



AMAI  
INTELIGENCIA APLICADA  
A DECISIONES

**ITAM**

**ESTUDIO ANUAL DE LA  
INDUSTRIA DE INVESTIGACIÓN  
DE MERCADOS Y OPINIÓN  
PÚBLICA EN MÉXICO**

EDICIÓN XXIII  
(2020-2021)

**REPORTE A  
MEDIOS**

FE DE ERRATAS

ITAM - Centro de Ciencia de Datos

Junio 2021



## FE DE ERRATAS

En mayo del 2021 se emitió el Estudio Anual de la Industria de Investigación y Mercados de Opinión Pública en México edición XXIII.

Este estudio se genera nuevamente en junio del 2021 debido a que una empresa reportó en su encuesta erróneamente su facturación. El error es de origen creado por la empresa y **no en la adquisición y análisis de datos realizado por la AMAI y el ITAM respectivamente.**

El cambio en la facturación de dicha empresa provocó modificaciones en las siguientes secciones:

- Valor del mercado
- Ranking de facturación



# INTRODUCCIÓN

Los datos presentados en este documento corresponden al Estudio Anual sobre la Industria edición XXIII.

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 2020 la industria de investigación de mercados e inteligencia aplicada al consumidor en México alcanzó un valor anual de 6,515 millones de pesos.
- En esta edición hubo 63 empresas que participaron.
- Es posible hacer comparaciones directas de 60 empresas que participaron en la edición XXII y la edición XXIII.
- Las empresas comparables tuvieron un decremento del 21.04%.
- De las empresas comparables, 67% reportaron decremento mientras que 30% reportaron crecimiento.

## DISTRIBUCIÓN Y VOLUMEN DEL MERCADO

- De acuerdo con los datos del estudio edición XXIII, en México sigue predominando la investigación de mercado basada en estudios de corte cuantitativo, que representa alrededor del 69% de la facturación anual.
- En 2020 se hicieron 7 mil proyectos de investigación e inteligencia de mercados, lo que representa un decremento de 2 mil proyectos comparado con la edición anterior. En cuanto a unidades de investigación cualitativa se realizaron 8 mil sesiones de grupo, 13 mil entrevistas a profundidad y 3 mil observaciones etnográficas.
- El número de entrevistas con informantes de proyectos de investigación en 2020 es de 6 millones de contactos efectivos. Por primera ocasión los puntos de contacto por teléfono se encuentran en primer lugar con 1.91 millones de contactos, que representan el 34.6% de la forma de contacto. En segundo lugar se encuentran las entrevistas por internet con 1.8 millones de contactos.

## CAPITAL HUMANO

- El capital humano para la edición XXIII estuvo conformado por casi 7 mil personas, que corresponde a una disminución de aproximadamente 36% con respecto a la edición pasada, e inclusive mucho más bajo que en entregas anteriores a la edición XXII donde había entre 12 y 15 mil personas en la industria.
- Con respecto a la distribución del capital humano en términos de su género, por segunda ocasión la proporción de hombres y mujeres es 1, es decir, por cada hombre hay una mujer. En esta edición, como en la anterior, los tipos de personal que en la edición XXI 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 XXIII

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. La información fue obtenida a partir de las respuestas de 63 compañías, 8 menos que la edición anterior.

## RANKING DE FACTURACIÓN 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	BERUMEN	17	INMERSA MARKETING GROUP	33
UPAX	2	EVAMERC	18	ISOPOMER	34
DE LA RIVA GROUP	3	NODO INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA	19	DINAMIA	35
ESTADÍSTICA APLICADA	4	INMEGA	20	STMKT TARGET CONSULTING	36
GDV GROUP	5	EVIDENS	21	MERCAEI	37
O' DE LA ROQUETTE	6	INTEGRACIÓN TOTAL	22	MEBA	38
MARKETING GROUP	7	ENKOLL	23	NEUROMARKETING	39
LEXIA INSIGHTS & SOLUTIONS	8	FOCUS INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	24	DATOS Y CAFÉ	40
GfK	9	MARES CONSUMER INTELLIGENCE	25	SEMIOSFERA INNOVACIÓN DISRUPTIVA	41
BRAIN	10	MASTER RESEARCH	26	CINCO	42
NETQUEST	11	Q&A RESEARCH	27	FACTA RESEARCH	43
SERTA MARKETING INTELLIGENCE PARTNER	12	CUARTEL GENERAL DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	28	PARÁMETRO INVESTIGACIÓN	44
PHENOMA	13	PSYMA	29	GAUSSC	45
EL INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES	14	GAIN DYNAMICS RESEARCH	30	OVALBOX	46
AAGA MARKETING	15	ACSI RESEARCH	31		
CONSULTA MITOFSKY	16	PQR PLANNING QUANT	32		

# NOTA METODOLÓGICA

## FE DE ERRATAS

En este año 2021, por segunda ocasión, 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 XXIII (2020-2021) 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.

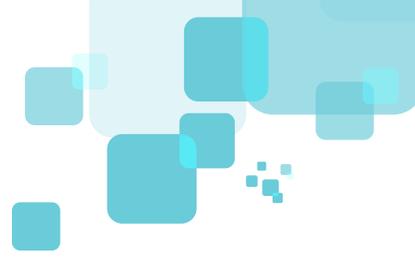
Bajo tales premisas, el Centro de Ciencia de Datos ITAM realizó el análisis agregado de las respuestas de los participantes, que se basa fundamentalmente en técnicas estadísticas y de procesamiento de lenguaje natural. Es importante destacar que dicha metodología se consolidó encaminada a preservar el 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 mayo del 2021 se emitió el Estudio Anual de la Industria de Investigación y Mercados de Opinión Pública en México edición XXIII.

Este estudio se genera nuevamente en junio del 2021 debido a que una empresa reportó en su encuesta erróneamente su facturación. El error es de origen creado por la empresa y no en la adquisición y análisis de datos realizado por la AMAI y el ITAM respectivamente.

El cambio en la facturación de dicha empresa provocó modificaciones en las siguientes secciones:

- Valor del mercado
- Ranking de facturación



Para el periodo en estudio, la información de la industria se procesó en torno a diversos ejes temáticos:

- **Tamaño del mercado:** en términos del nivel de facturación de las empresas.
- **Empresas comparables 2019 y 2020:** relativo al desempeño en la evolución de la facturación de Empresas en los periodos 2019 y 2020.
- **Volumen de mercado:** considerando el total de los 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 2020 y que además otorgaron su consentimiento expreso para formar parte del ranking.
- **Perspectivas 2021:** correspondiente al análisis de las perspectivas de la industria de cara al año 2021, en torno a temas de economía e industria, tanto en México como en el mundo.





AMAI  
INTELIGENCIA APLICADA  
A DECISIONES

**ITam**