

Resumen de la guía “ONLINE RESEARCH” de ESOMAR/GRBN

En octubre de 2015, ESOMAR ha publicado una nueva guía sobre la investigación online. Es una actualización y ampliación de la existente hasta ahora publicada en 2011.

El CEA ha realizado este resumen en castellano de la guía con el fin de facilitar una consulta rápida sobre los principales contenidos y las recomendaciones más relevantes que incluye. Dado el auge y extensión de estas técnicas de investigación, su lectura es muy recomendable para investigadores y usuarios. Puede acceder a la guía completa en inglés en: <https://www.esomar.org/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/online-research-guideline.php>

Aspectos generales

La guía tiene un enfoque global y explica cómo aplicar algunos de los principios fundamentales de la investigación de mercado, de la investigación social y de opinión en el contexto de los marcos legales vigentes y los entornos regulatorios de todo el mundo. Este documento tiene como objetivo apoyar a los investigadores frente a las consideraciones legales, éticas y prácticas en el uso de las nuevas tecnologías.

Además, es importante que los investigadores revisen y cumplan con las regulaciones sobre la protección de datos y la investigación de mercado locales y de autorregulación para recoger o procesar los datos.

Los investigadores deben ser sensibles a las preocupaciones de los consumidores y ser conscientes que la investigación de mercado se basa en la confianza del público para su éxito. También deben ser diligentes en mantener la distinción entre la investigación y las actividades comerciales tales como el marketing directo o publicidad dirigida.

Tecnologías

Se incluyen tecnologías como:

- Software de seguimiento que puede capturar el comportamiento de los participantes en investigaciones en línea, tales como páginas web, publicidad, las compras en línea etc. También pueden capturar la información de correo electrónico del participante en la investigación y otros documentos almacenados en el disco duro. Parte de esta tecnología ha sido etiquetada como "spyware".
- Software descargado al dispositivo de un usuario (ordenador, tableta, smartphone, etc.) que se utiliza únicamente con el fin de alertar a los participantes de participar en un estudio de mercado sin el seguimiento de los participantes en la investigación.
- La recogida de datos activa a través de la interacción directa con el participante en la investigación.
- El almacenamiento de información “en la nube” a través de servidores remotos y redes informáticas, permiten tener datos centralizados y acceso en línea a los servicios informáticos o recursos. Los investigadores deben evaluar los controles de seguridad del

proveedor de estos servicios, y estar preparados para implementar los controles de compensación cuando los del proveedor no son suficientes.

- Las "Cookies" que son archivos de texto que contienen información que se descargan en el dispositivo del usuario cuando se visita un sitio web. Los investigadores pueden utilizar cookies para proporcionar una mejor experiencia de la encuesta, y su seguimiento así como para la detección y / o prevención del fraude.

Consentimiento, voluntariedad, adecuada información y privacidad

Los investigadores de mercado deben actuar de forma honesta y obtener el consentimiento específico de los participantes a la investigación antes de recoger y procesar cualquier tipo de datos de carácter personal. La participación en la investigación es siempre voluntaria y a los participantes se les debe permitir retirarse y borrar sus datos personales en cualquier momento.

Si durante la investigación hay cambios en el plan de investigación los participantes deben ser informados para que puedan tomar una decisión sobre si desean continuar en la misma. En el caso de un panel o estudios tipo ómnibus, con varias oleadas de recolección de datos, los investigadores deben actualizar periódicamente el consentimiento de los participantes.

Cuando los investigadores utilizan a terceros para servicios de recolección de datos, la responsabilidad recae en el investigador para asegurar que los datos han sido obtenidos legalmente. Los investigadores deben revisar y cumplir con las normas nacionales e internacionales de protección de datos y de autorregulación.

Por otra parte, el investigador tiene la obligación de proteger la privacidad y seguridad de los datos personales, independientemente de la forma en que se obtuvo. Esto incluye la organización del anonimato de los datos antes de compartirla con terceros.

Protección al entrevistado

Los investigadores deben tomar especiales precauciones para asegurar que los participantes de una investigación en línea no se vean perjudicados o negativamente afectados cuando el proyecto de investigación trate sobre temas sensibles y personales.

Legalidad y transferencia de datos

Los investigadores deben cumplir con todas las leyes y reglamentos pertinentes y tener en cuenta si la recogida de datos se realiza en varios países para su cumplimiento.

Los investigadores deben consultar los reglamentos locales o códigos de la industria que pudiera existir en la actualización de las leyes de privacidad y protección de datos que todavía se están desarrollando en algunos países.

Antes que los datos personales se transfieran desde el país de recogida a otro país, el investigador debe asegurarse que la transferencia de datos es legal y que se toman todas las medidas razonables para asegurar la privacidad y la seguridad de esos datos.

Los investigadores deben informar a los clientes, antes de comenzar el trabajo, cuando cualquier parte de la investigación sea objeto de subcontratación. También se requiere a los investigadores garantizar que los datos personales compartidos con un subcontratista se

limitarán a lo que se requiere para la investigación y que el subcontratista tiene los procedimientos de seguridad para proteger los datos del entrevistado.

Uso de bases de datos e interacción con el participante

Los investigadores no deben utilizar cualquier subterfugio para obtener direcciones de correo electrónico o números de teléfono móvil de los posibles participantes. Esto incluye el uso de dominios públicos, el uso de tecnologías o técnicas sin el conocimiento de los individuos, o recogerlos con el pretexto de alguna actividad que no sea la investigación.

Los investigadores no deben usar correos electrónicos no solicitados o mensajes de texto para reclutar participantes en la investigación o participar en la recolección de datos subrepticia.

Los investigadores también deben observar que:

- Al recibir listas de correo electrónico o listas de telefonía móvil de los clientes o proveedores, los investigadores deben verificar que los individuos mencionados tienen una expectativa razonable de que van a recibir un contacto
- Los investigadores no deben utilizar direcciones de correo electrónico de retorno falsas o engañosas.

Es una buena práctica para los investigadores mantener copias o registros de correos electrónicos y otros documentos recibidos de los participantes en la investigación que acuerdan o restringen el acceso y uso de su información.

Publicación de resultados y metodología

Cuando un cliente tiene previsto publicar los resultados de un proyecto de investigación, tanto el cliente como el investigador tienen la responsabilidad de garantizar que los resultados publicados no sean engañosos.

Los investigadores deben poner la información técnica a disposición de cualquier solicitante para evaluar la validez de los resultados publicados. Esto incluye información sobre el fondo y fuente del estudio, el método y muestra utilizada, redacción de preguntas, ponderación y representatividad del estudio, etc., y no permitir que su nombre sea asociado con la difusión de conclusiones no soportadas por los datos.

Las categorías principales de abastecimiento de muestras en línea son:

- Paneles en línea.
- La muestra generada dinámicamente desde una fuente de Internet.
- Las muestras de listas de clientes, los miembros de una asociación profesional, estudiantes de una escuela en particular, etc.

En cada caso, el proveedor de la muestra debe estar preparado para poner a disposición del investigador los detalles de cómo fue reclutada la muestra, descripción del muestreo y representatividad de la población objetivo, así como las tasas de respuesta en su caso, para evaluar el potencial del sesgo de la no respuesta.

El proveedor de la muestra también debe garantizar la calidad de las respuestas dadas y los datos recogidos, desde validar la fuente, su proceso de selección y actualización, cuestionario, como los procedimientos de incentivos y consistencia de la muestra.

Especial cuidado con menores

La recopilación de datos de los niños requiere el permiso de los padres o el tutor legal.

Cuando se solicita el permiso para entrevista a un menor, el investigador debe proporcionar información suficiente acerca de la naturaleza del proyecto de investigación para que el padre o tutor legal pueda tomar una decisión adecuada sobre la participación del niño, registrando la identidad del adulto responsable y su relación.

Protección de fotografías, audios y grabaciones de vídeo

Los investigadores deben tratar las fotografías, audios y grabaciones de vídeo como datos personales e información protegida si puede reconocerse al entrevistado. Sólo pueden ser compartidos si el participante da su consentimiento.

17-01-2016

 <p>asociación española de estudios de mercado, marketing y opinión</p>	<p>Comité de Ética de AEDEMO (CEA)</p> <p>✉ cea@aedemo.es</p> <p>🐦 http://twitter.com/aedemo_oficial</p> <p>in http://linkedin.com/company/aedemo</p> <p>www.aedemo.es www.aedemo.es/blog/</p>
--	--