



# Investigación Internacional

## Introducción

En años recientes se ha observado un inmenso aumento en la demanda de investigación internacional. Debido a que muchas organizaciones comienzan a operar a escala global, necesitan desarrollar estrategias comerciales y de mercadotecnia que sean efectivas a nivel internacional. Es esencial que entiendan a sus clientes de todo el mundo.

Sin embargo, realizar una investigación internacional requiere recursos y experiencia específica. Es necesario tomar en cuenta las diferencias culturales, geográficas, socioeconómicas, políticas y económicas, y esto a menudo significa que no será adecuado tomar un enfoque homogéneo. **DE LA RIVA tiene la colocación ideal para llevar a cabo proyectos internacionales con latinos.** DE LA RIVA INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA tiene la colocación ideal para llevar a cabo programas internacionales con el público latino. Nuestros investigadores tienen mucha experiencia en este campo y cuentan con el soporte de todos los recursos que se necesitan para llevar a cabo de manera efectiva investigaciones de mercado importantes.

Para ayudarlo a tener un panorama general, hemos delineado algunas de las consideraciones y temas que debe tomar en cuenta.

## Selección de la muestra

Para asegurar que sus datos sean confiables, es importante seleccionar una muestra que represente con exactitud el universo que se abarca. Sin embargo, la calidad del marco de la muestra puede variar mucho de un país a otro.

Por ejemplo, cuando hablamos de una muestra representativa a nivel nacional en México, probablemente significará que seleccionemos 100 puntos de muestreo con probabilidad proporcional al perfil de la población.

En muchos países una muestra representativa a nivel nacional significa realizar entrevistas en las cuatro ciudades más grandes del país, aplicando controles flexibles de cuotas a la asignación de cada entrevistador.

ADvance Precision Research® – DE LA RIVA está consciente de estas diferencias y del efecto que pueden ejercer en los datos reunidos.

**Metodología para reunir datos – selección de la metodología correcta**

La clave para que una investigación de mercado tenga éxito es elegir la metodología correcta para reunir los datos, especialmente para los proyectos internacionales. El método correcto en un país pudiera no ser el adecuado en otro.

Existen muchos ejemplos que podemos usar para demostrar el efecto que ejercen las diferencias económicas y culturales en





la elección del método para reunir los datos. Por ejemplo, en Latinoamérica es muy común realizar entrevistas personales en casa. Mientras que en Estados Unidos es casi imposible reunir datos utilizando esta metodología.

Los investigadores de DE LA RIVA conocen con detalle las diferencias culturales en Latinoamérica, por lo que podemos evitar errores costosos.

#### Traducción y elaboración del cuestionario y/o Guía de Tópicos

Por supuesto un punto obvio a considerar es la barrera de los “tecnicismos culturales” entre países latinos. Para poder obtener datos e información comparable, es muy importante contar con interpretaciones veraces. En DE LA RIVA. Otro punto a considerar es la elaboración e impresión de los cuestionarios en los diferentes países. Una vez que han salido al campo, es demasiado tarde para reconocer errores.

#### Control del trabajo de campo

Controlar el trabajo de campo en muchos países puede ser complejo. Al realizar los briefs, es probable que las instrucciones de un país a otro difieran tanto en énfasis como en contenido. Es sumamente difícil llevar un control del trabajo una vez que se está en el campo. Muy a menudo no se sabe qué tan bien va la reunión de datos, hasta que llega a la agencia.

Nosotros nos mantenemos en constante comunicación con las agencias locales para asegurarnos que los proyectos se estén llevando a cabo sin contratiempos.

#### Proceso y análisis de los datos

Una vez que se ha terminado el trabajo de campo, es difícil asegurar que se haya obtenido un marco de código universal. Posteriormente, los comentarios que los informantes proporcionan en varios idiomas, se tiene que asignar a categorías de descripción común.

#### Interpretación

La interpretación de los hallazgos se debe hacer con cuidado. Una pregunta se puede interpretar de manera diferente en dos países diferentes, y por lo tanto puede generar dos respuestas diferentes.

#### EL FUTURO – CAVI Computer Assisted Visual Interview

##### Tecnología

Un uso efectivo de la tecnología nueva al reunir datos internacionales puede reducir el margen de error de muchas empresas.

Existen muchas ventajas de los datos electrónicos al llevar a cabo estudios tanto en uno como en varios países.

##### Mejor control del cuestionario

Mejora en los sistemas para el manejo del trabajo de campo

Eliminación de etapas completas del proceso de investigación, por ejemplo la impresión del cuestionario, captura de datos y edición de los mismos

Aumento en la eficiencia, velocidad y confiabilidad del proceso de las entrevistas

La agencia principal mantiene un control mucho mejor de todo el proceso de investigación

Se puede distribuir un solo guión del cuestionario, en lugar de muchas versiones locales





Existen muchos paquetes de software que permiten añadir la traducción a un guión, asegurando así que la administración del cuestionario sea exactamente igual en todos los países, y que los filtros e instrucciones de ruta sean idénticos. La etapa de procesamiento de datos será mucho más fácil, siendo un solo mapa de datos el que agrega los datos.

### El Internet

Existe una nueva onda de pensamiento en la que la solución alternativa reside en realizar la reunión de datos internacionales por medio de Internet. Esto tiene sus ventajas y sus desventajas.

#### Ventajas (al igual que las ventajas tecnológicas anteriores)

- Es realmente internacional
- Existe oportunidad de una respuesta rápida entre el investigador y el entrevistado
- Se tiene un control centralizado
- Se puede tener un sistema armonizado, a un costo mucho menor que el de los paquetes de software

Sin embargo, aún existen obstáculos que superar antes de que el Internet sea la herramienta de preferencia para controlar los proyectos de investigación.

#### Desventajas

- Solamente una parte pequeña de toda la población está conectada a Internet, y por lo tanto en algunos casos es imposible reunir muestras que sean representativas a nivel nacional
- No existen marcos universales de muestreo de las personas conectadas a Internet, por lo que será necesario desarrollar nuevos métodos para seleccionar muestras representativas

Existe un índice de respuesta mas bajo al utilizar el Internet.

#### ¿Ahora dónde?

A medida que el proceso de investigación, en especial la reunión de datos, confía cada vez más en la tecnología, se requiere más inversión en esta área. Tal parece que la reunión de datos internacionales estará dominada por un número reducido de compañías que puedan hacer las grandes inversiones que se requieren para construir un sistema armonizado en el cual se maneje la reunión de datos. A su vez, estas grandes compañías tendrán que ofrecer sus recursos a los especialistas más pequeños.

Esta tendencia tendrá que tener varias ventajas, como;

- Se deberá disminuir el costo de la realización de la investigación internacional
- Mejorará la calidad y confiabilidad de la investigación
- La eficiencia y velocidad de entrega aumentará de manera importante

#### Podemos hacerlo mejor ahora

La investigación internacional es esencial y puede ser extremadamente efectiva para formular una estrategia de mercado efectiva. Sin embargo, como lo ilustramos, existen muchos puntos a considerar. Muchos de los contratiempos descritos se pueden evitar por medio de conocimiento, experiencia y entendimiento de los países en donde se llevan a cabo las investigaciones.

