



Datos Diagnósticos Tendencias

Año 10
Número 36
Abril 2003

Boletín de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública

Contenido

Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México.....	5
La Industria de la Investigación de Mercados 2002.....	7
El Porqué de la Creación del Comité de Defensa y Promoción de la Industria.....	11
Cómo Ha Cambiado la Identidad del Mexicano.....	14
La Satisfacción de los Mexicanos.....	18
Qué tan Religiosos Somos los Mexicanos.....	23
Los PsicoRatings.....	27
Evaluación del Gobierno del Presidente Fox.....	31
El Marketing Inteligente....	35
Análisis de Correspondencias: Más Allá de un Mapa.....	39
Las Preguntas Abiertas en las Encuestas	46
Internotas.....	49



ESTUDIO DE MERCADO PREPARADO PARA

XV
aniversario
1988-2003

PEARSON®

Investigación de Mercados
y Opinión Pública

Cumplimos 15 años en la Investigación de Mercados; años de crecimiento en nuestro servicio y experiencia, gracias al apoyo y la confianza de nuestros clientes y empresas asociadas.



ENVIROSELL

RoperASW


NOP World
11111111111111111111

GLOBAL
MARKET RESEARCH

ISSUESANSWERS

TWENTYSOMETHING™
Services Planning & Marketing Research

www.pearson-research.com

PEARSON, S.A. DE C.V.
Homero 223, 4° piso • Col. Polanco
C.P. 11560 • México D.F.
Tels. (52) (55) 55 31 53 24 • 55 31 55 60
Fax. (52) (55) 52 03 82 30
USA phone. (305) 433 8118



	teléfono	fax
ACNIELSEN	5 387 1000	5 580 1957
ANALITICA MARKETING	5 211 5000	5 256 0839
AUDITORIA Y ESTRATEGIA		
EMPRESARIAL	5 279 2800	5 279 2801
BERUMEN Y ASOCIADOS	5 093 8600	5 093 8615
BRAIN	5 282 1382	5 280 9462
CINCO	5 658 3888	5 658 3705
CONSULTA	5 543 5969	5 543 3070
COMUNITEC Y ASOCIADOS	5 574 8191	5 574 0190
DE LA RIVA		
INVESTIGACION ESTRATEGICA	5 593 4389	5 593 1963
ENFASIS INVESTIGACION		
DE MERCADOS	5 250 4686	5 250 6870
EPI MARKETING	5 520 8810	5 540 2980
EPSI	5 250 4122	5 250 7957
ESTADISTICA APLICADA	5 202 1771	5 202 8307
FACTA RESEARCH	5 575 9099	5 559 1678
FACTUM	5 286 5118	5 286 9724
G. DE VILLA	9 149 5161	9 199 5201
IBOPE	5 629 0620	5 629 0657
IDM	5 611 3131	5 611 0601
INNERQUEST	5 250 5211	5 531 0137
IPSOS-BIMSA	1 101 0000	1 101 0008
IPSOS-NOVACTION	5 543 1385	5 523 6881
LEVANTA	5 598 9089	5 598 9088
MARKETING GROUP	5 095 7200	5 095 7222
MERC ANALISTAS		
DE MERCADOS	5 260 3377	5 260 6512
MILLWARD BROWN	5 286 2040	5 553 5790
NODO	5 254 4242	5 254 5312
ORC INTERNATIONAL	5 661 8956	5 661 7572
PEARSON	5 531 5560	5 203 8230
PULSO MERCADOLOGICO	5 651 4823	5 593 0929
QUALIMERC	5 523 5822	5 536 7838
RESEARCH INTERNATIONAL	5 628 9960	5 628 9662
SEGMENTA	5 240 7505	5 240 7549
SERTA DE MEXICO	5 343 8540	5 343 8615
SOLUCIONES CUALITATIVAS	5 395 6534	5 395 4516
TARGET	5 203 1313	5 203 1363
TOSCHI	5 705 6832	5 531 6979
WILBERT SIERRA & ASOCIADOS	5 286 4984	5 254 4231

Comité de Comunicación y Difusión

Coordinación: Dra. Ana Cristina Covarrubias T.
 Miembros del Comité: Oscar Balcázar, Eduardo Corbera, Ricardo Escobedo, Alejandro Garnica, Fernando Krasovisky, Ellen Lerek, César Ortega y David Trejo.
 Director Editorial DDT: Gabriel Martínez Medel.
 Distribución: Gabriela Sacal (Gerente AMAI).

«DATOS DIAGNOSTICOS TENDENCIAS», Abril 2003, Publicación Trimestral de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, A.C. Oficinas generales: Homero No. 223-2º piso, Col. Polanco. Delegación Miguel Hidalgo. C.P. 1560 México, D.F. Tel: 55.45.14.65 Fax: 52.54.42.10. Diseño Editorial: Conjunción, S.C. San Felipe No. 229-8. Col. Xoco. Del. Benito Juárez. C.P. 03330 México, D.F. Tel. 56.04.67.82 Tel/Fax: 56.88.78.94. Impresión: Gama Sucesores, S. A. de C.V. Ingenieros Civiles No. 94. Col. Nueva Rosita. Delegación Iztapalapa. C.P. 09420. México, D.F. Distribución: AMAI Reserva de la Dirección General de Derechos de Autor SEP No. 000786/97. Certificados de Licitud de Contenido No. 7136 y Título No. 10182 ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas.

ESIMM: De las palabras a los hechos

Después de más de cuatro años de trabajos ininterrumpidos, la **AMAI** puede anunciar a sus clientes y amigos que a partir del mes de abril del presente año, todas sus empresas afiliadas habrán sido certificadas bajo los lineamientos del ESIMM.

¿Qué es el ESIMM? Es el conjunto de Estándares de Calidad para la Investigación de Mercados y Opinión Pública en México, que ha desarrollado la **AMAI** con el fin de ofrecer a sus clientes una garantía de la calidad de la investigación que reciben.

El esfuerzo se inició en 1999 cuando se formó el Comité de Calidad de la AMAI, presidido por el Dr. Rubén Jara. La primera tarea fue la de construir el propio ESIMM para lo cual no había antecedentes en nuestro país. Por ello, fue necesario consultar fuentes internacionales encontrando en la MRQSA (Marketing Research Quality Standards Association), organización británica, la principal fuente de inspiración para el desarrollo de las normas que habrían de aplicarse en nuestro giro profesional. La otra fuente fue, desde luego, la experiencia de las propias empresas **AMAI** que colaboraron con el Comité de Calidad.

Después de que el ESIMM fue aprobado por unanimidad en Asamblea General vino la gran tarea de implantarlo en todas las empresas **AMAI**. Para esto, se contrataron los servicios de NCA Grupo Consultor, organización avalada por la Asociación Española de Normalización y Certificación. Con la capacitación y asesoría profesional de este organismo, todas y cada una de las empresas **AMAI** emprendieron con entusiasmo y compromiso la tarea de revisar sus procedimientos operativos para adecuarlos al cabal cumplimiento de las normas establecidas en el ESIMM.

El trabajo no ha terminado, la mejora continua de la calidad es el nuevo compromiso asumido por todas las empresas **AMAI** y esto claramente hace la diferencia entre las empresas **AMAI** y el resto.

En investigación

CovArrubias y
Asociados
Información con Resultados


Pulso
Mercadológico®

Más de lo que esperas

México
Tel. 56 51 48 23
e-mail: pulmerc@pulso.com.mx

Monterrey
Tel. 01 81 83 45 91 39
e-mail: pulsomonterrey@aol.com



www.pulso.com.mx

Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México



Eduardo Corbera
Comité de Comunicación y Difusión AMAI

En los entornos de negocio cada vez más competidos y debido a la enorme diversidad de requerimientos de investigación y de opciones para realizarla, surge la necesidad de establecer los elementos mínimos que deben ser ofrecidos por un proveedor, para garantizar que el trabajo que se realizará tendrá un nivel suficiente de calidad y que la inversión requerida retribuirá en un beneficio mucho mayor.

Desde su fundación la **AMAI** (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, A.C.), ha buscado profesionalizar a nuestra industria y elevar el nivel de calidad de nuestras actividades, y por esta razón se ha creado un documento guía llamado **ESIMM** (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México).

El **ESIMM**. En su contenido se establecen los requisitos mínimos de calidad que debe observar toda empresa de investigación que pretenda ofrecer un servicio preciso y confiable. Las empresas asociadas a la **AMAI** están altamente comprometidas en seguir fielmente los lineamientos propuestos.

El Proceso de Certificación entre las diferentes agencias se inició formalmente con una primera etapa que abarcó de agosto del 2001 a febrero del 2002, la segunda etapa se realizó entre marzo y julio del 2002 y, finalmente, la tercera etapa se encuentra en realización y concluirá en marzo del 2003.

Durante y después de este proceso las agencias participantes contarán con las herramientas necesarias para lograr el nivel de competitividad requerido en la actualidad.

La Investigación de Mercados es una disciplina científica y, por ende, debe ser consistente y repetible

para que sus resultados puedan ser estudiados. Por lo anterior se establecerá, una vez finalizado el proceso de certificación, un programa de mejora continua que garantice que nuestros clientes reciban la misma calidad de servicio siempre, tratando de superar sus expectativas. Este proceso de Mejora Continua nos llevará a garantizar una vigía en la calidad de los servicios que ofrecemos a nuestros usuarios.

Las empresas de Investigación de Mercados, hemos ido descubriendo que cualquier ventaja que se intente establecer a través de nuestros servicios, es rápidamente erosionada, a medida que van siendo imitadas por los demás.

En este ámbito tan competitivo, el liderazgo por estos medios se esta volviendo crecientemente transitorio, debido a esto es que la **AMAI** está en una constante búsqueda de superación que retribuye finalmente en sus clientes.

Es a partir de esta premisa que se ha creado entonces, el documento llamado **ESIMM** (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercado en Mexico), el cual sirve como guía para alcanzar el objetivo buscado.

Estamos seguros que la aplicación de los procesos establecidos en el **ESIMM** no es efímera, sino por el contrario nos da la gran posibilidad de mejorar constantemente, actualizarnos y desarrollar nuevos productos, siempre dirigiendo nuestros esfuerzos a la satisfacción y superación de las expectativas de nuestros clientes.

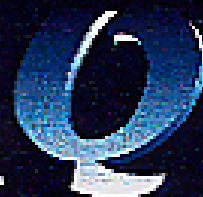


Soluciones a la medida en estudios de mercado

Así es, en Soluciones Cualitativas, tenemos características únicas que nos permiten ofrecer soluciones específicas a nuestros clientes.

Gracias a nuestro enfoque bilingüe y bicultural, podemos coordinar y realizar estudios tanto del orden cualitativo como cuantitativo, desde México y Estados Unidos, hasta el lugar más al sur del continente que nuestros clientes requieran.

**Soluciones
Cualitativas**



LATIN AMERICA MARKET RESEARCH