



EDICIÓN
XXV
(2022-2023)

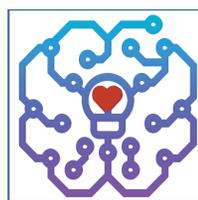
ESTUDIO ANUAL DE LA INDUSTRIA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y OPINIÓN PÚBLICA EN MÉXICO



REPORTE A MEDIOS



ITAM



JUNIO 2023

Introducción

Los datos presentados en este documento corresponden al Estudio Anual sobre la industria edición XXV (corresponde al ejercicio 2022).

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 2022 la industria de investigación de mercados e inteligencia aplicada al consumidor en México alcanzó un valor anual de **7,139 millones de pesos**.
- En esta edición hubo 58 empresas que participaron.
- Es posible hacer comparaciones directas de 51 empresas que participaron en la edición XXIV y la edición XXV.
- Las empresas comparables tuvieron un **crecimiento de 3.87%**.
- De las empresas comparables, **45% reportaron decremento** mientras que **53% reportaron crecimiento**.

Distribución y volumen del mercado

- De acuerdo con los datos del estudio edición XXV, en México sigue predominando la investigación de mercado de corte cuantitativo, que representa alrededor de 70% de la facturación anual.
- En 2022 se hicieron 8 mil proyectos de investigación e inteligencia de mercados, aproximadamente la misma cantidad que la edición anterior. En cuanto a unidades de investigación cualitativa se realizaron 7 mil sesiones de grupo, 10 mil entrevistas a profundidad y 2 mil observaciones etnográficas.
- El número de entrevistas con informantes de proyectos de investigación en 2022 es de 6 millones de contactos efectivos. En esta ocasión, a diferencia de la edición pasada, las entrevistas realizadas por medios de comunicación remota —telefónicas e internet— se encuentran en los primeros lugares con 2.1 y 1.8 millones de contactos respectivamente, lo cual representa alrededor del 65% de la forma de contacto.

Capital humano

- El capital humano para la edición XXV estuvo conformado por aproximadamente 7 mil personas, que corresponde a una disminución de aproximadamente 12% con respecto a la edición pasada.
- Con respecto a la distribución del capital humano en términos de su género, al igual que la edición anterior, la proporción de hombres y mujeres es 1, es decir, por cada hombre hay una mujer. Asimismo, los segmentos operativos y de producción tuvieron una proporción de 1 y 1, respectivamente.

El estudio anual en su edición XXV

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 la AMAI. El volumen de información obtenido, resulta de las respuestas de 58 compañías, 1 menos que la edición anterior.



AMAI
INTELIGENCIA APLICADA
A DECISIONES

ITam