

Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México



AMA
INTELIGENCIA APLICADA
A DECISIONES

Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México



AMAI
INTELIGENCIA APLICADA
A DECISIONES

Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México

Versión 3.0 (2016)

Primera edición: México, D.F. 2016

Registro Público del Derecho de Autor otorgado por

el INDAUTOR: 03-2016-021610404900-01



D.R. ©Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión, A.C.

Homero 109-704, Col. Chapultepec Morales.

Del. Miguel Hidalgo C.P. 11570, México, D.F.

Teléfono: 55451465

Presidente (2015-2016): Heriberto López Romo

Vicepresidente Ejecutivo: Alejandro Garnica Andrade

Directora General: Gabriela Sacal González

Este documento fue posible gracias al trabajo realizado por el Comité de Calidad de la AMAI (2015-2016).

Coordinador de Calidad: Jorge A. Valdés Guajardo

La reestructuración de esta tercera versión contó con la colaboración de las siguientes agencias AMAI:

Evamerc

Mercai

Qualimerc

IPSOS

El Instituto de Investigaciones Sociales

Millward Brown

Estadística Aplicada

Brad

Psyma Latina

GDV y Asociados

También se contó con el apoyo de las siguientes agencias:

Master Research

Netquest

Agradecemos la estrecha y valiosa colaboración de las siguientes personas:

Alicia Martín del Campo, Ambrosio de Jesús Torres Mendoza, Lorena Yáñez Méndez,

Irasema Rosiles Arredondo, América Iraíz Lagos Lobo, Miriam Islas Ríos

Agradecemos también la contribución especial de:

Francisco Javier Solorio Montalván, Lucía del Carmen Barrera García, Flor Magdalena Maldonado Espinoza,

Verónica Alonso de Villa, Sergio García Santillán, Diana Hernández Altamirano, Víctor Albarrán Muciño,

David López Martínez, Sergio Ramírez Padrón, Laura Téllez Montiel, Luis Octavio Noriega, Carlos Pérez Bartolo

y a la de los distintos asociados que aportaron valiosos comentarios para enriquecer el documento.

Esta obra se terminó de imprimir en marzo de 2016 en los talleres de Intergraphics, S.A. de C.V.,

Primeos 166, Col. Portales Sur, Delegación Benito Juárez, México 03300 D.F.

Esta publicación se imprimió en papel reciclado.

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo

ni en parte, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de

información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico,

electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso

previo, por escrito, de la AMAI, A.C.

ÍNDICE

Presentación	5
Glosario	7
1.0. Sistema de Gestión de la Calidad	21
1.1. Generalidades.....	21
1.2. Responsabilidades de la alta Dirección.....	21
1.3. Procedimientos y documentos del SGC.....	22
1.4. Gestión de recursos.....	23
1.5. Análisis y mejora.....	28
2.0. Comercialización, diseño y propuesta de investigación	31
2.1. Respuesta a solicitudes de servicios	31
2.2. Contenido de la propuesta.....	31
2.3. Calendario del proyecto / Tabla de tiempos.....	33
3.0. Estudios cualitativos	35
3.1. Planeación	35
3.2. Documentos de investigación.....	35
3.3. Documentos para el reclutamiento.....	36
3.4. Prelevantamiento.....	37
3.5. Levantamiento	39
3.6. Postlevantamiento.....	39
3.7. Elaboración del reporte cualitativo	40
3.8. <i>Mystery shopping</i>	40
4.0. Estudios cuantitativos.....	43
4.1. Elaboración de cuestionarios.....	43
4.2. Piloteo de cuestionarios	44
4.3. Productos, materiales e información de proyectos	45
4.4. Recolección de datos del proyecto.....	45
4.5. Centros de afluencia y locaciones centrales.....	46
4.6. Levantamiento telefónico	46
4.7. Supervisión del levantamiento	47
4.8. Auditoría del proceso de levantamiento de datos.....	49
4.9. Verificación del llenado de cuestionario/formas/instrumentos a papel...	49
5.0. Utilización de muestras de paneles de acceso en línea	51
5.1. Requisitos de los proveedores de paneles.....	51
5.2. Panel de acceso.....	52
5.3. Muestreo	53

5.4. Frecuencia de participación	53
5.5. Cuestionario	53
5.6. Confidencialidad.....	54
6.0. Preparación del reporte de resultados de un estudio cuantitativo	55
6.1. Administración del procesamiento de datos del proyecto	55
6.2. Captura de datos	55
6.3. Elaboración del programa para el registro electrónico de datos.....	56
6.4. Verificación de la captura de datos a papel	57
6.5. Precisión de las bases de datos que no requieren la captura.....	58
6.6. Codificación.....	58
6.7. Edición computarizada de datos ya capturados.....	59
6.8. Administración del archivo de datos.....	60
7.0. Verificación del análisis de datos	61
8.0. Contenido mínimo de un reporte cuantitativo.....	63
8.1. Especificaciones.....	63
8.2. Presentación de datos	63
9.0. Entrega de información al cliente	65
10.0. Reporte de resultados.....	67
10.1. Formato	67
10.2. Contenido del reporte de resultados.....	67
11.0 Almacenamiento y resguardo	69
12.0. Copias de seguridad.....	71
12.1. Identificación de archivos.....	71
12.2. Datos del procesamiento y análisis	71
12.3. Procedimientos de respaldo de archivos	71
13.0. Consideraciones generales.....	73
13.1. Particularidades del ISO 9001	73
13.2. LFPDPPP	73
13.3. Medidas especiales.....	73
13.4. Asignación de recursos.....	74
Fuentes consultadas.....	75



PRESENTACIÓN

El ESIMM® en su tercera versión

La AMAI, fundada en 1992, promueve la profesionalización de la industria de la investigación, inteligencia, opinión y comunicación. Acorde con el propósito de la Asociación, el Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México (ESIMM®) surge como una herramienta imprescindible para la industria, ya que desde su primera versión (1999) determinó los lineamientos para asegurar la calidad en la recolección de los datos, en el análisis y en los resultados con el fin de brindar a nuestros clientes información sólida, veraz y útil para una toma de decisiones certera.

El ESIMM® en su segunda versión contribuyó a la estandarización del desarrollo de los productos de investigación de las agencias. Incluso proveedores no afiliados a la AMAI utilizaron el Estándar para entender el qué hacer y el cómo hacer en la investigación de mercados. Ahora sin bien los lineamientos han dejado de ser obligatorios, el protocolo se ha convertido en un compromiso profesional, que rige la conciencia del gremio.

Para esta tercera versión del ESIMM® el reto fue orientar el Sistema de Gestión de Calidad (SGC) conforme a las nuevas concepciones que están transformando la manera en que se llevan a cabo actualmente los procesos de investigación de la industria.

Desde esta óptica, por primera vez queda establecida la responsabilidad de la alta Dirección de las empresas proveedoras de adoptar el SGC como hilo conductor en todas y cada una de las actividades de su organización. Así, el presente documento amplía su perspectiva y añade también otros aspectos normativos como los lineamientos a seguir en procesos tales como la auditoría de campo y el porcentaje de supervisión correspondiente.

Asimismo, para responder a las transformaciones tecnológicas que se operan en las diversas áreas, se amplía el glosario de esta versión con el fin de dar cabida a nuevos términos y conceptos, como son los paneles de acceso y las muestras en línea.

Así, esta tercera versión del ESIMM[®], consistente con los objetivos de la AMAI, actualiza sus contenidos para guiar los procesos conforme a las realidades que se le presentan hoy en día al investigador. Del mismo modo, al eliminar sugerencias para enfocarse en el deber ser, el documento brinda al usuario la certeza de contar con procedimientos claros, puntuales y sólidos que le permitan cumplir de manera cabal y sistemática con los estándares de calidad en todas las áreas operativas y administrativas involucradas.

El Comité de Calidad –bajo la dirección, en un primer momento, de Alicia Martín del Campo y la continuación hasta el final, de Jorge A. Valdés– tuvo como principal objetivo respaldar la congruencia, la precisión y la objetividad del trabajo de los investigadores de mercados.

De esta manera, la AMAI refrenda una vez más su vocación de garantizar el funcionamiento responsable de la industria y cumplir con su compromiso de aportar a sus clientes inteligencia aplicada a decisiones.

Heriberto López Romo
Presidente de la AMAI



GLOSARIO

Administración de calidad

Procedimientos y medidas centradas en el cumplimiento de requisitos de control y aseguramiento de calidad.

Auditor

Persona con la preparación adecuada para llevar a cabo una auditoría.

Auditoría

Proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias y evaluarlas de manera objetiva, a fin de determinar si se cumplen los criterios de la misma o no.

Auditoría en puntos de venta al público

Recolección de datos en puntos de venta al público con ayuda de métodos de documentación y/o de observación.

Base de datos

Conjunto de datos centralizado al que pueden acceder los usuarios.

Cancelación por duplicación

En los paneles de acceso, se trata de un proceso para retirar a las personas que sean registradas más de una vez en el mismo panel a fin de que se registren sólo una vez. En las muestras de encuesta, se trata de un proceso para retirar a las personas que terminen, o que intenten terminar la misma encuesta más de una vez, ya sea debido a que han recibido diversas invitaciones o como un intento deliberado de fraude.

Captura de datos

Parte del proceso en la que los datos recolectados se convierten a un formato legible a través de una computadora.

Captura de datos simple

Captura de datos que no contiene verificaciones lógicas.

Captura lógica de datos

Procesos de captura de datos programados para revisar preguntas omitidas y rangos de respuesta.

Cliente

Individuo, organización, departamento o división (interno o externo) que solicita o contrata un proyecto de investigación.

Código

Carácter numérico o alfabético, o combinación de caracteres, asociado con cada una de las categorías de respuesta.

Compras simuladas (*mystery shopping*)

Estudio en el que los trabajadores de campo asumen el papel de clientes/usuarios a fin de evaluar la calidad de un servicio/desempeño de un negocio.

Cookies

Las *cookies* son archivos de texto que contienen pequeñas cantidades de información, que se descargan a una computadora, dispositivo móvil u otro dispositivo cuando un usuario visita un sitio web. Las *cookies* posteriormente se regresan al sitio web de origen en cada visita posterior, o a otro sitio web que reconozca dicha *cookie*.

Confidencialidad

Requisito por medio del cual se garantiza que los datos recolectados o la información y los materiales estén protegidos contra posibles accesos no autorizados.

Consentimiento

El acuerdo libremente otorgado e informado de una persona para que se recopile y procesen sus datos personales. En la investigación de mercado, social y de opinión, este consentimiento se basa en que el participante de la investigación haya

recibido la información clara con respecto a la naturaleza de los datos que se estén recopilando, el objeto para los cuales se utilizarán dichos datos y la identidad de la persona u organización que los conservará. Se debe guardar un registro del acuerdo y la forma en la que se obtuvo. El participante de la investigación podrá retirar su consentimiento en cualquier momento.

Conteo de frecuencia/Conteo de vacíos/Valores marginales

Recuento sintetizado de datos individuales en un archivo electrónico.

Contrato

Convenio entre partes que se obligan sobre materia determinada. Es posible que para un trabajo de investigación de mercados se requiera tanto una propuesta o cotización como un contrato, pero este último no es necesario en todos los casos, siempre y cuando ambas partes se apeguen a lo establecido en la cotización o propuesta.

Cotización

Documento de respuesta a solicitudes de trabajo de los clientes que solo incluye elementos generales de diseño para el proyecto e indica el precio del estudio.

Criterios de auditoría

Conjunto de políticas, procedimientos o requisitos que se emplean como referencia.

Cuestionario

Herramienta estructurada para la recolección de datos que consiste en una serie de preguntas.

Nota: Los cuestionarios pueden ser llenados por el mismo encuestado o aplicados por un encuestador.

Cumplimiento

Una encuesta en la que se muestra un comportamiento por parte del participante de la investigación a dar un esfuerzo que no sea completamente cognitivo al responder las preguntas de la encuesta. Los comportamientos de estos ejemplos incluyen elegir opciones de respuesta no sustantivas; elegir respuestas socialmente

convenientes; elegir respuestas de línea recta en preguntas cerradas; y la aceptación, es decir, la tendencia a estar de acuerdo con las afirmaciones independientemente del contenido.

Duplicación

Una situación en la que un participante de la investigación intenta completar o completa cierta encuesta más de una vez. Esto puede ocurrir, por ejemplo, cuando un panelista o participante de la investigación es un miembro de más de un panel o fuente de muestras (traslape del panel o fuente de muestras) y se selecciona para participar en una encuesta que se divide entre las fuentes de muestras.

Edición de datos

Conjunto de métodos de depuración de información con el que se verifican los datos y, de ser necesario, se corrigen.

Encuesta

Recolección sistemática de datos de una muestra en una población objetivo, a partir de la cual se elaboran conclusiones.

Encuestado

Persona de quien se obtienen los datos.

Nota: Puede tratarse de personas físicas o morales.

Encuestador

Persona que realiza el proceso de recolección de datos en campo y obtiene la información directamente de su fuente (observación, entrevista, etc.).

Ejecutivo

Es un miembro del cuerpo administrativo de la compañía responsable de llevar a término (solo o en conjunto) un proyecto. Puede tener cualquier grado o título dentro de la compañía, incluyendo el de presidente o director.

Enrutador

Un sistema de software en línea que filtra a los participantes de la investigación entrantes y después utiliza dichos resultados del filtro para asignar a los participantes de la investigación a una de las diversas encuestas disponibles. Un enrutador también se puede utilizar para ofrecer a los participantes de la investigación filtros y encuestas adicionales después de una falla en la calificación del encargado del filtro o la terminación de la encuesta. Los enrutadores generalmente se definen como seriales o paralelos.

Enrutador paralelo

Un enrutador paralelo generalmente utiliza un proceso en el cual un participante de la investigación está expuesto a un grupo de preguntas previas al filtro de todas o un subgrupo de las encuestas en el entorno de enrutamiento, simultáneamente, en la misma página. Después que el participante de la investigación responda estas preguntas previas al filtro, se le asignará una de las encuestas para las cuales aparentemente esté calificado. En ese momento, se podrá llevar a cabo un filtro más específico antes que el participante de la investigación se considere elegible para completar la encuesta.

Enrutador serial

Un enrutador serial generalmente utiliza un proceso mediante el cual se filtra un participante de la investigación secuencialmente para los estudios disponibles en el entorno de enrutamiento. Para calificar para un estudio, el participante de la investigación frecuentemente es enrutado de inmediato a dicha encuesta específica. En el caso de ser descalificado durante el proceso del filtro, el participante de la investigación es reasignado, es decir, se reenruta a otro filtro (relacionado con otro estudio dentro del entorno). El proceso se repite hasta que el participante de la investigación cumpla con los requisitos para una encuesta activa dentro del entorno de enrutamiento o con base en las reglas de negocios (por ejemplo, duración en el proceso, número de preguntas del filtro que el participante de la investigación ha respondido haciendo "clic", número de filtros que el participante de la investigación ha administrado). En caso de que no sea calificado, se agradece al participante su participación en la investigación y se da por terminado el proceso.

Entrevista a profundidad

Entrevista no estructurada que lleva a cabo un encuestador especializado.

Nota: El objetivo de las entrevistas a profundidad es comprender las motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos subyacentes del sujeto sobre un tema en particular. Si bien los temas de discusión pueden variar, siempre se deben cubrir los temas previamente definidos en una guía de tópicos.

Entrevista asistida por computadora (CAI)

Entrevista cuyas respuestas han sido ingresadas directamente en una computadora y que es controlada por un programa diseñado específicamente para esos fines.

Nota: Algunos ejemplos son la CAPI (entrevista personal asistida por computadora), la CATI (entrevista telefónica asistida por computadora) y la CAWI (entrevista por Internet asistida por computadora).

Entrevistado

Persona o entidad que participa en un proyecto o investigación proporcionando activamente información sobre el tema de interés (también llamado “respondiente”).

Estándar de Servicio para la Investigación de Mercado en México (ESIMM®)

Documento que señala los estándares mínimos que deben cubrir los métodos de trabajo de cualquier compañía proveedora de servicios de investigación de mercados. (Este documento).

Evaluación

Proceso mediante el cual se monitorean las aptitudes de un individuo o grupo de individuos mientras desempeñan su trabajo.

Filtro

Pregunta o instrucción en un cuestionario que delimita las respuestas a un subgrupo de encuestados.

Guía de tópicos

Lista de puntos o temas que se deben abordar durante una entrevista a profundidad o en sesiones de grupo.

ID de dispositivos

Un sistema activado por tecnología que establece un conjunto de datos de configuración en el dispositivo del participante de la investigación (computadora, teléfono inteligente, etc.), que se podrá utilizar para crear una huella de máquina o dispositivo. Dichos sistemas asumen que la “huella de la máquina” identifica únicamente un dispositivo, utilizando configuraciones y características relacionadas con un solo dispositivo o, posiblemente, una cuenta individual de usuario. Los sistemas de ID de dispositivo aplican a las computadoras, dispositivos móviles y a otros dispositivos que puedan utilizarse para acceder a Internet en donde se puedan realizar las encuestas.

Nota: La ID del dispositivo también se conoce como “huella digital”, una “huella de máquina” o una “ID de máquina”.

Imputación

Procedimiento en el que los datos faltantes son reemplazados por datos calculados o modelados.

Incentivo

Regalo, pago u otra concesión que se ofrece a los posibles encuestados a fin de aumentar los índices de respuesta.

Indexación

Escala numérica que se emplea para comparar variables entre sí o con algún número de referencia.

Investigación *ad hoc*

Investigación diseñada específicamente para un objetivo o problema particular.

Investigación cualitativa

Análisis de motivaciones, patrones de pensamiento, opinión, actitud, evaluación o comportamiento a través de técnicas de investigación no estructuradas, como sesiones de grupo y entrevistas a profundidad.

Nota: En el marco de un estudio cualitativo, no es posible describir la frecuencia y la distribución de dichos patrones en una población determinada.

Investigación cuantitativa

Representación numérica de observaciones para describir y explicar los fenómenos que dichas observaciones reflejan.

Nota: A menudo, esta investigación obtiene conclusiones sobre ciertas poblaciones. En la mayoría de los casos, se emplea un cuestionario estructurado con preguntas predeterminadas, cuyas respuestas han sido codificadas previamente.

Investigación de escritorio/Investigación secundaria

Análisis y aplicación sistemáticos de los datos secundarios disponibles en el contexto del objetivo de una investigación.

Investigación por observación

Estudio de investigación en el que se recolectan datos mediante la observación directa o indirecta del comportamiento de la gente o de los eventos.

Marco de codificación

Lista de categorías con sus respectivos códigos para clasificar respuestas.

Marco muestral

Lista de elementos de población o de otras fuentes apropiadas, a partir de la cual se seleccionan los miembros de la muestra.

Métodos de validación pasiva

Métodos con base en Internet que se utilizan para medir las características del participante de la investigación y la validación del panelista. Estos métodos pueden incluir el rastreo de las visitas al sitio web del participante y del panelista, a las páginas específicas que visitan, así como a los vínculos en los que hacen "clic". Con esta información se crea un perfil que posteriormente se utiliza con el objeto de proporcionar información de validación para los participantes de la investigación y los panelistas.

Mezcla de muestras

Práctica de combinar diversas fuentes de muestras heterogéneas con el objetivo de lograr una muestra más consistente o más representativa. Esta práctica habitualmente utiliza técnicas de balanceo en la selección de muestras y puede utilizar la realización de perfiles de muestras, puntajes o técnicas de igualación.

Moderador

Individuo responsable de facilitar la interacción entre los miembros de un grupo de enfoque.

Muestra

Un subgrupo de la población objetivo de la cual se recolectarán los datos.

Muestra tipo *river* (*river simple*)

Una muestra no relacionada con el panel, obtenida a través de la colocación de anuncios u ofertas en línea u otros mecanismos de invitación en tiempo real similares.

Nota: La muestra tipo *river* también se podrá denominar como una interceptación en red, muestreo en tiempo real y muestreo dinámicamente suministrado.

Muestreo de probabilidad

Procedimiento de muestreo aleatorio en el que el miembro de un marco muestral tiene una probabilidad específica de ser incluido en la muestra.

Nota: Para el muestreo de probabilidad, se toman en cuenta márgenes de error estadísticos.

Muestreo por cuotas

Método de formación de muestras de tal forma que estas se adapten a una estructura predefinida con respecto a ciertas variables.

Oleada

Cada una de las repeticiones sucesivas en un proyecto continuo en el que no cambia el objetivo ni el diseño general del proyecto.

Panel

Grupo de participantes seleccionados para una investigación que acuerdan proporcionar información en intervalos específicos en el transcurso de un periodo largo.

Panel de acceso

Base de datos de los posibles participantes de la investigación que declaran que cooperarán con las futuras solicitudes de recopilación de datos de así seleccionarse.

Panel predefinido

Base de datos de muestra de posibles encuestados, en donde declaran que, en caso de ser seleccionados, cooperarán en futuras sesiones de recolección de datos.

Participante de la investigación

Cualquier persona que participe en un proyecto de investigación. En muchos casos, sus datos personales se recopilan durante el proyecto de investigación mediante una entrevista activa o por medios pasivos.

Piloteo de cuestionarios

Pruebas a pequeña escala que se utilizan para verificar la utilidad de un cuestionario antes de iniciar trabajos de campo a gran escala.

Población objetivo

Población de interés a partir de la cual se elaboran conclusiones.

Ponderación

Proceso en el que se vuelven a calcular unidades o subgrupos diferentes mediante la asignación de valores numéricos, según se requiera, a fin de corregir y/o incrementar la representatividad de los valores de la muestra.

Nota: La ponderación se puede emplear para ajustar probabilidades de selección desiguales, como el muestreo de múltiples etapas, los sesgos de cobertura, sesgos por no respuesta, etcétera.

Porcentaje de investigación

Número de miembros del panel que han dado una respuesta útil, dividida entre el número total de invitaciones personales iniciales solicitando la participación de los miembros en el caso de un panel de acceso que se base exclusivamente en dichas indicaciones. Cuando es posible determinar las invitaciones no entregadas (devueltas al remitente por una bandeja de entrada de correo electrónico llena, dirección postal o de correo electrónico incorrecta o número telefónico inválido), entonces estas se deberán tomar en cuenta al calcular el porcentaje de participación. El número de los miembros del panel que no haya recibido una invitación se restará del número total de los miembros del panel invitados a participar.

Nota: Una respuesta útil es aquella en la que el participante de la investigación ha proporcionado las respuestas a todas las preguntas requeridas de acuerdo al diseño de la encuesta.

Porcentaje de terminación

El número de participantes de la investigación que terminan en su totalidad una encuesta, dividido entre el número de participantes de la investigación que la iniciaron o que por lo menos vieron la primera página o la página de aterrizaje.

Precisión

Aproximación entre el valor calculado del parámetro y el valor real.

Pregunta abierta/Respuesta abierta

Tipo de pregunta en la que los encuestados deben elaborar una respuesta con sus propias palabras.

Procesamiento de datos (DP)

Manejo y conversión de datos “crudos” hasta obtener el formato requerido.

Propuesta

Documento de respuesta a solicitudes de servicio de los clientes. Incluye, además del precio del estudio, elementos de diseño como objetivos, metodología y tiempos.

Proveedor de muestras en línea

Un prestador de servicios responsable por la prestación y administración de las muestras en línea de fuentes correspondientes, incluyendo paneles, fuentes con base en interceptación en red (incluyendo fuentes de muestras tipo *river*), listas de correo electrónico, etc. Los proveedores de muestras en línea pueden ofrecer algunos o todos los servicios siguientes:

- Paneles de acceso
- Corretaje de muestra (la práctica de comprar y revender muestras)
- Agregación de muestra (la práctica de combinar o agregar diversas fuentes de muestras)
- Tecnología de enrutamiento o acceso a tecnología de enrutamiento

Los proveedores de muestras en línea pueden prestar otros servicios de investigación o relacionados con la investigación.

Proveedor de servicios de investigación

Proveedores de servicios que realizan proyectos de investigación o partes de proyectos de investigación en investigaciones sociales, estudios de mercado y sondeos de opinión, que tienen como fundamento principios y métodos científicos.

Nota: En particular, estos pueden ser instituciones privadas de investigación, instituciones de investigación académicas y universitarias, departamentos de investigación dentro de las empresas, autoridades locales, dependencias oficiales de estadística o investigadores independientes que obran en el mismo entendido.

Proyecto o Estudio

Un trabajo de investigación mediante el cual se obtiene información necesaria para orientar decisiones. Son eventos únicos (aunque pueden existir varias versiones de un mismo proyecto a lo largo del tiempo) que tienen un tiempo de realización determinado y limitado, así como un objetivo de información definido de antemano.

Proyecto continuo

Estudio que implica la recolección de datos regular y continua.

Reclutador

Persona que identifica e invita a los encuestados a participar en un proyecto de investigación.

Recolección de datos

Conjunto de datos que se derivan de una unidad sobre la que se está generando un informe o de una unidad observada.

Recopilación de datos pasivos

Métodos de investigación que recopilan datos sin el uso tradicional de preguntas en una encuesta.

Registros originales

Datos “crudos”, entre los que se incluyen cuestionarios completados sin editar, grabaciones de investigación cualitativa y otros datos similares.

Nota: Puede tratarse de documentos impresos o electrónicos.

Regla AMAI

Regla numérica de estimación de nivel socioeconómico.

Representación

El grado en el que una muestra refleja la población objetivo bajo estudio. Una muestra representativa es aquella en la que la distribución de las características importantes es aproximadamente la misma que la de la población objetivo. La definición de “características importantes” generalmente es una función de los temas de la encuesta. La representación se puede lograr a través de la selección de muestras, el ajuste posterior a las encuestas (ponderación), o una combinación de los anteriores

Representatividad

Grado en el cual una muestra representa a una población objetivo definida.

Respuesta fraudulenta

Una situación en la que un participante de la investigación responde deliberadamente las preguntas de la encuesta de forma deshonesta. Un ejemplo común es la práctica de dar respuestas falsas a las preguntas del filtro a fin de calificar para una encuesta.

Sesgo

Desviación sistemática entre el valor calculado del parámetro y el valor real.

Sesión de grupo/Discusión de grupo

Discusión informal con un número reducido de participantes seleccionados, conducida por un moderador calificado.

Sin respuesta

Incapacidad para obtener mediciones de algunos miembros de la muestra o del censo en cuanto a todas o algunas de las preguntas o variables.

Subcontratación / Outsourcing

Asignación de trabajo a un tercero (persona moral o física) para llevar a cabo una parte del proyecto de investigación.

Trabajador de campo

Persona que participa en la recolección de datos para investigaciones sociales, estudios de mercado y sondeos de opinión, pero que no se encarga de su gestión.

Nota: Los trabajadores de campo incluyen, entre otros, a encuestadores presenciales y telefónicos, reclutadores para investigaciones cualitativas y de otros tipos, “compradores incógnitos” (*mystery shoppers*) y a otros encuestadores que llevan a cabo la recolección de datos mediante la observación, así como a “auditores” que recolectan datos a partir de visitas a puntos de venta al público.

Validación de la recolección de datos

Procedimientos para revisar que los datos hayan sido recolectados de acuerdo con lo especificado.

Verificación de los datos

Procedimientos para revisar que los datos se procesen de acuerdo con lo especificado.

1.0 SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

1.1. Generalidades

1.1.1. Objetivo

El Sistema de Gestión de Calidad (SGC) tiene como objetivo definir los requisitos mínimos que deben cubrir los métodos de trabajo de los proveedores de servicios de investigación para garantizar la calidad en función de los requerimientos del cliente.

1.1.2. Alcance

El SGC cubre todos y cada uno de los elementos y procesos que intervienen durante la realización de la investigación (mecanismos, controles, sistemas administrativos, informáticos, etc.), desde la identificación de las necesidades del cliente hasta la entrega del producto final a su plena satisfacción.

1.2. Responsabilidades de la alta Dirección

1.2.1. Revisión de la Dirección

La alta Dirección del proveedor de servicios de investigación debe hacerse cargo del desarrollo, la implementación y la mejora continua del Sistema de Gestión de la Calidad, garantizar la distribución de los recursos y la información adecuados para el sistema.

La alta Dirección debe revisar el SGC en periodos planificados para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia.

1.2.2. Política de la calidad

La alta Dirección debe comprometerse con el servicio que presta al cliente y definir una política de calidad, la cual debe ser comunicada, entendida y ejecutada por toda la organización.

1.2.3. Objetivos de la calidad

La alta Dirección debe establecer objetivos de calidad, medibles y acordes con la política de calidad.

1.2.4. Representante de la Dirección

La alta Dirección debe designar un representante que cuente con la suficiente autoridad y solvencia para responsabilizarse del Sistema de Gestión de la Calidad y de la organización de auditorías internas, con las que se asegure que la presente norma esté siendo aplicada.

1.2.5. Enfoque a la satisfacción del cliente

La alta Dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinen y se cumplan. Para ello debe medir y analizar en intervalos regulares la satisfacción del cliente, con miras a mejorar la calidad del servicio.

1.2.6. Cumplimiento

La alta Dirección debe garantizar que los requerimientos definidos en este documento y en el Código de Ética de la AMAI sean cumplidos de manera cabal y sistemática en todo trabajo realizado para el cliente y en todas las áreas operativas y administrativas involucradas.

1.3. Procedimientos y documentos del SGC

1.3.1. Documentación

Se deben documentar, implementar y mantener los procedimientos, instrucciones y métodos requeridos para cumplir con las diferentes actividades, de conformidad con los requisitos del presente estándar.

1.3.2. Responsabilidades

Se debe documentar la estructura organizacional del proveedor de servicios de investigación, incluyendo las responsabilidades de las personas involucradas en la entrega, control, desarrollo o realización del servicio.

1.3.3. Registros

Es obligatorio contar con registros y documentos (ya sea en forma impresa o en formato electrónico) del control y seguimiento del Sistema de Gestión de Calidad.

1.3.4. Disponibilidad de los registros

Los procedimientos deben estar documentados y disponibles de tal forma que cada persona de la empresa tenga acceso a ellos. Deberán encontrarse en un formato legible, ser fácilmente identificables y estar actualizados a la última versión.

1.4. Gestión de recursos

1.4.1. Compras

Los productos o servicios que sean insumos y que tengan un impacto en el producto que se entrega al cliente deben ser controlados dentro del Sistema de Gestión de la Calidad.

1.4.2. Proveedores / Subcontratación

1.4.2.1. El proveedor de servicios de investigación es el único responsable de todos los servicios que se presten como resultado del proyecto, incluyendo todas aquellas actividades por las que se tenga que subcontratar y/o contratar por *outsourcing*.

1.4.2.2. Las subcontrataciones del proceso de investigación son consideradas como insumos (subcontratación de trabajo de campo, procesamiento, preparación de datos, transporte de materiales para pruebas, etc.); y por lo tanto deben ser controlados al interior del Sistema de Gestión de la Calidad.

1.4.2.3. El proveedor de servicios de investigación debe establecer los requisitos mínimos que aseguren que sus proveedores de levantamiento, reclutadores, servicios foráneos, transcritores, traductores, etc., cumplan con los criterios mínimos que garanticen la calidad del servicio.

- 1.4.2.4. El proveedor de servicios debe solicitar referencias de trabajos anteriores al contratar a una persona con experiencia en la labor de investigación. Toda referencia recibida oralmente o por escrito debe ser documentada e incluir la fecha, el nombre, posición y compañía de quien la proporciona.
- 1.4.2.5. El proveedor de servicios de investigación debe implementar un procedimiento que establezca los requisitos mínimos para asegurar que los proveedores de levantamiento, reclutadores, servicios foráneos, transcritores, traductores, entre otros, cumplan con los criterios mínimos que garanticen la calidad del servicio. El procedimiento debe considerar:
- a) Seleccionar a la parte subcontratada.
 - b) Establecer relaciones contractuales con la misma.
 - c) Controlar la calidad del servicio prestado.
 - d) Evaluar el desempeño del mismo.
- 1.4.2.6. Específicamente, el proveedor de servicios de reclutamiento debe cumplir con los siguientes requisitos mínimos:
- a) documentación legal
 - b) perfiles en los que es especialista
 - c) métodos de reclutamiento que utiliza
 - d) niveles socioeconómicos que maneja
 - e) datos de los subreclutadores cuando aplique:
 - nombre
 - domicilio
 - teléfono
 - medio de contacto
 - f) registro de la veracidad de los datos proporcionados
- 1.4.2.7. En el caso de proveedores de servicios foráneos se deben cumplir los siguientes requisitos adicionales:
- a) plaza
 - b) tipo de instalaciones
 - c) reclutamiento
 - d) requisitos para reclutadores

- 1.4.2.8. El proveedor de servicios de investigación debe contar con mecanismos para evaluar el desempeño del proceso de levantamiento de manera continua. Como base de la evaluación, es necesario registrar:
- a) nombre del proveedor
 - b) proyectos en los que ha participado
 - c) registro de la capacitación/información proporcionada para llevar a cabo el(los) servicio(s) asignado(s)
 - d) número de participantes
 - e) resumen de variaciones entre el proceso de levantamiento planeado y el obtenido
 - f) registro de incidencias o incumplimientos por parte del proveedor y acciones correctivas
- 1.4.2.9. Deben mantenerse registros de los puntos anteriores, así como de cualquier servicio que haya resultado insatisfactorio.

1.4.3. Competencia, formación y evaluación del personal

- 1.4.3.1. El proveedor de servicios de investigación debe determinar la competencia y experiencia con la que debe contar tanto el personal de la organización como el personal externo que participe en el desarrollo de los servicios de investigación.
- 1.4.3.2. Los agentes libres (freelancers) deben ser contemplados en el sistema de aseguramiento de la calidad como empleados (y por tanto cubiertos en el programa de entrenamiento).
- 1.4.3.3. El proveedor de servicios de investigación debe implementar un procedimiento enfocado a:
- a) Identificar necesidades de capacitación.
 - b) Proporcionar entrenamiento o tomar otras acciones para lograr la competencia necesaria tanto para los aspectos específicos del trabajo de investigación como para aquellos relativos al Sistema de Gestión de la Calidad.

- c) Asegurar que las necesidades identificadas fueron cubiertas satisfactoriamente.
 - d) Mantener registro de la identificación de capacitación, del entrenamiento recibido y de su evaluación.
- 1.4.3.4. Independientemente del área a la que pertenezca, toda persona que ingrese a la empresa debe recibir un curso de introducción básico, que contenga como mínimo los siguientes temas:
- a) Introducción a la compañía, su personal y procedimientos administrativos
 - b) El propósito y valor de la investigación
 - c) El Código de Ética de la AMAI
 - d) Uso de los manuales de la compañía
 - e) Procedimientos de control de calidad
- 1.4.3.5. Adicionalmente, dependiendo de las funciones de la persona, la capacitación debe incluir los siguientes aspectos:
- a) Puntos técnicos específicos del área
 - b) Explicación sobre los tipos de investigación
 - c) Terminología y jerga de la investigación
 - d) Métodos de muestreo
 - e) Demografía, clasificación y niveles socioeconómicos
 - f) Manejo de cuestionarios, guías de discusión y formatos de registro durante una entrevista o sesión
 - g) Otros temas relevantes al puesto
- 1.4.3.6. El personal de campo debe recibir capacitación en los siguientes temas:
- a) La importancia de una entrevista ética y precisa
 - b) Uso de credenciales de identidad
 - c) Métodos de reclutamiento
 - d) Control de cuotas
 - e) Cortesía del encuestador
 - f) Técnicas de entrevista
 - g) Tipos de preguntas, incluyendo exploración profunda y de ayuda
 - h) Tipos de preguntas
 - i) Manejo y llenado de cuestionarios

- j) Uso de ayudas visuales, conceptos y productos
- k) Cuidados especiales al entrevistar a niños, ancianos, enfermos, etc.
- l) Tipos de preguntas
- m) Manejo de llenado de cuestionarios
- n) Uso de ayudas visuales, conceptos y productos
- o) Confidencialidad y anonimato de entrevistados
- p) Cartas, panfletos de agradecimiento e información del estudio
- q) Papel del supervisor

1.4.3.7. Los puntos técnicos específicos deben ser impartidos por personal experimentado del área correspondiente.

1.4.3.8. El trabajo de una persona nueva debe ser monitoreado de cerca, desde su ingreso a la compañía y hasta que demuestre que es capaz de cumplir con el trabajo normal del área.

1.4.3.9. Si una persona cuenta con experiencia en la labor de investigación, la capacitación que reciba estará enfocada principalmente a los aspectos propios de la empresa.

1.4.3.10. Los detalles del entrenamiento proporcionado (sea interno o externo) y la experiencia previa deben ser documentados, archivados en el expediente de la persona y encontrarse disponibles para auditoría. Los detalles deben incluir fecha, duración y tipo de capacitación o entrenamiento recibidos.

1.4.3.11. El proveedor de servicios de investigación debe evaluar el desempeño de su personal por lo menos una vez al año y mantener los registros correspondientes.

1.4.4. Mantenimiento de equipo y programas informáticos

1.4.4.1. La empresa deberá tener y ejecutar un plan de mantenimiento preventivo periódico para el equipo (*hardware/software*) apropiado a fin de minimizar o eliminar consecuencias por falla o mal funcionamiento.

- 1.4.4.2. La capacidad del equipo (y del *software*) para generar el producto requerido debe ser comprobada antes de la instalación o durante la misma.

1.5. Análisis y mejora

1.5.1. Aspectos a considerar

El proveedor de servicios de investigación debe medir, evaluar, analizar y mejorar de manera efectiva los procesos de investigación, así como su Sistema de Gestión de la Calidad considerando los siguientes aspectos:

- a) causas de los problemas o discrepancias, si las hubiere
- b) acciones tomadas para prevenir la recurrencia de dichos problemas
- c) acciones tomadas para resolver los problemas

Los datos obtenidos de la medición deben convertirse en información valiosa que ayude a la organización a la mejora de su desempeño y a aumentar la satisfacción del cliente.

1.5.2. Auditorías internas

- 1.5.2.1. El proveedor de servicios de investigación debe llevar a cabo auditorías internas en intervalos previamente planeados y con una periodicidad mínima de una vez al año. El objetivo es el de determinar si su Sistema de Gestión de la Calidad:

- a) cumple con los requisitos establecidos en esta norma.
- b) se ha implementado y se mantiene eficazmente.

- 1.5.2.2. La auditoría debe ser objetiva e imparcial, por lo que los auditores no deben auditar su propio trabajo.

- 1.5.2.3. Se deben mantener registros de las auditorías y de los resultados obtenidos para que se consideren en revisiones externas.

1.5.3. Manejo de problemas

- 1.5.3.1. Con el fin de resolver conflictos de forma efectiva y con el objetivo de evitar su reincidencia, el Sistema de Gestión de la Calidad debe incluir un procedimiento documentado para identificar, manejar, rectificar y eliminar los problemas que surjan en el proceso de investigación de mercado.
- 1.5.3.2. Los problemas que debe atender el procedimiento son:
- a) quejas del cliente
 - b) producto o servicio insatisfactorio
- 1.5.3.3. En este procedimiento también se debe indicar de qué forma se toman y autorizan las decisiones sobre los métodos para manejar o desechar productos no satisfactorios.

1.5.4. Acciones correctivas

Para la solución de problemas se deben implementar acciones correctivas que eliminen la causa que los originó, mediante:

- a) la investigación de las verdaderas causas que originaron el problema.
- b) métodos para determinar las acciones necesarias para resolver el problema y la prevención de su reincidencia.
- c) medios para asegurar que dichas acciones se lleven a cabo y sean efectivas.

1.5.5. Evaluación de la satisfacción del cliente

El proveedor de servicios de investigación debe medir y analizar en intervalos regulares la satisfacción del cliente con miras a:

- a) mejorar la calidad del servicio
- b) evaluar el desempeño de la organización

2.0 COMERCIALIZACIÓN, DISEÑO Y PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Respuesta a solicitudes de servicios

2.1.1. Acciones preparatorias

Antes de responder a una solicitud de servicio del cliente, el proveedor de servicios de investigación deberá asegurarse de:

- a) Comprender los requerimientos planteados en la solicitud de servicio.
Para ello el proveedor de servicios de investigación deberá contar con un mecanismo que asegure la comprensión de los requerimientos.
- b) Recabar información suficiente que le proporcione valor agregado a la propuesta.
- c) Definir la forma de responder a una solicitud de servicio, ya sea mediante una cotización, una propuesta y/o un contrato.

2.1.2. Documentación de acuerdos

Cualquier especificación o acuerdo final entre el proveedor de servicios de investigación y el cliente, incluyendo los sostenidos en juntas de trabajo, deberán ser documentados.

2.2. Contenido de la propuesta

2.2.1. Partes de la propuesta

La propuesta debe contener como mínimo los siguientes elementos:

- a) Propósito u objetivo general y objetivos particulares de la investigación.
- b) Metodología de la investigación:
 - técnica (tipo de levantamiento)
 - universo del estudio
 - diseño de muestra:
 - edad
 - género
 - NSE

localidad o plaza

datos de consumo o características específicas del perfil

- calendario de todas las etapas del levantamiento
- método utilizado para seleccionar a los informantes (por ejemplo, un panel predefinido u otros medios)
- uso de documentos, materiales, estímulos o productos de prueba proporcionados por el cliente
- persona con responsabilidad general sobre el proyecto o la cuenta
- duración aproximada de la técnica a levantar

c) Costo total del proyecto.

d) Términos de pago, indicando tipo de moneda y si los impuestos son incluidos, periodo de validez del precio.

e) Entregables (tipo y cantidad).

f) Referencia a leyes y códigos aplicables publicados y al Código de Ética de la AMAI.

g) Si en alguna forma la propuesta de investigación contiene estudios “multicliente”, esto debe ser indicado explícitamente en la propuesta de investigación o cotización.

h) Si el estudio es continuo se deberá especificar la periodicidad de cada uno de los levantamientos.

i) Si existiesen consideraciones sobre protección de datos o códigos profesionales, esto deberá ser documentado.

j) El tiempo mínimo de resguardo de productos y materiales es de 1 año a partir de su recepción. Después de este plazo, el proveedor de servicios acordará con el cliente su proceso de entrega o destrucción, lo cual deberá documentarse.

2.2.2 Revisión

La propuesta, cotización o contrato debe ser revisado por un miembro senior.

2.2.3 Autorización

La propuesta, cotización, convenio de confidencialidad o contratos deberán ser autorizados por el cliente y el proveedor de servicios de investigación. El registro deberá guardarse.

2.2.4 Modificaciones

Cualquier cambio a lo planteado en la propuesta, cotización o contrato original deberá ser documentado.

2.3. Calendario del proyecto/ Tabla de tiempos

2.3.1. Entrega

El proveedor de servicios de investigación deberá entregar al cliente el calendario del proyecto de investigación. Este puede quedar documentado en la propuesta o cotización, o bien en otro documento independiente.

2.3.2. Contenido

El calendario del proyecto debe incluir como mínimo:

- a) fechas programadas
- b) fases del levantamiento de información
- c) presentación de resultados

2.3.3. Modificaciones

Deberá comunicarse al cliente de cualquier cambio que pudiera afectar los plazos pactados para la entrega final del proyecto o bien los requisitos del cliente, incluyendo los acuerdos sobre costos y cualquier otro requisito que aparezca en la propuesta, cotización o contrato. La aprobación del cliente debe quedar documentada.

3.0 ESTUDIOS CUALITATIVOS

3.1 Planeación

3.1.1. Estrategia de levantamiento

Una vez autorizada la propuesta o cotización, el proveedor de servicios de investigación debe contar con los elementos que le permitan diseñar la estrategia de levantamiento. Para ello debe considerar los siguientes aspectos:

- a) técnica
- b) objeto de estudio
- c) perfil de participantes
- d) fechas y lugares de levantamiento

3.2. Documentos de investigación

3.2.1. Elaboración de protocolo y guías de investigación

El proveedor de servicios de investigación debe elaborar el protocolo y guías de investigación, asegurándose de cubrir los objetivos planteados por el cliente.

3.2.2. Aprobación del cliente

Antes de iniciar el levantamiento de información, el cliente deberá aprobar el protocolo y guías de investigación para ratificar que cumplan con los objetivos de la investigación. El cliente podrá renunciar a dicha revisión y aprobación.

3.2.3. Registro

Se deberá guardar registro (electrónico o físico) de la aprobación del cliente o, en su defecto, de su determinación de no participar en la revisión y aprobación de estos documentos. De igual forma, el responsable del

proyecto deberá guardar registro de las modificaciones a los documentos de investigación que el cliente solicite, ya sea que se realicen antes del levantamiento o durante el mismo.

3.3. Documentos para el reclutamiento

3.3.1. Solicitud de servicios de investigación

El proveedor de servicios de investigación debe proporcionar a los reclutadores una solicitud de servicio que especifique claramente las reglas o estándares que deben aplicarse en el estudio. Esta solicitud debe incluir como mínimo los siguientes datos:

- a) fechas de realización, método, técnica de levantamiento, hora y lugar
- b) criterios clave de reclutamiento, es decir, perfil que deben cubrir los participantes: edad, género, NSE, perfil de consumo, profesión, entre otros, así como restricciones
- c) número de participantes requerido

3.3.2. Filtro de validación de perfil

3.3.2.1. Antes de llevar a cabo el registro correspondiente, el reclutador debe ratificar, mediante la consulta en la base de datos AMAI, que el candidato no haya participado como informante en ninguna investigación cualitativa de la misma categoría en los últimos seis meses.

3.3.2.2. No se aceptará el registro de informantes que hayan participado en investigación cualitativa de la misma categoría en los pasados 6 meses, a menos que el cliente lo acepte. La autorización deberá quedar documentada.

3.3.2.3. El filtro de validación debe contener al menos la siguiente información:

- a) nombre de reclutador
- b) registro de validación

3.3.2.4. Todos los filtros y/o registros que el respondiente llene deben ser resguardados de acuerdo con las medidas que marca la legislación mexicana vigente.

3.3.3. Filtro de Nivel Socio Económico

El filtro de NSE debe contener al menos la siguiente información:

- a) datos generales del participante que hagan posible la identificación del mismo
- b) preguntas de la Regla AMAI vigente
- c) nombre del reclutador y tipo de reclutamiento (vía telefónica, cara a cara)
- d) forma de contacto (punto de afluencia, listado predefinido, red de anfitrionas, etc.)
- e) NSE calculado y si este corresponde con el nivel solicitado

3.4. Prelevantamiento

3.4.1. Documentación

El personal encargado de la recolección de datos (ejecutivos de investigación, coordinadores, reclutadores, moderadores, personal de soporte de audio y video, transcripores, traductores, proveedores de servicios foráneos) deben contar con la información que requieren para realizar su función en cada proyecto. Esto debe documentarse por escrito y guardarse como evidencia. Dicha información debe contener los siguientes elementos:

- a) fecha y lugares de levantamiento
- b) metodología y técnica
- c) perfil requerido
- d) guías de investigación, formato de registro y filtros para moderadores
- e) cualquier requerimiento técnico especial del proyecto
- f) responsabilidades y actividades a desarrollar en el proyecto

3.4.2. Información previa

- a) los objetivos de la investigación
- b) los puntos a ser explorados (guía de tópicos)
- c) los materiales o estímulos a utilizar
- d) las técnicas facilitadoras pertinentes

3.4.3. Conservación, devolución y/o destrucción de productos y materiales

El proveedor de servicios de investigación deberá solicitar al cliente las instrucciones apropiadas para el uso, conservación, devolución y/o destrucción de los productos y materiales proporcionados, incluyendo productos de prueba y estímulos a evaluar. Dichas instrucciones deberán quedar documentadas.

3.4.4. Validación del perfil

3.4.4.1. El reclutador debe validar el perfil de los invitados antes de que estos se presenten en las instalaciones del lugar donde se realizará la entrevista o sesión. Para ello deberá llevar a cabo las siguientes acciones:

- a) Corroborar la identidad del participante.
- b) Validar el NSE AMAI del participante.
- c) Confirmar edad y escolaridad.
- d) Corroborar las características especiales que requiere el estudio en el que participará.

3.4.4.2. En caso de que el proveedor de servicios de investigación lleve a cabo la validación vía telefónica, deberá guardar registro del resultado obtenido.

3.4.4.3. No podrán participar en las actividades de investigación aquellos informantes que no cumplan con el perfil requerido o aquellos cuya identidad no pueda ser comprobada. Estos casos deberán quedar documentados.

3.4.4.4. El proveedor de servicios de investigación deberá validar in situ:

- a) la identidad del participante a través de una identificación original oficial con fotografía, de preferencia credencial de elector
- b) el NSE y/o consumo
- c) el cumplimiento de las características especiales, ya sea a través de un filtro adicional o en entrevista previa

3.5. Levantamiento

Durante el levantamiento, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- a) Asegurar que los participantes cubran los criterios de reclutamiento.
- b) Seguir la guía de tópicos acordada.
- c) Explorar los tópicos definidos en la guía y cualquier otro punto que llegue a surgir durante la sesión o entrevista y que sea relevante a los objetivos de la investigación.
- d) Documentar fielmente la información que los respondientes proporcionen.
- e) Si se detectara algún aspecto que pudiera modificar los objetivos del proyecto, habrá que anotarlo, reportarlo al cliente y documentarlo.
- f) En caso de que ocurran errores de grabación, deberán registrarse las respuestas de los informantes inmediatamente después de la sesión o entrevista.

3.6. Postlevantamiento

3.6.1. Puntos a verificar

Al término del levantamiento, el proveedor de servicios debe verificar:

- a) que la grabación esté completa.
- b) que el audio e imagen sean adecuados para reproducirse en cualquier dispositivo.
- c) que el material corresponda al proyecto en desarrollo.
- d) que la etiqueta o nombre del material corresponda al proyecto.

3.6.2. Incentivos

Al término del levantamiento, debe quedar registro de los incentivos otorgados al invitado por su participación. Como parte del control de calidad, el incentivo ofrecido debe ser lo más neutral posible en términos del proyecto de investigación.

3.6.3. Registro

El proveedor de servicios de investigación deberá registrar a los participantes en la base de datos AMAI, a más tardar al día siguiente de la realización del levantamiento.

3.7. Elaboración del reporte cualitativo

3.7.1. Proceso de análisis

Durante el análisis de un estudio cualitativo, el proveedor de servicios de investigación, deberá hacer uso de los registros originales del levantamiento de información, como base para la interpretación (transcripciones, videos, citas, notas, comentarios, etc.).

Cuando en el proceso de análisis se utilicen fuentes de datos secundarias, se deberá documentar la fuente original, su naturaleza y confiabilidad.

3.7.2. Requerimientos del reporte

El responsable del análisis cualitativo de un estudio deberá considerar los siguientes factores:

- a) Asegurarse de cubrir los objetivos de la investigación.
- b) Distinguir claramente entre hallazgos, conclusiones y recomendaciones.

Los resultados deben ser revisados y aprobados por un miembro senior del equipo de investigación.

3.8. *Mystery shopping*

3.8.1. Características especiales

En la recolección de campo esta metodología presenta características únicas a considerar. Se debe establecer especial cuidado en cuanto al anonimato del investigador, el papel que debe asumir y la información que debe obtener.

3.8.2. Capacitación

- 3.8.2.1. El proveedor de servicios de investigación y el cliente definirán el método de entrenamiento, el cual deberá quedar documentado.
- 3.8.2.2. Todos los participantes del proyecto deben estar entrenados en relación con las características del proyecto. Deberá guardarse evidencia de dicha capacitación.

3.8.3. Lineamientos para el investigador

El investigador debe conocer, como mínimo la siguiente información:

- a) especificaciones de la investigación
- b) conocimiento del tópico
- c) conducta del evaluador
- d) especificaciones de cómo completar el reporte o cuestionario

- 3.8.3.1. Los investigadores no deben portar elementos que los identifiquen con la agencia de investigación.
- 3.8.3.2. Cada formulario de reporte o cuestionario debe contener una declaración del investigador que contenga la leyenda “Yo declaro que esta investigación ha sido conducida de acuerdo a las instrucciones recibidas” e incluir la fecha, lugar, horario, nombre y firma del investigador.
- 3.8.3.3. Los cuestionarios deben contestarse inmediatamente después de hacer la visita al punto de venta o de haber evaluado el servicio.

3.8.4. Porcentajes mínimos de supervisión

- 3.8.4.1. Por tratarse de metodología que presenta características únicas, no puede hacerse supervisión coincidente. Los porcentajes mínimos de supervisión deben constituirse de la siguiente manera:

- 5% supervisión de la grabación o
- 5% recepción de documentos probatorios de la evaluación (tarjetas de presentación, cotizaciones, propaganda, entre otros)

3.8.4.2. En centros telefónicos el porcentaje debe ser como se indica:

- 5% de las llamadas interferidas y escuchadas o
- 15% de las llamadas grabadas

3.8.5. Validación

Adicionalmente a la supervisión, debe realizarse la validación de la información cuando existan datos fuera de la norma.

4.0 ESTUDIOS CUANTITATIVOS

4.1. Elaboración de cuestionarios

4.1.1. Diseño de los cuestionarios

El cuestionario debe incluir preguntas clave que garanticen el cumplimiento de los objetivos propuestos de acuerdo con el tipo de levantamiento.

4.1.1.1. El cliente deberá aprobar el cuestionario o formato de registro antes de comenzar el trabajo de campo para asegurarse de que cumpla con los objetivos de la investigación.

4.1.1.2. Se deberá guardar registro (electrónico o físico) de la aprobación del cliente o, en su defecto, de su determinación de no participar en la revisión y aprobación de estos documentos. De igual forma, el responsable del proyecto deberá guardar registro de las modificaciones a los documentos de investigación que el cliente solicite, ya sea que se realicen antes del levantamiento o durante el mismo.

4.1.1.3. Las tarjetas de apoyo deberán ser acordes con las preguntas del cuestionario del proyecto.

4.1.2. Traducción de cuestionarios o cualquier otro documento relacionado con el proyecto

4.1.2.1. Las actividades de traducción deben ser desempeñadas por una o más personas con habilidades lingüísticas (demostrables) de los idiomas involucrados.

4.1.2.2. La revisión debe estar a cargo de una o más personas diferentes al traductor y que cuenten con el debido conocimiento de los idiomas de partida

y destino para verificar que la traducción cumpla con su propósito. Al menos uno de los que realice esta tarea debe contar con experiencia previa en la redacción de este tipo de documentos.

4.1.3. Programación electrónica del cuestionario

Para llevar a cabo la programación electrónica del cuestionario se deben realizar las siguientes acciones:

- a) Cuidar los filtros y patrones de saltos definidos en el instrumento.
- b) Establecer y mantener procedimientos para probar tanto el diseño como la implementación de las especificaciones.
- c) Definir el tipo de pruebas a realizar y las personas involucradas en las mismas.
- d) Contar con la validación de la persona responsable una vez hechas las pruebas.
- e) Registrar para cada entrevista los siguientes datos: fecha y hora, así como el nombre del encuestador, para ser revisadas en caso necesario.
- f) Documentar cualquier cambio del instrumento e implementar un control de versiones, asegurando de que todas las personas involucradas y/o dispositivos tengan la última versión del cuestionario.

4.2. Piloteo de cuestionarios

Si el cliente o el proveedor de servicios de investigación lo consideran necesario, se deberá llevar a cabo un piloteo de los cuestionarios, así como de todos los cuestionarios autoadministrados. Si se lleva a cabo un piloteo, deben realizarse las siguientes acciones:

- a) Asegurar que todo el personal involucrado en la realización de la prueba piloto esté adecuada y apropiadamente capacitado respecto al objetivo general del estudio, el objetivo de la prueba piloto, perfil de entrevistados y metodología de levantamiento.
- b) Garantizar que el personal de campo para el piloteo de cuestionarios tenga experiencia comprobada de por lo menos seis meses como encuestador o supervisor de campo.
- c) Generar un registro de cualquier hallazgo y sus implicaciones. Este debe contener los siguientes elementos: fecha de levantamiento, número de

entrevistas, lugar de levantamiento, duración de la entrevista, nombre de quienes realizaron el piloteo de cuestionarios.

- d) Asegurar que los hallazgos pertinentes del piloteo, se incluyan en el cuestionario, de modo que esta versión se distinga de la anterior.
- e) Verificar que sea la última versión la que se utiliza en el levantamiento.

4.3. Productos, materiales e información de proyectos

El proveedor de servicios de investigación es responsable de llevar a cabo las siguientes acciones:

- a) Solicitar al cliente que le proporcione las instrucciones necesarias para el manejo de productos, materiales e información, incluyendo aspectos legales, de salud, de seguridad pública o cualquier otro que sea necesario.
- b) Asegurar que los productos, materiales e información no se dañen en el proceso, de tal manera que no se afecten los resultados.
- c) Verificar que los encuestados reciban información adecuada sobre el uso seguro de productos, materiales e información.
- d) Asegurar que las condiciones de investigación sean las mismas para todos los encuestados que tengan contacto con los materiales, información y/o productos.
- e) Garantizar que se cumplan las instrucciones respecto al adecuado uso, almacenamiento, envío, destrucción y/o devolución de los productos, materiales e información utilizados durante el desarrollo y término del proyecto.

4.4. Recolección de datos del proyecto

Se debe contar con registros de la etapa de recolección de datos, que incluyan los siguientes elementos:

- a) nombres de todos los trabajadores de campo y/o el código que los identifique, tipo de trabajo realizado
- b) muestra alcanzada (número total de entrevistas o cuestionarios completos)

- c) registros de las sesiones informativas
- d) copia del cuestionario/formato/guía del proyecto, así como de los materiales utilizados para la recolección de datos
- e) métodos de validación utilizados, número de revisiones realizadas, resultados alcanzados y medidas correctivas adoptadas

4.5. Centros de afluencia y locaciones centrales

En el caso de los centros de afluencia y locaciones centrales, se deben tomar las siguientes medidas:

- a) Tanto la locación central como el centro de afluencia deben cumplir con los requerimientos necesarios.
- b) Un proyecto de estas características debe ser supervisado toda la jornada. Un supervisor deberá estar presente todo el día y todos los días.
- c) Por las características de los estudios en locación central, el número de investigadores asignados por supervisor podrá ser diferente al establecido en el punto 4.7.1.e (ver Supervisión).

4.6. Levantamiento telefónico

4.6.1. Capacitación

El personal involucrado en el proyecto telefónico debe estar adecuada y apropiadamente capacitado en:

- a) el proyecto
- b) la aplicación de entrevistas telefónicas
- c) uso del *software* o herramienta, si aplica

Se deben mantener registros de esta capacitación.

4.6.2. Levantamiento

Al inicio de la entrevista el encuestador telefónico deberá mencionar al entrevistado:

- a) nombre de la agencia de investigación
- b) nombre del entrevistador
- c) aviso de privacidad
- d) la mención de que la entrevista podría ser grabada

4.6.3. Supervisión telefónica

4.6.3.1. Debe existir un mecanismo de supervisión del trabajo de cada encuestador. Se debe supervisar un mínimo del 10% de la muestra total lograda en cada proyecto y se debe verificar, al menos, el 75% del total de estos cuestionarios.

4.6.3.2. El levantamiento telefónico se debe supervisar por medio de alguno de los tres métodos siguientes:

- **Monitoreo remoto**, utilizando el equipo de escucha a distancia que permita al equipo supervisor oír la entrevista o parte de ella, sin ser detectado por el encuestador
- **Grabando la entrevista** para su revisión posterior
- **Recontactando** a los entrevistados mediante una postencuesta

En cualquiera de los casos la supervisión debe documentarse en un reporte.

4.6.3.3. El reporte de supervisión deberá incluir al menos los siguientes puntos:

- a) nombre de la persona que llevó a cabo la supervisión
- b) nombre del trabajador de campo que ha sido supervisado
- c) duración de la entrevista que el trabajador de campo llevó a cabo
- d) validación en cuanto a si se cubrieron o no las respuestas a las preguntas clave
- e) descripción de cualquier discrepancia o anomalía que se haya encontrado
- f) registro de acciones correctivas/preventivas tomadas o propuestas tanto para el proyecto como para el trabajador de campo

4.7. Supervisión del levantamiento

4.7.1. Funciones del supervisor

El supervisor del trabajo de campo desempeña las siguientes funciones:

- a) entrenamiento o capacitación al personal
- b) coordinación de trabajo, seguimiento del progreso y/o control de proyectos o cuotas

- c) validación del trabajo y aplicación de medidas correctivas en caso necesario
 - d) elaboración de reportes
 - e) supervisión del trabajo de un máximo de 5 trabajadores de campo de acuerdo a los requisitos y niveles de supervisión establecidos
- Nota: Si un individuo sólo edita, no es considerado supervisor.

4.7.2. Tareas del supervisor

Para cumplir con sus funciones el supervisor deberá realizar las siguientes tareas:

- a) Asegurar que los trabajadores de campo que tengan contacto cara a cara con el público estén debidamente identificados mediante una credencial visible. La identificación debe contar como mínimo con los siguientes elementos: fotografía, fecha de emisión y vencimiento, nombre completo del trabajador, nombre de la empresa/agencia, dirección, teléfono y firma del representante de la empresa/agencia.
- b) Revisar y validar desde el primer día de trabajo los cuestionarios aplicados, con la finalidad de comprobar su correcta aplicación y cumplimiento de objetivos.
- c) Tomar las acciones pertinentes en caso de que adviertan variaciones.
- d) Supervisar un mínimo del 20% de la muestra total de cada proyecto, abordando a la persona que proporcionó la entrevista, mediante algunos de los siguientes métodos:
 - directa/coincidental
 - posterior
 - telefónica

Nota: Esta supervisión podrá ser parcial, pero debe abarcar además de los filtros, por lo menos los elementos clave del cuestionario.

- 4.7.2.1. Cuando la supervisión evidencie discrepancias o problemas, se deberán adoptar medidas correctivas en dos niveles:
 - a) a nivel del proyecto (sustitución de entrevistas, recuperación de información)
 - b) a nivel del trabajador de campo (capacitación adicional)

- 4.7.2.2. Deben existir registros de supervisión para validar el trabajo, que indiquen:
- quién realizó esta función.
 - a quién se le supervisó el trabajo.
 - descripción de desviaciones encontradas.
 - acciones correctivas y preventivas.

4.8. Auditoría del proceso de levantamiento de datos

La agencia líder del proyecto es la responsable de realizar auditorías (de campo y documental) al proceso de levantamiento de datos y debe validar cada una de las siguientes etapas:

- a) Ejecución de la metodología (metodología de levantamiento)
- b) Aplicación de los cuestionarios
- c) Desempeño del supervisor
- d) Aviso de privacidad (en el sentido de que sea firmado e incorporado oportunamente)
- e) Proceso de capacitación

En caso de encontrar variaciones, el auditor debe documentar el hecho y darlo a conocer de inmediato para que se tomen las medidas correctivas necesarias. Se realizará una auditoría de campo de al menos 2% de la muestra.

4.9. Verificación del llenado de cuestionario/formas/instrumentos a papel

El responsable del proyecto en campo debe contar con un proceso para verificar el llenado correcto de cada uno de los instrumentos, observando registro de todas las preguntas, realización de saltos en la metodología, profundización, etc.

5.0 UTILIZACIÓN DE MUESTRAS DE PANELES DE ACCESO EN LÍNEA

5.1 Requisitos de los proveedores de paneles

Para lograr un panel de calidad, el proveedor de paneles de acceso en línea debe cumplir con los siguientes requisitos mínimos:

5.1.1. Confidencialidad y transparencia

Debe guardarse la confidencialidad de los datos de los sujetos reclutados de acuerdo a lo establecido en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP).

5.1.2. Métodos de reclutamiento

Deben estar documentados los métodos de reclutamiento de los panelistas.

5.1.3. Fuentes de reclutamiento

Deben estar documentadas las fuentes de reclutamiento de los panelistas.

5.1.4. Validación de identidad

En la fase de reclutamiento debe validarse la identidad del panelista.

5.1.5. Validación subsecuente de identidad

Debe validarse la identidad de los panelistas en los proyectos subsecuentes.

5.1.6. Requisición para excluirse del panel de acceso

El panelista debe tener una opción clara y sencilla para declinar su participación en el panel.

5.2 Panel de acceso

5.2.1. Estructura del panel

El proveedor de panel de acceso debe cumplir con la estructura acordada con el cliente.

5.2.2. Tamaño del panel de acceso

El proveedor del panel de acceso debe informar al cliente sobre el tamaño de la base de datos, considerando únicamente a aquellos sujetos que al menos hayan tenido una participación en los últimos 12 meses.

5.2.3. Actualización del perfil de los datos de los miembros del panel

El perfil de los miembros del panel debe actualizarse al menos una vez cada 12 meses.

5.2.4. Tecnología

5.2.4.1. El panel debe contar con la tecnología necesaria para garantizar la seguridad de la información, así como para dar el soporte necesario a los miembros del panel.

5.2.4.2. Es necesario disponer de los medios técnicos adecuados para la gestión del panel, incluyendo copias de seguridad para garantizar la seguridad de los datos.

5.2.4.3. El proveedor de panel de acceso deberá contar con sistemas efectivos disponibles (computacionales o de otro tipo) para poner en práctica los requisitos estipulados en este Estándar y proporcionar los datos pertinentes sobre la contratación de panel de acceso, estructura y tamaño, perfil de miembros del panel, gestión del panel de acceso y participación en investigaciones (patrones de respuesta y de comportamiento).

5.2.5. Incentivos

- 5.2.5.1. El sistema de incentivos debe estar documentado y debe ser público.
- 5.2.5.2. El sistema de incentivos debe ser tan neutro como sea posible, con el objetivo de no introducir sesgos en los resultados de los proyectos.

5.3. Muestreo

El método de muestreo debe ser acordado entre el proveedor del panel y el cliente.

5.4. Frecuencia de participación

El proveedor debe mantener registro de participación de cada panelista y reportarlo a solicitud del cliente cuando este lo solicite.

5.5. Cuestionario

5.5.1. Prueba previa

Debe probarse la secuencia y congruencia del contenido del cuestionario.

5.5.2. Información para los miembros del panel

A cada miembro invitado a participar en un panel se le debe brindar la siguiente información:

- a) Descripción general del propósito del proyecto
- b) Extensión estimada del cuestionario
- c) Declaración de confidencialidad y de anonimato de las respuestas proporcionadas por los panelistas
- d) Fecha de término del levantamiento de información
- e) Declaración de los términos del incentivo y las condiciones que aplican en el proyecto
- f) Aclaración en caso de que el levantamiento se esté haciendo en nombre de otro proveedor de servicios de investigación

5.6. Confidencialidad

El proveedor del panel de acceso debe garantizar el resguardo y la confidencialidad de la información recabada de cada proyecto, de tal manera que esta no llegue a manos de terceras personas no autorizadas, a menos que sea publicado con el permiso expreso del cliente.

6.0 PREPARACIÓN DEL REPORTE DE RESULTADOS DE UN ESTUDIO CUANTITATIVO

6.1. Administración del procesamiento de datos del proyecto

El proveedor de servicios de investigación debe contar con procedimientos documentados para demostrar que la captura, codificación, edición, ponderación, preparación de archivos y tabulación/procesamiento de datos cumplan con los requisitos de la presente cláusula. Además, deberá contar con evidencia que demuestre que se aplicaron las normas respectivas.

6.1.1. Contenido del archivo único

Como parte del expediente o archivo único de trabajo de cada proyecto se deben incluir como mínimo: el número de preguntas abiertas por codificar y las referencias a cualquier instrucción especial adicional (“especificaciones de la base de datos a generar”).

6.1.2. Cuestionario base

El cuestionario base a procesar debe tener una numeración única por trabajo o proyecto y cada cuestionario individual debe llevar un número único secuencial (folio) para ayudar a su rastreo.

6.2. Captura de datos

6.2.1. Corrección

El proveedor de servicios de investigación debe garantizar que las especificaciones de ingreso o captura de datos generales sean correctas y precisas.

6.2.2. Estructura lógica

En todos los cuestionarios debe cuidarse la estructura lógica.

6.2.3. Especificaciones de captura

Los capturistas deben teclear las respuestas tal y como están registradas en el cuestionario, a menos que sea especificado de otra forma por el ejecutivo de procesamiento de datos.

6.2.4. Especificaciones de edición

Se deben hacer revisiones para asegurar que los datos capturados reflejen acertadamente lo que aparece en el cuestionario y que la información corresponda a las especificaciones de edición.

6.2.5. Excepciones

Si hay huecos en los datos, estos deben dejarse en blanco para manejarse en la etapa de edición computarizada, o identificarse como “sin respuesta” en la etapa de análisis. Si el capturista ha tenido que registrar respuestas fuera de rango, estas excepciones deben indicarse manualmente o en el sistema computarizado y ser revisadas por el ejecutivo de procesamiento de datos.

6.3. Elaboración del programa para el registro electrónico de datos

6.3.1. Procedimientos

Para el cuestionario que se capturará en formato electrónico se deben establecer y mantener procedimientos para probar tanto el diseño como la implementación de las especificaciones.

6.3.2. Tipo de pruebas

Se deberá definir el tipo de pruebas a realizar y las personas involucradas en las mismas. Una vez hechas las pruebas, se debe contar con la confirmación de la aceptación del texto electrónico por parte de las personas responsables del estudio y del cliente, cuando así se acuerde con él o así se requiera.

6.3.3. Entrevistas CAPI/CATI

Las entrevistas CAPI/CATI deben, como parte de su desarrollo, ser registradas por fecha, hora e identidad del encuestador para poder ser revisadas en caso necesario.

6.3.4. Control de versiones

Se deberá documentar cualquier cambio e implementar un control de versiones y asegurarse de que todas las personas involucradas y/o estaciones tengan la última versión del cuestionario.

6.4. Verificación de la captura de datos a papel

6.4.1. Método sistemático de verificación

Es necesario contar con un método sistemático de verificación de un porcentaje mínimo del trabajo total de captura de datos en un proyecto o de cada etapa/oleada. En el caso de la captura lógica de datos (con verificación por sistema), el porcentaje total mínimo de verificación será del 5% de las entradas.

6.4.2. Verificación por operador

Los procedimientos deben garantizar que exista un método sistemático de verificación del trabajo de cada uno de los operadores y que dicha verificación sea realizada por una segunda persona.

6.4.3. Errores frecuentes

Si el trabajo de un solo operador contiene errores frecuentes (*) o en partes o en preguntas clave del cuestionario, se debe verificar/reelaborar al 100% (en el proyecto).

6.4.4. Identidad del capturista

El sistema de captura de datos debe registrar en forma electrónica la identidad del miembro del equipo que captura y que verifica la información. Alternativamente, se puede guardar un registro manual.

Nota: Cada proveedor de servicios de investigación debe definir el significado de error frecuente y documentarlo.

6.5. Precisión de las bases de datos que no requieren la captura

El proveedor de servicios de investigación deberá contar con procesos definidos que permitan garantizar la precisión de los datos obtenidos mediante captura de datos por medios no impresos.

6.6. Codificación

6.6.1. Generalidades

Si se utiliza software automatizado de codificación, se deberá calcular el índice de error y en caso de que no sea aceptable, se deberá revisar “el diccionario” (la lista de códigos).

6.6.2. Desarrollo de marcos de codificación

La codificación de preguntas abiertas forzosamente involucra la creación de marcos de codificación, antes de aplicar las claves a las respuestas.

6.6.3. Revisión de cuestionarios recopilados

Para desarrollar el marco de codificación debe hacerse una revisión de una parte de los cuestionarios recopilados. El tamaño de la porción de la revisión de cuestionarios debe quedar documentada y aprobada por el ejecutivo responsable del proyecto.

6.6.4. Información

El proveedor de servicios de investigación debe garantizar que los encargados de la codificación del proyecto reciban, como mínimo, la siguiente información:

- a) Descripción general del proyecto
- b) Identificación de las preguntas o variables que serán codificadas
- c) Proporción mínima de cuestionarios o número de muestra empleados para crear marcos de codificación
- d) Uso de marcos de codificación de estudios u olas previas si es relevante

6.6.5. Actualización de listas o marcos de codificación con nuevos códigos

Posterior a la aprobación del marco de codificación, cuando los códigos adicionales se integren a este proceso, se deberán actualizar todas las copias del marco de codificación y modificar lo que corresponda en todo cuestionario que ya haya sido codificado.

6.6.6. Otras categorías (aplicación del código “Otro”)

El proveedor de servicios de investigación debe contar con reglas o directrices claras en lo que respecta al manejo de respuestas en las categorías “Otro”. Si el número de respuestas en estas categorías excede el 10% de las respuestas que van a ser codificadas, se deberán revisar las respuestas con miras a reducir el tamaño del grupo.

6.6.7. Verificación de la codificación de datos

El proveedor de servicios de investigación debe contar con procedimientos definidos para la verificación de la codificación de cada proyecto. Los procedimientos deben garantizar que exista un método sistemático de verificación de al menos el 5% de los cuestionarios codificados, por proyecto, y que dicha verificación corra a cargo de una segunda persona.

6.6.8. Errores frecuentes

Si el trabajo de un codificador contiene errores frecuentes (*), el trabajo de dicho codificador se debe verificar/reelaborar al 100% (en el proyecto).

Nota: Cada proveedor de servicios de investigación debe definir con el comité el significado de error frecuente y documentarlo.

6.7. Edición computarizada de datos ya capturados

6.7.1. Reporte

Cuando se realice una edición debe elaborarse y archivar un reporte de los resultados obtenidos.

6.7.2. Documentación

- 6.7.2.1. El ejecutivo responsable del proyecto debe estar informado de los registros de datos con error y documentar las acciones que se tomen para su corrección.
- 6.7.2.2. No deben hacerse cambios en los datos a menos que haya evidencia suficiente.

6.8. Administración del archivo de datos

El responsable de procesamiento de datos del proyecto deberá cerciorarse de que el archivo de datos limpio se identifique claramente y en su procesamiento se utilice la última versión.

7.0 VERIFICACIÓN DEL ANÁLISIS DE DATOS

La calidad de todas las tabulaciones debe revisarse y aprobarse o bien enmendarse. La revisión debe incluir como mínimo los siguientes aspectos:

- a) las especificaciones solicitadas por el ejecutivo responsable del proyecto
- b) las tablas necesarias para el análisis
- c) la abreviación de títulos o categoría de respuesta abierta, de modo que reflejen precisamente su contenido o esencia
- d) la base de cada tabla, la cual no debe considerar respuestas o filtros, sino el número real de encuestados por pregunta
- e) las cifras en los subgrupos
- f) revisión y aclaración de tablas en blanco (sin datos)
- g) revisión de ponderación a través de tablas de prueba
- h) revisión de ortografía
- i) referencia a la pregunta de origen real a la que pertenecen los datos
- j) revisión y aprobación del procesamiento y los resultados por parte de un profesional suficientemente calificado o experto en el área cuando se utiliza análisis multivariado u otras técnicas especializadas

8.0 CONTENIDO MÍNIMO DE UN REPORTE CUANTITATIVO

8.1. Especificaciones

Las especificaciones de la tabulación de datos y la estrategia general del análisis deben acordarse entre el ejecutivo a cargo del proyecto y el ejecutivo de procesamiento de datos con base en las necesidades establecidas por el cliente. Las especificaciones deben documentarse.

8.2. Presentación de datos

Para la presentación de datos deben seguirse los siguientes estándares:

- a) Si los datos son ponderados, entonces las tablas deben mostrar claramente las bases sin ponderar, y el método de ponderación debe señalarse en apéndices u otra documentación.
- b) Deben mostrarse las bases de renglones y columnas según se requiera.
- c) Si se hacen pruebas de significancia, las tablas deben mostrar la prueba y los niveles de significancia en un apéndice técnico u otra documentación.
- d) Deben definirse y explicarse de manera clara y completa todas las variables usadas en el análisis de los datos, incluyendo cualquier prueba de significación, indexación, puntuación, graduación y cálculos de medias, medianas, modas y desviaciones estándar.
- e) Las celdas de menos del 0.5% pueden mostrarse con un asterisco [*] u otro símbolo que las especifique.
- f) Los puntos estándar de saltos de página/titulares deben coincidir con las preguntas de origen.
- g) Debe incluirse información sobre supresión de celdas y otras medidas que aseguren la confidencialidad.
- h) Debe advertirse sobre resultados no confiables cuando el tamaño de la muestra sea muy pequeño.



9.0 ENTREGA DE INFORMACIÓN AL CLIENTE

La información al cliente debe responder a los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con las especificaciones solicitadas
- b) No contener virus informáticos
- c) Tratarse de una versión correcta

10.0 REPORTE DE RESULTADOS

10.1. Formato

El proveedor de servicios de investigación debe asegurarse de entregar los resultados detallados en el formato acordado previamente con el cliente.

10.2. Contenido del reporte de resultados

El reporte de resultados debe contener como mínimo los siguientes elementos:

- a) nombre del cliente
- b) nombre del proveedor de servicios
- c) objetivos de investigación
- d) diseño de investigación
- e) método de levantamiento
- f) universo de estudio: target general y específico
- g) nombre del responsable del proyecto
- h) resultado del análisis
- i) conclusiones
- j) recomendaciones
- k) fecha de entrega del reporte

11.0 ALMACENAMIENTO Y RESGUARDO

El manejo y control de la información del cliente deberá considerar los siguientes aspectos:

- a) El material del cliente deberá resguardarse bajo los controles de seguridad que el proveedor de servicios de investigación establezca para garantizar la confidencialidad.
- b) Todos los documentos, materiales, productos y bases de datos que no se requieran después de terminar el proyecto de investigación deberán ser devueltos al cliente, a menos que se acuerde expresamente lo contrario.
- c) El proveedor de servicios de investigación debe controlar los accesos a la información digital o impresa de personal no autorizado.
- d) El proveedor de servicios de investigación debe asegurar el manejo adecuado y/o desecho de documentos obsoletos, documentos defectuosos y rechazados.
- e) El proveedor de servicios de investigación debe contar con respaldos suficientes de la información y almacenarlos en un lugar seguro que garantice la recuperación de la información.
- f) Los registros y el tiempo mínimo de resguardo son de 6 meses en papel y de 2 años en electrónico. En caso de que el tiempo de resguardo sea diferente al establecido en este Estándar deberá quedar documentado.

12.0 COPIAS DE SEGURIDAD

12.1. Identificación de archivos

Se debe asegurar que todos los archivos electrónicos estén claramente identificados.

12.2. Datos del procesamiento y análisis

Los datos que pertenezcan al procesamiento y análisis de datos deben incluir:

- archivos de datos “crudos” (originales) y finales
- marcos de codificación
- archivos del proyecto, incluyendo información sobre la administración del proyecto
- correos electrónicos y otros datos de correspondencia

12.3. Procedimientos de respaldo de archivos

Los procedimientos de respaldo de archivos deben cubrir todo el proceso de datos computarizados. El proveedor debe contar con un sistema o mecanismo de respaldos diarios, semanales o mensuales que sea implementado para evitar la pérdida de datos en caso de una emergencia o falla del equipo o en caso de que sean borrados accidentalmente. Se guardarán dos copias claramente identificadas del material archivado en lugares separados. Una copia se guardará en un lugar diferente a las oficinas.

13.0 CONSIDERACIONES GENERALES

13.1 Particularidades del ISO 9001

En caso de una revisión a un proveedor de servicios de investigación certificado en ISO 9001 se podrá omitir el capítulo 1 (Sistema de Gestión de la Calidad) y proceder a la revisión de los demás puntos del documento. El ISO 9001 es un modelo de gestión de calidad internacionalmente reconocido. Sus requerimientos son mayores a los niveles mínimos especificados en este documento. Por lo tanto, se da por sentado que cualquier proveedor de servicios de investigación certificado en ISO 9001 cubre los requisitos del SGC de este Estándar.

13.2. LFPDPPP

Debe guardarse la confidencialidad de los datos de los sujetos reclutados de acuerdo a lo establecido en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP).

13.3. Medidas especiales

El proveedor de servicios de investigación debe adoptar medidas apropiadas cuando los respondientes sean considerados menores de edad o personas vulnerables. Deberá asegurarse, mediante carta responsiva, que los padres/tutores o equivalentes, así como los respondientes comprendan las implicaciones y den su consentimiento para participar en el levantamiento de la información. Se deberá guardar la carta responsiva como evidencia de que se cumplió con este requisito.

13.4. Asignación de recursos

El proveedor de servicios de investigación será responsable de asignar los recursos económicos, materiales y humanos necesarios para la realización de cada una de las etapas del proceso de investigación bajo las condiciones especificadas en la cotización, propuesta o contrato.

FUENTES CONSULTADAS

ESIMM® V2.0 (2008)

ISO 9001:2008

ISO 20252

ISO 26362:2009

Lineamientos de ESOMAR/GRBN para calidad
de muestra en línea (2015)

Distribuido por:

AMAI

Tels. +52 (55) 5545 1465

e-mail. amai@amai.org

website. www.amai.org

tweeter. [@AmalMexico](https://twitter.com/AmalMexico)

Facebook. Amal México

You Tube. Amal Mexico – You Tube



AMAI

INTELIGENCIA APLICADA
A DECISIONES

