

Perspectivas de la Industria de Investigación de Mercados en Colombia 2022

Prólogo

Tenemos el gusto de presentarles los resultados de un nuevo estudio de perspectivas de la industria de investigación de mercados. Los resultados nos muestran que como industria pudimos superar una de las coyunturas más inesperadas que ha afrontado el planeta. Nos adaptamos y aprendimos y lo hicimos con aún mayor velocidad a la del año anterior. El 2021 nos mostró que lo pudimos hacer efectivamente y que nuestros clientes así lo valoraron.

A la gran caída que tuvo la economía colombiana en el 2020, con la llegada del Covid, le sucedió el repunte increíble de la misma en un efecto rebote de gran magnitud que también nos tomó con algo de sorpresa, la reacción tuvo que ser rápida, incesante, entender las nuevas y cambiantes necesidades de los clientes fue todo un reto, la tecnología fue fundamental, tuvimos también que luchar por retener nuestro talento y a la vez formarlo no solo técnicamente sino en capacidad emocional. Los paros y las protestas supusieron un reto añadido que no esperábamos. El cambio y el aprendizaje inherente a él no dio tregua y lo que ya sabemos es que como industria estamos mejor preparados para sortear diversas y complejas situaciones, la innovación se volvió necesaria y tenemos aún más convencimiento de que ya sabemos cómo ponerla a funcionar.

Lo que viene en el futuro no lo sabemos y mucho menos después de la llegada de la emergencia sanitaria que aún continúa en todo el mundo y en donde la sensación actual es que todo puede cambiar en un día. A lo que hace dos años configuraban los elementos de incertidumbre como las cuarentenas y la demanda de los servicios de urgencias, ahora se le suman nuevos fenómenos como la crisis de los contenedores y suministros, la inflación desbocada, así como los efectos cada vez más devastadores del cambio climático y las tensiones sociales. Nuestras economías y nuestros clientes deben afrontar estos nuevos inciertos escenarios y nosotros a la par con ellos. Con todo, somos optimistas para el 2022, y lo somos porque sin duda lo vivido en estos dos últimos años nos curtió aún más, nos enseñó y nos preparó para responder más rápido y con más certeza a las nuevas necesidades de información que se han configurado en la industria de los insights.

Mauricio Sepúlveda Castro
Presidente Junta Directiva ACEI

Ficha Técnica

Objetivo	Conocer la percepción que tienen las empresas proveedoras de servicios de investigación de mercados en Colombia sobre las prácticas y expectativas del sector
Fuente	Líderes de las empresas de la industria en Colombia
Método de recolección	Encuesta por correo electrónico
Población y muestra	De un universo de 92 firmas* se tomó una muestra de 32
Fecha de recolección	Del 10 al 24 de enero 2022

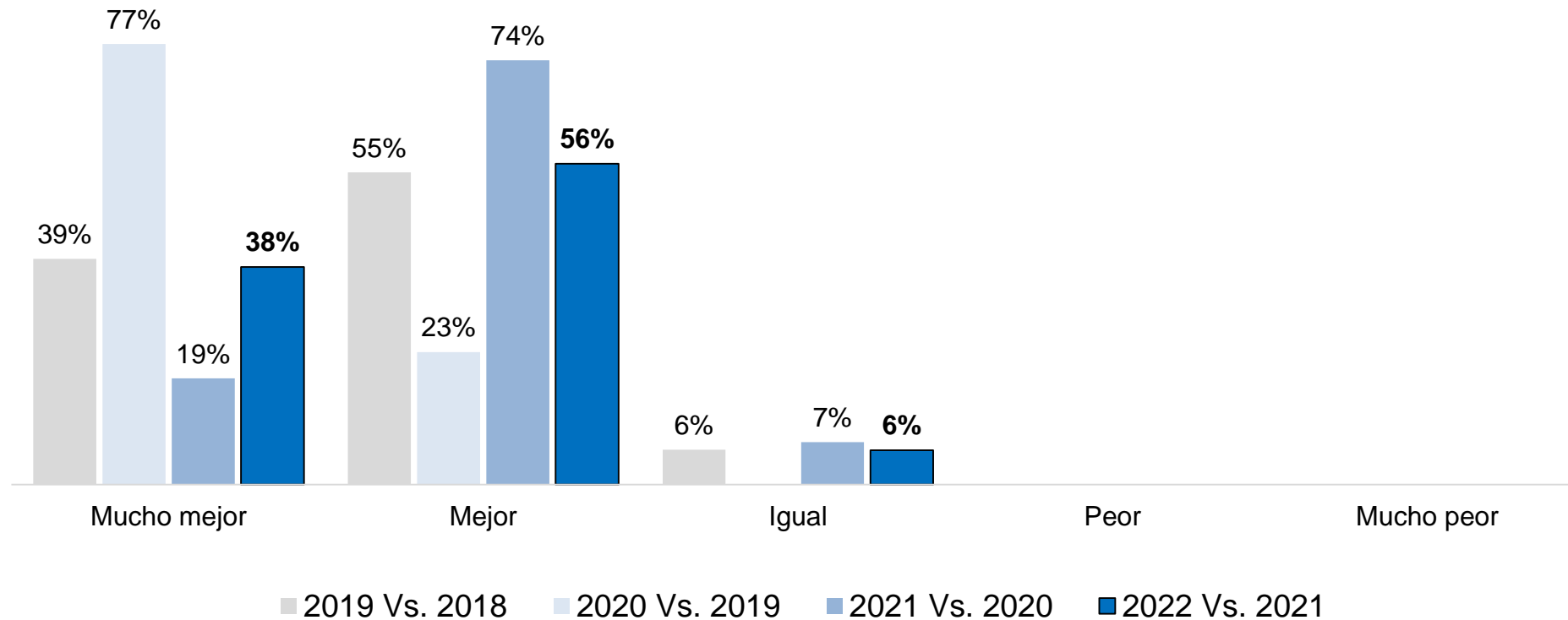
EXPECTATIVAS

Percepción sobre el 2021 y 2022



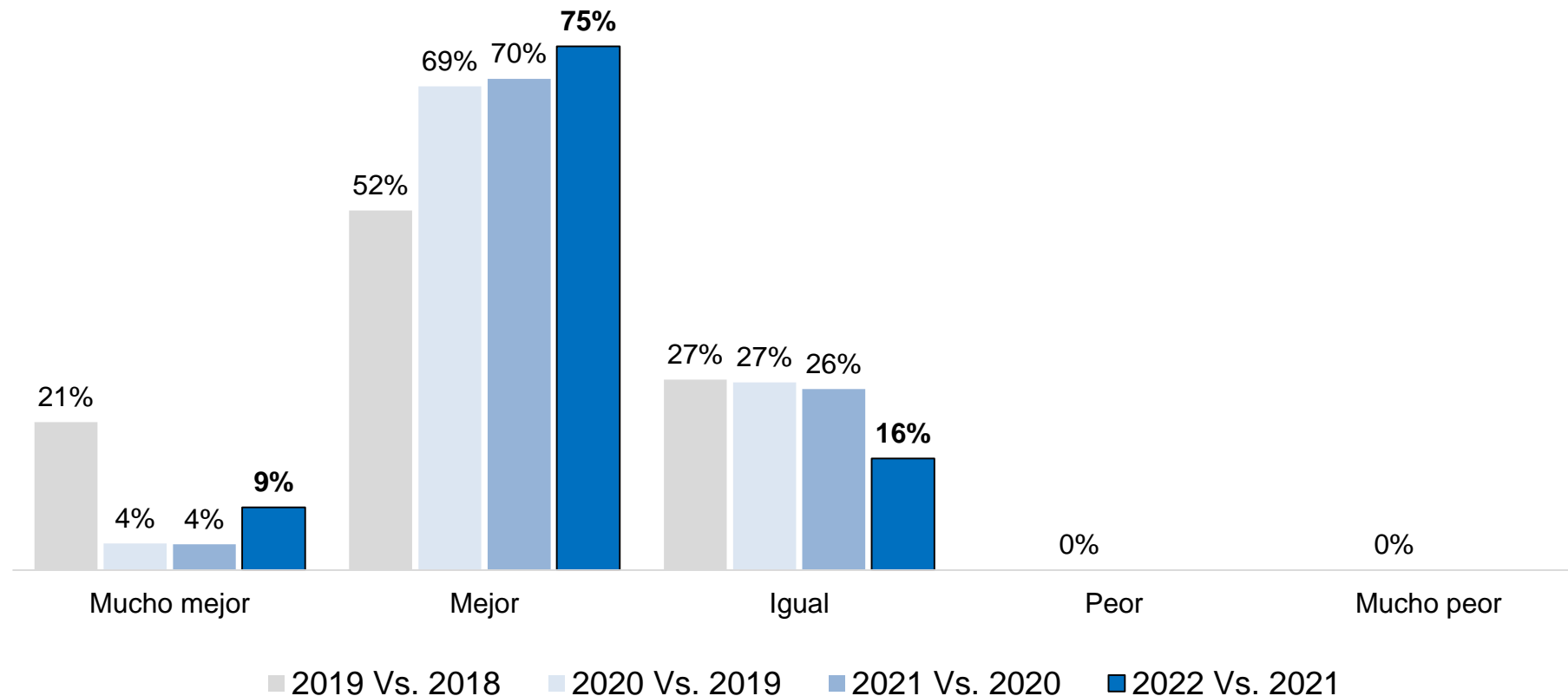
Expectativas de su empresa de cara al 2022

En el 2022 usted cree que los resultados de su empresa serán con respecto a 2021



Expectativas del sector de cara al 2022

En el 2022 usted cree que los resultados de la Industria en Colombia será con respecto a 2021

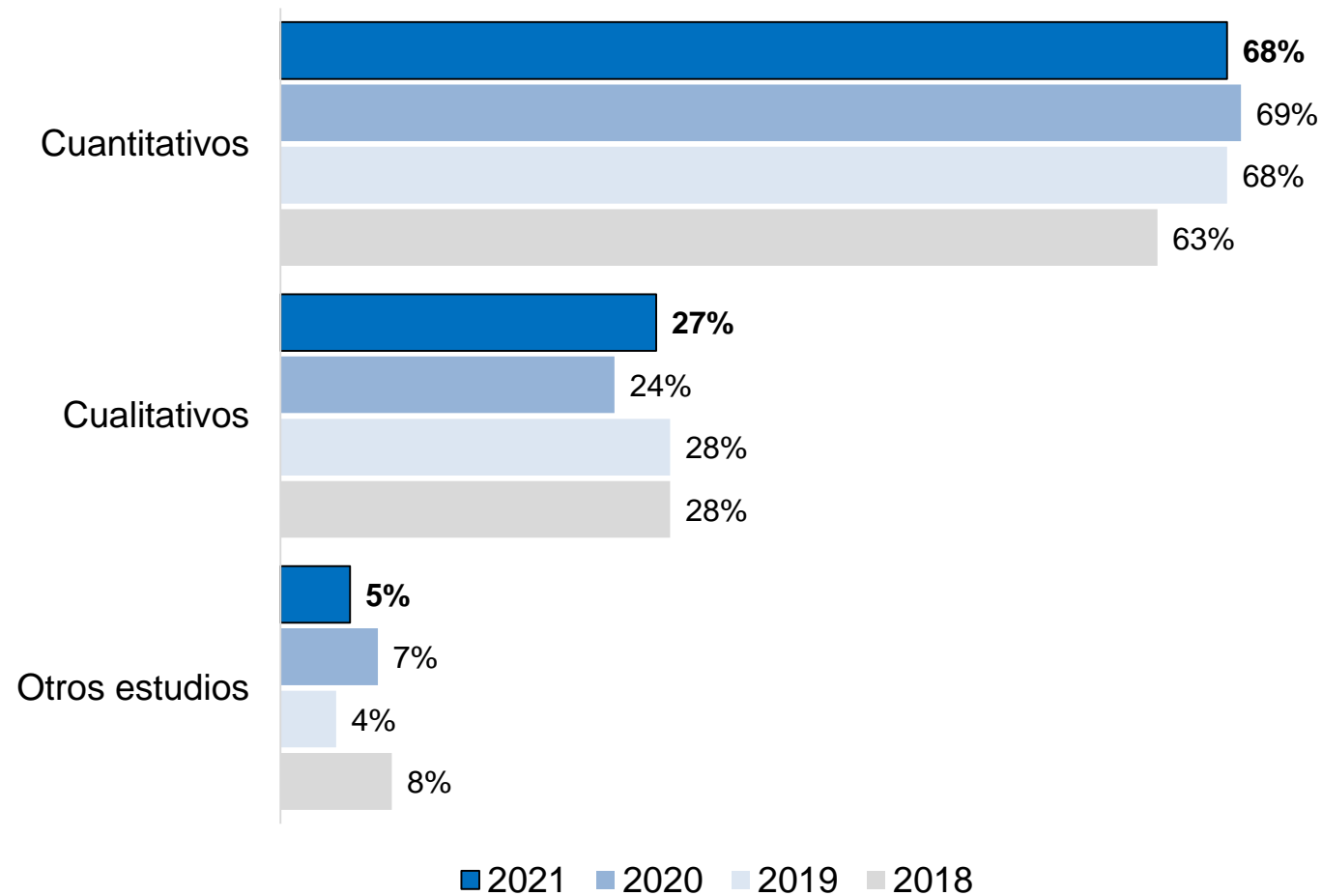


LA OFERTA

Estudios de Mercados en 2021



Estudios realizados de acuerdo al tipo de datos



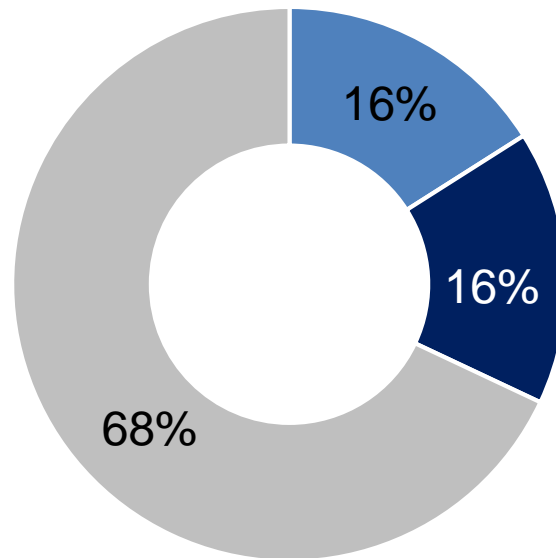
EL COVID

Impacto en la Industria



Acerca del regreso a la normalidad

En 2022 el personal de su empresa



- Mantendrá de forma remota el trabajo el 100%
- Retomará las actividades de forma presencial el 100% en caso de que las disposiciones oficiales lo permitan
- Trabjará de forma presencial parcialmente (Algunos días dependiendo de sus funciones)

INNOVACION

Nuevas metodologías del sector



Adopción de nuevas herramientas

Su empresa

Herramienta	Actualmente implementa	Piensa implementar en el corto plazo	No piensa implementar
Encuestas en línea	96,9%	3,1%	0,0%
Entrevistas virtuales	90,6%	3,1%	6,3%
Encuestas a través de Móvil	87,5%	9,4%	3,1%
Análisis de Big Data	59,4%	25,0%	15,6%
Neuromarketing	34,4%	15,6%	50,0%
Scraping Web / Redes Sociales	28,1%	43,8%	28,1%
Gramificación	15,6%	37,5%	46,9%
Crowd Sourcing	12,5%	34,4%	53,1%
Internet de las cosas	12,5%	31,3%	56,3%

LA MUESTRA

Perfil de los encuestados





32 EMPRESAS



EMPLEADOS

78% Hasta 50 empleados
9% De 50 a 200
13% +200



TIPO DE EMPRESA

72% Local
28% Multinacional



ACTIVIDAD PRINCIPAL

75% Estudios de mercado
9% Consultoría
6% Paneles online
10% Otros



VENTAS NETAS

31% Entre COP 1.100 y 3.300 Millones
28% Entre COP 3.300 y 6.500 Millones
25% Más de COP 6.500 Millones
16% Menores a COP 1.100 Millones

ACEI | Asociación Colombiana de
Empresas de Investigación de
Mercados y Opinión Pública

www.acei.co