

**ESTADÍSTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN  
CAMPUS VIRTUAL OCW  
PRÁCTICA 3: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Durante la primera parte del curso hemos trabajado, de manera general, las diferentes fases del proceso de investigación. En esta práctica nos servirá para plantear la investigación en términos reales a través de la realización de un proyecto de investigación.

Dicho proyecto deberá recoger **todas las fases del proceso** que llevarías a cabo para poder llegar a elaborar el informe final de resultados. La propuesta debe ser lo más concreta posible en todas sus fases. Así, por ejemplo, en el caso de plantear una encuesta y su muestreo, deberás desarrollar el cuestionario y plantear el tipo de muestreo así como la manera en que seleccionarías a los individuos; en el caso de plantear un grupo de discusión, el guión de ese grupo. Para las primeras fases puedes seguir el ejemplo del tema 2.1. En todo caso, debes realizar el proyecto de investigación hasta la fase *Delimitación de unidades de observación y proceso de selección* (incluida).

A continuación se presenta el contexto en el que se genera la necesidad de información que da lugar a la siguiente pregunta general de investigación:

**Pregunta general:** *¿Cuáles son las características de mi audiencia?*

Ainhoa Arrastio, después de licenciarse en comunicación comenzó a trabajar en la televisión local en la que ya había hecho prácticas durante el grado, Telebilbao. Esta mañana, en una reunión con la directora de la cadena, le han encargado realizar un informe sobre la audiencia de la cadena de televisión. Concretamente la directora está interesada en conocer cuál es la audiencia total de su cadena en su comarca de referencia, el Gran Bilbao (Bilbao y los municipios del área metropolitana), cuáles son sus características generales (edad, sexo, nivel socioeconómico, pautas de consumo, etc.) en relación a las cadenas de la competencia y cuál es la valoración que su audiencia hace sobre los principales programas de la cadena. Los resultados serán utilizados tanto para la mejora de la cadena como, sobre todo, para conseguir nuevos anunciantes que mejoren la situación económica de la misma. Ainhoa deberá tener un informe sobre estas cuestiones en un plazo de dos meses.