

mercadotecnia publicidad medios Merca2.0[®]

Año 19 No.231, mayo 2021 \$80.00

líderes en mercadotecnia, publicidad y medios

www.merca20.com

NUEVA DIRECCIÓN UNIVERSIDADES HÍBRIDAS

Pág. 26



JESÚS MARTÍN MENDOZA/PERIODISTA.

MEDIA PEOPLE

Jesús Martín Mendoza

Periodista experimentado, considera propicio un redireccionamiento de los medios de comunicación en México. Pág. 48

MERCADOTECNIA

Empleo tras la pandemia

Empleados y empleadores se enfrentan a nuevos retos que abarcan desde puestos laborales de reciente creación hasta la desaparición de otros. Pág. 20

MARKETING DIGITAL

Fitness on Demand

El consumidor modificó de manera radical sus hábitos durante los meses pasados, tendencia que no dejó fuera a la industria fitness. Pág. 50



Las universidades se llevaron la mayor lección en medio de esta pandemia y aprendieron a vencer.

La realidad ha dado *insights* del nuevo modelo educativo que veremos.

EN ESTA EDICIÓN...

EMPRESAS CON PROPÓSITO

La responsabilidad social tiene nuevo rostro que es vital para mantener cualquier negocio. Pág. 34

VIDEOJUEGOS: UN REFUGIO DURANTE LA PANDEMIA

La industria cambió durante la pandemia los números se dispararon pero existen retos por superar. Pág. 14

LLEGARON PARA QUEDARSE

Las *dark stores*, tras probar su utilidad en 2020, podrán permanecer en el futuro. Pág. 54



ASTRID DIEZ, DIRECTORA GENERAL DE MERCADIEZ

INVESTIGACIÓN

Después de la tormenta

En retrospectiva, la pandemia fue un cambio más radical de lo que nadie imaginaba. Pág. 38



INVESTIGACIÓN

¿QUÉ SIGUE PARA EL SECTOR?

Es claro que ahora las agencias tienen ahora una visión mucho más realista del futuro. Josefina Javelly Castelazo, fundadora de Ovalbox Guadalajara, apunta que “todo puede pasar. Pero

yo espero que al final del 2021 estemos, tal vez no al 100 porque es difícil llegar tan rápido a un equilibrio, pero sí recuperándonos del bache al que caímos todos”.

Por su lado, Simeon Pickers, Managing Director de Psyma,

apunta que se ve “un futuro muy prometedor. México es un mercado que da pasos grandes, y que está en evolución constante. Siempre ha sido necesario, y en el futuro será aún más importante, basar las decisiones de negocio en la información y

en un conocimiento sólido sobre el comportamiento humano”.

Ya acabó la fase de supervivencia. Ahora estas firmas deben enfocarse en demostrar su valor en el largo plazo. A sus clientes y al resto de la industria. ■

RANKING AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN

LUGAR 2021	LUGAR 2020	AGENCIA	CIUDAD	ESPECIALIDAD	40% ÍNDICE DE FACTURACIÓN	28% ÍNDICE DE EMPLEO	23% ÍNDICE DE CUENTAS	9% MÉTRICAS DIGITALES	TOTAL
1	2	Kantar México, División Worldpanel	CDMX	INVESTIGACIÓN	40.00	28.00	23.00	4.47	95.47
2	1	LEXIA Insights & Solutions	CDMX	INVESTIGACIÓN	25.25	22.87	17.50	2.53	68.15
3	6	Estadística Aplicada	CDMX	INVESTIGACIÓN	28.06	10.40	16.53	2.21	57.21
4	4	GfK	CDMX	INVESTIGACIÓN	22.66	22.87	5.99	4.18	55.71
5	0	Psyma	CDMX	INVESTIGACIÓN	20.79	16.18	11.20	5.51	53.68
7	3	Aaga Marketing	Monterrey	INVESTIGACIÓN	20.73	17.82	8.87	5.33	52.76
6	7	OdelaRoquette	CDMX	INVESTIGACIÓN	24.58	17.84	8.34	2.17	52.93
8	8	ISCAM	CDMX	INVESTIGACIÓN	27.20	19.04	3.96	1.41	51.61
9	11	Investigación de Mercados INRA S.C	CDMX	INVESTIGACIÓN	23.70	19.05	6.48	1.59	50.83
10	10	ARM group	Acapulco	INVESTIGACIÓN	21.35	22.43	4.98	0.82	49.57
11	9	UPAX	CDMX	INVESTIGACIÓN	24.17	13.62	10.23	0.71	48.74
12	22	Integración Total	CDMX	INVESTIGACIÓN	12.25	21.39	13.02	0.86	47.53
13	16	PEARSON, SA DE CV	CDMX	INVESTIGACIÓN	21.27	18.51	5.18	2.47	47.44
15	17	AEME ASESORES EN MERCADOTECNIA	Torreon	INVESTIGACIÓN	18.40	15.76	8.74	2.92	45.82
14	0	Descifra	CDMX	INVESTIGACIÓN	21.91	18.62	4.38	1.08	45.99
16	0	EVIDENS LAB	CDMX	INVESTIGACIÓN	21.81	15.11	6.16	2.14	45.21
17	0	Planning Quant, SA de CV	CDMX	INVESTIGACIÓN	21.53	16.66	5.15	1.66	44.99
18	0	Integra Marketing	CDMX	INVESTIGACIÓN	20.15	15.09	4.83	4.78	44.84
19	38	ABCW	CDMX	INVESTIGACIÓN	23.42	17.07	3.94	0.29	44.73
20	20	BESO - Beker/Socialand	CDMX	INVESTIGACIÓN	24.52	17.52	1.72	0.70	44.45
21	21	Innovative Marketing & Consultants SC	Tijuana	INVESTIGACIÓN	17.97	10.47	11.79	3.46	43.68
22	28	Cuartel General	Querretaro	INVESTIGACIÓN	8.96	14.00	10.39	9.00	42.35
23	46	SIMercados Soluciones en Estudio de Mercados	Guadalajara	INVESTIGACIÓN	18.76	14.52	6.43	2.08	41.80
24	44	GAUS SC	CDMX	INVESTIGACIÓN	18.76	13.81	6.30	2.45	41.32
25	29	MARES Consumer Intelligence	CDMX	INVESTIGACIÓN	18.58	17.67	2.51	2.50	41.26
26	49	Consulting Pharmaceutical Products	CDMX	INVESTIGACIÓN	20.50	16.84	2.66	1.22	41.23
27	0	Ovalbox Guadalajara SA de CV	Zapopan	INVESTIGACIÓN	21.26	14.00	3.35	2.57	41.18
28	0	BigFoot	CDMX	INVESTIGACIÓN	21.40	14.89	2.44	2.19	40.91
30	45	ACSI Research	Zapopan	INVESTIGACIÓN	18.44	13.24	6.33	2.64	40.65
29	0	Quality Insight Research Mexico	CDMX	INVESTIGACIÓN	22.04	17.63	0.83	0.41	40.91
31	0	Estudios de Valor	Querretaro	INVESTIGACIÓN	21.21	15.07	2.59	1.63	40.51
32	36	BRIYAM	CDMX	INVESTIGACIÓN	19.99	13.71	4.33	1.15	39.18
34	66	INMAYE MARKETING SC	Zapopan	INVESTIGACIÓN	14.77	14.65	4.16	4.08	37.65
36	57	Radarme, inteligencia de mercados en movimiento	Morelia	INVESTIGACIÓN	13.21	14.92	5.11	4.09	37.33
35	35	SUKA MARKETING	San Luis Potosi	INVESTIGACIÓN	18.18	14.18	3.19	2.08	37.63
33	0	INMERSA MARKETING GROUP	Zapopan	INVESTIGACIÓN	21.68	14.79	1.12	0.16	37.75
38	0	Estudiocontar	Guadalajara	INVESTIGACIÓN	15.19	14.71	4.44	1.38	35.72
37	25	Elem Mercadotecnia	CDMX	INVESTIGACIÓN	20.24	14.78	0.28	0.82	36.12
39	62	Merk-ad	San Jose Del Cabo	INVESTIGACIÓN	13.48	14.69	0.38	4.17	32.72
40	18	Mercadiez	Puebla	INVESTIGACIÓN	14.13	10.33	6.16	2.07	32.68
41	43	Agencia de Estadística de Mercados, SC	Juarez	INVESTIGACIÓN	12.86	13.38	2.00	4.24	32.49
42	24	MERKDEO MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS	Oaxaca De Juarez	INVESTIGACIÓN	10.62	13.94	2.32	4.10	30.99
43	67	Acertiva	CDMX	INVESTIGACIÓN	16.88	8.80	0.73	4.55	30.96
45	34	Moller Mercadotecnia	CDMX	INVESTIGACIÓN	10.71	13.89	0.70	4.56	29.86
46	65	Datos y Café	Coyoacan	INVESTIGACIÓN	8.36	11.82	5.27	4.12	29.56
44	64	Dinamia	CDMX	INVESTIGACIÓN	7.76	13.00	5.35	4.17	30.28
47	51	Testa Marketing	Tijuana	INVESTIGACIÓN	15.23	0.01	4.59	6.44	26.27

METODOLOGÍA:

El Ranking Anual de Agencias de Investigación que realiza el Departamento de Investigación de Merca2.0 contó con la participación total o parcial de 77 agencias distintas en su edición 2021, aplicando un cuestionario estructurado con una duración máxima de 25 minutos, el cual fue enviado a la persona responsable de cada agencias para proporcionar información de la empresa.

En un continuo esfuerzo por mantener vigente el ranking conforme a la evolución de las agencias y de la industria, la metodología del estudio fue modificada para adoptar un modelo de evaluación más robusto y preciso con el que se evaluó un total de 47 agencias.

El ranking cruza datos variados para calcular la puntuación de cada empresa y así evaluarlas en 4 grandes índices de desempeño: Facturación, Empleo, Cuentas y Métricas Digitales. La suma de los cuatro índices otorga la posición definitiva dentro del estudio. La manera en que se pondera cada índice es: 40 por ciento por el desempeño en la facturación, 28 por ciento en empleo y 23 por ciento en cuentas. La cuarta variable integra diversas métricas digitales derivadas del sitio web y del tamaño de la comunidad activa en algunas redes sociales. El índice resultante equivale al 9 por ciento de la puntuación final. Cada uno se calcula como un índice independiente, otorgando al final un lugar jerárquico. Al correr el modelo matemático de evaluación se detectaron datos aberrantes en algunos participantes, mismos que pasaron por un proceso de verificación y aclaración con cada una de las agencias, ya sea por vía telefónica o electrónica. Agradecemos a todas las agencias de investigación que participaron activamente entregando completos los datos solicitados y les recordamos que toda la información confidencial se mantendrá como tal.