



# Precisión Ágil: Rapidez que inspira confianza

**Angélica Nervi**

*Online Research Consultant  
de Ipsos Interactive Service  
de Ipsos Perú y Líder de  
activación de Ipsos.Digital en  
Latam*



# Precisión Ágil: Rapidez que inspira confianza

**Angélica Nervi**

*Online Research Consultant de Ipsos Interactive Service de Ipsos Perú y Líder de activación de Ipsos.Digital en Latam*

Mail: [Angelica.Nervi@ipsos.com](mailto:Angelica.Nervi@ipsos.com)

En un entorno de negocios que exige decisiones a la velocidad de la luz, la investigación online se ha establecido como el motor de la agilidad. Los paneles de investigación de alta calidad, como los de Ipsos, son la base para obtener insights rápidos, eficientes y fiables. Sin embargo, la excelencia en la investigación de mercados no reside solo en la velocidad, sino en la certeza de que los datos ofrecen una visión representativa del mercado. Este artículo es una guía práctica sobre cómo Ipsos combina el poder de sus paneles online con la precisión estratégica de la recolección cara a cara, creando una metodología híbrida que garantiza no solo agilidad, sino una de alta representatividad, incluyendo a los segmentos más difíciles de alcanzar.

Con la evolución de la investigación de mercados, el canal online se ha consolidado como un pilar esencial. No obstante, el método cara a cara seguirá siendo la mejor opción para estudios que demandan una cobertura exhaustiva. Por ello, **la clave del éxito no solo está en una combinación inteligente de ambos mundos, sino en identificar con precisión cuándo esa sinergia es necesaria para asegurar que ninguna voz del mercado quede fuera.**

## Agilidad si ... pero con calidad

### **El poder de los Paneles Online para llegar al consumidor conectado**

La recolección online a través de paneles propietarios es el pilar de la investigación moderna. Su poder no solo radica en la velocidad, sino en su gran eficacia para llegar a los segmentos altamente digitalizados. Es la herramienta perfecta para conectar, por ejemplo, en Perú, con los niveles socioeconómicos altos y medios, que viven en un entorno digital y valoran la eficiencia. La inversión de Ipsos en paneles de alta calidad garantiza que esta velocidad no sacrifique la fiabilidad, ofreciendo datos estables y seguros.

La base de un buen insight es la estabilidad de la muestra. Como se detalla en el Ipsos Views "The Power Of Research Panels", los paneles de investigación propios están diseñados para minimizar el 'ruido' y prevenir el fraude, asegurando respuestas de calidad de panelistas comprometidos.

Y si pensamos en el alcance, en Perú la recolección online tiene amplia cobertura en los niveles socioeconómicos altos y medios, donde por ejemplo el 96.2% del nivel A usa internet (ENAHO 2024), además, su perfil de conectividad es óptimo: el 81% tiene un plan postpago y el 79% disfruta de datos ilimitados (Comportamiento Digital 2024, Ipsos Perú), lo que minimiza cualquier barrera para participar en encuestas online. Paradójicamente, mientras los NSE altos pueden ser difíciles de abordar en persona por sus agendas y residencias seguras, el canal online se convierte en el método más conveniente y efectivo para asegurar su participación, demostrando cómo cada método tiene un rol estratégico.

## Pero .... ¿y la Precisión?

### **El rol de la recolección cara a cara ante la brecha de conectividad**

Si bien la recolección online es un importante motor, una estrategia que busque una visión integral debe reconocer que no todos los "conectados" lo están de la misma manera. La recolección cara a cara (CAPI) es el complemento de precisión que resuelve dos desafíos críticos en por ejemplo los niveles bajos: la **brecha de acceso** (quienes no usan internet) y, más importante aún, la **brecha de conectividad** (quienes tienen un acceso que no siempre está garantizado o es limitado y que dificulta su participación online).

El primer desafío es claro: según ENAHO 2024, en el Perú un 18.5% del NSE D y un contundente 44.6% del NSE E no utilizaron internet en el último mes. Para ellos, el cara a cara no es una opción, es la única vía.

El segundo desafío es más sutil pero igualmente importante. En el NSE D, el 41% tiene un celular prepago y solo el 37.3% cuenta con un plan de datos ilimitado (Comportamiento Digital 2024, Ipsos Perú). Esto crea una "economía de datos" donde cada mega cuenta.

Este acceso limitado tiene una consecuencia directa: según el mismo estudio, casi la mitad de los encuestados de los NSE D (47.5%) y E (51.6%) "nunca se quedan sin saldo", lo que indica un uso muy medido de sus datos, pedirles que completen una encuesta online puede ser una barrera compleja, y ahí es donde el cara a cara ayuda a superar esa barrera, ya que no consume sus valiosos datos.

En estos casos, nuestra red de encuestadores se despliega estratégicamente. Su misión es dar voz a estos segmentos, superando tanto la barrera del acceso como la de la conectividad limitada, garantizando que su perspectiva, crucial para entender el mercado masivo, sea incluida.

## **Sinergia en acción**

### ***Construyendo una muestra híbrida para una "Precisión Ágil"***

La excelencia del enfoque mixto de Ipsos reside en la integración inteligente de ambos métodos. Es un proceso cuidadosamente coordinado, se aprovecha la velocidad y calidad del panel online como base para capturar eficientemente a los segmentos conectados, y luego se despliega el equipo de campo de forma "estratégica" para completar las cuotas de los segmentos con barreras de acceso o conectividad. El resultado es un único conjunto de datos, coherente y más representativo.

Imaginemos un estudio de tracking de marca. En la Fase 1 (Motor Online) recolectamos en nuestra *plataforma Ipsos.Digital*, el 70% de la muestra en pocos días, con una sólida base en los NSE A, B y C. Luego en la Fase 2 (Diagnóstico y Activación) nuestro equipo de estadística identifica la brecha en los NSE D y E, por lo que inmediatamente, se activa a la red de campo cara a cara con el objetivo preciso de cubrir esas cuotas.

Al finalizar, se activa la Fase 3 (Fusión Inteligente), ambas fuentes de datos se integran y mediante técnicas de calibración estadística, nos aseguramos de que el peso del NSE D y E offline y de aquellos con baja conectividad sea representado en la población. El resultado es "Precisión Ágil: Rapidez que inspira confianza".

En resumen, la clave de la investigación moderna no es la elección entre online y offline, sino la destreza para combinarlos eficazmente **cuando es necesario**. Al unir el potente motor de los paneles de alta calidad con el rigor estratégico del cara a cara, Ipsos ofrece a sus clientes lo mejor de ambos mundos: la agilidad para competir y la certeza para ganar, basando sus decisiones en una visión más integral.

## Fuentes:

1. ENAHO. 2024.
2. Ipsos Perú. 2024. Comportamiento Digital.
3. Ipsos Views. 2021. The Power Of Research Panels.