



EVALUACIÓN GUÍA GENERAL FORMACIÓN EQUIPOS DE CAMPO

Nombre: _____

Calificación: _____

Fecha Evaluación: _____

Porcentaje: _____

Cargo: _____

Ciudad: _____

I. Para cada pregunta, seleccione con una X la respuesta correcta. Marque sólo una respuesta. Antes de marcar su respuesta, lea cuidadosamente todas las opciones.

1. ¿Qué es Investigación de Mercados?

- ☐ Es un estudio sobre el comportamiento de los mercados.
- ☒ Es un enfoque sistemático y objetivo basado en la recolección de datos.
- ☐ Es un estudio sobre productos y servicios.
- ☐ Todas las anteriores
- ☐ Ninguna de las anteriores

2. ¿Cuál es el propósito esencial de la Investigación de Mercados?

- ☐ Hacer encuestas mediante diferentes técnicas.
- ☐ Garantizar la salida al mercado de nuevos productos y/o servicios.
- ☒ Proveer información que reduzca el riesgo en la toma de decisiones sobre el desarrollo y la mercadotecnia de los diferentes productos y servicios.
- ☐ Todas las anteriores
- ☐ Ninguna de las anteriores

3. Son beneficios de la Investigación de Mercados...

- ☐ Es una guía para la comunicación con los clientes actuales y potenciales
- ☐ Ayuda a identificar y capitalizar oportunidades en el mercado
- ☐ Reduce los riesgos en la toma de decisiones
- ☐ Identifica cambios en los hábitos, conducta y opinión de los consumidores
- ☒ Todas las anteriores

4. ¿De cuáles de las siguientes disciplinas se nutre la Investigación de Mercados?

- ☐ Sociología y Antropología
- ☐ Economía y Estadística
- ☐ Psicología, Comunicación y Publicidad
- ☒ Todas las anteriores
- ☐ Ninguna de las anteriores

5. Son etapas de la Investigación de Mercados.

- ☐ Planeación y Preparación
- ☐ Trabajo de Campo y Procesamiento de la información
- ☐ Análisis y aplicación de la información
- ☒ Todas las anteriores
- ☐ Ninguna de las anteriores

6. En la Investigación de Mercados, el trabajo de Campo es muy importante porque...

- ☐ Con base en los datos recolectados por los encuestadores se toman decisiones estratégicas personales y/o empresariales que implican una gran inversión de capital
- ☐ La adecuada recolección de los datos permite que las decisiones tomadas sean congruentes con la situación real de la población y del mercado
- ☐ Los datos bien recolectados permiten conocer el comportamiento, los sentimientos y las actitudes de la gente frente a un producto o servicio u opinión en general
- ☒ Todas las anteriores
- ☐ Ninguna de las anteriores

7. ¿Qué es una pregunta de Top of mind?

- ☐ Una pregunta de conocimiento espontáneo con varias respuestas
- ☐ Una pregunta sobre percepción de determinado producto o servicio.
- ☒ Una pregunta de conocimiento espontáneo de única respuesta.
- ☐ Todas las anteriores

☐ Ninguna de las anteriores

8. Son ejemplos de procedimientos para la selección del entrevistado

☐ La Grilla de kish o Grilla de selección

☐ Alternar géneros entre contactos efectivos y no efectivos

☐ Próximo a cumplir años del hogar de los presentes

☒ Todas las anteriores

☐ Ninguna de las anteriores

9. Son responsabilidades del Encuestador

☒ Aplicar las encuestas siguiendo estrictamente los instructivos y recomendaciones del supervisor

☐ Entregar diariamente las encuestas al coordinador de la ciudad

☐ Distribuir el material para hacer el trabajo de campo

☐ Todas las anteriores

☐ Ninguna de las anteriores

10. Son responsabilidades del Supervisor

☐ Asignar el trabajo a los encuestadores y controlar el cumplimiento estricto de la muestra (cuotas) asignada del estudio

☐ Revisar el 100% de las encuestas de su equipo de campo para detectar posibles errores en su aplicación para retroalimentar a los encuestadores y poder asegurar la calidad

☐ Hacer acompañamiento a los encuestadores y/o supervisión Directa para verificar cumplimiento de parámetros generales y específicos del estudio

☒ Todas las anteriores

☐ Ninguna de las anteriores

11. Para una adecuada recolección de datos hay que tener en cuenta...

☐ Profundizar y aclarar siempre las respuestas a preguntas abiertas

☐ Cumplir siempre con los procedimientos metodológicos

☐ Tener presente siempre las instrucciones para cada pregunta

☐ Leer textualmente y vocalizando cada una de las preguntas

☒ Todas las anteriores

12. Son características que debe tener el trabajador de Campo...

- ☐ Respetuoso, honesto, ético, profesional, comprometido, amable
- ☐ Imparcial, responsable, organizado, confiable, perseverante
- ☐ Extrovertido, puntual, comprensión de lectura, pulcro con su trabajo
- ☐ Buena vocalización, letra legible, excelente presentación personal

☒ Todas las anteriores

13. El propósito de la supervisión del trabajo de campo es...

- ☒ Verificar que la recogida de datos ha sido llevada a cabo siguiendo las instrucciones del estudio y poder garantizar la calidad de los datos
- ☐ Dejar de desconfiar del trabajo de los encuestadores
- ☐ Acompañar a los encuestadores nuevos en su trabajo
- ☐ Ninguna de las anteriores
- ☐ Todas las anteriores

14. Son los tipos de supervisión del trabajo de campo...

- ☐ Democrática y Participativa
- ☐ Autocrática y Totalitarista
- ☒ Presencial (acompañamiento) y Directa (personal y telefónica)
- ☐ Ninguna de las anteriores
- ☐ Todas las anteriores

15. Durante la supervisión Directa del trabajo de campo se debe verificar...

- ☐ Procedimiento de contacto y Datos demográficos del entrevistado
- ☐ Preguntas filtro y Preguntas claves (tenencia, usos, hábitos, consumo)
- ☐ Utilización del material de ayuda y Duración de la entrevista
- ☐ Comportamiento general del encuestador
- ☒ Todas las anteriores

16. Tipo de pregunta en la que el cuestionario contiene la mayoría de posibles respuestas precodificadas.

- ☐ Pregunta Abierta de seguimiento
- ☒ Pregunta Cerrada
- ☐ Pregunta Abierta Básica
- ☐ Ninguna de las anteriores
- ☐ Todas las anteriores

17. Pregunta o instrucción en el cuestionario cuya función básica es asegurar que la persona entrevistada cumpla con las características requeridas para el estudio de mercado

- ☐ Pregunta Abierta
- ☐ Piloto
- ☒ Filtro
- ☐ Ninguna de las anteriores
- ☐ Todas las anteriores

18. Tipo de pregunta en la que se solicita a los entrevistados que contesten con sus propias palabras

- ☒ Pregunta Abierta
- ☐ Pregunta Cerrada Múltiple Respuesta
- ☐ Pregunta Filtro
- ☐ Ninguna de las anteriores
- ☐ Todas las anteriores

19. Es un "Contacto No Efectivo"

- ☒ Persona u hogar contactado que no cumple con alguna de las características requeridas para la investigación. No pasa algún Filtro del cuestionario
- ☐ Una persona, hombre o mujer, que abandonó la entrevista faltando la última pregunta
- ☐ Una persona, hombre o mujer, que rehusó contestar la encuesta
- ☐ Una persona, hombre o mujer, que no le gusta contestar encuestas
- ☐ Todas las anteriores

20. Se utiliza cuestionario estructurado con preguntas predeterminadas y con la mayoría de respuestas precodificadas. Su propósito es obtener conclusiones sobre poblaciones.

- ☐ Investigación Cualitativa
- ☐ Marco Muestral
- ☐ Representatividad
- ☒ Investigación Cuantitativa
- ☐ Ponderación

21. ¿Qué es "Grupo Objetivo"?

- ☐ Individuo u organización que solicita o contrata un estudio de mercado
- ☐ Es el conjunto de personas que conforman la población de la ciudad
- ☒ Es el conjunto de personas a las cuales está dirigida la investigación. Son las personas que sí cumplen con los filtros y se podrían encuestar
- ☐ Estudio específicamente diseñado para tratar un objetivo o tema particular
- ☐ Estudio que implica una recogida de regular y repetitiva de datos

22. Son recomendaciones importantes que se deben tener en cuenta en Campo

- ☐ Asegurarse de que las instrucciones dadas en el entrenamiento específico del estudio queden claras y comprendidas
- ☐ Registrar y revisar con cuidado los "contactos no efectivos"
- ☐ Leer detenidamente los instrumentos (cuestionario, metodología, material de ayuda) para comprender cada pregunta
- ☐ Asegurarse de que las respuestas de preguntas abiertas hayan sido profundizadas y aclaradas
- ☒ Todas las anteriores

II. Marque (F) Falso o (V) Verdadero según corresponda:

23. Los supervisores de Campo deben coordinar, controlar, revisar, verificar, validar y retroalimentar el trabajo de de los encuestadores en terreno.

V

24. Los supervisores de Campo deben asegurarse del cumplimiento de la Metodología para lo cual deben hacer acompañamiento y/o supervisión Directa al trabajo

V

25. La revisión implica la totalidad y NO la coherencia interna de las encuestas.

F

- 26.** La información cartográfica siempre se debe revisar contra el mapa. ☐ V
- 27.** En preguntas de Top Of Mind se deben registrar siempre todas las menciones dichas por el entrevistado ☐ F
- 28.** Durante la revisión de una encuesta se deben leer las respuestas a preguntas abiertas ☐ V
- 29.** Durante la revisión de una encuesta no es importante verificar la concordancia de los pases y la marcación correcta de las respuestas. ☐ F
- 30.** Durante la revisión de una encuesta se debe tener en cuenta datos como género, edad, estrato, ocupación, nivel educativo y otras características que identifiquen al encuestado ☐ V
- 31.** Antes de aplicar la encuesta a un niño o adolescente se debe obtener la autorización de un progenitor o adulto responsable ☐ V
- 32.** El anonimato de los entrevistados debe ser estrictamente respetado en todo momento ☐ V
- 33.** El trabajador de campo debe estar debidamente identificado cuando esté trabajando ☐ V
- 34.** La colaboración de los entrevistados en un estudio de mercado es totalmente voluntaria ☐ V
- 35.** La Sección cartográfica es la división cartográfica más pequeña que existe en Colombia ☐ F
- 36.** La Manzana se identifica con un número de dos dígitos y porque tiene el NSE asignado ☐ V
- 37.** Las escalas unipolar, bipolar, hedonista e intención de compra son tipos de preguntas Abiertas de seguimiento ☐ F
- 38.** La investigación de mercados representa la voz del consumidor al interior de la compañía ☐ V
- 39.** El trabajo de campo implica la aplicación, la revisión y la verificación de las encuestas ☐ V
- 40.** En caso de duda, el trabajador de campo nunca debe asumir, siempre debe verificar ☐ V
- 41.** El objetivo de calidad de campo es lograr y mantener el 6% de error en 2010. ☐ V
- 42.** El objetivo de oportunidad de campo es entregar el 95% de los estudios a tiempo ☐ V
- 43.** El trabajador de campo debe cuidar su presentación personal en todo momento. ☐ V
- 44.** Es importante que el trabajador de campo conozca la Norma UNE – ISO 20252 y el Código Internacional ICC/ESOMAR que contienen los lineamientos sobre la Investigación de Mercados ☐ V
- 45.** Calidad, Oportunidad, Actitud de Servicio, Eficiencia en Costos y Excelencia del Recurso Humano son los cinco Factores Claves de Éxito que orientan nuestra operación ☐ V

Señor evaluador:

Para obtener las notas (calificación y porcentaje) de las evaluaciones, tenga en cuenta lo siguiente:

1. Cada pregunta vale un (1) punto. Es decir, cada respuesta correcta se califica con uno (1)
2. Sume los puntos y obtendrá la calificación.
3. Divida la calificación entre 45 (que corresponde a la cantidad de preguntas evaluadas) y obtendrá el porcentaje. Si algún evaluado no alcanzó al menos el 70%, deberá presentar nuevamente la evaluación.
4. Asegúrese de que en cada evaluación, los datos nombre, fecha evaluación, cargo y ciudad estén diligenciados completamente.
5. Recuerde dar a conocer a los evaluados su calificación, su porcentaje y hacer la retroalimentación pertinente.
6. Entregue en Administración las evaluaciones calificadas con las planillas de asistencia del personal que participó de la capacitación general de Campo.