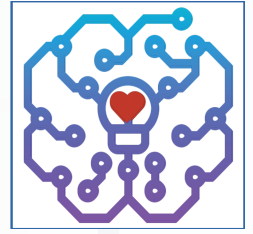




AMAI
INTELIGENCIA APLICADA
A DECISIONES

ITAM



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

EDICIÓN
(2021-2022)

**REPORTE A
MEDIOS**

ITAM - Centro ITAM para Datos
+ Algoritmos + Sociedad

Julio 2022

INTRODUCCIÓN

Los datos presentados en este documento corresponden al Estudio Anual sobre la industria edición XXIV.

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 2021 la industria de investigación de mercados e inteligencia aplicada al consumidor en México alcanzó un valor anual de **7,523 millones de pesos**.
- En esta edición hubo 59 empresas que participaron.
- Es posible hacer comparaciones directas de 51 empresas que participaron en la edición XXIII y la edición XXIV.
- Las empresas comparables tuvieron un crecimiento de 18.42%.
- De las empresas comparables, 22% reportaron decremento mientras que 76% reportaron crecimiento.

DISTRIBUCIÓN Y VOLUMEN DEL MERCADO

- De acuerdo a los datos del estudio edición XXIV, en México sigue predominando la investigación de mercado basada en investigación de corte cuantitativo, que representa alrededor de 71% de la facturación anual.
- En 2021 se hicieron 8 mil proyectos de investigación e inteligencia de mercados, lo que representa un incremento de mil proyectos comparado con la edición anterior. En cuanto a unidades de investigación cualitativa se realizaron 8 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 2021 es de 6 millones de contactos efectivos. En esta ocasión los puntos de contacto personal que incluyen “cara a cara” y “vía pública” se encuentran en primer lugar con 2.11 millones de contactos, que representan el 34.6% de la forma de contacto. En segundo lugar, y con menos de 1 punto porcentual de diferencia, se encuentran las entrevistas por internet con 2.08 millones de contactos.

CAPITAL HUMANO

- El capital humano para la edición XXIV estuvo conformado por casi 8 mil personas, que corresponde a un aumento de aproximadamente 14% con respecto a la edición pasada, sin embargo, sigue siendo más bajo que en entregas anteriores a la edición XXIII 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 XXIV

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 59 compañías, 4 menos que la edición anterior.

RANKING DE FACTURACIÓN

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	MEBA	17	MERCAEI	33
DE LA RIVA GROUP	2	EVAMERC	18	FACTA RESEARCH	34
ISCAM	3	BERUMEN	19	NODO INVESTIGACION ESTRATEGICA	35
UPAX	4	CUARTEL GENERAL DE INVESTIGACION DE MERCADOS	20	SINCRONIA	36
ESTADISTICA APLICADA	5	STMKT TARGET CONSULTING	21	DATOS Y CAFE	37
MARKETING GROUP	6	INTEGRACIÓN TOTAL	22	CINCO	38
LEXIA INSIGHTS & SOLUTIONS	7	EVIDENS	23	GAUSSC	39
GDV GROUP	8	INMEGA	24	NEUROMARKETING	40
GfK	9	MARES CONSUMER INTELLIGENCE	25	SEMIOSFERA INNOVACIÓN DISRUPTIVA	41
O' DE LA ROQUETTE	10	FOCUS INVESTIGACION DE MERCADOS	26	Q&A RESEARCH	42
BRAIN	11	ENKOLL	27	INDICADORES E INVESTIGACION	43
CONSULTA MITOFSKY	12	ACSI RESEARCH	28	APLICADA SC	
SERTA MARKETING INTELLIGENCE PARTNER	13	MASTER RESEARCH	29		
EL INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES	14	INMERSA MARKETING GROUP	30		
AAGA MARKETING	15	PSYMA	31		
PHENOMA	16	GAIN DYNAMICS RESEARCH	32		



AMAI

INTELIGENCIA APLICADA
A DECISIONES

ITam