

Estudio Anual de la Industria de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México

Edición XIX (2016-17)



Con el propósito de informar a nuestros clientes, a la comunidad empresarial de nuestro país y a todos los públicos interesados en México y en el extranjero, la AMAI difunde a través de este comunicado un análisis de la situación que prevalece en el mercado mexicano de investigación de mercados, medios y opinión pública.

Los datos que aquí se presentan se basan primordialmente en la edición más reciente del Estudio Anual sobre la industria, que la AMAI lleva a cabo desde el año de 1998. Esto hace que este proyecto sea internacionalmente uno de los de mayor continuidad histórica en nuestra industria.

Como ha sido costumbre, en este ejercicio se han hecho cálculos agregados de la información proporcionada por las empresas participantes. Adicionalmente, se han incluido resultados de estimaciones hechas por expertos de la Asociación.

Este comunicado se envía simultáneamente por correo electrónico a los distintos públicos interesados y a diversos medios, para su difusión.

VALOR DEL MERCADO

- En 2016 la industria de investigación en México alcanzó un valor anual de 7,294 millones de pesos. Esta cifra es la más alta que se haya registrado en las ediciones de este estudio y, junto con otros indicadores obtenidos en este ejercicio, representa un avance respecto a los años inmediatamente anteriores en dos aspectos positivos:
 - ♦ Es reflejo de un crecimiento favorable del sector, que había transitado por un período de contracción, producto de condiciones internas y externas.
 - ♦ Permite suponer que vivimos un “rebote” hacia la alza, luego de un progresivo decremento. Hay espacio para afirmar que la inversión en inteligencia de mercados por parte de los clientes vuelve a expandirse.
- La mayoría de las empresas participantes reportan un incremento en sus facturaciones anuales. Tomando acumuladamente el conjunto



LOS DATOS que aquí se presentan se basan primordialmente en la edición más reciente del Estudio Anual sobre la industria, que la AMAI lleva a cabo desde el año de 1998.

de aquellas en las que es posible hacer comparaciones de su desempeño en dos años consecutivos (2015 y 2016), vemos que registraron en conjunto un 6% de incremento. Además, empresas de nueva creación han vuelto a tener la posibilidad de crecer rápidamente, multiplicando su tamaño en el espacio de algunos meses, lo que es otro buen signo de la salud de la industria.

- Sin embargo, el valor comparativo de nuestra industria frente a la de otros países sigue disminuyendo, producto de la relación peso-dólar. Esto seguramente se verá reflejado en los reportes consolidados internacionales que se difundirán en el segundo semestre de este año, aunque es de esperar que algunos países que habían tenido buen desempeño en el último lustro, por ejemplo, Brasil, muestren ahora cifras negativas en su crecimiento orgánico.

DISTRIBUCIÓN Y VOLUMEN DEL MERCADO

- Considerando la división tradicional del sector, en México sigue predominando la investigación de mercados basada en investigación de corte cuantitativo, que representa más de la mitad de la facturación anual. Sin embargo, es importante recalcar el crecimiento que ha tenido el segmento de tratamiento de datos. Esto es comparable a lo que está pasando en la mayoría de los mercados internacionales debido a que buena parte de la actividad se está enfocando, más que a generar nuevos datos, a interpretarlos para transformarlos en sustento de mejores decisiones de negocios. También se observa un aumento en la proporción de empresas que ofrecen consultoría a sus clientes, así como la proporción de sus ingresos que representa dicho rubro.
- Otro indicador del estudio es que se hacen en México unos 10 mil proyectos de investigación al año. Cuando se trata de sesiones de grupo tradicionales, suman casi 12 mil sesiones realizadas. Y en cuanto a entrevistas con informantes, el volumen es de 9 millones de contactos realizados.

1* IPSOS	17* Consulta	33* CINCO
2* Cal y Mayor	18* Phenoma	34* Suasor Consultores
3* Kantar Millward Brown	19* Serta de México	35* QuestionPro
4* Kantar TNS	20* aga marketing	36 Diseño y Análisis
5* De la Riva Group	21* Evamerc	37* Acertiva
6* GfK México	22* Integración Total	38* GAUSSC
7* Estadística Aplicada	23* Instituto de Investigaciones Sociales	39* LAMARCALAB
8* Marketing Group	24* Q Solutions	40* Cuartel General
9* OdelaRoquette	25* Mercaei	41 INMAYE
10* LEXIA Insights Solutions	26* MARES Consumer Intelligence	42* inmersa
11* Brain	27* BGC Ulises Beltrán y Asociados	43* ACASI
12* Smart Index	28* Netquest Mexicana	44* ACTIVIDAD MÁXIMA
13* NODO Investigación + Estrategia	29* Facta Research	45* Segmentos Research
14* GDV Group	30* IMAAC	46* OVALBOX
15* Berumen y Asociados	31* Psyma Latina	
16* Pearson	32* Evidens	

* Asociada AMAI

- La forma de contacto con informantes directos también muestra cambios en la industria. Si bien la entrevista personal, cara a cara es aún la predominante, continúa descendiendo en importancia, mientras sigue creciendo la proporción de entrevistas a partir de plataformas tecnológicas, que representan ya alrededor de uno de cada seis contactos.
- Por último, es posible afirmar que en nuestra industria trabajan directamente alrededor de 11,500 personas. Considerando los resultados financieros favorables ya mencionados, es claro que esta fuerza laboral es notable por su profesionalismo y su productividad.

EL ESTUDIO ANUAL EN SU EDICIÓN XIX

Siguiendo el mismo procedimiento de años anteriores, la convocatoria a participar en el estudio, mediante la respuesta a un cuestionario anónimo predeterminado, se envió a decenas de organizaciones del sector, mayoritariamente empresas asociadas a la AMAI, pero también a otras. El volumen de información obtenido, a partir de las respuestas de 59 compañías, convierte a esta en la edición de mayor alcance que jamás hayamos tenido. Es muy

relevante subrayar y agradecer el 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.

La AMAI fue fundada en 1992. Es una agrupación independiente de organizaciones que realizan distintas fases del proceso de generación y transformación de datos para la toma de decisiones en ámbitos sociales o de negocios. Está dedicada a propiciar y promover la profesionalización de esa cadena productiva, mejorar su calidad y fomentar que se reconozca su compromiso con el desarrollo de México. A la fecha cuenta entre sus asociados a 70 empresas. ■■■