

Septiembre 2012

TÍTULO

Investigación de mercado, social y opinión

Vocabulario y requisitos del servicio

Market, opinion and social research. Vocabulary and service requirements.

Études sociale, d'opinion et de marché. Termes, définitions et exigences de service.

CORRESPONDENCIA

Esta norma es idéntica a la Norma Internacional ISO 20252:2012.

OBSERVACIONES

Esta norma anula y sustituye a la Norma UNE-ISO 20252:2006.

ANTECEDENTES

Esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 161 *Investigación de mercado y estudios de opinión* cuya Secretaría desempeña ANEIMO.

EXTRACTO DEL DOCUMENTO UNE-ISO 20252

ÍNDICE

	Página
PRÓLOGO	5
INTRODUCCIÓN.....	6
1 OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN.....	6
2 TÉRMINOS Y DEFINICIONES	6
3 REQUISITOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DEL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
3.1 Organización y responsabilidades.....	12
3.2 Confidencialidad de la investigación	13
3.3 Requisitos de la documentación	13
3.4 Competencia y formación	13
3.5 Subcontratación/externalización.....	14
3.6 Revisión de la eficacia del sistema de gestión del proceso de la investigación.....	14
4 GESTIÓN DEL TRABAJO TÉCNICO DE LA INVESTIGACIÓN	15
4.1 Respuesta a las solicitudes de investigación	15
4.2 Calendario del proyecto.....	18
4.3 Asistencia y cooperación con clientes	18
4.4 Cuestionarios y guías de discusión	19
4.5 Gestión del muestreo y proceso de datos	20
4.6 Control de la ejecución de la investigación	22
4.7 Documentos, materiales y productos de la investigación	22
4.8 Entrega de los resultados de la investigación	23
4.9 Registros de la investigación.....	24
5 RECOGIDA DE DATOS.....	26
5.1 Generalidades	26
5.2 Gestión, selección y formación de los trabajadores de campo.....	26
5.3 Desarrollo de la recogida de datos por trabajadores de campo	28
5.4 Validación de trabajadores de campo para la investigación cuantitativa	30
5.5 Recogida de datos en proyectos cualitativos	32
5.6 Recogida de datos por métodos auto-administrados	34
5.7 Recogida de datos por observación.....	36
5.8 Recogida de datos de fuentes secundarias	38
5.9 Registros de la recogida de datos	38
6 GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS	38
6.1 Generalidades	38
6.2 Entrada de datos en soporte físico	39
6.3 Exactitud de las bases de datos que no requieren entrada manual de datos.....	39
6.4 Codificación	40
6.5 Depuración de datos.....	41
6.6 Gestión de los ficheros de datos.....	41
6.7 Análisis de datos	42
6.8 Entrega de datos en formato electrónico	43
6.9 Copias de seguridad, archivo y seguridad de los datos	43

7	INFORME DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	44
7.1	Generalidades	44
7.2	Investigación cuantitativa	44
7.3	Investigación cualitativa	45
7.4	Investigación por observación	46
	BIBLIOGRAFÍA	47

1 OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

Esta norma internacional establece los términos y definiciones así como los requisitos de servicio para organizaciones y profesionales que llevan a cabo investigaciones de mercado, social y opinión.

Actividades que no son de investigación de mercado, tales como la de marketing directo quedan fuera del alcance de esta norma internacional.