

# Excelencia en investigación online: calidad y segmentación de paneles

**Natacha Lerma**

Webinar | 01.04.2025

Live & On demand



## En los próximos 30 minutos veremos...

1. Hacia dónde se dirige la investigación online.
2. Los desafíos a los que se enfrentan los investigadores en la investigación online.
3. La situación actual de la calidad y cómo hemos llegado hasta aquí.
4. La capacidad de segmentación de los paneles online.



**Natacha Lerma**  
Sales Director MR & Consulting

# Breve historia de la investigación de mercados online

# 1995 – 2000 Nacimiento

| 1995



**Online**

Early adopters

Volumen bajo en ciertos mercados

**Investigación Online**



**Retos de calidad**

Sesgos en los encuestados

| 2001



## Online

**Incremento** en la adopción de la metodología online

**Incremento del volumen** de la investigación online y de los paneles

**Estudios offline** se van adoptando en online

## Investigación Online



## Retos de calidad

**Diseños de estudios** inapropiados

**Participación hiperactiva** de los individuos

# 2011 – 2020 Aceleración

| 2011



## Online

**El móvil** acelera la accesibilidad

**La tecnología** se vuelve más accesible

**El entretenimiento online** es más variado

**Los incentivos** son más automáticos y basados en puntos, en su mayoría

**La tecnología de selección de muestra** es aún nueva, lo que genera altas tasas de filtrado

**Herramientas de investigación DIY** más accesibles

## Investigación Online



## Retos de calidad

**Fraude organizado** con herramientas tecnológicas básicas

**Juegos de encuestas realizados por encuestados reales** frustrados

| 2021



## Online

**Pandemia Global**  
impulsa el desarrollo  
de la tecnología y  
causa dificultades  
económicas

Los estudios offline se  
cambian a online

La demanda de  
investigación online  
aumenta de forma  
**exponencial**, más  
allá de su oferta  
disponible

## Investigación Online



## Retos de calidad

**Fraude global  
sistemático** ('granjas  
de clics' y bots)

**Diseño de estudios  
inapropiados**

| 2021



## Online

La tecnología de código abierto comienza a abarcar **IA y LLM** (grandes modelos de lenguaje)

Competir por el **tiempo y la atención** de los encuestados

**Ajustes en la metodología**

## Investigación Online



## Retos de calidad

Fraude impulsado por tecnología muy avanzada y de fácil acceso

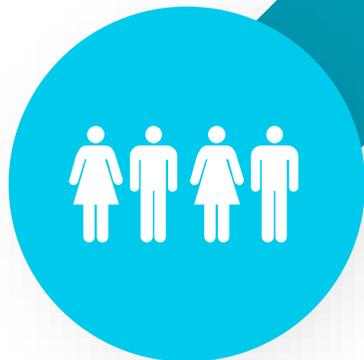
**Está reduciendo el engagement** de los encuestados reales

**Diseño de estudios**

# Ventajas de la investigación online

## Escalabilidad

Acceso a una gran audiencia, incluidos grupos objetivo específicos.



## Rapidez

Tiempos de respuesta de proyectos más rápidos que otras metodologías

## Coste

Coste comparativamente menor que otras metodologías.



## Experiencia del encuestado

Diseños variados de encuestas y participación bajo demanda.

Cada metodología tiene sus fortalezas y debilidades; la metodología online no es una excepción. En el contexto de la calidad de los datos, también es importante recordar algunas de las ventajas de la investigación online.

# El desafío: los retos de los investigadores hoy:



## La solución: foco en la calidad



Modelos de servicios flexibles y experiencia.

Calidad del muestreo.

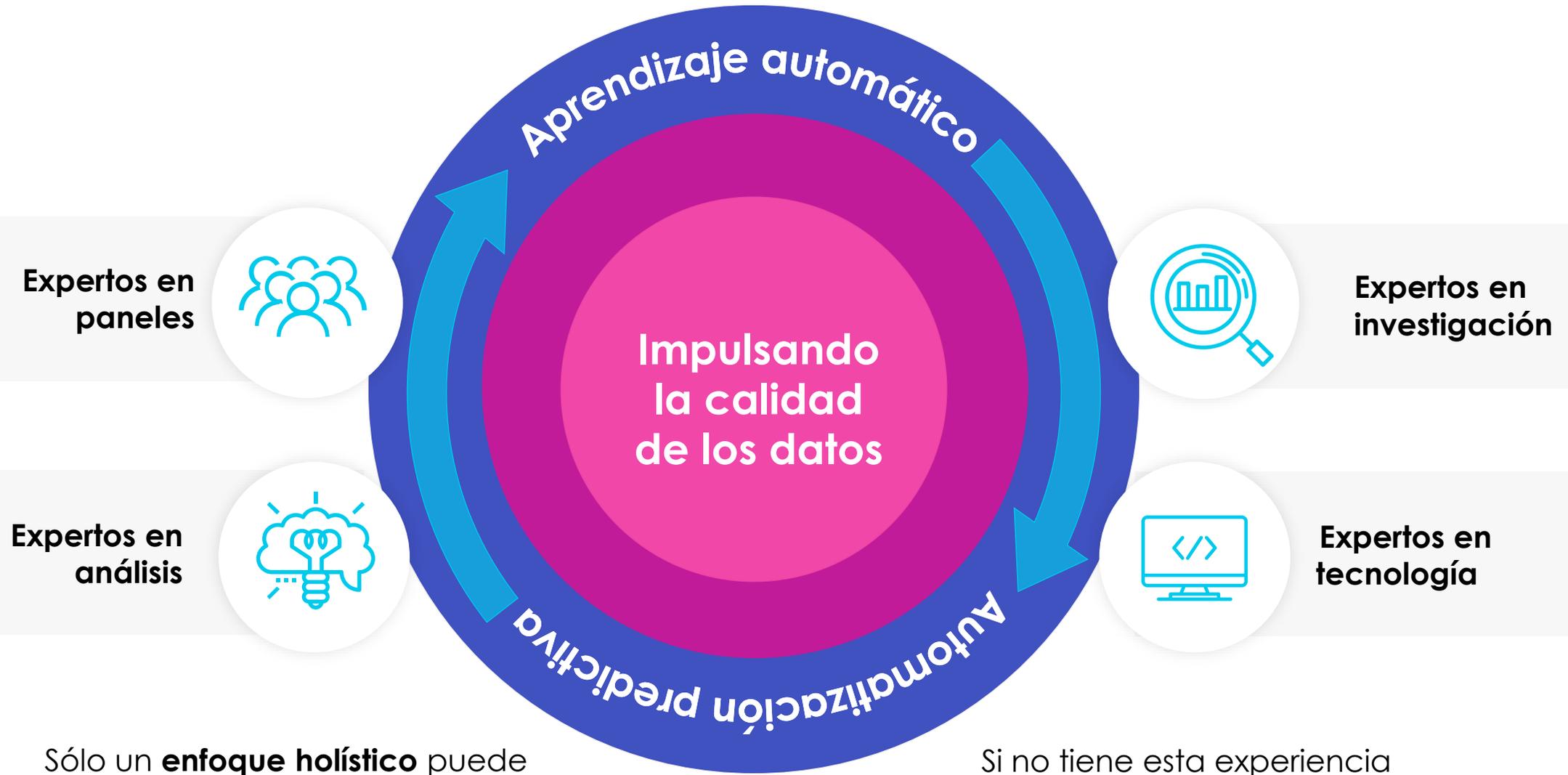
Representatividad de la muestra.

Proactividad contra las amenazas.

Excelencia en el servicio al cliente.

**Calidad  
Confianza  
Resultados**

# Cómo abordar la calidad de los datos



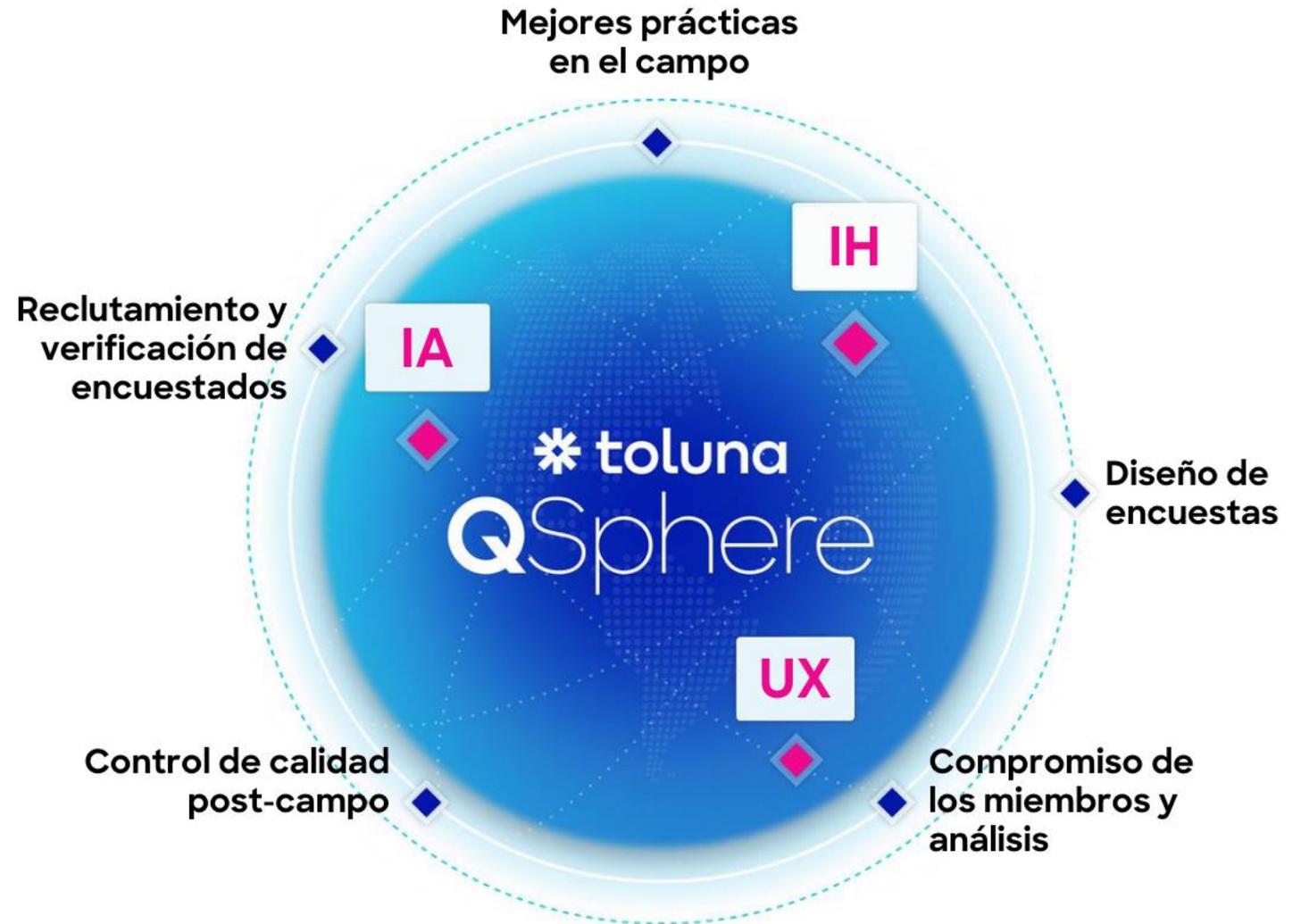
Sólo un **enfoque holístico** puede abordar la calidad de los datos de manera eficaz.

Si no tiene esta experiencia internamente, **asegúrate de tener un partner que la tenga.**

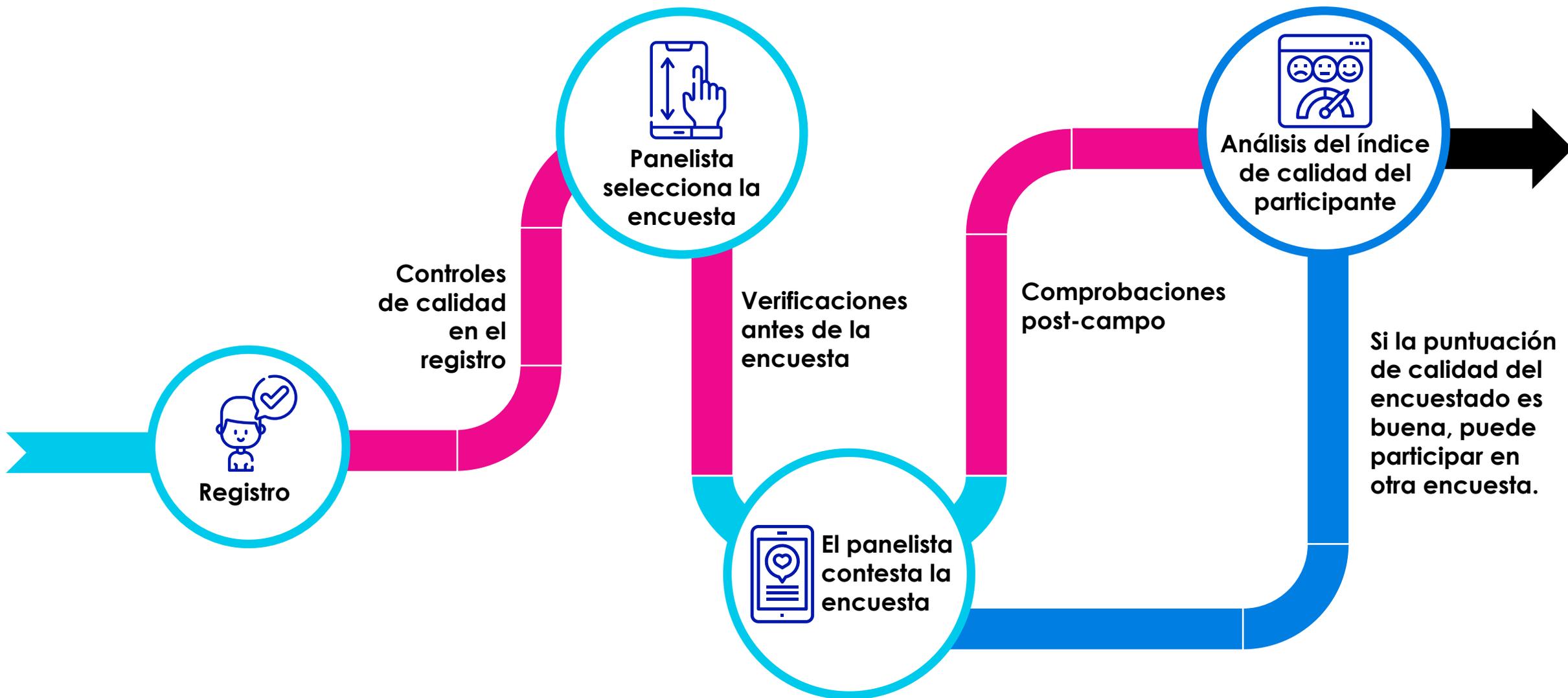
## Enfoque holístico

Al combinar tecnología avanzada de inteligencia artificial (IA), inteligencia humana (IH) y un diseño centrado en el usuario (UX), hemos creado una esfera única de excelencia.

Desde el riguroso proceso de reclutamiento de encuestados y su compromiso continuo, hasta el diseño estratégico del estudio y las minuciosas verificaciones posteriores al trabajo de campo, garantizamos un control riguroso en cada etapa de cada proyecto.



# Protección contra bots y falta de autenticidad



# Garantizar la Representatividad.

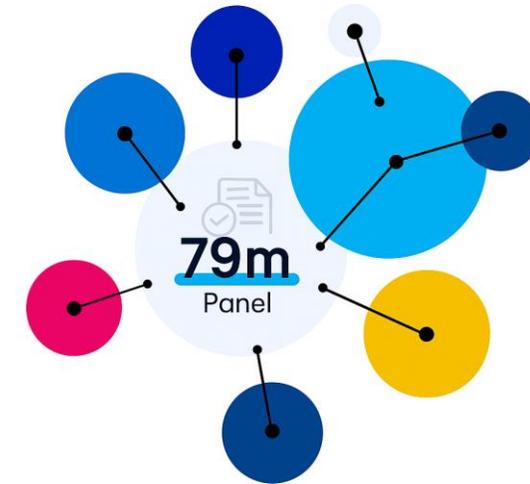


**Por qué es importante:** Contar con un grupo diverso e imparcial de encuestados es fundamental para obtener insights fiables .



## ThinkAction™ Construyendo una Comunidad Global *Reclutamiento Innovador*

Hemos desarrollado nuestro panel global a través de **ThinkAction™**, nuestra red de afiliación propietaria. Aprovechando una variedad de canales —desde redes sociales hasta publicidad display— garantizamos una comunidad de encuestados rica y comprometida. Además, nuestro panel propietario **Influencers by Toluna**, tiene la tasa de **rechazo previa a la encuesta más baja**, lo que demuestra la efectividad de nuestro enfoque para mantener un alto estándar de calidad.



## Ecosistema Colaborativo *Reforzando Nuestro Panel*

Ocasionalmente, reforzamos nuestro panel con paneles de socios de confianza. Estos socios pasan por un riguroso proceso de evaluación, que incluye controles de calidad detallados y revisiones periódicas, para garantizar que sus encuestados cumplan con nuestros exigentes estándares.

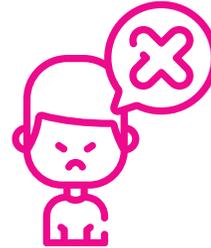
# Mejores prácticas en investigación

Buscando la excelencia en cada aspecto de la investigación



## Investigación + Tecnología

¿Cómo funcionan los bots y cómo puedo identificarlos mediante preguntas trampa o en comprobaciones posteriores al campo?



## Investigación + Análisis

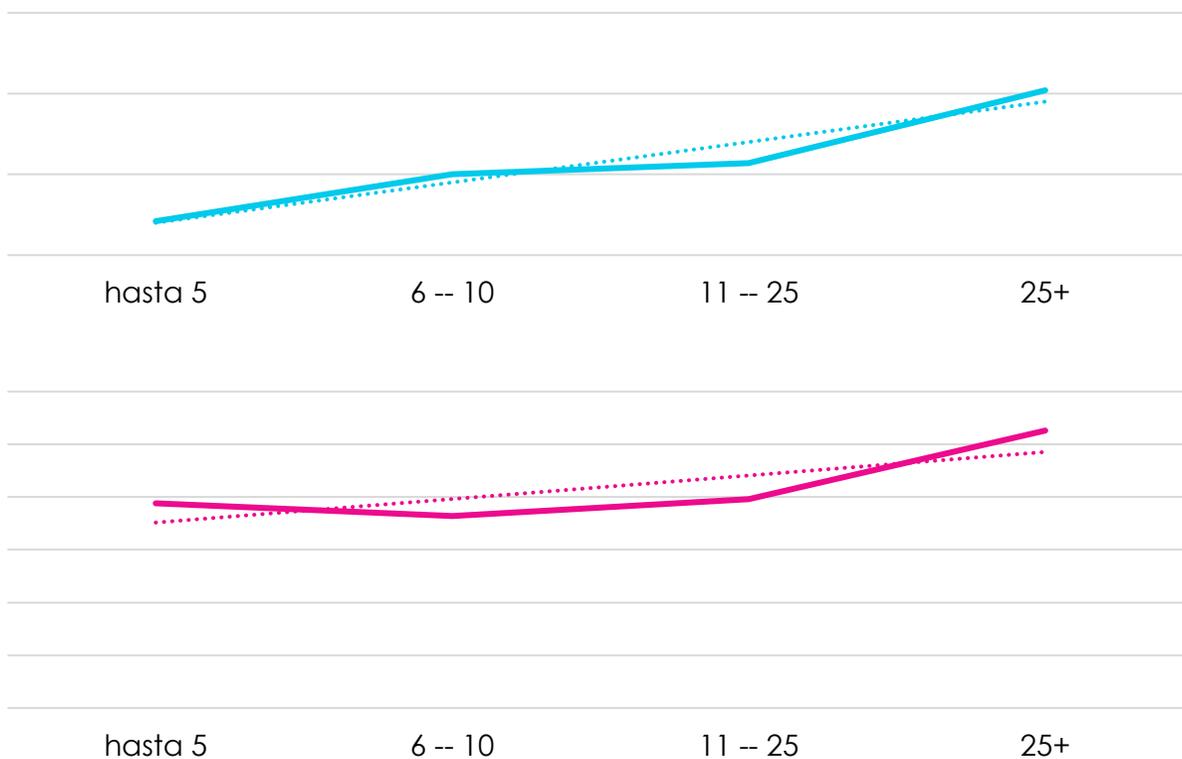
¿Qué controles son eficaces para identificar a los malos encuestados?



## Investigación + Proveedor

¿Cómo puedo crear la mejor experiencia de investigación para tener encuestados reales y motivados?

Tasas de **limpieza** & **abandono** por una LOI comprometida\*



## ¿Cómo están relacionadas?

**Perder participación** = normalmente significa **que hay un fallo en los chequeos internos de la encuesta**

Encuestados reales **que más abandonan** = **se tiene que enviar más tráfico** a la encuesta



**Ejemplo:** geolocalización, configuración de idioma y zona horaria, configuración de dirección IP, reCAPTCHA, uso de traductores automáticos



**Ejemplo:** exageración, comprensión del lenguaje, atención, copiar y pegar, straightliners, exceso de velocidad, calidad preguntas abiertas,...



**Ejemplo:** huella digital, verificaciones de patrones de Información de Identificación Personal (PII) del encuestado, duplicación de cuentas, identificación de encuestado única y rastreadable,...

# Lo que pueden hacer los investigadores

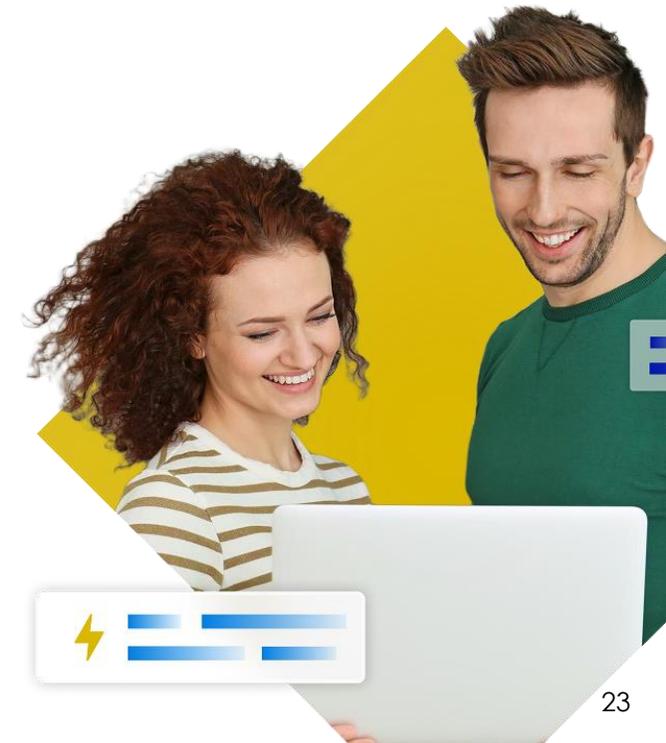
Pensar en la **experiencia del encuestado** cuando diseñen una encuesta, ej.

- Duración de la encuesta
- Adaptada a todos los dispositivos
- Usar la información de perfilado de los encuestados cuando esté disponible

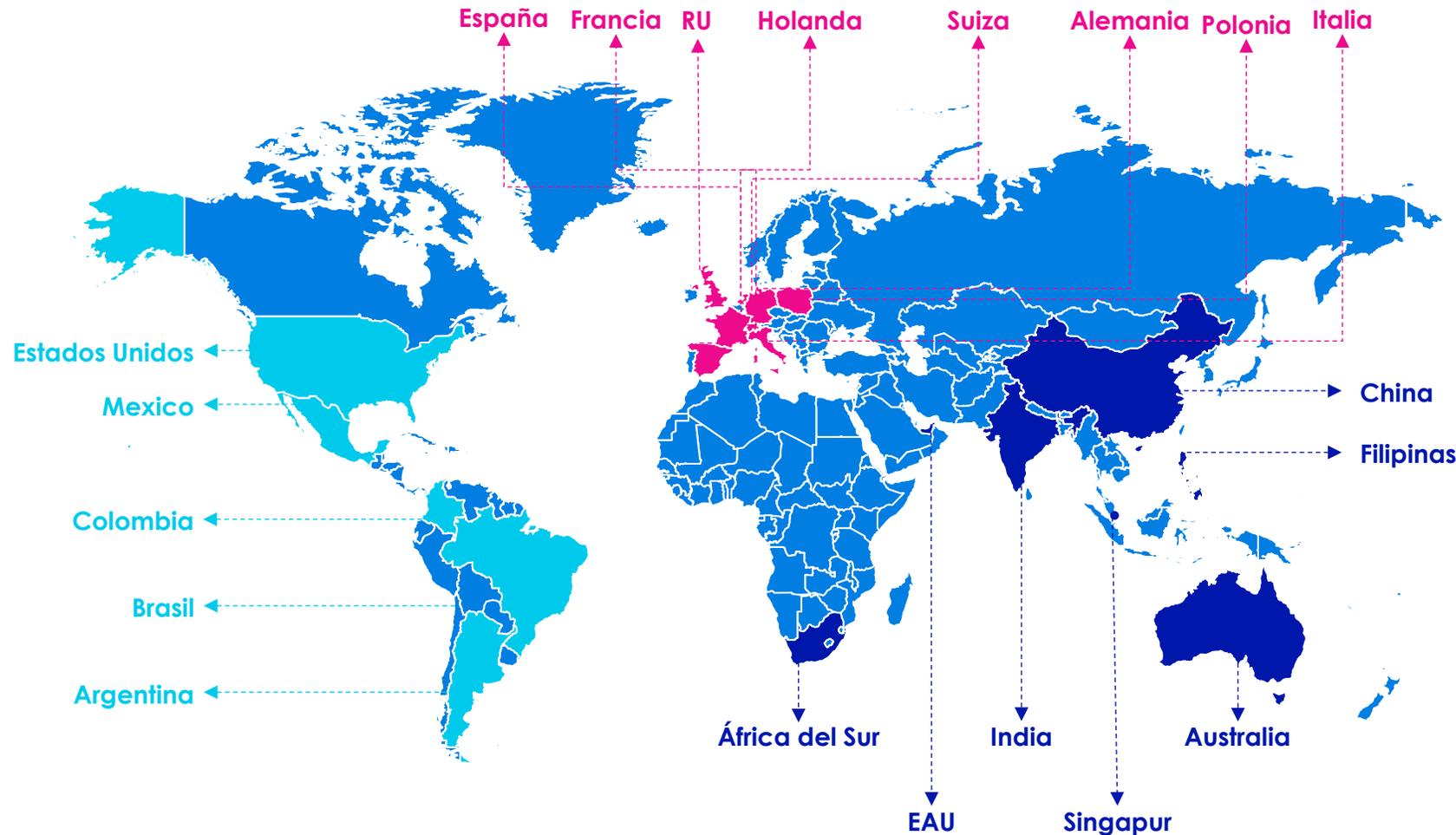
**Hacer que el fraude en la investigación sea poco atractivo** haciéndolo difícil, ej.

- Ocultar el tema de la encuesta
- Chequeos lógicos
- Detección de copia y pega
- Diferentes preguntas de atención

**Pregunta a tus proveedores de muestra** qué dispositivos, comportamientos y controles de identidad están aplicando.



# Un equipo global de expertos en investigación



La combinación de la experiencia de Toluna, Harris Interactive, GutCheck y MetrixLab han dado lugar a una potencia de insights con capacidades inigualables.

Con equipos en todo el mundo, ofrecemos la experiencia adecuada a startups locales y multinacionales globales en diversas industrias, desde productos de consumo masivo hasta tecnología, finanzas y el sector público.

# Un equipo global de expertos en investigación

## Nuestra participación en los organismos del sector

Nuestras contribuciones activas y alianzas con prestigiosos organismos del sector reflejan nuestras décadas de experiencia en investigación de mercados y dedicación a la calidad de los datos.

- Socios y colaboradores en iniciativas de la industria como ESOMAR y MRS
- Compartimos conocimientos regularmente en publicaciones del sector y conferencias
- Series de clases magistrales sobre mejores prácticas como diseño de cuestionarios y scripting



# Cómo se recopila la información de perfil de nuestros panelistas

- **Durante el registro**, todos los miembros de Toluna deben completar preguntas demográficas básicas.  
**Después del registro**, todos los miembros tienen acceso a más de una docena de encuestas de perfilado, cada una centrada en un tema diferente. Estas encuestas están incentivadas y no contienen preguntas de filtrado o terminación.
- Las encuestas de perfilado pueden actualizarse en cualquier momento a lo largo de la vida del panelista, y se otorgan incentivos adicionales pasados 6 meses desde su última realización.
- Para mantener actualizados los datos de perfil que cambian con mayor frecuencia, Toluna puede hacer que ciertos atributos de perfil caduquen antes del plazo de 6 meses, con el fin de motivar a los miembros a actualizar esos datos.
- Además, para facilitar estas actualizaciones, Toluna también lanza encuestas previas cuando hay atributos no completados o que ya han expirado.



# Encuestas de perfilado

## **Perfil de registro:**

Datos demográficos básicos

## **Perfiles adicionales:**

Profesionales del sector salud

Padres

Compras de productos de cuidado personal

Tecnología

Viajes

Videojuegos

Medios de comunicación

Finanzas

Salud

Estilo de vida en el hogar y la familia

Automoción

Empleo



¿Preguntas, dudas o comentarios?

QA *and* A





# Gracias.

Natacha Lerma  
**Sales Director – Spain MR & Consulting**  
natacha.lerma@toluna.com

