

Clase **6**

**Encuestas
digitales**



 **Le Sphinx**

CAMPUS

El pack Sphinx dedicado a la enseñanza de métodos y técnicas para encuestas

Objetivos

Objetivos metodológicos

- Comprender el interés de las encuestas digitales (Web - redes sociales - móvil).
- Integrar una visión global de todas las fases de un proyecto de encuesta digital, desde el diseño hasta la presentación de informes.
- Poder emitir una encuesta digital y seguir el progreso de la campaña.

Objetivos Sphinx

- Saber cómo usar el modo "Difusión y Recogida" de Sphinx para lanzar y seguir una campaña de encuesta digital.
- Saber difundir una encuesta mediante emailing en Sphinx.
- Saber publicar una encuesta en una red social.

Tabla de contenidos

1. Tecnología altamente escalable
2. Principales aplicaciones
3. Posibilidades técnicas
4. Realización de una campaña de encuestas en línea
5. Distribución en soportes móviles

1. Tecnología altamente escalable

- La Web se ha convertido gradualmente en un medio líder en el sector de la investigación. Internet es el primer modo de recolección de datos para encuestas en el mundo desde 2008, representando alrededor de ¼ del mercado internacional (Fuente: *Esomar*).
- En términos generales, las encuestas digitales ya han pasado por tres etapas en su rápido desarrollo tecnológico:
 - cuestionario en **archivo adjunto**: ya totalmente obsoleto, excepto a través de archivos muy adaptados
 - Arquitectura **cliente-servidor**: software de encuestas instalado en local (por ejemplo, Sphinx iQ2) + cuestionario y archivos de respuesta publicados en línea por este software y a los que los usuarios acceden mediante consultas (por ejemplo, el servidor SphinxOnline).
 - Plataformas **SaaS** (Software as a Service) en las que todas las funcionalidades como redacción, edición, formateo y distribución, posterior selección, seguimiento, análisis y comunicación de resultados (visualización de datos) están disponibles y son utilizables en línea (por ejemplo, Sphinx Declic, DATAVIV').

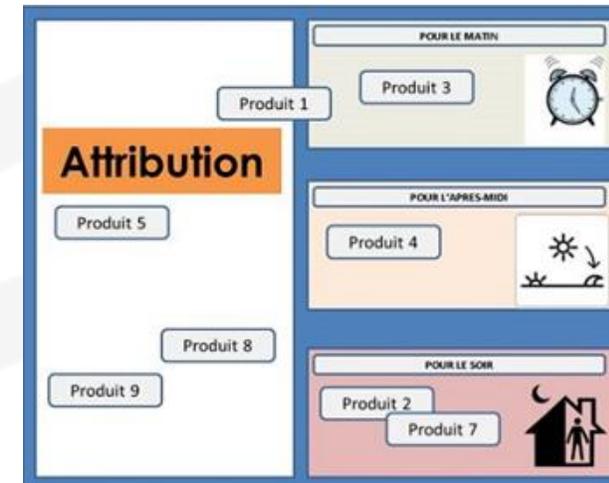
2. Principales aplicaciones

- Encuestas de satisfacción (sobre el objetivo conocido e identificado)
- Encuestas internas: barómetro social, evaluación de habilidades, etc.
- Evaluación de los sitios web
- Encuestas de opinión o estudios de mercado (sobre un objetivo desconocido) a través de Access panels
 - **Access panel:** conjunto de encuestados disponibles para responder a las encuestas, previa solicitud. Se conocen sus características sociodemográficas, lo que a menudo permite llegar a un objetivo específico. El uso de estos paneles está sujeto a un cargo de varios euros por respuesta. La mayoría de las veces operan a través de la Web (ej.: Sphinx Community).

3. Posibilidades técnicas

Fotos, sonidos, animaciones y vídeos

- Gestión automática de reenvíos (o saltos): si *< condición >* entonces *< se presenta tal pregunta >* o *< saltamos directamente a tal pregunta >*
- **Leyendas condicionadas:** idem si *< condición >* entonces *< se presenta tal texto al encuestado >*
- **Controles de integridad:** incoherencias en o entre las diferentes respuestas de la encuesta
- Cálculo de una **puntuación** o nuevas variables en línea: a medida que el encuestado marca ciertas modalidades o introduce ciertos valores, se calcula progresivamente una "puntuación". Esta puntuación (y/o la categoría correspondiente) se le puede entonces mostrar al encuestado.
- **Presentación aleatoria** de preguntas o modalidades: programación de una presentación aleatoria de las modalidades de una pregunta cerrada, preguntas dentro de un grupo de preguntas, como una batería de escalas o partes de un cuestionario cortado en páginas. Permite efectos de sesgo como el efecto ancla o el efecto halo.
- **Arrastrar y soltar:** Un método de respuesta en el que el encuestado hace clic, arrastra y deja caer para expresar su posición (véase la figura). Introduce una experiencia más implícita.



¿Cuál de estas imágenes representa mejor el queso reblochon para ti? Selecciona tres imágenes

Se muestran cinco imágenes de productos lácteos y paisajes de montaña. Las imágenes 1, 2 y 3 están seleccionadas y se encuentran dentro de un recuadro de selección con un borde punteado. Las imágenes 4 y 5 están fuera de este recuadro. Cada imagen tiene un pequeño icono de flecha circular a su derecha.

Ejemplo arrastrar y soltar

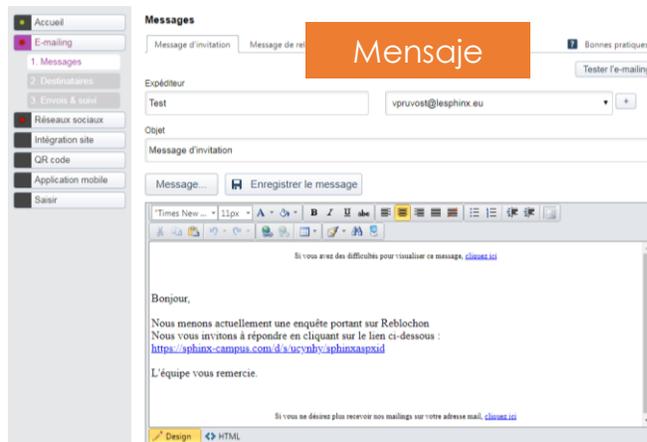
4. Realización de una campaña de encuestas en línea (1/2)

a. Concepción del cuestionario en línea: se puede hacer offline (Sphinx iQ2) u online (via Sphinx Declic)

b. Difusión de la encuesta en línea: Al final del diseño, el director de la investigación (o el investigador) tiene un enlace URL que se pondrá a disposición de los encuestados:

- Al publicarlo en un sitio, foro o red social
- Distribuyéndolo a través de una campaña de correo electrónico en un archivo de contactos a su disposición (véase la figura)
- Al difundirlo a un *access panel* (Sphinx Community).

c. Muestreo, selección de encuestados: Se puede configurar un acceso controlado automáticamente a la encuesta según las preguntas o filtro, de modo que se pueda obtener el efectivo deseado por categoría (sexo, grupos de edad, etc.).



Destinatarios

1 destinataires définis

	Email	Statut	prenom	nom	ville
<input type="checkbox"/>	test@lesphinx.eu	Disponible	Violaine	Test	Annecy

1 destinataire(s) sur 1 page(s)



4. Realización de una campaña de encuestas en línea (2/2)

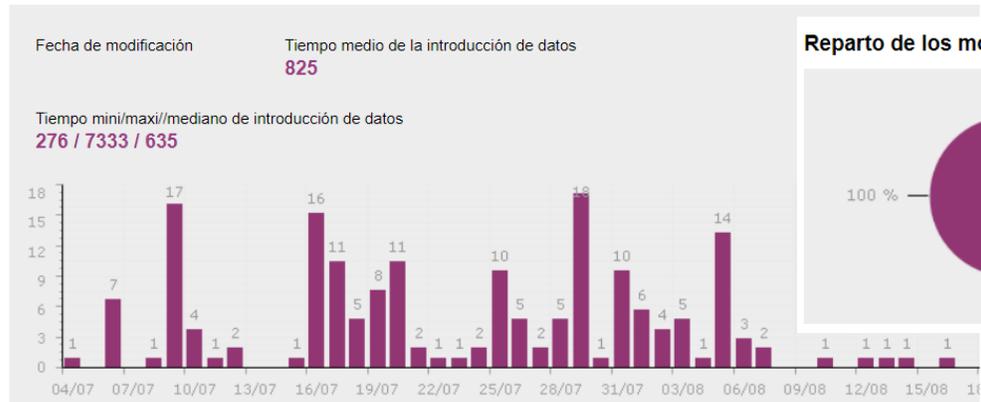
d. Seguimiento del desarrollo de la encuesta: acceso a indicadores e instrumentos de seguimiento para asegurar el buen funcionamiento de la encuesta: tasa de respuesta, tasa de retención o finalización, ubicación de los abandonos, tiempo medio de conexión (útil en la fase de prueba), rutas de navegación más utilizadas, etc.

e. Análisis de las respuestas: se puede hacer en local (Sphinx iQ2) o en línea (DATAVIV').

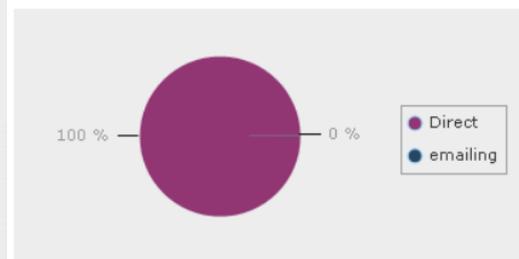
f. Comunicación de resultados: es posible proporcionar a los patrocinadores o al público un enlace para consultar los resultados o incluso el acceso a un módulo de análisis en línea personalizado. A esta aplicación se le llama «WebReporting».

Seguimiento: 986 respuesta(s)

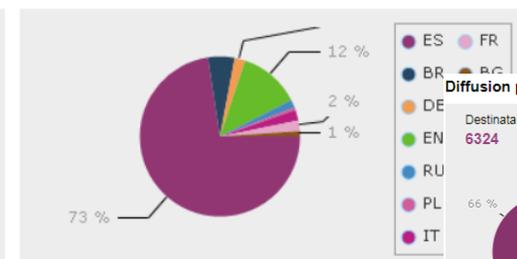
Seguimiento detallado



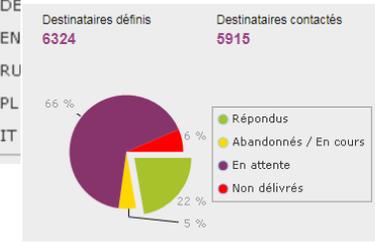
Reparto de los modos de recogida



Reparto de los idiomas de la encuesta



Diffusion par e-mail



Diffusion sur réseaux sociaux

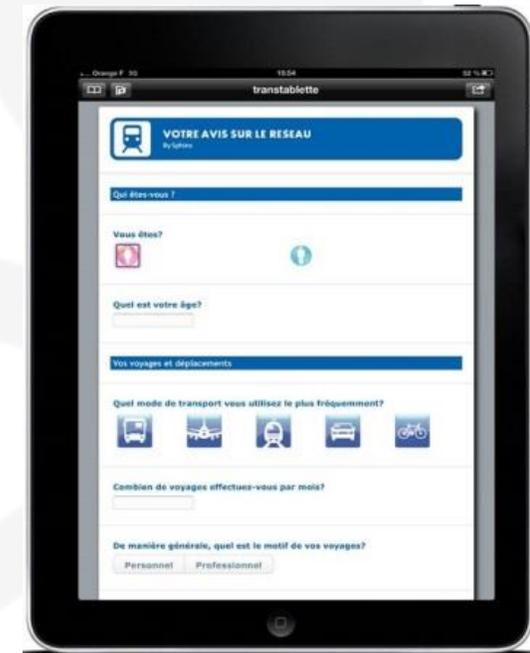
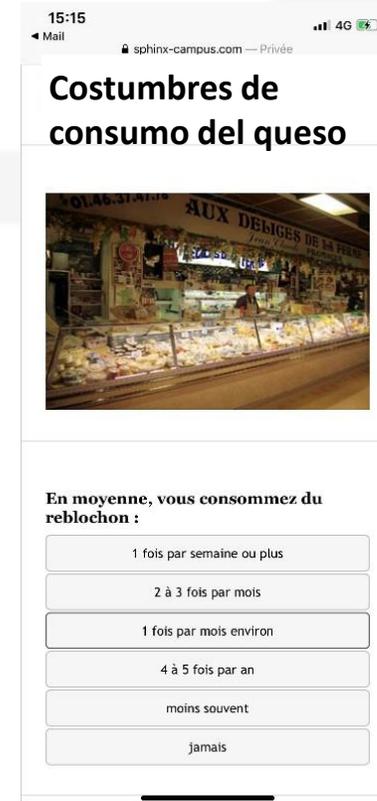


5. Distribución en soportes móviles

- Las encuestas en soportes móviles o CAMI (Computer Assisted Mobile Interviews) representan el último avance en la tecnología de gestión de encuestas.
- Dos modalidades: variante de encuesta en la web o modo fuera de línea para recopilar respuestas o recoger información.

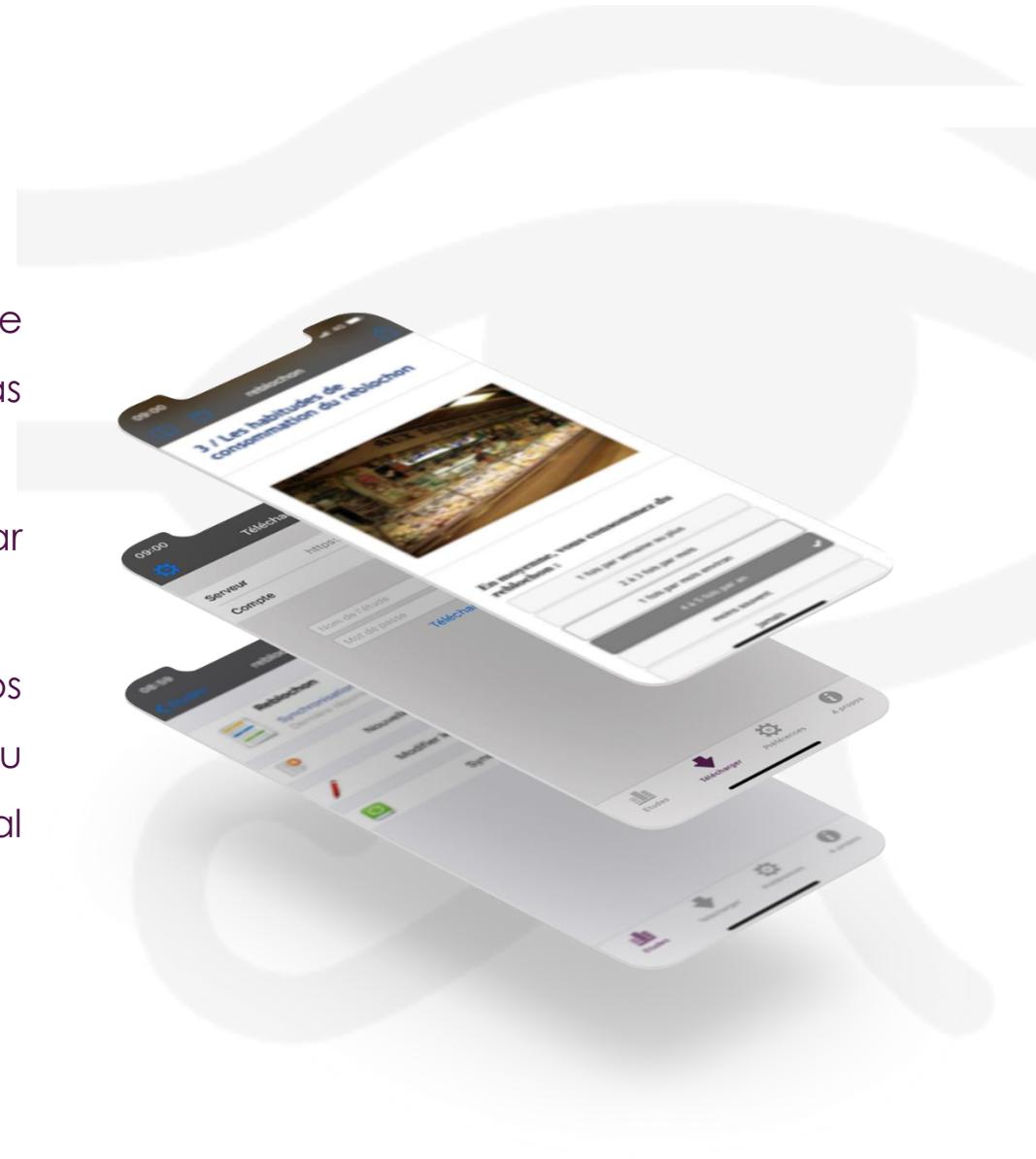
5. 1 Variante Web

- Los dispositivos móviles son terminales bastante especiales: las pantallas son a menudo más pequeñas y los teclados están integrados => menos espacio y comodidad.
- Es importante que el que diseña la encuesta considere estas situaciones de respuesta. O bien se anticipa a una entrada de datos en varios puestos creando un formulario simple y aireado, o bien se beneficia de la tecnología RWD (responsive web design) que permite una adaptación automática del formulario a la terminal utilizada (funcionalidad integrada en el software Sphinx).



5. 2 Modo desconectado

- Ejemplos de ello son las encuestas en las redes de transporte público (autobuses, metros, trenes), los centros de salud, las ferias de muestras, los puntos de venta o los comedores.
- Los terminales móviles también pueden utilizarse para realizar auditorías de calidad o *mystery shopping*.
- Se necesita una aplicación desarrollada para medios móviles. El usuario instala la aplicación requerida en su tableta o smartphone y descarga la encuesta en su terminal para entrar los datos y sincronizarlos



Conceptos clave

- **E-mailing:** el envío masivo de un correo electrónico de invitación a una gran población. Se rastrean los envíos y se pueden gestionar recordatorios, notas de agradecimiento y estadísticas de seguimiento.
- **Reporting en línea (o webreporting):** plataforma que proporciona los resultados de la encuesta en línea. Con ellos se puede hacer un seguimiento en tiempo real de las respuestas y analizar en tiempo real. El acceso puede restringirse o limitarse a una subpoblación específica.
- **Access panel:** conjunto de encuestados disponibles para responder a las encuestas, previa solicitud. Se conocen sus características sociodemográficas, lo que a menudo permite llegar a un objetivo específico. El uso de estos paneles está sujeto a un cargo de varios euros por respuesta.

Ejercicios

Ejercicio 6a: cuestionario de publicidad

Crea un cuestionario de seis a diez preguntas sobre la opinión de los españoles sobre la publicidad: "Publicidad: ¿a favor o en contra?" Prepara una lista de contactos de correo electrónico de diez personas. Distribuye esta encuesta a través de un correo electrónico desde la plataforma. Analiza los resultados en línea.

Ejercicio 6b: cuestionario en Facebook

Publica un cuestionario de cinco a siete preguntas en Facebook sobre por qué usas Facebook con tus amigos. Distribuye este estudio desde la plataforma Sphinx Campus.

Ejercicio 6c: cuestionario en móvil

Este ejercicio debería permitir experimentar con la introducción de datos móviles y luego gestionar una campaña realizada con este método. Desde un terminal móvil, a través de una plataforma como AppleStore o GooglePlay, descarga la aplicación "SphinxMobile". Abre la aplicación Sphinx Mobile y elige la pestaña "Descargar". Necesitarás la siguiente información para descargar la encuesta:

- Servidor: <https://sphinx-campus.com>
- Cuenta: indica el nombre de tu cuenta de Sphinx Campus

Una vez descargada, complete la encuesta y sigue el progreso desde Sphinx Campus.

Más recursos

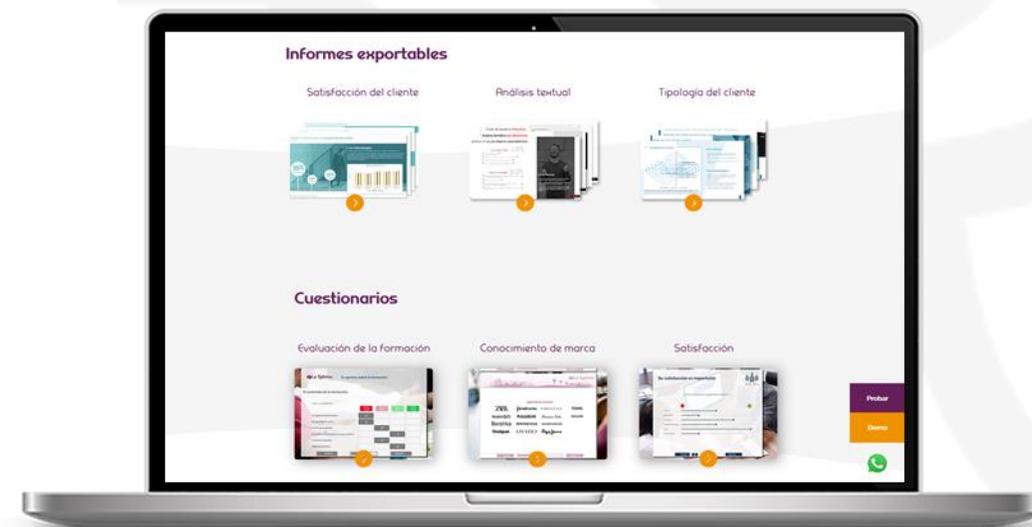
Tutoriales

www.lesphinx.es/videos



Ejemplos

www.lesphinx.es/ejemplos



Descargar una licencia

www.lesphinx.es/probar-gratis

