

Mejores Prácticas en  
**Inteligencia**  
de Mercados

JUNIO / 2017



**AMAÍ**  
INTELIGENCIA APLICADA  
A DECISIONES



# MEJORES PRÁCTICAS EN LEVANTAMIENTO DE CAMPO

- 1 El investigador debe tener el perfil adecuado de acuerdo al proyecto.
- 2 El investigador debe tener como uno de sus valores fundamentales la honestidad.
- 3 El investigador debe de tener una presentación tal que debe dar confianza a los entrevistados manteniendo un lenguaje corporal neutral y respeto hacia las opiniones de los entrevistados.
- 4 Debe tener habilidades de escritura: ortografía, clara/fácil de entender y leer cuestionarios de manera comprensible.
- 5 Deben transcribir completo y textual las respuestas.
- 6 El personal debe tener inducción al trabajo de campo y capacitación en cada proyecto.
- 7 Seguir los protocolos específicos de las metodologías a levantar al pie de la letra.
- 8 Se debe hacer una revisión exhaustiva del cuestionario antes de la salida a campo.
- 9 Realizar pruebas piloto de cuestionarios que se utilicen por primera ocasión.
- 10 Los investigadores deben revisar en todo momento su material el cual debe estar completo y en buenas condiciones.
- 11 Los participantes de los proyectos deben guardar confidencialidad tanto del cliente como de los objetivos y resultados del mismo.
- 12 El coordinador del proyecto debe tener experiencia de al menos 1 año tanto en supervisión como en levantamiento.
- 13 Todo proyecto debe supervisarse de manera tal que garantice que el levantamiento cumpla con las especificaciones de mismo.
- 14 La auditoría debe ser realizada por personal capacitado como auditor y debe ser objetiva e imparcial.
- 15 La capacitación es un programa continuo que debe abarcar aspectos técnicos y de gestión.
- 16 Evaluar el desempeño del personal en cada uno de los proyectos.
- 17 Es recomendable que los cuestionarios no duren más de 25 minutos.
- 18 Cumplir con las leyes, reglamentos y disposiciones (LFPDPPP).
- 19 Avisar a las autoridades locales de la actividad que desarrollarán los entrevistadores sobre todo en localidades rurales o semi-urbanas.

# MEJORES PRÁCTICAS DE PANELES DE ACCESO ON-LINE

- 1 Los panelistas deben proceder de fuentes documentadas diversas y no de bases de datos compradas de origen incierto.
- 2 Los panelistas deben dar activamente su consentimiento al registro, respetando las leyes de privacidad de datos personales correspondientes.
- 3 El panel no deberá permitir el registro a menores de 14 años.
- 4 El origen de los panelistas reclutados deberá ser un dato que pueda proporcionarse a los clientes si así lo requieren.
- 5 El tamaño del panel debe reportarse considerando sólo a los panelistas activos, es decir, aquellos que hayan participado en al menos una encuesta en los últimos 12 meses.
- 6 El sistema de incentivos debe ser tan neutro como sea posible con el objetivo de no introducir sesgos en los resultados de los proyectos.
- 7 El sistema de incentivos debe ser real. Los incentivos se deben entregar.
- 8 El panel debe garantizar que cuenta con mecanismos para evitar que se sobre encueste a los panelistas, así como mantener un registro de toda actividad que realice.
- 9 El panel debe implantar formas de validar que la información que facilita el panelista en una encuesta es veraz, y establecer mecanismos de eliminación de panelistas fraudulentos.
- 10 Un panel debe informar al cliente sobre si ha habido subcontratación de muestra, y en caso de hacerlo, garantizar que la empresa subcontratada cumpla con sus procesos de calidad.
- 11 Se debe revisar el orden y la lógica del cuestionario, pensando en que este será autoaplicado.
- 12 La extensión de un cuestionario recomendada para una recolección confiable, debe ser menor a 25 minutos.
- 13 Evitar baterías de preguntas secuenciales muy largas y confusas. Recurrir a formatos de respuesta dinámicos y atractivos.
- 14 Las encuestas deben de ser accesibles tanto en computadoras como en dispositivos móviles en formato responsivo.
- 15 Tener clara conciencia de la representatividad y alcance del panel.

# MEJORES PRÁCTICAS

## EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

- 1 Solicitar la clave de los entrevistadores y claves de acceso o password para proteger la información.
- 2 Validar la lógica del cuestionario (pases, tipo de respuesta, valores aceptados, filtros, videos/fotografías/audio, etc.)
- 3 Validar que las respuestas registradas en las pantallas de captura correspondan a sus variables en la base de datos.
- 4 Grabar en la base de datos los tiempos de inicio y fin de la entrevista.
- 5 Validar la rotación de baterías de preguntas cuando aplique.
- 6 Validar que el dispositivo grabe voz en las preguntas que se requiere.
- 7 Deberá existir un número de folio único para cada cuestionario aplicado, independientemente del número de equipos y personal en campo.
- 8 La validación debe ser hecha por una persona distinta a quien realiza la actividad.
- 9 Verificar que las entrevistas aplicadas se puedan recuperar, es decir, que se puedan sincronizar con el sitio que concentra la información.
- 10 Capacitar en el uso y manejo del dispositivo electrónico.
- 11 Aplicación del cuestionario en la capacitación usando el dispositivo.
- 12 Los supervisores y auditores deben contar con un mecanismo para poder validar la información.
- 13 Llevar registro de geolocalización de los lugares donde se aplican las encuestas.
- 14 Cargar el dispositivo al 100% el día anterior y llevar batería de repuesto. Configurar el dispositivo de tal manera que se optimice el consumo de energía.

# MEJORES PRÁCTICAS

## PARA LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE NEUROCIENCIAS

- 1 Determinar si el proyecto es viable para el uso de la metodología.
- 2 Definir con precisión los objetivos, alcances del proyecto y limitaciones de la metodología para el desarrollo del protocolo.
- 3 En el reclutamiento de personas, los filtros deberán contener las especificaciones y características a evaluar, los cuales deberán ser corroborados antes de dar inicio al estudio.
- 4 El tamaño de la muestra deberá estar suficientemente validada mediante métodos estadísticos, asegurando un mínimo para la obtención de significancia estadística, y adecuada a la población objetivo así como a la segmentación de la población.
- 5 El personal responsable del registro de señales neurofisiológicas deberá demostrar que cuenta con las habilidades y competencias necesarias para emplazar electrodos, analizar e interpretar dichas señales.
- 6 El equipo de trabajo encargado de la interpretación de los resultados deberá estar conformado por personas con competencias de neurociencias, psicología y mercadotecnia. Dentro del equipo responsable de la metodología de aplicación neurofisiológica se deberá contar con un médico certificado por el consejo Mexicano de Neurofisiología Clínica o con un investigador en neurociencias preferentemente con postgrado.
- 7 Las características de los equipos de medición deberán de cumplir con las certificaciones de calidad pertinentes, y con la aprobación de la FDA o equivalente.
- 8 El responsable del equipo debe dar fe de que este se encuentre en óptimas condiciones de funcionamiento.
- 9 En el caso de estudios ambulatorios, el equipo de medición y la metodología empleada, deberán estar diseñadas específicamente para este propósito.
- 10 Hacer una inducción general a los participantes sobre el procedimiento a emplear con el fin de generar confianza y minimizar sesgos de medición.
- 11 La metodología empleada deberá estar fundamentada en la literatura científica internacional.
- 12 En el caso de la medición de las emociones, la interpretación de los datos deberá estar basada en datos medibles o cuantificables, y acotados a las limitaciones de las características de la propia herramienta de medición.
- 13 El ambiente de registro de datos debe adaptarse a las necesidades y objetivos del proyecto.
- 14 El análisis de los datos deberá hacerse mediante la aplicación correcta de las herramientas estadísticas, aplicando métodos paramétricos, y no paramétricos en caso de requerirlo.

# MEJORES PRÁCTICAS

## EN EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

### Recabar y tratar adecuadamente los datos personales

- 1 Tener un Aviso de Privacidad apropiado en cada proyecto realizado, que incluya: tipo de datos personales a recabar, finalidades y tratamiento de los mismos, informar derechos y permitir su ejercicio, incluir un mecanismo de trazabilidad, para facilitar el ejercicio de los derechos ARCO y demás requisitos solicitados por Ley.
- 2 Incorporar en contratos con clientes, si se fungirá como responsable o encargado y notificar el empleo de proveedores, en caso de que aplique.
- 3 Disociar datos personales en la medida que el proyecto lo permita.

### Informar previamente y recabar consentimiento

- 4 El Aviso de Privacidad debe ser puesto a disposición del Titular, antes de recabar su información.

### Garantizar la seguridad en el tratamiento de los datos personales

- 5 Formalizar la entrega y recepción de base de datos personales mediante oficio, especificando los datos personales que se reciben (éstos deben ser acordes a la finalidad del estudio).
- 6 Implementar medidas de seguridad de protección de datos personales.
- 7 Para la entrega y recepción de bases de datos: encriptación, separación de datos personales, restricción de acceso a personal no autorizado y SharePoint, por ejemplo.
- 8 Accesos restringidos (medidas físicas y electrónicas): cerraduras en los accesos donde existan datos personales, bloqueo de entrada de USB, restringir entrada de celulares, dispositivos con códigos de acceso, información cifrada en dispositivos, etc.

### Generar una cultura de la protección de datos

- 9 Capacitar al personal de la agencia en el manejo de datos personales.
- 10 Empatar el Sistema de Gestión de Seguridad de Datos Personales (SGSDP) con el Sistema de Gestión de Calidad (SGC).

### Borrado seguro

- 11 Establecer método de bloqueo, cancelación y borrado seguro de los datos personales bajo los requerimientos de la ley.

# MEJORES PRÁCTICAS

## EN EL LEVANTAMIENTO DE CAMPO TELEFÓNICO (CATI)

- 1 El investigador debe tener el perfil adecuado de acuerdo al proyecto.
- 2 El investigador debe tener como uno de sus valores fundamentales la honestidad.
- 3 El personal debe tener inducción al trabajo de campo y capacitación en cada proyecto.
- 4 El investigador debe generar confianza a los entrevistados manteniendo una comunicación neutral y precisa.
- 5 Se debe hacer una revisión exhaustiva del cuestionario y obtener la aprobación del cliente antes de la salida a operación.
- 6 Realizar pruebas piloto de cuestionarios que se utilicen por primera ocasión.
- 7 La capacitación es un programa continuo que debe abarcar aspectos técnicos y de gestión.
- 8 El investigador debe leer las preguntas completas y textuales de manera clara cuidando entonación y dicción.
- 9 Deben transcribir completo y textual las respuestas. El investigador debe tener buena ortografía.
- 10 Todos aquellos que tengan acceso a la información de los proyectos deben guardar confidencialidad tanto del cliente como de los objetivos y resultados del mismo.
- 11 El coordinador del proyecto debe tener experiencia de al menos 1 año tanto en supervisión como en levantamiento CATI.
- 12 Todo proyecto debe supervisarse de acuerdo al protocolo establecido de manera tal que garantice que el levantamiento cumpla con las especificaciones del mismo.
- 13 Contar con un sistema Gestor de Entrevistas que lleve eficientemente el control de las variables de cuotas, citas y rechazos.
- 14 La supervisión de calidad debe ser realizada por personal capacitado para este fin y debe ser objetiva e imparcial.
- 15 Evaluar el desempeño del personal en cada uno de los proyectos.
- 16 Es recomendable que los cuestionarios no duren más de 20 minutos.
- 17 Generar reportes de Incidencias por contacto, para medir la eficiencia de la base de datos.
- 18 Contar con grabación de audio de las llamadas telefónicas.
- 19 Contar con utilerías que permitan la supervisión de las llamadas en tiempo real o posterior.
- 20 Todas las herramientas utilizadas deben estar en condiciones óptimas de operación.
- 21 Toda la información de los proyectos debe estar respaldada en los medios convenientes.

# MEJORES PRÁCTICAS

## EN EL RECLUTAMIENTO DE ESTUDIOS CUALITATIVOS

- 1 Elaborar filtros para validar que las personas correspondan al perfil solicitado.
- 2 Las sesiones de grupo deben solicitarse al menos con 72 horas de anticipación.
- 3 Es recomendable que se diseñe un mecanismo o herramienta que permita el pre-filtrado para hacer más eficiente la selección del participante y más rápido el acceso el día de la sesión de grupo. Esta labor debe completarse al menos 24 horas antes del inicio del levantamiento para tomar las acciones pertinentes y lograr un reclutamiento exitoso.
- 4 Es conveniente, revisar durante la etapa de pre-filtrado el total de participaciones del invitado a fin de detectar si éste no es un sujeto de los llamados "sesioneros".
- 5 Contar con la ficha curricular de los reclutadores y sub-reclutadores que participen en las sesiones, ésta debe contener las agencias con las que trabaja, tanto agencias afiliadas a la AMAI como las no afiliadas, dicha ficha deberá actualizarse al menos una vez al año.
- 6 Llevar un registro de todos los invitados cumplan o no con el perfil independientemente de que participen o no en el levantamiento con la finalidad de evitar desviaciones.
- 7 La identificación de los participantes debe ser un documento idealmente verificable como la credencial expedida por el INE o la cédula profesional y se puede reforzar con revisión de la CURP. En el caso particular de menores de edad, el padre o tutor debe mostrar credencial verificable y el menor debe mostrar credencial de la escuela o pasaporte.
- 8 Solicitar a los reclutadores que renueven continuamente su base de participantes. Al menos cada 6 meses.
- 9 Es importante que el reclutador utilice la app NSEAMAI como criterio base de clasificación por Nivel socio económico.
- 10 Todos los agentes que realicen la labor de reclutamiento deben recibir una capacitación sobre la importancia y el impacto de convocar o invitar participantes que cumplan con el perfil demográfico, de consumo, exposición, etc. La capacitación debe incluir el análisis o revisión del código de ética de AMAI.



# MEJORES PRÁCTICAS

## PARA LA APLICACIÓN DE METODOLOGÍAS ETNOGRÁFICAS

### Antes de salir a campo.

- 1 El líder de proyecto debe ser preferentemente antropólogo social y debe realizar al menos una actividad en campo (pilotaje, etnografía, supervisión).
- 2 El líder de proyecto desarrolla la guía etnográfica con cada una de las secciones por temáticas de exploración, incluyendo método de captura y técnica (discurso u observación directa, participante), preguntas clave, ejercicios o dinámicas de interacción y solicita aprobación de guía de parte del cliente final.
- 3 El líder debe comunicar claramente los objetivos y expectativas del proyecto a los etnógrafos de campo quienes harán una lectura previa a la guía etnográfica y al formato de vaciado previamente diseñados por el líder del proyecto.
- 4 Planear la etnografía en los tiempos/espacio y momentos clave para los objetivos del estudio asegurándose de contar con las herramientas necesarias (diario de campo, grabadora de audio o videocámara o cámara fotográfica o materiales específicos).
- 5 El etnógrafo deberá contactar y validar al informante previamente reclutado para presentarse, confirmar hora y dirección de reunión, duración de la interacción. Aclara posibles dudas del informante sobre el ejercicio etnográfico buscando generar confianza y empatía.
- 6 El etnógrafo debe consultar previamente tendencias sobre el tema, la marca, segmento, contexto para ir con información que le permita profundizar en sus preguntas.
- 7 El etnógrafo guarda la confidencialidad del estudio, sus objetivos, marcas y cliente.

### Durante el levantamiento de campo.

- 8 El etnógrafo confirma el permiso del informante para ser grabado en audio y/o video. Se le presenta aviso de privacidad para que lo lea y acepte.
- 9 El etnógrafo se mantiene objetivo, imparcial y neutral frente a las respuestas o comportamientos del informante clave, evitando cualquier comentario que genere sesgo o juicio de valor, administrando el tiempo según la guía etnográfica.
- 10 Al final de la interacción, el etnógrafo debe asegurarse de haber obtenido todas las respuestas discursivas o audiovisuales de acuerdo a lo especificado en la guía etnográfica.

### Después del levantamiento de campo/Análisis.

- 11 El etnógrafo es responsable de resguardar y entregar todo el material generado durante el trabajo de campo.
- 12 El líder de proyecto es responsable de validar la información reportada, y de ser necesario solicitar ajustes o datos extras con el equipo de campo.
- 13 El líder del proyecto realiza una reunión de conclusión de campo para escuchar de viva voz los aprendizajes/hallazgos obtenidos por parte del etnógrafo.

# MEJORES PRÁCTICAS

## DIRECCIÓN DE PROYECTOS

- 1 Asignar a la persona que administra (planea, dirige, organiza y controla) la dirección de todo el proyecto.
- 2 Desarrolla la propuesta técnica y económica en función del briefing que recibe del cliente.
- 3 Asegura la viabilidad del proyecto así como la aprobación del proyecto por parte del cliente.
- 4 Planifica y asegura que se cuenta con los recursos económicos, humanos y materiales para lograr los objetivos del mismo.
- 5 Monitorea y verifica todas las actividades del proyecto desde el inicio hasta el cierre operativo, administrativo y legal.
- 6 Mantiene comunicadas a todas las áreas y todos los recursos humanos involucrados hasta el cierre del proyecto.
- 7 Asegura el desarrollo y el correcto funcionamiento del instrumento (cualquier medio/ dispositivo) aprobado por el cliente.
- 8 Se asegura de la capacitación del personal involucrado en todas las áreas del proyecto.
- 9 Identificar y previene potenciales riesgos en la ejecución del proyecto y en caso de materializarse el evento previsto o presentarse cualquier otra área de oportunidad, acciona soluciones.
- 10 Debe asegurar la rentabilidad del proyecto a lo largo de su operación.
- 11 Verifica que se cumplan los tiempos, que se ejerza correctamente el presupuesto, que se cumplan las especificaciones del proyecto para que el resultado sea de la calidad esperada.





## COMITÉ DE PROMOCIÓN DE CALIDAD AMAI MEJORES PRÁCTICAS

Jorge A. Valdés  
Coordinador Comité de Promoción de Calidad

### Participantes del proyecto Mejores Prácticas en Inteligencia de Mercados

Paola A. Solórzano (ACSI)

Sergio Ramírez (BRAD)

Francisco Solorio M. (BS&MR)

Carmen Pérez Camacho (DE LA RIVA GROUP)

Ana Paola Bravo (DE LA RIVA GROUP)

Irasema Rosiles (El Instituto de Investigaciones Sociales)

Ulises Campos Herrera (El Instituto de Investigaciones Sociales)

Jorge A. Valdés G. (EVAMERC)

Guillermo Martínez (EVIDENS)

Pedro Martínez V. (FACTA)

Joaquín García Luna (LEXIA)

Yasmín Cardos Martínez (LEXIA)

Gerardo Ceballos Ortíz (LEXIA)

Jesús A. Torres (MERC AEI)

Carlos Bernal (Neuromarketing)

Carlos Carreño Berrón (QIC)

Arturo Nicolás (QIC)

Rubén Alcalá (QS MEXIKO)

Karina Pérez (QS MEXIKO)

Óscar Balcázar Q. (SERTA)

Lucía Barrera G.