

ESTÁNDARES DE CALIDAD Y FACTORES DE
ÉXITO EN ENCUESTAS A TRAVÉS DE INTERNET.



Carlos Ochoa
[Netquest]

Innovación y Conocimiento en la Sociedad Digital

EDICIÓN 7a Internet Global Congress

Barcelona, 6-10 de junio, 2005

PALACIO DE CONGRESOS, FIRA BARCELONA, PLAZA ESPAÑA



A cualquier cosa le llaman encuesta online ...

<p>ENCUESTA</p> <p>¿Está de acuerdo con la clonación de embriones humanos para fines terapéuticos?</p> <p>Han contestado 15321 personas</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Sí</td> <td style="width: 40%; background-color: #cccccc;">64.2%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td style="background-color: #cccccc;">34.1%</td> </tr> <tr> <td>Ns</td> <td style="background-color: #cccccc;">1.7%</td> </tr> </table> <p>¿Y usted qué opina?</p> <p>Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Ns <input type="radio"/> Votar</p>	Sí	64.2%	No	34.1%	Ns	1.7%	<p>LAS ENCUESTAS</p> <p>¿Qué jugador recuperaría antes para el Barça la próxima temporada?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Riquelme <input type="checkbox"/> Saviola</p> <p>Si opina de deporte y nosotros te damos consejos sobre construcción y bricolaje</p> <p>Fernando Alonso ha empezado con muy buen pie el G.P. de Mónaco. ¿Crees que ganará la carrera?</p> <p><input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> No me interesa el tema</p> <p> VOTAR</p> <p>Otras encuestas</p>
Sí	64.2%						
No	34.1%						
Ns	1.7%						

Traslación a Internet del problema de 'Investigación'



*DISEÑO DE CUESTIONARIOS
METODOLOGÍA DE CAMPO
USO DE INCENTIVOS*

Claves de éxito

Metodología

Tecnología

'Internet no es el campo ideal'... ¿y cuál lo es?



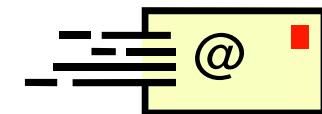
Erros
Respuesta arbitraria
Baja respuesta
Lento



Baja incidencia en población joven
Respuesta arbitraria
Sesgo del entrevistador

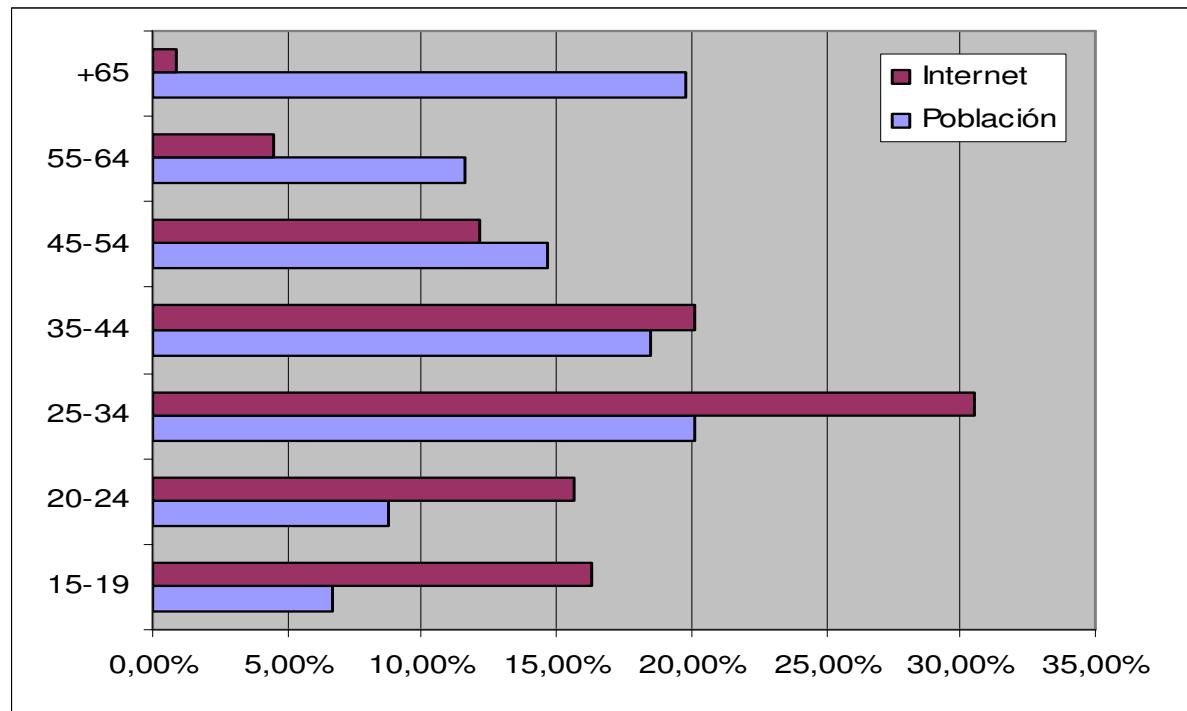


Falsificación de respuestas
Sesgo del entrevistador
Elevado coste



La clave:
Conocer sus limitaciones y sus ventajas

Convergencia de la población de Internet



	Internet	Población
Mujeres	44%	50,8%
Hombres	56%	49,7%

Datos del Instituto Nacional de Estadística (www.ine.es) y del Estudio General de Medios (www.aimc.es).

La representatividad es posible

¿Serán diferentes las respuestas sobre un ‘yogur’ de dos personas de la misma edad, nivel de estudios, ingresos, etc. por el hecho de responder on-line y off-line?

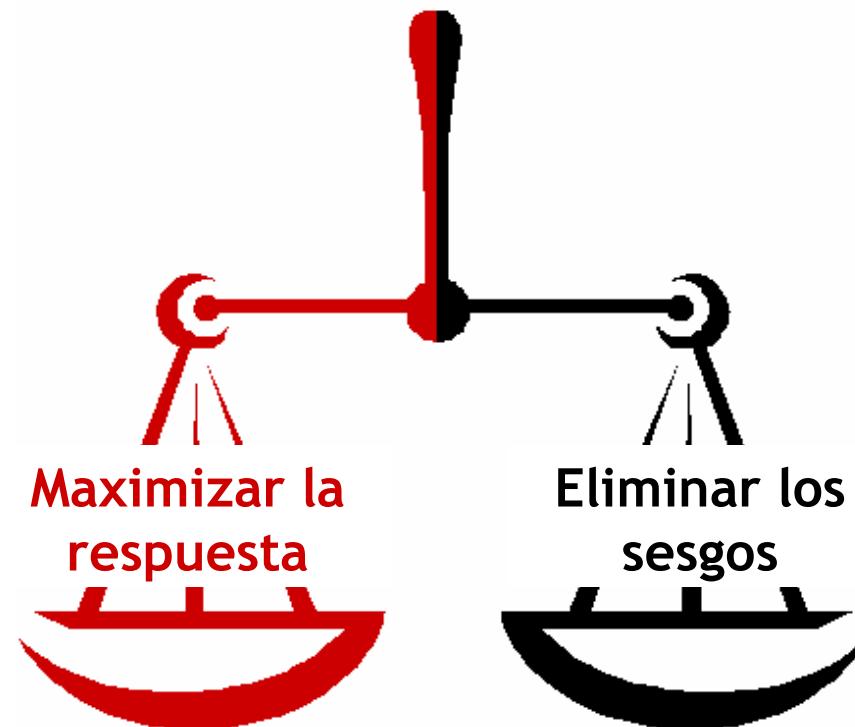
NO

Conocimiento de encuestado + Cuotas

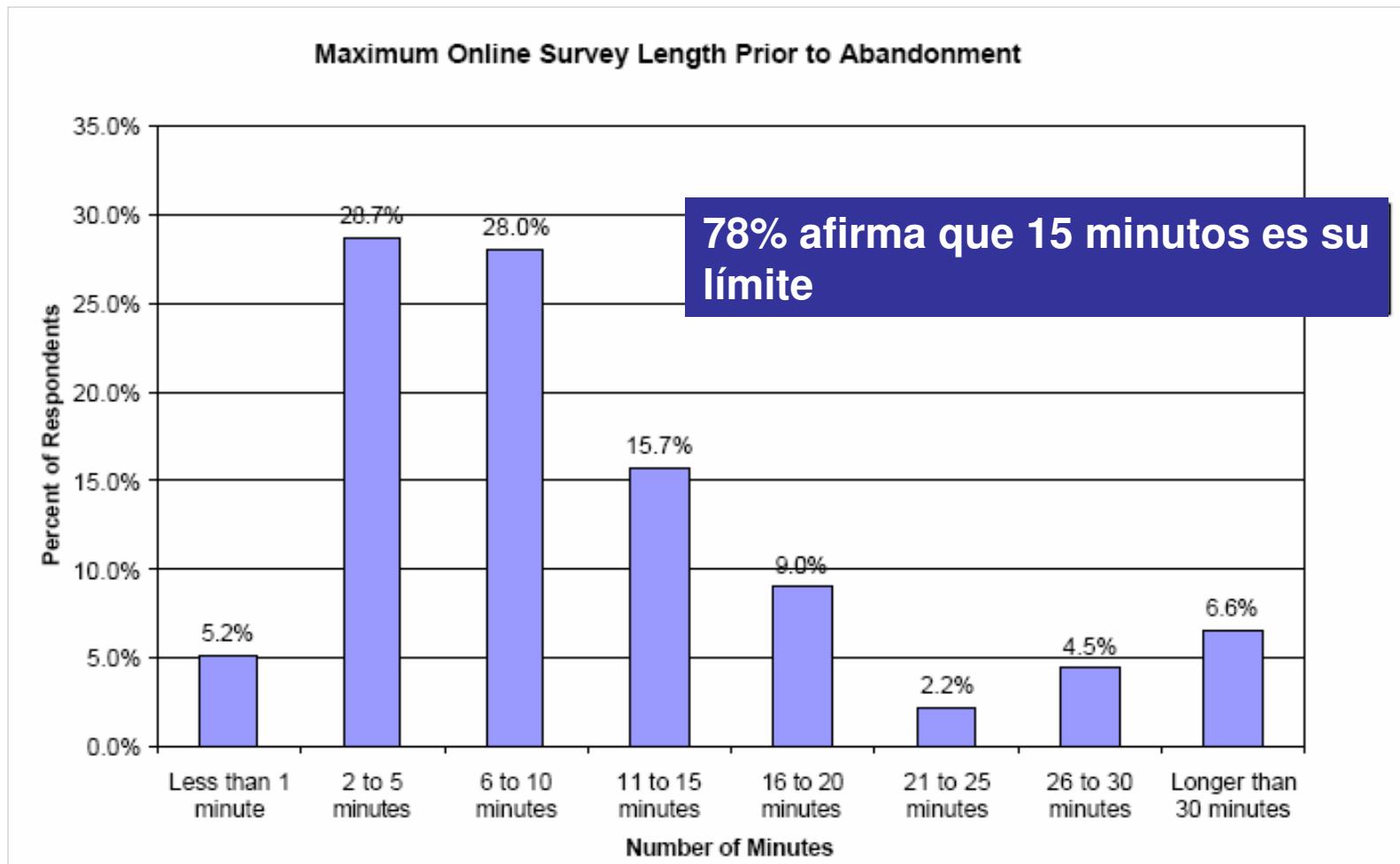


PANEL

En cuanto al diseño de la investigación



Duración: Lo bueno, breve



"Best practices for online research", whitepaper de InsightExpress (2002).

Duración: Lo bueno, breve

	Short vs. Long Surveys	
	Short	Long
Survey Characteristics		
Survey length (minutes)	6	21
Number of questions	12	23
Completion rate	31.4%	11%
Demographics		
M/F Ratio	49/51	51/49
Average age (years)	43.4	42.8
Average household income	\$59,768	\$59,122
Attitude and Perception (Top 2 Boxes)		
Purchase intent	8.6%	24.3%
Concept appeal (liking)	3.7%	13.5%
Value	22.2%	21.6%

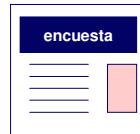
“Best practices for online research”, whitepaper de InsightExpress (2002).

Metodologías de envío: mejor por e-mail



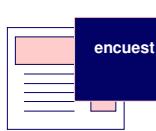
e-mail

✓ El más efectivo. Mejor con Panel



banner

✓ Intranets



pop-up

✓ Sólo en entornos de mucho interés



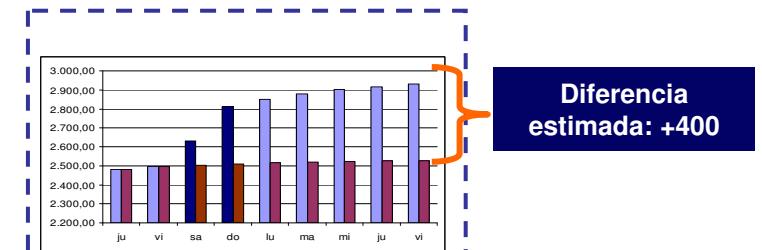
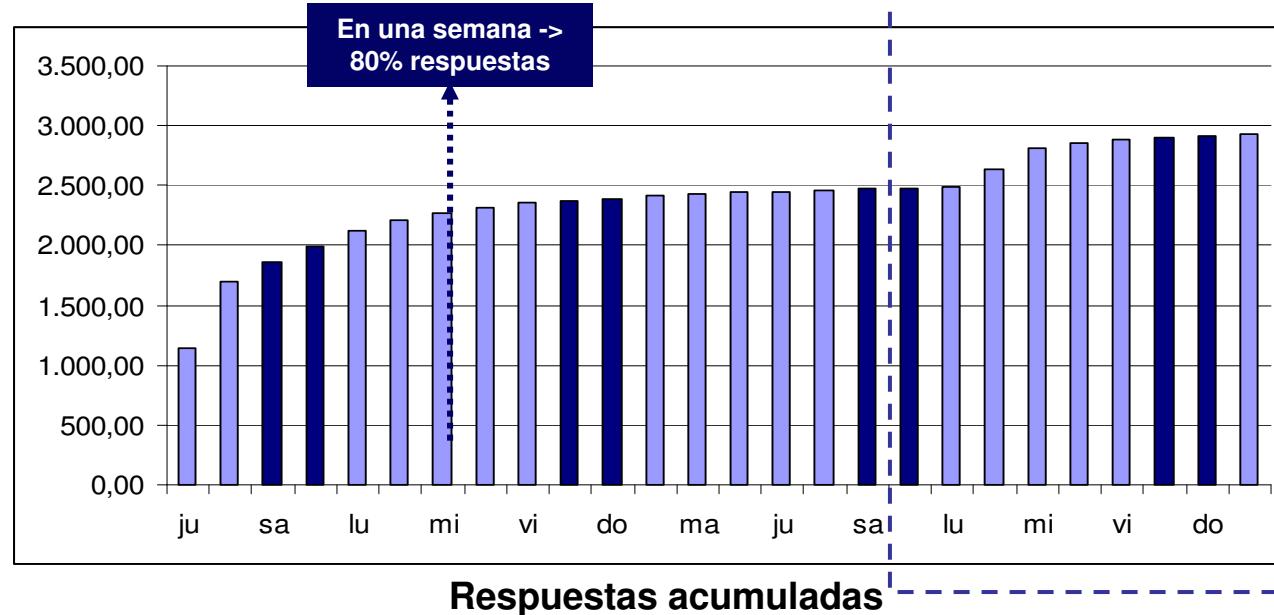
off-on

✓ Solución mixta, transición.

Rápida ejecución, mayor control

(Ejemplo real: Encuesta a un panel de 5.000 particulares sobre marcas de automóviles.)

- ✓ 58,7% de respuesta en 26 días.
- ✓ El 80% en 1^a semana.
- ✓ Re-envío -> +16% (400 respuestas).



Incentivos: Valiosos y proporcionados

- Sólo si es necesario (investigación comercial)
- Encuestas largas.
- Targets de difícil captación
- Perfiles de baja respuesta (p.e. ejecutivos)
- No deben condicionar la respuesta (sesgo)

	No Incentive	\$1 Incentive
Survey Completion Rate	20%	27%
Gender		
Male	41%	46%
Female	59%	54%
Purchase Intent		
Top 2 Box	9%	15%
Bottom 2 Box	56%	46%
Mean Rating Score	1.9	2.3

"Best practices for online research", whitepaper de InsightExpress (2002).

La tecnología

La calidad, garantía de mejora.

A QU Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya

Bienvenido/a al proyecto internacional MIRROR.

Este proyecto, en el que también participan Suiza, Finlandia e Irlanda tiene como objetivo recoger a través de esta encuesta la percepción de los estudiantes de doctorado sobre la calidad de los programas de formación que cursan en Cataluña.

La información en esta pregunta y las otras que se presentan serán tratadas de forma agregada por universidad para no anónimizarlos. Dado que no es forma posible de poder atribuir las respuestas a una persona, quedan garantizados los derechos recogidos en la Ley Orgánica de Protección de Datos.

Los resultados que se obtengan se compararán con los resultados de otros países participantes en el proyecto. Por eso necesitamos tu colaboración, que contribuirá al establecimiento de mecanismos para acreditar la calidad de la educación superior en Europa.

El tiempo máximo de respuesta ha sido calculado en unos 7 minutos. Una vez des la orden de grabar la encuesta, no podrás modificarla posteriormente. Por ello recomendamos que cuando empieces a responder dispongas de tiempo suficiente para completarla.

JGracias por tu colaboración!

1. A qué Universidad pertenece el programa de doctorado que estudias?

2. ¿Qué programa de doctorado está estudiando?

Siguiente >> (Página 1 / 5) Borrar página

La calidad, garantía de mejora.

A QU Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya

8. (v.4) ¿Cuál fue la principal razón por la que decidiste hacer el doctorado?

Me interesaba el tema
 Prepararme para la investigación o la enseñanza universitaria
 Prepararme para la investigación fuera de la enseñanza universitaria
 Prepararme para otra profesión
 Otras

9. ¿Hasta qué punto son ciertas las siguientes afirmaciones sobre el apoyo y la información previa que te fue dada durante los estudios de doctorado?

Muy poco o nada	No mucho	Bastante	Mucho
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(v.7.1) La información previa sobre el doctorado fue satisfactoria
(v.7.2) La presentación del doctorado a los nuevos estudiantes por parte del departamento fue satisfactoria
(v.7.3) Os informaron bien de vuestros derechos y obligaciones como estudiantes de doctorado
(v.7.4) Los requisitos para la matrícula eran claros

10. (v.4) ¿Dónde han tenido lugar la mayor parte de tus estudios universitarios?

En la universidad donde estoy matriculado
 En otra universidad
 En otro centro de educación superior

<< Anterior Siguiente >> (Página 3 / 5) Borrar página

La calidad, garantía de mejora.

A QU Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya

21. (v.10) En caso de que alguna de las preguntas fuera una fricción catalana, especifica el país:

22. (v.20) Año de graduación de la titulación más reciente: 2007

23. (v.34) De las 20 créditos del primer año, cuantos carátulas del primer año han sido de acreditación obligatoria?

El valor mínimo es: 120

1000

24. (v.35) Cuantos carátulas del primer año han sido de acreditación obligatoria?

0-entre 0 y 100 100-entre 100 y 200 200-entre 200 y 300 300-entre 300 y 400 400-entre 400 y 500 500-entre 500 y 600 600-entre 600 y 700 700-entre 700 y 800 800-entre 800 y 900 900-entre 900 y 1000 1000-entre 1000 y 1100 1100-entre 1100 y 1200 1200-entre 1200 y 1300 1300-entre 1300 y 1400 1400-entre 1400 y 1500 1500-entre 1500 y 1600 1600-entre 1600 y 1700 1700-entre 1700 y 1800 1800-entre 1800 y 1900 1900-entre 1900 y 2000 2000-entre 2000 y 2100 2100-entre 2100 y 2200 2200-entre 2200 y 2300 2300-entre 2300 y 2400 2400-entre 2400 y 2500 2500-entre 2500 y 2600 2600-entre 2600 y 2700 2700-entre 2700 y 2800 2800-entre 2800 y 2900 2900-entre 2900 y 3000 3000-entre 3000 y 3100 3100-entre 3100 y 3200 3200-entre 3200 y 3300 3300-entre 3300 y 3400 3400-entre 3400 y 3500 3500-entre 3500 y 3600 3600-entre 3600 y 3700 3700-entre 3700 y 3800 3800-entre 3800 y 3900 3900-entre 3900 y 4000 4000-entre 4000 y 4100 4100-entre 4100 y 4200 4200-entre 4200 y 4300 4300-entre 4300 y 4400 4400-entre 4400 y 4500 4500-entre 4500 y 4600 4600-entre 4600 y 4700 4700-entre 4700 y 4800 4800-entre 4800 y 4900 4900-entre 4900 y 5000 5000-entre 5000 y 5100 5100-entre 5100 y 5200 5200-entre 5200 y 5300 5300-entre 5300 y 5400 5400-entre 5400 y 5500 5500-entre 5500 y 5600 5600-entre 5600 y 5700 5700-entre 5700 y 5800 5800-entre 5800 y 5900 5900-entre 5900 y 6000 6000-entre 6000 y 6100 6100-entre 6100 y 6200 6200-entre 6200 y 6300 6300-entre 6300 y 6400 6400-entre 6400 y 6500 6500-entre 6500 y 6600 6600-entre 6600 y 6700 6700-entre 6700 y 6800 6800-entre 6800 y 6900 6900-entre 6900 y 7000 7000-entre 7000 y 7100 7100-entre 7100 y 7200 7200-entre 7200 y 7300 7300-entre 7300 y 7400 7400-entre 7400 y 7500 7500-entre 7500 y 7600 7600-entre 7600 y 7700 7700-entre 7700 y 7800 7800-entre 7800 y 7900 7900-entre 7900 y 8000 8000-entre 8000 y 8100 8100-entre 8100 y 8200 8200-entre 8200 y 8300 8300-entre 8300 y 8400 8400-entre 8400 y 8500 8500-entre 8500 y 8600 8600-entre 8600 y 8700 8700-entre 8700 y 8800 8800-entre 8800 y 8900 8900-entre 8900 y 9000 9000-entre 9000 y 9100 9100-entre 9100 y 9200 9200-entre 9200 y 9300 9300-entre 9300 y 9400 9400-entre 9400 y 9500 9500-entre 9500 y 9600 9600-entre 9600 y 9700 9700-entre 9700 y 9800 9800-entre 9800 y 9900 9900-entre 9900 y 10000

Acceptor

- Usable por el encuestado
- Usable por el gestor del estudio
- Máxima potencia: lógica en arbol, cuotas, filtros, tracking...
- Fácil integración con los sistemas corporativos
- Oportunidad para entornos ASP



¡Gracias!

Contacto

Carlos Ochoa
Dirección Comercial
cochoa@netquest.es

Innovación y Conocimiento en la Sociedad Digital