

DECLARACIÓN DE APLICABILIDAD de la norma UNE ISO 20252-2019:

A disposición de nuestros clientes/proveedores en encuesta@celeste-tel.com

CELESTE-TEL SL está auditada por AENOR.

AENOR AENOR AENOR AENOR AENOR AENOR AENOR AENOR AENOR AENOR		
	Certificado AENOR de Servicio	
	Investigación de mercados, social y de la opinión	
	A50/000035	
	AENOR certifica que la organización	
	CELESTE-TEL, S.L.U.	
	conforme con UNE-ISO 20252_2019	
	para conceder este certificado, AENOR ha comprobado el servicio y el sistema de la calidad aplicado para su prestación. AENOR realiza estas actividades periódicamente mientras el Certificado no haya sido anulado, según se establece en el Reglamento Particular RP A50.01	
	presta el servicio de: Investigación de mercados y opinión. Anexo A: Muestreo incluidos los paneles de acceso Anexo B - Trabajo de campo Anexo F - Gestión y proceso de datos	
	que se realizan en: CL MIRAMAR, 43. 46460 - SILLA (VALENCIA)	

Fecha de primera emisión:	2009-09-16
Fecha de última emisión:	2021-09-16
Fecha de expiración:	2024-09-16



Rafael GARCÍA MEIRO
Director General

AENORINTERNACIONAL S.A.U.
Génova, 6. 28004 Madrid. España
Tel. 91 432 60 00.- www.aenor.com

UNE-ISO 20252-2019. Parte general.

UNE ISO 20252 es el estándar de calidad internacional adoptado como norma española que garantiza un control de calidad integral en todas las actividades y procesos de un proyecto de investigación. Esto es independiente de que la investigación sea ad-hoc o continua; mediante metodología personal, telefónica u online; mediante paneles, bola de nieve o de captación aleatoria.

Este estándar marca la diferencia porque solo una buena investigación te dirá, de verdad, lo que necesitas saber.

Actualizada en 2019, contiene los requisitos mínimos para todas las actividades de investigación de mercado, social, opinión y del análisis de datos. Es aplicable a todas las organizaciones y profesionales que desarrollan su actividad en este sector en cualquier lugar del mundo, así como a todo tipo de investigación.

Se incluye además el requisito de que cada organización defina y haga público cuáles de sus procesos o tipos de investigación cumplen los requisitos de esta Norma de manera que sea auditables. Concretamente, debe ser transparente respecto a los Anexos incluidos en el ámbito de aplicación de su sistema de gestión de la calidad de la investigación. La organización debe cumplir esta parte general y al menos 1 de los Anexos de la Norma.

La parte general incluye los requisitos que toda organización de investigación debe cumplir, incluyendo: confidencialidad (hacia el cliente y hacia el entrevistado), requisitos organizativos para asegurar la disponibilidad de recursos y la competencia del personal, la comunicación y transparencia hacia el cliente y los entregables, la seguridad de la información y los registros a mantener, la revisión organizativa interna con fines de mejora del servicio al cliente.

Anexo A. Muestreo incluidos los paneles de acceso

Este Anexo incluye requisitos para el diseño de la muestra, distinguiendo entre muestras probabilísticas y no probabilísticas. Este diseño, además de obedecer requisitos metodológicos, debe ser transparente hacia el cliente. La transparencia incluye cómo se diseñó, qué fuentes se emplearon, si se realiza una combinación de muestras, cómo se selecciona a los entrevistados o participantes y cuál es la relación con ellos (forma de contactar, incentivos, etc.).

Este Anexo también incluye los requisitos de uno de los métodos más utilizados hoy en día para seleccionar la muestra: los paneles de acceso (access panel). Los requisitos incluyen cómo se construye, capta y mantiene un panel de acceso, cómo se valida a las personas captadas, qué requisitos mínimos debe cumplir un panel para ser empleado en investigación, la confidencialidad y tratamiento de los datos de los miembros. Aspecto muy destacado es la transparencia necesaria que cualifica un panel constituido de

manera profesional, transparencia tanto hacia los miembros del panel como hacia los clientes de la investigación.

Se incluye también requisitos para la realización de procesos de investigación empleando un panel de acceso: gestión de la recogida de datos (trabajo de campo) y validación de la información obtenida.

Anexo B. Trabajo de campo

Este Anexo incluye los requisitos de recogida de la información cuando la investigación implica un contacto directo (cara a cara o por teléfono) con los entrevistados.

Incluye los procesos de formación y evaluación permanente de todo el personal de campo, incluyendo las instrucciones sobre cada trabajo a realizar. Contempla también requisitos de transparencia e información para asegurar la confianza al entrevistado de manera que comprenda las implicaciones de su participación en una investigación (incluyendo el anonimato) y no en otras actividades de marketing.

El Anexo regula en detalle el control y validación de la información obtenida, ya que formará la base de los resultados entregables al cliente.

Anexos C y D. Observación física y digital

Estos Anexos incluyen los requisitos de recogida de la información cuando la investigación no se obtiene directamente de los entrevistados. Así, la recogida de datos puede ser mediante observación física (ej. recuento del tráfico, el comportamiento de compra o la observación física en el hogar), o mediante observación digital (ej. analítica digital o análisis web, análisis de sentimiento en redes sociales).

Aunque no exista un contacto directo con los entrevistados (unidades de las que se obtiene la información), deben existir garantías de salvaguardia de confidencialidad y anonimato. Estas garantías deben extenderse también a los dispositivos, software, app's, etc. empleadas en la investigación.

La transparencia al cliente, los registros que aseguran la trazabilidad del proceso realizado y los requisitos de validación de la información también aplican a estas metodologías.

Anexo E. Autoadministrados

Este Anexo incluyen los requisitos de recogida de la información cuando la investigación, en el momento de la recogida de datos, no implica un contacto directo con los entrevistados. Así, la recogida de datos puede ser mediante cuestionarios online o postales, uso de dispositivos por el entrevistado, diarios donde el propio entrevistado registra su comportamiento, entrevistas realizadas mediante sistemas automatizados en las que el entrevistado teclea sus respuestas o se aplica el reconocimiento de voz.

Aunque no exista un contacto directo con los entrevistados, deben existir garantías de salvaguardia que incluyen la transparencia, la confidencialidad y anonimato. Incluye también cómo se valida tanto la selección de entrevistados como la información que facilitan.

La transparencia al cliente, los registros que aseguran la trazabilidad del proceso realizado y los requisitos de validación de la información también aplican a estas metodologías.

Anexo F. Gestión y proceso de datos

Este Anexo regula los requisitos en la preparación, tratamiento y proceso de los datos primarios recogidos por cualquier método en el trabajo de campo, de forma que proporcione al cliente la garantía de que responden fielmente a los datos recogidos.

Estos requisitos incluyen la conversión a formato electrónico de los datos recogidos en soporte papel para permitir su tratamiento, los procesos de preparación y tratamiento de los datos (codificación, depuración y tabulación) y la gestión de los ficheros de datos. Por último, en la fase de análisis se regula que se cumplan los objetivos del cliente y los compromisos asumidos en el proyecto acordado.

El anexo C y D no son aplicación en los estudios de CELESTE-TEL, SL.

Ya que entrevistamos directamente a los encuestados y no recurrimos a métodos observacionales o indirectos.