

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

Edición  
XVIII  
(2015-16)

## Introducción

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 principalmente en la edición más reciente del Estudio Anual sobre la industria, que la AMAI lleva a cabo desde el año 1998.

Como ha sido costumbre, 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.

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

## Valor del Mercado

En 2015 la industria de investigación en México alcanzó un valor anual de 6,415 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 positivo respecto a los años inmediatamente anteriores en dos aspectos:

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 de aquellas en las que es posible hacer comparaciones con su desempeño en 2014, vemos que registraron 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 mercado 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 análisis y recolección de datos, que ya llega a formar la tercera parte de la inversión. 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 datos, a interpretarlos para transformarlos en sustento de mejores decisiones de negocios.

Otro indicador de nuestro estudio es que se hacen en nuestro país unos 11 mil proyectos de investigación cada año. Cuando se trata de sesiones de grupo tradicionales, suman casi 14 mil sesiones realizadas. Y en cuanto a entrevistas con informantes, el volumen es de unos 9 millones de contactos realizados.

La forma de contacto con informantes directos también muestra cambios en la industria. Si bien la entrevista personal, cara a cara, sigue siendo predominante (2 de cada 3 contactos), las entrevistas a partir de plataformas tecnológicas se hacen ya en 1 de cada 10 ocasiones.

Por último, es posible afirmar que en nuestra industria trabajan directamente alrededor de 11,400 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 XVIII

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 54 compañías, convierte a ésta 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 con alguna otra de las métricas de la industria que se realizan en muy distintas latitudes del mundo.

### Ranking de Empresas

Nota importante: solamente se listan 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.

- 1 Nielsen
- 2 IPSOS
- 3 Millward Brown
- 4 De la Riva
- 5 GfK México
- 6 Estadística Aplicada
- 7 Marketing Group
- 8 LEXIA Insights Solutions
- 9 Brain
- 10 NODO Inv. + Estrategia
- 11 Smart Index
- 12 Berumen y Asociados
- 13 G. de Villa y Asociados
- 14 Consulta
- 15 Pearson
- 16 Instituto I. Sociales
- 17 BRAD
- 18 AGA marketing
- 19 Phenoma
- 20 Provokers
- 21 EVAMERC
- 22 Serta de México
- 23 Q Solutions
- 24 Mercaei
- 25 Inmega
- 26 Integración Total
- 27 Psyma Latina
- 28 BGC Ulises Beltrán y Asocs.
- 29 MARES
- 30 MORE
- 31 IMAAC
- 32 AB CIGNUX
- 33 GAUSSC
- 34 Evidens
- 35 Suasor Consultores
- 36 Facta Research
- 37 ISA
- 38 Actividad Máxima
- 39 ACSI Research
- 40 LAMARCALAB

