



DATOS DIAGNOSTICOS TENDENCIAS

AÑO 8 NUMERO 27 ENERO 2001

Boletín de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública

Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México

AMAI

ESIMM

Introducción

En un entorno de negocios cada vez más competido, la investigación de mercados se ha convertido en una herramienta estratégica y táctica cada día más importante. Es por esto que la confiabilidad de la información generada debe estar avalada por normas y procedimientos que aseguren su calidad.

La AMAI, consciente de su papel rector en nuestra industria, ha trabajado arduamente en el diseño de un docu-

mento describiendo los estándares mínimos que deben ser ofrecidos por un proveedor, para garantizar que el trabajo realizado tenga un nivel suficiente de calidad y que las decisiones que se tomen sobre esta información estén bien fundamentadas.

CONTENIDO

Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México .. 1

¿Tiene Lugar la Semiótica en los Estudios Cualitativos de Mercado? 12

Medición de Satisfacción del Consumidor Final..... 14

Vaguedades y Anfibologías del Conjoint 17

Cambio de Mesa Directiva de la AMAI .. 21

Terceros Talleres..... 23

El Concepto de Distancia y su Aplicación en Estadística Multivariada 24

Elecciones en E.U.A. Relatoría de la Jornada Electoral 32

Y...¿Qué Onda con los Chavos? 36

Internotas 38

EDITORIAL

En este número presentamos un resumen del “Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México”, importante trabajo desarrollado por la AMAI para asegurarle a nuestros clientes la calidad necesaria para obtener resultados confiables. Tómese un tiempo y lea detenidamente este trabajo que representa el esfuerzo y colaboración de todos los miembros de la AMAI.

Adicionalmente a este trabajo de la asociación, contamos con interesantes colaboraciones de Beatriz Manjarrez y José Antonio Pérez de AC Nielsen, Abraham Nadelsticher “Bumy” de Brain, Roy Campos de Consulta, Andor Korényi de De la Riva, Fabián Hernández de Millward Brown México y Ma. Elena Castro de Zimat/Cinco; así como un breve mensaje de nuestro nuevo presidente de la asociación, Edmundo Berumen.

También queremos extenderles una cordial invitación a nuestros Terceros Talleres en Investigación de Mercados que se celebrarán los días 26 y 27 de abril, para mayores informes favor de comunicarse a los teléfonos de la asociación.

Estamos muy interesados en conocer su opinión sobre este boletín, por favor mándenos sus comentarios y sugerencias a: amai@amai.org

A M A I DIRECTORIO

	teléfono	fax
ACNIELSEN	5 387 1000	5 580 1957
ANALITICA MARKETING	5 211 5000	5 256 0839
BERUMEN Y ASOCIADOS	5 536 8606	5 687 4271
BIMSA	5 580 0288	5 395 8648
BRAIN	5 282 1382	5 280 9462
CINCO	5 658 3888	5 658 3705
CONSULTA	5 543 5969	5 543 3070
COMUNITEC Y ASOCIADOS	5 574 0190	5 574 8191
DE LA RIVA		
INVESTIGACION ESTRATEGICA	5 593 4389	5 593 1963
ENFASIS INVESTIGACION		
DE MERCADOS	5 250 4686	5 250 6870
EPI GRUPO	5 596 6701	5 251 5431
EPSI	5 250 4122	5 250 7957
ESTADISTICA APLICADA	5 202 1771	5 202 8307
FACTA RESEARCH	5 575 9099	5 559 1678
FACTUM	5 286 5118	5 286 9724
GALLUP	5 230 0762	5 230 0788
G. DE VILLA	5 395 2805	5 557 2715
IBOPE	5 605 0342	5 605 1674
IDM	5 611 3131	5 611 0601
INDEMERC	5 553 1830	5 286 2978
INNERQUEST	5 250 5211	5 531 0137
LEVANTA	5 598 9089	5 598 9088
MARKETING GROUP	5 273 5003	5 273 3804
MERC ANALISTAS		
DE MERCADOS	5 260 3377	5 260 6512
MILLWARD BROWN	5 286 2040	5 553 5790
NOVACTION MEXICO	5 543 1385	5 523 6881
ORC INTERNATIONAL	5 661 8956	5 661 7572
PEARSON	5 531 5560	5 203 8230
PULSO MERCADOLOGICO	5 651 4823	5 593 0929
QUALIMERC	5 523 5822	5 536 7838
RESEARCH INTERNATIONAL	5 628 9660	5 628 9662
SEGMENTA	5 240 7502	5 240-7503
SERTA DE MEXICO	5 343 8540	5 343 8615
SOLUCIONES CUALITATIVAS	5 395 6534	5 395 4516
TARGET	5 203 1313	5 203 1363
TOSCHI	5 705 6832	5 531 6979

Comité Editorial

Coordinador: Arturo Sánchez de la Vega.
Miembros del Comité: Javier Alagón, Edgar Cuevas, Marcelo De Fuentes, Ricardo Escobedo, Alejandro Garnica Andrade y Luis Woldenberg.
Distribución: Gabriela Sacal (Gerente AMAI).

«DATOS DIAGNOSTICOS TENDENCIAS», Enero 2001, Publicación Trimestral de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, A.C. Oficinas generales: Homero No. 223-2º piso, Col. Polanco. Delegación Miguel Hidalgo. C.P. 11560 México, D.F. Tel: 5 545.14.65 Fax:5 254.42.10. Edición: Luis Woldenberg. Diseño Editorial: Conjunción, S.C. San Felipe No. 229-8. Col. Xoco. Del. Benito Juárez. C.P. 03300 México, D.F. Tel. 5 604.67.82 Tel/Fax: 5 688.78.94. Impresión: Gamma Sucesores, S. A. de C.V. Ingenieros Civiles No. 94. Col. Nueva Rosita. Delegación Iztapalapa. C.P. 09420. México, D.F. Distribución: AMAI Reserva de la Dirección General de Derechos de Autor SEP No. 000786/97. Certificados de Licitud de Contenido No. 7136 y Título No. 10182 ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas.

Pero además de los elementos de diseño involucrados en un estudio particular, es indispensable que un proveedor sea capaz de mantener esos niveles de calidad de manera consistente a lo largo del tiempo y más importante aún, que cuando más de un proveedor se encuentre involucrado en varios proyectos, de manera simultánea, o de manera consecutiva, los resultados sean consistentes.

Esta necesidad no es únicamente un ideal, se justifica pues la Investigación de Mercados es una disciplina científica y por ende, debe ser consistente y repetible para que sus resultados puedan ser validados o refutados.

El proceso de investigación requiere de gran atención al detalle en cada una de sus fases y actividades. Asimismo, el gran número de personas que participan en un proyecto, demanda que los procedimientos de trabajo estén claramente especificados, documentados y transmitidos a todos los involucrados.

El Estándar de Servicio Para la Investigación de Mercados en México (ESIMM) es una guía de los diversos elementos que deben ser vigilados de manera ordenada y disciplinada, dentro de un sistema de aseguramiento de calidad implantado en todas las agencias miembros de la AMAI.

El objetivo es que el Estándar se aplique en todos los estudios realizados, independientemente de quién sea el ejecutivo, equipo o empresa responsable.

No es objetivo de este documento el dictar la manera de realizar el trabajo, pues eso limitaría terriblemente la creatividad y la competencia, sino el señalar las acciones mínimas y los sistemas, mecanismos y controles, principalmente administrativos, que deben existir en cualquier empresa dispuesta a proporcionar un valor adicional a sus clientes y verdaderamente comprometida con mejorar su forma de trabajo día con día.

Es responsabilidad del Comité de Calidad de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y de Opinión Pública (AMAI) la elaboración de este documento y de su revisión constante; sin embargo, la implantación de un Sistema de Aseguramiento de Calidad es responsabilidad de cada empresa.

Las empresas miembros de la AMAI se han comprometido a seguir fielmente los lineamientos propuestos. Sin embargo, al igual que en todos los países que nos han antecedido, la implantación completa del estándar por cada empresa ocurrirá después de un período de tiempo razonable que le permita adecuar sus procedimientos internos y así cumplir cabalmente con la norma.

En este lapso de tiempo, la AMAI apoyará a sus afiliados organizando cursos de capacitación y desarrollando formatos de reporte y procedimientos específicos que permitan lograr su implantación en todas las empresas.

Cabe aclarar que este es un documento de trabajo que será retroalimentado y modificado por la práctica diaria, lo que redundará en versiones posteriores más completas y exigentes. La AMAI publicará estas nuevas versiones con oportunidad.

Esperamos que el ESIMM cumpla su objetivo de coadyuvar a construir una investigación de mercados más profesional y de mayor calidad.

En las siguientes páginas presentamos un resumen de los principales temas incluidos en el Estándar.

Invitamos a nuestros lectores a consultar el documento completo para obtener una comprensión total de sus alcances e importancia.

Resumen

1.1 Generalidades

Este Estándar define los elementos básicos de calidad que deben poseer las compañías de Investigación de Mercados en México.

La compañía deberá implantar métodos de trabajo adecuados que aseguren la repetible calidad del servicio.

Todo Ejecutivo asociado a un proyecto deberá conocer este Estándar y asegurarse que todos los miembros que participan en él lo cumplan al igual que el Código de Ética de la AMAI.

La compañía deberá nombrar a un Ejecutivo Senior que será responsable de implantar eficazmente este Estándar, así como asignar todos los recursos para que se mantenga y mejore a lo largo del tiempo.

1.2 Procedimientos del Sistema de Aseguramiento de Calidad

La compañía deberá mantener e implantar procedimientos documentados de todas las etapas del proceso que impactan directamente a la calidad del servicio. Estos procedimientos deberán cubrir todos los requisitos de este Estándar así como el Código de Ética de la AMAI.

Los procedimientos documentados deberán ser guardados de tal forma que cada persona de la empresa tenga acceso a todos los procedimientos relevantes para su trabajo siempre que los necesite y, los juegos de copias que se encuentren en circulación deberán ser idénticos y encontrarse actualizados.

Deberá ser posible verificar el cumplimiento de los procedimientos mediante auditoría.

1.3 Contratos con Clientes

Las propuestas, cotizaciones o contratos con los clientes deberán estar por escrito en documentos de o para el cliente. Antes de responder a una solicitud de un cliente, la propuesta, cotización o contrato deberá ser revisado por un miembro Senior del equipo para asegurarse de cumplir con los requerimientos y expectativas del cliente así como el entendimiento de éstos.

Las revisiones y cambios que se realicen en la propuesta, cotización o contrato después del acuerdo inicial y los acuerdos finales establecidos entre el proveedor y el cliente deberán quedar documentados. Asimismo los acuerdos finales deberán quedar establecidos y firmados en una propuesta o contrato, así como todo cambio posterior.

1.4 Planeación, Control y Revisión de las Actividades de Investigación

Todas las etapas del proceso de investigación deberán ser controladas; incluyendo las actividades de diseño de la misma, para verificar que los requerimientos del cliente se cumplan.

Deben existir procedimientos para la identificación y rastreabilidad de trabajos particulares de forma única. Esta identificación deberá mantenerse en todos los registros y documentos del proyecto. Se deben guardar los registros de la evolución del trabajo.

1.5 Compras

La compañía deberá mantener procedimientos documentados para asegurar que aquellos productos o servicios que se utilicen como insumos y que tengan un impacto en la calidad del servicio que se entrega al cliente cumplan con todos los requisitos especificados.

Estos procedimientos deberán contemplar la evaluación del desempeño de subcontratistas y mantener registros relevantes sobre cualquier producto o servicio insatisfactorio recibido.

1.6 Entrenamiento del Personal

La compañía debe mantener procedimientos documentados sobre las actividades de entrenamiento enfocadas a generar y mejorar las habilidades del personal. Estos procedimientos deberán contemplar desde la detección de necesidades de capacitación hasta la forma de asegurarse que sean satisfechas.

Independientemente al área a la que pertenece, toda persona que ingresa a la empresa deberá recibir un curso de introducción de al menos 8 horas. Que debe contener los siguientes elementos:

- Puntos Administrativos.
- Puntos Técnicos.
- Puntos Técnicos adicionales para personal de campo.

Además será responsabilidad de la empresa que cada persona que trabaja en ella conozca el Código de Ética de la AMAI.

En el caso que una persona que se contrate tenga experiencia en la investigación de mercados, se podrán solicitar referencias y la capacitación que recibirá será un curso introductorio básico. Toda referencia recibida deberá estar documentada.

La compañía deberá mantener registros de calificación que incluyan el entrenamiento proporcionado y la experiencia previa. Para el caso de la fuerza de campo y supervisión de campo (cuantitativa y cualitativa), estos registros deberán incluir, además de los puntos mencionados, los siguientes datos:

- Formularios y solicitudes de contratación.
- Fecha de la entrevista previa al entrenamiento o contratación.
- Proyectos en los que ha participado.
- Reportes de supervisión y evaluación del colaborador.
- Detalle de deficiencias significativas encontradas y las acciones tomadas.

1.7 Manejo de Problemas

Se deben mantener procedimientos documentados para identificar, manejar y rectificar el trabajo que no cumpla con las especificaciones establecidas; estos procedimientos deberán contemplar los siguientes puntos:

- La investigación de las causas de las no conformidades, las acciones a tomar para corregirlas, medios para asegurar que dichas acciones se lleven a cabo y evitar la reincidencia de la no conformidad.
- Asegurar que sólo la información que ha pasado satisfactoriamente todas las validaciones y revisiones sean utilizadas en etapas subsiguientes.
- La disposición de trabajos rechazados (desechar o re-trabajar), así como mecanismos de revisión y reinspección de estos trabajos.

Se deberán mantener registros del trabajo o material desechado o retirado de procesamientos subsecuentes.

1.8 Almacenamiento y Resguardo Seguro de Registros y Materiales

Todos los proyectos deberán ser identificados de forma única para facilitar el rastreo de registros y documentos clave.

Deberán mantenerse procedimientos documentados para controlar los registros generados para el cumplimiento del estándar. Los procedimientos deberán contemplar la legibilidad, identificación, recolección, indexación, acceso, recuperación en cualquier momento, tipo de archivo, almacenamiento, tiempo de resguardo (2 años) y la disposición final que tendrán tomando en cuenta la necesidad de seguridad y confidencialidad.

Deberán mantenerse procedimientos documentados para asegurar el resguardo y control de materiales utilizados en la investigación que son proporcionados por el cliente (productos de prueba, cuestionarios, muestras, marcos muestrales, apoyos visuales) para evitar su deterioro.

1.9 Mantenimiento de Equipo y Programas Informáticos

Deberán mantenerse procedimientos documentados para el mantenimiento del equipo utilizado en la investigación y se requiere al menos de un elemento preventivo planeado.

Deberá de ser comprobada la capacidad de este equipo antes de la instalación o durante la misma.

2.1 Respuesta a Solicitudes de Trabajo

Toda comunicación que forme parte de una propuesta, cotización o contrato deberá tener especificaciones acerca de lo que se puede entregar, los tiempos y costos, así como cualquier condición comercial relevante. Se debe especificar si los precios son variables e indicar los factores de que depende.

Se debe documentar el entendimiento de los requerimientos y expectativas del cliente como parte de la propuesta, cotización o contrato.

Se deben tener métodos bien definidos para conocer la capacidad de responder a los requerimientos del cliente. Cuando se haya acordado una fecha de entrega, se debe señalar dicha fecha en registros internos, haciendo saber al cliente si se considera que la respuesta o los resultados serán entregados con retraso.

2.2 Contenido Mínimo de la Documentación de una Propuesta

Se deberá documentar, como parte de una propuesta, previo al inicio del trabajo en un proyecto:

- 1.0 Objetivos de la investigación.



2.0 Metodología. Debe ser documentada y cubrir al menos: uso de datos secundarios, universo bajo estudio, tamaño de la muestra, métodos de ponderación, técnicas de muestreo, recolección primaria de datos, uso de productos de prueba, personal clave del proyecto, entregables, uso de subcontrataciones, revisión del diseño y desarrollo de nuevos productos o técnicas predefinidas.

2.3 Cumplimiento de las Expectativas del Cliente

Será responsabilidad del ejecutivo negociar con el cliente los tiempos e información parcial y final. También el llegar a acuerdos y confirmar cualquier cambio que altere las especificaciones, costo y/o tiempos; mediante comunicación continua con el cliente.

2.4 Calendario del Proyecto

El proveedor entregará al cliente un calendario de tiempos y responsabilidades y comunicará cualquier cambio al mismo enseguida. En el calendario se establecerá:

- 1.0 Responsabilidad y fechas para proveer conceptos y/o productos y/o incentivos y/o localidades o lugares para el trabajo.
- 2.0 Fecha para aprobación del cuestionario o discusión guiada.
- 3.0 Programa del trabajo de campo.
- 4.0 Fecha de entrega.
- 5.0 Responsabilidad para obtener permisos.
- 6.0 Programa para la aprobación o definición de especificaciones de análisis.

2.5 Cuestionario o Guías de Discusión o Formatos de Registro

Cuando el trabajo es aprobado, el proveedor preparará un cuestionario o guía de discusión o formato de registro, que cumpla con los objetivos de la investigación, el cual será revisado y aprobado por el cliente. Se deberá entregar una copia del cuestionario autorizado antes de comenzar el trabajo de campo.

El ejecutivo será responsable de que el personal de campo esté debidamente informado y que el cuestionario o guía de discusión o formato de registro salga con instrucciones apropiadas.

2.6 Estándares Adicionales para Investigación Cualitativa

Previo a realizar el trabajo de campo:

- 1.0 Se debe acordar con el cliente la guía de tópicos para la entrevista junto con las técnicas facilitadoras propuestas.

2.0 Preparar y utilizar una hoja de registro previa con los datos que demuestran el NSE más los filtros adicionales que haya solicitado el cliente. Esta hoja debe ser aplicada antes de iniciar la sesión de grupo.

3.0 El moderador debe familiarizarse con los objetivos de la investigación, puntos a explorar, estímulo de material y las técnicas facilitadoras.

El moderador debe asegurarse que los respondientes cubran los criterios de reclutamiento, así como comportarse siempre con los más altos criterios de profesionalismo. Se hará un registro de las respuestas de cada grupo.

2.7 Especificaciones de Análisis (Investigación Cuantitativa)

El ejecutivo de investigación es responsable de:

- 1.0 Proveer al ejecutivo o analista de procesamiento de datos con una especificación clara de los procesos que se realizarán. Esto será documentado y guardado en archivo.
- 2.0 Revisar esquemas de codificación.
- 3.0 Estudiar el resultado de la edición.
- 4.0 Especificar los métodos de revisión o edición de datos.

2.8 Tabulaciones

El ejecutivo se asegurará que toda la tabulación cruzada muestre:

- 1.0 Tamaños de base de muestra sin ponderar.
- 2.0 Resultados ponderados.
- 3.0 Título de tabla claro.
- 4.0 Etiquetación clara de filas y columnas.
- 5.0 Descripciones de filtros de base.
- 6.0 Medias, errores estándar y otras estadísticas requeridas.

2.9 Revisión

El ejecutivo de la investigación es responsable de:

- 1.0 Que se realice una revisión adecuada de la precisión de los datos y tablas.
- 2.0 Que la consistencia lógica de los datos se revise.

2.10 Reportes

Al finalizar el estudio, el ejecutivo de investigación proporcionará al cliente un documento que incluya:

- 1.0 Los objetivos de la investigación.

- 2.0 Personal involucrado de la agencia y del cliente.
- 3.0 Universo del estudio.
- 4.0 Tamaño y naturaleza de la muestra.
- 5.0 Métodos utilizados para la recolección de datos.
- 6.0 Longitud de la entrevista.
- 7.0 Naturaleza de cualquier incentivo.
- 8.0 Período o patrón de frecuencia del trabajo de campo y cobertura geográfica.
- 9.0 Registro de rangos de respuesta y discusión de cualquier sesgo posible debido a no-respuesta.
- 10.0 Niveles de penetración o incidencia.
- 11.0 Fuerza de campo involucrada.
- 12.0 Subcontrataciones utilizadas.
- 13.0 Fuentes utilizadas.
- 14.0 Métodos de edición utilizados.
- 15.0 Todo método de ponderación utilizado.

2.11 Productos y Materiales Proporcionados por el Cliente

El ejecutivo es responsable de que se cumplan las instrucciones para el uso, destrucción y/o devolución de los productos proporcionados por el cliente.

2.12 Retención y Resguardo Seguro de Registros del Proyecto

La agencia de investigación es responsable de que los registros importantes estén seguramente guardados, bajo condiciones que impidan su deterioro, adecuadamente etiquetados y accesibles durante un periodo mínimo:

Tipo de registro	Tiempo mínimo de resguardo
Documentación de la propuesta, correcciones o modificaciones.	1 año en papel
Versión final del cuestionario.	1 año en papel 3 años en electrónico
Entrevistas físicas, transcripciones de discusiones de grupo, etcétera.	1 año en papel 3 años en electrónico
Especificaciones del procesamiento de datos, marcos de codificación, registros de edición y materiales adicionales.	6 meses en papel 1 año en electrónico
Reporte final, presentación, gráficos, etcétera.	1 año en papel o copia física 3 años en electrónico

3.1 Estándares para la Recolección de Datos

Las compañías que implanten este Estándar deberán seguirlo consistentemente en todos los tipos de recolección de datos o trabajos de campo que realicen, aun en los trabajos subcontratados.

Si se considera imposible adherirse a estos estándares, las razones deberán documentarse por completo.

La información o documentación sobre la administración de la labor de campo debe encontrarse disponible en caso de inspección. El inspector deberá tener acceso al sistema de registros computarizado en compañías donde exista.

3.2 Administración de la Fuerza de Campo

La compañía de investigación deberá tener disponible relativo a encuestadores, reclutadores y moderadores, la siguiente información:

- 1.0 Formularios y solicitudes de contratación.
- 2.0 Referencias laborales o recomendaciones.
- 3.0 Fecha de entrevista previa a la contratación.
- 4.0 Reporte de entrenamiento.
- 5.0 Proyectos en los que ha participado.
- 6.0 Reportes de supervisión y evaluación.
- 7.0 Detalle de deficiencias encontradas y acciones tomadas.
- 8.0 Fecha de emisión de credenciales y número de credencial.

Las compañías deben expedir credenciales de identidad a todos los individuos del área de campo que tengan contacto cara a cara con el público, que cuenten con una fotografía reciente, la vigencia que será de un año para personal de planta y 3 meses para personal temporal. Los encuestadores que hagan entrevistas médicas o ejecutivas podrán utilizar tarjetas de presentación que contengan el nombre, dirección y teléfono del encuestador.

3.3 Administración de la Supervisión de Campo

Un supervisor desempeña algunas de las siguientes funciones:

- 9.0 Reclutamiento de personal nuevo.
- 10.0 Entrenamiento o capacitación.
- 11.0 Supervisión directa.
- 12.0 Delegación o coordinación de trabajo, seguimiento del progreso.

Las compañías deben demostrar que los supervisores están adecuadamente entrenados para el trabajo mediante documentación que respalde este hecho, como son:



- 13.0 Formularios y solicitudes de contratación.
- 14.0 Referencias laborales o recomendaciones.
- 15.0 Fecha de entrevista previa a contratación.
- 16.0 Reporte de entrenamiento.
- 17.0 Proyectos en los que ha participado.
- 18.0 Reportes de supervisión y evaluación.
- 19.0 Detalle de deficiencias encontradas y acciones tomadas.

Si un individuo cuenta con experiencia comprobable puede no ser necesaria la entrevista inicial, en cuyo caso se deberá documentar la relación previa y experiencia.

Es responsabilidad de la compañía que todos los supervisores estén debidamente entrenados y capacitados para desempeñar sus funciones. Al ser nombrado supervisor un individuo, deben documentarse sus necesidades y fechas de entrenamiento.

3.4 Administración de los Proyectos

Los encuestadores, reclutadores, auditores y supervisores deben estar adecuadamente informados sobre las fechas del trabajo de campo, grupo objetivo, metodología, cuestionario, guía de discusión o formato de registro y cualquier requerimiento especial.

La siguiente documentación debe estar archivada y accesible:

- 1.0 Nombres de encuestadores o reclutadores.
- 2.0 Muestra alcanzada.
- 3.0 Registros de sesiones informativas.
- 4.0 Copia del cuestionario o material de entrevista.
- 5.0 Métodos de validación, número de revisiones, resultados por encuestador o auditor.

Se debe contar con un mecanismo que verifique, dentro de los 3 primeros días de arranque del proyecto, que el trabajo de campo se esté llevando a cabo conforme a los requerimientos del cliente.

El personal debe contar con experiencia y entrenamiento adecuado.

Cualquier desviación a lo establecido debe ser resuelta, comunicada y documentada junto con el detalle de las acciones llevadas a cabo para corregirla.

Todo equipo de 5 encuestadores debe salir a campo con un coordinador, quien se encargará de la supervisión directa.

Cuando el trabajo de campo o recolección de datos sea subcontratado, la compañía se debe asegurar que se cumpla con los requerimientos de este Estándar.

3.5 Administración del Trabajo Cualitativo

Los cuestionarios o guías de reclutamiento deben contener todas las áreas o preguntas filtro apropiadas y los reclutadores deben estar informados de:

- 1.0 Las fechas para el trabajo de campo, las sesiones y los tiempos en general.
- 2.0 Criterios clave de reclutamiento.
- 3.0 Tamaño del grupo a reclutar, número máximo y mínimo.

Un lugar nuevo para la investigación debe ser inspeccionado a menos que su conveniencia no esté en duda. Los detalles de la inspección deben documentarse para evaluaciones subsiguientes.

La información que debe estar archivada y disponible es:

- 1.0 Nombres de los reclutadores.
- 2.0 Relación del número de participantes, lugar, fecha y hora de la sesión.
- 3.0 Copia del cuestionario, guía de reclutamiento y guía de tópicos.

Se debe acordar con el cliente, las condiciones de observación directa o indirecta y ser establecido por escrito.

3.6 Administración del Trabajo en Centros de Afluencia

Un nuevo local en centro de afluencia debe ser revisado por una persona que haya sido entrenada especialmente para la tarea, a menos que la conveniencia del local no esté en duda.

3.7 Reclutamiento de Personal

Puede no ser necesaria una entrevista inicial cuando un individuo es conocido e identificado por algún miembro directivo de la oficina central, regional, centro telefónico o equipo de supervisión. La relación previa y pertinencia del individuo deben ser documentadas. En cualquier otro caso se debe realizar la entrevista y la fecha y sus resultados ser registrados.

Si existe relación previa con un individuo y referencias laborales que demuestren que tiene los conocimientos y experiencias, puede sólo ser sujeto de una capacitación breve en lugar del entrenamiento completo. Si el individuo es extranjero deberá realizar un examen del manejo del idioma español, lo cual se deberá registrar en el expediente.

3.8 Evaluación de Personal de Campo (Excluyendo Centros Telefónicos)

La empresa debe contar con un mecanismo de evaluación continua de encuestadores, reclutadores y auditores que debe generar y utilizar información de:

- 1.0 Supervisión directa en campo.
- 2.0 Encuesta, reclutamiento y/o auditoría acompañada.
- 3.0 Información obtenida en validaciones.
- 4.0 Reportes de codificación.
- 5.0 Retroalimentación del ejecutivo de proyecto o equipo de supervisión o moderadores.

El departamento encargado de la revisión debe buscar desviaciones respecto de las normas del estándar de calidad y retroalimentar al jefe operativo para establecer en el expediente si se requiere capacitación o entrenamiento. Si se detectan causas distintas de las desviaciones se deben documentar y archivar junto con las acciones correctivas tomadas.

3.9 Evaluación de Encuestadores de Centros Telefónicos

En Centros Telefónicos se pueden utilizar los reportes normales de monitoreo constante (escucha remota).

3.10 Validación de los Datos Recolectados en Centros Telefónicos

El trabajo telefónico también debe ser validado por parte del equipo de supervisión con entrenamiento o experiencia adecuada.

La primera entrevista completada en cada trabajo debe ser revisada manualmente lo más pronto posible, de no ser posible en equipos CATI se recomienda la escucha a distancia o en persona de la mayor cantidad posible de encuestadores o reclutadores.

Cuando la validación se considere inapropiada, imposible de realizar o perjudicial a la investigación, las razones deben documentarse y archivar para inspección.

Se deben elegir uno de los siguientes métodos de validación telefónica:

- 1.0 Monitoreo remoto donde los nombres de los encuestadores y el número de entrevistas o reclutamientos monitoreados debe documentarse y archivar.
- 2.0 Grabando la entrevista o reclutamiento documentando los detalles y archivándolos para inspección.
- 3.0 Recontactando a los entrevistados, documentando y archivando los detalles.

En centros telefónicos con escucha a distancia se debe validar mínimo el 5% de la muestra total y al menos, el 75% del total del cuestionario. Si no es posible se registrarán las razones.

En centros sin escucha a distancia se deberá validar al menos el 10% de la muestra total, ya sea por teléfono, en persona o por correo. Por teléfono y por persona deberá ser en las siguientes dos semanas posteriores a la entrevista, por correo dentro de las dos siguientes semanas laborables. La validación debe verificar por lo menos:

- 1.0 Fecha y contenido general o tema de la entrevista.
- 2.0 Preguntas demográficas o filtros clave o elegibilidad.

Para estudios hechos en otros idiomas, el monitoreo o validación deberá ser realizado por un supervisor con suficiente entendimiento del idioma. En los casos excepcionales donde el monitoreo no sea posible, las razones deben documentarse y archivar.

Para el reclutamiento telefónico de grupos la compañía debe seleccionar uno de los acercamientos de validación y pueden ser cambiados al inicio:

- 1.0 Un mínimo de dos entrevistados de cada grupo deben validarse.
- 2.0 Validar a todos los entrevistados en uno de cada cinco grupos que la compañía realice.

Para llevar a cabo la validación puede usarse cualquiera de las siguientes:

- 1.0 Validación pre-sesión de grupo de la elegibilidad de los participantes.
- 2.0 Los entrevistados pueden completar un cuestionario al inicio o final de la sesión.
- 3.0 Validación post-sesión.

La validación para el reclutamiento telefónico de entrevistas a profundidad puede ser de las siguientes formas:

- 1.0 Validación post-reclutamiento de la elegibilidad de los entrevistados previa a la entrevista.
- 2.0 Estableciendo la elegibilidad del respondiente a su llegada a la entrevista a profundidad.
- 3.0 Validación post-entrevista.

3.11 Revisiones Manuales de Cuestionarios Escritos

Se recomienda hacer una revisión manual de al menos un 5% de todos los cuestionarios escritos, antes de la captura de datos o lo más pronto posible después y debe incluir todo el cuestionario.

3.12 Mystery Shopping

Esta metodología se debe manejar de manera distinta en cuanto al anonimato del investigador, la información que debe obtenerse y el papel que debe asumir el investigador.

Los evaluadores deben estar adecuadamente entrenados e informados sobre cada proyecto. El método de entrenamiento se define por acuerdo entre el cliente y la compañía, y se debe documentar y archivar.

La información proporcionada al investigador debe documentarse y archiversse e incluir:

- 1.0 Lo que se espera de ellos.
- 2.0 Cómo actuar de acuerdo con su papel.
- 3.0 Cómo completar el reporte o cuestionario.
- 4.0 Instrucciones para el trabajo que pueden ser además audio-grabadas.

Cada formulario de reporte o cuestionario debe contener fecha, firma del investigador y la leyenda: "Yo declaro que la investigación ha sido conducida de acuerdo con mis instrucciones". Se recomienda establecer una línea telefónica para que el investigador pueda llamar a la oficina o al supervisor en caso de dudas.

Por lo menos una de las siguientes formas de evaluación ha de aplicarse en cada proyecto.

- 1.0 Revisiones de validación en computadora para datos fuera de la "norma".
- 2.0 5% de evaluaciones acompañadas ó 5% de evaluadores acompañados.

Cuando el trabajo se haga desde centros telefónicos se debe archivar documentación que muestre las acciones tomadas cuando la validación ha mostrado disparidades importantes.

- 1.0 5% de llamadas interferidas y escuchadas.
- 2.0 10% de las llamadas grabadas.

4.1 Administración del Procesamiento de Datos del Proyecto

La compañía debe asegurar que todo trabajo sub-contratado de procesamiento de datos cumpla con los requisitos señalados en este Estándar, además la subcontratación será hecha con la aprobación del cliente.

El ejecutivo de procesamiento de datos puede ser un ejecutivo de investigación o alguien específicamente empleado y entrenado.

Cada proyecto debe tener un expediente que contenga como mínimo el número y tamaño esperado de los regis-

tros de datos, el número de preguntas abiertas, los tiempos calendario para procesar y referencias a cualquier instrucción especial adicional.

Cada cuestionario debe tener un número secuencial para ayudar a su rastreo.

El cliente interno o externo debe ser informado de cualquier problema que retrase la entrega.

4.2 Análisis Cualitativo

Durante el análisis de las respuestas se hará uso de los registros originales, los cuales deben tener información suficiente para ser usados como base para interpretación.

4.3 Proyectos CATI / CAPI

Para cuestionarios CATI / CAPI se deben diseñar y utilizar pruebas de congruencia interna, las cuales deben ser autorizadas por quien las realiza y aprobadas por el cliente.

Las entrevistas deben ser registradas por fecha, hora e identidad del encuestador.

En entrevistas desde varios centros telefónicos o por CAPI, debe existir un sólo punto donde hacer cambios, pruebas y distribuir el cuestionario, asegurándose que las entrevistas se hacen con la versión final del cuestionario.

4.4 Elaboración de Marcos de Codificación

El equipo de codificación debe ser provisto con las instrucciones necesarias para cada proyecto, incluyendo:

- 1.0 Objetivos generales.
- 2.0 Identificación de preguntas que requieren codificación.
- 3.0 Subgrupos específicos requeridos.
- 4.0 Uso de marcos de codificación de estudios u olas previas.
- 5.0 Cualquier otro requerimiento especial.

Para desarrollar el marco de codificación se debe revisar una parte de los cuestionarios regresados, además se debe asegurar que los cuestionarios usados para generar los marcos son "representativos del estudio completo".

Se deben acordar con el cliente: la proporción de cuestionarios a utilizar para desarrollar el marco, así como los marcos de codificación provisionales.

4.5 Aplicación de los Marcos de Codificación

Un marco de codificación aprobado debe ser aplicado a todos los cuestionarios y en caso de sufrir modificaciones en las categorías, se deben actualizar y los cuestionarios ya codificados enmendados.

Respuestas “no” y “no sabe” deben ser claramente diferenciadas y las respuestas “otras” no deben exceder el 10%, salvo acuerdo con el cliente.

4.6 Verificación de la Codificación de Datos

Una segunda persona, capacitada, debe revisar al menos el 5% del trabajo codificado y llevar registro en archivo de errores consistentes que pudieran requerir re-entrenamiento.

4.7 Captura y Edición de Datos

El equipo de captura y el de verificación deben estar entrenados apropiadamente.

Los capturistas deben teclear las respuestas tal y como están en el cuestionario, salvo especificación en contrario, de lo cual se debe guardar registro en archivo.

Se deben hacer revisiones para asegurar que los datos capturados reflejan lo que aparece en el cuestionario y está conforme con las especificaciones de edición.

El capturista debe informar de cuestiones que contengan errores inaceptables. El ejecutivo de procesamiento debe regresar esos cuestionarios para verificación o re-trabajo.

Ediciones subsecuentes se pueden hacer durante o después de la captura de datos.

El ejecutivo de procesamiento debe registrar y archivar los detalles de cualquier revisión implementada en la etapa de captura.

Los huecos en los datos deben dejarse en blanco para manejarse en la etapa de edición computarizada o identificarse como “sin respuesta” durante el análisis. Si se registran respuestas fuera de rango, deben indicarse manualmente o en el sistema computarizado y ser revisados por el ejecutivo de procesamiento.

4.8 Verificación de la Captura de Datos

Un mínimo del 10% del trabajo de un capturista debe ser revisado al 100% por otro capturista. Los registros que fallen serán corregidos o re-trabajados.

En caso de errores constantes en el trabajo de una persona, deberá revisarse o re-trabajarse su trabajo, dándole el entrenamiento apropiado. Los registros de no-conformidad deben ser registrados y archivados para inspección.

El sistema de captura de datos debe registrar la identidad tanto del capturista como del verificador. Alternativamente un registro manual se guardará.

4.9 Edición de Datos

Existen la edición computarizada forzada y reportada de los datos ya capturados. En forzada se especifican reglas

que se escriben como programa de computadora y se aplican a todos los registros para forzarlos a estar limpios, de lo cual debe elaborarse y archivar un reporte que muestre que dicho forzamiento dio los resultados esperados.

El cliente debe ser informado de los registros y elementos que fallen los exámenes lógicos y hacer decisiones sobre cómo corregirlos, archivando registro de éstos.

En los proyectos continuos se pueden desarrollar reglas para manejar las fallas de edición y se evite la verificación cada vez. Estas reglas serán acordadas con el cliente.

No deben hacerse cambios a los datos a menos que haya evidencia contundente.

4.10 Administración del Archivo de Datos

Cuando se han limpiado los datos, se debe asegurar que:

- 1.0 No se dupliquen los archivos y registros.
- 2.0 Los datos originales y los limpios se identifiquen claramente.
- 3.0 Se use la última versión.
- 4.0 Se hagan y guarden copias de respaldo.
- 5.0 Se apliquen reglas consistentemente.
- 6.0 En cada etapa antes y después de la limpieza de datos, se realicen conteos de no respuestas o frecuencias.
- 7.0 Los datos sean originales o editados por fuera.
- 8.0 Se guarde registro de cualquier corrección.

Las correcciones manuales deben ser marcadas en forma fácilmente distinguible.

Los archivos de corrección computarizada deben guardarse junto con los archivos de programa, usando un sistema consistente para definir la nomenclatura o numeración.

4.11 Especificando Requerimientos del Procesamiento de Datos

Las especificaciones de la tabulación y la estrategia general de análisis se deben acordar entre el cliente y el proveedor de procesamiento y documentarse. El ejecutivo de procesamiento debe trabajar con estas especificaciones, una copia marcada del cuestionario y el archivo de datos.

4.12 Presentación de Datos

En datos ponderados, las tablas deben mostrar las bases sin ponderar y el método de ponderación señalarse.

Deben mostrarse las bases de renglones y columnas.

Las tablas deben mostrar las pruebas y niveles de significancia, si se hacen, en un apéndice.

Celdas de menos del 0.5% pueden mostrarse con un asterisco, siempre que se aclare.

4.13 Verificación del Análisis de Datos

La calidad de las tabulaciones se debe revisar y aprobarse o enmendarse incluyendo mínimo:

- 1.0 Que esté completo.
- 2.0 Que cualquier abreviación refleje precisamente el contenido o esencia.
- 3.0 Estar cubiertas las especificaciones.
- 4.0 Que la base de cada tabla sea correcta considerando no respuestas o filtros.
- 5.0 Cifras en subgrupos correctas.
- 6.0 Investigación de tablas en blanco.
- 7.0 Cruces de tablas de segmentos o desgloses.
- 8.0 Revisión de ponderación a través de tablas de prueba.
- 9.0 Revisión ortográfica.
- 10.0 Legibilidad.

En análisis multivariado u otras técnicas especializadas, el procesamiento debe revisarse y aprobarse por estadístico u otro ejecutivo calificado, quien debe ser nombrado en el reporte y demás documentos para el cliente.

4.14 Entrega de Datos al Cliente en Formato Electrónico

Se debe revisar lo siguiente:

- 1.0 Que el formato del archivo sea compatible con las especificaciones de hardware y software acordadas con el cliente.
- 2.0 Que no contenga virus.
- 3.0 Que el archivo esté completo y la versión sea la correcta.
- 4.0 Descripción del contenido de cada disco, etiquetándolos y con instrucciones de limitaciones de uso.

Si el archivo se envía por correo electrónico o módem se debe revisar que:

- 1.0 El archivo que se envía es el correcto.
- 2.0 La transmisión ha sido exitosa.

4.15 Retención de Copias de Seguridad y Almacenamiento de Registros

Copia de los datos básicos y todos los archivos de trabajo debe retenerse en formato electrónico.

Todos los archivos computarizados deben estar claramente identificados con el objeto de que el proyecto pueda ser reconstruido fácilmente.

Un sistema de respaldos periódico deber ser implementado y dos copias identificadas del material archivado deben ser guardadas, una en un almacén aparte o en caja de seguridad a prueba de fuego.

Hay un medio para estar actualizado



DATOS
DIAGNOSTICOS
TENDENCIAS

Boletín de la Asociación Mexicana de Agencias de
Investigación de Mercado y Opinión Pública

¡ Suscríbese ya !

Envíenos sus datos vía fax al 5254-4210 o llámenos al 5545-1465