEN	21	INMERSA MARKETING GROUP	38
SMART INDEX	5	PQR PLANNING QUANT	22	ACSI RESEARCH	39
O' DE LA ROQUETTE	6	FOCUS INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	23	IMAAC MARKETING GROUP	40
LEXIA INSIGHTS & SOLUTIONS	7	INTEGRACIÓN TOTAL	24	SINCRONÍA	41
MARKETING GROUP	8	MARES	25	ISOPOMER	42
G DE VILLA Y ASOCIADOS	9	INMEGA	26	MEBA	43
GfK	10	MERCAEI	27	WISUM	44
BRAIN	11	QUESTIONPRO	28	GAUSSC	45
AAGA MARKETING	12	CUARTEL GENERAL DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	29	NEUROMARKETING	46
PEARSON	13	MASTER RESEARCH	30	SEGMENTOS RESEARCH	47
NETQUEST	14	PSYMA LATINA	31	SURVEY	48
PHENOMA	15	FACTA RESEARCH	32	OVALBOX	49
SERTA MARKETING INTELLIGENCE PARTNER	16	EVIDENS	33	SEMIOFERA CONSULTING	50
EL INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES	17	GAIN DYNAMICS RESEARCH	34		

NOTA METODOLÓGICA

En mayo de 2020, la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión A.C. (AMAI) encargó al Centro de Ciencia de Datos ITAM el procesamiento de la información generada en el marco de la Edición XXII (2019 - 2020) del “Estudio Anual de la Industria de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México”, que la asociación realiza desde 1998. Lo anterior a efecto de consolidar un documento que facilite su entendimiento y ayude a encontrar elementos de valor para la industria.

Bajo tales premisas, el Centro de Ciencia de Datos ITAM realizó el análisis agregado de las respuestas de los participantes, que se basa fundamentalmente en técnicas estadísticas y de procesamiento de lenguaje natural. Es importante destacar que dicha metodología se consolidó encaminada a preservar el carácter confidencial de la información reunida y a su vez para realizar estimaciones de la industria sin exponer los datos reportados individualmente por las empresas ni sus correspondientes identidades.

En este sentido, para el periodo en estudio, la información de la industria se procesó en torno a los siguientes ejes temáticos:

- ▶ Tamaño del mercado: en términos del nivel de facturación de las empresas.
- ▶ Empresas comparables 2018 y 2019: relativo al desempeño en la evolución de la facturación de empresas los periodos 2018 y 2019.
- ▶ Volumen de mercado: considerando el total de proyectos realizados en la industria, así como el número de sesiones de grupo presenciales o remotas, entrevistas a profundidad y etnografías o aplicaciones de antropología.
- ▶ Capital humano: considerando la distribución del personal en los diferentes segmentos que integran la industria, así como su desagregación por género.
- ▶ Ranking de empresas: considerando a las empresas que reportaron explícitamente su nivel de facturación en 2019 y que además otorgaron su consentimiento expreso para formar parte del ranking.
- ▶ Perspectivas 2020: correspondiente al análisis de las perspectivas de la industria de cara al año 2020, en torno a temas de economía e industria, tanto en México como en el mundo.

El lector interesado podrá conocer el detalle metodológico en el documento preparado por el Centro de Ciencia de Datos ITAM al respecto, publicado en <http://amai.org/descargas/reporteMetodologicoCliente270520.pdf>