

Septiembre 2012

TÍTULO

Investigación de mercado, social y opinión

Vocabulario y requisitos del servicio

Market, opinion and social research. Vocabulary and service requirements.

Études sociale, d'opinion et de marché. Termes, définitions et exigences de service.

CORRESPONDENCIA

Esta norma es idéntica a la Norma Internacional ISO 20252:2012.

OBSERVACIONES

Esta norma anula y sustituye a la Norma UNE-ISO 20252:2006.

ANTECEDENTES

Esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 161 *Investigación de mercado y estudios de opinión* cuya Secretaría desempeña ANEIMO.

ÍNDICE

	Página
PRÓLOGO	5
INTRODUCCIÓN	6
1 OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN	6
2 TÉRMINOS Y DEFINICIONES	6
3 REQUISITOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DEL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN	12
3.1 Organización y responsabilidades.....	12
3.2 Confidencialidad de la investigación	13
3.3 Requisitos de la documentación	13
3.4 Competencia y formación	13
3.5 Subcontratación/externalización.....	14
3.6 Revisión de la eficacia del sistema de gestión del proceso de la investigación.....	14
4 GESTIÓN DEL TRABAJO TÉCNICO DE LA INVESTIGACIÓN	15
4.1 Respuesta a las solicitudes de investigación	15
4.2 Calendario del proyecto.....	18
4.3 Asistencia y cooperación con clientes	18
4.4 Cuestionarios y guías de discusión	19
4.5 Gestión del muestreo y proceso de datos	20
4.6 Control de la ejecución de la investigación	22
4.7 Documentos, materiales y productos de la investigación	22
4.8 Entrega de los resultados de la investigación	23
4.9 Registros de la investigación.....	24
5 RECOGIDA DE DATOS	26
5.1 Generalidades	26
5.2 Gestión, selección y formación de los trabajadores de campo.....	26
5.3 Desarrollo de la recogida de datos por trabajadores de campo	28
5.4 Validación de trabajadores de campo para la investigación cuantitativa	30
5.5 Recogida de datos en proyectos cualitativos	32
5.6 Recogida de datos por métodos auto-administrados	34
5.7 Recogida de datos por observación.....	36
5.8 Recogida de datos de fuentes secundarias	38
5.9 Registros de la recogida de datos	38
6 GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS	38
6.1 Generalidades	38
6.2 Entrada de datos en soporte físico	39
6.3 Exactitud de las bases de datos que no requieren entrada manual de datos.....	39
6.4 Codificación	40
6.5 Depuración de datos	41
6.6 Gestión de los ficheros de datos.....	41
6.7 Análisis de datos	42
6.8 Entrega de datos en formato electrónico	43
6.9 Copias de seguridad, archivo y seguridad de los datos	43

7	INFORME DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	44
7.1	Generalidades	44
7.2	Investigación cuantitativa.....	44
7.3	Investigación cualitativa	45
7.4	Investigación por observación.....	46
	BIBLIOGRAFÍA.....	47

PRÓLOGO

ISO (Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (organismos miembros de ISO). El trabajo de preparación de las normas internacionales normalmente se realiza a través de los comités técnicos de ISO. Cada organismo miembro interesado en una materia para la cual se haya establecido un comité técnico, tiene el derecho de estar representado en dicho comité. Las organizaciones internacionales, públicas y privadas, en coordinación con ISO, también participan en el trabajo. ISO colabora estrechamente con la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC) en todas las materias de normalización electrotécnica.

Las normas internacionales se redactan de acuerdo con las reglas establecidas en la Parte 2 de las Directivas ISO/IEC.

La tarea principal de los comités técnicos es preparar normas internacionales. Los proyectos de normas internacionales adoptados por los comités técnicos se envían a los organismos miembros para votación. La publicación como norma internacional requiere la aprobación por al menos el 75% de los organismos miembros que emiten voto.

Se llama la atención sobre la posibilidad de que algunos de los elementos de este documento puedan estar sujetos a derechos de patente. ISO no asume la responsabilidad por la identificación de cualquiera o todos los derechos de patente.

La Norma ISO 20252 fue preparada por el Comité Técnico ISO/TC 225 *Investigación de mercados, social y de la opinión*.

Esta segunda edición anula y sustituye a la primera edición (Norma ISO 20252:2006) que ha sido revisada técnicamente.

INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de la normalización internacional es facilitar el desarrollo empresarial y el crecimiento en particular entre diferentes mercados nacionales y regionales. La intención de esta norma internacional es seguir una estructura lineal para asegurar que su implementación permita una mejora continua de la investigación de mercado, social y opinión y armonizar otras normas nacionales ya disponibles.

La investigación de mercado, social y opinión es hoy en día una industria global. Una proporción creciente del gasto de los usuarios de la industria se destina a proyectos multinacionales cuyo objetivo es la medición consistente a nivel regional y mundial. Una norma internacional facilita directamente el logro de este importante objetivo económico y social, asegurando que los elementos del proceso de dicha investigación se llevan a cabo conforme a una norma apropiada y de manera comprobable y uniforme. Esto permitirá que los datos, obtenidos a partir de proyectos de investigación llevados a cabo de acuerdo a esta norma internacional, sean utilizados para guiar la prestación de servicios y bienes a ciudadanos particulares y a instituciones en un modo consistente y transparente.

Los objetivos secundarios para el desarrollo de esta norma internacional incluyen la necesidad de definir el nivel de los requisitos para la prestación del servicio y los procedimientos de trabajo comunes a aplicar en los procesos, incluso los que se realicen en diferentes países. Los requisitos sólo son de aplicación cuando se presta el servicio.

Esta norma internacional contiene una lista extensa de términos y definiciones.

1 OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

Esta norma internacional establece los términos y definiciones así como los requisitos de servicio para organizaciones y profesionales que llevan a cabo investigaciones de mercado, social y opinión.

Actividades que no son de investigación de mercado, tales como la de marketing directo quedan fuera del alcance de esta norma internacional.

2 TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Para los fines de este documento, se aplican los términos y definiciones siguientes:

2.1 panel de acceso (*access panel*):

Base de datos (2.16) de una muestra de potenciales **entrevistados** (2.56) que declaran que cooperarán en futuras recogidas de datos si son seleccionados.

NOTA Esto no incluye a los paneles continuos (por ejemplo, paneles de audiencia de televisión) ni bases de datos de re-contacto (en las que se solicita permiso para seguimiento).

2.2 exactitud:

Grado de precisión entre el valor estimado y el verdadero valor del parámetro.

2.3 ad hoc:

<investigación> diseñada de forma específica para tratar un objetivo o tema concreto.

2.4 evaluación:

Proceso de seguimiento de las competencias de una persona individual o de un grupo de personas en el desempeño su trabajo.

2.5 auditoría:

Proceso sistemático, independiente y documentado para la obtención de evidencias y su valoración objetiva para determinar el nivel de cumplimiento de los **criterios de auditoría** (2.6).

2.6 criterios de auditoría:

Conjunto de reglas, procedimientos o requisitos usados como referencia.

2.7 auditor:

Persona con competencia para realizar una **auditoría** (2.5).

2.8 codificación automática:

Método de codificación en el que la codificación manual es sustituida, total o parcialmente, por diversos métodos de codificación informatizados o asistidos informáticamente y con empleo de listas de códigos y diccionarios almacenados informáticamente.

2.9 sesgo:

Desviación sistemática entre el valor estimado y el verdadero valor del parámetro.

2.10 cliente:

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

2.11 código:

Carácter o combinación de caracteres alfanuméricos asociados con cada categoría de respuesta.

2.12 plan de códigos:

Lista de categorías asociadas a **códigos** (2.11) para la clasificación de respuestas.

2.13 entrevista asistida por ordenador, CAI:

Entrevistas cuyas respuestas son introducidas directamente a través del teclado de un ordenador y donde la administración de la entrevista es realizada por un programa diseñado de forma específica.

EJEMPLOS Entrevista personal asistida por ordenador (CAPI), entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI), entrevista auto-administrada asistida por ordenador (CASI) y entrevista asistida por ordenador vía Internet (CAWI).

2.14 confidencialidad:

Requisito por el cual los datos recogidos, la información y los materiales utilizados están protegidos contra accesos no autorizados.

2.15 investigación continua:

Investigación que implica una recogida regular y repetitiva de datos.

2.16 base de datos:

Conjunto organizado y centralizado de datos que es accesible a los usuarios.

2.17 depuración de datos:

Conjunto de métodos para la verificación de los datos recogidos y, si fuera necesario, para su corrección.

2.18 entrada de datos:

Fase del proceso en la que los datos recogidos son convertidos a un formato legible por el ordenador.

2.19 proceso de datos:

Gestión y transformación de los datos desde su estado bruto a un formato requerido.

2.20 fichero de datos:

Conjunto de datos derivados de una unidad informante u observada.

2.21 entrevista en profundidad:

Entrevista no estructurada que se lleva a cabo para comprender motivaciones subyacentes, creencias, actitudes y sentimientos sobre un tema en particular.

NOTA La discusión puede variar de una entrevista a otra, siempre y cuando se cubran todos los temas predefinidos en una **guía de discusión** (2.23).

2.22 ítem de datos derivado:

Dato usado en el análisis y/o en las tablas, derivado de una o más fuentes de datos y/o categorías.

2.23 guía de discusión:

Lista de puntos o temas que se deben abordar en una **entrevista en profundidad** (2.21) o en una **reunión de grupo** (2.28).

2.24 documento:

Procedimiento, información o dato que puede ser cambiado o modificado.

NOTA Por ejemplo, un cuestionario es un documento, pero una vez que ha sido cumplimentado por un **entrevistado** (2.56) o un entrevistador, se convierte en un **registro** (2.51).

2.25 observación etnográfica:

Método de **investigación cualitativa** (2.47) en el cual el investigador observa o interactúa con los sujetos de la investigación en su entorno natural según llevan a cabo sus actividades normales.

NOTA El investigador puede limitar su participación a la observación, efectuando limitadas o ninguna preguntas a los sujetos, o puede participar como un miembro activo de la comunidad que está siendo observada.

2.26 trabajador de campo:

Persona que participa en la recogida de datos para la investigación de mercado, social y opinión, excluyendo a la dirección y al personal investigador.

NOTA Trabajador de campo incluye, pero sin limitación, a entrevistadores personales y telefónicos, captadores para investigación cualitativa u otros tipos de investigación, "pseudo-compradores" (véase 2.36) y otros que llevan a cabo la recogida de datos por observación y **auditores** (2.7) que recogen datos en tiendas.

2.27 filtro:

Pregunta o instrucción en un cuestionario que limita las respuestas a un subgrupo de **entrevistados** (2.56).

2.28 reunión de grupo; grupo de discusión:

Discusión abierta con un número reducido de participantes seleccionados dirigida por un **moderador** (2.35).

NOTA Una reunión de grupo puede ser realizado cara a cara, por teléfono, *online* o por una combinación de estos sistemas. Las reuniones de grupo *online* pueden ser sincrónicas o en tiempo real (por ejemplo, sesiones de chat), o asincrónicas durante un periodo de tiempo prolongado (por ejemplo, tableros de mensajes/boletines).

2.29 recuento de frecuencias; recuento de agujeros; marginales:

Recuento de datos individuales en un archivo informático.

2.30 imputación:

Procedimiento por el que los datos omitidos son sustituidos por datos estimados o datos modelizados.

2.31 incentivo:

Obsequio, pago u otras retribuciones ofrecidas a potenciales **entrevistados** (2.56) para incrementar la tasa de cooperación.

2.32 indexación:

Escala numérica usada para comparar variables con otras variables o con algún número de referencia.

2.33 interceptación:

Tipo de entrevista en el que los **entrevistados** (2.56) son abordados, ya sea en persona u *online*.

2.34 entrada de datos lógica:

Procesos de **entrada de datos** (2.18) que están programados para verificar saltos de preguntas y rangos de respuestas.

2.35 moderador:

Persona responsable de facilitar la interacción de los miembros de una **reunión de grupo** (2.28).

2.36 compra simulada:

Proyecto que emplea **trabajadores de campo** (2.26) que asumen el papel de clientes/usuarios para evaluar el desempeño de un negocio/servicio.

2.37 agrupación neta:

Método de tratamiento de **códigos** (2.11) asignados a preguntas de respuesta múltiple, que pueden incluir códigos abiertos, y donde el neto corresponde al número total sin duplicidad de personas que responden el mismo grupo de códigos, incluso cuando cada persona haya dado más de una respuesta dentro del mismo grupo de códigos.

2.38 falta de respuesta:

Fallo en la obtención de mediciones de algún miembro de la **muestra** (2.58) o del censo en todas o algunas de las preguntas o variables.

2.39 recogida de datos por observación; investigación por observación:

Recogida de datos mediante la observación de comportamientos, hábitos, actividades, relaciones, opiniones expresadas, desempeños individuales o grupales, acontecimientos, incluyendo el uso de técnicas pasivas, sin formulación de preguntas directas.

2.40 encuesta omnibus:

Encuesta (2.65) y cuestionario que recoge los datos requeridos para más de un proyecto o **cliente** (2.10).

2.41 pregunta abierta; respuesta abierta:

Tipo de pregunta en la que se solicita a los **entrevistados** (2.56) que contesten con sus propias palabras.

2.42 tasa de participación:

Cociente entre el número de **entrevistados** (2.56) que proporcionan respuestas utilizables y el número total de invitaciones personales iniciales en solicitud de participación.

2.43 tasa de penetración:

Proporción de potenciales **entrevistados** (2.56) o contactos cualificados para participar en una **encuesta** (2.65).

2.44 pilotaje:

<de cuestionarios> pruebas a pequeña escala para verificar la adecuación de un cuestionario antes de acometer el trabajo de campo a gran escala.

2.45 registro primario:

Datos brutos en formato electrónico o físico, incluyendo cuestionarios cumplimentados sin editar, grabaciones de **investigación cualitativa** (2.47) y otros similares.

2.46 muestreo probabilístico; muestreo aleatorio:

Procedimiento por el cual cada miembro de un **marco muestral** (2.59) tiene una probabilidad distinta de cero de ser incluido en la **muestra** (2.58).

NOTA Para muestreos probabilísticos, son de aplicación los márgenes de error estadístico.

2.47 investigación cualitativa:

Análisis de motivaciones, patrones de pensamiento, opinión, actitud, valoración o comportamiento por medio de técnicas de investigación tales como **reuniones de grupo** (2.28), **entrevistas en profundidad** (2.21) y **observación etnográfica** (2.25) cualitativa.

NOTA No es posible realizar afirmaciones a partir de un proyecto cualitativo sobre la frecuencia y distribución de tales patrones dentro de una determinada población.

2.48 investigación cuantitativa:

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

NOTA A menudo esta investigación tiene como propósito obtener conclusiones sobre poblaciones. En la mayoría de los casos, se utiliza un cuestionario estructurado con preguntas predeterminadas y con la mayoría de las respuestas pre-codificadas.

2.49 cuestionario:

Herramienta o instrumento estructurado o semi-estructurado para la recogida de datos, compuesto por series de preguntas.

NOTA Los cuestionarios pueden ser auto-administrados o administrados por un entrevistador.

2.50 muestreo por cuotas:

Método de construcción de una **muestra** (2.58) de tal manera que ésta se ajuste a una estructura predefinida respecto a variables determinadas.

2.51 registro:

Tipo especial de **documento** (2.24) que proporciona una evidencia histórica sobre un evento, actividad o hecho.

2.52 captador:

Persona que identifica e invita a potenciales **entrevistados** (2.56) a participar en un proyecto de investigación.

2.53 gestión del proceso de la investigación:

Procedimientos y medidas enfocadas a cumplir los requisitos del control de calidad y requisitos del aseguramiento de la calidad.

2.54 propuesta de investigación:

Escrito entregado a un **cliente** (2.10) que incluye un diseño de investigación.

2.55 proveedor de servicio de investigación:

Organización que lleva a cabo proyectos de investigación o partes de proyectos de investigación de mercado, social y opinión.

EJEMPLOS Instituciones de investigación privadas, instituciones de investigación académicas y universitarias, departamentos de investigación de empresas, autoridades locales, agencias estadísticas oficiales o investigadores individuales actuando con la misma competencia.

2.56 entrevistado:

Persona de quien se recogen datos.

NOTA El entrevistado puede ser una persona física o jurídica.

2.57 auditoría de tienda:

Recogida de datos de tiendas usando métodos documentales (por ejemplo, en papel o en soporte electrónico) y/o métodos de observación.

2.58 muestra:

Subconjunto de la **población objetivo** (2.66) de la que se han de recoger datos.

2.59 marco muestral:

Lista de elementos de la población o de otras fuentes apropiadas con las que se diseña la **muestra** (2.58).

2.60 preselección (*screening*):

Preguntas iniciales en un cuestionario utilizadas para establecer la elegibilidad de los **entrevistados** (2.56).

2.61 datos secundarios; investigación de gabinete:

Datos recogidos con anterioridad y que están disponibles de otras fuentes.

2.62 entrada de datos simple:

Entrada de datos (2.18) que no incorpora procesos de verificación lógicos.

2.63 redes sociales:

Tecnologías y prácticas *online* que las personas usan para compartir opiniones, ideas, experiencias y puntos de vista entre sí, transformando las tradicionales interacciones de uno-con-muchos en interacciones de muchos-con-muchos.

2.64 subcontratación; externalización:

Cesión de la responsabilidad para la realización de una parte del proyecto de investigación a otro **proveedor de servicios de investigación** (2.55).

NOTA Los **trabajadores de campo** (2.26) autónomos no están definidos como subcontratados para los fines de esta norma internacional.

2.65 encuesta:

Recogida de datos sistemática de una **muestra** (2.59) de la **población objetivo** (2.66) con la cual pueden realizarse inferencias.

2.66 población objetivo:

Conjunto de la población que es de interés para el proyecto de investigación, sobre la que han de hacerse inferencias.

2.67 validación:

Procedimientos para la verificación de conformidad con especificaciones o requisitos.

2.68 ola:

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

2.69 ponderación:

Proceso de cálculo en el cual se recalculan las diferentes unidades o subgrupos de unidades mediante la asignación de valores numéricos, tanto como sea necesario, para corregir y/o mejorar la representatividad de las estimaciones de la **muestra** (2.58).

NOTA La ponderación puede utilizarse para ajustar probabilidades desiguales de selección, tales como los muestreos polietápicos, **sesgos** (2.9) de cobertura, sesgos por **falta de respuesta** (2.38).

3 REQUISITOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DEL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Organización y responsabilidades

3.1.1 El sistema de gestión del proceso de la investigación

El proveedor del servicio de investigación debe aplicar un sistema de gestión del proceso de la investigación que cubra todos los requisitos de esta norma internacional, incluyendo el alcance del sistema en relación con las actividades que presta el proveedor del servicio de investigación.

El sistema de gestión del proceso de la investigación debe ser un sistema documentado, que puede ser diferente de una organización a otra debido a lo siguiente:

- el tamaño de la organización y el tipo de actividades;
- la complejidad y los riesgos asociados a los procesos y sus interacciones;
- la competencia del personal.

Los procedimientos, instrucciones y métodos requeridos para completar las diferentes tareas conforme a los requisitos de esta norma internacional deben estar documentados, implementados, mantenidos y ser auditables.

Un documento puede incluir los requisitos para uno o más procedimientos. Un requisito relativo a un procedimiento documentado puede cubrirse con más de un documento. La documentación puede estar en cualquier formato o tipo de medio.

3.1.2 Responsabilidades de la alta dirección

La alta dirección del proveedor del servicio de investigación debe responsabilizarse de lo siguiente:

- comprometerse con la calidad del servicio al cliente (incluyendo una declaración de la política de la calidad) apropiada para el propósito de la organización;
- documentar la estructura organizativa del proveedor del servicio de investigación, incluyendo las responsabilidades de las personas involucradas en la prestación del servicio;
- revisar y mejorar el sistema de gestión del proceso de la investigación;
- asegurarse de la disponibilidad de recursos e información apropiados y adecuados para el sistema, incluyendo la designación de un responsable de calidad;
- asegurarse de que todas las personas involucradas en la prestación del servicio de investigación están familiarizadas con los códigos éticos y profesionales nacionales e internacionales aplicables, los requisitos de la legislación relevante y de los procedimientos y métodos documentados que específicamente afectan a su trabajo.

3.1.3 Designación de un responsable de calidad

Se debe designar un responsable de calidad, con la suficiente autoridad para ser responsable de la administración de todo el sistema de gestión del proceso de la investigación y de organizar las auditorías internas para asegurar que se aplica esta norma internacional.

NOTA En algunos casos el responsable de calidad podría ser una función a tiempo parcial, mientras que en otros podría ser más eficaz designar a más de un responsable de calidad (es decir, compartir la función).

3.2 Confidencialidad de la investigación

Toda información proporcionada por el cliente al proveedor del servicio de investigación para llevar a cabo un proyecto de investigación, debe ser tratada con la más estricta confidencialidad. Debe utilizarse solamente en este contexto y no debe proporcionarse a terceros sin la autorización del cliente. La información confidencial debe almacenarse de forma segura (véase también 4.9.3).

Los resultados de la investigación relacionados con un cliente específico, obtenidos por un proveedor del servicio de investigación como resultado de llevar a cabo un proyecto de investigación particular, no deben utilizarse en proyectos de investigación para otros clientes sin la autorización del cliente que lo encargó, y deben ser tratados con la confidencialidad más estricta.

Los datos suministrados por los entrevistados, así como su identidad (por ejemplo, cuestionarios cumplimentados), deben ser tratados con la confidencialidad más estricta, y deben cumplirse las garantías ofrecidas a los entrevistados.

3.3 Requisitos de la documentación

3.3.1 Generalidades

Deben establecerse y mantenerse registros y documentos (que pueden ser en soporte papel y/o electrónico) para proporcionar evidencias de la trazabilidad.

Todos los archivos electrónicos deben ser revisados por un software actualizado de detección de virus para detectar si están infectados con algún virus.

3.3.2 Control de los documentos (distintos de los documentos relativos a un proyecto)

Los documentos requeridos por el sistema de gestión del proceso de la investigación deben controlarse.

Los documentos deben estar sujetos a un procedimiento de control de versiones que permita identificar claramente la versión válida.

3.3.3 Control de los documentos del proyecto

Cada proyecto debe tener una carpeta de proyecto (que puede estar en soporte electrónico) que contenga o referencie la ubicación de las especificaciones del proyecto, indicando los requisitos básicos del proyecto.

Además de los requisitos citados en el apartado 3.3.2 y de la identificación única del proyecto, los documentos deben estar identificados de manera única para permitir su trazabilidad y asegurar que puedan ser localizados.

3.3.4 Control de los registros

Los registros establecidos para proporcionar evidencia de la conformidad con el sistema de gestión del proceso de la investigación y con los requisitos del proyecto deben mantenerse seguros contra accesos no autorizados, utilizables y conservarse por periodos definidos (por ejemplo, mediante copias de seguridad informáticas). Véase también el apartado 4.9.2.

3.4 Competencia y formación

El proveedor del servicio de investigación debe:

- determinar la competencia necesaria para el personal que realiza trabajos que afectan a requisitos del proyecto;
- proporcionar formación o tomar otras acciones para lograr la competencia necesaria;
- mantener los registros apropiados de la educación, formación, habilidades y experiencia;
- revisar periódicamente la eficacia de la formación interna y de los requisitos de competencia.

3.5 Subcontratación/externalización

El proveedor del servicio de investigación debe ser totalmente responsable de todos los servicios realizados en relación al proyecto, incluyendo cualquier parte del trabajo relacionado con esta norma internacional que pueda ser subcontratado y/o externalizado, excepto cuando la elección del subcontratista está fuera del control del proveedor del servicio de investigación.

El proveedor del servicio de investigación debe definir procedimientos para seleccionar a subcontratistas, establecer las relaciones contractuales con ellos y controlar la calidad del servicio prestado.

El proveedor del servicio de investigación debe asegurarse de que los subcontratistas comprenden los requisitos de esta norma internacional relativos a los procesos que se les ha subcontratado, suministrándoles especificaciones escritas de tales requisitos.

NOTA El nivel de detalle adecuado de las especificaciones puede depender de si el subcontratista ha realizado anteriormente trabajos similares para el proveedor del servicio de investigación, y de si el subcontratista es capaz o no de proporcionar evidencia del cumplimiento de esta norma internacional.

El proveedor del servicio de investigación debe obtener una confirmación del subcontratista de que el trabajo se acomete de conformidad con esta norma internacional. Una confirmación apropiada debe incluir alguno de los siguientes elementos:

- un acuerdo contractual por escrito de realizar el trabajo conforme a los requisitos de esta norma internacional;
- auditoría y certificación de tercera parte conforme a esta norma internacional;
- evidencias documentales del subcontratista de los requisitos apropiados de comprobación y validación;
- comprobación y validación apropiados por el proveedor del servicio de investigación.

El proveedor del servicio de investigación debe mantener registros relevantes, incluyendo los registros de cualquier servicio insatisfactorio recibido de un subcontratista y de las acciones tomadas. Estos registros deben ser trazables con el proyecto.

3.6 Revisión de la eficacia del sistema de gestión del proceso de la investigación

3.6.1 Revisión por la dirección

El proveedor del servicio de investigación debe gestionar y hacer un seguimiento del proceso de investigación acordado y de su sistema de gestión del proceso de la investigación mediante lo siguiente:

- revisando el funcionamiento del sistema de gestión del proceso de la investigación conforme a la política, y realizando un seguimiento del sistema (por ejemplo, auditorías internas);
- revisando proyectos y sus resultados con las especificaciones acordadas con el cliente;
- realizando un seguimiento y revisando la satisfacción del cliente a intervalos regulares, al menos anualmente, con el fin de mejorar la calidad del servicio.

Deben mantenerse registros conforme se especifica en el apartado 4.9.2.

3.6.2 Gestión de problemas y de reclamaciones

Cuando se identifiquen problemas y reclamaciones (ya sea en el proceso o en su resultado), deben ser corregidos y deben tomarse medidas para prevenir que vuelvan a ocurrir.

Deben mantenerse registros, incluyendo los problemas, las causas, las acciones y las soluciones.

3.6.3 Auditoría interna

El proveedor del servicio de investigación debe realizar, a intervalos planificados, auditorías internas para determinar el cumplimiento de lo siguiente:

- el sistema de gestión del proceso de la investigación;
- las especificaciones del proyecto acordadas con el cliente, incluyendo los cambios documentados que se sucedan a lo largo del proyecto.

El sistema de auditoría debe incluir la planificación, el alcance y la metodología de la auditoría. El responsable de calidad debe organizar este sistema (véase 3.1.3).

Todos los auditores internos deben recibir formación y, cuando el tamaño de la organización lo permita, no deben auditar su propio trabajo.

Deben mantenerse registros de las auditorías, de las acciones de seguimiento y de sus resultados y, cuando sea apropiado, deben estar referenciados a proyectos.

4 GESTIÓN DEL TRABAJO TÉCNICO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Respuesta a las solicitudes de investigación

4.1.1 Generalidades

El proveedor del servicio de investigación debe tener implantados métodos definidos para comprobar que dispone de los recursos necesarios y de la cualificación interna y externa apropiada antes de responder a una solicitud de investigación.

El proveedor del servicio de investigación debe ser responsable de asegurar que los requisitos del cliente son comprendidos en cada fase del proceso de investigación. Esto puede requerir una o más reuniones o comunicaciones. Cualquier acuerdo entre el proveedor del servicio de investigación y el cliente debe documentarse. Al responder a una solicitud, el proveedor del servicio de investigación debe señalar explícitamente si existen partes del proyecto de investigación previsto que no hayan sido especificadas adecuadamente o incertidumbres que no hayan sido resueltas satisfactoriamente.

Si no queda claro en la propia solicitud, debe determinarse si el cliente requiere una propuesta de investigación o un presupuesto.

NOTA Un presupuesto (a diferencia de una propuesta) proporciona el precio de la realización de un proyecto de investigación de acuerdo con una metodología predeterminada y definida, la cual es referenciada o documentada por el proveedor del servicio de investigación o el cliente. Los requisitos para un presupuesto están especificados en el apartado 4.1.2.

Cuando se requiere una propuesta de investigación, el cliente y el proveedor del servicio de investigación deben acordar los objetivos a cumplir y el proveedor del servicio de investigación debe tener la oportunidad de modificar o mejorar el enfoque de la investigación propuesto por el cliente. Las propuestas contienen una descripción adecuada de todas las fases relevantes del proyecto de investigación planificado, así como un calendario (véase 4.2). El precio está incluido como parte de la propuesta de investigación (véase también 4.1.4).

Si existieran aspectos específicos de protección de datos, confidencialidad del entrevistado o códigos profesionales que debieran tenerse en cuenta en el diseño de la investigación elegido, el proveedor del servicio de investigación debe dar una descripción detallada del problema y de la solución propuesta.

Si se trata de una propuesta de investigación o presupuesto para un proyecto multi-cliente en cualquiera de sus formas, o se vaya a emplear una encuesta omnibus para la recogida de datos, esto debe establecerse explícitamente en la propuesta de investigación o presupuesto.

Si el proveedor del servicio de investigación no es capaz de cumplir el plazo para la propuesta de investigación o presupuesto, el cliente debe ser informado al respecto antes de dicho plazo.

4.1.2 Contenido de los presupuestos

Un presupuesto debe especificar como mínimo:

- el precio (véase también 4.1.4);
- los plazos de ejecución del proyecto de investigación;
- las especificaciones técnicas y/o metodología y todos los elementos que tengan una influencia sobre el precio, (por ejemplo, el muestreo, el trabajo de campo, la codificación, la entrada de datos, el análisis, el informe, el número de presentaciones);
- los entregables (por ejemplo, informes, tablas de datos).

NOTA La especificación de algunos o todos de los elementos de la lista arriba indicada puede incluir una referencia a otros documentos disponibles para el cliente, incluyendo el propio *briefing* o especificaciones del cliente y proyectos previos.

4.1.3 Contenido de las propuestas de investigación

4.1.3.1 Generalidades

A menos que el cliente y el proveedor del servicio de investigación acuerden lo contrario, los contenidos descritos en los apartados 4.1.3.2 a 4.1.3.10 deben ser abordados, según sea apropiado, en la propuesta de investigación.

NOTA La decisión de qué componentes son apropiados depende del alcance y tipo de investigación a realizar y de las necesidades acordadas con el cliente. Podría ser apropiado disponer de listas de comprobación de los contenidos de las propuestas o plantillas adaptadas a los tipos de investigación que se realizan habitualmente.

4.1.3.2 Objetivos y metodología del proyecto de investigación

La propuesta de investigación debe definir qué requisitos del cliente pueden satisfacerse por medio del proyecto de investigación propuesto y cuáles solamente pueden cumplirse mediante una investigación posterior de seguimiento o mediante un tipo de investigación diferente.

Los objetivos y los métodos de investigación deben describirse y deben ser adecuados a los propósitos para los que van a utilizarse los resultados de la investigación.

4.1.3.3 Alcance de los servicios

Los aspectos a cubrir en el cuestionario o en la guía de discusión, los enfoques para el análisis y su alcance deben incluirse en la propuesta cuando sea relevante.

4.1.3.4 Muestreo y ponderación

La población objetivo y el procedimiento de muestreo deben describirse adecuadamente en la propuesta de investigación. Debe mencionarse una estimación de la proporción de la población objetivo sobre la población total, si existe la posibilidad de que pueda influir en el precio.

La propuesta debe también describir el marco muestral, cuando sea aplicable, y establecer hasta qué punto el marco muestral 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.

Debe describirse el tamaño de la muestra, el método de diseño de la muestra, la captación o la selección de los entrevistados y cualquier procedimiento previsto de ponderación. Al definir el tamaño de la muestra, debe indicarse no sólo el número total de casos sino también el grado de fiabilidad de los resultados obtenidos para subgrupos.

NOTA Véase el apartado 5.7.2 para aspectos relacionados con el muestreo en proyectos por observación que podrían ser necesarios incluir en la propuesta.

Las propuestas para proyectos de investigación cualitativos deben dejar claro cómo se captará a los entrevistados (por ejemplo, de un panel previamente captado o por algún otro medio). Debe indicarse el método utilizado para controlar el tiempo que debe haber transcurrido desde que los entrevistados participaron por última vez, si es que lo han hecho, en un proyecto cualitativo (por ejemplo, una reunión de grupo, una entrevista en profundidad). Debe especificarse el número de individuos a entrevistar y/o el número de grupos y el número previsto de participantes en cada uno.

4.1.3.5 Descripción de la recogida y proceso de datos

La propuesta de investigación debe describir los aspectos relevantes de la recogida de datos. La duración prevista del cuestionario y/o de las entrevistas o reuniones de grupo debe indicarse en la propuesta de investigación.

La propuesta de investigación debe describir los aspectos relevantes del proceso de datos.

En proyectos de investigación cualitativos, debe especificarse el tipo de lugar (y su equivalente para grupos *online*) y los sistemas de visionado o de seguimiento a utilizar para las entrevistas o reuniones de grupo.

4.1.3.6 Análisis secundarios

Cuando deban utilizarse datos secundarios para análisis, debe describirse la naturaleza de la fuente y cuál será su uso y forma de integración prevista.

NOTA En algunos países al análisis de datos secundarios se le denomina investigación de gabinete (desk research).

4.1.3.7 Entrega y presentación de los resultados

Las propuestas deben definir todos los elementos a entregar, incluyendo su formato y forma de entrega.

Especialmente en proyectos de investigación cualitativos, la propuesta debe indicar cuando las transcripciones de las entrevistas y/o reuniones de grupo sean incluidas en la entrega. La propuesta también debe indicar cuando estén disponibles las grabaciones de las entrevistas/reuniones de grupo así como su formato, sujeto al cumplimiento de las garantías de confidencialidad dadas a los entrevistados.

4.1.3.8 Subcontratación de fases individuales de la investigación

La propuesta de investigación debe describir cualquier fase individual de la investigación que vaya a ser o pudiera ser subcontratada a otros proveedores de servicios de investigación externos.

A petición del cliente, se le debe informar de la identidad de cualquier subcontratista.

4.1.3.9 Cumplimiento con la legislación y los códigos éticos y profesionales

La propuesta de investigación debe hacer mención a los códigos éticos relevantes a la investigación de mercado, social y opinión.

Se deben cumplir los requisitos legales y éticos relevantes.

4.1.3.10 Cumplimiento con esta norma internacional

En la propuesta se debe declarar que el proveedor del servicio de investigación cumple con esta norma internacional.

NOTA La certificación es una forma de evidenciar el cumplimiento con esta norma internacional.

4.1.4 Precio

La propuesta de investigación o el presupuesto debe especificar el precio del proyecto de investigación propuesto y de los servicios suministrados. También deben especificarse la forma de pago, la divisa y si los impuestos están incluidos, de acuerdo con las leyes locales. Debe especificarse el periodo de validez de los precios calculados.

Deben estar claramente identificados los factores clave que puedan implicar un cambio en el precio y que puedan razonablemente preverse en el momento de emisión de la propuesta de investigación o presupuesto. Debe advertirse al cliente de que cualquier cambio en la planificación del proyecto podría influir en el precio.

4.1.5 Contratos de investigación

El acuerdo entre el proveedor del servicio de investigación y el cliente debe ser documentado por escrito por cualquiera de las partes. Para este propósito es aceptable usar la versión final de la propuesta y una aprobación escrita.

NOTA Cuando el servicio de investigación es de naturaleza compleja o a largo plazo, podría ser necesario determinar un acuerdo específico del servicio, en el que las entregas y las responsabilidades se definan en detalle.

4.2 Calendario del proyecto

A menos que ya venga incluido en la propuesta de investigación o presupuesto, el cliente debe recibir el calendario del proyecto de investigación, incluyendo todos los plazos y responsabilidades relevantes. Este calendario del proyecto debe incluir, cuando sea pertinente, los siguientes tiempos:

- cuándo los documentos, materiales y productos proporcionados por el cliente deberían ser entregados al proveedor del servicio de investigación;
- cuándo el cliente debería aprobar el cuestionario o la guía de discusión, si tal aprobación ha sido pactada (véase 4.3.4);
- cuándo la recogida de datos deba realizarse en un periodo de tiempo específico;
- cuándo el cliente debería aprobar la especificación del análisis, si tal aprobación ha sido pactada (véase 4.3.6);
- el plazo para la entrega de los resultados u otros entregables.

Los cambios en el calendario realizados por el cliente o por el proveedor del servicio de investigación deben ser comunicados y aprobados por la otra parte contratante lo antes posible. Cualquiera de estos cambios debe documentarse.

4.3 Asistencia y cooperación con clientes

4.3.1 Briefing del cliente al proveedor del servicio de investigación

Si los objetivos del proyecto de investigación u otros requisitos no parecen estar descritos completa y suficientemente en los documentos del cliente, el proveedor del servicio de investigación debe solicitar un *briefing* más detallado.

Cualquier *briefing* debe documentarse de forma que permita cumplir las necesidades del cliente y ser consecuentemente comprobadas.

NOTA Para muchos proyectos de investigación, es esencial un *briefing* del cliente al proveedor del servicio de investigación para que el objetivo de la investigación sea abordado con un diseño adecuado. Este *briefing* puede ser aconsejable para cada fase en el proceso de investigación, desde la entrega de la propuesta de investigación hasta la presentación de los resultados.

4.3.2 Uso de subcontratistas

Cuando así lo solicite, el cliente debe ser informado de los subcontratistas empleados (si los hubiera), para cualquier parte del proceso de investigación. Cuando al cliente se le especifiquen subcontratistas concretos, cualquier cambio posterior en el uso de subcontratistas debe ser también comunicado al cliente.

NOTA En algunos países la legislación local requiere la identificación de los subcontratistas.

4.3.3 Cambios en la especificación del trabajo

El proveedor del servicio de investigación debe ser responsable de acordar y confirmar por escrito con el cliente cualquier cambio que afecte a los requisitos del cliente, lo que puede incluir el precio, el calendario y cualquier otro acuerdo establecido en la propuesta de investigación, presupuesto o contrato.

4.3.4 Revisión por parte del cliente de los cuestionarios y guías de discusión

Debe darse al cliente la oportunidad de participar en el diseño o la revisión del cuestionario o de la guía de discusión. Se requiere la aprobación por parte del cliente del cuestionario o la guía de discusión, a menos que el cliente renuncie a su revisión y aprobación. Esta aprobación, o renuncia, debe ser documentada.

4.3.5 Observación y comprobación de la recogida de datos

Puede permitirse al cliente observar la recogida de datos si los entrevistados que participan en el proyecto de investigación han aceptado previamente y su identidad está protegida, conforme a los requisitos de la legislación y los códigos profesionales aplicables. Estos requisitos también son de aplicación si el cliente recibe transcripciones o grabaciones de reuniones de grupo o de entrevistas personales o cuando las entrevistas o reuniones de grupo sean monitorizadas en tiempo real, incluyendo en remoto. El proveedor del servicio de investigación debe adoptar las medidas necesarias para asegurar que la identidad de los entrevistados se protege y que los clientes aceptan respetar este principio. Este acuerdo con el cliente debe estar documentado.

Los clientes deben ser informados si su observación pudiera afectar a la calidad de los datos recogidos.

Deben tomarse todas las precauciones razonables para garantizar que los entrevistados o las personas observadas (incluyendo a aquéllas que puedan no ser conscientes de ser observadas) no se vean perjudicadas o afectadas de modo adverso como resultado de su participación en un proyecto de investigación.

4.3.6 Plan de códigos y análisis de datos

A solicitud del cliente, el proveedor del servicio de investigación debe poner a su disposición el plan de códigos y los métodos utilizados para analizar los datos.

4.3.7 Presentación de los resultados al cliente

Debe consultarse con el cliente sobre la manera en que se presentan los resultados de la investigación.

NOTA La consulta al cliente sobre la manera en que se presentarán los resultados de la investigación puede haber sido ya suficientemente abordada en la fase de propuesta.

4.4 Cuestionarios y guías de discusión

4.4.1 Elaboración y diseño de cuestionarios

El contenido, la estructura y diseño del cuestionario puede afectar a los resultados de la investigación. Los posibles efectos de la redacción y la secuencia de las preguntas individuales y otros aspectos objeto de la investigación (por ejemplo, en un omnibus), así como el número de respuestas alternativas y su orden, deben tenerse en cuenta cuando se elabore el cuestionario. Deben incluirse en el cuestionario o en la documentación adjunta las instrucciones para los cuestionarios auto-administrados.

NOTA Además de lo anterior, una estructura de filtros e instrucciones claras son características importantes de los cuestionarios.

Cuando el cuestionario utilizado en un proyecto continuo sea revisado entre las diferentes olas de recogida de datos, deben comunicarse las repercusiones para otros procesos (por ejemplo, el proceso de datos).

4.4.2 Traducción de cuestionarios y guías de discusión o cualquier otro documento relacionado con el proyecto

La traducción debe ser realizada por personas con competencias comparables a la lengua materna en la lengua de origen y en la de destino. Al menos uno de los traductores debe tener experiencia previa en la redacción de este tipo de documentos.

La comprobación y la revisión deben ser realizadas por una persona o personas distintas del traductor, con la competencia apropiada en la lengua de origen y/o las de destino para revisar que la traducción es adecuada a su finalidad.

Debe darse la oportunidad al cliente o a su representante de revisar la traducción.

La comprobación y la revisión de la traducción deben ser registradas.

4.4.3 Pilotaje de cuestionarios

Debe realizarse un pilotaje de cualquier cuestionario (incluyendo los auto-administrados) si el cliente o el proveedor del servicio de investigación lo consideran necesario. Si el mismo cuestionario se ha pilotado previamente y se ha utilizado en una situación comparable, tal pilotaje puede ser a una escala más limitada. Si hay un pilotaje, deben documentarse los resultados.

NOTA Se pueden tener en cuenta diversos métodos de pilotaje, desde la realización de entrevistas ficticias por personal interno hasta un pilotaje completo con los entrevistados adecuados. Normalmente, el enfoque utilizado se acordará con el cliente o se abordará en la propuesta, junto con su implicación en el precio.

4.4.4 Briefing y formación de los entrevistadores y moderadores

El proveedor del servicio de investigación debe asegurarse de que tanto los trabajadores de campo como cualquier subcontratista relacionado reciben un *briefing* apropiado e instrucciones adecuadas para utilizar los cuestionarios y las guías de discusión. Cualquier *briefing* debe quedar documentado (incluyendo en soporte electrónico), con independencia del modo en que fue impartido (por ejemplo, verbal o escrito). Véase también el apartado 5.3.4.

Si los requisitos metodológicos para los entrevistadores que realizan un proyecto de investigación van más allá del alcance de las competencias enseñadas en el programa de formación básico, debe llevarse a cabo una formación adecuada al proyecto.

Los moderadores de las reuniones de grupo y de las entrevistas en profundidad deben recibir un *briefing* sobre los temas específicos.

4.4.5 Cuestionarios electrónicos

El proveedor del servicio de investigación debe asegurarse de que las especificaciones para la entrada o captura de datos para CATI y/o CAPI, así como para los proyectos *online*, son correctas tal y como se especificaron.

El proveedor del servicio de investigación debe establecer y mantener procedimientos para testar tanto el diseño como la instalación de los cuestionarios electrónicos. El tipo de tests y las personas involucradas deben documentarse.

La confirmación de la aprobación del cliente del cuestionario electrónico (cuando esto se haya acordado con el cliente) debe documentarse.

Los cambios en el cuestionario electrónico deben ser documentados claramente y debe emplearse un sistema de control de versiones.

En caso de que las entrevistas se realicen desde varias localizaciones, debería haber solamente un punto desde el que el cuestionario pueda corregirse, testarse y distribuirse.

NOTA Véase el apartado 4.4.1 para el diseño del cuestionario.

4.5 Gestión del muestreo y proceso de datos

4.5.1 Gestión del muestreo y de la ponderación

4.5.1.1 Requisitos del muestreo

El diseño de la muestra debe estar basado en el procedimiento de selección elegido (por ejemplo, estratificado, de conglomerados o asignaciones). Debe documentarse el enfoque utilizado en el diseño de la muestra.

Las características de la muestra, incluyendo muestras de terceros (por ejemplo, muestras adquiridas a otros proveedores o aportadas por el cliente), deben ser comprobadas por el proveedor del servicio de investigación en base a los criterios de muestreo específicos del proyecto de investigación con objeto de cumplir los requisitos legales y los códigos de conducta aplicables a la investigación. Esto es aplicable igualmente al trabajo de campo realizado por el proveedor del servicio de investigación y al trabajo realizado por los subcontratistas.

NOTA 1 En el caso del trabajo realizado por subcontratistas, esta comprobación puede implicar una especificación de las características requeridas de la muestra y una comprobación de la muestra alcanzada con dicha especificación.

NOTA 2 Para los requisitos en proyectos cualitativos, véase el apartado 5.5.2.

4.5.1.2 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra debe escogerse de tal manera que la desviación muestral obtenida tanto en la muestra total como en los subgrupos relevantes para el análisis sea aceptable para los propósitos del proyecto de investigación.

4.5.1.3 Criterios de calidad para muestreos probabilísticos (aleatorios)

El enfoque concreto de muestreo debe asegurar que cada persona o unidad de la población objetivo o del marco muestral tienen una probabilidad calculable de ser incluidos en la muestra. Debe documentarse la fuente de los datos utilizada para escoger los puntos de muestreo y/o personas o unidades. La ponderación posterior de las respuestas de los entrevistados puede utilizarse para contrarrestar los sesgos en la estructura debidos a la falta de respuesta, a una muestra insuficiente u otras causas.

4.5.1.4 Criterios de calidad para muestreos no probabilísticos

Las muestras no aleatorias pueden incluir, entre otros:

- paneles de acceso (véase también la Norma ISO 26362);
- interceptaciones (*online* u *offline*);
- redes sociales;
- listados (de cobertura desconocida, *online* u *offline*);
- otras fuentes de cobertura desconocida;
- combinación de fuentes múltiples, incluyendo entrevistas por métodos distintos (por ejemplo, combinando muestras *online* y *offline*, paneles de acceso, interceptaciones *online*).

Cuando se utilicen tales fuentes para el diseño de la muestra en un proyecto de investigación, el proveedor del servicio de investigación debe documentar y poner a disposición del cliente (véase también 4.8.3 y el capítulo 7):

- a) una descripción del marco muestral u otras fuentes y métodos usados en el diseño de la muestra, cómo se elaboró o consiguió y la población objetivo a la que pretende representar;
- b) el método de muestreo empleado, es decir, el procedimiento utilizado para seleccionar entrevistados potenciales del marco muestral o equivalente, y los medios empleados para garantizar que la muestra representa a la población objetivo, incluyendo el uso de cuotas;
- c) los criterios utilizados en la selección de la muestra, incluyendo cualquier información relativa a la falta de respuesta de la muestra;
- d) un recuento del número de unidades muestrales extraídas;
- e) una descripción de cualquier problema detectado en la selección de la muestra y de cómo fue resuelto;

- f) los métodos de ponderación y de proyección;
- g) los métodos de recogida de datos para la muestra;
- h) adecuación de la muestra a su finalidad;
- i) una evaluación de hasta qué punto la muestra es representativa de la población objetivo y las consecuencias sobre la calidad de los datos;
- j) si están disponibles, datos relevantes procedentes de otras fuentes que puedan utilizarse para evaluar los posibles sesgos.

En caso de una muestra por cuotas, la población objetivo debe conocerse y definirse por las variables relevantes. Las características de la población según las variables relevantes, deben incluirse en el plan de cuotas. La fuente y fecha de los datos de los que se han determinado las cuotas deben incluirse. El número de entrevistas requerido para cada variable a controlar debe especificarse en el plan de cuotas.

4.5.1.5 Documentación de la ponderación de datos

Si se utiliza un método de ponderación, éste debe documentarse apropiadamente junto con las variables de ponderación aplicadas. La fuente y la fecha de referencia de los datos de ponderación deben estar disponibles a petición del cliente. Deben documentarse las estructuras muestrales ponderadas y sin ponderar.

4.5.2 Codificación, depuración y demás procesos de datos

En el caso de proyectos de investigación cuantitativos, el proveedor del servicio de investigación debe asegurarse de que el proceso de los datos se lleva a cabo de manera que se minimizan los errores, que se comprueba la ausencia de errores en la codificación de las preguntas abiertas y que los análisis y tabulaciones son correctos. Deben establecerse y documentarse controles de calidad normalizados para este fin.

NOTA Para los requisitos completos, véase el capítulo 6.

4.6 Control de la ejecución de la investigación

El proveedor del servicio de investigación debe controlar los procesos de investigación más importantes, de tal manera que se realicen de acuerdo con las especificaciones acordadas (véanse 4.1.2 y 4.1.3). Los procesos más importantes incluyen el procedimiento de muestreo, el diseño del cuestionario o de la guía de discusión, la recogida de datos, el proceso de datos, el análisis y la elaboración de los resultados a entregar.

Los registros del proyecto deben incluir las acciones tomadas para hacer frente a cualquier problema que surja.

NOTA Este es un requisito para el control y gestión del proyecto, y se puede cumplir por medio de procedimientos generales e instrucciones específicas del proyecto.

4.7 Documentos, materiales y productos de la investigación

4.7.1 Tratamiento y almacenamiento de los materiales relacionados con el proyecto

El proveedor del servicio de investigación debe pedir al cliente que le facilite las instrucciones necesarias para la manipulación, almacenamiento y protección de los materiales y productos proporcionados por el cliente. Debe acordarse con el cliente qué debe hacerse con los materiales del cliente al final del proyecto.

El proveedor del servicio de investigación debe adoptar las medidas apropiadas para manipular, almacenar y proteger los documentos, materiales y productos del proyecto confiados a su cuidado de acuerdo a las instrucciones del cliente y/o los procedimientos internos. Si el proveedor del servicio de investigación transporta o envía materiales o productos, debe asegurarse de que utiliza embalajes y métodos de transporte adecuados. Estas medidas pueden variar dependiendo de la naturaleza de los materiales (por ejemplo, los datos manuales y los datos digitales pueden requerir la adopción de diferentes medidas).

Cuando los documentos, materiales y productos se muestren a los entrevistados, o cuando éstos tengan la oportunidad de utilizarlos, el proveedor del servicio de investigación debe asegurar que las condiciones de investigación son las mismas para todas las personas y que los productos no se dañen, manchen o alteren durante el proyecto de investigación, de tal manera que pueda afectar a los resultados. El proveedor del servicio de investigación debe garantizar que los entrevistados y/o entrevistadores reciben la información adecuada sobre el uso seguro y manipulación de los productos utilizados en el proyecto de investigación.

NOTA Los procedimientos generales pueden ser adecuados para materiales, productos, etc. comúnmente utilizados; pero en otros casos, puede ser necesario documentar un plan de manipulación, almacenamiento y uso específico para el proyecto.

4.7.2 Protección eficaz de materiales de la investigación

El proveedor del servicio de investigación debe asegurarse de que cualquier documento, materiales, productos y bases de datos de naturaleza confidencial o sensible suministrados por el cliente, es tratado confidencialmente, tanto dentro como fuera del control del proveedor del servicio de investigación. El proveedor del servicio de investigación debe guardar los documentos, materiales, productos y bases de datos que pertenecen al cliente, de manera que no se permita el acceso a personas no autorizadas. El acceso debe estar limitado a las personas directamente involucradas en el proyecto de investigación.

A solicitud del cliente, el proveedor del servicio de investigación debe dar detalles de las medidas específicas tomadas para salvaguardar la confidencialidad.

NOTA Cuando el cliente requiera medidas especiales para proteger la confidencialidad (es decir, más allá de la práctica habitual del proveedor del servicio de investigación), las partes podrán acordar y documentar los cargos adicionales. Se describen ejemplos de tales medidas en la Norma ISO/IEC 27001.

4.8 Entrega de los resultados de la investigación

4.8.1 Presentación de los resultados

Los resultados relevantes para los fines de la investigación deben estar disponibles en su totalidad.

Cuando se proporcionen valores relativos, debe ser posible deducir las cifras absolutas de éstos directamente. Por este motivo, siempre debe incluirse la base cuando se den porcentajes.

Cuando los datos han sido ponderados, los resultados del proyecto de investigación deben presentarse de forma ponderada junto con las bases ponderadas y no ponderadas. Si se proporciona al cliente un fichero de datos, deben incluirse los factores de ponderación para entrevistados individuales en el fichero de datos. Además, el proveedor del servicio de investigación debe, a petición del cliente, poner a su disposición una descripción del proceso de ponderación y del impacto de la selección de la muestra sobre la ponderación.

El proveedor del servicio de investigación debe comprobar la exactitud de todos los datos y de los resultados antes de su entrega al cliente.

4.8.2 Interpretación

La interpretación de los resultados de la investigación debe ser pertinente al tema de la investigación y debe estar soportada por los resultados empíricos del proyecto de investigación y cuando sea aplicable, por otros datos.

Las conclusiones y recomendaciones basadas en la investigación empírica deben distinguirse de puntos de vista y opiniones personales.

4.8.3 Documentación

Los resultados de la investigación deben ser entregados al cliente en la forma y con el contenido ya descrito en la propuesta de investigación (o presupuesto), o acordados posteriormente.

Como mínimo, el informe de resultados debe incluir el tamaño de la muestra, el periodo y los métodos de la recogida de datos. El proveedor del servicio de investigación debe también documentar toda la metodología del proyecto con el suficiente detalle para permitir su posterior reproducción. Esta documentación debe estar a disposición del cliente, al que se informará de esta disponibilidad (por ejemplo, en el informe o en la propuesta de investigación) (véase también 7.1).

NOTA 1 La reproducción del proyecto puede implicar el uso de técnicas patentadas (normalmente se identifican en la documentación de la metodología) que sólo están disponibles de un específico proveedor del servicio y no son plenamente transparentes.

NOTA 2 Véanse los apartados 7.2 y 7.3 para los detalles metodológicos o de otro tipo que deben ser documentados.

Para investigación continua, el proveedor del servicio de investigación debe documentar y acordar con el cliente el contenido y la frecuencia de la entrega de resultados.

Al entregar el informe al cliente, se debe declarar que el proyecto se ha realizado en cumplimiento de esta norma internacional.

NOTA 3 La certificación es una forma de evidenciar el cumplimiento con esta norma internacional.

4.8.4 Presentación oral de los resultados

Con objeto de asegurarse de que las preguntas del cliente referidas tanto al contenido como al método puedan ser respondidas satisfactoriamente, la presentación oral de los resultados de la investigación debe implicar a las personas que estén familiarizadas con el tema del proyecto de investigación y con la manera en que el proyecto de investigación se llevó a cabo.

4.8.5 Publicación

El proveedor del servicio de investigación puede publicar o presentar los resultados de la investigación con fines de investigación u otros, si ha realizado el proyecto de investigación por cuenta propia, o si tal publicación ha sido acordada contractualmente con el cliente que encargó el proyecto, o si éste ha consentido tal publicación.

Cuando se publiquen resultados de una investigación, su presentación debe ser claramente distinguida de su interpretación. El proveedor del servicios de investigación también debe llamar la atención de los clientes hacia su responsabilidad respecto a la publicación de los resultados de una investigación, independientemente de si se identifica o no al proveedor del servicio de investigación.

4.9 Registros de la investigación

4.9.1 Identificación

Los registros de la investigación deben ser etiquetados adecuadamente para permitir su identificación y recuperación y deben ser vinculados a un proyecto de investigación específico. Los registros de la investigación deben incluir lo siguiente:

- la propuesta de investigación y/o presupuesto;
- una copia de la versión final del cuestionario, guía de discusión y material de estímulo;
- los registros primarios (datos brutos, incluyendo cuestionarios cumplimentados sin depurar y las grabaciones de la investigación cualitativa);
- las especificaciones del tratamiento de datos, hojas de codificación, registros de depuración y otro material significativo relacionado con el proceso de datos;
- copias del material entregado al cliente (por ejemplo, el informe), excluyendo los registros primarios;
- los detalles metodológicos completos de la investigación (véanse 4.8.3 y el capítulo 7);
- los registros de calidad relacionados con el control de la investigación.

4.9.2 Conservación

Para permitir que se pueda responder a preguntas sobre cómo fue realizada la investigación o sobre los resultados, incluso una vez que el proyecto de investigación ha terminado, los registros primarios (por ejemplo, cuestionarios cumplimentados, ficheros de datos, grabaciones de reuniones) y una copia de todas las versiones finales de todos los documentos relativos al proyecto u otros registros (por ejemplo, programas de análisis) deben ser conservados por un periodo definido de la siguiente manera:

- registros primarios: 12 meses;
- copia de todas las otras versiones finales de los documentos relacionados con el proyecto de investigación: 24 meses.

Si la investigación se repite posteriormente, o se lleva a cabo una investigación adicional posterior dentro del mismo proyecto, antes del fin del plazo de conservación requerido, entonces se debe considerar que el periodo de conservación comienza a la finalización del proyecto de investigación en su totalidad.

El proveedor del servicio de investigación debe informar al cliente sobre los periodos de retención (por ejemplo, en la propuesta). El proveedor del servicio de investigación y el cliente pueden acordar periodos de retención superiores o inferiores, pero dicho acuerdo debe documentarse.

NOTA También se tendrá en consideración la necesidad de conservar los registros por periodos más largos de lo arriba indicado, para fines de auditoría y/o para cumplir con requisitos legales nacionales.

Todos los registros del proyecto se deben mantener de forma segura, con especial cuidado de los registros que contengan identificación de entrevistados.

4.9.3 Archivo y eliminación

Los registros deben ser archivados de una manera adecuada para asegurar que no se deterioren, que puedan ser recuperados y que su naturaleza confidencial sea respetada. Deben implementarse procedimientos para asegurar que se realiza una copia de seguridad de los registros del proyecto en formato electrónico y que al menos una segunda copia se almacena fuera de la oficina.

El proveedor del servicio de investigación debe asegurarse de la eliminación segura y confidencial de los registros primarios, particularmente aquellos que contengan identificación de entrevistados.

4.9.4 Custodia

A no ser que se acuerde de otra manera, todos los registros de la investigación deben estar disponibles solamente para fines de auditoría de calidad.

El proveedor del servicio de investigación debe asegurarse de que los resultados de la investigación y el informe están protegidos con medidas apropiadas contra accesos no autorizados, mientras estén almacenados en los archivos del proveedor del servicio de investigación. Esto incluye la protección contra alteraciones o accesos no autorizados de los resultados e informes archivados en soporte electrónico.

4.9.5 Suministro de datos en soporte electrónico al cliente

Antes de entregarse al cliente, debe comprobarse la integridad de los datos en soporte electrónico. Concretamente, debe verificarse que los ficheros de datos entregados están completos, en cuanto al número de casos (por ejemplo, el número de entrevistados, cuestionarios cumplimentados) y las variables medidas, y si contienen cualquier información adicional contractualmente acordada.

Deben entregarse al cliente los datos en el formato descrito en la propuesta de investigación o acordado posteriormente.

5 RECOGIDA DE DATOS

5.1 Generalidades

El proveedor del servicio de investigación debe implementar procedimientos para salvaguardar la confidencialidad y proporcionar confianza a los entrevistados (véase también 5.3.2).

Salvo que el entrevistado consienta otra cosa, los datos personales de los entrevistados que se encuentren en los ficheros de datos (por ejemplo cuestionarios) deben utilizarse solamente con fines de gestión de la investigación y control de calidad, y deben conservarse solamente durante el tiempo en que se necesiten para estos propósitos.

Cuando se subcontrate el trabajo de campo, incluyendo cuando el proveedor del servicio de investigación lleve a cabo algún trabajo de forma interna, se deben cumplir los requisitos del apartado 3.5 para asegurarse de que la empresa subcontratada se ajusta a las prácticas y estándares de este apartado.

5.2 Gestión, selección y formación de los trabajadores de campo

5.2.1 Personal de gestión de recogida de datos

El personal de gestión de recogida de datos debe estar formado adecuadamente para las funciones que desempeña, incluyendo la asignación del trabajo, el control del progreso, la formación y evaluación de los trabajadores de campo y la validación del trabajo de campo. El personal de gestión de recogida de datos debe ser también evaluado regularmente y recibir una formación continuada, conforme sea necesario. El proveedor del servicio de investigación debe documentar la formación impartida al personal de gestión de recogida de datos y sus competencias. Véase también el apartado 3.4.

NOTA El personal de gestión de recogida de datos incluye, por ejemplo, responsables de oficina central y de zona (incluyendo aquellos que gestionan la selección), supervisores locales, supervisores de centros telefónicos, jefes de equipo de los trabajadores de campo y el personal de apoyo involucrados en la recogida de datos.

5.2.2 Selección de trabajadores de campo

El proveedor del servicio de investigación debe evaluar la competencia de los candidatos para el trabajo de campo en base a su cualificación y experiencia laboral previa, y/o una entrevista de trabajo, y/o referencias de empleos anteriores.

Debe establecerse el nivel de experiencia exigible del aspirante, si se requiere alguna, para el trabajo a desempeñar, incluyendo proyectos específicos. La evaluación incluye la competencia en idiomas, incluyendo la capacidad de seguir las instrucciones en el idioma utilizado en la recogida de datos y una competencia comparable a la lengua materna.

Toda información relevante relacionada con el trabajador de campo, obtenida en el proceso de selección o posteriormente (por ejemplo, los registros de formación, los resultados de la validación), debe ser documentada y conservada mientras la persona realiza trabajos para el proveedor del servicio de investigación y posteriormente durante un año.

Cuando el trabajador de campo sea seleccionado a través de una agencia de empleo, los registros de selección pueden ser menos detallados pero deben mostrar las habilidades pertinentes y la experiencia previa.

5.2.3 Formación básica para nuevos trabajadores de campo

5.2.3.1 Generalidades

Todo trabajador de campo debe recibir una formación básica al nivel especificado en los apartados 5.2.3.2 a 5.2.3.4. Esta formación debe ser aportada por el proveedor del servicio de investigación, salvo cuando se reciba una confirmación de que ya ha recibido la formación básica relevante (para las tareas desempeñadas) que cumpla los requisitos de esta norma internacional. El proveedor del servicio de investigación debe elegir el método de formación en cumplimiento de los requisitos de los apartados 5.2.3.2 a 5.2.3.4.

NOTA En general, se considera una buena práctica poner a disposición de otro proveedor de servicios de investigación que lo solicite, una confirmación de la formación básica impartida a las personas.

5.2.3.2 Contenido

El contenido y el alcance de la formación básica deben ser apropiados a la naturaleza y complejidad del trabajo a desempeñar (por ejemplo, entrevistas personales, entrevistas telefónicas, captación de entrevistados cualitativos, investigación por observación). Si el trabajador de campo participa posteriormente en diferentes tipos de trabajo (es decir, diferentes del abarcado en la formación básica ya recibida), incluyendo el uso de entrevistas asistidas por ordenador (CAI), debe recibir una formación básica adicional apropiada.

Como mínimo, la formación básica debe incluir lo siguiente:

- los principios generales de la investigación de mercado, social y opinión;
- los requisitos éticos (véase la bibliografía para los códigos internacionales aplicables) incluyendo los aspectos de confianza al entrevistado y de protección de datos;
- el tratamiento de niños o entrevistados vulnerables;
- las habilidades para realizar entrevistas u otras técnicas relevantes;
- cuando sea necesario, el uso de ordenadores (por ejemplo, CAI);
- entrevistas en las que se simulan diversos roles y entrevistas de prueba (u otros métodos de recogida de datos).

El personal de gestión de recogida de datos debería acompañar (o monitorizar, por ejemplo para entrevistas telefónicas) al trabajador de campo durante su primer día de trabajo, y su primera asignación tras recibir la formación básica debería supervisarse (véase 5.4 y 5.5.3), proporcionándose retroalimentación al entrevistador. Si dicha monitorización o acompañamiento no se lleva a cabo, todo el trabajo de la primera asignación debe ser supervisado conforme a los apartados 5.4 y 5.5.

5.2.3.3 Duración

La duración mínima de la formación básica para entrevistadores personales, telefónicos y captadores para entrevistas en proyectos cualitativos (excepto la formación adicional sobre la organización, véase 5.2.4) debe ser de seis horas. Aproximadamente la mitad de la formación debe ser interactiva para permitir el diálogo entre el formador y la persona formada.

Excepcionalmente, cuando las tareas de recogida de datos sean consideradas muy simples, la duración mínima de la formación básica puede ser menor de la especificada anteriormente y puede combinarse con el *briefing* del proyecto. Deben documentarse las razones para tal formación más breve y si el trabajador de campo participa en otro proyecto posterior, debe recibir la formación básica completa.

No se especifica una duración mínima en la formación básica para la investigación por observación. La duración de la formación debería ser apropiada para las habilidades y conocimientos requeridos por la tarea a desempeñar.

La duración especificada para la formación básica debería considerarse un mínimo y, dependiendo de la naturaleza del trabajo asignado, puede requerir una formación más completa.

5.2.3.4 Documentación de la formación

La formación básica dada al trabajador de campo debe quedar registrada incluyendo el contenido, la duración y la identidad del formador. La persona que recibe la formación y el formador deben autenticar los registros de formación mediante firma u otra manera equivalente.

NOTA Cuando un proveedor del servicio de investigación implementa por primera vez esta norma internacional, se puede considerar como ya formados a los trabajadores de campo de la organización si está disponible la documentación y el contenido de la formación es adecuado. Esto se aplica si no están disponibles los registros de la formación de cada trabajador de campo.

5.2.4 Formación sobre la organización para trabajadores de campo

Además de la formación básica conforme al apartado 5.2.3, e independientemente de la formación impartida por otras organizaciones, el proveedor del servicio de investigación debe formar a todo trabajador de campo en los requisitos específicos del proveedor del servicio de investigación, incluyendo cómo está organizada y gestionada la recogida de datos. El proveedor del servicio de investigación puede decidir cómo imparte esta formación y su contenido, pero los registros del personal de campo deben mostrar la formación recibida sobre la organización y cómo fue impartida.

NOTA La formación sobre la organización puede estar vinculada a la formación básica o al *briefing* de la primera asignación.

Los requisitos clave y las instrucciones generales para los trabajadores de campo también deben estar incluidos en un documento que el proveedor del servicio de investigación tendrá accesible para todo trabajador de campo.

5.2.5 Formación y evaluación continua del trabajador de campo

Los trabajadores de campo que colaboran regularmente con el proveedor del servicio de investigación (es decir, en cinco o más proyectos/olas en un año civil u otra asignación de trabajo comparable) deben ser evaluados por lo menos una vez al año. Los trabajadores de campo que colaboren con menos frecuencia deben ser evaluado a intervalos apropiados.

NOTA 1 Es responsabilidad del proveedor del servicio de investigación decidir qué es apropiado para los entrevistadores que colaboran con menos frecuencia, y documentar el criterio.

Cualquier evaluación debe permitir el diálogo entre el trabajador de campo y el personal de gestión de la recogida de datos del proveedor del servicio de investigación (ya sea en persona o por teléfono) y debe incluir la retroalimentación de la validación del trabajo.

La evaluación debería estar basada, por ejemplo, en el resultado de la depuración de cuestionarios, en la validación del trabajo de campo o en el acompañamiento o monitorización de entrevistas. La evaluación puede identificar necesidades de formación adicional para trabajadores de campo concretos, o dichas necesidades pueden identificarse de otra forma.

La formación adicional, tal y como se describe anteriormente, debe diferenciarse de la necesidad de formación adicional cuando a un trabajador de campo se le asignan nuevos tipos de trabajo o nuevas responsabilidades (por ejemplo, entrevistas especializadas, tareas de supervisión) (véase 5.2.3).

NOTA 2 Una evaluación eficaz puede ser continua, mediante la retroalimentación entre el trabajador de campo y el personal de gestión de la recogida de datos que valida su trabajo (por ejemplo, mediante la monitorización de entrevistas telefónicas, compras simuladas), en cuyo caso se puede considerar innecesario realizar las evaluaciones formales anuales.

Deben documentarse y conservarse los informes de evaluación (incluyendo los de la evaluación continua descritos en la Nota 2 anterior) y los detalles de cualquier formación adicional impartida en los registros personales de los trabajadores de campo.

5.3 Desarrollo de la recogida de datos por trabajadores de campo

5.3.1 Documento de identidad del trabajador de campo

El proveedor del servicio de investigación debe proporcionar a los trabajadores de campo, excepto a aquellos que realicen únicamente entrevistas telefónicas, un documento de identificación, que preferentemente incluya una fotografía. El documento de identificación debe incluir el periodo de validez (por ejemplo, la fecha de emisión y la fecha de caducidad, o el año durante el cual el documento de identificación es válido), y el nombre y detalles de contacto del proveedor del servicio de investigación a quien pertenece el documento. Deben mantenerse registros de a quién se han proporcionado documentos de identificación y su periodo de validez.

5.3.2 Confianza al entrevistado

Todo contacto con los entrevistados debe incluir una breve descripción de los principios de la confidencialidad del entrevistado, los propósitos generales de investigación para los que puedan utilizarse los datos y el nombre del proveedor del servicio de investigación, agencia subcontratada y/o el(los) cliente(s), según sea apropiado. Debe informarse a los entrevistados de que su cooperación es voluntaria.

En las entrevistas personales debe ofrecerse un documento de presentación al entrevistado. Este debe incluir los detalles de contacto del proveedor del servicio de investigación. Deben facilitarse a petición de las personas entrevistadas por teléfono los detalles de contacto del proveedor del servicio de investigación.

5.3.3 Recogida de datos de menores o entrevistados vulnerables

Debe tenerse un cuidado especial cuando los entrevistados son menores (conforme a la definición legal de menor de edad en el área donde se lleva a cabo la recogida de datos) o cuando los entrevistados sean considerados de alguna manera vulnerables, lo cual puede incluir una formación adicional a entrevistadores. En estos casos, deben adoptarse las medidas apropiadas para asegurar que tanto los padres, tutores, otros adultos responsables o equivalentes, como los propios entrevistados comprenden de qué se trata y dan su consentimiento basándose en una información adecuada. Deben mantenerse registros (por ejemplo como parte del cuestionario) para evidenciar que este requisito se ha cumplido.

NOTA La definición de menor y adulto vulnerable varía de un país a otro, lo cual se tendrá en cuenta en la investigación multipaís.

Cuando la investigación se lleve a cabo en muestras especializadas que puedan contener una proporción significativa de menores o entrevistados vulnerables (por ejemplo, pacientes clínicos), puede ser necesario disponer de directrices e instrucciones específicas para el proyecto que deban ser cumplidas.

5.3.4 Briefing del proyecto

Los trabajadores de campo deben recibir un *briefing* o instrucciones para cada proyecto (o los detalles específicos para cada ola de un proyecto), aunque se incorporen después de que se haya iniciado el trabajo de campo. El *briefing* o instrucciones debe ser responsabilidad de un miembro del personal con una comprensión completa de los requisitos del proyecto.

Deben mantenerse registros del contenido del *briefing* e instrucciones y que demuestren que todos los trabajadores de campo asignados al proyecto los han recibido.

El *briefing* o instrucciones de un proyecto cuantitativo debe incluir, según sea apropiado, la siguiente información:

- las fechas del trabajo de campo;
- los procedimientos de muestreo;
- las cuotas a cubrir;
- el método de recogida de datos;
- otros requisitos especiales del proyecto;
- las instrucciones para la administración del cuestionario.

El *briefing* o instrucciones de un proyecto cualitativo debe incluir, según sea apropiado, la siguiente información:

- a) las horas y fechas del trabajo de campo;
- b) los criterios clave de captación;
- c) las cuotas requeridas;
- d) el número de entrevistados a captar para cada reunión de grupo o entrevista en profundidad;
- e) los métodos aceptables o no de captación;
- f) las exclusiones y restricciones específicas aplicables a los entrevistados;
- g) si se van a utilizar equipos de observación.

5.3.5 Fecha y duración del trabajo de campo

Debe registrarse la fecha y duración de cada entrevista así como la identidad del trabajador de campo responsable de, por ejemplo, la recogida de los datos o de la observación.

NOTA Los elementos indicados arriba son relevantes para la validación de la entrevista (véanse 5.4 y 5.5.3).

5.3.6 Incentivos para los entrevistados

Cuando se den incentivos a los entrevistados, la naturaleza de estos incentivos debe documentarse en los registros del proyecto.

5.4 Validación de trabajadores de campo para la investigación cuantitativa

5.4.1 Generalidades

La validación debe realizarse tan pronto como sea posible durante o después del trabajo de campo (y no más de seis semanas después de la entrevista) y, siempre que sea posible, antes de que los datos resultantes sean procesados y/o entregados a los clientes.

La validación debe ser realizada por una segunda persona (es decir, otra persona diferente del trabajador de campo cuyo trabajo está siendo validado).

Toda recogida de datos de cada proyecto (u ola) debe ser validada usando algún método conforme al apartado 5.4.2. La validación debe tener en cuenta:

- la necesidad de validar el trabajo de todos los trabajadores de campo recientemente seleccionados en su primer proyecto;
- la necesidad de validar a los trabajadores de campo que participen regularmente con el propósito de que su trabajo sea validado frecuentemente, pero no necesariamente en cada proyecto (los resultados de una validación pueden influir en la frecuencia de validación posterior del trabajo de una persona).

Los registros documentados deben identificar la validación realizada a cada trabajador de campo empleado por el proveedor del servicio de investigación, incluyendo las fechas y los proyectos.

Cuando en la validación se detecten discrepancias o problemas, deben llevarse a cabo acciones correctivas a dos niveles:

- a) a nivel del proyecto (por ejemplo, la sustitución de entrevistas, la validación adicional, la revisión de los datos obtenidos);
- b) a nivel del trabajador de campo (por ejemplo, formación complementaria, asignación futura de trabajo). En caso de detectar discrepancias graves (por ejemplo, entrevistas ficticias) se debe revisar y validar el trabajo reciente o simultáneo realizado por esa persona.

NOTA El propósito de la validación es determinar que la recogida de datos realizada por los trabajadores de campo se ha llevado a cabo siguiendo las instrucciones del proyecto, incluyendo el número de entrevistas, la selección del entrevistado, el cumplimiento de las instrucciones del cuestionario y de requisitos generales (por ejemplo, los incluidos en la formación de trabajadores de campo).

5.4.2 Métodos de validación

5.4.2.1 Generalidades

Dependiendo del método de recogida de datos de que se trate, la validación debe llevarse a cabo tal y como se especifica en los apartados 5.4.2.2 a 5.4.2.4, mediante la revisión de los registros de datos obtenidos (por ejemplo, cuestionarios, ficheros de datos CAI) y/o mediante el re-contacto con el entrevistado (también llamado supervisión) y/o mediante monitorización.

5.4.2.2 Revisión de los registros de los datos obtenidos

La revisión de los registros de los datos obtenidos puede utilizarse junto con otros métodos de validación. Sin embargo, en algunos métodos de recogida de datos, ésta podría ser la única forma práctica de validación (por ejemplo, en la investigación por observación como es el caso de la compra simulada y en auditorías de tienda). La revisión de los registros de los datos puede incluir, según sea apropiado, la comprobación de que los registros de datos están completos, que se han respetado las muestras y/o cuotas, la coherencia de las respuestas y la comparación de las respuestas con datos normalizados o con las respuestas obtenidas de otros trabajadores de campo. La revisión puede hacerse manual o informáticamente. Esto puede vincularse a la comprobación de registros relacionados (por ejemplo, justificantes de las compras en una compra simulada).

5.4.2.3 Re-contacto con el entrevistado (supervisión)

El re-contacto con el entrevistado debe incluir una confirmación de que la entrevista o su equivalente tuvo lugar, que se siguieron las instrucciones, la duración de la entrevista y las respuestas de las preguntas clave, incluyendo los datos demográficos y otras preguntas de clasificación relativas a las cuotas. El re-contacto puede hacerse por cualquier medio que implique una comunicación directa con el entrevistado (por ejemplo, presencialmente, telefónicamente, por correo postal o correo electrónico).

El re-contacto puede ser un método apropiado de validación para todo tipo de entrevistas, especialmente entrevistas personales, incluyendo las llevadas a cabo en *hall test* (en cuyo caso el re-contacto puede realizarse en persona inmediatamente después de la entrevista).

5.4.2.4 Monitorización

La monitorización debe incluir la escucha de las entrevistas mientras se están realizando, utilizando el equipo apropiado, o la escucha posterior de las grabaciones de las entrevistas, o por supervisores que realizan acompañamiento durante las entrevistas personales. Si se dispone de las conexiones de red apropiadas, la monitorización también se puede realizar en remoto. Debe poder escucharse tanto al entrevistador como al entrevistado. Los entrevistadores deben ser conscientes de que puede monitorizarse cualquier entrevista, pero no deben saber cuándo una entrevista específica está siendo monitorizada (excepto en el caso de acompañamiento por un supervisor). Cuando la entrevista es multilingüe, la monitorización debe ser realizada por personal capacitado en el correspondiente idioma.

5.4.3 Niveles de validación

La validación debe cumplir al menos los niveles indicados en este apartado (dependiendo del tipo de validación). Los niveles de validación deben calcularse en base a la muestra total alcanzada.

Cuando la revisión de los registros de datos sea el único método de validación que puede utilizarse (por ejemplo, investigación por observación, auditorías de tienda) el nivel requerido debe ser de un 100%. No se requiere ningún nivel específico cuando la revisión de los ficheros de datos se utiliza junto con otros métodos de validación.

En todos los proyectos en los que la recogida de datos se realiza mediante entrevistas, la validación debe realizarse por re-contacto o por monitorización conforme a los siguientes niveles, independientemente de que además se revisen los registros de datos:

- el nivel mínimo de validación por re-contacto debe ser del 10% de las entrevistas o casos;
- el nivel mínimo de validación por monitorización debe ser del 5% de las entrevistas o casos, con aproximadamente una escucha del 75% de la entrevista monitorizada o escuchada.

En casos excepcionales, puede ser imposible en términos organizativos llevar a cabo el re-contacto o la monitorización al nivel requerido, o no puede realizarse en absoluto, o puede ser considerado contrario al interés de los entrevistados. En tales casos, los registros del proyecto deben explicar las razones del caso y qué otras medidas (por ejemplo, revisión de los registros de datos) se han tomado para validar la recogida de datos.

Cuando el tamaño muestral del proyecto sea adecuado, se debería validar o monitorizar a todos los trabajadores de campo.

5.4.4 Informes de la validación

Deben prepararse informes de la validación realizada en cada proyecto u ola de un proyecto. Los informes deben incluir lo siguiente:

- la identidad de la persona que llevó a cabo la validación;
- una descripción de los métodos de validación utilizados incluyendo lo que se comprobó en el re-contacto con el entrevistado, cuando sea aplicable;
- la identidad del trabajador de campo cuyo trabajo ha sido validado;
- una descripción de cualquier discrepancia encontrada;
- un registro de la acción correctiva o preventiva adoptada o planificada, tanto a nivel del proyecto como a nivel del trabajador de campo;
- una confirmación de que se ha alcanzado el nivel de validación requerido (por ejemplo, el número de entrevistas total y el número de entrevistas validadas).

Los registros de la validación deben ser recuperables, tanto por proyecto y/u ola como por trabajador de campo.

5.5 Recogida de datos en proyectos cualitativos

5.5.1 Generalidades

Este apartado abarca la recogida de datos cualitativos por moderadores o entrevistadores especialmente formados de entrevistados que han aceptado participar.

La recogida de datos cualitativos puede incluir, entre otros, reuniones de grupo, entrevistas en profundidad y observación etnográfica realizada en persona, por teléfono u *online*.

En la recogida *online* de datos cualitativos, la interacción entre el entrevistado y el moderador se lleva a cabo por medio de diversos interfaces electrónicos. Las reuniones de grupo o entrevistas en profundidad *online* pueden llevarse a cabo en tiempo real (por ejemplo, sesiones de chat), o a lo largo de un prolongado periodo de tiempo (asincrónico) en el cual los entrevistados y los moderadores o entrevistadores tienen flexibilidad para conectarse con objeto de leer o escribir (postear) contenidos (por ejemplo, BBS, foros de discusión).

5.5.2 Captación de entrevistados

Deben registrarse los detalles de los entrevistados, de cómo fueron captados y de qué fuentes (por ejemplo, aleatoriamente, bases de datos de captadores, paneles de acceso), ya sea en cuestionarios de captación o registros equivalentes, y éstos deben estar a disposición de los moderadores y conservarse como registros del proyecto sujetos a la confidencialidad del entrevistado (véase 5.1).

NOTA La captación de entrevistados para proyectos cualitativos es normalmente una fase distinta de la moderación cualitativa de grupos o entrevistas en profundidad. La captación normalmente se lleva a cabo por trabajadores de campo (por ejemplo, mediante contacto cara a cara o por teléfono) o por la entidad de panel *online* o de *hosting*, y no tanto por el personal técnico involucrado en la fase de moderación.

5.5.3 Validación de la captación de entrevistados

El objetivo principal de la validación de la captación de entrevistados debe ser confirmar los criterios demográficos y otros criterios de captación de entrevistados y el trabajo del trabajador de campo.

NOTA 1 Otro objetivo de la validación puede ser evitar la excesiva participación de entrevistados conforme a lo especificado en la propuesta de investigación (véase 4.1.3.4). Las iniciativas de cooperación entre los proveedores del servicio de investigación pueden aprovecharse también para prevenir una excesiva repetición de entrevistados.

Cuando los entrevistados sean captados por trabajadores de campo (cara a cara o por teléfono), su trabajo debe ser validado conforme al apartado 5.4, incluyendo los niveles de validación requeridos en el apartado 5.4.3. Los métodos de validación pueden incluir el re-contacto o la monitorización (por ejemplo, cuando la captación se realice desde un centro telefónico). Esta validación puede realizarse antes, durante o después de la recogida de datos. También debe tenerse en cuenta la necesidad de emprender acciones cuando se detecten discrepancias, conforme se establece en el apartado 5.4.1. Deben prepararse registros de la validación conforme al apartado 5.4.4.

NOTA 2 La validación por re-contacto puede realizarse durante la recogida de datos. En este caso, puede utilizarse un cuestionario auto-administrado o un cuestionario de validación siempre que sea administrado por una persona distinta del captador.

NOTA 3 En algunos casos, el único criterio de captación puede ser que el entrevistado esté incluido en un listado del cual se capta a los entrevistados (por ejemplo, un listado de clientes). En este caso, la validación puede limitarse a asegurarse de que los entrevistados captados estaban en dicho listado y el re-contacto o la monitorización puede no ser necesaria.

Cuando los entrevistados sean captados *online*, incluyendo de paneles de acceso, la validación debe realizarse conforme al apartado 5.6.5. En los casos *online* donde tanto la captación como la validación sean realizadas por la misma persona en la entidad de *hosting online*, el moderador debe disponer de registros de la validación para su revisión.

Debe confirmarse la identidad de los entrevistados durante la entrevista/reunión de grupo para evitar entrevistados "profesionalizados". El moderador debe también confirmar que los entrevistados que participan cumplen los requisitos de captación.

NOTA 4 El papel del proveedor del servicio de investigación es determinar cómo se confirma la identidad y cómo el moderador confirma el cumplimiento de los criterios de captación. A menudo el mejor método es confirmar la identidad de los entrevistados con su documento de identidad, pero esto puede ser considerado inapropiado en algunas situaciones. La confirmación del moderador de que el entrevistado cumple los criterios de captación puede implicar el uso de cuestionarios auto-administrados o mediante preguntas formales a los entrevistados, o puede basarse en el criterio del moderador (esto último es probable que sea una parte esencial de la moderación, aunque es importante tener en cuenta su naturaleza subjetiva).

5.5.4 Moderación cualitativa

La moderación de grupos y de entrevistas en profundidad debe ser realizada por personal debidamente cualificado y formado.

Los requisitos de formación de los trabajadores de campo conforme al apartado 5.2 no son aplicables a los moderadores cualitativos.

Los moderadores deben recibir unas instrucciones (*briefing*) y estar completamente preparados, incluyendo el uso de técnicas que no se muestran de manera explícita en la guía de discusión.

Los moderadores deben familiarizarse con los objetivos del proyecto de investigación, los aspectos a explorar, el material de estímulo y las técnicas particulares a utilizar antes del comienzo del trabajo de campo.

Los moderadores deben preparar un informe escrito de cualquier problema encontrado en los grupos o entrevistas, incluyendo los relativos a lo siguiente:

- el cumplimiento de los criterios de captación por los entrevistados;
- la adecuación de las instalaciones donde se realizan las reuniones o entrevistas (por ejemplo, salas o la funcionalidad del servicio de *hosting online*), y de sus equipos audiovisuales o de soporte técnico;
- la actuación del anfitrión o persona que recibió al grupo, o la forma en que el servicio *online* gestionó los accesos de los entrevistados a la sesión.

5.5.5 Registros de la investigación cualitativa y confidencialidad del entrevistado

Deben mantenerse registros completos de las respuestas de las reuniones de grupo o entrevistas en profundidad, normalmente mediante grabación (por ejemplo, audio, vídeo, transcripciones del contenido tecleado o subido en una sesión *online*). Los entrevistados deben ser informados y dar su consentimiento a la grabación, al uso previsto de la misma (incluyendo su uso por terceros) y a cualquier transmisión de datos (por ejemplo, a clientes). El consentimiento de los entrevistados debe ser registrado apropiadamente.

El uso y la transmisión de grabaciones deben realizarse únicamente para fines de investigación.

Cuando las reuniones de grupo o entrevistas en profundidad vayan a ser observadas por un tercero (incluyendo al cliente del proveedor del servicio de investigación) los entrevistados deben ser informados (véase 4.3.5).

Los registros deben ser etiquetados para identificar el proyecto y el tipo de entrevistados (incluyendo mediante una referencia cruzada con otros registros) y la fecha de la entrevista en profundidad o reunión de grupo.

5.6 Recogida de datos por métodos auto-administrados

5.6.1 Generalidades

Este apartado cubre la recogida de datos cuando el entrevistado, en el momento de dar los datos y/o respuestas, no mantiene un diálogo directo (personal, telefónico, por vía de medios digitales) con un trabajador de campo u otro representante del proveedor del servicio de investigación. Los métodos auto-administrados pueden incluir, entre otros, lo siguiente:

- investigación postal, tales como encuestas por correo u otras situaciones, en las que se deja un cuestionario en papel para que sea completado por el entrevistado;
- encuestas en las que el entrevistado cumplimenta y envía el cuestionario *online*;
- encuestas en las que el entrevistado usa un terminal móvil;
- encuestas mediante diarios;
- entrada de datos por marcación de tonos, en la que el entrevistado usa el teclado del teléfono para responder a las preguntas formuladas por un ordenador;
- entrada de datos por reconocimiento de voz (también llamado respuesta verbal interactiva), en la que el entrevistado proporciona respuestas verbales a preguntas formuladas por un ordenador y el ordenador aplica tecnologías de reconocimiento de voz para registrar las respuestas.

5.6.2 Invitación para participar en proyectos de investigación

Se debe facilitar la información apropiada a cada entrevistado que haya sido invitado a participar en un proyecto (es decir, a cada miembro de la muestra seleccionada), incluyendo lo siguiente:

- una descripción general de los propósitos del proyecto;
- la duración estimada de la entrevista;
- una declaración sobre la confidencialidad y anonimato de las respuestas de cada entrevistado (véase también 5.6.4);
- la fecha límite para recibir respuestas (si es aplicable);
- acceso a información completa de los términos y condiciones de los incentivos que apliquen al proyecto (véase también 5.6.3);
- una aclaración de si la invitación es enviada por cuenta de otro proveedor del servicio de investigación;
- para panelistas, la oportunidad de darse de baja o excluirse para futuros procesos de investigación;
- una apropiada declaración o política de privacidad.

NOTA En el caso de la participación de menores u otros entrevistados vulnerables, se aplican los requisitos del apartado 5.3.3.

5.6.3 Incentivos

Cuando se ofrezcan incentivos a los entrevistados, se debe documentar el tipo de dichos incentivos en los registros del proyecto y los investigadores deben contar con una declaración de incentivos documentada.

La declaración de incentivos debe incluir, según sea relevante, lo siguiente:

- el tipo de los incentivos (por ejemplo, metálico, cupones, puntos) y el proceso de canje;
- cómo y cuándo se entregan o canjean los incentivos;
- un trato justo y equitativo a todos los entrevistados;
- métodos para resolver preguntas o reclamaciones sobre incentivos.

Debe ponerse a disposición de todos los entrevistados potenciales la declaración de incentivos, ya sea como parte del cuestionario o material asociado, o por referencia y acceso a una declaración separada de los incentivos ofrecidos en el proyecto. Los entrevistados deben tener la oportunidad de comprobar los incentivos que se les adeuden.

Cuando los entrevistados sean menores (véase 5.3.3), debe informarse a los padres, tutores o adultos responsables del menor sobre el programa de incentivos y estos deben dar su consentimiento antes de la participación del menor en la investigación.

5.6.4 Seguridad para el entrevistado

En todos los casos de recogida de datos por métodos auto-administrados, deben establecerse procedimientos para asegurar la seguridad y la confidencialidad de los entrevistados y de los datos que proporcionan. Tales procedimientos deben tener en cuenta los servicios prestados por cualquier proveedor que utilice el proveedor del servicio de investigación al llevar a cabo este tipo de recogida de datos.

Debe informarse de la seguridad y confidencialidad a los entrevistados, incluyendo por medio de una declaración que forme parte inseparable del cuestionario o material asociado, o por medio de una referencia a una declaración de privacidad separada y accesible, o por medio de una declaración general sobre seguridad y confidencialidad.

5.6.5 Validación del entrevistado y de los datos

5.6.5.1 Generalidades

En la etapa de propuesta o de diseño de la investigación, o al informar a los clientes, deben documentarse los detalles acerca de cómo han sido o van a ser validados los entrevistados, incluyendo cómo tratar el tema de la falta del control de quién proporcionó las respuestas en los métodos auto-administrados y en la recogida de datos por internet. Igual que en el caso del muestreo, debe tratarse el impacto de estos temas en la calidad de los datos resultantes.

5.6.5.2 Validación de la identidad

El investigador debe validar la identidad alegada de los entrevistados cuando esto sea posible.

Deben usarse métodos apropiados para evitar que haya individuos incluidos más de una vez en el proyecto (por ejemplo, evitando duplicaciones).

El investigador debe documentar el proceso de validación de la identidad de los entrevistados y debe registrar los resultados de cualquier acción tomada. Este proceso documentado debe estar disponible para los clientes bajo petición.

Las técnicas y variables a comprobar pueden incluir, entre otras, las siguientes:

- número de teléfono;

- nombre y dirección postal;
- detalles bancarios;
- número del documento oficial de identidad.

NOTA 1 Una dirección de correo electrónico por sí sola no es suficiente para validar la identidad.

NOTA 2 No en todos los tipos de encuestas auto-administradas se recoge necesariamente la identidad del entrevistado. Si este es el caso, el apartado 5.6.5.2 no es de aplicación.

5.6.5.3 Validación de los datos de respuestas

Cuando la validación sea posible, el investigador debe implementar procedimientos para identificar y eliminar entrevistados fraudulentos o distraídos. Estos procedimientos y las acciones tomadas deben ser documentados.

Los datos de validación relevantes deben incluir lo siguiente:

- a) tiempo de cumplimentación del cuestionario, cuando sea aplicable;
- b) el número de preguntas no contestadas y, cuando sea relevante, si hay preguntas clave no contestadas;
- c) cuando esté disponible, una comparación entre al menos un elemento de los datos del perfil de los entrevistados con datos obtenidos de otras fuentes (por ejemplo, la edad, el código postal).

Además de lo anterior, los datos de validación relevantes pueden incluir lo siguiente:

- una referencia cruzada y una validación cruzada con datos externos (por ejemplo, datos de usos y actitudes);
- una comprobación de la consistencia dentro del conjunto de datos, o una comprobación de la consistencia dentro del conjunto de datos de un individuo, tanto con datos externos como con ciertas puntuaciones del fichero global de datos;
- respuestas dadas a preguntas abiertas.

A solicitud del cliente, se le debe suministrar una descripción de cualquier proceso de depuración o limpieza de datos (de la muestra o de los resultados) realizado para eliminar entrevistados fraudulentos, distraídos o no deseables por otros motivos.

5.7 Recogida de datos por observación

5.7.1 Generalidades

Este apartado cubre la recogida de datos por observación de opiniones, hábitos, actividades o comportamiento de individuos o grupos, en los que no se emplean preguntas directas, cuestionarios o guías de discusión. Los sujetos pueden o no saber que están siendo observados. La recogida de datos por observación puede incluir, entre otros, lo siguiente:

- observación física de actividades (por ejemplo, conteos de tráfico, comportamiento en tienda);
- recopilando comentarios y/o frecuencias en redes sociales *online*;
- observando o rastreando el comportamiento *online* usando *cookies* u otros métodos.

NOTA Para la observación física, los requisitos para los trabajadores de campo se incluyen en los apartados 5.2, 5.3 y 5.4.

5.7.2 Metodología de la recogida de datos por observación

El proveedor del servicio de investigación debe documentar los detalles de la metodología empleada. Esto debe incluir lo siguiente:

- a) para observación física:
- la población de interés,
 - cómo se seleccionaron los individuos o puntos de observación para ser incluidos en la investigación,
 - el tamaño de la muestra,
- b) para la recopilación de comentarios en redes sociales:
- el universo de sitios web u otros foros de redes sociales incluidos,
 - cómo se seleccionaron los sitios, los individuos o autores dentro de los sitios, y los comentarios o mensajes posteados para ser incluidos en la investigación,
 - cómo se recopilaron los comentarios o mensajes posteados (por ejemplo, de cuestionarios o de contenidos generados por los usuarios),
 - cuando sea apropiado, una descripción del algoritmo de búsqueda,
 - el número de sitios, autores y comentarios o mensajes posteados incluidos en el análisis,
- c) para observación o rastreo del comportamiento *online*:
- la población de interés,
 - cómo se seleccionó y captó a los individuos o unidades para ser incluidos en la investigación (los requisitos de captación del apartado 5.6.2 deben aplicarse cuando sea apropiado),
 - definición de las unidades estudiadas (por ejemplo, *cookies*, navegadores, individuos),
 - como se recopilaron los datos,
 - el número de unidades incluidas en el análisis.

Para todos los métodos, debe disponerse de una explicación de cómo se contemplaron los problemas potenciales del muestreo. También se debe analizar hasta qué punto los resultados pueden o no generalizarse a poblaciones mayores.

5.7.3 Validación del proceso de recogida de datos

Deben documentarse los detalles relativos a cómo se monitorizó el proceso de recogida de datos para garantizar que se realizó conforme se pretendía, y debe analizarse su impacto en la exactitud y consistencia de los datos.

5.7.4 Seguridad para el entrevistado

Cuando los entrevistados hayan sido captados y hayan dado su consentimiento al proceso de observación, se deben aplicar los requisitos de los apartados 5.3.2 y 5.6.4, según sea apropiado.

Cuando los individuos o grupos puedan no ser conscientes de que están siendo observados, deben tomarse precauciones razonables para garantizar que no se vean en modo alguno perjudicados o afectados de forma adversa como resultado de ser objeto de un proyecto de investigación.

NOTA Los lugares de observación incluyen, entre otros, sitios web, blogs, salas de chat *online*, tiendas y centros comerciales.

5.8 Recogida de datos de fuentes secundarias

Deben registrarse las fuentes de datos secundarios (por ejemplo, material publicado, bases de datos, entrevistas a expertos) así como su naturaleza y fiabilidad. Cuando los datos se utilicen al reportar al cliente, deben incluirse dichas fuentes.

5.9 Registros de la recogida de datos

Deben mantenerse registros completos (incluyendo archivos informáticos) de la fase de recogida de datos, incluyendo lo que estaba planificado y lo que se consiguió realmente.

NOTA No es necesario guardar estos registros por separado del resto de registros del proyecto; es decir, no necesitan ser archivados específicamente por el departamento de recogida de datos. Al menos algunos de los registros de la recogida de datos incluirán los detalles requeridos para producir la investigación, conforme se especifica en el apartado 4.8.3.

Cuando sea relevante para el proyecto, los registros (incluyendo los que mantenga un subcontratista) deben incluir lo siguiente:

- copias de todos los materiales de recogida de datos utilizados en el proyecto, incluyendo cuestionarios, guías de discusión y material de estímulo (o un listado de este material cuando no se pueda guardar), material con instrucciones (*briefing*) para los trabajadores de campo y hojas de cuotas;
- los métodos de muestreo usados, incluyendo los marcos muestrales y otras fuentes, selección y cuotas;
- la identidad de todos los trabajadores de campo o moderadores, el volumen de trabajo (por ejemplo, el número de entrevistas) y el tipo del trabajo (por ejemplo, entrevistas personales, entrevistas telefónicas, cuantitativo o cualitativo, individual o en grupo) asignado y realizado por ellos;
- los registros completos de la validación de la recogida de datos y cualquier acción correctiva tomada (véanse también 5.4.1, 5.5.3 y 5.6.5);
- tasas de respuesta y tasas de penetración o medida equivalente;
- un resumen de las diferencias entre el proceso de recogida de datos planeado y lo que se completó en realidad, incluyendo los tamaños de muestra total y por subgrupos significativos (puede ser necesario informar al cliente de estas diferencias y sus implicaciones);
- en caso de entrevistas o reuniones de grupo que sean grabadas, un etiquetado claro de las grabaciones con la fecha y la identificación del proyecto (la duración debe deducirse de la grabación);
- la identificación del personal de gestión de la recogida de datos involucrado en el proyecto;
- cualquier otro registro del proyecto específicamente requerido en el capítulo 5, incluyendo lo indicado para la recogida de datos por medios auto-administrados (véase 5.6) y por observación (véase 5.7);
- una declaración de si todo o parte del proceso de recogida de datos se ha subcontratado y la identificación de cualquier subcontratista que haya participado.

6 GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

6.1 Generalidades

El proveedor del servicio de investigación debe establecer procedimientos documentados que abarquen la entrada de datos, la codificación, la depuración, la ponderación, la preparación de ficheros y la tabulación, y cualquier otro aspecto de la gestión y tratamiento de datos. Deben estar disponibles las evidencias de que se han cumplido estos requisitos.

6.2 Entrada de datos en soporte físico

6.2.1 Especificaciones

Cuando se utilice la entrada de datos lógica, deben documentarse y testarse antes de su uso los métodos de auto-comprobación incorporados al programa de grabación. Debe documentarse la naturaleza de los tests usados y los resultados obtenidos. Los intentos irresolubles de grabación (debidos a que sean rechazados por los métodos de auto-comprobación incorporados al programa) deben derivarse a la persona responsable del proyecto para que adopte una decisión, manteniéndose registro de cualquier cambio realizado sobre los datos.

A menos que se especifique otra cosa, cuando se utilice la entrada de datos simple, los datos deben ser grabados tal y como estén registrados en el cuestionario. Debe mantenerse registro de cualquier instrucción.

NOTA Se puede archivar adecuadamente la documentación de la comprobación de la entrada de datos lógica, o la de cualquier otro tratamiento de datos, mediante el archivo de la versión final del programa empleado, teniendo en cuenta que el objetivo es garantizar que el proceso pueda ser replicado.

6.2.2 Validación de la entrada de datos en soporte papel

Debe llevarse a cabo un método sistemático para validar un porcentaje mínimo de la entrada de datos de un proyecto, fase u ola. En el caso de entrada de datos lógica, el porcentaje mínimo total de validación por proyecto debe ser del 5% de las entradas, y para la entrada de datos simple debe ser del 10% de las entradas. Los procedimientos deben asegurar que se emplea un método sistemático de validación, que se mantienen registros adecuados del trabajo de cada grabador y que la validación debe ser realizada por una segunda persona.

Si el trabajo de un grabador contiene errores frecuentes, todo su trabajo (en ese proyecto) debe ser validado al 100% y, si es necesario, rehecho. Si fuera necesario, ese grabador debe recibir formación adicional apropiada hasta que la tasa de error sea aceptable. Se debe revisar y documentar la eficacia de dicha formación adicional.

El proveedor del servicio de investigación debe definir el concepto de errores frecuentes y documentarlo.

6.3 Exactitud de las bases de datos que no requieren entrada manual de datos

El proveedor del servicio de investigación debe tener implantados procesos definidos para asegurar la exactitud de las bases de datos creadas por otros medios distintos de la entrada manual de datos en soporte papel. Estos pueden incluir, entre otros, bases de datos creadas de las siguientes formas:

- escaneado;
- recogida electrónica de datos (por ejemplo, encuestas interactivas por medio de reconocimiento de voz, encuestas *online*, encuestas vía web);
- bases de datos de CAI;
- bases de datos creadas importando o fusionando los datos de varias fuentes o programas.

El proceso de entrada automática de datos (por ejemplo, escaneado) debe validarse en cada proyecto o etapa. El proveedor del servicio de investigación debe establecer y mantener procedimientos para evaluar tanto el diseño como la ejecución del proceso de entrada automática de datos. Debe documentarse el tipo de pruebas usadas y el personal involucrado.

Si se utilizan procedimientos de escaneado deben estimarse las tasas de rechazo y sustitución. Los procedimientos para el tratamiento de las entradas rechazadas y las tasas de sustitución deben ser registrados.

NOTA Véase el apartado 4.4.5 para los cuestionarios electrónicos.

6.4 Codificación

6.4.1 Generalidades

Si se utiliza un software de codificación automático, debe estimarse la tasa de error. Si la tasa de error no es aceptable, deben llevarse a cabo revisiones del diccionario de códigos.

6.4.2 Desarrollo del plan de códigos para codificación manual o semi-automática

El proveedor del servicio de investigación debe asegurar que los codificadores que trabajan en el proyecto han recibido unas instrucciones que deben incluir, como mínimo, lo siguiente:

- una visión general del proyecto;
- la identificación de preguntas o variables que deben ser codificadas;
- una visión general del material mostrado a los entrevistados (por ejemplo, vídeo, concepto), cuando sea aplicable;
- la proporción mínima o tamaño de la muestra (y cómo se determinó) utilizada para elaborar el plan de códigos;
- cuando sea necesario o apropiado, los subgrupos específicos requeridos para desarrollar el plan de códigos (por ejemplo, por región, por usuario o no usuario);
- los criterios para la inclusión de códigos en el plan de códigos;
- el uso de un plan de códigos de otro proyecto u ola;
- cualquier otro requisito o instrucciones específicas del proyecto;
- cuando se hayan recogido respuestas tipo "no sabe" y "no contesta" como respuestas separadas, éstas deben diferenciarse entre sí.

NOTA Para algunas variables, el proveedor del servicio de investigación puede usar códigos estandarizados, tales como los utilizados para el sector industrial, la ocupación y el nivel de educación.

6.4.3 Aprobación del plan de códigos

La persona responsable del proyecto debe aprobar el plan de códigos antes del comienzo de la codificación y esta aprobación debe quedar registrada. Esta aprobación debe también incluir, cuando sea relevante, las agrupaciones, abreviaciones, cambios de sintaxis, re-codificación o supresión de códigos.

6.4.4 Briefing a codificadores

El(los) codificador(es) debe(n) recibir un *briefing* sobre cómo usar el plan de códigos (por ejemplo, mediante el conocimiento de los criterios o reglas relativas a lo que debería ser incluido o excluido de un determinado código).

6.4.5 Actualización de códigos

Después de la aprobación del plan de códigos, cuando se considere apropiado abrir nuevos códigos durante el proceso de codificación, todas las copias del plan de códigos deben ser actualizadas y cualquier cuestionario ya codificado, y que vaya a formar parte de los datos para el proyecto u ola objeto de la codificación, debe ser revisado según corresponda.

6.4.6 La categoría de "otros"

El proveedor del servicio de investigación debe tener reglas claras o criterios para el tratamiento de las respuestas incluidas en las categorías "otros" o "el resto". Si estas categorías superan el 10% de las respuestas a codificar, las respuestas deben ser revisadas con objeto de reducir el tamaño del grupo.

6.4.7 Validación

El proveedor del servicio de investigación debe tener definidos procedimientos, incluyendo el mantenimiento de los registros adecuados, para la validación de la codificación de cada proyecto. Los procedimientos deben asegurar que existe un método sistemático de validación de al menos un 5% de los cuestionarios codificados por proyecto y la validación debe ser realizada por una segunda persona.

NOTA Existen dos métodos básicos para la validación: dependiente e independiente. La validación dependiente implica que la segunda persona tiene acceso a la codificación original. La validación independiente implica que la segunda persona no tiene acceso a la codificación original. En la validación independiente, la codificación original y la codificación de validación son comparadas y, si son diferentes, el código correcto es decidido por un proceso de asignación. La validación independiente detecta más errores que la validación dependiente.

Si el trabajo de un codificador contiene errores frecuentes, el 100% del trabajo de ese codificador (en el proyecto) debe ser validado y, cuando se requiera, rehecho. Si fuera necesario, debe impartirse una formación adicional apropiada a ese codificador hasta que las tasas de error sean aceptables. La eficacia de esta formación adicional debe ser revisada y registrada.

El proveedor del servicio de investigación debe definir el concepto de errores frecuentes y documentarlo.

6.5 Depuración de datos

6.5.1 Depuración previa a la entrada de datos

Cuando se depuran a mano los documentos en papel antes de la entrada de datos, debe ser posible distinguir las respuestas originales del entrevistado o entrevistador de los códigos o las respuestas asignadas por la(s) persona(s) que lleva(n) a cabo la depuración.

Cuando se utilice este tipo de depuración, deben documentarse los criterios y las reglas aplicadas, y todo el personal que esté trabajando en esta fase del proyecto debe recibir unas instrucciones de los tipos de comprobaciones y correcciones que pueden llevar a cabo.

6.5.2 Depuración posterior a la entrada de datos

Debe mantenerse un registro de cualquier cambio realizado en el fichero de datos original. No se debe asumir o imputar ningún dato sin el conocimiento y la aprobación del responsable del proyecto. Debe mantenerse el fichero de datos original (por ejemplo, para compararlo con el fichero de datos depurado). Cualquier proceso de imputación debe documentarse y estar disponible a solicitud del cliente. Todas las especificaciones de depuración deben documentarse.

Cuando se utilice la depuración forzada, deben documentarse los criterios de depuración y llevarse a cabo pruebas. Los resultados deben ser registrados para mostrar que el forzado tiene el efecto deseado.

NOTA Habitualmente se revisan las respuestas a preguntas abiertas y datos similares para corregir, por ejemplo, la ortografía y la puntuación. Tales procesos no son considerados como depuración en el contexto de este apartado.

6.6 Gestión de los ficheros de datos

Debe tenerse cuidado en la gestión de ficheros para asegurar que:

- los ficheros o los registros dentro de un fichero no están duplicados;
- se utiliza la versión válida más reciente;
- los ficheros de datos originales y depurados son claramente identificables;
- se realizan recuentos de frecuencias u otras comprobaciones antes y después de la depuración de datos, para permitir su comparación.

6.7 Análisis de datos

6.7.1 Especificaciones para el análisis de datos

Cuando sea apropiado, el analista o investigador debe llevar a cabo el análisis de datos de acuerdo con las especificaciones suministradas.

6.7.2 Registros del análisis

El proveedor del servicio de investigación debe mantener registros exactos y descriptivos del proceso de análisis, para asegurar que cualquier análisis realizado pueda ser reproducido posteriormente.

NOTA Algunos programas de análisis pueden facilitar este proceso.

6.7.3 Validación del análisis de datos

El proveedor del servicio de investigación debe tener implantados procedimientos para asegurar que la tabulación u otros resultados han sido comprobados. El proveedor del servicio de investigación debe registrar esta comprobación (por ejemplo, empleando listas de comprobación que aseguren que se han realizado todas las validaciones apropiadas al análisis de datos).

Esta comprobación debe validar lo siguiente:

- la integridad (es decir, que se han elaborado todas las tablas tal y como se especificó);
- que las abreviaturas usadas en las cabeceras o en las respuestas abiertas reflejan su contenido completo con exactitud;
- que la base de cada tabla es correcta en relación a otras tablas o recuentos de frecuencias;
- que los cortes estándar o puntos de inflexión son cotejados con la pregunta de origen;
- que todos los ítems de datos derivados son cotejados con su origen;
- que las cifras para subgrupos y agrupaciones son correctas;
- que no existen tablas en blanco (es decir, sin datos), a no ser que puedan ser lógicamente esperables;
- cualquier proceso de ponderación (por ejemplo, mediante tablas de comprobación);
- la ortografía y legibilidad;
- que cualquier análisis estadístico utilizado es apropiado y correcto.

NOTA Es recomendable aplicar como herramienta de comprobación la realización de recuentos de frecuencias antes de elaborar las tablas, para asegurar la exactitud de los datos y para determinar las bases de los subgrupos.

Para cualquier análisis adicional, deben aplicarse las comprobaciones apropiadas.

6.7.4 Tablas de datos

Cuando los datos se entreguen al cliente en forma de tablas, independientemente de que se presenten las tablas en un informe separado o como parte de un informe completo, debe tenerse en cuenta lo siguiente, según sea apropiado:

- referencia a la pregunta origen de la cual se derivan los datos;
- inclusión de una descripción de cualquier método de ponderación aplicado a los datos;

- disponibilidad tanto de las bases ponderadas como sin ponderar;
- identificación clara de cualquier subgrupo usado;
- disponibilidad de las bases para cada pregunta, de tal forma que el número de entrevistados que han respondido realmente a la pregunta sea identificable;
- número o proporción de entrevistados que respondieron "no sabe" o "no contesta", cuando se trate de respuestas diferenciadas;
- definición clara y completa y explicación de todas las variables usadas en el análisis de los datos, incluyendo cualquier test de significación, indexación, puntuación, escalas y cálculos de medias, medianas, modas y desviaciones estándar;
- tipos de tests estadísticos empleados;
- información sobre la eliminación de celdas y otras medidas para garantizar la confidencialidad;
- advertencias sobre resultados que son poco fiables debido a tamaños de muestra muy pequeños.

6.8 Entrega de datos en formato electrónico

Si los datos son entregados al cliente directamente en formato electrónico, se debe comprobar lo siguiente antes de la entrega de los datos:

- la compatibilidad del formato del fichero con la especificación del software acordado con el cliente;
- la integridad (es decir, que cada fichero contiene el número correcto de archivos y registros);
- cuando sea aplicable, la inclusión de una descripción de la estructura del fichero;
- cuando sea aplicable, el etiquetado del contenido del fichero y la inclusión de las instrucciones sobre las limitaciones de uso;
- la encriptación de los ficheros bajo pedido;
- la presencia de virus en el fichero.

6.9 Copias de seguridad, archivo y seguridad de los datos

Todos los datos deben ser mantenidos de forma segura para prevenir accesos no deseados, daños o pérdida fortuita.

El proveedor del servicio de investigación debe asegurar que todos los datos son archivados y conservados de acuerdo con los códigos profesionales (véase la Bibliografía), la ley y las regulaciones legislativas aplicables y cualquier acuerdo negociado con el cliente. Esto debe incluir los datos mantenidos por subcontratistas por cuenta del proveedor del servicio de investigación.

Los datos relativos al proceso y análisis de datos pueden incluir, entre otros, lo siguiente:

- ficheros de datos primarios;
- otros ficheros electrónicos;
- copias de cuestionarios en soporte físico y materiales de apoyo;

- plan de códigos;
- archivos del proyecto incluyendo la información de gestión del proyecto;
- correos electrónicos y otra correspondencia.

El proveedor del servicio de investigación debe establecer y mantener procedimientos para asegurar que los ficheros informáticos del proceso de datos están claramente identificados.

Cuando los datos hayan sido depurados, limpiados, re-codificados o cambiados a otra forma distinta al formato, contenido y diseño original, deben guardarse los datos originales, los datos finales y los ficheros del programa que modifica los datos (como mínimo) con objeto de que el fichero de datos final pueda ser reconstruido fácilmente.

Es posible que se requieran análisis adicionales después del proceso de datos principal, en cuyo caso tales análisis deben ajustarse a los requisitos del proceso de datos de esta norma internacional.

Para cualquier entrega prevista de tablas o datos, deben implantarse procedimientos para minimizar el riesgo de que se libere información que permita identificar al entrevistado, salvo que los entrevistados hayan dado su consentimiento.

7 INFORME DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

7.1 Generalidades

El proveedor del servicio de investigación debe registrar la metodología completa y otros detalles del proyecto con el suficiente detalle para permitir la reproducción del proyecto posteriormente. Esta documentación debe estar a disposición del cliente, a quien se debe informar de esta disponibilidad (véase 4.8.3).

Dependiendo del tipo de investigación realizado y de la forma de entrega, la documentación debe cumplir lo indicado en los apartados 7.2, 7.3 o 7.4.

7.2 Investigación cuantitativa

En la investigación cuantitativa deben registrarse los siguientes detalles:

- a) el nombre del cliente;
- b) el nombre del proveedor del servicio de investigación;
- c) los detalles de cualquier proceso de investigación que, parcial o totalmente, haya sido subcontratado;
- d) los objetivos del proyecto de investigación;
- e) la población objetivo del proyecto de investigación;
- f) los detalles de la muestra, incluyendo lo siguiente:
 - 1) una descripción del marco muestral o equivalente y de cómo se seleccionó la muestra de aquél,
 - 2) una evaluación de hasta qué punto la muestra representa la población objetivo y las implicaciones de esto,
 - 3) el tamaño de muestra prevista y conseguida, las razones de las diferencias entre ambas, y cómo se trató cualquier problema relacionado con este aspecto,
 - 4) cuando se hayan empleado muestras aleatorias, la tasa de respuesta, su definición y método de cálculo, y la tasa de participación, cuando se hayan empleado muestras no aleatorias,

- g) las fechas del trabajo de campo;
- h) el método de recogida de datos;
- i) los tipos de incentivos, si aplica;
- j) el número de entrevistadores, si aplica;
- k) los métodos de validación de entrevistadores o de cuestionarios auto-administrados, si aplica;
- l) el cuestionario, cualquier material de apoyo o tarjeta, y otros documentos relevantes de la recogida de datos;
- m) los procedimientos de ponderación, si aplica;
- n) los procedimientos de estimación e imputación, si aplica;
- o) el número de casos utilizados en el análisis de subgrupos;
- p) la fiabilidad de las conclusiones incluyendo, cuando se utilicen muestras aleatorias, la estimación de la desviación de la muestra y estimación de los errores no muestrales;
- q) una declaración en el sentido de que el proyecto se ha realizado en cumplimiento de esta norma internacional.

7.3 Investigación cualitativa

En la investigación cualitativa deben registrarse los siguientes detalles:

- a) el nombre del cliente;
- b) el nombre del proveedor del servicio de investigación;
- c) los detalles de cualquier proceso de investigación que, parcial o totalmente, haya sido subcontratado;
- d) los objetivos del proyecto de investigación;
- e) la población objetivo del proyecto de investigación;
- f) el número de personas entrevistadas o número de grupos y número de participantes en los grupos;
- g) las fechas del trabajo de campo;
- h) el método de trabajo de campo (por ejemplo, en persona, por teléfono u *online*, entrevistas individuales o en grupo, sincrónicas o asincrónicas¹⁾);
- i) el método de captación (por ejemplo, interceptaciones en tienda, por teléfono, *online*, de teléfono a web);
- j) el tipo de incentivos, si aplica;
- k) el número de entrevistadores o moderadores, si aplica;
- l) los métodos de validación de entrevistadores o moderadores, si aplica;
- m) los documentos, materiales o productos utilizados en el proyecto, si aplica;

1) NOTA NACIONAL: Véase el apartado 5.5.1.

- n) la guía de discusión o de la entrevista;
- o) una declaración en el sentido de que los resultados de una investigación cualitativa no son extrapolables a la población en su totalidad, debido a la selección de muestra, métodos de entrevista y al tamaño de la muestra;
- p) una declaración en el sentido de que el proyecto se ha realizado en cumplimiento de esta norma internacional.

7.4 Investigación por observación

En la investigación por observación deben registrarse los siguientes detalles:

- a) para observación física:
 - 1) la población de interés,
 - 2) cómo se seleccionaron los individuos o puntos de observación para ser incluidos en la investigación,
 - 3) el tamaño de la muestra,
- b) para la recopilación de comentarios de redes sociales:
 - 1) el universo de sitios web u otras redes sociales incluidas,
 - 2) el número de sitios, autores y comentarios o mensajes escritos (posteados) que se han incluido en el análisis,
 - 3) cómo se seleccionaron los sitios, los individuos o autores dentro de los sitios, y sus comentarios o mensajes escritos (posteados) para ser incluidos en la investigación,
 - 4) cómo se recopilaron los comentarios o mensajes escritos (posteados) (por ejemplo, de cuestionarios o de contenidos generados por los usuarios) y, cuando sea apropiado, el(los) algoritmo(s) de búsqueda empleado(s),
- c) para observación o rastreo del comportamiento *online*:
 - 1) la población de interés,
 - 2) el número de unidades incluidas en el análisis,
 - 3) cómo se seleccionó y captó a los individuos o unidades para ser incluidos en la investigación,
 - 4) definición de las unidades estudiadas (por ejemplo, *cookies*, navegadores, individuos),
 - 5) como se recopilaron los datos,
- d) para todos los métodos:
 - 1) una explicación de cómo se contemplaron los problemas potenciales del muestreo y hasta qué punto los resultados pueden o no generalizarse a poblaciones mayores,
 - 2) los detalles relativos a cómo se monitorizó el proceso de recogida de datos para garantizar que se realizó conforme se pretendía, y su impacto en la exactitud y consistencia de los datos,
 - 3) una declaración en el sentido de que el proyecto se ha realizado en cumplimiento de esta norma internacional.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] ISO 9000, *Quality management systems. Fundamentals and vocabulary.*
- [2] ISO 9001, *Quality management systems. Requirements.*
- [3] ISO 26362, *Access panels in market, opinion and social research. Vocabulary and service requirements.*
- [4] ISO/IEC 27001, *Information technology. Security techniques. Information security management systems. Requirements.*
- [5] ICC/ESOMAR International code on market and social research, 2007.
- [6] WAPOR Code of professional ethics and practices, 2003.
- [7] ISI Declaration of professional ethics, 1985.

ANEXO NACIONAL (Informativo)

Para facilitar al usuario de esta norma la búsqueda de los términos y sus definiciones en español se proporciona a continuación una tabla con los términos ordenados alfabéticamente en español y su correspondiente apartado dentro de la norma internacional.

Término	Apartado
ad hoc	2.3
agrupación neta	2.37
auditor	2.7
auditoría	2.5
auditoría de tienda	2.57
base de datos	2.16
CAI	2.13
captador	2.52
cliente	2.10
codificación automática	2.8
código	2.11
compra simulada	2.36
confidencialidad	2.14
criterios de auditoría	2.6
cuestionario	2.49
datos secundarios	2.61
depuración de datos	2.17
documento	2.24
encuesta	2.65
encuesta omnibus	2.40
entrada de datos	2.18
entrada de datos lógica	2.34
entrada de datos simple	2.62
entrevista asistida por ordenador	2.13
entrevista en profundidad	2.21
entrevistado	2.56
evaluación	2.4
exactitud	2.2
externalización	2.64
falta de respuesta	2.38
fichero de datos	2.20
filtro	2.27
gestión del proceso de la investigación	2.53
grupo de discusión	2.28
guía de discusión	2.23
imputación	2.30
incentivo	2.31
indexación	2.32
interceptaciones	2.33

Término	Apartado
investigación continua	2.15
investigación cualitativa	2.47
investigación cuantitativa	2.48
investigación de gabinete	2.61
investigación por observación	2.39
ítem de datos derivado	2.22
marco muestral	2.59
marginales	2.29
moderador	2.35
muestra	2.58
muestreo aleatorio	2.46
muestreo por cuotas	2.50
muestreo probabilístico	2.46
observación etnográfica	2.25
ola	2.68
paneles de acceso (<i>access panels</i>)	2.1
pilotaje de cuestionario	2.44
plan de códigos	2.12
población objetivo	2.66
ponderación	2.69
pregunta abierta	2.41
pre-selección (<i>screening</i>)	2.60
proceso de datos	2.19
propuesta de investigación	2.54
proveedor de servicio de investigación	2.55
recogida de datos por observación	2.39
recuento de agujeros	2.29
recuento de frecuencias	2.29
redes sociales	2.63
registro	2.51
registro primario	2.45
respuesta abierta	2.41
reunión de grupo	2.28
sesgo	2.9
subcontratación	2.64
tasa de participación	2.42
tasa de penetración	2.43
trabajador de campo	2.26
validación	2.67

AENOR Asociación Española de
Normalización y Certificación

Génova, 6
28004 MADRID-España

info@aenor.es
www.aenor.es

Tel.: 902 102 201
Fax: 913 104 032