

¿Son diferentes las respuestas que obtenemos entre los participantes de encuestas online que usan PC y los que usan smartphone/tablet?

En los últimos años, la aparición de nuevos aparatos móviles como las tablets y los smartphones ha revolucionado el mundo de Internet, así como el uso que las personas hacen de la red. En el mundo de las encuestas online, la aparición de estos aparatos móviles implica un cambio que todavía no ha sido suficientemente considerado. De hecho, estos aparatos móviles se diferencian de los ordenadores a muchos niveles (tamaño de la pantalla, tipo de teclado, posibilidad de bajar aplicaciones para tareas específicas, etc.) que pueden afectar la manera en que los individuos responden a una encuesta.

Con el fin de arrojar luz sobre este problema, Schmidt and Wenzel (2013) han utilizado los datos de 52.883 respondientes a encuestas SKOPOS del 2012 para comparar los que responden las encuestas por ordenador y los que responden por smartphone o tablet, en relación a diferentes aspectos:

- 1) Drop-out: se observa un **porcentaje más alto de abandono en los usuarios respondiendo vía un aparato móvil** que en los que responden desde un ordenador. Puede ser porque es más difícil responder desde un aparato móvil y, por lo tanto, más probable que los usuarios se cansen más fácilmente. Si la encuesta no está adaptada a los aparatos móviles (uso de Flash, baterías muy largas...), el respondiente puede enfrentarse a una encuesta a la que no consigue responder bien y por lo tanto abandona.
- 2) Duración de la encuesta: los datos muestran una **duración 18% más larga en media para los que responden utilizando un aparato móvil** respecto un ordenador. Puede ser porque es más difícil responder desde un aparato móvil, sobre todo si la encuesta no ha sido pensada para estos aparatos, lo que todavía suele pasar hoy en día. Si eso es así, los respondientes pierden más tiempo (si tienen que hacer un zoom, que ir bajando y subiendo en la pantalla, si escogen por error una respuesta que no querían escoger y tienen que cambiar...). Los problemas de conectividad – ancho de banda limitado – es otro factor que podría condicionar este dato.
- 3) Composición socio-demográfica en términos de género y edad:
 - a. Hay **más hombres que acceden a las encuestas vía un aparato móvil** que mujeres, pero la diferencia es solo de un 8% más respecto a los que responden vía ordenador.
 - b. La **probabilidad de completar la encuesta con un aparato móvil disminuye cuando la edad del respondiente crece**. Sin embargo, hay todavía un 22% de los que responden con un aparato móvil que tienen entre 41 y 50 años y un 21% más de 50 años.
- 4) Calidad en términos de “straightliners” – personas que responden las matrices con la misma opción en todas las filas - y número de caracteres en preguntas abiertas:

- a. Hay **menos straightliners entre los que responden con un aparato móvil** que entre los que responden con ordenador (2.6% versus 6.5%), lo que sugiere una mejor calidad de respuesta. No obstante, también podría ser debido a que en una pantalla muy pequeña y táctil, no es más fácil ni más rápido responder siempre lo mismo respecto a responder aleatoriamente.
- b. El **número de caracteres para preguntas abiertas narrativas es similar** en los que responden con aparato móvil y los que responden con ordenador. Este resultado es un poco diferente al observado en otros estudios en los que se encuentra que respondiendo con aparatos móviles, los respondientes suelen escribir menos caracteres pero utilizan más abreviaciones, lo que hace que al final, a nivel del contenido, no hay muchas diferencias (Maxl and Baumgartner, 2013).

En conclusión, hay diferencias a varios niveles entre los que responden con aparatos móviles y los que responden con ordenadores a las encuestas online. Estas **diferencias deberían ser tomadas en cuenta** de manera más sistemática y más seria **tanto a nivel de la preparación de las encuestas** (proponer encuestas más adaptadas a los diferentes aparatos) **como a nivel de análisis**. De hecho, diferencias observadas entre diferentes grupos de edades, por ejemplo, pueden ser el resultado de un uso diferente de los smartphones y tablets a diferentes edades, y no diferencias substantivas: si es el caso, los resultados no pueden ser comparados directamente sino que hay que tener en cuenta el efecto del aparato utilizado para responder a la encuesta. Es crucial entonces detectarlo y corregir este factor.

Referencias bibliográficas:

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&orm_session=30

Maxl and Baumgartner (2013). "Influence of mobile devices in online surveys". Poster GOR conferencia 2013 (Mannheim):

http://conftool.gor.de/conftool13/index.php?page=browseSessions&presentations=show&orm_session=23