

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	<b>INFORME DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	44
7.1	<b>Generalidades</b> .....	44
7.2	<b>Investigación cuantitativa</b> .....	44
7.3	<b>Investigación cualitativa</b> .....	45
7.4	<b>Investigación por observación</b> .....	46
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	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.