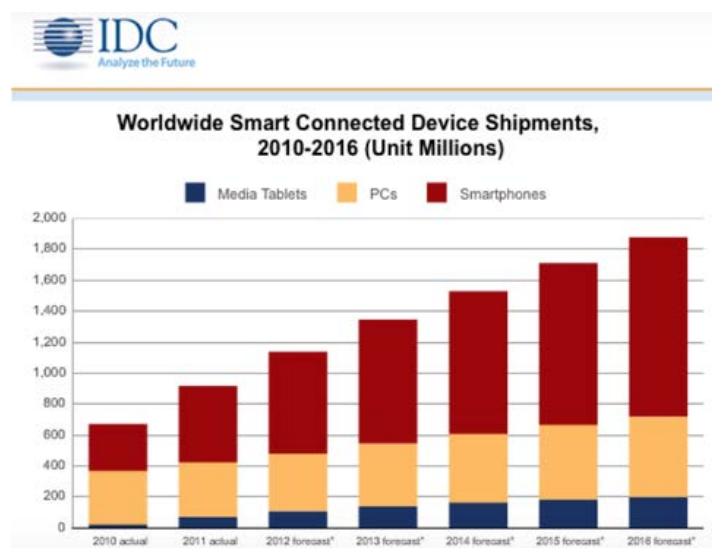


Qual o futuro dos computadores na pesquisa de mercado? O progresso dos dispositivos móveis nas pesquisas online

Faz alguns anos, falar de pesquisa online era falar de pesquisa completadas via um computador. No entanto, com a aparição dos smartphones e tablets, já não se pode assumir que uma pesquisa online está necessariamente completada utilizando um computador. Cada vez mais, a gente compra e utiliza estes novos dispositivos (“mobile devices”) para navegar por Internet e as previsões vão na direção de uma presença ainda bem mais forte destes novos aparelhos, como se pode ver o gráfico 1.

Gráfico 1: previsões de vendas de computadores, tablets e smarthphones (fonte: IDC)



Por mais tenhamos um Smartphone ou uma tablet não significa que utilizaremos para completar uma pesquisa online. Para avaliar se o crescimento no uso destes novos dispositivos móveis se está refletindo em mudanças na maneira de responder às pesquisas online, Schmidt and Wenzel (2013) utilizam 42 projetos feitos por SKOPOS em 2012 com um total de 52.883 respondentes. Seus resultados mostram que 5,7% destes respondentes completaram a pesquisa online via um aparelho móvel (isto é 3.014 respondentes).

Parece por tanto que os respondentes que utilizam um aparelho móvel para completar a pesquisa é ainda uma parte relativamente pequena. No entanto, este número esconde diferenças relevantes. Primeiro, há diferenças entre os respondentes dos online access panels e os que foram contatados por email (por exemplo de uma base de dados proprietária) para participar: nos online access panels, observou-se só um 3,8% de pessoas que completaram a pesquisa via móvel, frente a um 10,7% dos que foram contatados por emails. Segundo, há diferenças entre países: em Alemanha, só um 4% dos respondentes completam a enquete via móvel, enquanto em EE.UU tem-se 18%. Estes números vão provavelmente aumentar nos próximos anos, junto com o incremento de vendas previsto.

É por isso que é importante – e o será cada vez mais - ter em conta quando se prepara uma pesquisa online a possibilidade e as especificidades dos aparelhos móveis. O que diferencia principalmente estes aparelhos no momento de responder uma pesquisa online com respeito à forma tradicional de responder através de um computador é o seguinte:

- O tamanho da tela é de tamanho variável mas em general, é menor que um computador
- A direção da tela se costuma poder mudar (orientando o aparelho horizontalmente ou verticalmente)
- A tela costuma ser touch screen
- O teclado pode ser numérico e não “completo”
- Estes aparelhos não só permitem conectar-se à Internet além de permitir instalar aplicações que podem permitir responder por exemplo a uma pesquisa
- Alguns aparelhos não podem ler Flash

Por isso, é possível que uma pesquisa que funciona bem quando está sendo completado através de um computador, que problemas pode ocorrer através de um aparelho móvel: se a enquete utiliza Flash, alguns elementos podem não ser legíveis quando se utilizam escalas longas ou perguntas longas. Às vezes, pode ser que em um Smartphone - ainda mais se o teclado é numérico - não se possa ver toda a pergunta de uma vez e do que seja necessário fazer um zoom e ir movendo a tela para poder ler a pergunta. Além disso, se há que selecionar um rádio button, é muito fácil equivocar-se quando os botões são menores que o dedo do respondente, etc.

Há portanto muitas razões para assumir que a experiência pode ser muito diferente quando um respondente está em um computador ou em um aparelho móvel. Com o crescimento dos aparelhos móveis, é importante que o desenho da pesquisa, os pesquisadores tenham em conta estas diferenças e tentem propor uma pesquisa que esteja o mais adaptada possível, não só aos computadores, senão, também, aos aparelhos móveis como tablets e smartphones.

Referências bibliográficas:

Gráfico1: <http://www.theverge.com/2012/3/29/2910399/idc-smartphone-computer-tablet-sales-2011>

Schmidt and Wenzel (2013). “Mobile Research Performance. How Mobile Respondents Differ From PC Users Concerning Interview Quality, Drop-Out-Rates And Sample Structure”. Presentación GOR conferencia 2013 (Mannheim):

http://conftool.gor.de/conftool13/index.php?page=browseSessions&presentations=show&form_session=30