

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



Carlos Ochoa  
[Netquest]

Innovación y Conocimiento en la Sociedad Digital  
**EDICIÓN 7<sup>a</sup> Internet Global Congress**  
Barcelona, 6-10 de junio, 2005  
PALACIO DE CONGRESOS, FIRA BARCELONA, PLAZA ESPAÑA



## A cualquier cosa le llaman encuesta online ...

**ENCUESTA**

¿Está de acuerdo con la clonación de embriones humanos para fines terapéuticos?

Han contestado **15321** personas

Sí	<div></div> 64.2%
No	<div></div> 34.1%
Ns	<div></div> 1.7%

¿Y usted qué opina?

Sí ☐ No ☐ Ns ☐

**LAS ENCUESTAS**

¿Qué jugador recuperaría antes para el Barça la próxima temporada?

☒ Riquelme

☐ Saviola

¿Qué opinas de deporte y nosotros te damos consejos sobre construcción y bricolaje?

Fernando Alonso ha empezado con muy buen pie el G.P. de Mónaco. ¿Crees que ganará la carrera?

☐ Sí

☐ No

**LAS ENCUESTAS**

¿Le parece bien que Carod evitara participar en un acto en Israel porque ondeaba la bandera española y no la catalana?

☐ Sí

☐ No

☐ No me interesa el tema

[Otras encuestas](#)

## Traslación a Internet del problema de ‘Investigación’



*DISEÑO DE CUESTIONARIOS  
METODOLOGÍA DE CAMPO  
USO DE INCENTIVOS*

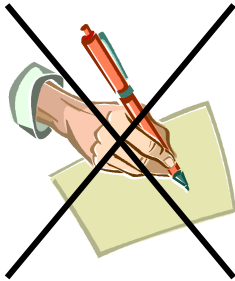


## Claves de éxito

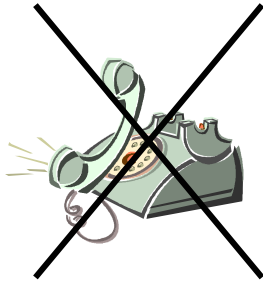
**Metodología**

**Tecnología**

## ‘Internet no es el campo ideal’... ¿y cuál lo es?



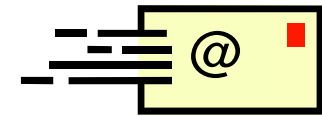
Errores  
Respuesta  
arbitraria  
Baja  
respuesta  
Lento



Baja  
incidencia en  
población  
joven  
Respuesta  
arbitraria  
Sesgo del  
entrevistador

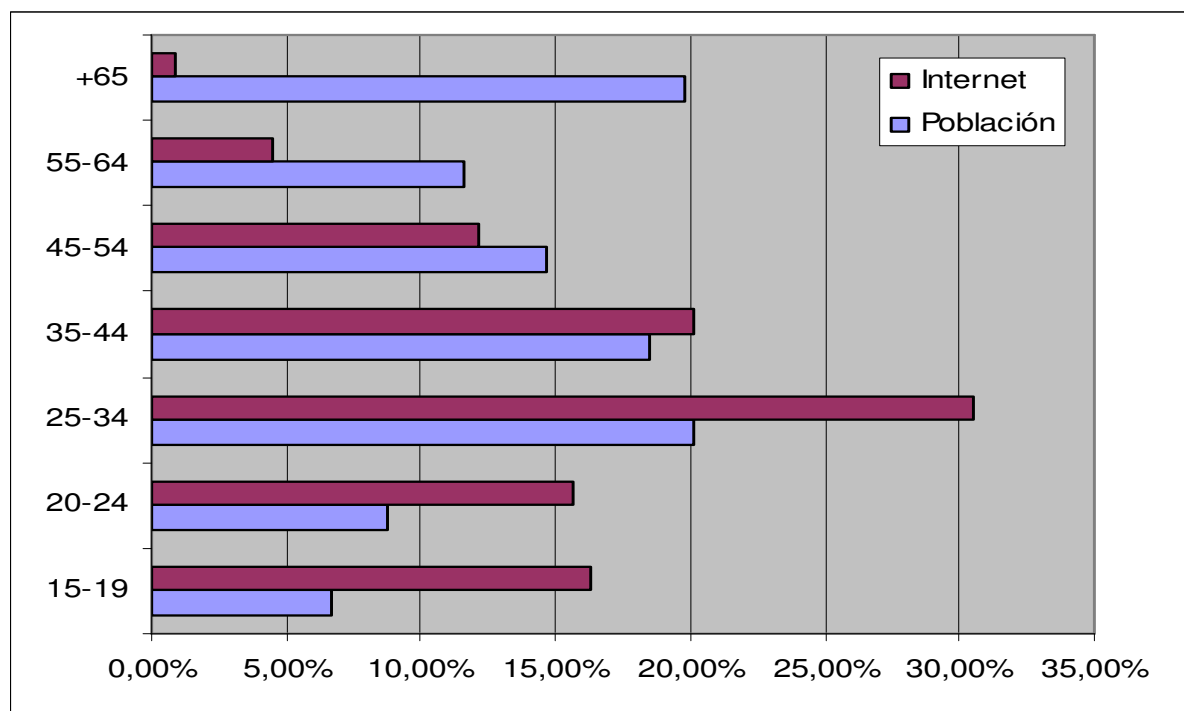


Falsificación  
de respuestas  
Sesgo del  
entrevistador  
Elevado coste



**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](http://www.ine.es)) y del Estudio General de Medios ([www.aimc.es](http://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**?

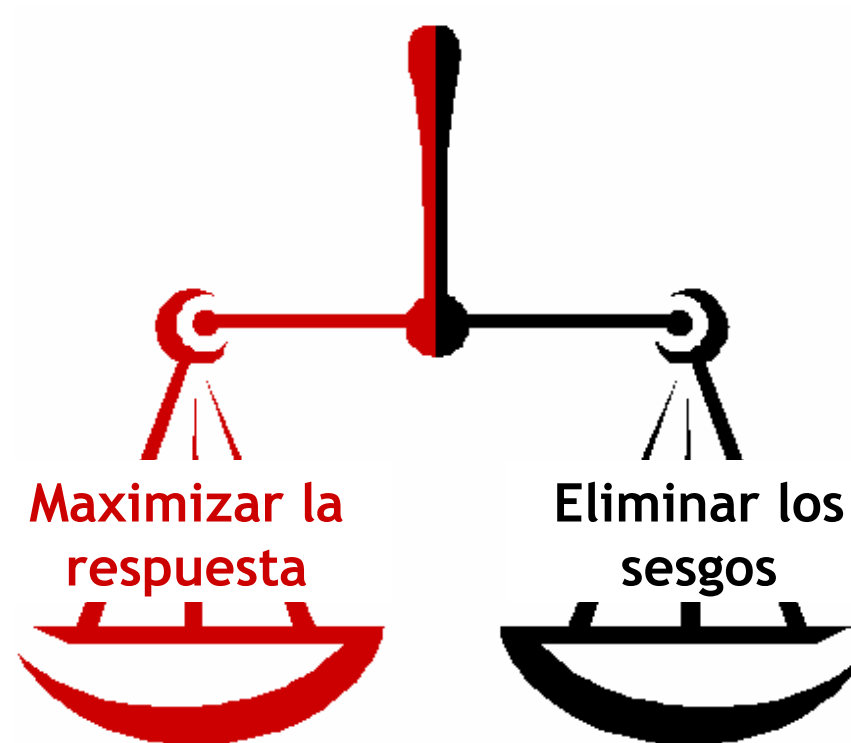
**NO**

Conocimiento de encuestado + Cuotas



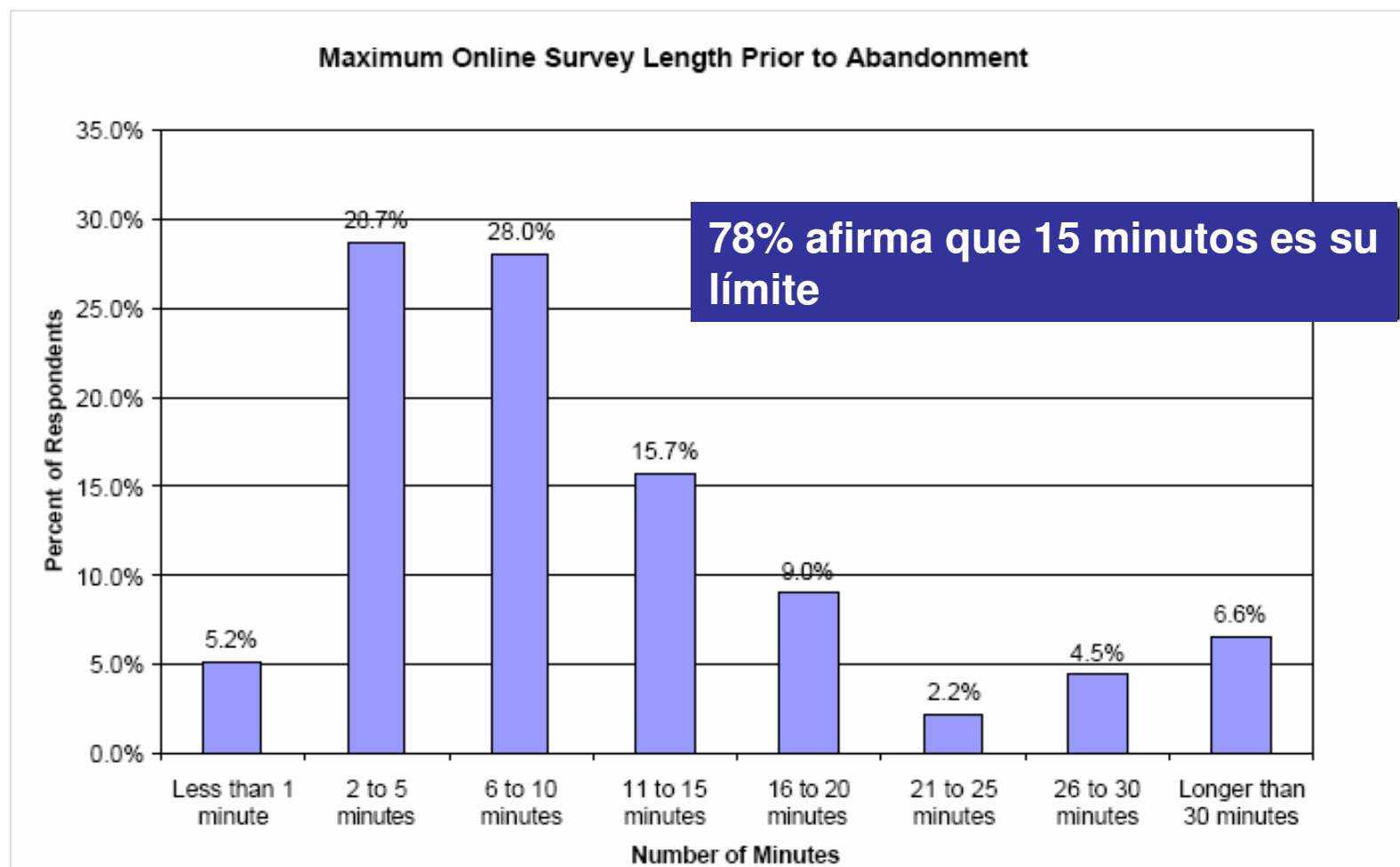
**PANEL**

## 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).*

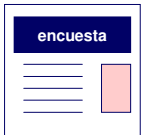
## Metodologías de envío: mejor por e-mail



e-mail

✓ El más efectivo. Mejor con Panel

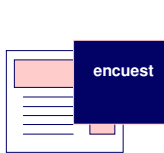
---



banner

✓ Intranets

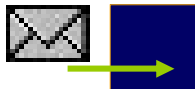
---



pop-up

✓ Sólo en entornos de mucho interés

---



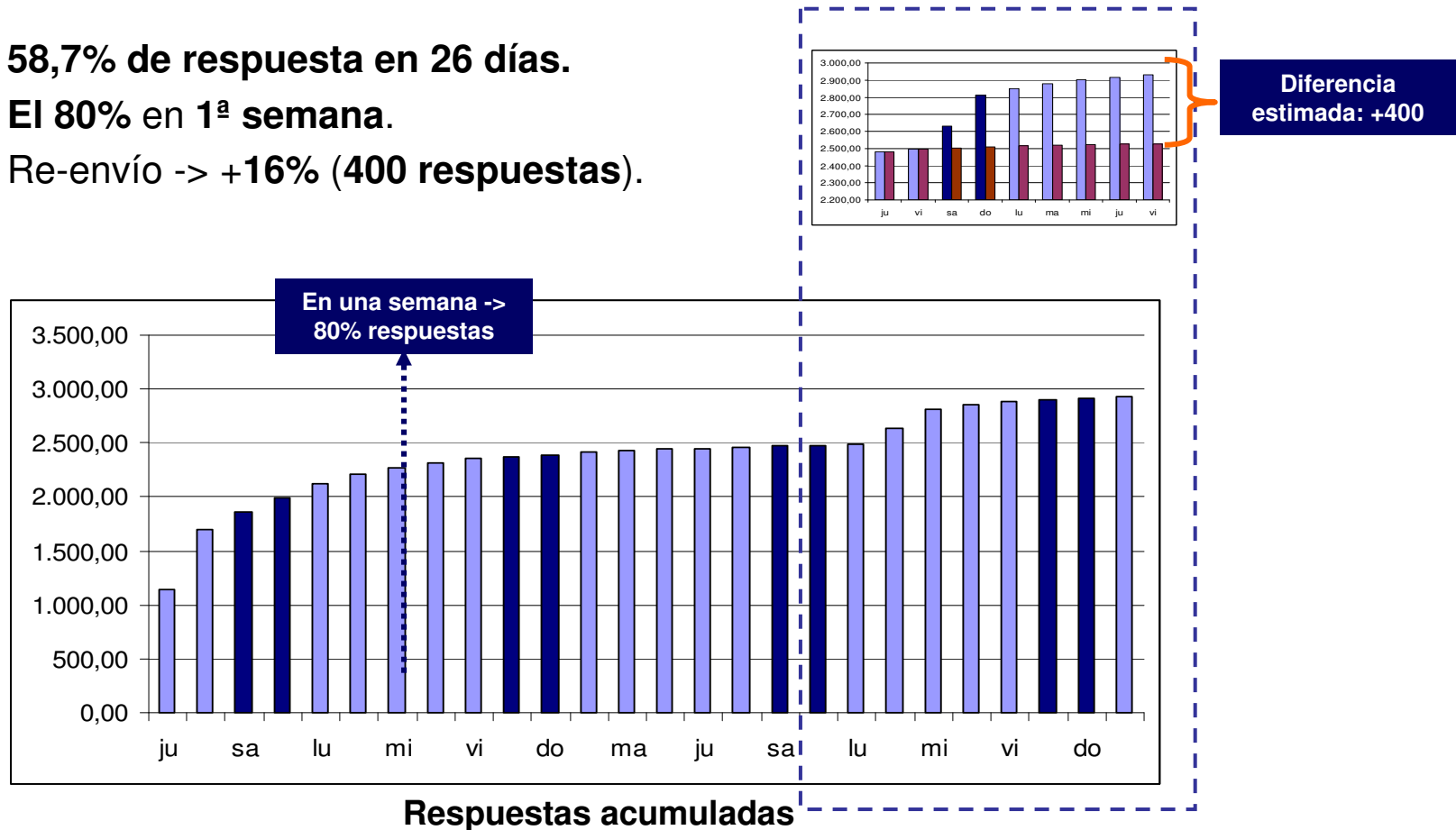
off-on

✓ 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 1ª semana.**
- ✓ **Re-envío -> +16% (400 respuestas).**



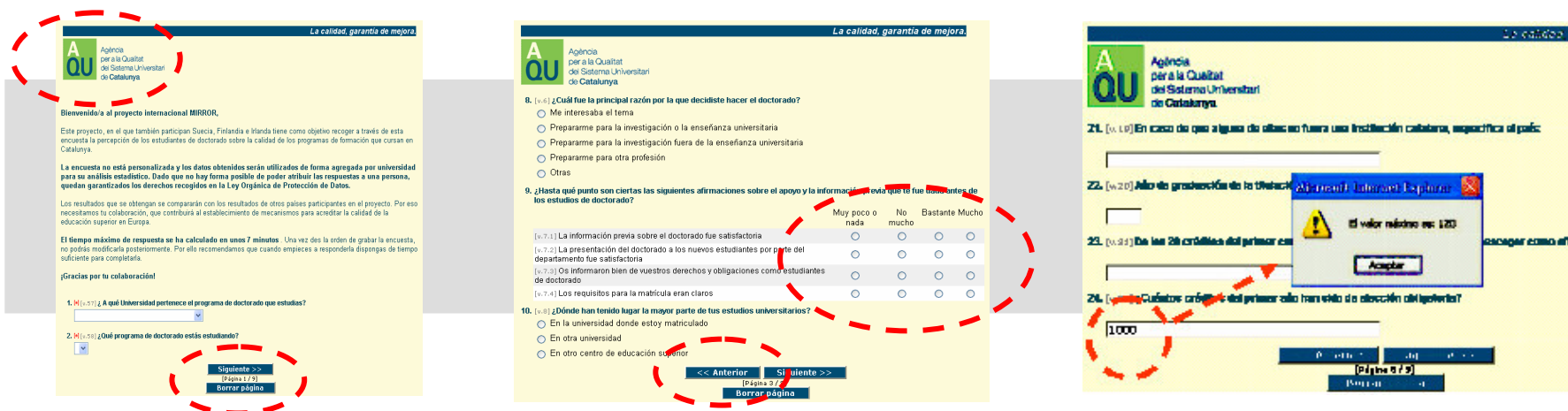
## Incentivos: Valiosos y proporcionados

- 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



The image shows three sequential screenshots of a web-based survey interface for the 'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya' (AQU). The interface is titled 'La calidad, garantía de mejora'.

- First Screenshot:** A welcome message in Spanish: 'Bienvenido/a al proyecto internacional MIRROR. Este proyecto, en el que también participan Suecia, 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 Catalunya. La encuesta no está personalizada y los datos obtenidos serán utilizados de forma agregada por universidad para su análisis estadístico. Dado que no hay 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 se ha 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 responderla dispongas de tiempo suficiente para completarla. ¡Gracias por tu colaboración!' Below the text are two dropdown menus for selecting the university and the doctoral program, and buttons for 'Siguiente >>' and 'Borrar página'.
- Second Screenshot:** A series of questions (6, 8, 9, 10) about the reasons for choosing a PhD and the quality of information received. Question 6 asks for the main reason for choosing a PhD. Question 8 asks for the level of agreement with various statements. Question 9 asks for the level of agreement with statements about the support and information received. Question 10 asks where the majority of university studies were conducted. A table with radio buttons for 'Muy poco o nada', 'No mucho', and 'Bastante Mucho' is visible. Navigation buttons '<< Anterior', 'Siguiente >>', and 'Borrar página' are at the bottom.
- Third Screenshot:** Questions 21, 22, 23, and 24. Question 21 asks for the name of the institution. Question 22 asks for the grade of the thesis. Question 23 asks for the grade of the first year. Question 24 asks for the grade of the first year. A warning dialog box is overlaid on the screen, stating 'Atención: Información importante' and 'El valor máximo es: 120'. The dialog has an 'Aceptar' button. The survey progress bar at the bottom shows 'Página 8 / 9'.

- 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](mailto:cochoa@netquest.es)