

---

Investigación **Off** line  
vs.  
Investigación **On** line  
*Un caso práctico*

Eva López Reusch

---

Escario y Asociados

# De dónde venimos...



Trivial Pursuit®

GV

What holiday do trigger-happy Bavarians ring in with a *Weihnachtsschützen* salute of gunfire from ceremonial pistols?

SS

What football team was revered by Bill Swerski's Super Fans on *Saturday Night Live*?

NWS

What organization was startled by the 1994 revelation that its founder, Candy Lighter, has become a paid lobbyist for the liquor industry?

WW

What best-selling romance novelist did *Details* magazine call "Jackie Collins with *cojones*"?

INV

What R-word means to extract songs from audio CDs into computer files?

GT

**¿Qué país se puede considerar como el "inventor" de la investigación de mercados?**

# De dónde venimos...



...Hacia dónde vamos.



A word cloud featuring various terms related to digital technology and business. The words are arranged in a non-linear fashion, with some appearing in larger, bolder fonts than others. The colors of the words vary, including shades of blue, green, yellow, orange, red, and purple. The terms include:

- Internet
- Internet
- ciber-café
- ciber-café
- Red
- Web Site
- Web Site
- e-Business
- e-Business
- Investigación
- Investigación
- Usabilidad
- Usabilidad
- Chat
- Chat
- emilio
- emilio

# ...Hacia dónde vamos.

## Número de usuarios (millones) Febrero 2002



<u>Total en el mundo</u>	580.78 (Abril 2002)
<u>África</u>	4.15
<u>Asia - Pacífico</u>	157.49
<u>Europa</u>	171.35
<u>Oriente Medio</u>	4.65
<u>Canadá y USA</u>	181.23
<u>América Latina</u>	25.33

Fuente: Nua Ltd.

...Hacia dónde vamos



España 1% 20%  
20% Estados Unidos  
60%

# La eterna controversia



**N**uevos métodos

**V**iejas garantías

# La eterna controversia

---



- **C**ontrol de identidades
  - **A**mplitud del panel
  - **C**ontrol de las respuestas
-

# La réplica

La validez del método on line:  
**Caso *Tentaciones***



# Caso *Tentaciones*

## I.- Objetivo

---

- El objetivo principal de la investigación fue obtener información acerca de la valoración de *Tentaciones* por parte de sus lectores. Se les preguntó en dos fases durante el pasado año 2002 , distantes 7 meses entre sí:
    - **En Febrero**, inmediatamente después de una serie de cambios introducidos en el suplemento.
    - **En Noviembre**, con objeto de saber si tales cambios habían sido “asumidos” por los lectores y confirmar la valoración de la fase anterior.
-

# Caso *Tentaciones*

## II.- Metodología

---

- Se Insertó un cuestionario auto administrado e incentivado, en el suplemento *Tentaciones* de EI PAÍS.
    - Se ofreció la posibilidad de completar la encuesta vía Internet facilitando la dirección URL, para este fin en el cuestionario publicado en el suplemento.
-

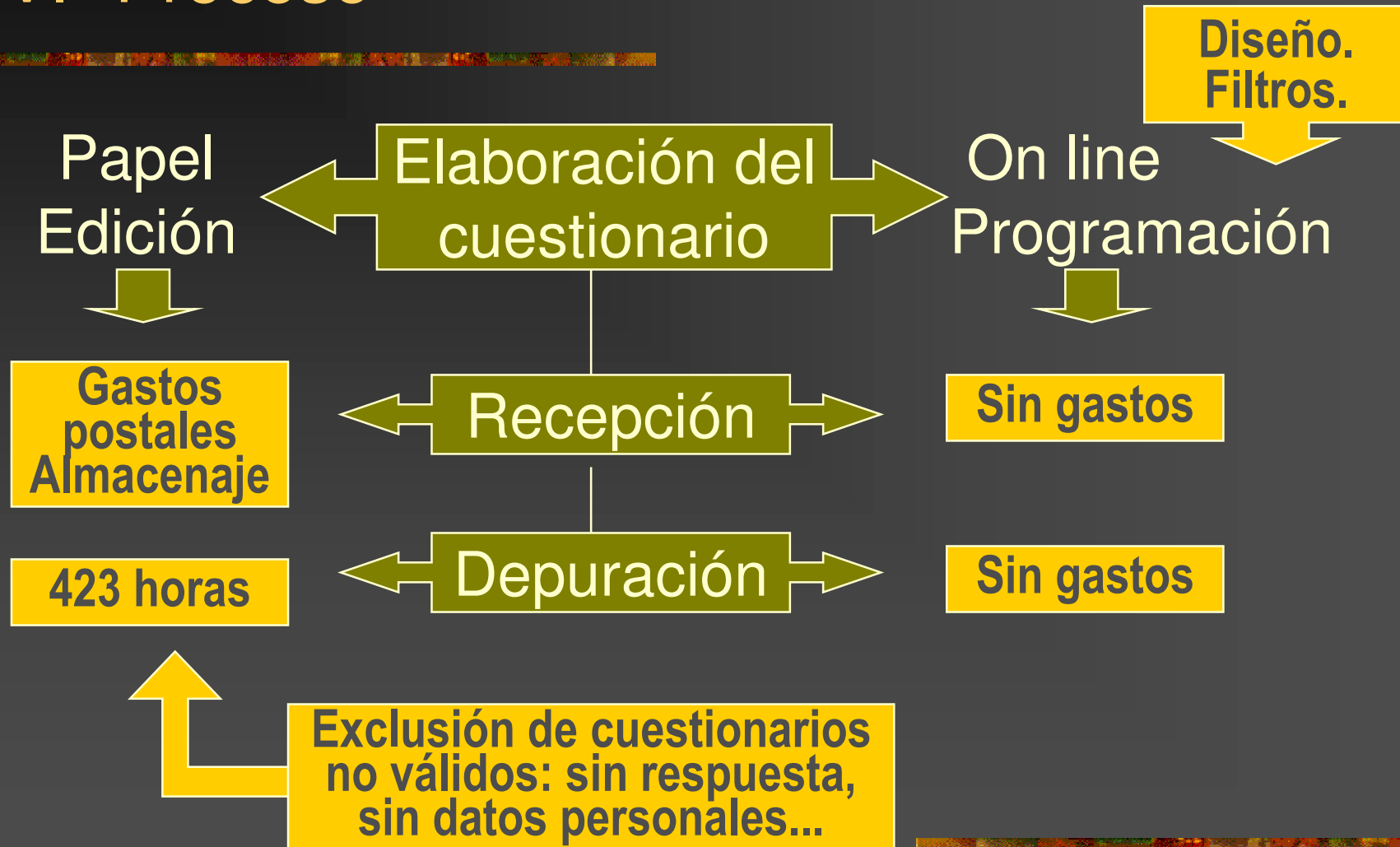
# Caso *Tentaciones*

## III.- Muestra

	<b>Febrero</b>	<b>Noviembre</b>
<b>Papel</b>	<b>1.356 (80%)</b>	<b>2.539 (70%)</b>
<b>On line</b>	<b>340 (20%)</b>	<b>1.067 (30%)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.696</b>	<b>3.606</b>

# Caso *Tentaciones*

## IV.- Proceso



# Caso *Tentaciones*

## IV.- Proceso



# Caso *Tentaciones*

## V.- Algunos resultados

	TOTAL	PAPEL	ON LINE
EDAD MEDIA	31	32	29
EDAD MÁXIMA	86	86	69
EDAD MÍNIMA	12	12	12

	PAPEL	ON LINE
MUJER	38%	34%
HOMBRE	62%	66%

# Caso *Tentaciones*

## V.- Algunos resultados

	<b>PAPEL</b>	<b>ON LINE</b>
Ha cambiado a mucho mejor	13.1%	13.3%
Ha cambiado a algo mejor	50.3%	51.9%
Permanece igual	12.6%	12.6%
Ha cambiado a algo peor	13.3%	12.7%
Ha cambiado a mucho peor	2.8%	2.8%
NS/NC	7.9%	6.7%

# Concluyendo

---

**C**oste

**T**iempo

**C**ontrol

---



**Muchas gracias**

