



Capítulo 6 Investigación

PROYECTO INTERNET
Octavio Islas
octavio.islas@itesm.mx



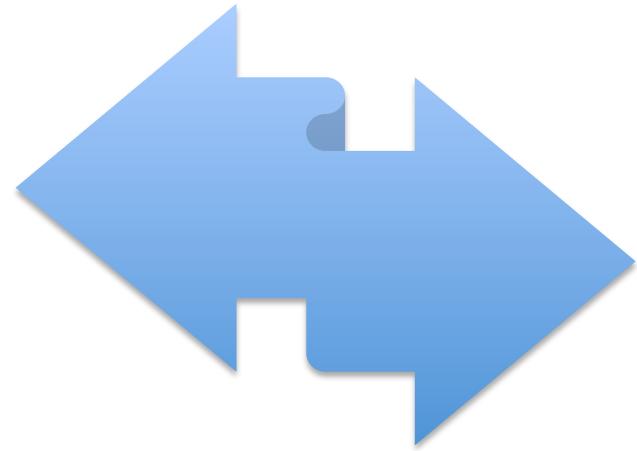
Importancia de la investigación

- La investigación es una forma de escuchar
- Es una recopilación controlada, objetiva y sistemática de información con el objetivo de describir y comprender
- Tiempo, presupuesto, confiabilidad en la información



Importancia de la investigación

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Qué tipo de información se necesita?
- ¿Cómo se utilizarán los resultados?
- ¿Qué públicos hay que analizar?
- ¿Necesitamos asesores externos o nosotros podemos hacer la investigación?
- ¿Cómo serán analizados los resultados?



Importancia de la investigación

- ¿Con qué rapidez se necesitan los resultados?
- ¿Cuánto costará la investigación?



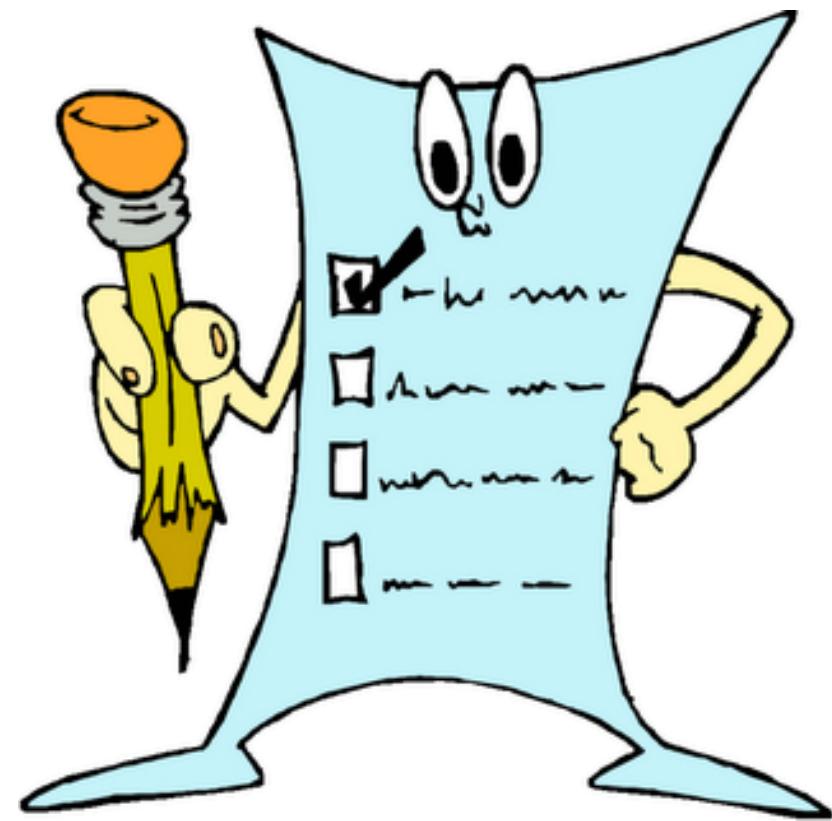
Utilidad de la investigación

- Las áreas de RP deberían destinar 10% de su presupuesto a investigación.
- Los directivos desean conocer hechos, no intuiciones.
- Segmentación de audiencias, mayor seguridad de que el mensaje llegará a nuestros públicos meta.
- Una estrategia incorrecta cuesta mucho dinero.
- Confirmar la pertinencia de nuestros mensajes clave.



Utilidad de la investigación

- Ayudar a la dirección a mantenerse en contacto
- Prevenir crisis
- Identificar acciones y estrategia de la competencia
- Advertir cambios en la opinión pública
- Generar publicity



Reglas publicación encuestas

- ¿Quién patrocina el estudio?
- Nombre de la empresa que realiza la encuesta
- Descripción de los objetivos.
- Descripción de la muestra.
- Fechas de la recopilación de los datos
- Preguntas



Técnicas de investigación

- Investigación primaria: recopila información “nueva” y “original” mediante entrevista en profundidad, encuestas, grupos de discusión
- Investigación secundaria: información documental.



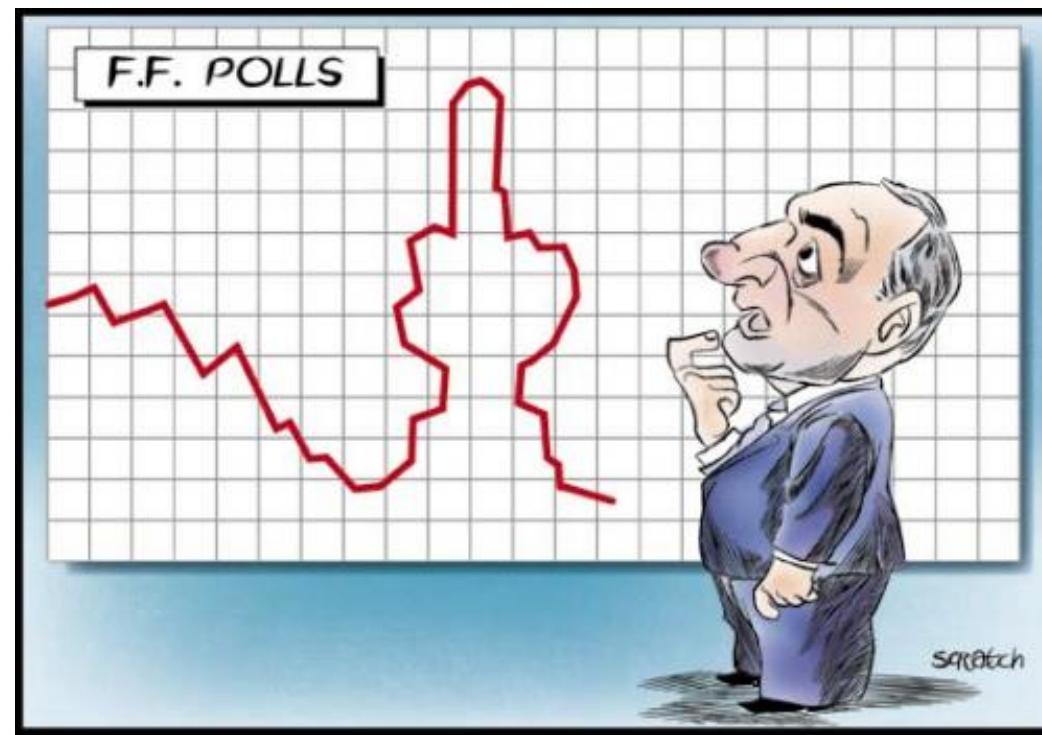
Fuentes de información en Internet

- ABI/Inform
- Disclosure
- Daw Jones News Retrieval System
- Dun & Bradstreet Million Dollar Directory.
- Expanded Academic Index
- LEXIS/NEXIS
- STATUSA.
- www.relevantknowledge.com



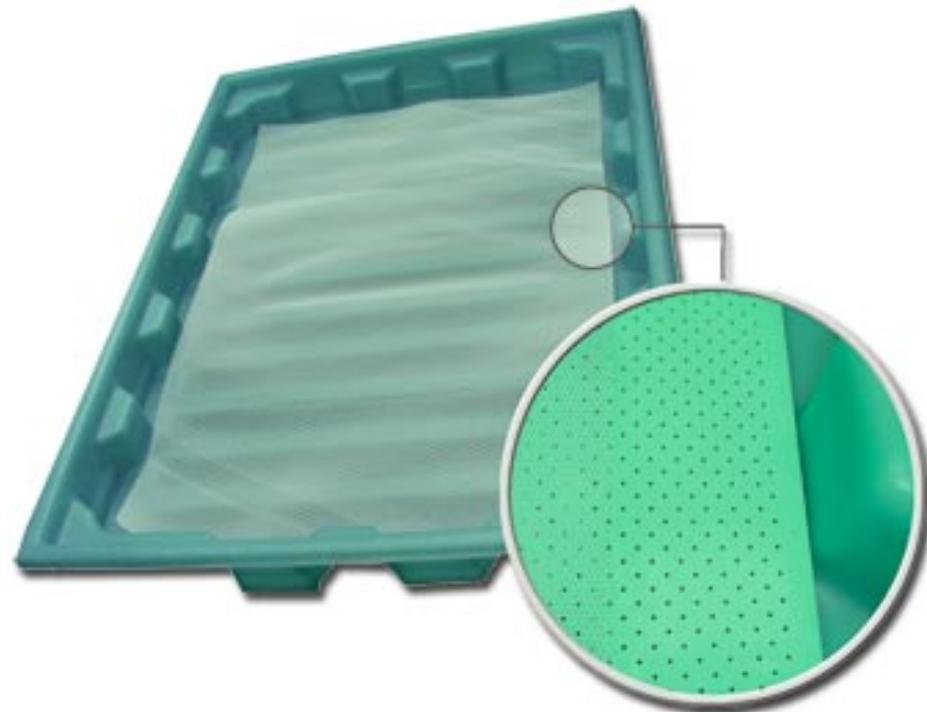
Materiales de investigación

- Archivos, declaraciones de la política de la organización, discursos de los ejecutivos clave, boletines informativos, revista, informes, literatura institucional.



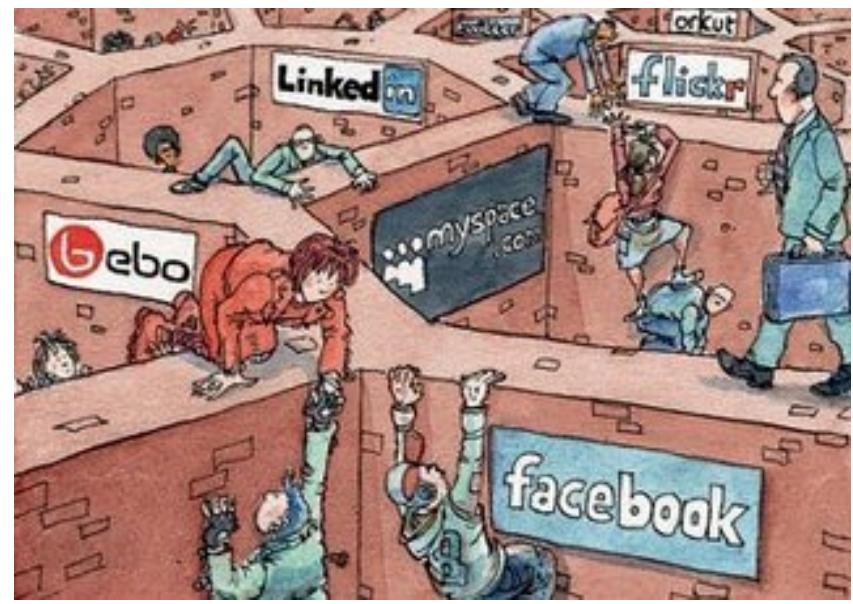
Análisis de contenido

- Menciones
- Cobertura de los medios
- Mensajes instituciones (cartas, llamadas telefónicas).



Entrevistas

- De interceptación
- 2-5 minutos
- En profundidad.
- Intencionadas (grupos de influencia)



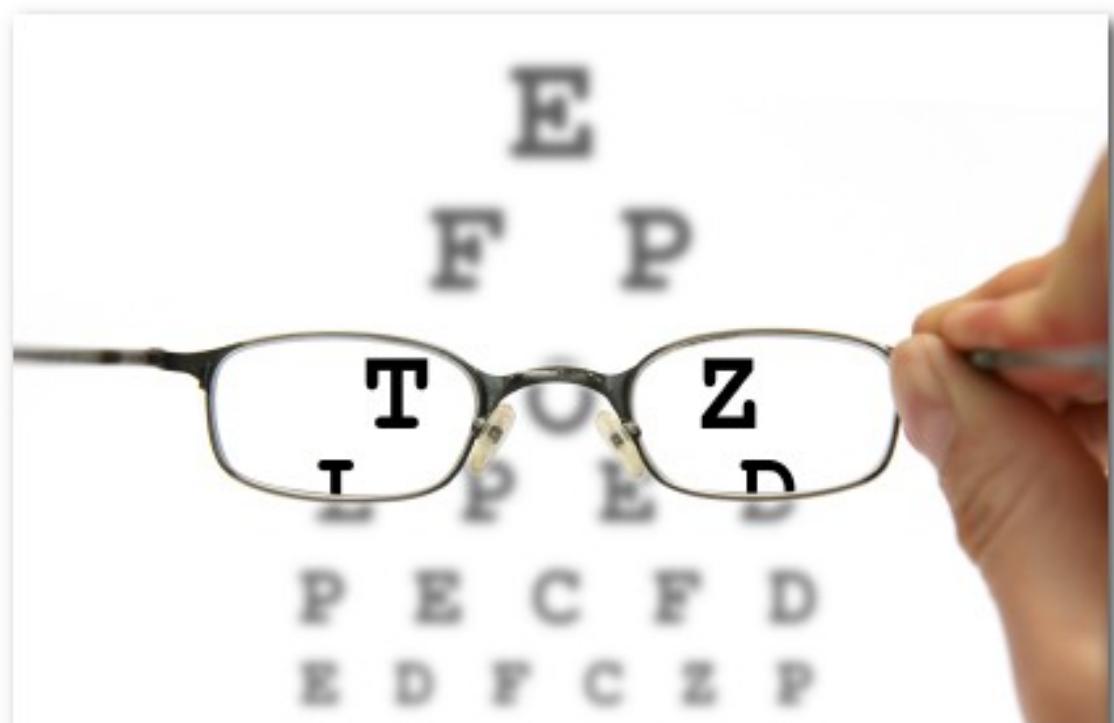
Grupos de discusión

- Procedimiento de investigación informal que permite obtener información cualitativa.
- De 6 a 12 personas
- Representativos del público meta.
- Entrevistador experimentado, neutralidad.
- Hasta 2 horas.



Copy-testing

- Comprobar la comprensión de los mensajes (etapa precomunicativa)



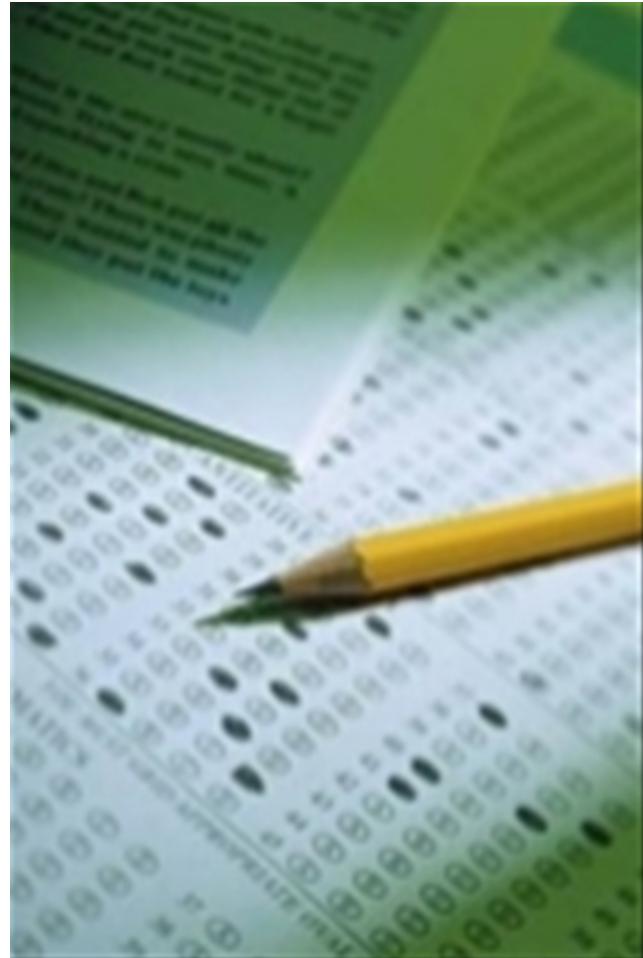
Muestreo científico

- Muestreo probabilístico o aleatorio. Cualquier persona que pertenece al grupo objetivo puede ser seleccionado como informante calificado.
- Variables significativas: lugar y hora.
- Muestreo por cuotas: probabilístico y con atributos especiales (sexo, edad raza, etc.).
- Tamaño de la muestra: estudios nacionales 1,500 (+-2% margen de error).
- 100 personas (margen de error 10%)



Diseño del cuestionario

- ¿En qué momento se realiza la encuesta?
- Definir objetivos
- Definir informantes calificados
- Tamaño de la muestra.
- Máximo 25 preguntas
- Redacción
- Neutralidad
- Preguntas cerradas
- Escala Likert
- Ventajas escala numérica
- Procesamiento de la información



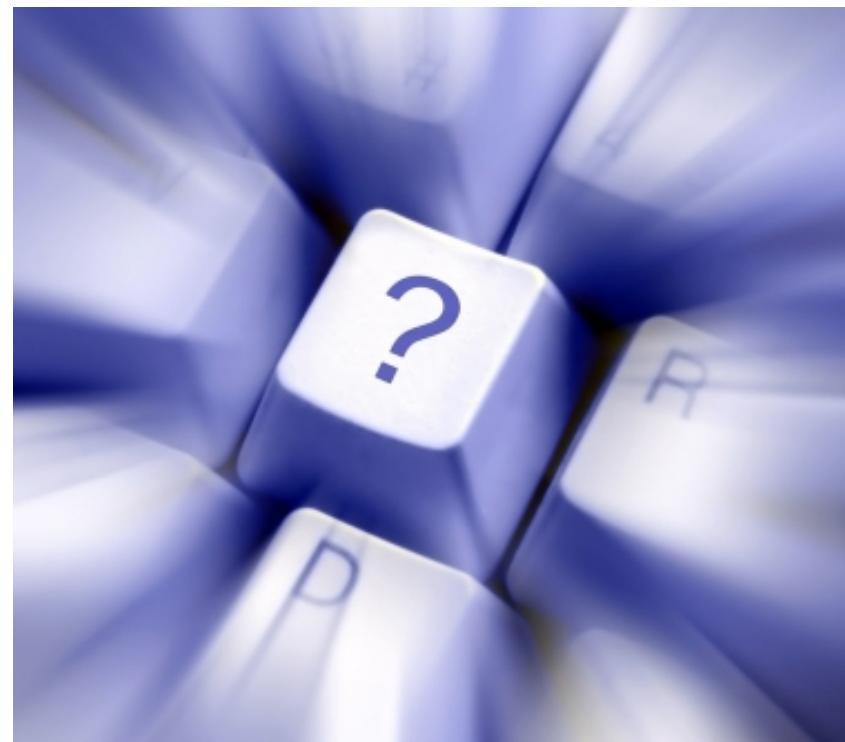
Cuestionarios por correo

- Baja respuesta
- Temas “moda”
- Confiabilidad de la fuente
- Hábitos culturales



Cuestionarios por teléfono

- Respuesta inmediata
- Personal
- Menos agresiva intrusión que una visita.



Entrevistas personales

- Elevados costos



Entrevista ómnibus

- Introducir preguntas en reconocidas encuestas nacionales.

The logo for Gallup Poll, featuring the word "GALLUP" in a serif font and "POLL" in a bold, sans-serif font, with a small registered trademark symbol (®) to the right of "POLL".



UNITED COLO
OF BENETTO



UNITED COLORS
OF BENETTON.

A close-up photograph of two hands, one white and one dark-skinned, clenched into fists and bound together by a pair of silver handcuffs. The hands are positioned in front of a person's waist, with denim jeans visible in the background.

UNITED COLORS
OF BENETTON.