

Estándar de competencias profesionales

Analizar la información recogida en la investigación de mercados

Familia Profesional **Comercio y Marketing**
Nivel **3**
Código **ECP0997_3**
Estado **BOE**
Publicación **RD 544/2023**

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 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.

IC1.1 La grabación y depuración de la información obtenida y los datos resultantes del trabajo de campo se comprueban, 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.

IC1.2 La grabación en audio/video de las entrevistas cualitativas se transcribe de manera literal para su posterior análisis.

IC1.3 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, se detectan por los grabadores, codificadores o los propios encuestadores/entrevistadores, consultando el material original y proponiendo medidas correctoras para su depuración.

IC1.4 Las técnicas estadísticas de tabulación de datos u observación de comportamientos se aplican a los resultados obtenidos, utilizando análisis de datos y, en su caso, el software habitual para la explotación de la información.

- IC1.5** Los estadísticos que resultan de los datos obtenidos se calculan mediante los métodos informáticos disponibles, de acuerdo al objetivo de la investigación, señalando las implicaciones de éstos al objeto de dicho estudio.
- IC1.6** La información estadística de los datos, medidas de tendencia, distribución de frecuencias y desviaciones o errores obtenidos, se presenta 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.
- IC1.7** La información que proviene de las transcripciones, datos no estructurados u obtenidas con técnicas cualitativas se organiza, utilizando sistemas de ordenación y estructuración de la información, exportándola a un formato que permita su tratamiento y explotación.
- IC1.8** La información cualitativa se selecciona, de modo que permita aplicar las técnicas más adecuadas (entrevista en profundidad, dinámica de grupos, hall test, entre otros) al objeto de la investigación.
- EC2** 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.
- IC2.1** Los cruces de variables y análisis adicionales, que aporten valor, se proponen 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.
- IC2.2** Las variables y análisis adicionales se cruzan, aplicando técnicas de análisis bivariable o multivariable entre otras, utilizando aplicaciones informáticas estadísticas.
- IC2.3** Los resultados del cruce de variables y análisis adicionales se seleccionan de acuerdo al objeto de la investigación, rechazando aquellos que no ofrecen información relevante al estudio.
- IC2.4** La calidad de la información resultante se controla, mediante la revisión de los datos obtenidos tras el procesamiento de la información, la tabulación cruzada de las variables y/o análisis adicionales realizados.
- IC2.5** La información obtenida de la utilización de programas estadísticos se prepara 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 preestablecido para el informe de resultados.
- IC2.6** La información, en el caso de datos cualitativos, se propone 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.

EC3 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.

IC3.1 Los formatos de presentación de los datos y/o relaciones entre variables se seleccionan en función de su utilidad, facilidad de interpretación, diseño y apoyo en la toma de decisiones.

IC3.2 Las tablas, cuadros, índices, representaciones gráficas y/o esquemas de presentación de datos se elaboran de acuerdo a las especificaciones recibidas por la persona responsable de la investigación.

IC3.3 La fuente original, fecha, definición de la muestra y/o submuestra y base estadística, entre otros, del análisis, se incluyen en los cuadros, tablas y gráficos, de forma que la referencia de los datos esté presente al interpretarlos.

IC3.4 Los datos obtenidos en la investigación de mercados, con técnicas cuantitativas, se presentan 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 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.

IC3.5 Los verbatims o frases literales, en el caso de datos cualitativos se seleccionan, haciendo referencia a la muestra de la que provienen, de modo que permitan apoyar el análisis que se realice sobre los mismos.

EC4 Elaborar el informe final de la investigación, colaborando con las personas responsables del mismo, de acuerdo a las especificaciones recibidas por parte de la clientela, dando respuesta a las preguntas que dieron lugar a la investigación de mercados.

IC4.1 La información analizada, los resultados, los contenidos del trabajo de campo y las conclusiones se presentan en el formato acordado con la clientela, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización.

- IC4.2** Las conclusiones de la investigación, acordadas con el responsable de la misma, se redactan 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 de la clientela y/o del plan de investigación.
- IC4.3** 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 a la clientela, para facilitar la toma de decisiones.
- IC4.4** Los anexos a la investigación de mercados, se preparan 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.
- IC4.5** La información analizada, los resultados y/o contenidos relevantes del trabajo de campo cualitativo, y las conclusiones se presentan en el formato acordado con la clientela, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Técnicos en estudios de mercado y opinión pública

Especialistas en estudios de mercado

Inspectores de entrevistadores, censos y encuestas

Medios de producción

Equipos informáticos: ordenador. Aplicaciones en entornos de usuario: Bases de datos. Aplicaciones informáticas de análisis estadístico de datos. Aplicaciones informáticas de contenido audiovisual. Aplicaciones de edición y presentación de proyectos. Hojas de cálculo. Procesadores de texto. Internet. Herramientas de análisis de páginas web y redes sociales.

Información utilizada o generada

Base de datos grabada y codificada de las encuestas. Información contenida en otros soportes. Transcripciones y grabaciones de las sesiones de grupo o de las entrevistas en profundidad. Documentos para la recogida de información (cuestionario, guía de discusión, guion de entrevistas, entre otros). Informes provisionales de estudios de mercado y opinión. Criterios de grabación, codificación y depuración y explotación establecidos en el plan de investigación. Anexos estadísticos de la investigación. Técnicas estadísticas de interpretación de datos. Criterios de ponderación de datos. Información cualitativa/cuantitativa obtenida de la investigación. Normativa aplicable en materia de protección de datos. Plan de prevención de riesgos laborales. Normativa medioambiental.