

DESAFÍOS EN LA INDUSTRIA DE DATA E INSIGHTS EN PERÚ

El año 2022 no fue lo que se esperaba, según el reporte anual de la industria (GMR) elaborado por ESOMAR, herramienta imprescindible para entender el desarrollo de la industria de data e insights.

A pesar de que el Perú tiene una de las economías más estables de América Latina, la permanente crisis política de los últimos años contrajo las inversiones, dificultando que las empresas se recuperen de la pandemia. En 2022, el mercado de insights y análisis de datos mostró un ligero crecimiento de 3.1%, lejos de lo registrado en 2021 (13,9%). A pesar de estos años de lento incremento en la inversión en investigación, el mercado peruano aún no alcanza el tamaño total que tenía antes de la pandemia.

Esta industria ha experimentado un cambio dramático en los últimos años acelerado por la pandemia. En comparación con 2019, la investigación cuantitativa online/móvil creció significativamente (el gasto en esta metodología alcanzó el 14% en 2022, frente al 3% antes de Covid-19). Lo mismo ocurrió con el cualitativo online/móvil, que saltó del 3% al 11% en el mismo período. El aumento del uso de metodologías online ha reducido los costos y, por tanto, el importe gastado en estudios de mercado.

Como en otros mercados, la demanda de métodos e informes basados en la tecnología creció, pero los métodos de investigación tradicional también lo hicieron. Aunque la penetración de Internet es alta, la calidad de la conexión y el acceso no lo son. Algunos objetivos

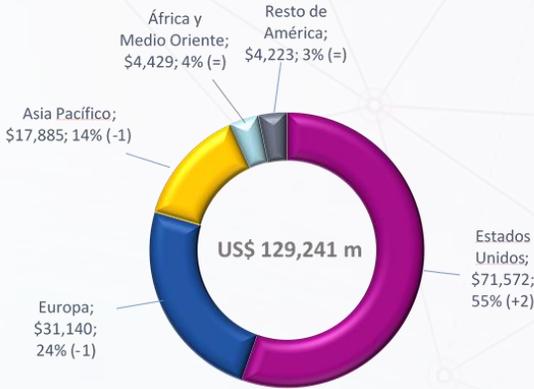
demográficos, especialmente segmentos específicos y zonas rurales, sólo pueden alcanzarse cara a cara. También vale la pena considerar que, como las metodologías presenciales son menos costosas que en otros países, la brecha de costos no es tan grande. Los clientes están interesados en probar nuevas metodologías, aunque no necesariamente a invertir en ellas.

Es importante mencionar el crecimiento constante de los estudios cualitativos, del 20% en 2019 al 26% en 2022. Este crecimiento refleja la necesidad constante de los clientes de darle vida a la data y comprender qué impulsa los comportamientos, ya que es conocimiento que no puede ser inferido de data de otras fuentes, por lo que integrarlos enriquece el análisis.

Otro cambio importante en este mercado es el número de profesionales empleados. En 2019, 1.815 personas trabajaban a tiempo completo/parcial; en 2022, sólo 862 profesionales forman parte de esta industria. Nuevamente, la pandemia jugó un papel importante en la transformación de esta industria en el Perú, obligando a las empresas locales a cambiar, automatizar procesos y adoptar nuevas metodologías.

A pesar de los desafíos, se mantienen las expectativas positivas. Las nuevas tecnologías y la aplicación de herramientas basadas en inteligencia artificial continuarán cambiando la dinámica del sector. Perú tiene un enorme potencial y sin duda, la data y los insights seguirán siendo clave para tomar mejores decisiones y tener éxito empresarial.

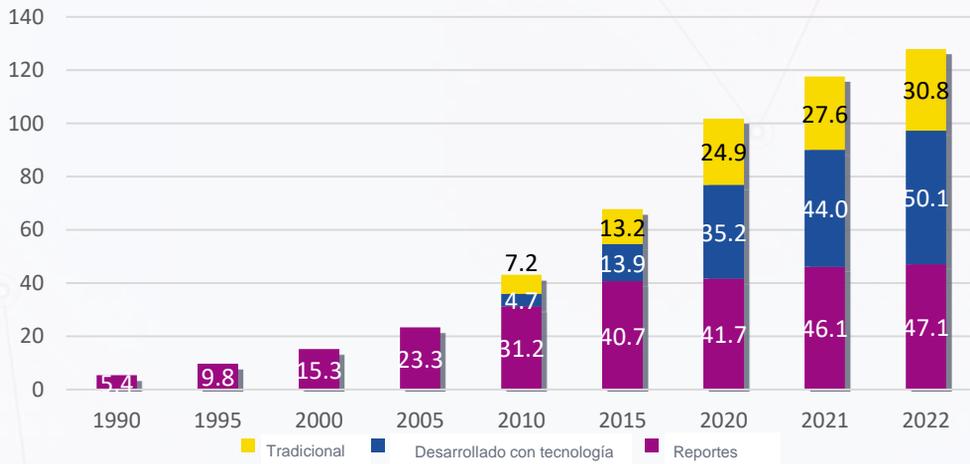
FACTURACIÓN MUNDIAL DE INSIGHTS, 2022



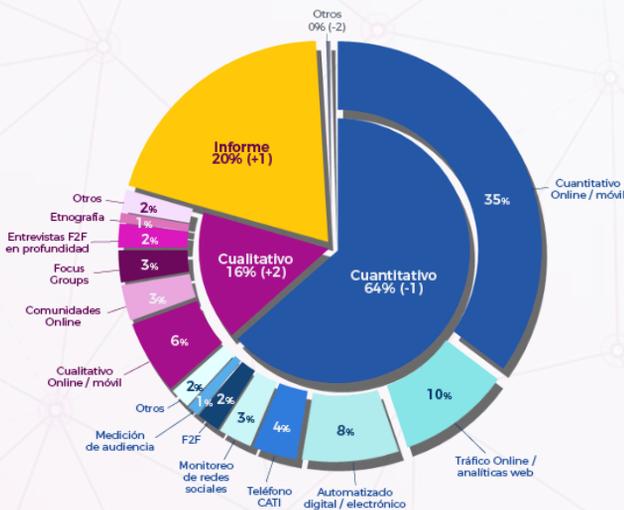
TASAS DE CRECIMIENTO NETO 2022 (%)



TAMAÑO DE LA INDUSTRIA MUNDIAL DE INSIGHTS



GASTO POR MÉTODOS CUANTITATIVOS/CUALITATIVOS, 2022



FACTURACIÓN Y CRECIMIENTO NETO EN EL PERÚ

