

# E-MOP

un panel on-line de calidad

EL PRINCIPIO  
FUNDAMENTAL  
DE LA BUENA  
INVESTIGACIÓN  
ES EL ORIGEN  
DE LOS DATOS

## LOS CIMIENTOS BÁSICOS DE TODA INVESTIGACIÓN ES LA RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

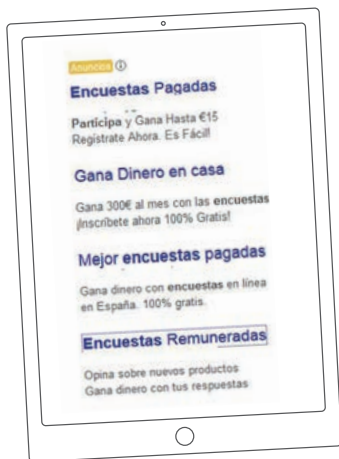
- / ¿cómo se selecciona al encuestado?
- / ¿es realmente representativo del universo al que nos dirigimos?



EL PRINCIPIO  
FUNDAMENTAL  
DE LA BUENA  
INVESTIGACIÓN  
ES EL ORIGEN  
DE LOS DATOS

## QUÉ OFRECE EL MERCADO

- / Grandes paneles conformados a partir de la adhesión por la propia iniciativa de sus participantes.
- / Perfiles más activos de internautas.
- / La profesionalización del “encuestado”.



NO REPRESENTATIVO  
DE LA POBLACIÓN  
INTERNAUTA



## E-MOP MINIMIZA EL SESGO

- / La solicitud de colaboración se hace a través de una encuesta telefónica a una muestra probabilística de la población española. **“No se acepta la adhesión voluntaria por iniciativa propia”**, lo que garantiza...
- / ... presencia natural de la **diversidad de internautas** de usos y grados de internet: el email como condición necesaria. Desde el “friki” al internauta básico.
- / ... **resultados representativos** sin necesidad de forzar cuotas. Perfil real de los consumidores.
- / ... ajuste continuo al perfil del internauta.  
**Actualización permanente del panel.**



NUESTRA  
DIFERENCIA,  
NUESTRA  
SINGULARIDAD

## ASÍ ES NUESTRO PANEL

	% PERFIL POBLACIÓN 14 Y MÁS	% PERFIL INTER- NAUTAS	% PERFIL PANELISTAS IMOP
<b>COMUNIDAD AUTÓNOMA</b>			
ANDALUCÍA	17,9	17,7	18,3
CATALUÑA	15,8	16,4	15,4
GALICIA	6,2	6,2	6,2
MADRID	13,7	14,6	16,3
C. VALENCIANA	10,7	10,4	10,6
PÁIS VASCO	4,7	4,7	4,1
RESTO	31,1	30,1	29,1
<b>TAMAÑO POBLACIÓN</b>			
< 2.001	6,0	5,1	3,7
2.001 - 10.000	15,1	14,5	13,1
10.001 - 50.000	27,1	27,4	24,8
50.001 - 200.000	22,5	23,6	24,1
MAS DE 200.000	29,3	29,4	34,3

### SEXO X EDAD

#### HOMBRES

	% PERFIL POBLACIÓN 14 Y MÁS	% PERFIL INTER- NAUTAS	% PERFIL PANELISTAS IMOP
MENORES DE 25	6,3	8,0	5,7
25-34	7,8	9,8	8,9
35-44	10,1	12,4	15,6
45-54	8,8	9,9	13,2
55-64	6,6	6,3	7,0
MAYORES DE 64	9,1	5,7	3,2

#### MUJERES

	% PERFIL POBLACIÓN 14 Y MÁS	% PERFIL INTER- NAUTAS	% PERFIL PANELISTAS IMOP
MENORES DE 25	6,1	7,9	7,7
25-34	7,8	10,1	11,6
35-44	9,7	11,3	13,4
45-54	8,8	8,8	9,4
55-64	6,9	5,0	3,2
MAYORES DE 64	12,1	4,8	1,2



## LOS PANELISTAS DE E-MOP NO SON PROFESIONALES

- / Se les invita a participar un máximo de **dos veces al mes**.
- / El 70% de los panelistas hace **menos de 2 años que forman parte del panel**.
- / **No buscan el dinero**. El 40% de los panelistas donan su incentivo a una ONG.



## E-MOP OFRECE

### / SERVICIO GLOBAL

Todos los procesos y tecnologías de **E-MOP** están desarrollados internamente por la empresa.

### / VERSATILIDAD

**E-MOP** se adapta a las necesidades de cada cliente, son **estudios a la carta**.

### / CALIDAD

Recomendación del uso de **E-MOP** cuando realmente se ajusta al público objetivo.

El estudio es dirigido y controlado por los técnicos de investigación de Imop. El muestreo, el cuestionario y el análisis de resultados es realizado por **expertos en análisis de investigación social y de mercados**.

**La tabulación del estudio se realiza Ad Hoc**, en función de sus objetivos.

**Respetamos el ritmo del internauta**. Buscamos la respuesta de toda la muestra, no solo de los más rápidos, a través de tiempos de campo ajustados que permiten realizar los recordatorios necesarios.

NO SON ENCUESTAS ON LINE,  
ES INVESTIGACIÓN ON LINE





**La calidad de IMOP  
a través de la red**





investigación, marketing y opinión

### Madrid

C/ Antracita, 7-4º - 28045 MADRID  
Tel: +34 91 457 00 22 / Fax: +34 91 457 66 44

### Barcelona

Vía Augusta 48-54, 7ª planta, 4ª puerta. Barcelona 08006  
Tel: +34 93 500 66 50 / Fax: +34 93 500 66 59