



# La importancia de la calidad en la **investigación de mercados**

Muchos estudios de investigación de mercados cuentan con una difusión pública que acerca determinados datos estadísticos a la sociedad, e incluso influyen en la toma de decisiones de consumidores, ciudadanos, organizaciones empresariales y Administraciones Públicas. Por ello, garantizar al máximo la calidad y fiabilidad de estos estudios es un factor imprescindible. TNS explica, a través de su experiencia con la certificación UNE-ISO 20252, cómo la calidad es un valor estratégico para conseguir la confianza de los clientes y de la sociedad.

**Isabel  
Almarcha**  
CEO  
TNS

La calidad es un valor para cualquier empresa y en cualquier sector. En este sentido, hay que tener en cuenta la dimensión pública de una actividad como la investigación de mercados, que según datos de la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública (Aneimo) mueve cerca de 40.000 millones de euros en todo el mundo. Por eso, para TNS la excelencia es un valor estratégico. La calidad del trabajo y la excelencia en el servicio son dos objetivos irrenunciables para nosotros porque son las referencias que nuestros clientes exigen para depositar su confianza en nuestra empresa.

Muchos de los estudios que realiza TNS –especialmente aquellos de índole política o social– cuentan con difusión pública, acercando los datos estadísticos a la sociedad y participando en la generación de opinión pública, en la creación de debates y en la toma de decisiones de los consumidores y la ciudadanía. Por ejemplo, cuando un periódico publica información acerca de la intención de

voto de los españoles a un determinado partido político se está basando en datos fruto de una investigación rigurosa y estandarizada. Lo mismo ocurre cuando en televisión se dice que un producto es considerado el mejor del mercado por los consumidores. Por todo ello, hay que tener la seguridad de que el estudio que hay detrás de estas informaciones responde a todos los criterios de calidad establecidos.

Por todo ello, desde hace varios años existe un completo Plan de Calidad en TNS, con un equipo propio que asegura que el trabajo se realiza siguiendo los criterios de calidad establecidos y respetando las normas de calidad para las que estamos certificados. El reto de TNS es hacer recomendaciones a los clientes que sean útiles para el crecimiento de sus

negocios. Este objetivo sólo se puede alcanzar contando con los mejores profesionales y con los controles necesarios para obtener una información fiable; un binomio fundamental para orientar a nuestros clientes y colaborar eficazmente en la toma de sus decisiones. La finalidad de TNS es que los clientes nos elijan como *partner* de su negocio, y sabemos que para lograrlo hay que ser merecedores de su confianza, diseñando la mejor propuesta, obteniendo la información más fiable y recomendando las acciones que ayuden a nuestros clientes a tomar las mejores decisiones para sus negocios.

### **La certificación como herramienta**

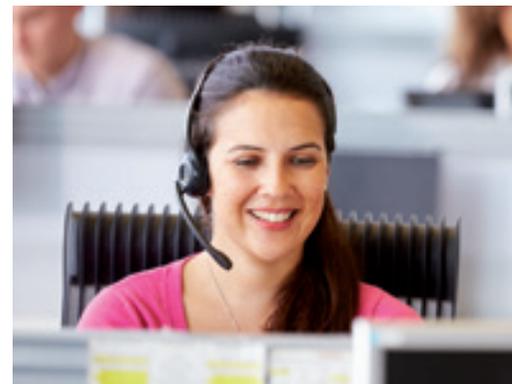
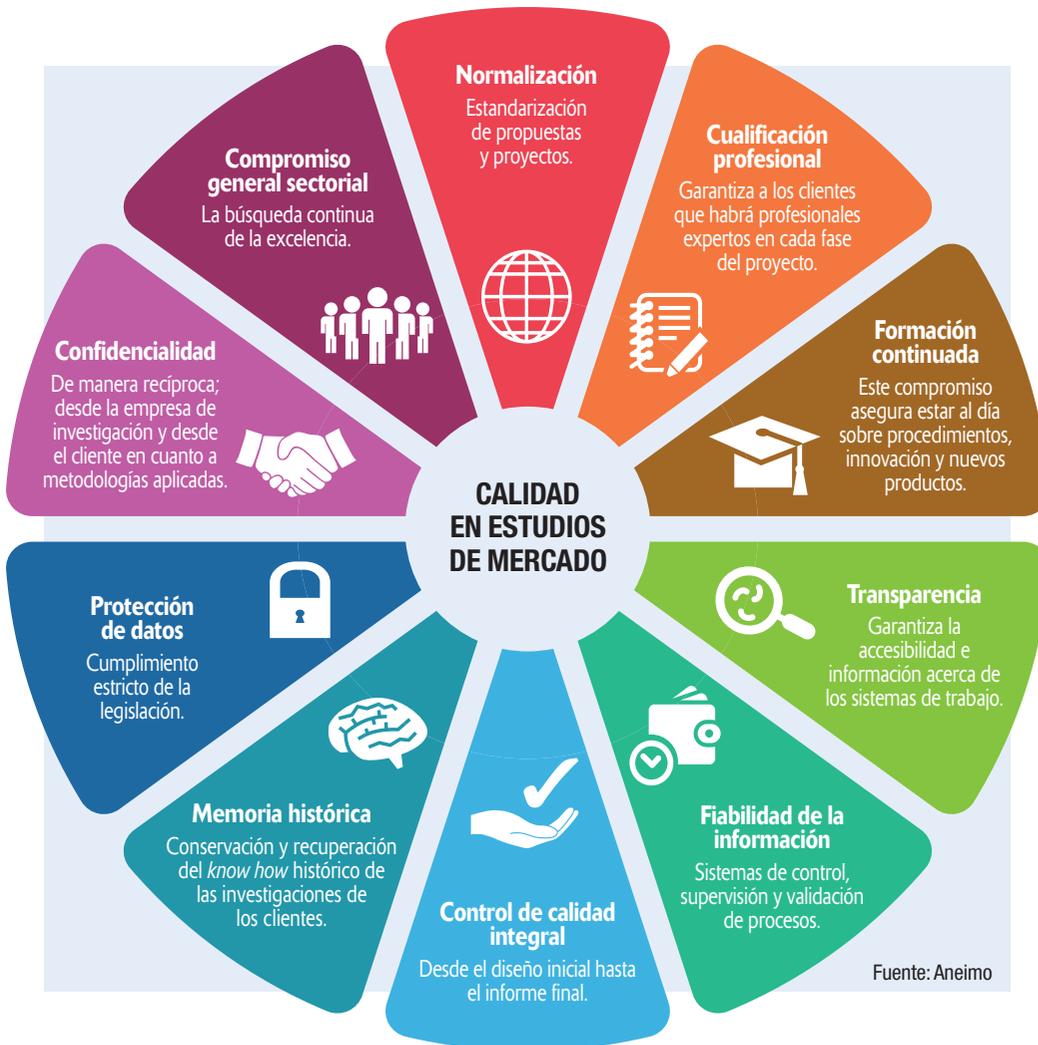
TNS comparte con AENOR y Aneimo el objetivo de la calidad. La Norma UNE-ISO 20252 *Investigación de mercado, social y opinión. Vocabulario y requisitos del servicio* es un referente ►►



## LOS DATOS

Gráfico 1

### Decálogo de calidad en estudios de mercado



## UNE-ISO 20252

» para organizaciones y profesionales que llevan a cabo investigaciones de mercado, social y de opinión. Y es que garantiza la calidad de todo el proceso, desde la elaboración de la propuesta hasta la entrega de resultados. Por ello, la conformidad con esta norma orienta la actividad de TNS, y nos ayuda a establecer los procedimientos de calidad que normalizan la elaboración de propuestas, la gestión de panelistas, la recogida de información, y el procesamiento de los

datos y la información obtenida. Esto permite a TNS realizar las recomendaciones estratégicas que requieren nuestros clientes.

El objetivo de la Norma UNE-ISO 20252 es asegurar a los clientes que contraten un estudio de mercado, social o de opinión que dicho estudio se ha realizado por una organización de confianza. Esto es, que ha implantado las mejores prácticas de control y seguimiento para asegurar el cumplimiento de esta norma internacional creada por y para el sector de investigación de mercados y opinión. Esta norma se desarrolló con la colaboración de Aneimo, lo que pone de manifiesto la apuesta decidida del sector

por la calidad como herramienta estratégica de trabajo y servicio.

Usar esta norma consensuada en el ámbito internacional proporciona un alto nivel de calidad en todas las fases del proceso de investigación y mejora del control de la prestación del servicio de investigación. Y es que hace posible definir unos requisitos mínimos de calidad de servicio, comparables a escala internacional. Las organizaciones del sector refuerzan así su imagen ante clientes y consumidores, y pueden diferenciarse dentro del propio sector así como frente a la competencia de otras entidades no especializadas en la



realización de estudios de mercado y opinión. Por último, permite generar confianza en el trabajo que se realiza.

Por todo ello, TNS decidió conseguir la certificación de AENOR de acuerdo con la Norma UNE-ISO 20252, lo que implica la realización durante la auditoría de un seguimiento pormenorizado del trabajo realizado en cada una de las fases del proceso de investigación, tanto en la gestión del trabajo técnico, en la recogida de datos en campo (personal, telefónico, *on line*) o en la gestión y tratamiento de los datos. En este sentido, y en línea con la apuesta de mejora continua, TNS también cuenta con la certificación AENOR según la Norma ISO 26362 *Access panels in market, opinion and social research*, que permite regular la gestión y tratamiento de nuestros paneles.

Asimismo, disponer de un Sistema de Gestión de la Calidad certificado basado en la Norma UNE-EN ISO 9001, aplicable de manera global a la organización, hace posible mejorar la eficiencia de la empresa y la eficacia del proceso productivo, reducir

Durante la auditoría para conseguir la certificación UNE-ISO 20252 se realiza un seguimiento pormenorizado del trabajo llevado a cabo en cada fase del proceso de investigación, tanto en la gestión del trabajo técnico, en la recogida de datos en campo, o en la gestión y tratamiento de los datos

los costes inherentes a la no calidad y lograr una mayor integración del equipo humano. Todo ello permite obtener una mayor satisfacción del cliente.

### **Investigar con calidad, requisito imprescindible**

El equipo responsable del Plan de Calidad en TNS realiza sistemas de control y verificación del proceso de investigación, desde la recogida de un *briefing* de clientes hasta la entrega de resultados y recomendaciones. Conscientes de que la creación de procedimientos requiere de un control, en TNS se

realizan auditorías internas, para comprobar que todo transcurre siguiendo los procedimientos y para asegurarnos que llegamos a las auditorías que debe realizar AENOR en las mejores condiciones de calidad. Gracias a ello, TNS puede asegurar que todos nuestros estudios se realizan siguiendo las máximas normas de calidad. Esto queda reflejado en las renovaciones anuales de los certificados que son la constatación de la mejora continua.

Para TNS tiene gran importancia estar alineado con las diferentes asociaciones que operan en el sector de investigación de mercado y estudios sociales para mantener la confianza que los clientes nos vienen otorgando durante más de 30 años de experiencia en este ámbito. Por ello, TNS respeta en todos los estudios que lleva a cabo el *Internacional Code of Marketing and Social Research Practices* de ESOMAR (Asociación Mundial de profesionales de la Investigación) y forma parte activa de Aneimo, integrando en la actividad todas sus recomendaciones e iniciativas. La normalización es un pilar fundamental para que todos los profesionales de un sector puedan hablar el mismo idioma. Así, TNS considera que es fundamental estar involucrado en los trabajos de elaboración de nuevas versiones de normas técnicas que son de aplicación para nuestra actividad, como es el caso de las Normas ISO 26362 y UNE-ISO 20252. Por último, hay que destacar la certificación de TNS según el Sistema Aneimo de Calidad de Captaciones (SACC), sello de calidad para los estudios cualitativos. El objetivo del SACC, creado en 2004, es garantizar que los participantes de los estudios cualitativos son los idóneos, evitando su repetición y la *profesionalización* del participante en este tipo de estudios. Los principios en materia de calidad resumidos en el Decálogo de Aneimo (ver gráfico 1) ilustran perfectamente que la calidad forma parte del ADN de la actividad de la investigación de mercados en general y de TNS en particular. ▀