



# ESTÁNDAR DE SERVICIO PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN MÉXICO



calidad y experiencia  
en investigación





ESTÁNDAR DE  
SERVICIO  
PARA LA  
INVESTIGACIÓN DE  
MERCADOS EN  
MÉXICO:  
ESIMM®.



calidad y experiencia  
en investigación

ASOCIACION MEXICANA  
DE AGENCIAS DE  
INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
Y OPINIÓN PÚBLICA, A.C.

# Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México

Versión 2.0

Primera Edición, México, D.F. 2008



©Asociación Mexicana de Agencias de Investigación  
de Mercado y Opinión Pública, A.C.  
Homero 223 – 2o piso, Col. Polanco.  
Del. Miguel Hidalgo C.P. 11560, México, D.F.

Presidente (2006-2008): Eduardo Ragasol  
Director General: Alejandro Garnica A.

Este documento ha sido posible gracias al trabajo realizado  
por el Comité de Calidad (Bienio 2006-2008).

Coordinador: Ricardo Barrueta

## Miembros del Comité:

Alberto Alamilla  
Alberto Martínez de Velasco  
Alejandro Mondragón  
Alfredo Krasovitzky  
Brian Martin  
David López  
Francisco Solorio  
Javier Tavizón  
Jorge A. Valdés  
Manuel Barberena  
Óscar Balcázar

## Agradecemos también la participación de:

Marcela Sánchez  
Sara Ruiz Guillén  
Lorena Yáñez Méndez  
Manuel Moreno  
Flor Maldonado

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

**Impreso en México. Esta publicación se imprimió con 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

	<b>Presentación</b>	7
	<b>Glosario</b>	11
<b>1.0</b>	<b>Sistema de Gestión de la Calidad</b>	<b>21</b>
	1.1 Generalidades	21
	1.2 Procedimientos del Sistema de Gestión de la Calidad	23
	1.3 Contratos con Clientes	24
	1.4 Planeación, Control y Revisión de las Actividades de Investigación	25
	1.5 Compras	27
	1.6 Entrenamiento del Personal	28
	1.7 Manejo de Problemas	31
	1.8 Almacenamiento y Resguardo Seguro de Registros y Materiales	33
	1.9 Mantenimiento para Equipo y Programas Informáticos	36
<b>2.0</b>	<b>Manejo de Elementos Ejecutivos de la Investigación</b>	<b>37</b>
	2.1 Respuesta a Solicitudes de Trabajo	37
	2.2 Contenido Mínimo de la Documentación de una Propuesta	38
	2.3 Calendario del Proyecto	40
	2.4 Cambios en la Especificación del Trabajo	41
	2.5 Cuestionarios o Guías de Discusión o Formatos de Registro	41
	2.6 Estándares Adicionales para Investigación Cualitativa	42
	2.7 Especificaciones de Análisis (Investigación Cuantitativa)	44
	2.8 Tabulaciones	44
	2.9 Revisión	45
	2.10 Reportes	45
	2.11 Productos y Materiales Proporcionados por el Cliente	47
<b>3.0</b>	<b>Recolección de Datos</b>	<b>49</b>
	3.1 Administración de la Fuerza de Campo	49

3.2	Administración de la Supervisión de Campo .....	50
3.3	Administración de los Proyectos .....	51
3.4	Administración del Trabajo Cualitativo .....	53
3.5	Administración del Trabajo en Centros de Afluencia .....	55
3.6	Evaluación de Personal de Campo (Excluyendo Centros Telefónicos) .....	55
3.7	Evaluación de Encuestadores o Reclutadores de Centros Telefónicos .....	57
3.8	Validación de Datos Recolectados en Centros Telefónicos .....	57
3.9	Revisiones Manuales de Cuestionarios Escritos.....	60
3.10	<i>Mystery Shopping</i> .....	60
<b>4.0</b>	<b>Manejo y Procesamiento de Datos .....</b>	<b>63</b>
4.1	Generalidades/Administración del Procesamiento de Datos del Proyecto .....	63
4.2	Análisis Cualitativo .....	63
4.3	Captura de Datos .....	64
4.4	Para Cuestionarios Diseñados Electrónicamente (Proyectos CATI/CAPI) .....	65
4.5	Captura de Datos en Papel. Especificaciones .....	66
4.6	Verificación de la Captura de Datos en Documentos Impresos .....	67
4.7	Precisión de las Bases de Datos que no Requieren la Captura de Datos .....	67
4.8	Codificación .....	68
4.9	Edición de Datos .....	71
4.10	Administración del Archivo de Datos .....	72
4.11	Especificando Requerimientos del Procesamiento de Datos .....	73
4.12	Presentación de Datos .....	73
4.13	Verificación del Análisis de Datos .....	74
4.14	Entrega de Datos al Cliente en Formato Electrónico .....	75
4.15	Retención de Copias de Seguridad (Respaldo o <i>Backup</i> ) y Almacenamiento de Registros .....	76

# PRESENTACIÓN

## El ESIMM® en su segunda versión

La piedra angular de la investigación aplicada es la confiabilidad, en los varios sentidos de la palabra. Desde luego para nuestra actividad es altamente relevante la confiabilidad tal y como la definió la sociología teórica, en tanto una suma de congruencia, precisión y objetividad de los indicadores obtenidos a partir de observar y medir la conducta humana<sup>1</sup>.

Pero también importa la confiabilidad entendida como sinónimo de credibilidad, que es la base fundamental de la relación entre el generador de información y el usuario de la misma, o lo que es lo mismo, entre el proveedor de investigación y el cliente que la solicita para apoyar su proceso de toma de decisiones.

Durante buena parte del siglo pasado, la confiabilidad de las empresas de investigación se cimentó en el prestigio público de la compañía, sus credenciales profesionales y las recomendaciones de sus clientes. Pero conforme creció la industria y se expandió internacionalmente, se hizo necesario contar con sistemas formales que garantizaran y acreditaran la congruencia, precisión y objetividad del trabajo de los investigadores de mercados, de medios de comunicación, de la opinión pública. Esa fue la génesis del movimiento de calidad que rápidamente ha cubierto a la industria de investigación en los distintos mercados del planeta.

En el caso de México, un impulso adicional para establecer un sistema de calidad de investigación provino de la reunión de voluntades que creó a la AMAI para convertirla en un estandarte de la industria. Fundada en 1992 como la institución

---

<sup>1</sup> Ver por ejemplo el texto sobre confiabilidad y validez de Hans Zetterberg en: *Teoría y verificación en sociología* (Buenos Aires: Nueva Visión, 1968).

---

para aglutinar a las mejores empresas de investigación que operan en el país, la asociación desde su inicio se planteó la misión de trabajar por la profesionalización del gremio así como en establecer mecanismos que garantizaran el funcionamiento responsable de la industria de investigación ante todas sus audiencias.

Bajo ese enfoque, en la segunda mitad de la década de los noventa Rubén Jara, primer presidente de la AMAI (1992-1994) e importante actor del grupo, vislumbró la necesidad de crear un sistema de calidad para materializar el compromiso y la garantía del gremio por ofrecer un servicio óptimo a sus clientes.

La labor de la AMAI se inició con una revisión exhaustiva de los sistemas de calidad que en ese momento existían en distintos lugares del mundo; particularmente inspiradora fue la consulta del MRQSA de la British Market Research Association. Se decidió así construir un cuadro normativo propio que derivó en lo que posteriormente se llamaría Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México: ESIMM®.

El ESIMM® es un protocolo que establece los requisitos sustanciales de calidad que debe observar toda empresa de investigación operando en México, que pretenda ofrecer a sus clientes un servicio preciso y confiable.

Desde un inicio fue claro que el proyecto tendría avances a corto y a mediano plazos, y para llevarlos a cabo la AMAI formó en 1999 un Comité de Calidad. Puesto que el proceso del ESIMM® implicó el concurso de considerables recursos materiales y humanos, se decidió instrumentarlo progresivamente. En un principio su adopción fue voluntaria, creando un sistema de trabajo en el que las empresas a certificar recibieran asesoría especializada para hacer los ajustes necesarios con la finalidad de adecuar sus operaciones a los criterios establecidos en el Estándar.

En su última etapa de instauración el ESIMM® pasó a ser un requisito obligatorio de pertenencia e ingreso a la AMAI. Para obtenerlo por primera vez, las empresas miembros de la asociación tuvieron que aprobar varias



auditorías de calidad celebradas a lo largo de 18 meses ante una firma independiente, autorizada para suscribir certificados de calidad de diversas industrias de productos y servicios. A partir de 2003 ha sido indispensable aprobar una auditoría anual que garantice que la empresa titular del certificado mantiene el nivel de cumplimiento del ESIMM®. De esta forma, la AMAI se convirtió en la primera asociación de su tipo en el mundo que fijó como requisito de admisión y permanencia el mantenimiento de un sistema de calidad auditado externamente.

La experiencia ha generado notables dividendos al interior de las empresas asociadas. Asimismo, ha servido para establecer un mecanismo de compartimiento de buenas prácticas profesionales y darle un nuevo giro a la industria de la investigación aplicada en México. Este bagaje fue también la base para la participación activa de México en el Comité Técnico mundial que colaboró en el desarrollo de la norma ISO 20252, que ahora empieza a ser adoptada como parámetro internacional de calidad en investigación social aplicada.

En 2006 el Comité de Calidad, ahora encabezado por Ricardo Barrueta, Director de Millward Brown México, identificó la pertinencia de hacer una revisión a detalle del ESIMM® a la luz de la experiencia de su aplicación a lo largo de varios años, así como para determinar sus equivalencias con la norma ISO 20252.

El resultado de ese proceso es la segunda versión del ESIMM® que se presenta en este documento.

El nuevo Estándar es el resultado de una triple operación. Por una parte, se ha actualizado todo aquello que fuera necesario en los cuatro grandes apartados que contiene la normativa; así, por ejemplo, la terminología y los conceptos incluidos cubren más adecuadamente el glosario con el que trabaja actualmente un investigador.

Además, se revisó la secuencia y el rigor de los controles recomendados, por lo que en esta nueva versión se presenta un cuadro normativo y procedimental más robusto y estricto.

En tercer lugar, se buscó lograr una aliteración sustancial entre este Estándar y el ISO 20252, ya que ambos ordenamientos convivirán como marcos de referencia para acreditar la calidad de las empresas que forman parte de la AMAI.

En última instancia, el ESIMM® en su segunda edición vuelve a patentizar la voluntad colectiva de un grupo de profesionales que unen esfuerzos para crear mecanismos autorregulatorios públicos y sólidos. Son muchas las personas que han colaborado con Rubén Jara y Ricardo Barraeta en todo este esfuerzo. El tiempo y el talento invertidos queda de manifiesto en este Estándar, que con justeza refrenda el lema de la AMAI: *calidad y experiencia en investigación*.

Alejandro Garnica Andrade  
Director General de la AMAI

# GLOSARIO

**Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados 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).

**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 teniendo como fundamento principios y métodos científicos.

NOTA: En particular, éstos 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.

**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.

**Cliente**

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

**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.

**Criterios de auditoría**

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

**Propuesta**

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

**Cotización**

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

**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.

**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.

**Encuestador**

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

**Entrevistado**

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

**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.

**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.

NOTA: No se incluyen aquellos paneles que continuamente se están monitoreando, por ejemplo, paneles de nivel de audiencia de TV y paneles de consumidores.

**Precisión**

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

***Ad-hoc***

(Investigación) Diseñada específicamente para un objetivo o problema particular.

**Evaluación**

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

**Auditor**

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

**Sesgo**

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

**Código**

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

**Marco de codificación**

Lista de categorías con sus respectivos códigos para clasificar respuestas.

**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), la CASI (autoentrevista asistida por computadora) y la CAWI (entrevista por Internet asistida por computadora).

**Confidencialidad**

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

**Proyecto continuo**

Estudio que implica la recolección de datos regular y continua.

**Edición de datos**

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

**Captura de datos**

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

**Procesamiento de datos (DP)**

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

**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.

**Base de datos**

Conjunto de datos centralizado al que pueden acceder los usuarios.

**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. Los temas de discusión pueden variar entre entrevistas, siempre y cuando se cubran todos los temas previamente definidos de una guía de tópicos.

**Investigación de escritorio/Investigación secundaria**

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

**Guía de tópicos**

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

**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 otros encuestadores que llevan a cabo la recolección de datos mediante la observación y “auditores” que recolectan datos a partir de visitas a puntos de venta al público.

### **Filtro**

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

### **Sesión de grupo/Discusión de grupo**

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

### **Conteo de frecuencia/Conteo de vacíos/Valores marginales**

Recuento sintetizado de datos individuales en un archivo electrónico.

### **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.

### **Captura lógica de datos**

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



**Moderador**

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

**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.

**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.

**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.

**Pregunta abierta/Respuesta abierta**

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

**Panel**

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

NOTA: El panel no incluye el panel predefinido.

**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.

**Registros originales**

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

NOTA: Puede tratarse de documentos impresos o electrónicos.

### **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.

### **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 en 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.

### **Administración de calidad**

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

### **Investigación cuantitativa**

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

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

### **Muestreo por cuotas**

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

**Reclutador**

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

**Representatividad**

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

**Encuestado**

Persona de quien se obtienen los datos.

NOTA: Puede tratarse de personas físicas o morales.

**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.

**Muestra**

Subconjunto de la población objetivo del cual se recolectan datos.

**Marco muestral**

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

**Captura de datos simple**

Captura de datos que no contiene verificaciones lógicas.

**Subcontratación/*Outsourcing***

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

NOTA: Los trabajadores de campo independientes no son empleados bajo el esquema de la subcontratación para los propósitos de esta norma.

**Encuesta**

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

**Población objetivo**

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

**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.

**Oleada**

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

**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.

# 1.0

## SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

### 1.1 Generalidades

- 1.1.1 Este Estándar define los elementos que deben poseer los proveedores de servicios de investigación que buscan ser evaluados y, en conjunto, constituyen un Sistema de Gestión de la Calidad, que garantiza la existencia de niveles mínimos de servicios de la empresa y por lo tanto, definen la calidad mínima de servicio que debe existir en la investigación de mercados en México.
- 1.1.2 Cualquier proveedor de servicios de investigación comprometido con el Estándar debe implementar métodos de trabajo (i.e. mecanismos, controles, sistemas administrativos, informáticos, etc.) que aseguren que estos lineamientos sean seguidos siempre, consistente y constantemente, en todo trabajo realizado para un cliente y en todas las áreas operativas y administrativas contempladas en el Estándar.
- 1.1.3 Es responsabilidad de todo ejecutivo asociado a cualquier proyecto, el estar familiarizado con el Estándar y asegurarse que todos en la compañía que participen en un proyecto y que lleven a cabo alguno de los procesos detallados en este documento lo cumplan; al igual que los lineamientos del Código de Ética de AMAI.
- 1.1.4 ISO 9001:2000 es un modelo internacionalmente definido y reconocido como de gestión de calidad, sus requerimientos son mayores a

los niveles mínimos especificados en este documento; por lo tanto, cualquier proveedor de servicios de investigación certificado en ISO 9001:2000 llena los requisitos de gestión de este documento. En caso de una revisión a un proveedor de servicios de investigación certificado en ISO 9001:2000, se podrá omitir el punto 1.0 (Sistema de Gestión de la Calidad) y proceder a la revisión de los demás puntos del documento.

- 1.1.5 La dirección general del proveedor de servicios de investigación deberá:
- Comprometerse con la calidad del servicio que se presta al cliente (lo cual puede contemplar la definición de una política de calidad y los objetivos que garanticen la calidad).
  - Asegurarse del desarrollo, la implementación y la mejora continua del Sistema de Gestión de la Calidad.
  - Garantizar que el Sistema de Gestión de la Calidad esté debidamente documentado.
  - Garantizar la distribución de los recursos y la información adecuada para el sistema.
  - Designar un representante de la dirección que cuente con la suficiente autoridad y solvencia para responsabilizarse del sistema en su totalidad y de la organización de auditorías internas con las que se asegure que la presente norma está siendo aplicada.
- 1.1.6 Se deberá 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.
- 1.1.7 Se deberán documentar, implementar y mantener los procedimientos, instrucciones y métodos requeridos para completar las diferentes actividades, de conformidad con los requisitos del presente Estándar. Dichos elementos deberán ser auditables.

Nota: Si por circunstancias excepcionales, se considera imposible cumplir con algún elemento de este Estándar (a excepción de aquellos contenidos en el capítulo 1), las razones deberán ser documentadas por completo.

## **1.2 Procedimientos del Sistema de Gestión de la Calidad**

- 1.2.1 Los procedimientos del Sistema de Gestión de la Calidad necesitan estar debidamente documentados y ser implementados eficazmente a través de la empresa. Deben de cubrir como mínimo todos los requerimientos definidos en este documento y en el Código de Ética de AMAI. Cualquier formato puede ser utilizado para documentar, incluyendo el magnético.
- 1.2.2 Los procedimientos documentados deben 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.
- 1.2.3 Deberá ser posible verificar el cumplimiento de los procedimientos mediante auditoría, evento a través del cual se podrá establecer si un procedimiento ha sido seguido (e.g. examinando los archivos o registros documentados).
- 1.2.4 El proveedor de servicios de investigación deberá monitorear y controlar de manera efectiva los procesos de investigación acordados, así como su Sistema de Gestión de la Calidad de la siguiente forma:
  - Analizando el funcionamiento del proceso de investigación y del Sistema de Gestión de la Calidad.
  - Analizando las causas de los problemas o discrepancias, si las hubiere,

e implementando, cuando sea necesario, acciones correctivas y preventivas.

- Registrando las acciones tomadas para prevenir la recurrencia de dichos problemas.
- Asegurando que las acciones tomadas realmente solucionen los problemas.

1.2.5 El proveedor de servicios de investigación deberá establecer y mantener un procedimiento documentado que revise y resuelva las inconformidades de los clientes. Dicho procedimiento deberá contemplar:

- La identificación y el registro de las causas que originan las inconformidades.
- La implementación de acciones que resuelvan los problemas e impidan su recurrencia.
- De igual forma, se deberá contar con un mecanismo de revisión por el que se confirme que dichas acciones tomadas fueron efectivas en la resolución de la inconformidad.

1.2.6 En intervalos previamente planeados, el proveedor de servicios de investigación deberá llevar a cabo auditorías internas con el objetivo de determinar que el Sistema de Gestión de la Calidad funcione correctamente.

1.2.7 El proveedor de servicios de investigación deberá medir y analizar en intervalos regulares la satisfacción del cliente con miras a mejorar la calidad del servicio.

## **1.3 Contratos con Clientes**

1.3.1 Los métodos que establezca el Sistema de Gestión de la Calidad de la empresa, obligarán a que las propuestas, cotizaciones y contratos con los clientes estén por escrito en documentos de o para el cliente.



Al responder a una solicitud de un cliente, la propuesta, cotización y contrato será revisado por un miembro *senior* del equipo, para asegurarse que existen los recursos apropiados y adecuados para cumplir con los requerimientos y expectativas del cliente.

- 1.3.2 Las revisiones y cambios que se realicen en la propuesta, cotización y contrato después del acuerdo inicial deben estar adecuadamente documentados, ya sea para o por el cliente.
- 1.3.3 Los acuerdos finales establecidos entre el proveedor de servicios de investigación y el cliente deberán establecerse y acordarse y/o firmarse en un documento propuesta o contrato y todo cambio posterior deberá quedar documentado por escrito.

Nota: Vea también los requisitos del Estándar sobre el manejo de los elementos de la investigación, punto 2.0 de este Estándar.

- 1.3.4 Queda prohibido emplear cualquier tipo de información, desde el material utilizado hasta los resultados de la investigación de un cliente específico que un proveedor de servicios de investigación haya obtenido como resultado de la realización de un proyecto de investigación en particular, para proyectos de investigación de otros clientes sin la debida autorización.
- 1.3.5 Todo contrato debe contener el precio de la investigación y un calendario del proyecto, según se especifica en los puntos 2.2.1 y 2.3 de este documento.

## **1.4 Planeación, Control y Revisión de las Actividades de Investigación**

- 1.4.1 Todas las etapas del proceso de investigación, incluyendo las actividades de diseño de la misma (e. g. propuestas, cuestionarios, etc.)

deberán ser completadas y controladas a través del Sistema de Gestión de la Calidad, para verificar que los requerimientos del cliente se cumplan. Algunos métodos para lograr esto incluyen:

- La asignación y delimitación de trabajo y responsabilidades entre personal debidamente entrenado y con la experiencia necesaria.
- Todas las instrucciones relevantes al trabajo deben ser proporcionadas al equipo de forma que puedan estar al tanto, en cualquier momento, de cualquier cambio hecho a propuestas, cotizaciones y contratos después de su acuerdo.
- Lograr estándares adecuados de trabajo a través del entrenamiento, supervisión e instrucciones documentadas.
- Cumplimiento de los procedimientos documentados relevantes.
- Monitoreo y revisión de todas las etapas del proceso de investigación, de tal forma que todo el equipo se encuentre enterado del estado del proyecto. El proveedor de servicios de investigación debe monitorear los procesos de investigación más importantes, de manera que se realicen de acuerdo con las especificaciones acordadas. Los procesos más importantes incluyen: el procedimiento de muestreo, el desarrollo del cuestionario o de la guía de tópicos, la recolección de datos, el procesamiento de datos, y el análisis y elaboración de documentos entregables.

1.4.2 Todos los documentos y registros del Sistema de Gestión de la Calidad estarán sujetos a un proceso de control por versiones, de manera que se pueda identificar claramente la versión vigente.

1.4.3 Deben existir procedimientos para la identificación de trabajos particulares y se deben guardar registros, a modo de bitácora (ya sea de forma impresa o en formato electrónico) de la evolución en los programas de trabajo de la investigación, para mostrar cuáles actividades de monitoreo o revisión han sido completadas y que se ha mantenido un control adecuado del trabajo.

- 1.4.4 Todos los registros relevantes de un proyecto deben ser mantenidos en un archivo de trabajo y se recomienda guardar una lista de verificación del estado del proyecto dentro del mismo.

## 1.5 Compras

- 1.5.1 Aquellos productos o servicios que se utilicen como insumos y que tengan un impacto en el producto que se entrega al cliente serán contemplados y controlados dentro del Sistema de Gestión de la Calidad.
- 1.5.2 Los insumos de los proveedores de servicios de investigación incluyen: contratar servicios requeridos para realizar un proyecto (e.g. subcontratación de trabajo de campo, procesamiento o preparación de datos, transporte de materiales para pruebas etc.). La fuerza de campo propia de una empresa no se considera un suministro externo a la empresa (para fines del sistema de calidad forman parte del equipo interno), pero es común considerar a los investigadores de contratación libre (*freelance*) como proveedores de servicio.
- 1.5.3 El proveedor de servicios de investigación será 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*.
- 1.5.4 El proveedor de servicios de investigación deberá definir procedimientos para seleccionar a la parte subcontratada, para establecer relaciones contractuales con la misma y para controlar la calidad del servicio prestado.
- 1.5.5 El proveedor de servicios de investigación deberá proporcionar instrucciones a las partes subcontratadas, de manera que éstas puedan llevar a cabo las tareas subcontratadas.

- 1.5.6 El Sistema de Gestión de la Calidad debe incluir procedimientos para evaluar el desempeño de proveedores y mantener registros relevantes sobre cualquier producto o servicio insatisfactorio recibido. Los métodos de control y evaluación usados con cada proveedor dependerán de la naturaleza del servicio o producto proveído y del impacto que tienen en la calidad del trabajo de la compañía.

## **1.6 Entrenamiento del Personal**

- 1.6.1 Como las habilidades son el mayor recurso de un proveedor de servicios de investigación, el entrenamiento adecuado en todos los niveles (incluyendo a trabajadores de campo y de tiempo parcial) es crítico para la calidad. El proveedor de servicios de investigación es responsable de asegurar que todo el personal está adecuada y apropiadamente entrenado y cuenta con la experiencia suficiente para llevar a cabo el trabajo asignado.
- 1.6.2 Los agentes libres (*freelancers*) también deben ser contemplados dentro del sistema, ya sea como empleados (y por tanto cubiertos en los procedimientos de entrenamiento) o como proveedores (en los procedimientos de evaluación de proveedores e insumos).
- 1.6.3 Las necesidades potenciales de entrenamiento deben considerar todos los aspectos específicos del trabajo de investigación de mercado, así como las tareas contempladas en el Sistema de Gestión de la Calidad relacionadas con las funciones propias de su puesto (métodos de auditoría, revisión, documentación, etc.).
- 1.6.4 Deben existir procedimientos escritos sobre las actividades de entrenamiento enfocadas a generar o mejorar las habilidades del personal, que consideren desde la detección de necesidades hasta la forma de asegurarse que sean satisfechas. Deben conservarse registros tanto de las necesidades de entrenamiento detectadas como del entrenamiento recibido.

Nota: Vea también los requerimientos de entrenamiento señalados en el punto de recolección de datos.

1.6.5 Independientemente del área a que pertenezca, toda persona que ingrese a la empresa debe recibir un curso de introducción básico, que debe contener los siguientes elementos mínimos:

- Introducción a la compañía, su personal y procedimientos administrativos.
- El propósito y valor de la investigación de mercados.
- La importancia de una entrevista ética y precisa.
- El Código de Ética de la AMAI.
- Uso de los manuales de la compañía.
- Procedimientos generales del Sistema de Gestión de la Calidad.

Adicionalmente, dependiendo de las funciones de la persona, se deben incluir los siguientes elementos:

Puntos técnicos específicos del área:

- Explicación sobre los tipos de investigación.
- Terminología y jerga de la investigación de mercados.
- Métodos de muestreo.
- Demografía, clasificación y niveles socioeconómicos.
- Modo de leer cuestionarios, guías de discusión y formatos de registro.
- Otros temas relevantes al puesto.

Puntos técnicos adicionales para personal de campo:

- Uso de credenciales de identidad (definitivas y temporales).
- Métodos de reclutamiento.
- Control de cuotas.
- Cortesía o trato que debe tener el encuestador.
- Técnicas de entrevista.

- Tipos de pregunta, incluyendo exploración profunda y dar ayuda.
- Manejo y llenado de cuestionarios.
- Uso de ayudas visuales, conceptos y productos.
- Cuidados especiales al entrevistar niños, ancianos, etc.
- Exigencia de confidencialidad y anonimato de entrevistados.
- Cartas, panfletos de agradecimiento e información del estudio.
- Papel del supervisor.
- Monitoreo del progreso en el trabajo.
- Experiencia práctica en auditar entrevistas.
- Si es pertinente, el uso de computadoras (por ejemplo, para CAPI).
- Juego de roles y entrevistas de ensayo (u otros métodos de recolección de datos).

Nota: Los puntos técnicos específicos a cada área forman parte del entrenamiento y deben ser impartidos por personal del área con experiencia, normalmente el jefe. El trabajo de una persona nueva debe ser monitoreado de cerca desde el ingreso y hasta que la persona demuestre que es capaz de cumplir con el trabajo normal del área.

- 1.6.6 Es responsabilidad de la empresa que cada persona que trabaja para ella conozca el Código de Ética de la AMAI, que sea notificado de cualquier cambio al mismo que sea relevante y que se aplique siempre.
- 1.6.7 Si una persona tiene experiencia en la labor de investigación de mercados, puede solicitársele referencias de trabajos anteriores al momento de la contratación, y la capacitación que reciba será un curso introductorio reducido, enfocado principalmente a los aspectos propios de la empresa.

Toda referencia recibida, sea oralmente (e.g. por teléfono), o por escrito, debe ser documentada e incluir la fecha, el nombre, posición y compañía de quien la proporciona.

- 1.6.8 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 fechas, duración y tipo de capacitación o entrenamiento recibidos.
- 1.6.9 En el caso de material estándar de entrenamiento, éste requiere estar disponible para auditoría.
- 1.6.10 El trabajo del primer día de cualquier encuestador con el proveedor de servicios de investigación deberá ser en su totalidad, ya sea supervisado en campo por personal con experiencia o validado de acuerdo con el apartado 3.9, asegurando darle la retroalimentación pertinente.
- 1.6.11 El proveedor de servicios de investigación deberá evaluar el desempeño de su personal por lo menos una vez al año y mantener registros.

## **1.7 Manejo de Problemas**

- 1.7.1 El Sistema de Gestión de la Calidad debe incluir procedimientos para identificar, manejar y rectificar el producto no conforme y cualquier otro problema más general, que surja del proceso de investigación de mercado y del cumplimiento de servicios del cliente.
- 1.7.2 Cuando ocurran inconformidades en el proceso de investigación, o en el Sistema de Gestión de la Calidad y sean detectadas (incluyendo a través de quejas del cliente), necesariamente deberán ser solucionadas de forma efectiva. Deben existir procedimientos que busquen, cuando sea necesario, identificar las causas de los problemas, corregirlos y encontrar formas de evitar su reincidencia.

1.7.3 Los procedimientos relevantes incluirán la documentación de:

- El manejo efectivo de quejas de clientes y de otros reportes de trabajo defectuoso.
- La investigación de las causas del problema.
- Métodos para determinar las acciones necesarias para resolver el problema y la prevención de su reincidencia.
- Medios para asegurar que dichas acciones se lleven acabo y sean efectivas.

1.7.4 Debe existir un control adecuado del trabajo, para asegurar que la versión final de un documento sea la que pase a etapas subsecuentes (incluyendo al cliente). Esto implica la identificación y/o el manejo adecuado y/o desecho de documentos obsoletos, tomando en cuenta mecanismos seguros. También deben ser identificados como tales los documentos defectuosos y los rechazados para el trabajo subsecuente (e.g. cuestionarios completados de forma insatisfactoria) y debe controlarse que no sean utilizados por error.

1.7.5 Entre los mecanismos para controlar el trabajo y evitar que tales problemas surjan se encuentran:

- Identificación única de trabajos mediante claves o numeraciones.
- Numeración estricta de versiones.
- Uso de archivos de trabajo.
- Listas de verificación (*check lists*).
- Etiquetar por escrito y de modo explícito documentos liberados o rechazados.

1.7.6 Los procedimientos también indicarán de qué forma se tomarán y autorizarán las decisiones sobre los métodos para desechar documentos de trabajo rechazados o no vigentes. También deberán incluir mecanismos de revisión y reinspección en los casos en que el trabajo pueda ser corregido. Se guardará un registro del trabajo o



material (e.g. productos de prueba) desechado o retirado de procesamiento subsecuentes.

## **1.8 Almacenamiento y Resguardo Seguro de Registros y Materiales**

- 1.8.1 Todos los proyectos deberán ser identificados de forma única (e.g. por número de trabajo) y esta identificación deberá ser mostrada en todos los registros y documentos claves relativos al proyecto. Este requerimiento deberá ser especificado por escrito en los procedimientos. Los métodos de identificación deben facilitar el rastreo de registros y documentos claves, así como de productos y servicios comprados para un proyecto.
- 1.8.2 Los registros generados para cumplir los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad, a excepción de aquellos documentos especificados en el punto 1.8.11, deberán ser guardados por un período mínimo de 1 año, para que sirvan en la práctica (para investigar problemas) y como base en auditorías al Sistema. Estos registros pueden estar en forma electrónica.
- 1.8.3 Se requiere un procedimiento documentado que controle los registros del Sistema de Gestión de la Calidad y que tomen en cuenta las necesidades de legibilidad, identificación, recolección, indexación, acceso y recuperación en cualquier momento, tipo de archivo, almacenamiento y/o resguardo.
- 1.8.4 También deberá estar considerado en los procedimientos, el resguardo de todos los registros y materiales producidos en el proceso de investigación de mercado, tomando en cuenta la necesidad de seguridad y confidencialidad e incluyendo además el cumplimiento de otros códigos y la legislación correspondiente.

- 1.8.5 Debe también cubrirse en los procedimientos el resguardo de materiales (incluyendo aquellos proporcionados por el cliente), como productos de prueba, de tal forma que no se deterioren y estén listos para cumplir con los requerimientos del diseño del estudio, los legislativos, los de salud y los de seguridad pública. El proveedor de servicios de investigación debe solicitar al cliente que le proporcione las instrucciones necesarias para el manejo, almacenamiento y resguardo de los materiales y productos proporcionados.
- 1.8.6 Un proveedor de servicios de investigación debe manejar con cuidado, y de acuerdo con las instrucciones del cliente y/o procedimientos internos, todo documento, material o producto que se le proporcione y almacenarlos de conformidad con sus requisitos específicos, tomando en cuenta las necesidades para el manejo de materiales confidenciales. Todos los documentos, materiales, productos y bases de datos que no se requieran después de completar el proyecto de investigación deberán ser devueltos al cliente, a menos que se acuerde expresamente lo contrario.
- 1.8.7 El proveedor de servicios de investigación deberá tomar las medidas adecuadas para proteger los documentos, materiales y productos que se le confían a su cuidado. En los casos en que las personas elegidas para formar parte del proyecto de investigación reciban documentos, materiales, productos y bases de datos o se les permita usarlos, el proveedor de servicios de investigación deberá garantizar que las condiciones de la investigación sean las mismas para todas las personas y que los productos no sean dañados, contaminados o alterados en el curso del proyecto de investigación, de manera que los resultados no se vean afectados. Si el proveedor de servicios de investigación transporta o distribuye materiales o productos, deberá asegurarse de emplear formas seguras de empaquetado y métodos adecuados de transporte.
- 1.8.8 El proveedor de servicios de investigación deberá asegurarse de que los consumidores reciban la información adecuada sobre el uso y manejo seguro de los productos del proyecto de investigación, de acuerdo con la legislación aplicable.

1.8.9 A menos que se acuerde lo contrario, solamente el cliente podrá tener acceso a los registros de la investigación, así como terceras partes para propósitos de auditoría de calidad. De igual forma, el proveedor de servicios de investigación deberá asegurarse de proteger los resultados y el informe de la investigación contra posibles accesos no autorizados estableciendo las medidas apropiadas para ello durante su resguardo en los archivos del proveedor de servicios de investigación. Esto contempla la protección contra alteraciones no autorizadas de los resultados e informes almacenados en medios electrónicos.

1.8.10 El proveedor de servicios de investigación es responsable de que los registros importantes estén seguramente guardados, por lo menos durante el período mínimo y bajo condiciones que impidan su deterioro. Además, los registros deben estar adecuadamente etiquetados para su identificación, acceso y rastreo ligado a su proyecto correspondiente y estar accesibles durante un período mínimo, pero sin que su naturaleza confidencial se ponga en peligro.

1.8.11 Los registros y el tiempo mínimo de resguardo (a menos que se pacte otra cosa con el cliente) son:

Tipo de registro	Tiempo mínimo de resguardo
• Documentación de la propuesta y correcciones o modificaciones.	6 meses en papel, 2 años en electrónico.
• Versión final de cuestionario(s).	6 meses en papel, 2 años en electrónico.
• Otros registros primarios (e.g. entrevistas físicas, registros de investigación cualitativa, investigación de escritorio y/o bibliográfica, incluyendo equivalentes electrónicos).	6 meses en papel, 2 años en electrónico.
• Especificaciones del procesamiento de datos, marcos de codificación, registros de edición y materiales adicionales relevantes al procesamiento de datos.	6 meses en papel, 2 años en electrónico.
• Copias (papel, electrónicas u otras) de entrega de materiales al cliente (e.g. reportes, gráficas, presentaciones, etcétera).	6 meses en papel o copia física, 2 años en electrónico.

1.8.12 Después del período mínimo los registros pueden desecharse siempre que:

- No se haya acordado un tiempo mayor con el cliente.
- La naturaleza confidencial de los registros se tome en cuenta para la forma de desecho.
- El proveedor de servicios de investigación deberá informar al cliente sobre los periodos de retención.
- El proveedor de servicios de investigación y el cliente pueden acordar un periodo de retención más corto o más prolongado. En su debido caso, se deberá documentar dicho acuerdo.

## **1.9 Mantenimiento para Equipo y Programas Informáticos**

1.9.1 El mantenimiento para el equipo (*hardware/software*) deberá ser apropiado para minimizar o eliminar consecuencias por falla o mal funcionamiento. Se requiere al menos de un elemento planeado de mantenimiento preventivo periódico.

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

## 2.0

# MANEJO DE ELEMENTOS EJECUTIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

## 2.1 Respuesta a Solicitudes de Trabajo

- 2.1.1 El proveedor de servicios de investigación tendrá implementados métodos bien definidos para establecer la capacidad de sus recursos (internos/externos) y su experiencia, antes de responder la propuesta inicial y/o *brief* del cliente y deberá ser revisado por un miembro *senior* del equipo.
- 2.1.2 El proveedor de servicios de investigación es responsable de garantizar el entendimiento completo de los requerimientos del cliente y cada etapa del proceso de investigación. Cualquier acuerdo sostenido en juntas de trabajo entre el proveedor de servicios de investigación y el cliente relacionado con la definición de especificaciones deberá ser documentado. Esto incluye, cuando sea apropiado, el entendimiento de los propósitos para los cuales serán utilizados los resultados del estudio y documentarse como parte de la propuesta, cotización o contrato.
- 2.1.3 Al responder a una solicitud, es tarea del ejecutivo establecer si el cliente necesita una propuesta, cotización o contrato. En caso que el precio no sea fijo, la documentación debe especificar claramente esta situación o indicar que depende de factores desconocidos (e.g. niveles de penetración establecidos durante el trabajo de campo).

Si aspectos específicos sobre la protección de datos o códigos profesionales necesitan ser considerados como limitaciones al diseño de la investigación, el proveedor de servicios de investigación dará una explicación detallada del problema y solución propuesta.

Si la propuesta de investigación contiene estudios “multi-cliente” en alguna forma, esto debe ser indicado explícitamente en la propuesta de investigación o cotización.

## **2.2 Contenido Mínimo de la Documentación de una Propuesta**

2.2.1 El proveedor de servicios de investigación podrá hacer referencia (e.g. a un estudio previo) o documentará las siguientes áreas, como parte de una propuesta inicial formal, o como parte de documentación secundaria enviada al cliente, previo al inicio del trabajo en un proyecto (a menos que se acuerde de otra forma con el cliente):

- El costo total del proyecto.
- Especificaciones técnicas y todos los elementos que tienen una influencia en el costo (e.g. trabajo de campo, la codificación, el análisis de costos de la entrada de datos, la cobertura, el número de presentaciones, etc.).
- Los factores clave que pueden llevar a un cambio en el precio. El cliente será informado que cualquier cambio en la planificación de proyecto puede influir en el precio. Especificará también los términos del pago, la moneda y si los impuestos son incluidos, según las leyes locales. El período de tiempo de validez del precio debe ser especificado.
- Objetivos de la investigación: el proveedor y el cliente acordarán una serie de objetivos de investigación para cada proyecto.
- La propuesta de investigación definirá claramente cuáles requisitos del cliente pueden ser cubiertos por medio del proyecto de investigación propuesto y, en su caso, cuáles por otro tipo de investigación.

- La propuesta de investigación se referirá a la ley y códigos aplicables publicados, generalmente aceptados, y a los códigos de ética establecidos para la industria.
- Tiempos requeridos para la investigación.
- Metodología de investigación.

2.2.2 La metodología de investigación (señalada en el punto anterior) se documentará detalladamente y cubrirá, cuando aplique, al menos:

- a) Uso de datos secundarios: investigación de escritorio y/o bibliográfica, búsqueda de datos en la red, datos proporcionados por el cliente.
- b) Universo bajo estudio/población objetivo: la definición de los respondientes a ser cubierta en los métodos de investigación primaria. La población objetivo y los procedimientos del muestreo serán descritos adecuadamente en la propuesta de investigación. La propuesta describirá también el marco de muestreo, donde sea aplicable, y hasta qué punto el marco de muestreo es representativo de la población objetivo. La extensión y el detalle de la descripción dependerán de los datos disponibles, del enfoque metodológico y de los requisitos del cliente.
- c) Tamaño de la muestra: total, significativa (relevante a los objetivos de la investigación), de forma demográfica y otras formas de análisis.

Con respecto a la muestra, definir el tamaño de la muestra y el método de selección de la misma. Al indicar el tamaño de la muestra, una indicación será hecha no sólo del número total de casos, sino también hasta qué punto los resultados obtenidos para subgrupos serán seguros.

- d) Métodos de ponderación y estimación.
- e) Técnicas de muestreo: aleatorio, cuotas, otros métodos de selección, tipo de marco muestral (cuando sea pertinente).
- f) Cuantitativo. Métodos de recolección primaria de datos (Ej. casa por casa, centro de afluencia, telefónico, *mystery shopping*, autoaplicada, etcétera).

- g) **Cualitativo.** Recolección primaria de datos (Ej. sesiones de grupo, entrevistas a profundidad, etc.). Las propuestas para proyectos cualitativos de investigación deben establecer cómo serán seleccionados los informantes (Ej. de un panel pre-definido o seleccionados por otros medios). El método utilizado para controlar el plazo de tiempo que debe haber pasado desde que los participantes tomaron parte en un debate en grupo o entrevista individual (base de datos de informantes en sesiones de grupo de la AMAI y alguna otra base de datos que se pacte utilizar con el cliente). El número de individuos para ser entrevistados y/o el número de grupos y número destinado de participantes en cada uno será especificado. (Ver 2.6.1).
- h) **Uso de productos de prueba u otros estímulos:** producto no identificado, identificado, etcétera.
- i) **Personal clave del proyecto:** identificación del líder clave del proyecto (persona con responsabilidad general sobre el proyecto o la cuenta).
- j) **Entregables:** Las propuestas y cotizaciones deberán incluir cualquier documento entregable, incluso su cobertura, alcance, formato, método de entrega y número de copias. Especialmente en los proyectos de investigación cualitativa, la propuesta debe señalar si el informe incluirá la transcripción de comentarios que hayan surgido durante las entrevistas y/o discusiones de grupo. Asimismo, deberá indicar si se pondrán a disposición los registros de las entrevistas/discusiones de grupo.

## 2.3 Calendario del Proyecto

2.3.1 A menos que venga incluido en la propuesta, se deberá entregar al cliente el calendario del proyecto de investigación, junto con todas las fechas programadas y responsabilidades pertinentes. De ser necesario, el calendario del proyecto debe contemplar lo siguiente:

- Documentos, materiales y productos proporcionados por el cliente.
- La posibilidad (o requisito) del cliente de aprobar el cuestionario o la guía de tópicos.
- Actividades de campo.



- La posibilidad (o requisito) del cliente de aprobar la especificación del análisis.
- Fecha de entrega de resultados para datos, presentaciones e informes.
- Responsabilidad de obtener permisos para el uso de las localidades o lugares para realizar el trabajo.
- Programa para la aprobación o definición de especificaciones de análisis.

Cualquier cambio en el calendario que realice el cliente o el proveedor de servicios de investigación deberá ser comunicado a la otra parte contratante y aprobado por éste a la mayor brevedad posible.

## **2.4 Cambios en la Especificación del Trabajo**

- 2.4.1 El proveedor de servicios de investigación será responsable de acordar y confirmar con el cliente por escrito cualquier cambio que pudiera afectar los plazos pactados para la entrega final del proyecto o los requisitos del cliente, incluyendo los acuerdos sobre costos y cualquier otro que aparezca en la propuesta, cotización o contrato.

## **2.5 Cuestionarios o Guías de Discusión o Formatos de Registro**

- 2.5.1 Cuando el trabajo es aprobado, el proveedor de servicios de investigación preparará un cuestionario o guía de discusión o formato de registro, que cumpla con los objetivos de la investigación. Al cliente se le dará la oportunidad de participar en la revisión y aprobación del cuestionario o guía de discusión o formato de registro antes de comenzar el trabajo de campo, para asegurarse que cumple con los objetivos de la investigación. La aprobación del cliente sobre la guía discusión o cuestionario es necesaria, a menos que el cliente renuncie a dicha revisión y aprobación.

### 2.5.2 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 auto administrados. Si se lleva a cabo un piloteo, se deberá documentar cualquier hallazgo y sus implicaciones.

**Nota:** Los errores de medición asociados con el cuestionario y el proceso de respuesta son un tipo muy importante de error ajeno al muestreo. Por su parte, los errores debidos a la incorrecta interpretación de las preguntas, a la recuperación de información y a la entrega de respuestas por parte del encuestado, aunados a los errores del encuestador, pueden contribuir significativamente con el número total de errores de la encuesta. Por esa razón, es importante pilotear los cuestionarios durante su diseño.

## 2.6 Estándares Adicionales para Investigación Cualitativa

### 2.6.1 Previo a realizar el trabajo de campo.

Acordar con el cliente la guía de tópicos para la entrevista (de grupo o a profundidad), junto con las técnicas facilitadoras propuestas para uso y ayuda en la exploración.

Preparar y utilizar una hoja de registro previa con los datos que demuestran, de acuerdo a AMAI, el NSE más los filtros adicionales que haya solicitado el cliente para el estudio específico. Esta hoja de registro debe ser aplicada antes de iniciar la sesión de grupo (puede ser con un día de anticipación o antes de comenzar).

El moderador debe familiarizarse con los objetivos de la investigación, los puntos a ser explorados, los estímulos de material y las técnicas facilitadoras pertinentes, previo al trabajo de campo.

Las empresas que realicen investigación cualitativa (sesiones de grupo, entrevistas en profundidad y etnografía) deberán inscribir en la base de datos que para el efecto ha desarrollado la AMAI, a todas las personas que sean invitadas a participar.

Una vez que se llena el filtro de los posibles participantes, se deberá hacer un pre-registro vía Internet para corroborar si han participado en estudios con otros proveedores de servicios de investigación pertenecientes a AMAI; con ello se obtiene el nombre del proveedor, fecha y categoría, de esta manera se puede decidir junto con el cliente, si participa en la investigación.

El dar de alta en la base de datos a los participantes en cualquier investigación cualitativa, deberá realizarse a más tardar durante los cinco días hábiles posteriores a la realización del trabajo de campo.

**Nota:** Se sugiere no incluir a quienes han participado en investigación cualitativa de la misma categoría en los pasados tres meses, a menos que el cliente acepte la presencia de personas que no cumplan con dicho requisito de elegibilidad.

#### 2.6.2 Trabajo de campo cualitativo:

- a) El moderador deberá asegurarse que los respondientes cubran los criterios de reclutamiento.
- b) El moderador podrá explorar cualquier otro punto que llegue a surgir durante la discusión y que sea relevante al objetivo de la investigación.
- c) El moderador debe comportarse siempre con los más altos criterios de profesionalismo.
- d) Se hará un registro fiel y preciso de las repuestas de cada grupo y se hará todo el esfuerzo necesario para registrar dichas respuestas durante toda la sesión de grupo (e.g. algunas alternativas son grabación o documentación en audio). Si ocurre una falla técnica y las respuestas no fueron registradas durante la sesión, el moderador deberá hacer anotaciones inmediatamente después de la sesión.

## **2.7 Especificaciones de Análisis (Investigación Cuantitativa)**

2.7.1 El ejecutivo de investigación es responsable de:

- Proveer al ejecutivo o analista de procesamiento de datos con una especificación clara de los procesos que se realizarán.
- Revisar los esquemas de codificación.
- Estudiar el resultado de la edición.
- Especificar los métodos de revisión o edición de datos (que incluyan el estilo del proveedor de servicios de investigación).
- Realizar el análisis de datos de acuerdo con las especificaciones proporcionadas por el gerente del proyecto/ejecutivo/analista responsable del proyecto.

2.7.2 El proveedor de servicios de investigación debe guardar registros precisos y descriptivos del proceso de análisis, a fin de garantizar que todo análisis realizado pueda reproducirse en una fecha posterior.

## **2.8 Tabulaciones**

2.8.1 Cuando se entreguen tabulaciones al cliente, ya sea en electrónico o impreso, el ejecutivo de investigación se asegurará que muestren, cuando aplique, lo siguiente:

- Tamaños de base de muestra sin ponderar.
- Resultados ponderados.
- Título de tabla claro.
- Etiquetas clara de filas y columnas.
- Descripciones precisas de filtros de base.
- Medias, errores estándar y otras estadísticas que sean requeridas o apropiadas.

- Referencia a la pregunta de origen real a la que pertenecen los datos.
- Inclusión de una descripción de cualquier método de ponderación aplicado a los datos.
- Identificación de todo subgrupo usado.
- Disponibilidad de las bases para cada pregunta, de manera que se pueda identificar el número real de encuestados que han respondido a la pregunta.
- El número o proporción de encuestados que contestaron “no sé” o no dieron respuesta.
- Disponibilidad de las bases ponderadas y no ponderadas.
- Definición y explicación clara y completa de 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.
- Pruebas estadísticas.
- Información sobre supresión de celdas y otras medidas que aseguren la confidencialidad.
- Advertencias sobre resultados no confiables debido a que el tamaño de la muestra es muy pequeño.

## 2.9 Revisión

- 2.9.1 El Ejecutivo de investigación debe asegurarse que las tabulaciones y otras salidas de datos sean verificadas (según 4.12.1).

## 2.10 Reportes

- 2.10.1 El reporte de resultados deberá siempre ser lo suficientemente detallado para permitir que cualquier lector pueda reproducir el estudio o llevar a cabo cualquier tipo de análisis posterior. La descripción de qué se ha estudiado, así como qué fue lo que se encontró, deberá estar completamente documentado.

2.10.2 Al finalizar el estudio, el ejecutivo de investigación debe proporcionar al cliente, según se haya pactado en la propuesta, toda la documentación del proyecto, que puede incluir:

- Los objetivos de la investigación.
- El universo del estudio (propuesto y alcanzado, en caso de que difiera del propuesto).
- Tamaño y naturaleza de la muestra (lograda y propuesta dentro del período especificado).
- Métodos empleados para la recolección de datos.
- Tiempo aproximado de la duración de la entrevista.
- El cuestionario utilizado en campo, incluyendo material de estímulo, productos a prueba mostrados o regalados, rotaciones de listas, etc. En trabajo cualitativo: la guía de tópicos o guía de la entrevista personal.
- Período o patrón de frecuencia del trabajo de campo y cobertura geográfica. Detalles adicionales (e.g. naturaleza del marco muestral, días de la semana y tal vez horarios en los que se hizo el trabajo de campo).
- Un registro de rangos de respuesta y discusión de cualquier sesgo posible debido a no-respuesta.
- Niveles de penetración o incidencia.
- Fuentes utilizadas (e.g. para la muestra).
- Cuando exista ponderación, todo método de ponderación utilizado, claramente señalado.
- Nivel de significancia de las diferencias en los resultados.
- Cuando se han realizado análisis estadísticos, la técnica usada, la forma de interpretarse y la medición estadística de significancia.
- Procedimientos de cálculo e imputación.
- Confiabilidad de los resultados, que pueden incluir (en el caso de muestras de probabilidad) cálculos de la varianza de la muestra y de errores o indicadores ajenos a la muestra.

Nota: Los proyectos continuos pueden no terminar de la misma forma que los trabajos *ad-hoc*, por lo tanto, para los trabajos continuos

el ejecutivo acordará con el cliente el contenido y la frecuencia de reporte que cubra puntos generales de la investigación. Esos reportes deben incluir, cuando sea relevante, niveles de muestra, rangos de respuesta, entregas parciales y resultados de primera línea.

2.10.3 Dependiendo de los antecedentes de investigación, el tipo de estudio y los requerimientos del cliente, los detalles técnicos deberán reportarse en:

- El resumen ejecutivo.
- Publicaciones posteriores de una tabla o sección del texto.
- En apéndices técnicos al final del reporte.

2.10.4 El ejecutivo es responsable de asegurarse que lo que se entregue llene claramente los objetivos del cliente en términos de la información buscada, las conclusiones y que el formato y medio del reporte coincidan con las expectativas del cliente.

2.10.5 Al presentar resultados, el ejecutivo de investigación debe hacer clara la distinción entre los hallazgos mismos y sus propias conclusiones y recomendaciones.

## **2.11 Productos y Materiales Proporcionados por el Cliente**

2.11.1 El ejecutivo es responsable de asegurar que se proporcionen y cumplan las instrucciones apropiadas para el uso, destrucción y/o devolución de los productos y materiales proporcionados por el cliente, incluyendo productos de prueba, conceptos y listas o marcos muestrales. (Ver 1.8.5).





## 3.0

# RECOLECCIÓN DE DATOS

## 3.1 Administración de la Fuerza de Campo

3.1.1 El proveedor de servicios de investigación deberá documentar y tener disponible la siguiente información relativa al personal encargado de la recolección de datos (coordinadores, supervisores, encuestadores, reclutadores, auditores y moderadores):

- Habilidades, experiencia laboral previa, nivel de conocimientos (entrevistas de reclutamiento, formularios y solicitudes de contratación, referencias de empleos previos).
- El personal encargado de la recolección de datos deberá contar con la capacitación adecuada para llevar a cabo las tareas que realice, dicha capacitación deberá documentarse, además del curso de inducción básico señalado en el punto 1.6.5 de este Estándar.
- Proyectos en los que ha participado.
- Reportes de evaluación del colaborador.
- Detalle de deficiencias significativas encontradas y las acciones tomadas.

3.1.2 El proveedor de servicios de investigación debe asegurarse que todos los trabajadores de campo que tengan contacto cara a cara con el público estén debidamente identificados mediante una credencial.

La identificación debe contar con fotografía del trabajador, fecha de emisión y vencimiento, el nombre del trabajador de campo, nombre de la compañía, dirección y teléfono.

El proveedor de servicios de investigación es responsable de recuperar las credenciales que todavía estén vigentes cuando el trabajador de campo deje de laborar.

Es responsabilidad del proveedor de servicios de investigación asegurar que los individuos trabajando en su representación utilicen esa credencial de forma visible al público y no alguna otra identificación.

- 3.1.3 Los encuestadores que sólo hagan entrevistas médicas o ejecutivas pueden identificarse mediante tarjetas de presentación profesionales en lugar de credenciales. Las tarjetas de presentación pueden ser dejadas con el entrevistado y deberán mostrar como mínimo el nombre del encuestador y el nombre de la compañía, su dirección y teléfono.
- 3.1.4 Cuando se subcontraten trabajadores de campo, debe asegurarse que sigan las prácticas y las normas establecidas en este documento.

Nota: Esto aplica tanto a los proveedores de servicios de investigación de campo que realizan sus propias actividades de administración, reclutamiento y capacitación de trabajadores de campo, así como a aquellos que subcontratan trabajo de campo con empresas independientes de recolección de datos.

## 3.2 Administración de la Supervisión de Campo

- 3.2.1 Para fines del Estándar, se hace referencia al equipo *senior* supervisor basado en campo o en centro telefónico como supervisores, aunque se reconoce que el título puede cambiar de compañía a compañía. Un supervisor desempeña alguna de las siguientes tareas:
  - Reclutamiento de personal nuevo.
  - Entrenamiento o capacitación de personal.

- Supervisión directa.
- Delegación o coordinación de trabajo, seguimiento del progreso y/o control de proyectos o cuotas.
- Si un individuo sólo valida o edita, no es considerado supervisor para fines del Estándar.

3.2.2 Es responsabilidad del proveedor de servicios de investigación que todos sus supervisores estén apropiada y adecuadamente entrenados y tengan la experiencia necesaria para realizar sus tareas.

### 3.3 Administración de los Proyectos

3.3.1 El personal encargado de la recolección de datos (coordinadores, supervisores, encuestadores, reclutadores, auditores y moderadores), debe estar apropiada y adecuadamente informado en cada proyecto. Esto puede ser por teléfono, por escrito o por cualquier otro medio, debe guardarse evidencia de dicha sesión que compruebe que todos los trabajadores de campo asignados al proyecto recibieron la información o instrucciones del proyecto.

Como mínimo, esta sesión informativa debe incluir:

- Fecha del trabajo de campo.
- Metodología.
- Cuestionario, guía de discusión o formato de registro.
- Las cuotas que se deben cubrir.
- Cualquier requerimiento especial del proyecto.

3.3.2 Se deberá contar con registros de la etapa de recolección de datos (incluyendo archivos electrónicos). Cuando el proyecto así lo requiera se incluirá:

- Nombres de todos los trabajadores de campo, tipo de trabajo asignado y realizado.

- Muestra alcanzada (i.e. número total de entrevistas o cuestionarios completos).
- Registros de las sesiones informativas.
- Copia del cuestionario del proyecto, así como materiales utilizados para la recolección de datos.
- Métodos de validación utilizados, número de revisiones hechas, resultados alcanzados y medidas correctivas adoptadas.
- Un resumen de variaciones entre el proceso de recolección de datos planeado y lo que realmente se llevó a cabo, incluyendo el tamaño total de las muestras y por subgrupos significativos.

3.3.3 El proveedor de servicios de investigación debe tener un mecanismo de verificación del trabajo de campo con el fin de asegurar el cumplimiento de las instrucciones del proyecto.

La verificación se debe realizar lo más pronto posible al inicio del trabajo de campo o, antes de procesar y/o reportar los datos resultantes a los clientes.

La verificación la llevará a cabo una segunda persona (es decir, una persona diferente al trabajador de campo cuyo trabajo será validado).

La verificación deberá tomar en cuenta:

- Verificar el trabajo de todo el equipo de encuestadores recién reclutados en su primer proyecto.
- Verificar frecuentemente la labor de los trabajadores de campo regulares, (los resultados de la validación pueden influir en la frecuencia con la que se valide el trabajo de un individuo).
- La verificación realizada debe ser documentada e identificar al personal encargado de validar y de quien se validó el trabajo, la descripción de desviaciones encontradas y las medidas tomadas para resolverlas.
- Cuando una verificación señale la existencia de discrepancias o problemas, se deberán adoptar medidas correctivas en dos niveles:

1) A nivel del proyecto (por ejemplo, sustitución de entrevistas, validación posterior, calificación de datos producidos).

2) A nivel del trabajador de campo (por ejemplo, capacitación adicional, asignación de trabajo a futuro).

3.3.4 Todo equipo de encuestadores debe salir a campo acompañado de un supervisor y éste no debe tener un equipo de más de cinco encuestadores. Este supervisor se encargará también de realizar la supervisión directa de acuerdo a los requisitos y niveles de supervisión establecidos.

3.3.5 Incentivos para el encuestado. Cuando se le ofrezcan incentivos a los encuestados, se deberá documentar la naturaleza de dichos incentivos como parte de los registros del proyecto.

Los incentivos se deben emplear como prueba de agradecimiento y para estimular la participación. Como parte del control de calidad, el incentivo ofrecido por formar parte de la investigación debe ser lo más neutral posible en términos del proyecto de investigación y del universo del estudio, a fin de asegurar que el tipo y alcance de los incentivos no genere un sesgo en las respuestas.

## **3.4 Administración del Trabajo Cualitativo**

3.4.1 Se deben utilizar cuestionarios o guías de reclutamiento al conseguir a los participantes de sesiones de grupo o entrevistas a profundidad. Éstos deben contener todas las áreas o preguntas filtro apropiadas y pedir que el reclutador indique el método de reclutamiento utilizado (vía telefónica, cara a cara, contacto en punto de afluencia, de un listado predefinido, de una red de anfitrionas, etc.).

- 3.4.2 Los reclutadores deben estar claramente informados de las reglas o estándares que deben aplicar en el estudio. Esto debe estar claramente especificado e incluir:
- Fechas para el trabajo de campo, las sesiones y los tiempos asignados en general.
  - Criterios clave de reclutamiento.
  - Tamaño del grupo a reclutar y, si es necesario, número mínimo y máximo de participantes.
- 3.4.3 Los informantes deben ser validados, ya sea confirmando la identidad del participante durante la entrevista o grupo o, en caso de que el reclutamiento se realice por teléfono, mediante los métodos de validación determinados en este Estándar (Ver 3.8.8 y 3.8.9). Aquellos informantes que no cumplan con el perfil requerido o para aquellos que su identidad no pueda ser comprobada, no podrán participar en las actividades de investigación, a menos que se pacte con el cliente otra especificación, dada la naturaleza de la investigación, misma que deberá quedar documentada.
- 3.4.4 Un lugar nuevo debe ser inspeccionado antes de ser usado por primera vez, para asegurar que sea adecuado para la investigación de mercados. La única excepción será cuando la conveniencia del lugar no esté en duda, por ejemplo hoteles y laboratorios visuales podrían ser excluidos. Los detalles de dicha inspección y las características del lugar deberán documentarse.
- 3.4.5 En todos los casos, la información será archivada (ya sea en copia física o digital) y cuando se requiera, usada como base para evaluaciones subsiguientes. La información que debe archivers es:
- Nombres de los reclutadores que participaron.
  - Relación del número de participantes, lugar, fecha y hora de la sesión.
  - Registro del cuestionario filtro, guía de reclutamiento y guía de tópicos.

### **3.5 Administración del Trabajo en Centros de Afluencia**

- 3.5.1 Un nuevo local en centro de afluencia debe ser inspeccionado antes de ser utilizado por primera vez (a menos que la conveniencia del lugar no esté en duda), para asegurar que las instalaciones sean apropiadas al trabajo de investigación de mercado y a los requerimientos específicos de un proyecto en particular.
- 3.5.2 Un supervisor deberá estar presente todo el día y todos los días en estudios en centro de afluencia.

### **3.6 Evaluación de Personal de Campo (Excluyendo Centros Telefónicos)**

- 3.6.1 La empresa debe contar con un mecanismo de evaluación continua del trabajo de encuestadores, reclutadores y auditores, que para cada estudio debe generar y utilizar información de:
- Supervisión directa en campo.
  - Encuesta o auditoría acompañada.
  - Información obtenida en validaciones o revisión de calidad (e.g. estadísticas por persona de errores y omisiones en llenado, problemas o incumplimientos detectados, etcétera).
  - Reportes de codificación o capturas de datos o reportes de edición por persona.
  - Retroalimentación del ejecutivo del proyecto o del equipo de supervisión de campo.
- 3.6.2 Para investigación cualitativa, será necesario contar con un mecanismo de evaluación continua del trabajo de reclutadores y moderadores.

- 3.6.3 La información equivalente a acompañamientos para encuestadores que se dediquen principalmente a hacer encuestas ejecutivas o médicas puede obtenerse escuchando grabaciones de las entrevistas que realicen siempre que se cumpla un mínimo de 10% del trabajo realizado y escuchando el 75 % de estas entrevistas.
- 3.6.4 El departamento o personal encargado de revisar y analizar la información generada debe buscar, principalmente, desviaciones respecto a las normas establecidas en procedimientos del Sistema de Gestión de la Calidad de la empresa y retroalimentar a la brevedad a la persona y a su jefe operativo sobre sus errores, omisiones o desviaciones para que sean corregidos. La retroalimentación debe documentarse.
- 3.6.5 Si se considera que el origen de las desviaciones se debe a un entendimiento o preparación incompleta, se debe documentar la necesidad de capacitación o entrenamiento que ha sido detectada. Si se considera que el origen es distinto, las razones y acciones tomadas deben ser documentadas, archivadas y consideradas para futuros trabajos.
- 3.6.6 Se podrá recurrir a la revisión de los registros de datos en combinación con otros métodos; no obstante, en algunos tipos de recolección de datos, ésta será la única forma práctica de realizar la validación (por ejemplo, en investigaciones por observación como “compras simuladas” y auditorías en puntos de venta al público). Según se considere apropiado, la revisión de los registros de datos puede incluir la tarea de revisar que estén completos, que se hayan respetado las muestras/cuotas, revisar la consistencia de las respuestas y comparar las respuestas con datos normales o datos que obtengan distintos trabajadores de campo. Las revisiones se pueden realizar manualmente o por computadora. Esto puede relacionarse con la revisión de registros asociados, como recibos de compra que se originen de las compras simuladas.



Nota: Si las entrevistas cara a cara se graban en cinta, es posible monitorearlas. También se pueden realizar actividades de monitoreo en vivo, mediante supervisores acompañantes. El monitoreo de las entrevistas de tipo CATI y CAPI también se puede realizar mediante archivos de acceso por teclado que avisan cuando los encuestadores tienen problemas con las preguntas.

### **3.7 Evaluación de Encuestadores o Reclutadores de Centros Telefónicos**

- 3.7.1 En centros telefónicos también debe existir un mecanismo de evaluación continua del trabajo de cada encuestador. Los centros telefónicos con sistemas de monitoreo constante (escucha remota) podrán utilizar sus reportes normales para este mecanismo, siempre y cuando verifiquen al menos el 10 % del trabajo realizado.

### **3.8 Validación de Datos Recolectados en Centros Telefónicos**

- 3.8.1 El trabajo telefónico también debe validarse siguiendo métodos sistemáticos y representativos para selección y rotación de los encuestadores cuyo trabajo se ha de validar. Este monitoreo o post-validación de datos debe realizarlo el equipo de supervisión que tenga entrenamiento o experiencia adecuada y apropiada.
- 3.8.2 Cuando el registro de la entrevista se realice por escrito, la primera entrevista completada por cada individuo en cada trabajo debe ser revisada manualmente lo más pronto posible para asegurar que las preguntas se realizaron y registraron correctamente. Si esto no es posible en equipos CATI, se recomienda que se escuche a distancia o en persona a la mayor cantidad posible de encuestadores o reclutadores durante la duración del trabajo.

3.8.3 Cuando una validación se considere inapropiada, imposible de realizar, o perjudicial a la investigación de mercados, el proveedor de servicios de investigación puede decidir no validar un trabajo particular. En estos casos, las razones deben documentarse y archivar para inspección dentro del expediente del proyecto.

3.8.4 El proveedor de servicios de investigación puede escoger alguno de los tres métodos de validación telefónica:

- 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 o reclutador. Los nombres de los encuestadores y el número de entrevistas o reclutamientos monitoreados deben documentarse y archivar para inspección. Es importante que la voz del encuestador y del encuestado se puedan escuchar claramente. Los encuestadores deben tener conocimiento de que es posible que alguna entrevista sea monitoreada, pero sin saber exactamente cuál es esa entrevista en particular. Cuando la entrevista se lleve a cabo en diferentes idiomas, el monitoreo correrá a cargo de personal que tenga un buen nivel de fluidez en los idiomas correspondientes. El monitoreo es particularmente adecuado para entrevistas telefónicas que se realizan desde sitios centrales bien equipados (unidades telefónicas).
- Grabando la entrevista o reclutamiento que luego será escuchada y comentada con una persona con suficiente experiencia, los detalles serán documentados y archivados para inspección, previo aviso al informante que se realizará una grabación.
- Recontactando a los entrevistados post-encuesta o post-reclutamiento, los detalles serán documentados y archivados para inspección.

**Nota:** En el caso de investigación cualitativa, la validación del reclutamiento telefónico se hará antes de la actividad de investigación conforme a lo planteado en el punto 3.4.3

3.8.5 En centros telefónicos que usen escucha a distancia, se debe validar un mínimo del 5% de la muestra total lograda en cada proyecto y se debe tomar, al menos, el 75% del total del cuestionario de la entrevista o reclutamiento. Cuando sea posible se registrarán las razones.

3.8.6 En centros que no utilicen escucha a distancia deberá validarse como mínimo el 10% de la muestra total lograda en el proyecto ya sea por teléfono, en persona o por correo. En caso de validación personal o por teléfono debe, si se puede, completarse en las dos semanas posteriores a la entrevista y en caso de validación por correo, ésta deberá enviarse en las dos semanas laborales posteriores a la entrevista.

3.8.7 Registros de validación.

La validación deberá incluir datos que confirmen que la entrevista, reclutamiento o su equivalente, en realidad tuvo lugar y que se siguieron las instrucciones; así como la duración de la entrevista y las respuestas a las preguntas clave, incluyendo datos demográficos y otras preguntas de calificación relacionadas con las cuotas, etc., así como fecha y contenido general o tema de la entrevista.

Esta revisita se puede realizar por cualquier medio que implique la comunicación directa con el encuestado, por ejemplo, presencialmente, por teléfono, por correo postal o por correo electrónico.

La preparación de los informes dependerá de la validación para cada proyecto/oleada de proyecto. Dichos informes deberán incluir:

- Nombre de la persona que llevó a cabo la validación.
- Una descripción de los métodos de validación usados, incluyendo lo cubierto durante la sesión de revisita del encuestado, si aplica.
- Identidad del trabajador de campo cuyo trabajo ha sido validado.
- Descripción de cualquier discrepancia que se encuentre.
- Registro de acciones correctivas/preventivas tomadas o planeadas tanto para el proyecto como para el trabajador de campo.

- Confirmación de que se ha alcanzado el nivel de validación requerido (por ejemplo, número total de entrevistas y número de entrevistas validadas).

Tanto el trabajador de campo de un proyecto/oleada de proyecto como el trabajador independiente deben tener acceso a los registros de validación.

## **3.9 Revisiones Manuales de Cuestionarios Escritos**

- 3.9.1 En todos los casos se recomienda hacer una revisión manual (validación) de al menos un 5% de todos los cuestionarios escritos del proyecto por parte de individuos adecuadamente entrenados para la tarea (puede incluir supervisores de campo). Esta revisión debe hacerse antes de la captura de datos o lo más pronto posible después y debe incluir todo el cuestionario.

El objetivo de la validación es determinar que los trabajadores de campo hayan realizado la recolección de datos según las instrucciones del proyecto, incluyendo el seguimiento de los cuestionarios y los requisitos generales.

## **3.10 *Mystery Shopping***

- 3.10.1 Esta metodología presenta características únicas que deben manejarse de manera distinta a los datos normalmente recolectados en campo, particularmente en cuanto al anonimato del investigador, la información que debe obtenerse y el papel que debe asumir el investigador.
- 3.10.2 Los evaluadores deben estar adecuada y apropiadamente entrenados e informados sobre cada proyecto, para asegurar que su trabajo se conduzca de forma consistente. Sin embargo, el entrenamiento

no debe llegar al extremo de hacer que el investigador se comporte como un “asesor profesional”, en vez de un cliente típico. El método de entrenamiento se define por el proveedor de servicios de investigación y el cliente, y debe ser documentado y guardado para inspección.

3.10.3 La información proporcionada al investigador debe documentarse y archivers para inspección como documento que forma parte de la capacitación para *mystery shopping* e incluir en detalle:

- Lo que se espera de ellos.
- Cómo actuar de acuerdo con su papel (quién soy y qué debo hacer).
- Cómo completar el reporte o cuestionario.
- Instrucciones adecuadas para el trabajo (en forma de instrucciones escritas, audiograbadas o mediante video de entrenamiento). Cuando sea apropiado esto debe ser complementado, pero no sustituido, por una sesión personal o telefónica.

3.10.4 Cada formulario de reporte o cuestionario debe contener una declaración del evaluador que contenga la leyenda: “Yo declaro que esta investigación ha sido conducida de acuerdo con mis instrucciones” e incluir la fecha y firma del investigador.

3.10.5 Se recomienda que se establezca una línea telefónica o algún otro mecanismo de comunicación de ayuda para que los evaluadores se sientan libres y en posibilidad de llamar a la oficina central o al supervisor para pedir guía o consejo, previo o subsiguiente, a cualquier trabajo de *mystery shopping*, esto con la finalidad de evitar errores en la realización del trabajo.

3.10.6 No se espera que los evaluadores exhiban credenciales de identidad, dado que el propósito del ejercicio es que la revisión se realice sin que sean reconocidos.

3.10.7 Se reconoce que es difícil validar este tipo de estudios. A pesar de ello, los datos obtenidos deben estar sujetos a alguna forma de revisión en cada proyecto. Por lo menos una de las siguientes formas de evaluación ha de aplicarse en cada proyecto.

- Revisiones de validación en computadora para datos que aparezcan fuera de la “norma”.
- 5% de evaluaciones acompañadas o 5% de evaluadores acompañados (según acuerdo con el cliente).
- Grabación de la investigación al menos de un 5% del trabajo realizado por investigador y documentación que valide dicho trabajo (Ej. tarjetas de presentación, cotizaciones, propaganda etc.).

3.10.8 Cuando el trabajo se haga desde centros telefónicos, se pueden usar los métodos de validación mostrados abajo, se debe archivar documentación que muestre las acciones tomadas cuando la validación ha mostrado disparidades importantes.

- 5% de llamadas interferidas y escuchadas (si el proveedor de servicios de investigación cuenta con el equipo necesario).
- 10% de las llamadas grabadas.

## 4.0

# MANEJO Y PROCESAMIENTO DE DATOS

### 4.1 Generalidades/Administración del Procesamiento de Datos del Proyecto

- 4.1.1 El proveedor de servicios de investigación debe contar con procedimientos documentados para demostrar que la captura, codificación, edición, ponderación, preparación de archivos y tabulación de datos cumplen con los requisitos de la presente cláusula. Además, deberá contar con evidencia que demuestre que se aplicaron las normas respectivas.
- 4.1.2 Como parte del expediente o archivo único de trabajo de cada proyecto se deben incluir como mínimo: el número y tamaño esperado de los registros de datos, el número de preguntas abiertas por codificar, los tiempos o calendario para procesamiento de datos y las referencias a cualquier instrucción especial adicional (especificaciones de la “base” de datos a generar”).
- 4.1.3 El cuestionario base a procesar debe tener una numeración única por trabajo o proyecto y cada cuestionario individual llevar un número único secuencial (folio) para ayudar a su rastreo.

### 4.2 Análisis Cualitativo

- 4.2.1 Durante el análisis cualitativo se hará uso de los registros originales de las actividades de investigación (ya sean entrevistas, grupos, etc.),

y deben tener información suficiente para que puedan ser usados como base para la interpretación (por ejemplo citas, transcripciones, videos, notas o comentarios). El proveedor de investigación deberá tener documentado el procedimiento mediante el cual llevar a cabo este análisis.

### **4.3 Captura de Datos**

- 4.3.1 El proveedor de servicios de investigación debe garantizar que las especificaciones de ingreso o captura de datos generales y/o en CATI y/o CAPI, así como de proyectos en línea, son correctas y precisas.
- 4.3.2 En todos los cuestionarios debe cuidarse los patrones de saltos y que las preguntas sean hechas en circunstancias adecuadas.
- 4.3.3 Los individuos del equipo de captura de datos y el de verificación de captura deben estar entrenados apropiadamente en todos los aspectos de su trabajo.
- 4.3.4 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.
- 4.3.5 Se deben hacer revisiones para asegurar que los datos capturados reflejan acertadamente lo que aparece en el cuestionario y que esté conforme a las especificaciones de edición. Esto puede ser logrado por revisiones antes, durante y/o después de la captura de datos.
- 4.3.6 Ediciones subsecuentes pueden hacerse durante o después de la captura de datos. Es posible implementar programas de captura que no permitan la entrada a respuestas inválidas, forzando al capturista a resolver tal cuestión en esa etapa (por ejemplo con variables clave).



- 4.3.7 El ejecutivo de procesamiento de datos es responsable de archivar los detalles de cualquier revisión implementada en la etapa de captura.
- 4.3.8 Si hay huecos en los datos, estos deben dejarse en blanco para manejarse en la etapa de edición computarizada, o identificándolos como “sin respuesta” en la etapa de análisis. Si el capturista ha tenido que registrar respuestas fuera de rango entonces, estas excepciones deben indicarse manualmente o en el sistema computarizado, y ser revisadas por el ejecutivo de procesamiento de datos.

#### **4.4 Para Cuestionarios Diseñados Electrónicamente (Proyectos CATI/CAPI)**

- 4.4.1 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.
- 4.4.2 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.
- 4.4.3 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.
- 4.4.4 En caso de que las entrevistas se realicen en diferentes lugares, se recomienda ampliamente que se asigne un sólo lugar para modificar, probar y distribuir el cuestionario. 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.

## 4.5 Captura de Datos en Papel-Especificaciones

- 4.5.1 Cuando se recurra al método de captura de datos que incluyan chequeos directos o de sistema para saltos, escalas o similares (llamado también chequeo “lógico o forzado”), se deberán documentar las revisiones correspondientes y probarlas antes de emplearlas por primera vez. Asimismo, se deberá documentar la naturaleza de las pruebas empleadas y los resultados obtenidos.
- 4.5.2 Con edición forzada se especifican reglas para elementos de datos que se consideren incorrectos (e.g. una respuesta múltiple cuando sólo requiere una respuesta simple). Estas reglas se escriben como un programa de computadora y se aplican a todos los registros de datos para “forzarlos” a estar limpios.
- 4.5.3 Cuando ya en la captura final haya algunos datos rechazados (es decir, que no son aceptados en razón de las revisiones lógicas correspondientes) serán remitidos al gerente del proyecto/ejecutivo responsable del proyecto para que se tome una decisión y se sugiera una solución que puede incluir el regresar los cuestionarios al “proveedor” de campo para verificación o retrabajo. Para efectos de validación, se mantendrá un registro de cualquier cambio realizado a los datos.
- 4.5.4 Para proyectos continuos se pueden desarrollar reglas que cubran cómo se han de manejar las fallas de edición, para que las decisiones tomadas no necesiten verificación cada vez. Estas reglas también se documentarán y se acordarán con el cliente en el caso de que afecten el cálculo de resultados.
- 4.5.5 A menos que se especifique lo contrario, en cuanto al empleo de métodos simples de captura de datos, se deberán codificar los datos conforme se vayan registrando en el cuestionario. Se deberá guardar en archivo un registro de todas las instrucciones.

## **4.6 Verificación de la Captura de Datos en Documentos Impresos**

- 4.6.1 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 10% de las entradas.
- 4.6.2 Los procedimientos deben garantizar que exista un método sistemático de verificación del trabajo de cada uno de los operadores y que dicha verificación es realizada por una segunda persona.
- 4.6.3 Si el trabajo de un solo operador contiene errores frecuentes (\*) o en partes o preguntas clave del cuestionario, el trabajo de dicha persona se debe verificar/reelaborar al 100% (en el proyecto). De ser necesario, se recomienda volver a capacitar al operador hasta que los índices de error alcancen un nivel aceptable. Se deberá revisar y documentar la efectividad de dicha capacitación adicional.
- 4.6.4 El sistema de captura de datos debe registrar en electrónico 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.

## **4.7 Precisión de las Bases de Datos que no Requieren la Captura de Datos**

- 4.7.1 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, incluyendo, entre otros:

- Escaneo.
  - Recolección electrónica de datos (por ejemplo: encuestas interactivas de reconocimiento de voz, encuestas en línea, encuestas por Internet).
  - Bases de datos de CAI (*Computer Asisted Interviews*).
  - Bases de datos creadas importando o fusionando datos de una fuente o programa con los de otra.
- 4.7.2 Se deberá verificar el proceso de captura automática de datos (por ejemplo, escaneo) en cada proyecto/etapa. De la misma forma, el proveedor de servicios de investigación debe establecer y mantener procedimientos para probar tanto el diseño como la implementación del proceso automático de captura de datos. Se deberá documentar el tipo de pruebas empleadas y el personal involucrado.
- 4.7.3 En caso de que se empleen procedimientos de escaneo, se deberán calcular los índices de rechazo y sustitución. Es necesario documentar los procedimientos para manejar las entradas rechazadas.
- 4.7.4 Asimismo, se debe contar con un procedimiento de manejo de índices de sustitución inaceptables.

## 4.8 Codificación

- 4.8.1 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).
- 4.8.2 Desarrollo de marcos de codificación.  
La codificación de preguntas abiertas forzosamente involucra la creación de marcos de codificación (y su aprobación por el cliente cuando éste lo requiera), antes de aplicar las claves a las respuestas.

- 4.8.3 Para desarrollar el marco de codificación debe hacerse una revisión de una parte de los cuestionarios recopilados. Esta porción debe formar parte del nivel esperado de respuesta eventual y debe ser apropiado a la pregunta para deducir un marco de codificación completo. Se recomienda que los cuestionarios usados sean lo más “representativos” que sea posible del estudio completo.
- 4.8.4 El tamaño de la porción usada debe ser acordado con el ejecutivo (y el cliente externo cuando éste lo requiera).
- 4.8.5 Se armarán marcos de codificación provisionales agrupando respuestas iguales o muy similares, mismos que serán aprobados por el ejecutivo o la persona delegada por el ejecutivo.
- 4.8.6 El proveedor de servicios de investigación debe garantizar que los encargados de la codificación del proyecto reciban, como mínimo, las siguientes instrucciones:
- Una descripción general del proyecto (objetivos generales).
  - Identificación de las preguntas o variables que serán codificadas.
  - La proporción mínima de cuestionarios o número de una muestra (y su constitución) empleados (cuando el proyecto o cliente así lo requiera) para crear marcos de codificación.
  - En donde se considere necesario o apropiado, subgrupos específicos requeridos para desarrollar marcos de codificación (por ejemplo la porción de cuestionarios por región, usuario o no usuario).
  - Directrices en torno a la inclusión de códigos en el marco de codificación (cuándo incluir un nuevo código).
  - El uso de marcos de codificación de estudios u olas previas si es relevante.
  - Cualquier otro requisito o instrucción especial específica del proyecto.

Nota: Para algunas variables, el proveedor de servicios de investigación puede emplear normas de clasificación establecidas, como aquellas que se utilizan en el ámbito industrial, laboral y educativo.

#### 4.8.7 Aprobación de un marco de codificación.

El ejecutivo asignado como responsable del proyecto deberá aprobar el marco de codificación antes de iniciar la misma. Dicha aprobación puede abarcar la creación de netos, abreviación, refraseo, recodificación o eliminación de códigos. Cuando se empleen respuestas del tipo “no sé” y “no respondió” deben ser claramente diferenciadas entre sí, así como de la ausencia de respuesta. Una vez aprobado, el marco de codificación debe ser aplicado a todos los cuestionarios.

#### 4.8.8 Capacitación en torno a la codificación.

El codificador deberá recibir capacitación en lo que respecta al uso de un marco de codificación; por ejemplo, proporcionándole información sobre las decisiones o reglas frente a la selección de aquellos elementos de un código determinado que se deban incluir o excluir.

Nota: Debido a que, por lo general, la codificación de las respuestas abiertas es de carácter subjetivo, es esencial impartir la capacitación adecuada.

#### 4.8.9 Actualización de listas o marcos de codificación con nuevos códigos.

Posterior a la aprobación del marco de codificación, cuando los códigos adicionales se integran 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.

#### 4.8.10 Otras categorías (Aplicación del código de “otros”).

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” o que abarcan varias opciones. 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.

#### 4.8.11 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.

**Nota:** Existen dos enfoques básicos para la verificación: dependiente e independiente. Verificación dependiente significa que la segunda persona tiene acceso a la codificación original. Verificación independiente significa que la segunda persona no tiene acceso a la codificación original. En la verificación independiente, se compara la codificación original con la codificación de verificación y, en caso de que difieran, se determina el código correcto mediante un proceso de adjudicación. Con la verificación independiente se detectan más errores que con la verificación dependiente.

- 4.8.12 Si el trabajo de un codificador contiene errores frecuentes (\*), el trabajo de dicho codificador se debe verificar/reelaborar al 100% (en el proyecto). De ser necesario, se recomienda volver a capacitar al codificador hasta que los índices de error alcancen un nivel aceptable. Se deberá revisar y documentar la efectividad de dicha capacitación adicional.

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

## **4.9 Edición de Datos**

- 4.9.1 Existen dos tipos de edición computarizada de los datos ya capturados, forzada y reportada.

Con edición forzada se especifican reglas para elementos de datos que se consideren incorrectos (e.g. una respuesta múltiple cuando

sólo requiere una respuesta simple), estas reglas se escriben como un programa de computadora y se aplican a todos los registros de datos para “forzarlos” a estar limpios.

- 4.9.2 Cuando se realice una edición forzada debe elaborarse y archivarse un reporte que muestre, aunque sea en corridas de prueba, que dicho forzamiento tiene el efecto requerido.
- 4.9.3 El cliente interno o externo debe estar informado de los registros de datos y elementos que fallen los exámenes lógicos y dada la opción, hacer decisiones materiales sobre cómo deben ser corregidos. Un registro de los elementos fallidos debe archivarse.

Para proyectos continuos se pueden desarrollar reglas que cubran cómo se han de manejar las fallas de edición para que las decisiones tomadas no necesiten verificación cada vez. Estas reglas se documentarán (y todas las que puedan afectar el cálculo de resultados podrán ser acordadas con el cliente cuando éste lo requiera).

- 4.9.4 No deben hacerse cambios en los datos a menos que haya evidencia contundente (del estudio, o de otras partes de las respuestas dadas). Los datos no deben ser asumidos o “inventados”.

## **4.10 Administración del Archivo de Datos**

- 4.10.1 Se debe tener cuidado particular en el manejo del archivo cuando se han limpiado los datos para asegurar que:
  - No se dupliquen los archivos o registros.
  - Los datos originales y los limpios se identifiquen claramente.
  - Se use la última versión.
  - Se hagan y guarden copias de respaldo.
  - Se apliquen reglas consistentemente.



- Conteo de no respuesta o de frecuencias, se hagan en cada etapa antes y después de la limpieza de datos.
- Los datos sean originales o editados por fuera.
- Se guarde un registro final de correcciones realizadas a los datos.

4.10.2 Si las correcciones se aplican manualmente, los cambios deben ser marcados en el cuestionario relevante en una forma fácilmente distinguible.

## **4.11 Especificando Requerimientos del Procesamiento de Datos**

4.11.1 Las especificaciones de la tabulación de datos y la estrategia general de 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.

## **4.12 Presentación de Datos**

4.12.1 Para la presentación de datos deben seguirse los siguientes estándares:

- 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 (e.g. reportes).
- Deben mostrarse las bases de renglones y columnas según se requiera.
- Si se hacen pruebas de significancia, las tablas deben mostrar la prueba y los niveles de significancia en un apéndice técnico u otra documentación (e.g. reportes).
- Definición y explicación clara y completa de 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.

- Celdas de menos del 0.5% pueden mostrarse con un asterisco [\*] u otro símbolo siempre que se aclare.
- Los puntos estándar de saltos de página/titulares deben coincidir con las preguntas de origen.
- Información sobre supresión de celdas y otras medidas que aseguran la confidencialidad.
- Advertencias sobre resultados no confiables debido a que el tamaño de la muestra es muy pequeño.

## 4.13 Verificación del Análisis de Datos

4.13.1 La calidad de todas las tabulaciones debe revisarse y aprobarse (si procede) o enmendarse (si se detecta un error), la revisión debe incluir como mínimo:

- Estar completo (i.e. que incluya todas las tablas).
- Asegurarse que cualquier abreviación de títulos o categoría de respuesta abierta reflejen precisamente el contenido o esencia.
- Estar cubiertas las especificaciones.
- La base de cada tabla sea correcta considerando no respuestas o filtros, a modo de identificar el número real de encuestados por pregunta.
- Las cifras en los subgrupos sean correctas.
- Investigación de tablas en blanco (sin datos).
- Cruces de tablas de segmentos o desgloses.
- Revisión de ponderación a través de tablas de prueba.
- Revisión de ortografía.
- Legibilidad de la impresión (si es en papel).
- Los conteos de frecuencia antes de la elaboración de las tablas, tanto para garantizar la precisión de los datos como para determinar los tamaños base de los subgrupos.
- El valor base de cada tabla sea correcto en relación con otras tablas o conteos de frecuencia.

- Referencia a la pregunta de origen real a la que pertenecen los datos.

4.13.2 Si se utiliza análisis multivariado u otras técnicas especializadas, entonces el procesamiento y los resultados deben revisarse y aprobarse por un estadístico suficientemente calificado o experto en el campo.

## 4.14 Entrega de Datos al Cliente en Formato Electrónico

4.14.1 Cuando los datos son entregados al cliente en formato electrónico (e.g. archivo de computadora), las siguientes revisiones deben realizarse y aprobarse:

- Que el formato del archivo sea compatible con las especificaciones de *hardware* y *software* acordadas con el cliente.
- Se realice una revisión antivirus de cualquier archivo.
- Se revise que el archivo esté completo y la versión sea la correcta.
- Cada disco sea acompañado por una descripción de su contenido e.g. un mapa de datos, conteos de no respuesta o frecuencias y listado en papel de los primeros registros.
- Cualquier disco sea etiquetado con los contenidos y, cuando sea necesario, acompañado con instrucciones de limitaciones de uso.
- A petición del cliente, encriptación de los archivos.

4.14.2 Cuando los datos se envíen vía módem o correo electrónico debe revisarse que:

- El archivo correcto sea el que se está enviando.
- Que la transmisión fue exitosa (se recomienda verificar con el destinatario).

4.14.3 Con ayuda de un *software* de detección de virus actualizado, se deberá revisar todos los archivos electrónicos para detectar si están infectados con algún virus.

## **4.15 Retención de Copias de Seguridad (Respaldo o Backup) y Almacenamiento de Registros**

4.15.1 Se debe asegurar que todos los archivos computarizados estén claramente identificados, ya sea por convenciones de nomenclatura de archivos del proveedor de servicios de investigación o mediante archivos “léame”. Estas medidas deben asegurar que el proyecto pueda ser reconstruido fácilmente más tarde. Cuando existan múltiples archivos es muy importante que los nombres de los archivos de datos y de trabajo utilizados en la corrida final sean registrados.

Se deben guardar los datos que pertenezcan al procesamiento y análisis de datos, estos deben incluir:

- Archivos de datos “crudos”.
- Otros archivos electrónicos.
- Cuestionarios impresos y materiales de muestra.
- Marcos de codificación.
- Archivos del proyecto, incluyendo información sobre la administración del proyecto.
- Correos electrónicos y otros datos de correspondencia.

4.15.2 El proveedor de servicios de investigación deberá establecer y mantener procedimientos que garanticen la identificación clara de los archivos electrónicos de DP (procesamiento de datos).

4.15.3 Cuando se editen, limpien, recodifiquen o modifiquen los datos en una manera que difiera del formato, contenido o diseño de su formato original, se deberán guardar al menos los datos originales, finales y los archivos del programa que ha sido modificado, de manera que se pueda reconstruir con facilidad el conjunto de datos finales.

4.15.4 Es posible que se soliciten análisis adicionales después de la tarea principal de procesamiento, los cuales deberán cumplir con los

requisitos de DP (procesamiento de datos) estipulados en la presente norma. Para cualquier propuesta de envío de tablas o datos, se deberán seguir los procedimientos necesarios para reducir el riesgo de revelar información sobre la identidad del encuestado.

- 4.15.5 Cualquier análisis extra que se requiera después de la etapa del procesamiento principal debe estar sujeto a los mismos procedimientos y estándares que fueron detallados anteriormente para las tabulaciones principales.
- 4.15.6 Los procedimientos de respaldo de archivos deben cubrir todo el proceso de datos computarizados. Se recomienda que un sistema o mecanismo de respaldos diarios, semanales o mensuales sea implementado para evitar la pérdida de datos en caso de una emergencia o falla del equipo o que sean accidentalmente borrados.
- 4.15.7 Se guardarán dos copias claramente identificadas del material archivado en lugares separados. Una copia se guardará en un lugar diferente a las oficinas o en una caja de seguridad a prueba de fuego.

Distribuido por:  
Asociación Mexicana  
de Agencias de Investigación  
de Mercado  
y Opinión Pública, A.C.

Tels. +52 (55) 5545 1465  
Fax. +52 (55) 5250 2107  
E-mail. [amai@amai.org](mailto:amai@amai.org)  
Website. [www.amai.org](http://www.amai.org)

Esta publicación se terminó de imprimir  
en agosto de 2008  
en Imprenta Gama Sucesores, S.A. de C.V.  
Ingenieros Civiles No. 94  
Col. Nueva Rosita, México, D.F.



