

EFAMRO

Address for Correspondence:

EFAMRO c/o Erich Wiegand
ADM Arbeitskreis Deutscher Markt-
und Sozialforschungsinstitute e.V.
Langer Weg 18
D – 60489 Frankfurt am Main
Tel: +49 – 69 – 97 84 31 36
Fax: +49 – 69 – 97 84 31 37
e-mail: office@adm-ev.de

A todas las Asociaciones
Nacionales Miembros de EFAMRO

13 de febrero de 2006

Estimados Miembros,

Adjuntamos el último borrador del documento “Normativa Internacional para el Uso de Equipos de Marcación Automática en los Estudios de Mercado y Opinión Pública” sobre el cual se decidirá durante la próxima reunión de directorio convocada por Efamro. Dicho documento ha sido denominado como “normativa” en vez de directrices para enfatizar su obligatoriedad.

El carácter obligatorio, de esta y otras normativas que EFAMRO pondrá en marcha en el futuro, significa que todas las asociaciones nacionales que la aprueben tienen la obligación de implementar los requerimientos estipulados por esta normativa en sus sistemas de regulación a nivel nacional dentro de un período de dos años.

Los principios de la “Normativa Internacional para el Uso de Equipos de Marcación Automática en los Estudios de Mercado y Opinión Pública” permiten que su implementación por parte de las asociaciones nacionales refleje la situación de la industria de la investigación en sus respectivos países.

Ya hemos recibido comentarios de muchas asociaciones sobre el primer borrador de la normativa. Desafortunadamente, no se han podido incluir todos los comentarios en el borrador final debido al carácter conflictivo de los mismos. Sin embargo, creemos que todas las asociaciones nacionales pueden regular el uso de los equipos de marcación automática de un modo razonable y adecuado en sus respectivos países cumpliendo a la vez con los requerimientos de la “Normativa Internacional para el Uso de Equipos de Marcación Automática en los Estudios de Mercado y Opinión Pública”. Esto ya ha sucedido en algunos países, aunque parcialmente.

La creciente internacionalización de la investigación de mercados debe venir acompañada de una armonía gradual de los sistemas de auto-regulación de la industria en los distintos países. En este sentido, la “Normativa Internacional para el Uso de Equipos de Marcación Automática en los Estudios de Mercado y Opinión Pública” constituye un paso muy importante de cara a lograr este objetivo.

Sin embargo, sólo lograremos una armonía global a través de acciones que consideren las diferencias nacionales existentes en el ámbito histórico, el propio entendimiento y las condiciones sociales, políticas y legales de los estudios de mercado y opinión.

EFAMRO y las asociaciones nacionales miembros se encuentran ante un desafío similar a los de la Unión Europea. Quizás podamos afrontar este desafío de un modo más efectivo.

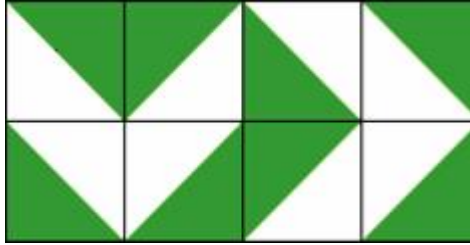
Un cordial saludo,



Erich Wiegand
Presidente de EFAMRO



Lex Olivier
Director General de EFAMRO



EFAMRO

Address for Correspondence

Dr. A.J. Olivier
Hoek van Hollandlaan 13
2554 EA The Hague
The Netherlands
Tel: +31-10-2894 505
e-mail: efamro@wanadoo.nl

IBAN: NL45ABNAO421984864
BIC: ABNANL2A
KVK: 40537552

Normativa Internacional Para el Uso de Equipos de Marcación Automática en Estudios de Mercado y Opinión Pública

Normativa publicada por la Federación Europea de Asociaciones de Institutos de Estudios de Mercado (EFAMRO).

1 Introducción

El uso de equipos de marcación automática en estudios de investigación ha abierto nuevas oportunidades para la recogida de información en entrevistas telefónicas. Sin embargo, su uso también ha generado algunos problemas de corte ético, legal y técnico que deben ser abordados y resueltos por los mecanismos de auto-regulación de la industria para asegurar su uso efectivo y responsable en estudios de mercado y opinión.

2 Implementación

Esta Normativa está dirigida a todas las asociaciones nacionales miembros de EFAMRO, quienes deberán implementar una serie de disposiciones profesionales de carácter obligatorio y que son necesarias para el cumplimiento de los requerimientos de esta normativa. El plazo máximo para la implementación de dichas normas es de dos años a partir de la fecha de la adopción de la misma.

3 Referencias de carácter legal y normativo

Además de los mecanismos de autorregulación propios del sector de la investigación, el uso de equipos de marcación automática está sujeto a leyes nacionales e internacionales y otras regulaciones legales. En aquellos casos que las disposiciones legales difieran de la normativa o sean más estrictas, se deben utilizar las directrices legales vigentes en reemplazo de la presente norma.

El contenido de esta normativa se debe interpretar conjuntamente con “El Código Internacional ICC/ESOMAR para la Práctica de la Investigación Social y de Mercados” (3ª edición, publicada en 1995) que establece los principios éticos y normas profesionales básicos que regulan los estudios de mercado y opinión.

4. Términos y definiciones

La presente normativa contempla el uso de los siguientes términos y definiciones:

4.1 Equipo de marcación automática

Dentro del contexto de esta normativa, un equipo de marcación automática es cualquier equipo capaz de marcar un número de teléfono antes de que un entrevistador realice la llamada por sí mismo.

4.2 “Llamadas silenciosas”

Dentro del contexto de esta normativa, una llamada silenciosa es cualquier llamada telefónica a la cual responde un entrevistado, pero que no se conecta al entrevistador dentro del tiempo estipulado.

4.3 Proveedor de servicios de investigación

Dentro del contexto de esta normativa, un proveedor de servicios de investigación es cualquier proveedor que realiza, total o parcialmente, estudios de mercado y opinión basados en métodos y principios científicos generalmente aceptados. Los proveedores de estudios de mercado pueden ser entidades de investigación privadas, académicas o universitarias, departamentos de investigación en empresas, entidades oficiales, institutos de estadísticas oficiales o particulares que realicen las mismas funciones.

5 Requisitos

Los siguientes requisitos se aplican al uso de equipos de marcación automática en estudios de mercado y opinión:

5.1 Tiempo de espera

Los proveedores de investigación deben garantizar que sus equipos de marcación automática han sido programados de tal modo que aseguran un tiempo mínimo y máximo de espera para todas las llamadas antes de abandonar una llamada que en teoría no responde. El tiempo mínimo de espera serán 20 segundos y el máximo 40 segundos.

5.2 Tiempo de conexión

Los proveedores de investigación deben garantizar que sus equipos de marcación automática han sido correctamente programados para conectar rápidamente todas las llamadas que han sido respondidas a un entrevistador después del momento en que se detecta que la llamada ha sido respondida. Si no hay un entrevistador disponible dentro de este período, el equipo de marcación automática debe desconectar rápidamente las llamadas que han sido respondidas. El tiempo máximo de conexión/desconexión deben ser 4 segundos.

5.3 Tasa de llamadas silenciosas

Los proveedores de investigación deben garantizar que su equipo de marcación automática está debidamente programado para asegurar una tasa de llamadas silenciosas inferior al porcentaje de llamadas realizadas diariamente. La tasa de llamadas silenciosas no debe ser superior al 4% de todas las llamadas realizadas.

5.4 Llamadas adicionales

En el caso de llamadas silenciosas, los proveedores de investigación no podrán realizar llamadas adicionales al número de teléfono que ha recibido este tipo de llamada dentro de un período de tiempo determinado. Además, no podrán realizar una nueva llamada usando el equipo de marcación automática, sino a través de un entrevistador. El tiempo mínimo para volver a llamar al entrevistado es un mes.

5.5 Estadísticas de llamadas silenciosas

En aquellos casos en que el equipo de marcación automática genere llamadas silenciosas, los proveedores de investigación deberán mantener estadísticas diarias para registrar la tasa de llamadas silenciosas. Estos datos estadísticos se deben actualizar y guardar durante un tiempo determinado ya sea en formato electrónico o manual. Esta información se debe guardar durante un período mínimo de 3 meses.

5.6 Documentación del equipo de marcación automática

En aquellos casos en que el equipo de marcación automática genere llamadas silenciosas, los proveedores de investigación deben garantizar la existencia y disponibilidad de documentación escrita que claramente detalle lo siguiente:

- a) características de la instalación del equipo de marcación automática
- b) mecanismos de control de las llamadas silenciosas que se generen
- c) procedimientos para gestionar quejas relacionadas con las llamadas silenciosas

5.7 Identificación del proveedor de servicios de investigación

En aquellos casos en que el uso de un equipo de marcación automática genere “llamadas silenciosas,” los proveedores de servicios de investigación deben proporcionar información relevante sobre la línea telefónica a través de la cual se realizó la llamada, si es posible desde un punto de vista técnico. El número de teléfono proporcionado deberá conectar a los entrevistados a una operadora o a una grabación. Se debe entregar la siguiente información a aquellos entrevistados que devuelvan la llamada:

- a) El nombre del proveedor de investigación que realizó la llamada o a nombre de quien se realizó la misma.
- b) Asegurar que la llamada se realizó exclusivamente para el cumplimiento de los objetivos de un estudio de mercado u opinión.
- c) Cualquier otra información relevante para despejar dudas o temores relacionados con el objetivo de la llamada.

Las llamadas al número de teléfono proporcionado por el proveedor de investigación tendrán un coste razonable para los entrevistados.

6 Adopción de la norma

Esta norma ha sido adoptada por los miembros de la Federación Europea de Asociaciones de Empresas de Estudios de Mercado (EFAMRO) con fecha 23 de marzo de 2006. Entre los miembros de esta Federación está ANEIMO (Asociación de Empresas de Estudios de Mercado y Opinión).