



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES “ECP0997_3: Analizar la información recogida en la investigación de mercados”

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene **CARÁCTER RESERVADO**, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional del "ECP0997_3: Analizar la información recogida en la investigación de mercados".

No se preocupe, con independencia del resultado de esta autoevaluación, Ud. **TIENE DERECHO A PARTICIPAR EN EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**, siempre que cumpla los requisitos de la convocatoria.

Nombre y apellidos del trabajador/a:	Firma:
NIF:	
Nombre y apellidos del asesor/a:	Firma:
NIF:	

INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Las actividades profesionales aparecen ordenadas en bloques desde el número 1 en adelante. Cada uno de los bloques agrupa una serie de actividades más simples (subactividades) numeradas con 1.1., 1.2.,..., en adelante.

Lea atentamente la actividad profesional con que comienza cada bloque y a continuación las subactividades que agrupa. Marque con una cruz, en los cuadrados disponibles, el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de cada una de ellas. Dichos indicadores son los siguientes:

1. No sé hacerlo.
2. Lo puedo hacer con ayuda.
3. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda.
4. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda, e incluso podría formar a otro trabajador o trabajadora.

1: Procesar, previa revisión, la información de la base de datos grabada y codificada de las encuestas, transcripciones de las entrevistas, dinámicas de grupo u otros soportes, utilizando medios informáticos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Comprobar la grabación y depuración de la información obtenida y los datos resultantes del trabajo de campo, garantizando que se realizan de acuerdo a los criterios de grabación, codificación y depuración establecidos en el plan de investigación, mediante sistemas de verificación, supervisión o similares.	☐	☐	☐	☐
1.2: Transcribir la grabación en audio/video de las entrevistas cualitativas de manera literal para su posterior análisis.	☐	☐	☐	☐
1.3: Detectar los errores y/o dudas en la configuración de la base de datos, transcripciones incompletas, codificaciones mal hechas, palabras sin identificar, falta de coherencia e inconsistencia en la información, entre otros, por los grabadores, codificadores o los propios encuestadores/entrevistadores, consultando el material original y proponiendo medidas correctoras para su depuración.	☐	☐	☐	☐
1.4: Aplicar las técnicas estadísticas de tabulación de datos u observación de comportamientos a los resultados obtenidos, utilizando análisis de datos y, en su caso, el software habitual para la explotación de la información.	☐	☐	☐	☐
1.5: Calcular los estadísticos que resultan de los datos obtenidos mediante los métodos informáticos disponibles, de acuerdo al objetivo de la investigación, señalando las implicaciones de éstos al objeto de dicho estudio.	☐	☐	☐	☐

1: Procesar, previa revisión, la información de la base de datos grabada y codificada de las encuestas, transcripciones de las entrevistas, dinámicas de grupo u otros soportes, utilizando medios informáticos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.6: Presentar la información estadística de los datos, medidas de tendencia, distribución de frecuencias y desviaciones o errores obtenidos, de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización según el plan de tabulación o explotación estadística de datos, favoreciendo el análisis de los resultados.	☐	☐	☐	☐
1.7: Organizar la información que proviene de las transcripciones, datos no estructurados u obtenidas con técnicas cualitativas, utilizando sistemas de ordenación y estructuración de la información, exportándola a un formato que permita su tratamiento y explotación.	☐	☐	☐	☐
1.8: Seleccionar la información cualitativa, de modo que permita aplicar las técnicas más adecuadas (entrevista en profundidad, dinámica de grupos, hall test, entre otros) al objeto de la investigación.	☐	☐	☐	☐

2: Relacionar la información y datos disponibles, seleccionando los análisis y la información, para la elaboración del informe de acuerdo con las especificaciones recibidas por la persona responsable de la investigación.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Proponer los cruces de variables y análisis adicionales, que aporten valor, a partir de la integración de fuentes para los análisis, los resultados obtenidos tras el procesamiento de la información y los datos disponibles para la consecución de los objetivos de la investigación.	☐	☐	☐	☐
2.2: Cruzar las variables y análisis adicionales, aplicando técnicas de análisis bivariable o multivariable entre otras, utilizando aplicaciones informáticas estadísticas.	☐	☐	☐	☐
2.3: Seleccionar los resultados del cruce de variables y análisis adicionales de acuerdo al objeto de la investigación, rechazando aquellos que no ofrecen información relevante al estudio.	☐	☐	☐	☐
2.4: Controlar la calidad de la información resultante, mediante la revisión de	☐	☐	☐	☐

2: Relacionar la información y datos disponibles, seleccionando los análisis y la información, para la elaboración del informe de acuerdo con las especificaciones recibidas por la persona responsable de la investigación.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
los datos obtenidos tras el procesamiento de la información, la tabulación cruzada de las variables y/o análisis adicionales realizados.				
2.5: Preparar la información obtenida de la utilización de programas estadísticos para su posterior análisis e interpretación por la persona responsable técnico del proyecto, siguiendo los criterios establecidos por la organización en el plan de explotación de información, flujo del cuestionario o guion prestablecido para el informe de resultados.	☐	☐	☐	☐
2.6: Proponer la información, en el caso de datos cualitativos, al equipo responsable de la investigación en base a la consecución de los objetivos planteados, identificando al menos los siguientes requisitos: - Target de cada dato. - Número de menciones de cada uno u otros elementos que identifiquen su nivel de citación.	☐	☐	☐	☐

3: Presentar los resultados obtenidos, en gráficos, cuadros, tablas o cualquier otra forma de presentación de datos y relaciones entre variables, que permitan la extracción de conclusiones y toma de decisiones.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Seleccionar los formatos de presentación de los datos y/o relaciones entre variables en función de su utilidad, facilidad de interpretación, diseño y apoyo en la toma de decisiones.	☐	☐	☐	☐
3.2: Elaborar las tablas, cuadros, índices, representaciones gráficas y/o esquemas de presentación de datos de acuerdo a las especificaciones recibidas por la persona responsable de la investigación.	☐	☐	☐	☐
3.3: Incluir la fuente original, fecha, definición de la muestra y/o submuestra y base estadística, entre otros, del análisis, en los cuadros, tablas y gráficos, de forma que la referencia de los datos esté presente al interpretarlos.	☐	☐	☐	☐
3.4: Presentar los datos obtenidos en la investigación de mercados, con técnicas cuantitativas, a la persona responsable de la investigación, asegurando que se incluye, al menos, la siguiente información sobre la metodología aplicada en el proyecto: - Técnica/s aplicada/s y soporte/s para la obtención de la información. - Definición y composición de la/s muestra/s de análisis, especificando las cuotas aplicadas en su caso. - Fechas de	☐	☐	☐	☐

3: Presentar los resultados obtenidos, en gráficos, cuadros, tablas o cualquier otra forma de presentación de datos y relaciones entre variables, que permitan la extracción de conclusiones y toma de decisiones.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
realización del trabajo de campo. - Tamaños muestrales, y errores o limitaciones estadísticas, cuando los datos provengan de una submuestra inferior a 50 elementos en universos infinitos. - Criterios de ponderación, cuando se trate de datos ponderados.				
3.5: Seleccionar los verbatims o frases literales, en el caso de datos cualitativos, haciendo referencia a la muestra de la que provienen, de modo que permitan apoyar el análisis que se realice sobre los mismos.	☐	☐	☐	☐

4: Elaborar el informe final de la investigación, colaborando con las personas responsables del mismo, de acuerdo a las especificaciones recibidas por parte del cliente, dando respuesta a las preguntas que dieron lugar a la investigación de mercados.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Presentar la información analizada, los resultados, los contenidos del trabajo de campo y las conclusiones en el formato acordado con el cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización.	☐	☐	☐	☐
4.2: Redactar las conclusiones de la investigación, acordadas con el responsable de la misma, en un lenguaje objetivo y claro, poniendo especial atención en los aspectos más importantes del análisis (preguntas principales de la investigación, diferencias significativas entre subgrupos muestrales si existieran y otros datos destacables) y conjugando el estilo de redacción en los informes con las indicaciones del cliente y/o del plan de investigación.	☐	☐	☐	☐
4.3: Detectar los aprendizajes claves y la información que da respuesta a las cuestiones objeto de la investigación se detectan, exponiendo los mismos a la persona responsable de la misma y al cliente, para facilitar la toma de decisiones.	☐	☐	☐	☐
4.4: Preparar los anexos a la investigación de mercados, para incluirlos en el informe final, en forma de explicaciones metodológicas adicionales, tablas, cuadros o gráficos, entre otros, conteniendo información adicional que no haya resultado clave para llegar a las conclusiones del estudio.	☐	☐	☐	☐
4.5: Presentar la información analizada, los resultados y/o contenidos relevantes del trabajo de campo cualitativo, y las conclusiones en el formato	☐	☐	☐	☐



4: Elaborar el informe final de la investigación, colaborando con las personas responsables del mismo, de acuerdo a las especificaciones recibidas por parte del cliente, dando respuesta a las preguntas que dieron lugar a la investigación de mercados.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
acordado con el cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización.				