

LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS DATOS Y LOS INSIGHTS



El reporte anual de la industria (GMR) de ESOMAR para el año 2021 es una herramienta imprescindible para entender cómo está evolucionando la investigación de mercados. En el último año, la industria se ha expandido y crecido en 15%, de US \$ 102 a US \$ 119 mil millones. Este crecimiento es impulsado principalmente por el sector potenciado por tecnología más que por la investigación tradicional (ambos representando 37% y 39% de la industria respectivamente, aunque el primero crece 14 puntos y el segundo cae 2). Sin embargo, este crecimiento aún no logra recuperar el terreno perdido con la pandemia. Latinoamérica vio afectado su crecimiento por la inflación, aun así, registra un crecimiento neto de 7.5%. Sólo 6 países crecieron, de los cuales 4 de ellos lo hicieron a doble dígito, siendo Perú uno de ellos.

La recuperación del mercado peruano en el 2021, todavía dista mucho de los niveles pre-pandemia. El gasto anual pasa de US \$ 60 millones a US \$ 64 millones, monto todavía lejano en relación a los US \$ 86 millones registrados en el 2019.

El panorama para el sector sigue cambiando, durante el 2021 crece el

desarrollo de proyectos in-house y uso de plataformas (DIY). Esto ha sido impulsado principalmente por la necesidad de tener respuestas y entender los cambios que se aceleraron durante la pandemia.

Como resultado, nos encontramos frente a fronteras borrosas, no sólo entre cuali y cuanti, analítica de datos e investigación, sino también entre rigurosidad y agilidad.

Si bien la tecnología da agilidad, sin la interpretación y humanización de la data, no tiene valor. Como bien dice Joaquim Bretcha, ex-Presidente de ESOMAR: “Las personas somos tan complejas que la lógica de las máquinas no puede dejarse sola por mucho tiempo sin que se entrampe en nuestras contradicciones”. Aun así, continuará en aumento el uso de plataformas y el acceso a información y grandes volúmenes de datos. Y precisamente, el crecimiento de los estudios cualitativos (+4 puntos) en este último año se sustenta en la necesidad de darle vida a esa data y entender las razones/motivaciones que guían el comportamiento. Por ello, habilidades como la innovación, la síntesis, el diseño y el análisis son irremplazables.

La oportunidad está en integrar las distintas fuentes de datos y expandir conocimiento. Lo importante en el fondo es que se tomen mejores decisiones basadas en evidencia

centrada en las personas. En este contexto retador para los investigadores de mercado, se espera un 5.2% de crecimiento este año 2022.

