



Estándar de Calidad ACEI septiembre 2021

TABLA DE CONTENIDO

	Página
1. Introducción	3
2. Objeto y campo de aplicación	3
3. Requisitos esenciales para la investigación de mercado, social y de la opinión	4
3.1 Marco principal de actividad	4
3.2 Responsabilidades sobre el personal y la infraestructura	4
3.3 Seguridad de la información	5
3.4 Subcontratación de servicios	5
3.4.1 Generalidades	5
3.4.2 Subcontratación de actividades de un proyecto	6
3.5 Planificación, entrega e informe del proyecto y del trabajo de investigación	7
3.5.1 Generalidades	7
3.5.2 Tratamiento de productos	8
3.5.3 Solicitudes de proyectos, trabajos u otras ofertas de servicios	8
3.5.4 Entregas al cliente	10
3.6 Revisión y mejora por la dirección	11
3.6.1 Elementos de entrada	11
3.6.2 Elementos de salida	11
3.7 Auditorías internas	12
Anexo A: Muestreo	13
Anexo B: Trabajo de campo	20
Anexo C: Observación física	25
Anexo D: Observación digital	27
Anexo E: Auto administrados	32
Anexo F: Gestión y proceso de datos	36

1. Introducción

El Estándar de calidad ACEI es una normativa inspirada en la norma de calidad ISO 20252 de Julio 2019 “Investigación de mercado, social y opinión, incluidos insights y analítica de datos. Vocabulario y requisitos del servicio”, norma española elaborada por el comité técnico CTN 161 Investigación de Mercado y estudios de opinión de ANEIMO (Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública), la cual sustituye al Estándar ACEI implementado en enero de 2018.

Tiene como objetivo unificar criterios de calidad y ética para garantizar la confiabilidad del trabajo de investigación de mercados y opinión pública en Colombia, siendo una actualización del Estándar ACEI fundamentada en la necesidad de incorporar las nuevas técnicas de investigación de mercados utilizadas a nivel global y local, para garantizar unos estándares mínimos de calidad de las empresas asociadas a ACEI y de la industria en Colombia.

Este documento sigue una estructura para asegurar que su implementación permita una mejora continua de la investigación y armonizar otras normas nacionales y códigos sectoriales ya disponibles.

2. Objeto y campo de aplicación

Este documento es una guía interna de calidad ACEI para sus miembros como requisito de calidad exigido para ser empresa Asociada. En ningún caso sustituye o sirve como paso previo para procesos de asesoría, pre auditoría, auditoría o certificación de la norma ISO 20252 de 2019.

3. Requisitos esenciales para la investigación de mercado, social y de la opinión

3.1 Marco principal de actividad

El estándar ACEI es una herramienta aplicable a las empresas de investigación que permite reconocer las diversas técnicas que se aplican para la recolección y análisis de información de temas de interés.

La compañía que desee aplicar el presente estándar debe establecer formalmente los ítems aplicables, así:

La empresa XXXXX aplica y cumple los principios y requisitos establecidos en el Estándar ACEI bajo los siguientes elementos:

- *Anexo A: Muestreo incluidos los paneles de acceso*
- *Anexo B: Trabajo de campo*
- *Anexo C: Observación física*
- *Anexo D: Observación digital*
- *Anexo E: Auto administrados*
- *Anexo F: Gestión y proceso de datos*

Solamente se debe incluir el elemento que aplica en el desarrollo de sus proyectos de investigación.

3.2 Responsabilidades sobre el personal y la infraestructura

La organización debe determinar las funciones, responsabilidades y delegación de autoridad para lograr satisfacer las necesidades del cliente mediante la provisión de recursos, el cumplimiento de la política interna de calidad - la cual debe estar previamente establecida por la organización- y la legislación vigente, controlando la calidad de los servicios subcontratados; y garantizando que el servicio no se vea afectado por fallas en las tecnologías utilizadas o por rotación de personal.

Adicionalmente, la organización debe garantizar que todo el personal que intervenga en los procesos cuente con la competencia adecuada mediante controles en el momento de la contratación y planes de formación que permitan potencializar dichas competencias.

3.3 Seguridad de la información

El proveedor del servicio debe identificar los riesgos y realizar el tratamiento de seguridad de la información asociada a la información que procesa.

- a. Identificar los Riesgos de Seguridad de la Información que incluya la recogida, recepción, conservación, transferencia y borrado de la información que permita el tratamiento seguro y restringido de los datos.
- b. Identificar e implementar controles organizativos (políticas y procedimientos), técnicos (antivirus y malware, etc) y físicos (sistemas de seguridad física) para mitigar los riesgos identificados.
- c. Proporcionar formación a todo el personal sobre la gestión de riesgos, responsabilidades, controles, mecanismos de protección de seguridad de la información. Esta capacitación se recomienda realizar mínimo una vez al año a los implicados.

3.4 Subcontratación de servicios

3.4.1 Generalidades

La organización debe ser totalmente responsable de todos los servicios prestados en relación al proyecto que pueda ser subcontratado y sean adecuados para su finalidad, a excepción que la elección del subcontratista este afuera del control de la organización.¹

La organización debe ser responsable de tales trabajos, infraestructuras o actividades, por lo cual debe definir procedimientos para poder seleccionar los subcontratistas y controlar la calidad del servicio prestado.²

Las obligaciones de la organización deben incluir:

- a. la selección y supervisión de los proveedores subcontratados para asegurar que los servicios e infraestructuras son adecuados para su finalidad y no ponen en riesgo el trabajo relacionado con la prestación del servicio

¹ El nivel de detalle adecuado de las especificaciones puede depender de si el subcontratista ha realizado anteriormente trabajos similares para la organización, y de si el subcontratista es capaz o no de proporcionar evidencia del cumplimiento de este estándar.

² Ejemplos de subcontratación incluyen diversas metodologías de recolección de datos, el análisis de datos, la codificación, el alquiler de salas, el diseño de herramientas de recolección de datos, el alquiler o leasing de infraestructura, incluyendo dispositivos digitales, servicios en la nube u otro tipo de software como servicio (SaaS).

- b. la identificación de cualquier trabajo o actividad no conforme y la trazabilidad de las medidas para evitar que se repita cuando se detecte un incumplimiento o no conformidad³
- c. el mantenimiento de registros para la trazabilidad del proyecto y para los fines de revisión interna o externa.

3.4.2. Subcontratación de actividades de un proyecto

Cuando se subcontrate cualquier parte del proceso de investigación que requiera la organización, debe realizar una evaluación suficiente para confirmar que se cumplen los requisitos.

En caso de que el subcontratista no cuente con una certificación emitida por un tercero, el trabajo del proyecto subcontratado por la organización debe cumplir con los siguientes criterios:

- a. contar con un acuerdo establecido y registrado según el cual el trabajo se lleva a conformidad
- b. disponer de evidencias documentadas de la organización confirmando el cumplimiento de los requisitos de comprobación, validación y seguridad de la información
- c. haber realizado una revisión del trabajo del proyecto para confirmar su conformidad.

Independientemente de cuál de los criterios anteriores se cumpla, el trabajo de la organización debe ser trazable y replicable conforme las especificaciones del proyecto.

La organización debe hacer todo lo posible por emplear únicamente subcontratistas (incluyendo paneles de acceso) que cumplan con los requisitos solicitados.

La organización 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.

El cliente debe ser informado acerca de cualquier fase individual de la investigación que vaya o pudiera ser subcontratada a otros proveedores de servicios de investigación externos, incluso una vez iniciada la investigación. A petición del cliente, se le debe informar la identidad de cualquier subcontratista.

³ *Generalmente constituye un trabajo no conforme o una no conformidad aquel problema o hecho significativo, como la falta de cumplimiento de este estándar o de las especificaciones del proyecto. También podría serlo una violación de la privacidad u otros requisitos legislativos, reglamentarios o de un código.*

Debe aplicarse una total transparencia para evitar la violación de la ley, los intereses y/o el contrato.⁴

Cuando un cliente decida sobre el proveedor externo que realizará los trabajos de un proyecto, la organización debe supervisar y validar el trabajo en la medida de lo posible y debe guardar un registro de los resultados

3.5 Planificación, entrega e informe del proyecto y del trabajo de investigación

3.5.1 Generalidades

El proveedor del servicio debe garantizar el control de la planificación, el desarrollo de la investigación, la presentación de los resultados y cualquier otro proceso necesario para asegurar el cumplimiento y respuesta de las especificaciones y objetivos del cliente y del presente estándar.

Se debe garantizar el registro de cada proceso de investigación con el fin de permitir la trazabilidad, verificación y/o validación de estos.

En caso de presentarse cambios estructurales, provenientes de cualquiera de las partes involucradas en el proceso de investigación, que afecten lo inicialmente pactado, se debe garantizar la trazabilidad de la comunicación incluyendo cualquier nuevo acuerdo o cambio que se produzca

Adicionalmente, el proveedor de servicio debe tener un procedimiento para la gestión de reclamaciones de clientes; este debe, como mínimo, documentarse, investigarse y tomarse acciones en pro del cumplimiento del contrato, legislación y cualquier otro que se considere necesario. Dentro de este procedimiento se debe garantizar el involucramiento de la alta dirección en la revisión anual de cumplimiento y en la generación de oportunidades de mejora

El cliente debe revisar y aprobar los instrumentos de recogidas de datos con el fin de dar aval a que estos responden a las especificaciones requeridas y a los objetivos de investigación; El cliente puede declinar su participación en este proceso y dicha declinación se debe documentar de la manera que el proveedor de servicio crea conveniente.

En caso de requerir observación al proceso de campo por parte del cliente, se deberá tener consentimiento del participante de manera documentada.

⁴ Los acuerdos contractuales por escrito con documentación de apoyo pueden utilizarse como un acuerdo permanente. No es necesario que existan acuerdos específicos para cada trabajo a menos que la naturaleza del trabajo esté fuera del alcance normal del acuerdo.

3.5.2 Tratamiento de productos

Cuando el cliente suministre productos o materiales, el proveedor del servicio debe hacer todo lo posible para obtener instrucciones y advertencias adecuadas en relación con la manipulación, el uso, el almacenamiento, la conservación y la custodia/seguridad, y se debe asegurar que se comunican las instrucciones de custodia/seguridad a todas las partes pertinentes.

Cuando dichos productos o materiales vayan a ser utilizados por los participantes u otras partes interesadas, el proveedor del servicio debe obtener del cliente la información, las garantías y las especificaciones necesarias que confirmen que los productos son adecuados para su finalidad y que no suponen un riesgo de daño para las personas o los bienes. El proveedor del servicio debe obtener del cliente la confirmación de que los productos o materiales cumplen todos los requisitos legales y reglamentarios. El proveedor del servicio debe obtener confirmación del cliente sobre cómo se gestionará la devolución de cualquier producto o material al finalizar el proyecto o trabajo. Una vez acordada y confirmada esta gestión, el proveedor del servicio debe registrar esta información en el archivo del proyecto.

3.5.3 Solicitudes de proyectos, trabajos u otras ofertas de servicios

3.5.3.1 Generalidades

Ya se trate de una propuesta, un presupuesto u otra respuesta a una solicitud de servicios, el proveedor del servicio debe documentar los siguientes requisitos mínimos en un formato trazable conforme a la especificación del proyecto/trabajo:

- a. Objetivos de investigación
- b. Metodologías y técnicas previstas para la recolección de datos
- c. Cronograma de actividades
- d. Valores y plazos de pago
- e. Entregables y alcance de los servicios

Para proyectos repetitivos que ya estuvieran previamente especificados, sólo es necesario comunicar al cliente los aspectos modificados del trabajo original o anterior usando un formato trazable.

Si el proyecto es multicliente, esto debe indicarse claramente en el alcance del trabajo o en las metodologías previstas.

3.5.3.2 Creación y diseño de las herramientas de recogida de datos

Al elaborar las herramientas de recogida de datos, el proveedor del servicio debe tener en cuenta que los siguientes aspectos pueden afectar los resultados de la investigación: el contenido, la estructura y el diseño de estas herramientas, incluida la redacción, la secuencia de las preguntas individuales y otros temas que se estén investigando (por ejemplo, en un ómnibus), el número de respuestas alternativas y su orden, y otros factores.

Las instrucciones y la estructura de filtros para las herramientas de recogida de datos auto administradas deben incluirse como parte de la herramienta o del material asociado.

3.5.3.3 Traducción de las herramientas de recogida de datos y de otros documentos relacionados con el proyecto

Cuando se requiera traducción, el proveedor del servicio debe cumplir los siguientes requisitos mínimos:

- a. La traducción debe ser realizada por una persona o personas con competencia en la lengua materna o equivalente en los idiomas de origen y de destino.
- b. El control y la revisión de la idoneidad deben ser realizados por persona diferente del traductor, con la competencia adecuada en los idiomas de origen y/o destino.
- c. Debe registrarse el control y la revisión de la traducción.

En los casos en que no sea posible la revisión por segunda persona, el proveedor del servicio debe contar con un protocolo que asegure la competencia de los traductores.

El cliente o su representante deben tener la oportunidad de revisar la traducción.

3.5.3.4 Pilotaje de las herramientas de recogida de datos

Debe realizarse un pilotaje (prueba piloto) de todas las herramientas de recogida de datos (incluidas las auto administradas) si el cliente o el proveedor del servicio lo consideran necesario. Si la misma herramienta de recogida de datos ha sido pilotada previamente y ha sido empleada en una situación comparable, el pilotaje puede ser a una escala más limitada. Si se realiza un pilotaje, deben registrarse sus resultados.

3.5.3.5 Incentivos

Cuando se ofrezcan incentivos, debe documentarse una declaración de incentivos para los participantes que incluya los detalles de las recompensas.

La declaración de incentivos para los participantes debe detallar, según proceda:

- a. la naturaleza de los incentivos (por ejemplo, dinero en efectivo, vales, puntos, sorteos);
- b. el tipo de participación para el que se ofrece el incentivo; por ejemplo, pertenencia a un panel, participación en encuestas (definiendo dicha participación), otras actividades de investigación, fidelización;
- c. cómo y cuándo se dan o pueden canjearse los incentivos;
- d. métodos para resolver consultas o disputas sobre los incentivos.

Cuando los participantes sean menores o personas vulnerables, el proveedor del servicio debe informar al padre, tutor o adulto responsable del sistema de incentivos y debe exigir el permiso explícito de esa persona para entregar el incentivo antes de permitir que el menor o la persona vulnerable participe en cualquier investigación.

Previa solicitud, el proveedor del servicio debe informar al cliente de en qué casos se ofrecerán incentivos a los participantes y debe especificar la naturaleza de los incentivos, incluido cualquier cambio en los incentivos ofrecidos (por ejemplo, por región y edad).

3.5.4 Entregas al cliente

3.5.4.1 Generalidades

El proveedor del servicio debe facilitar al cliente los entregables acordados. Los entregables pueden suministrarse, en su totalidad o en parte, al finalizar el trabajo o en etapas acordadas de acuerdo con los acuerdos preestablecidos.

3.5.4.2 Entregas de resultados al cliente

Cuando el proveedor del servicio entregue al cliente datos obtenidos antes de la finalización de la recogida de datos, debe incluir las notificaciones y advertencias adecuadas sobre la limitación de los datos basada en respuestas parciales y no validadas.

La entrega del informe al cliente, o la puesta a disposición de los resultados, al término del proyecto debe abarcar los siguientes requisitos mínimos.

- a. nombre del cliente y del proveedor del servicio;

- b. los objetivos de la investigación;
- c. ficha técnica o descripción detallada de la metodología utilizada para cumplir con los objetivos de la investigación que contemple métodos de recolección de datos, instrumento de recolección utilizado, métodos estadísticos utilizados, márgenes de error, población o universo, muestra, entre otros, en los casos que pueda aplicar;
- d. las fechas del trabajo de campo o de la recogida de datos;
- e. tipos de incentivos, si procede;

3.5.4.3 Publicación de los resultados de la investigación

El proveedor se compromete que la publicación de resultados se hará de acuerdo a lo establecido en la contratación de las partes, o con la autorización previa del cliente.

3.6 Revisión y mejora por la dirección

3.6.1 Elementos de entrada

Como mínimo una vez al año, el proveedor del servicio debe llevar a cabo un control interno de los siguientes elementos:

- a. Los resultados de las auditorías internas y/o de certificación.
- b. El desempeño y la eficacia de las acciones implementadas para mejorar el sistema de gestión de calidad
- c. La promoción del conocimiento y la aplicabilidad de los requisitos legales vigentes relacionados con el sector, los códigos sectoriales vigentes y demás normatividades vigentes aplicables.
- d. Revisión de la satisfacción del cliente y la retroalimentación de las partes interesadas.
- e. Tratamiento de las reclamaciones enfocadas a la resolución.

3.6.2 Elementos de salida

Los resultados de la revisión por la dirección deben quedar documentados y contener planes de mejora.

3.7 Auditorías internas

El proveedor del servicio debe programar y ejecutar auditorías internas al menos una vez al año para validar el cumplimiento de los lineamientos del presente estándar e identificar las oportunidades de mejora.

Como parte del programa de auditoría interna, deben auditarse proyectos completos o partes de proyectos.

Como producto de la auditoría, se debe dejar evidencia de los resultados, así como del planteamiento de acciones de mejora y el seguimiento a los mismos.

Anexo A: Muestreo

1. Generalidades

La organización debe tener procesos que permitan identificar las metodologías de muestreo y las fuentes de información.

Debe reportar a los clientes la forma en que se reclutan los participantes del estudio, haciendo mención sobre alguno de los dos tipos principales de muestra (probabilística o no probabilísticas); así como las fuentes de información (paneles de acceso, bases de datos, datos estadísticos, entre otros)

2. Muestreo

2.1 Generalidades

Para todo tipo de muestreo, la organización debe:

- Validar con el cliente el diseño de la investigación y los métodos a ser usados para seleccionar las muestras.
- Notificar al cliente cualquier hecho relevante que pueda afectar la muestra de una población objeto de estudio.
- Asegurarse que el diseño de la muestra utiliza un procedimiento de selección específico (por ejemplo, estratificación, agrupación, asignaciones) y es trazable.
- Comprobar la conformidad de las características de la muestra, con los criterios de muestreo del proyecto, incluida la realizada por un subcontratista.
- Validar con cliente el uso de las bases de datos suministradas en el que se considere cualquier posible limitación.

2.2 Tamaño de la muestra

La organización debe recomendar tamaños de muestra con datos detallados del cliente que garantice los errores muestrales para los fines previstos. Además, debe tener en cuenta los puntos fuertes y las limitaciones de los tamaños de muestra que sugiere (en caso que aplique).

2.3 Selección y diseño de la muestra

La organización debe asegurar que la información recolectada representa a la población objetivo; y la trazabilidad de las cuotas utilizadas en la selección de la muestra. Esto incluye proporcionar información sobre la combinación de distintas

fuentes muestrales, el uso de tecnologías de enrutamiento de muestras y los incentivos ofrecidos a los participantes.

2.4 Transparencia de la muestra

2.4.1 Transparencia del proveedor de muestras

La organización debe presentar al cliente (cuando este lo solicita) la metodología de diseño de la muestra. De modo general, la información debe incluir:

- a) El marco muestral o las fuentes de las que se ha obtenido la muestra.
- b) Procedimientos de captación de posibles participantes; limpieza y actualización de muestra; soporte al participante
- c) Herramientas de recolección de datos e invitaciones a participar.
- d) Incentivos ofrecidos a los participantes y la forma en cómo se administran.
- e) Métodos de muestreo usados para seleccionar a los posibles participantes y para garantizar que las muestras representan a la población objetivo.
- f) Criterios de selección de la muestra
- g) Error muestral que permita describir la calidad de la muestra.

2.4.2 Transparencia del usuario de muestras

La organización debe presentar al cliente (cuando este lo solicita) la siguiente información:

- a) Los marcos muestrales, las fuentes, los métodos de muestreo utilizados y las cuotas.
- b) Cronograma del trabajo de campo
- c) Número total de entrevistas completadas
- d) Los instrumentos de recolección de datos y su respectiva duración.
- e) La tasa de participación (cuando sea posible) y su método de cálculo;
- f) La relación de actividades que hayan sido subcontratadas.

3. Muestras probabilísticas

La organización debe garantizar que cada persona dentro de la población objetivo tenga una probabilidad diferente de cero de ser incluida en una muestra, de acuerdo a su método de muestreo. Además, puede realizar la ponderación después de las respuestas de los participantes para evitar sesgos en la estructura.

4. Muestras no probabilísticas

4.1 Generalidades

Las muestras no probabilísticas pueden incluir paneles de acceso; interceptaciones; redes sociales; fuentes de cobertura desconocida; combinación de fuentes múltiples y tecnología de routers.

4.2 Criterios de calidad para muestras no probabilísticas

La organización debe documentar y a tener a disposición del cliente:

- a) Descripción del marco muestral
- b) Método de muestreo utilizado y los criterios utilizados para la selección de la muestra.
- c) Problemas presentados en el método de muestreo y cualquier implicación asociada a la calidad de los datos.
- d) Métodos de ponderación y recolección de datos.
- e) Validación de que la muestra representa a la población objetivo.
- f) Información requerida para los paneles de acceso.

4.3 Duplicación de muestras, ID de dispositivo, cookies y elementos similares

4.3.1 Generalidades

La organización debe ejecutar actividades para eliminar a los participantes duplicados en el diseño de la muestra.

4.3.2 ID de dispositivo

Cuando se utiliza esta tecnología, ésta debe identificar los participantes duplicados y soportar la identificación por geolocalización. La organización debe ser transparente en cuanto a la exactitud de su técnica e informar a los usuarios de sus limitaciones.

4.3.3 Cookies y otros elementos similares

La organización solamente debe utilizar cookies y/u otros elementos similares para la identificación de los participantes, validación y prevención del fraude, y seguimiento de actividades relacionadas con la investigación.

Además, debe cumplir los códigos sectoriales y normatividad aplicable en el que se informe a los participantes sobre la naturaleza, la presencia y la finalidad de las cookies y otros elementos similares.

4.4 Automatización de muestras

La organización debe tener disponible información número de participantes seleccionados y que califican; y las reglas utilizadas con respecto al número de solicitudes de investigación. Asimismo, debe documentar los posibles sesgos en la selección del participante.

4.5 Validación de respuestas

La organización debe contar con un proceso que permita identificar la participación fraudulenta que duración del instrumento, detección de Inconsistencias en respuestas y selección de respuestas sustanciales como "No sabe" o "No contesta"; y validación de datos de perfil y cruzada

5. Paneles de acceso

5.1 Requisitos generales para los paneles de acceso

La organización debe gestionar el panel de acceso el cual incluya la comunicación frecuente con el subcontratista.

La organización debe garantizar que los panelistas activos hayan prestado sus servicios por lo menos en un proyecto en el último año y que sus datos se encuentren actualizados. Además, de que captan a partir de fuentes documentadas y hayan proporcionado datos de perfil en el momento de la captación.

5.2 Métodos de captación

La organización debe informar al cliente (cuando lo requiera), los métodos de captación y si aplica métodos cerrados o abiertos.

5.3 Fuente de captación

La organización debe indicar al cliente (bajo petición) los tipos, número y naturaleza de fuentes utilizadas; y si la captación se realiza a partir de muestras representativas de la población objetivo.

5.4 Validación de la identidad

5.4.1 Generalidades

La organización debe documentar la validación de la identidad del panelista; registrar los resultados y las acciones adoptadas; y poner a disposición del cliente esta información (si este lo solicita).

5.4.2 Solicitud de baja u opt-out del panel de acceso

La organización debe proveer a los panelistas un método para darse de baja si así lo desean. Además, debe atender una solicitud de baja a más tardar 30 días.

La organización no debe seleccionar a dichos panelistas para futuros estudios de investigación, a menos que obtenga un nuevo consentimiento del antiguo panelista.

5.5 Estructura y tamaño del panel de acceso

5.5.1 Estructura del panel de acceso

La organización debe disponer a petición del cliente la estructura del panel de acceso que incluya grupos de población incluidos y/o excluidos del panel y cualquier subgrupo del que puedan seleccionarse muestras o submuestras específicas.

5.5.2 Tamaño del panel de acceso

La organización debe especificar al cliente el número de panelistas activos (sin incluir a los demás miembros del hogar en caso que aplique estudios en este ámbito); los métodos de cálculo de los porcentajes de participación de los proyectos realizados en los últimos 12 meses y el periodo de tiempo específico del tamaño del panel.

5.5.3 Recontactos

La organización debe detallar su capacidad para facilitar el acceso a los mismos panelistas más de una vez con el fin de garantizar el recontacto y usarlo de forma eficaz en proyectos continuos.

5.5.4 Datos de perfil de los panelistas

La organización debe tener a disposición del cliente todos los datos de perfil de los panelistas, los cuales deben incluir datos de contacto, variables demográficas y socioeconómicas, y datos de comportamiento en cuanto al uso o propiedad de productos y/o servicios.

5.6 Gestión del panel de acceso

5.6.1 Generalidades

La organización debe tener a disposición del cliente el resumen de procedimientos para la gestión del panel de acceso.

5.6.2 Incentivos

La organización debe garantizar que los panelistas reciban sus incentivos (en caso que aplique)

5.6.3 Mantenimiento

La organización debe tener una política que incluya la duración de permanencia en el panel de acceso; la actualización de sus datos de perfil; y la identificación y tratamiento de panelistas activos e inactivos (a criterio de la organización)

La organización debe tener documentado un historial de la participación y actualizaciones de datos de los panelistas, por lo menos una vez al año.

5.6.4 Requisitos del sistema

La organización debe contar con sistemas eficaces que garanticen el cumplimiento de los requisitos exigidos para paneles de acceso.

5.6.5 Soporte para los panelistas

La organización debe disponer de medios de comunicación donde los panelistas puedan recibir soporte, entre ellos, correo electrónico, línea telefónica; o chat interactivo a través de la página web de la organización, entre otros.

Anexo B: Trabajo de campo

1. Generalidades

El proveedor del servicio que ofrezca la recogida de datos utilizando metodologías de trabajo de campo, ya sea directamente o mediante servicios subcontratados, debe cumplir el anexo B.

2. Gestión, selección y formación de los trabajadores de campo

2.1 Selección de Trabajadores de Campo

Mantener registros de selección de personal, que incluyan criterios de selección, experiencia y cualidades específicas, esto si aplica de acuerdo con el tipo de proyecto.

La organización debe mantener registros del historial del trabajador de campo, como lo es registros de capacitación y reportes de validación o supervisión.

2.2 Formación de los Trabajadores de Campo

Mantener registros de la realización de capacitación básica a los trabajadores de campo (Encuestadores, supervisores, citadores, investigadores por observación), que incluyan contenido, duración y la identidad del formador.

La capacitación básica mínimo debe contener: Principios éticos de la investigación y de tratamiento y protección de datos personales, así como de menores de edad y personas vulnerables, técnicas de recolección, específicamente, las aplicadas en el tipo de recolección a desarrollar, tecnología aplicable al trabajo de campo y entrenamiento o ensayos específicos.

Los trabajadores de campo deben tener supervisión o validación durante su primera asignación o primer día de campo, después de la capacitación básica, incluyendo retroalimentación.

2.3 Formación Continuada y Evaluación de los Trabajadores de Campo

Contar con registros de evaluación de desempeño como mínimo una vez al año a los trabajadores de campo, cuando estos tengan niveles altos de ejecución de proyectos (más de cinco) o en la frecuencia que defina la organización. Es necesario mantener registros de retroalimentación frecuente de acuerdo con el desempeño del encuestador y sus resultados de validación, este debe incluir si requirió refuerzo de capacitación.

3. Identidad del personal de campo

Contar con elemento de identificación de trabajadores de campo cara a cara, como mecanismo de seguridad al informante, incluyendo datos de contacto con la organización, tiempo de validez y fotografía.

4. Especificaciones del trabajo de campo

La organización debe contar con un documento que contenga como mínimo lo siguiente y estar disponible para su consulta de parte del equipo de campo:

- Fechas del trabajo de campo
- Procedimiento de muestreo
- Cuotas requeridas
- Técnica de recolección
- Instrucciones de recogida de datos y sobre incentivos
- Método e instrucciones de selección o captación de informantes
- Cualquier requisito especial

5. Recogida de datos telefónica CATI

La organización debe establecer por proyecto el número de rellamadas a cada número por día, semana, mes y mantener control para que no se exceda los límites definidos, así como el tiempo de espera para catalogar la llamada.

5.1. Reclamaciones y Devolución de llamadas

Definir un procedimiento para el trámite de reclamos a partir de la utilización de sistemas de marcación automática y llamadas silenciosas, para identificar el número

de teléfono que lo contacto, se debe contar con una grabación que indique al informante quien lo contacta y que es con fines de investigación.

6. Validación de Datos

Se debe realizar validación máxima seis semanas después del cierre de campo, pero antes de procesar y entregar datos al cliente. La validación debe ser realizada por alguien diferente al que realizó el trabajo de campo.

Los resultados de la validación se deben tomar sobre los datos del proyecto y sobre el trabajador de campo. Se debe mantener registro de estas acciones.

Es posible realizar revisión de datos como método de validación, solamente cuando no es posible por la metodología, realizar re contacto o monitorización. El nivel que se debe cumplir es de 100%.

Aplicar el método de validación de entrevistas sea re contacto o monitorización mínima el 10% de la muestra para re contacto, asegurando la confirmación de preguntas claves, duración y demográficos. Si se realiza por monitorización, el mínimo a cumplir es el 5% del total de entrevistas o de la muestra, con mínimo la escucha del 75% de la entrevista.

6.1 Registros de Validación

Se debe mantener registros que incluyan: Identidad de las personas que realizaron la validación, descripción del método de validación, descripción de las inconsistencias identificadas, registro de acciones correctivas implementadas a nivel de proyecto o datos y a nivel del trabajador de campo, la confirmación del porcentaje mínimo de supervisión.

7. Información mínima del trabajo de campo proyectos cuantitativos

Se debe mantener disponible para el cliente mínimo la siguiente información documentada sobre el trabajo de campo:

1. Método de trabajo de campo
2. Detalles del muestreo: Marco muestral y cómo se seleccionó la muestra de él, evaluación de la representación a la población objetivo, tamaño de la muestra prevista y alcanzada y razones de cualquier diferencia,
3. Número de trabajadores de campo,

4. Método de validación,
5. Instrumentos y material utilizado en campo (cuestionario, tarjetas de marcas)
6. Procedimiento de ponderación, si aplica
7. Procedimiento de estimación e imputación, si aplica
8. Nivel de error y confianza

8. Recogida de datos de investigación cualitativa

Las fuentes y método de captación de participantes deben estar disponible para los moderadores o los entrevistadores, con las limitaciones de confidencialidad establecidos para el proyecto.

8.1 Validación de la captación

Se debe disponer de los elementos necesarios para confirmar el cumplimiento de los criterios o filtros con la que se captaron los participantes en la investigación cualitativa, mínimo se debe confirmar:

- identidad del participante
- criterios demográficos
- criterios requeridos por el proyecto

Además, no permitir la excesiva participación de un mismo participante, siguiendo los lineamientos establecidos con el cliente o en la propuesta.

Si la captación es por recolección CATI, se debe cumplir con los estándares mínimos de re contacto (10%) o Monitorización (5% con el 75% de escucha de la conversación). La validación la puede realizar el entrevistador o moderador.

8.2 Moderación cualitativa

El moderador debe recibir de la organización:

- Brief o instrucciones de la investigación
- Objetivos del proyecto
- Temas a explorar
- Materiales de estímulo
- Técnicas particulares

El Moderador debe retroalimentar sobre cualquier problema que se detecte en los criterios de captación, la idoneidad de las instalaciones, grabaciones, desempeño de los anfitriones.

8.3 Grabación de las entrevistas en investigación cualitativa y confidencialidad de los participantes

La grabación debe realizarse solamente si se cuenta con consentimiento para grabación y el tratamiento de datos.

La grabación debe identificarse como mínimo el proyecto, el participante y la fecha de recogida de datos.

Si se entregan grabaciones al cliente, este debe comprometerse formalmente a utilizar únicamente la información con fines de investigación a menos que se acuerde algo diferente con el participante.

Si la recolección cualitativa va a ser observada por un tercero o el cliente, los participantes deben estar informados de ello y lo aceptan.

8.4 Informe al cliente sobre la metodología del trabajo de campo

Debe estar disponible para el cliente la siguiente información en la investigación cualitativa:

- Método de trabajo de campo
- Método captación de participantes
- Número de moderadores o entrevistadores, si aplica
- Método de validación de moderadores, si aplica
- Documentos, materiales o productos utilizados, si aplica
- Guía de discusión o de entrevista
- Una declaración de que los resultados de una investigación cualitativa no pueden proyectarse a la población general debido a la selección de la muestra, los métodos de entrevista y el tamaño de la muestra.

Anexo C: Observación física

1. Generalidades

Este anexo se debe aplicar para las organizaciones que dentro de sus servicios ofrezcan observaciones físicas (directas o por medio de subcontratación)

2. Metodología de recogida de datos mediante observación física

La organización debe documentar los procesos y detalles de la metodológica usada, para esto se puede usar una ficha técnica que contenga al menos:

- a. la población de interés;
- b. cómo se seleccionaron los participantes o los puntos de observación para su inclusión en la investigación;
- c. Cualquier otra información que se considere pertinente y que explique el método de recolección de la información.

3. Especificaciones del proyecto

Los trabajadores de campo deben recibir instrucciones y/o capacitación de una persona que conozca a fondo los requisitos del proyecto; dentro de la información relevante que debe recibir el personal de campo se encuentra:

- d. los criterios clave de captación;
- e. el objetivo de la observación;
- f. las cuotas requeridas;
- g. métodos y comportamientos de observación aceptables e inaceptables, incluyendo las instrucciones para evitar los sesgos de observación;
- h. cualquier otro requisito especial.

4. Informe al cliente sobre la metodología de observación física

Además de la información mínima requerida en la entrega de informe a cliente, se debe especificar en los casos de observación física:

- a. cómo se seleccionaron los participantes o los puntos de observación para su inclusión en la investigación;
- b. La medida en que los resultados pueden o no generalizarse a poblaciones más grandes;

- c. detalles de cómo se ha monitorizado el proceso de recogida de datos para asegurar que se ha llevado a cabo según lo previsto.

Anexo D: Observación digital

1. Generalidades

La organización que ofrezca recogida de datos utilizando metodologías pasivas (digitales), ya sea directamente o mediante servicios subcontratados, debe cumplir el siguiente anexo.

2. Propuestas y ofertas

2.1 Propuestas y ofertas a los clientes

Las propuestas y los presupuestos deben emitirse por escrito, online u offline.

Las propuestas y oferta deben describir claramente las responsabilidades del cliente y de la organización del servicio en relación con los instrumentos utilizados y la aplicación de los resultados.

En las propuestas y presupuestos se deben incluir, como mínimo, los siguientes temas:

- a. Los requisitos de información del cliente.
- b. Los métodos o técnicas de analítica digital o análisis web recomendados por la organización del servicio.
- c. Las fuentes digitales a analizar, así como los criterios que se emplearán en la selección de las fuentes.
- d. Una declaración clara de las dimensiones técnicas y de muestreo que están relacionadas con la fuente que se va a analizar y que pueden determinar la calidad de los datos.
- e. El(los) período(s) exacto(s) de tiempo que abarcará la analítica digital o análisis web.
- f. El alcance, tipo y frecuencia de la entrega de resultados.
- g. La forma en que debe almacenar los datos quien los recoge y el plazo de conservación.
- h. Los costos de las actividades a realizar.
- i. Cualquier fase individual que se vaya a subcontratar o pueda subcontratarse a otra organización del servicio externo.
- j. La declaración de que en la ejecución del proyecto de analítica digital y análisis web la organización cumple este documento.

2.2 Otros aspectos a establecer por la organización

2.2.1 Limpieza y edición de datos

La organización debe documentar y tener a disposición los procesos de limpieza de datos pertinentes para la finalidad de la investigación.

Dependiendo de los objetivos, la depuración de datos puede incluir:

- datos procedentes del cliente y sus competidores
- anuncios, cupones y material promocional, a través de terceros (por ejemplo, una zapatería que anuncie sus propias ofertas de una marca de zapatos);
- spam (por ejemplo, un comentario en un blog podría decir "comprar zapatillas, comprar zapatillas, comprar zapatillas, comprar zapatillas"), perfiles falsos en redes sociales;
- datos procedentes de canales de noticias (por ejemplo, un tweet que enlaza con un artículo de una revista).

Cuando proceda, la organización debe especificar si sus procesos identificarán y eliminarán el tráfico no válido o no humano (robots, spiders, etc.):

La organización debe preparar y tener a disposición del cliente (bajo petición) la siguiente información:

- criterios para la eliminación de datos del conjunto de datos activo;
- los criterios para el tratamiento de los datos grabados sin tener un valor (por ejemplo, rellenar con "0", "neutralización de datos", inferencias).

2.2.2 Análisis del sentimiento y/o de textos

Cuando proceda, la organización debe preparar y tener a disposición del cliente para su discusión (bajo petición) la siguiente información:

- si el análisis del sentimiento y/o del texto se realiza de forma manual (incluyendo la codificación asistida por software), automatizada mediante algoritmos (mediante los cuales un ser humano no codifica personalmente cada dato), o mediante alguna combinación (por ejemplo, aprendizaje automatizado);
- una explicación del tipo y método de análisis de sentimiento realizado;
- una explicación del tipo y método de análisis de texto realizado;
- los tipos de datos que se analizarán (por ejemplo, frases cortas, frases largas, ausencia de frases, emoticonos, jerga, lenguaje indebido, sarcasmo, acrónimos, palabras con errores ortográficos);
- la frecuencia y el proceso para evaluar la fiabilidad, exactitud y validez del análisis (por ejemplo, semanal o anual, número y tipo de registros validados, si se utiliza la codificación ciega), incluidas las validaciones preliminares;

- los resultados de cualquier medida de calidad con respecto al análisis de sentimiento o de texto.

2.2.4 Analíticas del uso y medición de sitios web

La organización debe preparar y tener a disposición del cliente para su discusión (bajo petición) la siguiente información:

- el tipo de datos que se recogen (por ejemplo, la dirección IP, el sistema operativo, el agente de usuario del navegador, el identificador único de las cookies, la ubicación geográfica, el registro de la hora y de los datos para los eventos registrados);
- si los datos reflejan:
 - ✓ cookies únicas (cookies no duplicadas que representan visitas a contenido de Internet durante un período de medición y que pueden incluir múltiples usuarios en una máquina que utiliza la misma cuenta),
 - ✓ navegadores únicos (resultado del recuento de cookies únicas teniendo en cuenta las eliminadas por configuración),
 - ✓ dispositivos únicos (resultado del recuento de navegadores únicos después de que se haya contabilizado el uso de varios navegadores en un ordenador individual), o
 - ✓ visitantes únicos.
- periodicidad del informe (por ejemplo, diarios, semanales, mensuales), las zonas horarias, según proceda, y la forma en que se definen las visitas y el tiempo empleado;
- si los datos recogidos proceden del universo disponible o de una proyección de una muestra, su composición, el nivel de datos demográficos disponibles y si se ofrece la posibilidad de cotejar o enriquecer los datos;

3. Ejecución del proyecto

3.1 Recogida de datos para analítica digital y análisis web

3.1.1 Metodología de recogida de datos

La organización debe documentar los detalles de la metodología utilizada. Esto debe incluir:

- a. la metodología para recoger comentarios online de sitios y/o redes sociales, por ejemplo:
 - el universo de sitios web y otros foros de redes sociales incluidos,

- cómo se seleccionaron los sitios, individuos o autores en ellos, y cómo se seleccionaron sus comentarios o publicaciones para su inclusión en la investigación,
 - cómo se recogieron los comentarios y/o entradas (por ejemplo, a partir de cuestionarios o contenido generado por el usuario),
 - el número de sitios, autores y comentarios, o entradas incluidas en el análisis,
- b. la metodología para la observación y/o medición del comportamiento por medios digitales:
- la población de interés,
 - cómo se seleccionaron y captaron los individuos o unidades para su inclusión en la investigación,
 - cómo se recogieron los datos (por ejemplo, cookies, web beacons, navegadores, comunicación de campo cercano-NFC),
 - el número de unidades incluidas en el análisis.

Para todos los métodos, se debe estudiar hasta qué punto los hallazgos pueden o no generalizarse a poblaciones más amplias.

3.1.2 Validación del proceso de recogida de datos

Deben documentarse los detalles sobre la forma en que se monitoriza el proceso de recogida de datos para asegurar que se lleva a cabo según lo previsto, y se debe estudiar el impacto resultante en la exactitud y coherencia de los datos. La monitorización puede incluir comprobaciones de traducción y comprobaciones de coherencia.

3.2 Monitorización de dispositivos

La organización debe asegurar que dispone de una base adecuada para el control de los dispositivos, incluyendo la recogida y el tratamiento de datos personales.

La organización debe especificar los tipos de datos que pueden recogerse mediante la monitorización de un dispositivo y, en su caso, obtener el consentimiento. Esto puede incluir:

- a. información del sitio web como impresión publicitaria, clics publicitarios, clics de imágenes, clics de enlaces, desplazamiento por la página, descargas, visitas y visitas de páginas, transacciones online, registro de pulsaciones de teclas, fecha y hora;
- b. información sobre el dispositivo, como la geolocalización, las aplicaciones descargadas, qué aplicaciones se utilizan y con qué frecuencia, el contenido

- de las aplicaciones, los sitios web visitados y/o marcados, el audio, las imágenes, los vídeos reproducidos y/o almacenados en el dispositivo;
- c. llamadas entrantes, salientes y perdidas, mensajes de texto/emails enviados y recibidos, audio y visuales tomados, grabación de llamadas;
 - d. audio, imágenes y vídeo ambiental cuando el dispositivo está o no está en uso;
 - e. direcciones IP, sistemas operativos, agentes de usuario del navegador, identificadores únicos de cookies;
 - f. los datos personales que serán compartidos con terceros y para qué fin.

La organización debe obtener el consentimiento para la instalación de cualquier dispositivo, software, aplicación u otro tipo de programación, como cookies o balizas web, que puedan utilizarse para capturar el comportamiento; o cuando la monitorización del dispositivo se realice a través de hardware, como una memoria USB o una mochila. La organización debe obtener el consentimiento a intervalos regulares y razonables, al menos una vez al año, para la continuación de la recogida de datos en función del proyecto y de los requisitos reglamentarios.

Anexo E: Auto administrados

1. Generalidades

La organización que ofrezca la recogida de datos utilizando metodologías auto administrados con o sin el uso de paneles (online u offline), ya sea realizado por la organización directamente o mediante servicios subcontratados, debe cumplir con el presente anexo.

La organización debe documentar los métodos y registros asociados con la recogida de datos mediante métodos auto administrados. La metodología auto administrada incluye la recogida de datos cuando los participantes, en el momento de proporcionar sus datos y/o las respuestas, no tienen un diálogo directo (por ejemplo, cara a cara, por teléfono, digitalmente) con un trabajador de campo u otro representante de la organización. La metodología auto administrada puede incluir:

- a. Proyectos en los que los participantes diligencian y devuelven cuestionarios online.
- b. Proyectos en los que los participantes utilizan un dispositivo digital
- c. Entrada de datos por tono donde los participantes utilizan el teclado por teléfono para responder a las preguntas generadas digitalmente
- d. Entrada mediante reconocimiento de voz (también conocida como respuesta de voz interactiva, IVR) donde los participantes proporcionan respuestas orales a preguntas generadas digitalmente y el sistema digital aplica tecnología de reconocimiento de voz para registrar cualquier respuesta.
- e. Investigación postal, tales como encuestas por correo u otras situaciones, en las que los cuestionarios en papel se entregan a los participantes para que los diligencien ellos mismo.

2. Recogida de datos

La organización debe proporcionar al cliente la información adecuada sobre la forma en que se recogieron los datos.

Si se utilizaron cuestionarios, esta información debe incluir, bajo petición:

- a. La duración media o mediana del cuestionario
- b. Redacción de las preguntas y de los filtros o de las instrucciones para los participantes.
- c. Las fechas de inicio y finalización de la recogida de datos

- d. Si los participantes tuvieron que realizar tareas especiales, como descargar programas informáticos o compartir información confidencial o datos personales.

3. Validación del auto administrado

3.1 Generalidades

En la fase de propuesta o de diseño de la investigación, en la entrega de resultados al cliente o a petición de estos, la organización debe documentar los detalles que impliquen como se ha validado o se va a validar a los participantes, incluida la cuestión de la falta de control sobre quién proporcionó las respuestas en las metodologías auto administradas y de recogida de datos digitales. La organización debe comunicar el impacto de estos problemas en la calidad de los datos resultantes.

Cuando no se utilicen paneles de acceso (por ejemplo, river sampling, muestreo de redes sociales, procedimientos de enrutamiento) la organización debe comunicar al cliente, bajo petición, que medidas ha aplicado para la validación de la identidad de los participantes y de la calidad de los datos.

3.2 Validación de la identidad

La organización debe validar la identidad del participante en los paneles de acceso y asegurar la exclusión de los robots. En el caso de otras muestras, la organización debe validar la identidad declarada del participante cuando sea posible.

Las variables de validación pueden incluir:

- a. Nombre completo
- b. Dirección de vivienda
- c. Número de teléfono
- d. Datos bancarios
- e. Número de identificación
- f. Año y fecha de nacimiento
- g. Dirección de correo electrónico
- h. Datos de validación a través de terceros proveedores de servicio.

Si las variables enumeradas anteriormente no están disponibles, las leyes y reglamentos aplicables prohíben su uso, o el contexto cultural/social local impide su uso, la organización puede utilizar otros métodos apropiados, incluido los métodos pasivos o digitales.

Un conjunto ampliado de variables, que puede ser necesario cuando se trata de poblaciones especializadas como médicos u otras profesiones, pueden incluir entre otros:

- Dirección profesional
- Número de teléfono profesional
- Correo electrónico profesional
- Número de identificación profesional apropiados disponibles (si son pertinentes y están disponible) y
- Especialidad profesional (si es pertinente y está disponible)

Se deben utilizar múltiples fuentes de datos cuando existan.⁵

La organización debe documentar las fuentes específicas utilizadas para la validación y facilitarlas al cliente bajo su petición.

La organización debe revisar los fallos de validación de la identidad para determinar que participantes serán retirados del proyecto de investigación. Dado que los métodos de validación de la identidad pueden dar lugar tanto a falsos positivos como a falsos negativos, la organización debe proceder con cautela en esta práctica y ser transparente con el cliente y los usuarios de los datos.

La organización debe comunicar, previa solicitud, al cliente y a los usuarios de los datos los detalles específicos de los procesos de validación utilizados.

3.3 Validación de los datos de respuesta

Cuando la validación sea factible, la organización debe aplicar procedimientos para identificar y eliminar a los participantes fraudulentos y desatentos: La organización debe documentar los procedimientos y las medidas adoptadas y los facilitarlos al cliente bajo petición.

La organización debe consultar con los subcontratistas, terceros y con el cliente para determinar las medidas específicas que pueden utilizar cada una de las partes, así como el umbral que determina si deben suprimirse los datos de los participantes, si lo hubiere. La organización debe estar dispuesta a sustituir a los participantes cuyos datos sean considerados inaceptables por el cliente, siempre que se hayan acordado previamente los criterios de “inaceptable”

⁵ las fuentes de datos utilizadas para la validación pueden variar en función de factores tales como el tipo de participante objetivo o el área geográfica estudiada. La fuente de datos disponibles y útiles en un país pueden no estar disponibles ni ser útiles en otros países.

Dependiendo de la naturaleza del proyecto, las herramientas de validación empleadas por la organización deben incorporar uno o más de los siguientes criterios:

- a. Tiempo de cumplimiento del cuestionario, si procede;
- b. Proporción de las preguntas sin respuesta y, si procede, si hay preguntas básicas específicas sin respuestas.
- c. Una comparación entre al menos un elemento de los datos de perfil de los participantes (por ejemplo, edad, ciudad) y datos de otras fuentes.
- d. Referencias cruzadas y validación cruzada de datos externos (por ejemplo, datos de uso y actitud)
- e. Grado de elección de respuestas no sustantivas, como “no sabe” o “no contesta”
- f. Usar patrones de respuesta en preguntas de matriz o cuadrícula (por ejemplo: línea recta, respuesta aleatorios)
- g. Detección de respuestas inconsistentes (por ejemplo, comparando respuestas a preguntas de redacción positiva y negativa en la misma batería de atributos)
- h. Preguntas que incluyan elementos de respuesta múltiple con baja probabilidad o categorías de respuestas ficticias.
- i. Preguntas trampa como “marque la casilla del extremo derecho” en las matrices.
- j. Respuestas a preguntas abiertas y
- k. Huellas digitales.

La organización debe proporcionar a los clientes, bajo petición, una descripción de cualquier limpieza o edición realizada, ya sea del archivo de muestra o del archivo de datos de la investigación, para eliminar participantes fraudulentos, desatentos o cualquier otra forma indeseable.

Anexo F: Gestión y proceso de datos

1. Generalidades

La organización que ofrezca servicios de gestión y proceso de datos, ya sea directamente o mediante servicios subcontratados, debe cumplir con este anexo.

La organización debe documentar los métodos y registros asociados con la entrada de datos, la depuración, la codificación, la edición, la ponderación, la preparación de archivos, la tabulación y otros aspectos de la gestión y el proceso de datos.

En particular, la documentación de la organización relativa a la limpieza y ponderación de los datos debe incluir:

- a. los métodos pertinentes utilizados para la limpieza de datos;
- b. si se han eliminado entrevistas completadas y la justificación de dicha eliminación;
- c. la ponderación y otros ajustes;

La organización debe asegurar que el proceso de datos se realice de manera que se reduzca al mínimo el error, mediante controles de calidad estandarizados.

2. Entrada de datos en papel

2.1 Especificaciones

Cuando se utilice la entrada lógica de datos, la organización debe documentar las comprobaciones automatizadas y probarlas antes de utilizarlas, incluyendo el tipo de pruebas y los resultados obtenidos. Los intentos de entradas no resueltas que no sean aceptados debido a las comprobaciones lógicas automatizadas deben ser resueltos por el líder responsable del proyecto o trabajo.

La organización debe asegurar que, cuando se utilice la entrada de datos simple, los datos deben tabularse tal como se registraron en el cuestionario.

2.2 Validación de la entrada de datos en papel

La organización debe llevar a cabo un método sistemático de validación de un porcentaje mínimo de trabajo de tabulación de datos en proyectos. La organización debe validar un mínimo del 5% de las entradas para la entrada lógica de datos y del 10% de las entradas para la entrada simple de datos; la validación debe ser realizada por una segunda persona.

Si el trabajo de un operador individual contiene errores frecuentes, la organización debe validar el 100% de su trabajo. En caso necesario, la organización debe asegurar que el trabajo se vuelva hacer correctamente.

3. Exactitud de las bases de datos que no requieren entrada manual de datos

La organización debe definir y documentar los procesos para garantizar la entrada manual de datos en papel. Estos pueden incluir:

- a. escaneado;
- b. recolección electrónica de datos (por ejemplo, encuestas interactivas de reconocimiento de voz, encuestas online, encuestas en web);
- c. bases de datos CAI;
- d. bases de datos creadas mediante la importación o fusión de datos de una fuente o programa en otro.

La organización debe documentar el tipo de pruebas utilizadas y el personal comprometido.

4. Codificación

4.1 Generalidades

Cuando se utilice un software de codificación automática, la organización debe calcular la tasa de error.

4.2 Desarrollo del plan de códigos para la codificación manual y semiautomática

La organización debe asegurar que los codificadores reciban entrenamiento donde deben incluir, como mínimo, lo siguiente:

- a. una visión general del proyecto;
- b. identificación de las preguntas o variables a codificar;
- c. una visión general del material mostrado a los encuestados (por ejemplo, video, concepto) cuando corresponda;
- d. la proporción o número mínimo de una muestra (y su composición) utilizada para elaborar el plan de códigos;
- e. cuando se vaya a utilizar un plan de códigos de un proyecto anterior;

4.3 Aprobación del plan de códigos

La organización identificara un líder para dar aprobación del plan de códigos sin importar en que momento del proceso; lo importante es que debe haber una aprobación por parte del líder.

4.4 Briefing a codificación

La organización debe informar al (a los) codificador(es) sobre cómo utilizar el plan de códigos (por ejemplo, informando sobre las decisiones o reglas relacionadas a lo que puede incluirse o excluirse de cada código).

4.5 Actualización de códigos

Después de la aprobación del plan de códigos, cuando en el proceso de codificación se considere apropiado añadir otros códigos, la organización debe actualizar las copias del plan de códigos. Todos los registros que ya hayan sido codificados y formen parte de los datos del proyecto para ese proyecto deben modificarse en consecuencia.

4.6 La categoría de “otros”

La organización debe disponer de normas o reglamentos para el tratamiento de las respuestas del tipo "otros" o del tipo “resto de respuestas”.

4.7 Validación de la codificación

La organización debe definir y documentar los procesos empleados para la validación de la codificación de cada proyecto. La documentación debe describir un método sistemático de validación de un mínimo del 5% de los cuestionarios codificados por proyecto y la validación debe ser realizada por una segunda persona.

Cuando el trabajo de un codificador contenga errores frecuentes, la organización debe validar el 100% del trabajo de ese codificador (en el proyecto) y, si es necesario, rehacer el trabajo correctamente.

5. Depuración de datos

5.1 Depuración de datos antes de la entrada

Cuando la encuesta en papel se depure a mano antes de la entrada de datos, debe ser posible distinguir las respuestas originales del entrevistado o del encuestador

de los códigos o respuestas asignados por la persona o personas que realicen la depuración para la organización.

Cuando la organización utilice este tipo de depuración, debe documentar la lógica y las normas que se apliquen y se debe ofrecer una información a todo el personal que trabaje en este elemento del proyecto o trabajo sobre los tipos de comprobaciones y correcciones que pueden llevar a cabo.

5.2 Depuración de datos después de la entrada

La organización no debe asumir ni imputar ningún dato sin el conocimiento y la aprobación de una persona responsable de la organización. Deben conservarse las fuentes de datos originales (por ejemplo, para compararlos con el fichero de datos depurado).

5.3 Documentación de la limpieza de datos

La organización debe documentar cómo se depuran (limpian) los datos, si se eliminan entrevistas completadas de los datos finales y por qué; y una descripción información de otros ajustes realizados sobre los datos.

5.4 Documentación de la ponderación

Si la organización aplica la ponderación, debe documentarlo adecuadamente junto con los factores de ponderación aplicados. Debe informarse al cliente sobre las fuentes y los datos de referencia de la ponderación y sobre los factores de ponderación aplicados.

6. Gestión del fichero de datos

La organización debe tener cuidado en la gestión de los ficheros para asegurar que:

- a. los archivos o registros dentro de un archivo no están duplicados;
- b. se utiliza la versión válida más reciente;
- c. los ficheros de datos originales y depurados son claramente identificables;

7. Análisis de datos

7.1 Especificaciones para el análisis de datos

En su caso, la organización debe realizar el análisis de datos conforme a las especificaciones acordadas con el cliente.

La organización debe documentar el proceso de análisis para asegurar que cualquier análisis realizado pueda ejecutarse posteriormente.

7.2 Validación de análisis de datos

La organización debe disponer de procesos que aseguren que se ha revisado la tabulación y otros resultados. La organización debe registrar esta revisión (por ejemplo, utilizando listas de comprobación para garantizar que se realizan adecuadamente las comprobaciones de validación del análisis de datos).

Estos controles de la organización deben validar lo siguiente:

- a. la integridad (es decir, que se han elaborado todas las tablas tal y como se especificó);
- b. que la base de cada tabla es correcta en relación a otras tablas o recuentos de frecuencias;
- c. que las cifras para subgrupos y agrupaciones son correctas;
- d. cualquier proceso de ponderación (por ejemplo, mediante tablas de comprobación);
- e. la ortografía y claridad;

7.3 Tablas de datos

Cuando la organización entregue al cliente los datos 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:

- a. referencia a la pregunta origen de la cual se derivan los datos;
- b. disponibilidad tanto de las bases ponderadas como sin ponderar;
- c. identificación clara de cualquier subgrupo usado;
- d. disponibilidad de las bases para cada pregunta, de tal forma que el número de encuestados que han respondido realmente a la pregunta sea identificable;
- e. número o porcentaje de encuestados que respondieron "No sabe" o "No contesta", cuando se trate de respuestas diferenciadas;

8. Gestión de ficheros de datos

8.1 Generalidades

En el caso de los datos codificados, en los que los datos han sido editados, depurados, recodificados o modificados de cualquier forma con respecto al formato, contenido y distribución original, la organización debe conservar los datos originales, los datos finales y los archivos de programa que procesaron los datos (como mínimo), de modo que el fichero de datos final pueda reconstruirse fácilmente.

En caso de que se requieran análisis adicionales tras el proceso de datos principal, la organización debe aplicar los requisitos de proceso de datos del presente documento a dichos análisis.

Cuando exista la intención de publicar tablas o datos, la organización debe implantar procesos para minimizar el riesgo de publicación de datos personales de los encuestados, excepto cuando éstos hayan dado su consentimiento.

8.2 Transmisión de datos al cliente

La organización debe comprobar el contenido de la entrega electrónica de datos antes de su envío para asegurar:

- a. la coherencia del formato del fichero con la especificación del software acordado con el cliente;
- b. la integridad (por ejemplo, que cada fichero contiene el número correcto de archivos y registros);
- c. cuando sea aplicable, la incorporación de una descripción de la estructura del fichero;
- d. cuando sea aplicable, el etiquetado del contenido del fichero y la incorporación de las instrucciones sobre las limitaciones de uso;
- e. la encriptación o codificación de los ficheros bajo pedido.