

Factibilidad de pedir datos visuales en encuestas en línea

ALAS 2022. 15 de agosto.

PATRICIA A. IGLESIAS & MELANIE REVILLA | RECSM, UNIVERSITAT POMPEU FABRA.



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona



Introducción




- Cada vez es mayor la proporción de encuestas web que se responden desde un dispositivo móvil (Tourangeau et al., 2018), alcanzando el 78,8% entre los millennials en Estados Unidos y el 63,8% en España (Bosch, Revilla & Paura, 2019b).
- Los dispositivos móviles tienen sensores que ofrecen nuevas oportunidades de medición → **datos visuales**.
- ¿Qué son los **datos visuales**?
 - Fotos, capturas de pantallas, videos, y otros tipos de contenido visual que puedan ser guardados en un dispositivo, que sean accesibles desde éste, o que puedan ser creados con su cámara o con la opción de captura de pantalla.

¿Por qué datos visuales?

- Ventajas esperadas:
 - Información más rica que la que se puede obtener por texto.
 - Información que las y los participantes no conocen.
 - e.g., tipos de mosquito (Mosquito Alert project).
 - Información más precisa cuando hay que recordar .
 - i.e. “menciona todos los ítems que compraste en tu última ida al supermercado”
 - Puede ayudar a una mayor participación en ciertos grupos (e.g. Millennials, personas con bajo nivel de alfabetización, etc.)

Còpia	
	EUR
Naranja 2 kg	2,29 A
0,50EUR Dto Lidl Plus	-0,24
Edulis/Ensalada dúo	0,99 A
0,50EUR Dto Lidl Plus	-0,10
Edulis/Espinacas	0,89 A
0,50EUR Dto Lidl Plus	-0,09
Cien/D roll on surt	0,69 C
0,50EUR Dto Lidl Plus	-0,07

Total	4,36
=====	
Tarjeta	4,36
Ahorro total por descuentos	0,50

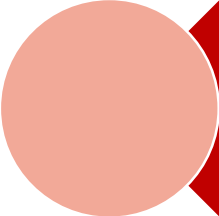


Consideraciones para pedir datos visuales

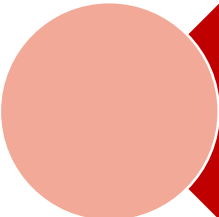
Las y los investigadores deben tener en cuenta que...



Los datos visuales no sirven para todos los temas



La carga/esfuerzo de las personas informantes



La calidad de los datos, costos, ética, y protección de los datos

Consideraciones para pedir datos visuales

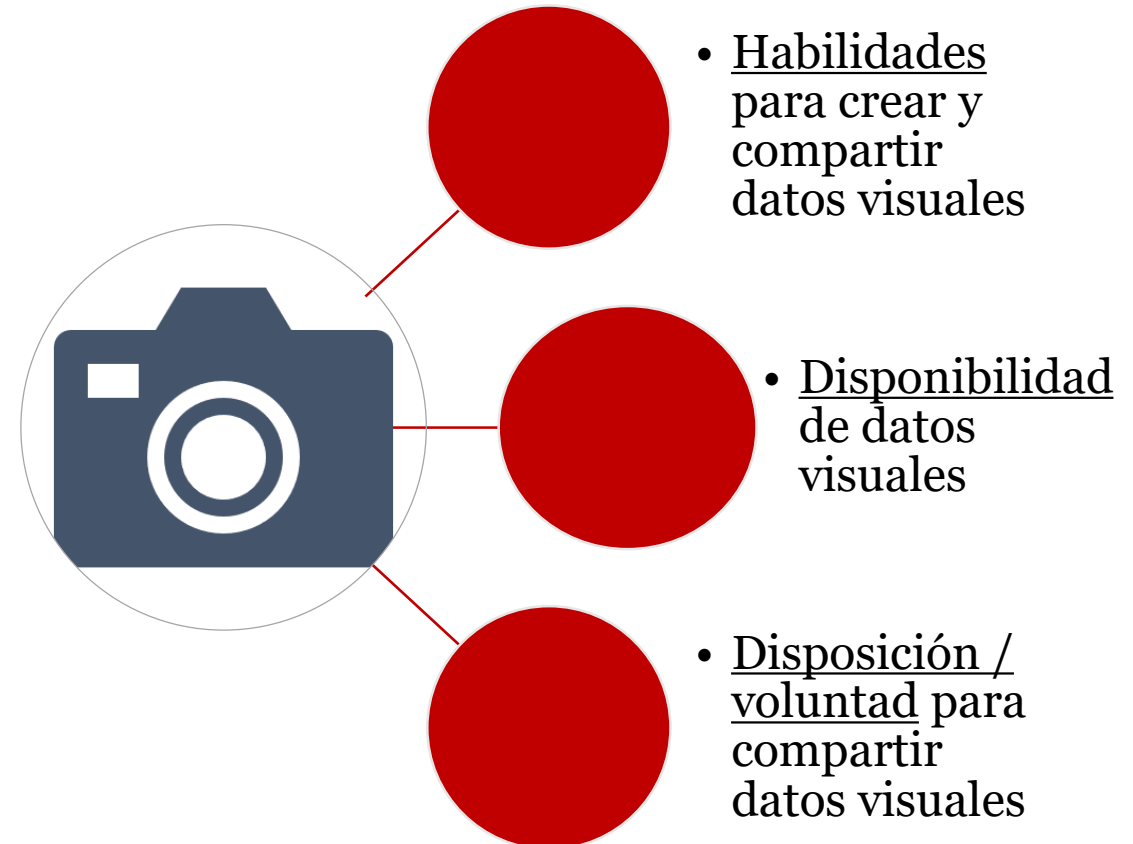
Las y los investigadores deben tener en cuenta que...

Los datos visuales no sirven para todos los temas

La carga/esfuerzo de las personas informantes

La calidad de los datos, costos, ética, y protección de los datos

Para enviar datos visuales, las personas informantes deben tener...



Hasta ahora sabemos que...

- Disposición
 - Entre el **50%** (Revilla et al., 2019) y **65%** (Wenz et al., 2019) ha declarado que estaría dispuesto a compartir imágenes en una encuesta online.
 - La voluntad varía dependiendo de qué es lo que se pide (Struminskaya et al., 2021)
- Participación real
 - Cuando efectivamente se han pedido datos visuales, la participación ha variado entre el **11%** (Jäckle et al., 2019; Read, 2019) y el **52%** (Bosch et al., 2019a).

Pregunta de investigación

¿Cuál es la factibilidad de pedir datos visuales mediante encuestas en línea?

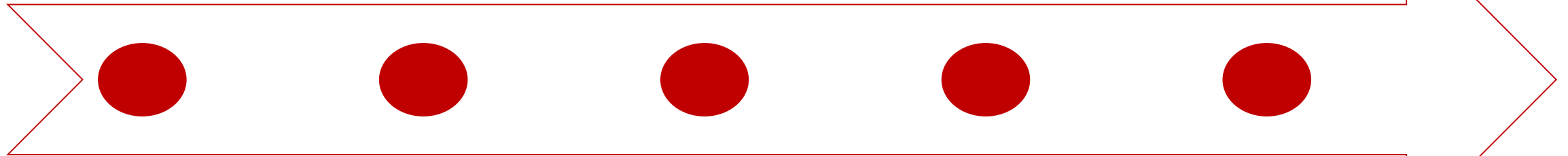
¿Las personas informantes tienen **las habilidades necesarias**?

¿Están **dispuestas** las personas informantes a compartir datos visuales?

¿Cuál es la **carga** asociada a distintos tipos de preguntas?

¿Hay **disponibilidad** de los diferentes tipos de datos visuales?

¿Qué proporción de informantes **cumple con las primeras tres condiciones**?



Metodología y datos

- Encuesta en línea

Cuestionario

Sección de smartphone

¿Aceptarías participar en una encuesta a la que solo pudieras acceder desde un smartphone (teléfono inteligente)?

Sección de computador

¿Y si sólo pudieras participar desde un ordenador?

Metodología y datos

- Encuesta en línea

Cuestionario

Sección de smartphone

¿Aceptarías participar en una encuesta a la que solo pudieras acceder desde un smartphone (teléfono inteligente)?

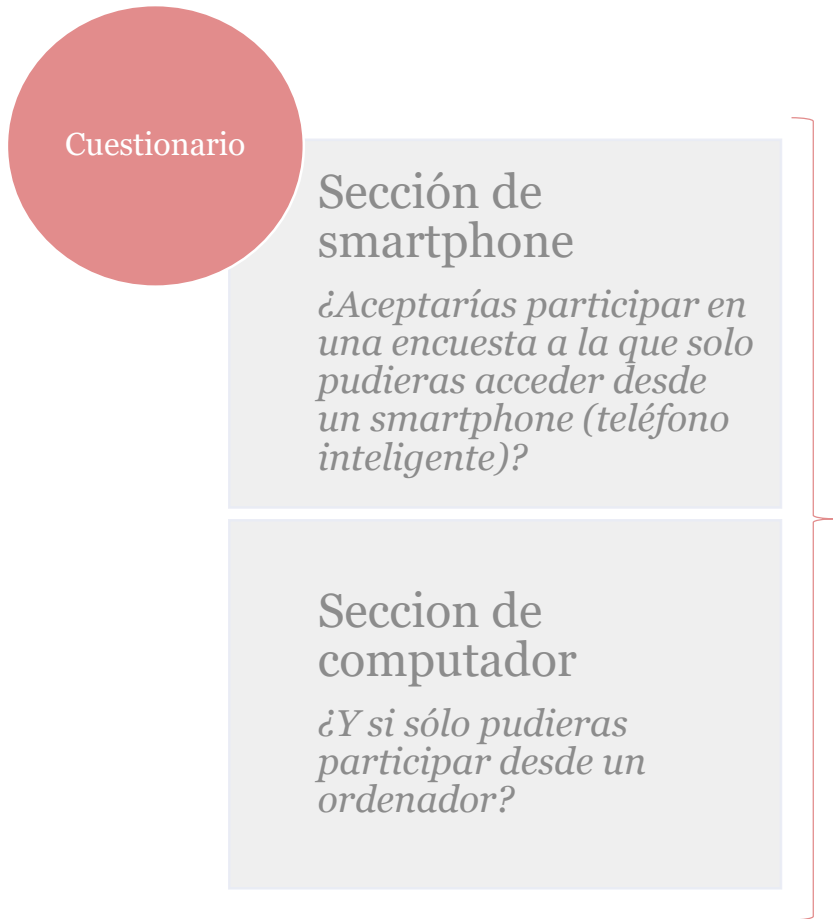
Sección de computador

¿Y si sólo pudieras participar desde un ordenador?

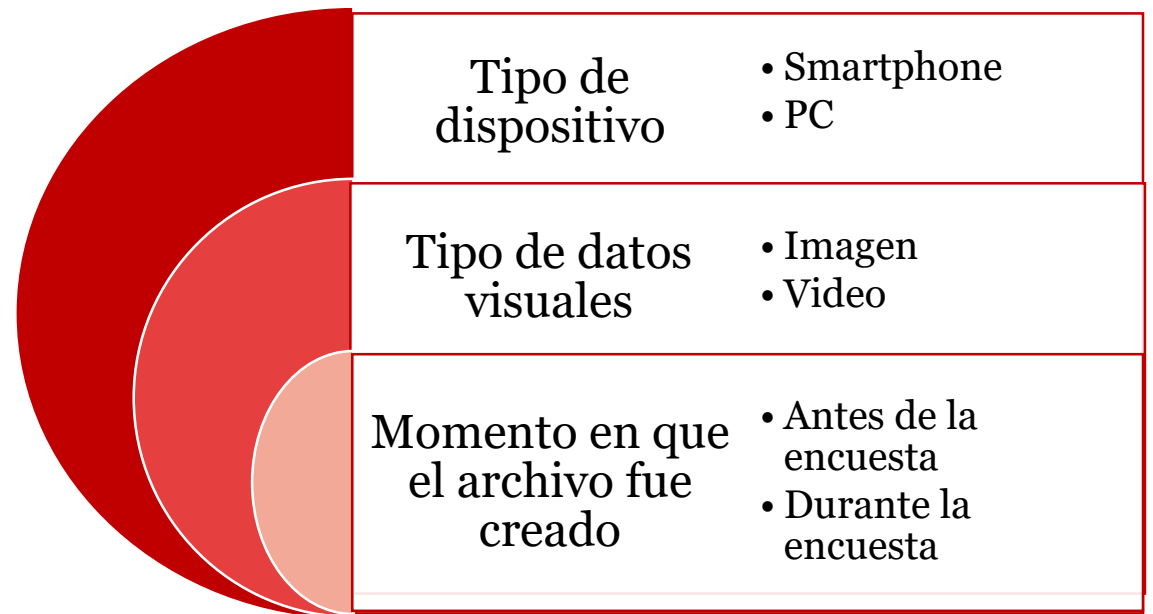
- Máximo de 71 preguntas
- Con excepción de las preguntas filtro, se permitía avanzar sin responder.

Metodología y datos

- Encuesta en línea



- Máximo de 71 preguntas
- Con excepción de las preguntas filtro, se permitía avanzar sin responder.



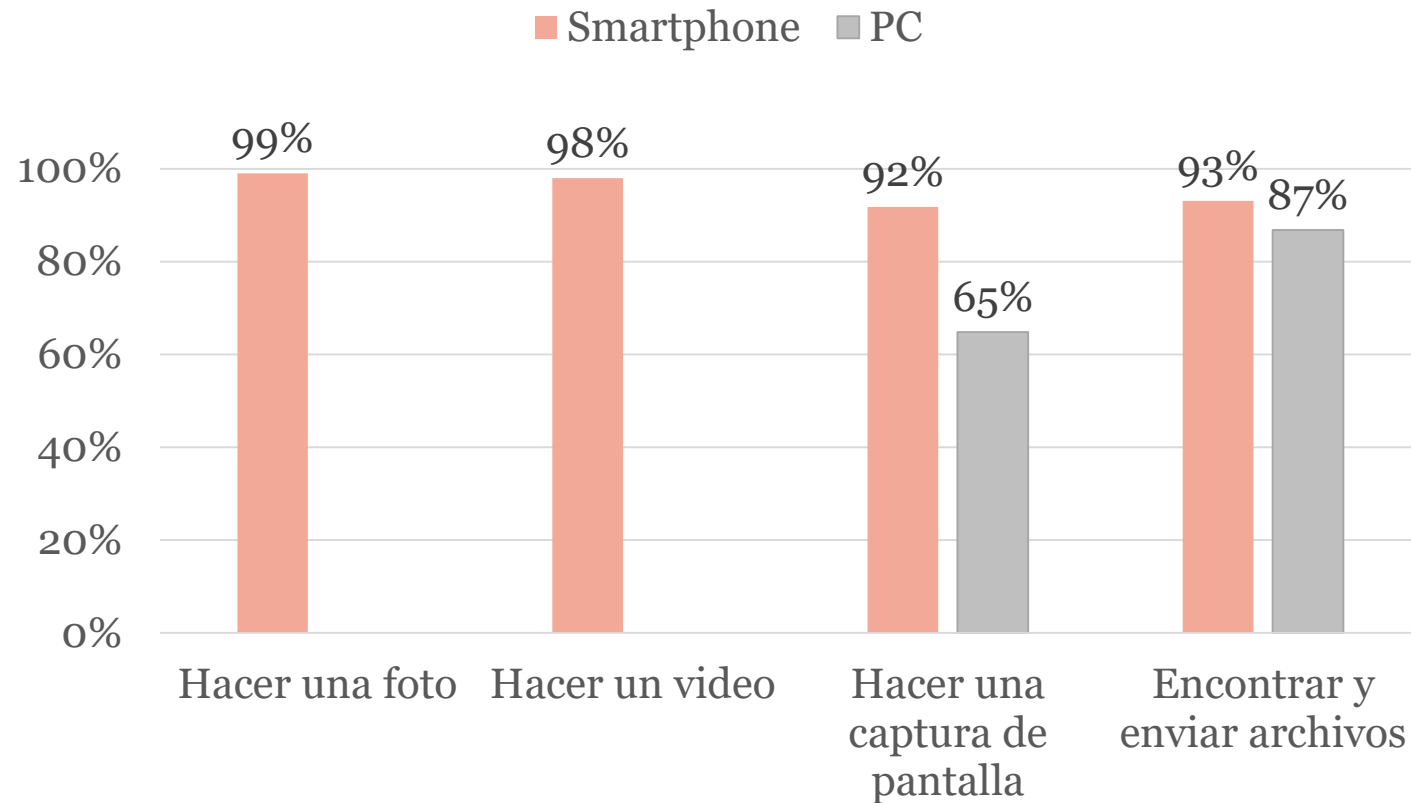
Metodología y datos

- Panel (opt-in) online en España (Netquest)
 - Fecha: Mayo, 2021.
 - Cuotas basadas en género, edad y educación.
 - 857 participantes completaron la encuesta.
- Análisis
 - Análisis descriptivo y tests de significancia para caracterizar y comparar la prevalencia de las variables.

Resultados

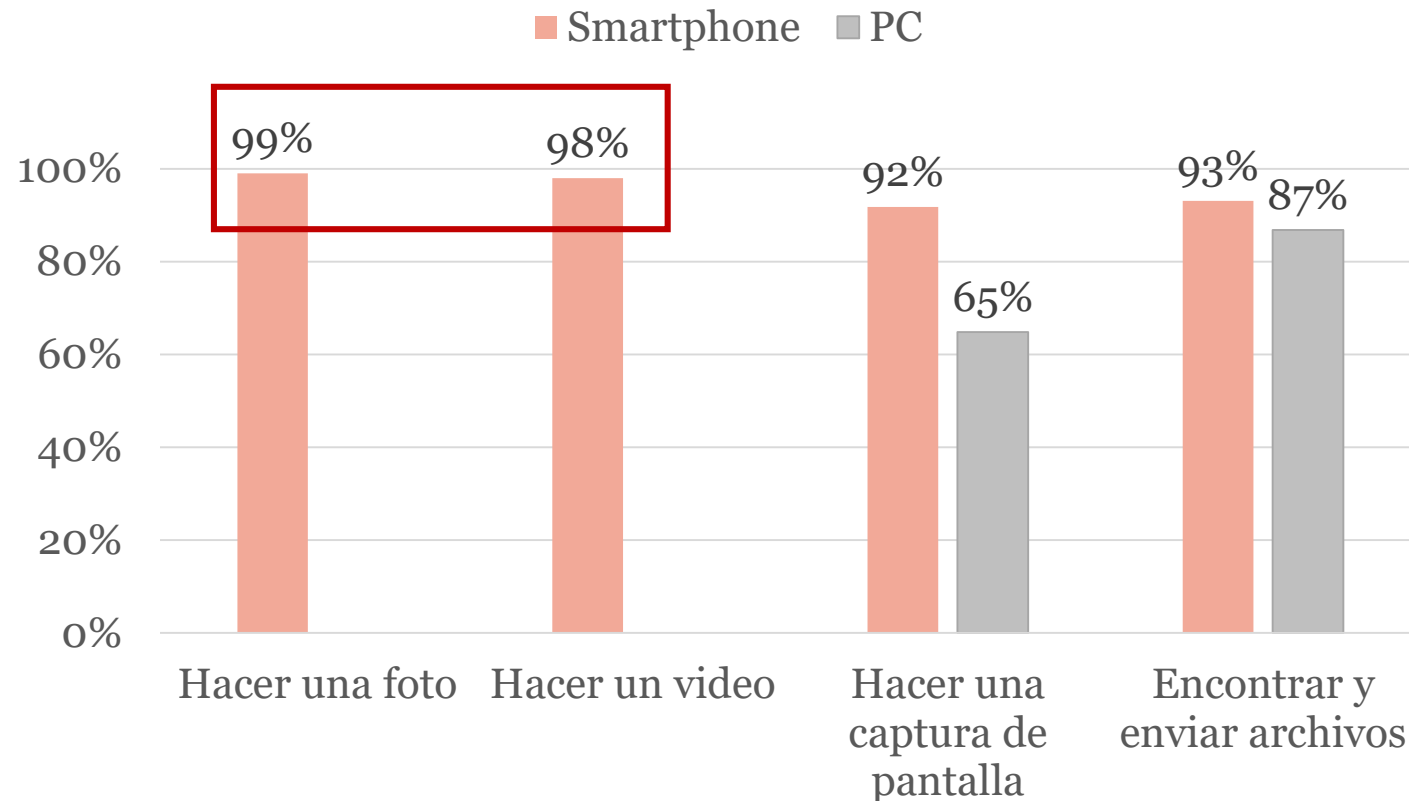
*Al comparar las categorías, todas las diferencias mostradas en las diapositivas son estadísticamente significativas.

Habilidades para crear y/o compartir datos visuales



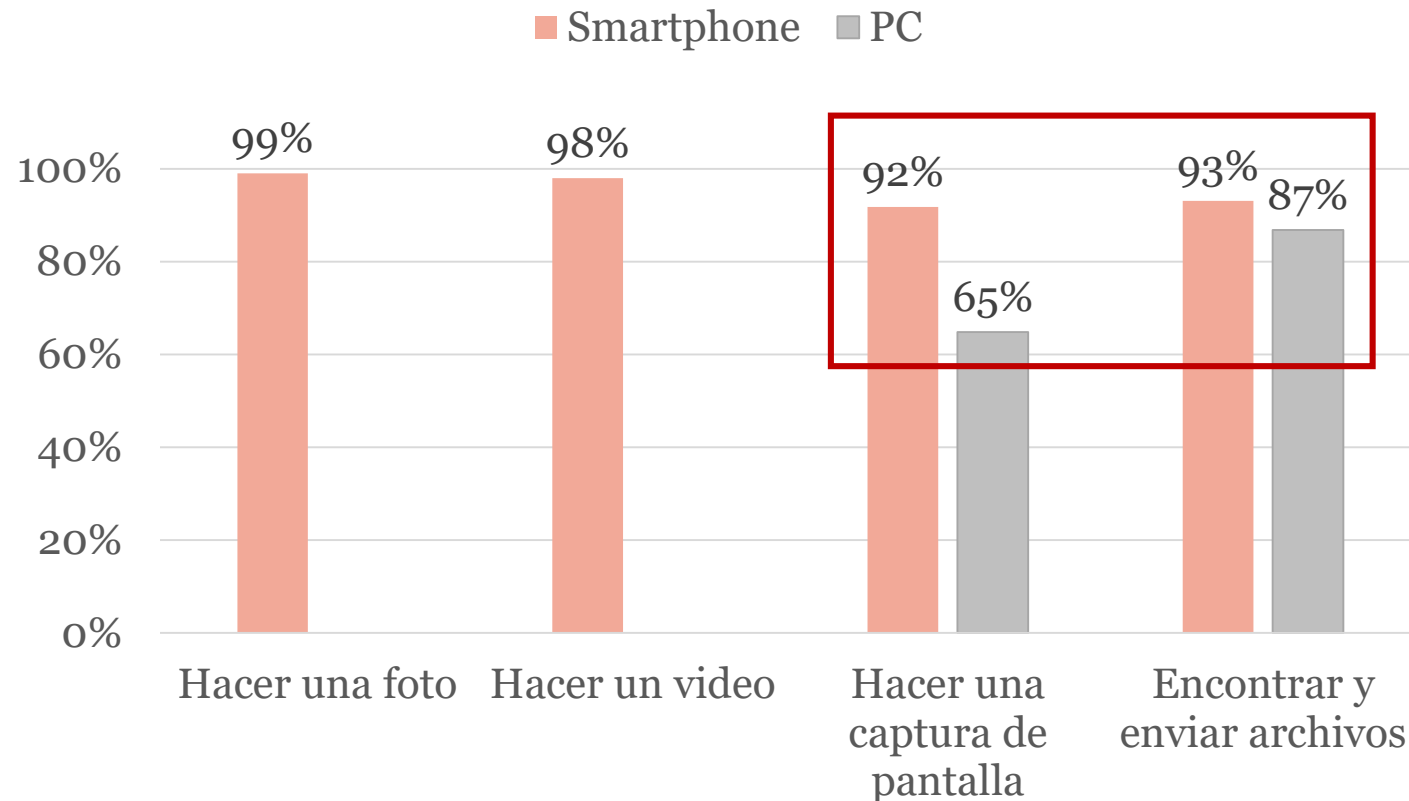
Habilidades para crear y/o compartir datos visuales

- Casi todas las personas encuestadas **saben hacer una foto o grabar un vídeo**. Las habilidades para el resto de tareas **son altas pero menos universales**.



Habilidades para crear y/o compartir datos visuales

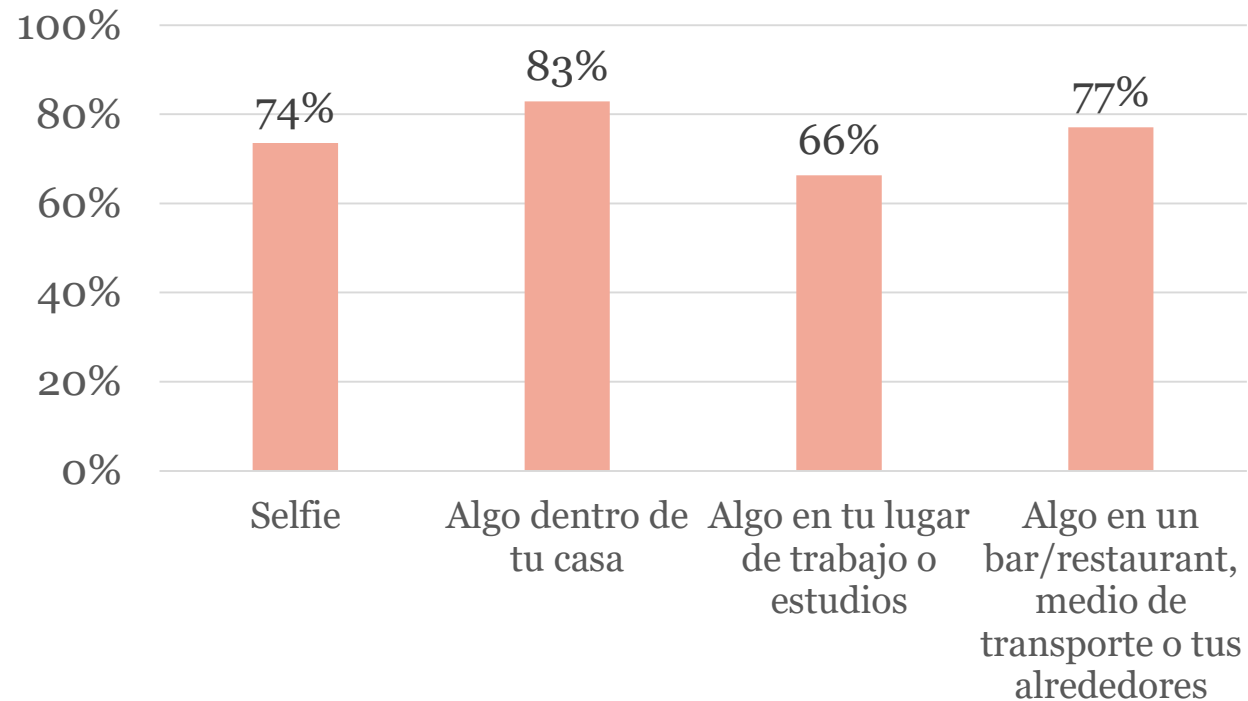
- En general, las habilidades son más **altas en smartphones**.



Disponibilidad para crear datos visuales durante la encuesta

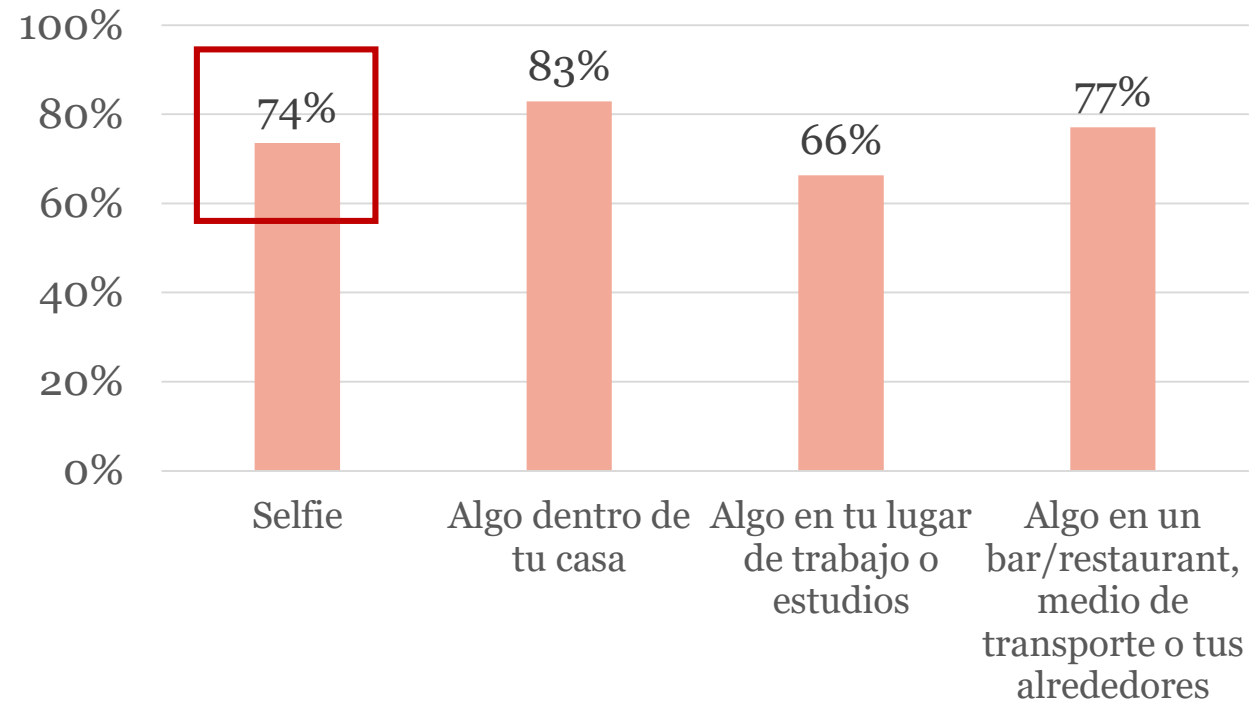
Ahora mismo, ¿te encuentras en una situación que te permitiría hacer una foto o un video con tu smartphome de ti mismo(a) / de algo que está alrededor o cerca de ti?

Por favor, no consideres si aceptarías hacerlo, simplemente queremos saber si la situación en la que te encuentras te permitiría hacerlo.



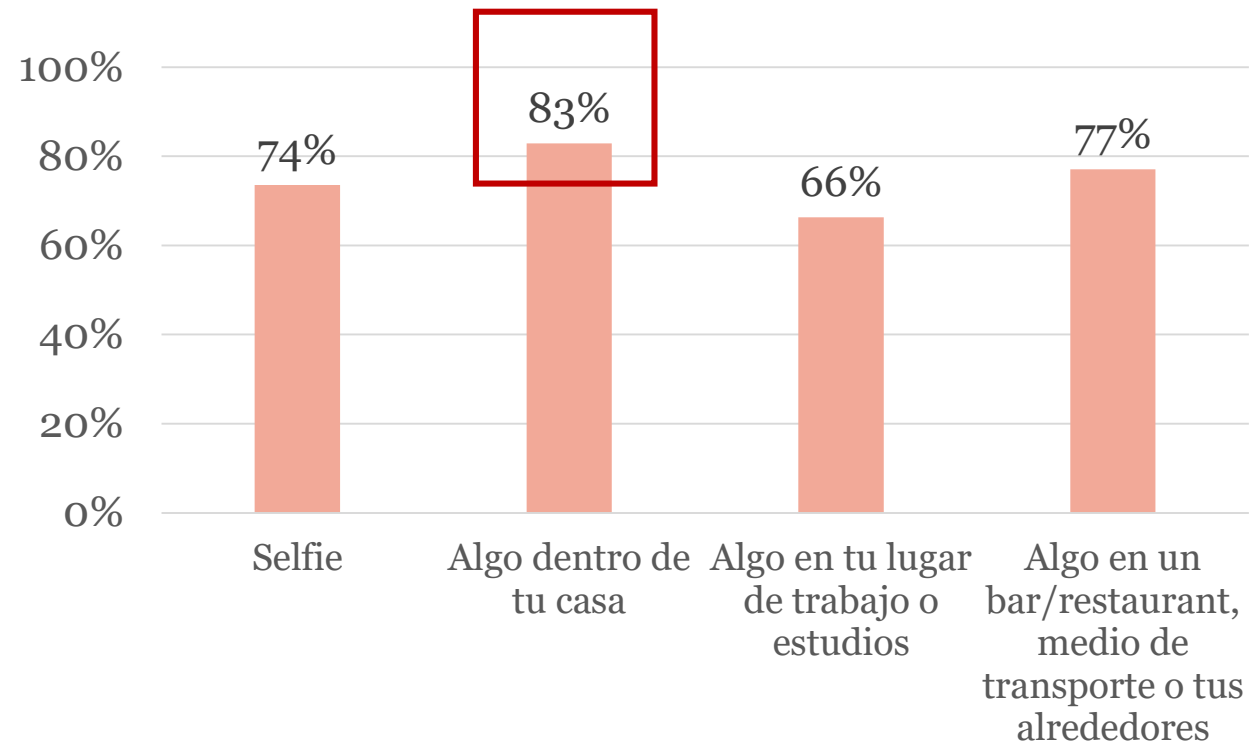
Disponibilidad para crear datos visuales durante la encuesta

- 7 de cada 10 participantes tendrían disponibilidad para **tomarse una selfie**.

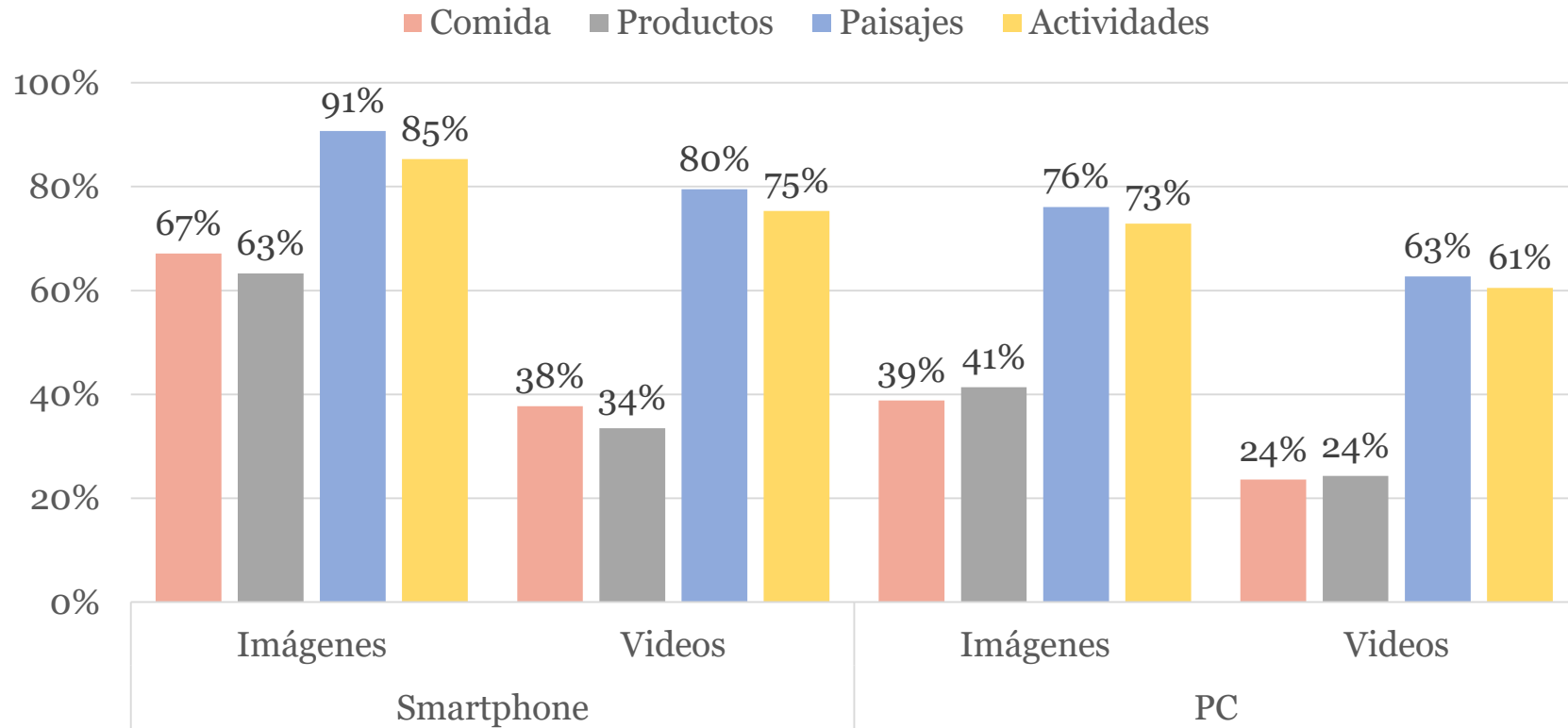


Disponibilidad para crear datos visuales durante la encuesta

- Si están en casa, 83% de quienes responden la sección de smartphone estarían en una situación que les permite **hacer una foto o video dentro de ella.**

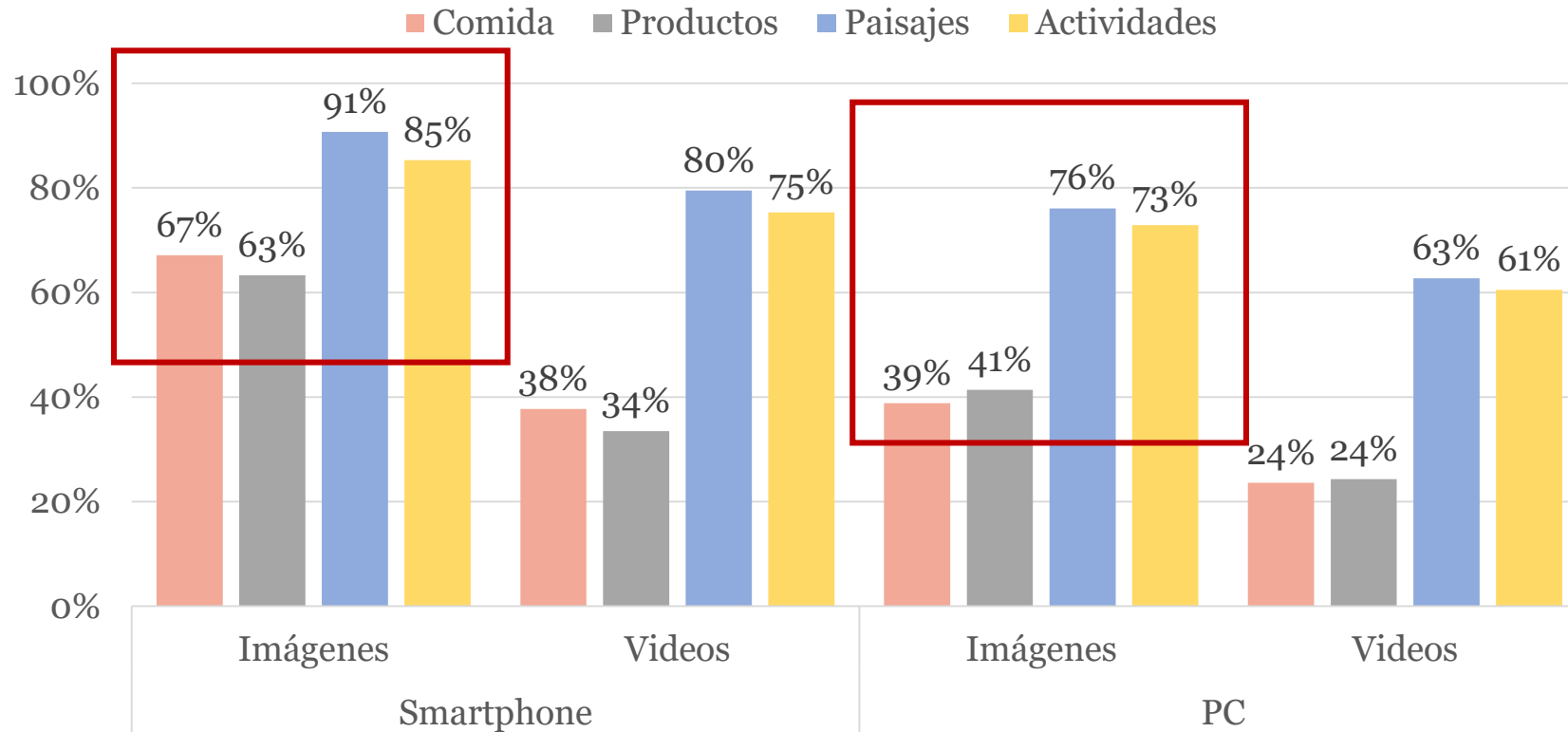


Disponibilidad de datos visuales ya guardados en el dispositivo



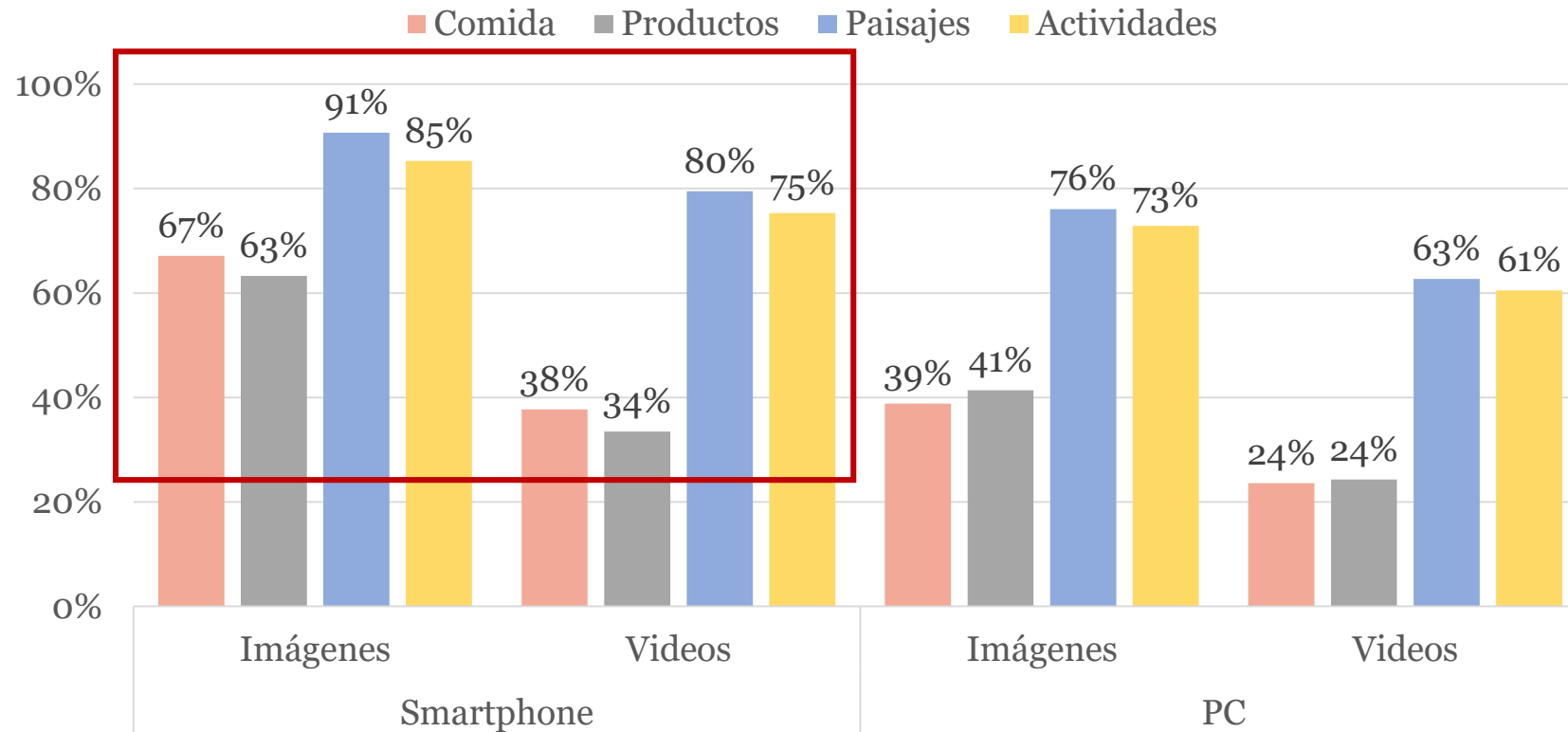
Disponibilidad de datos visuales ya guardados en el dispositivo

- Hay una **mayor disponibilidad de imágenes que de videos.**



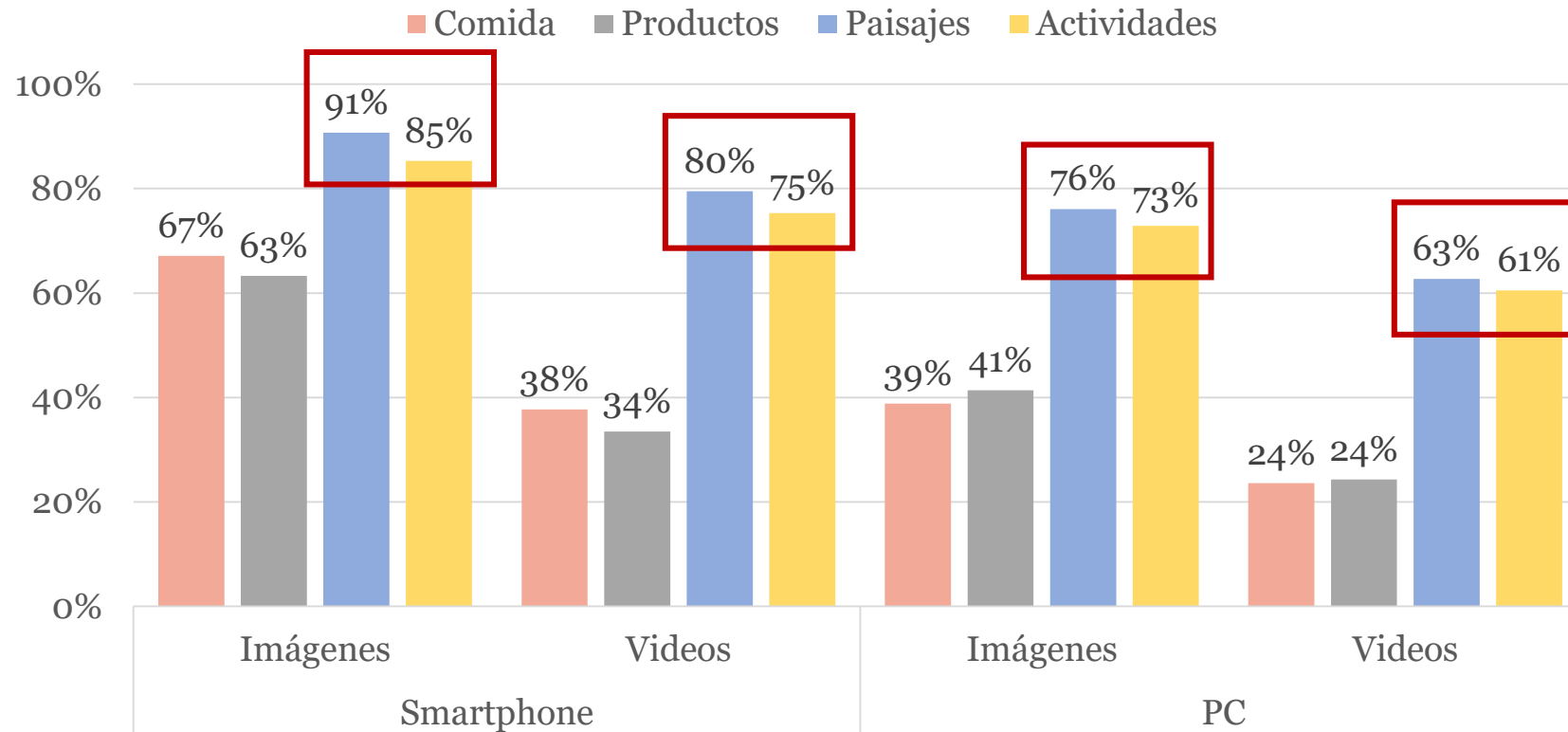
Disponibilidad de datos visuales ya guardados en el dispositivo

- Hay **mayor disponibilidad de datos visuales en smartphones** que en PCs.

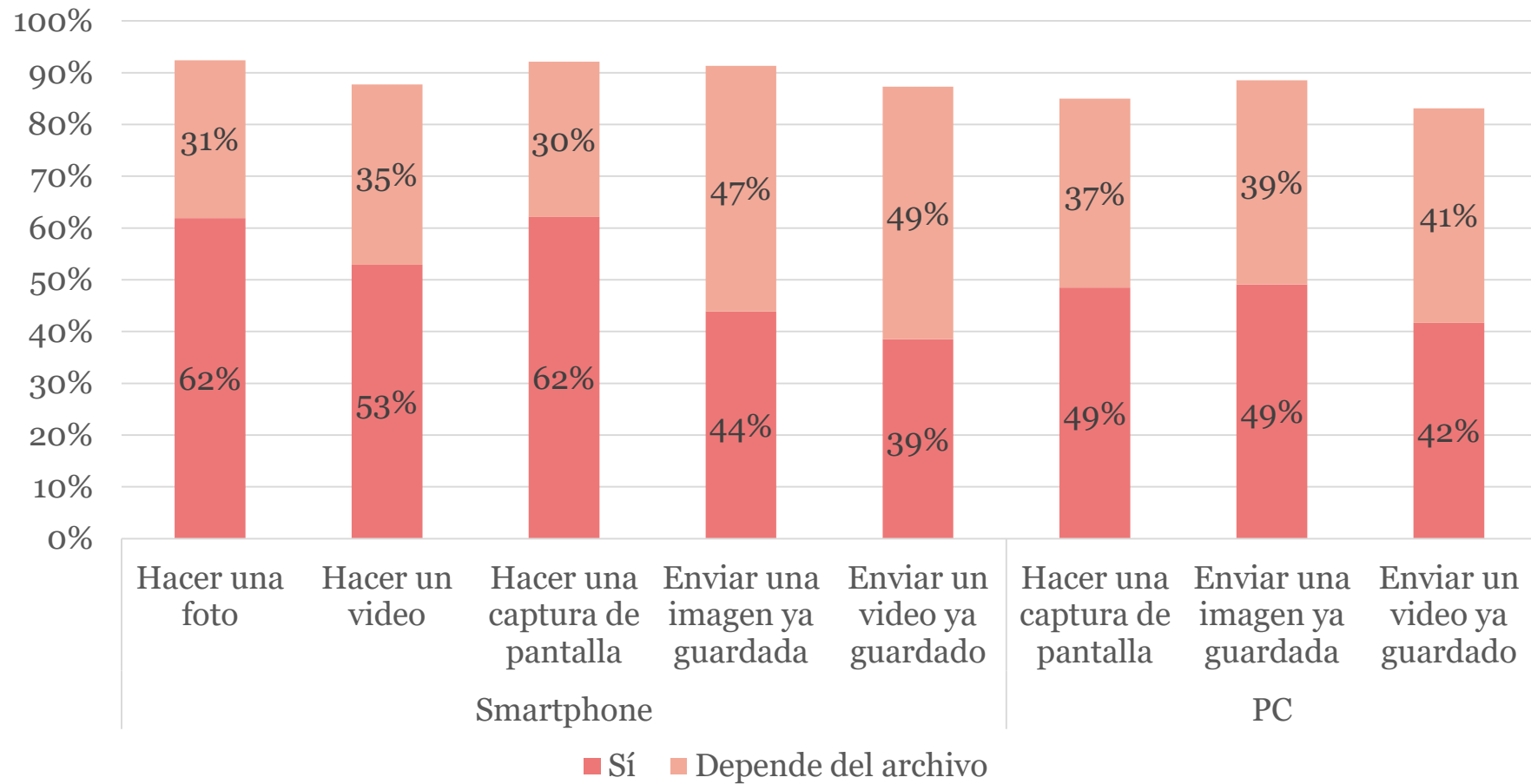


Disponibilidad de datos visuales ya guardados en el dispositivo

- Las categorías con la mayor disponibilidad son **paisajes** y **actividades**.

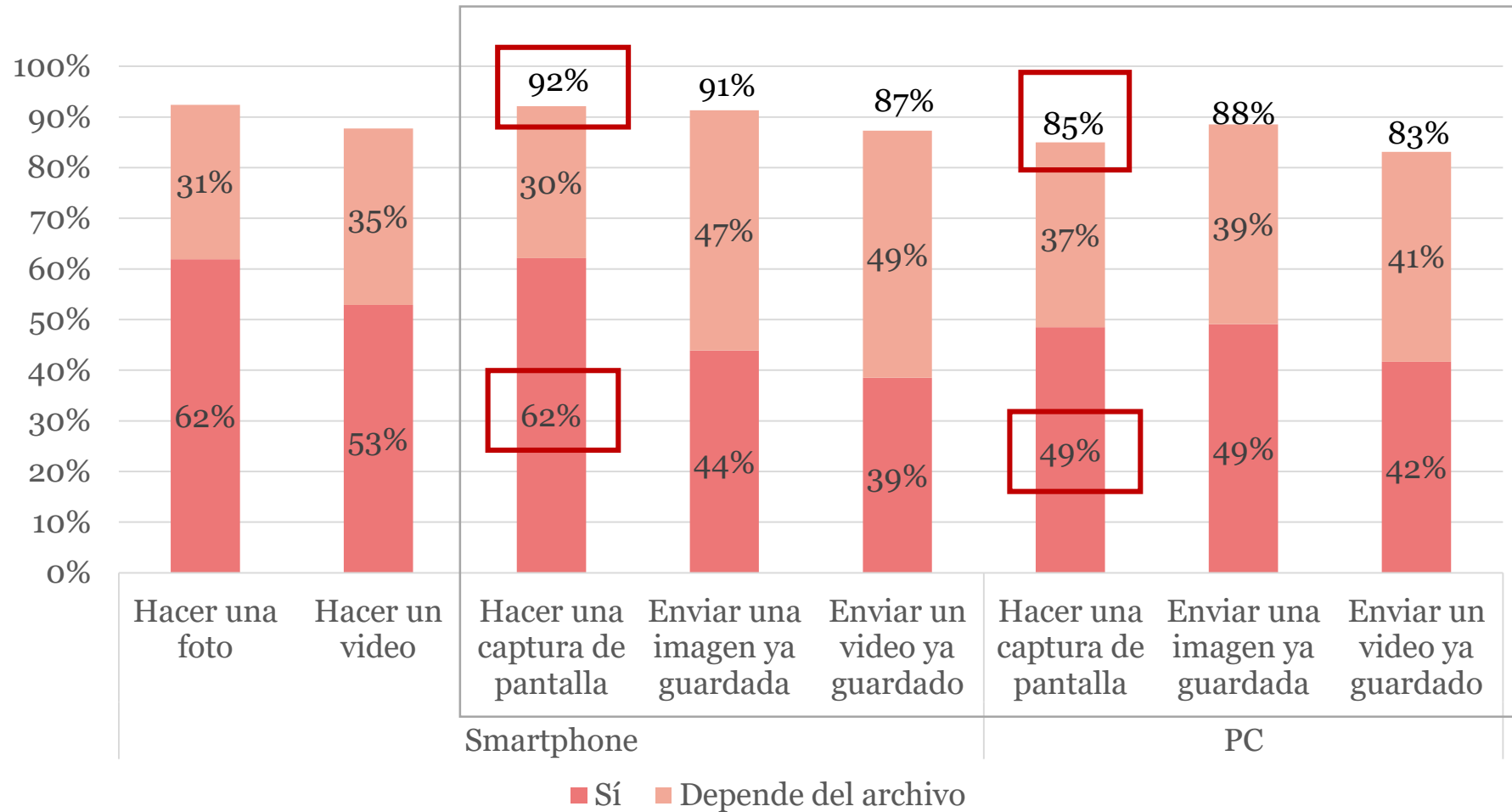


Disposición a compartir datos visuales



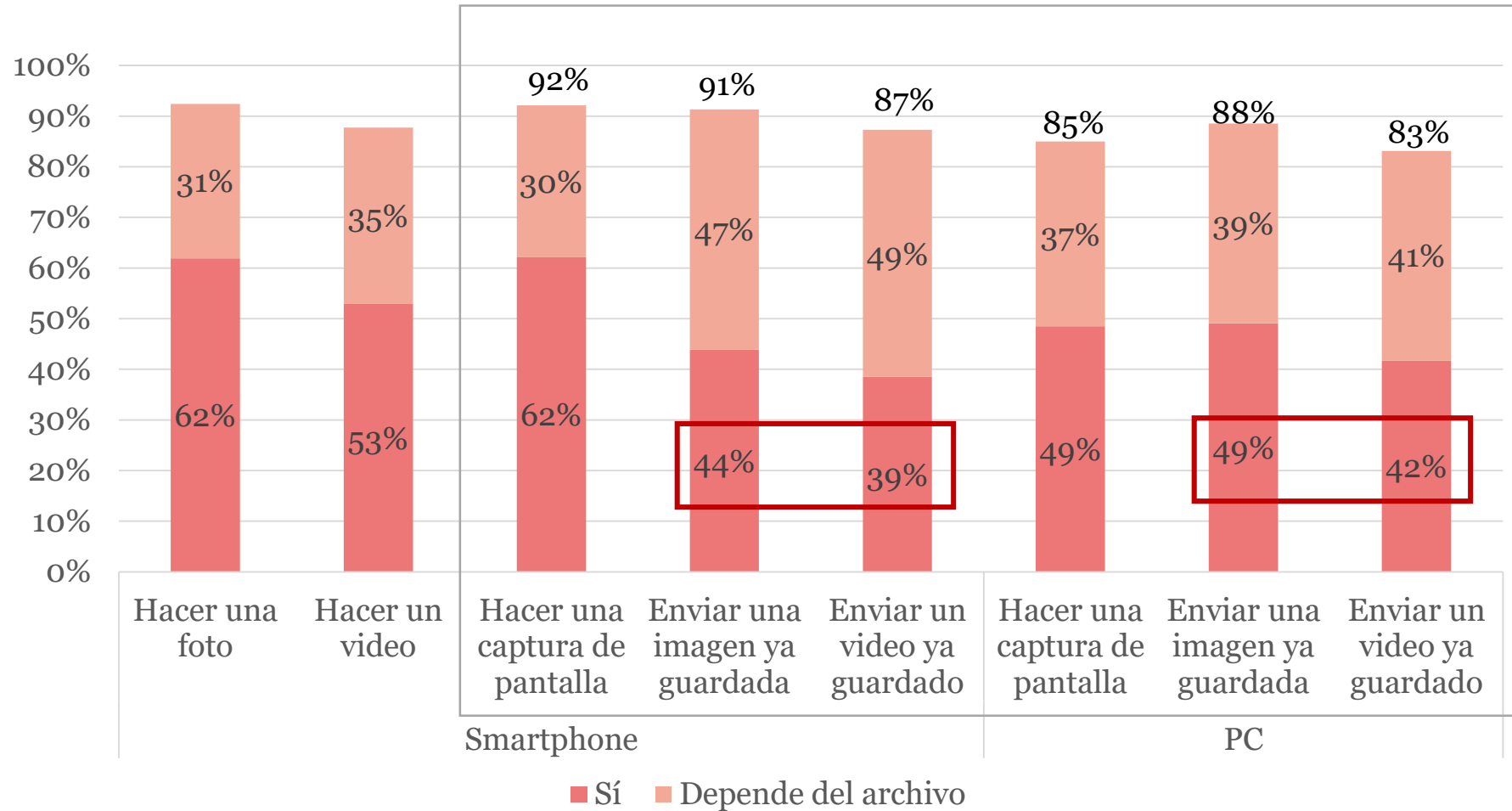
Disposición a compartir datos visuales

- La disposición a crear y compartir una captura de pantalla es **mayor en smartphones que en PCs.**



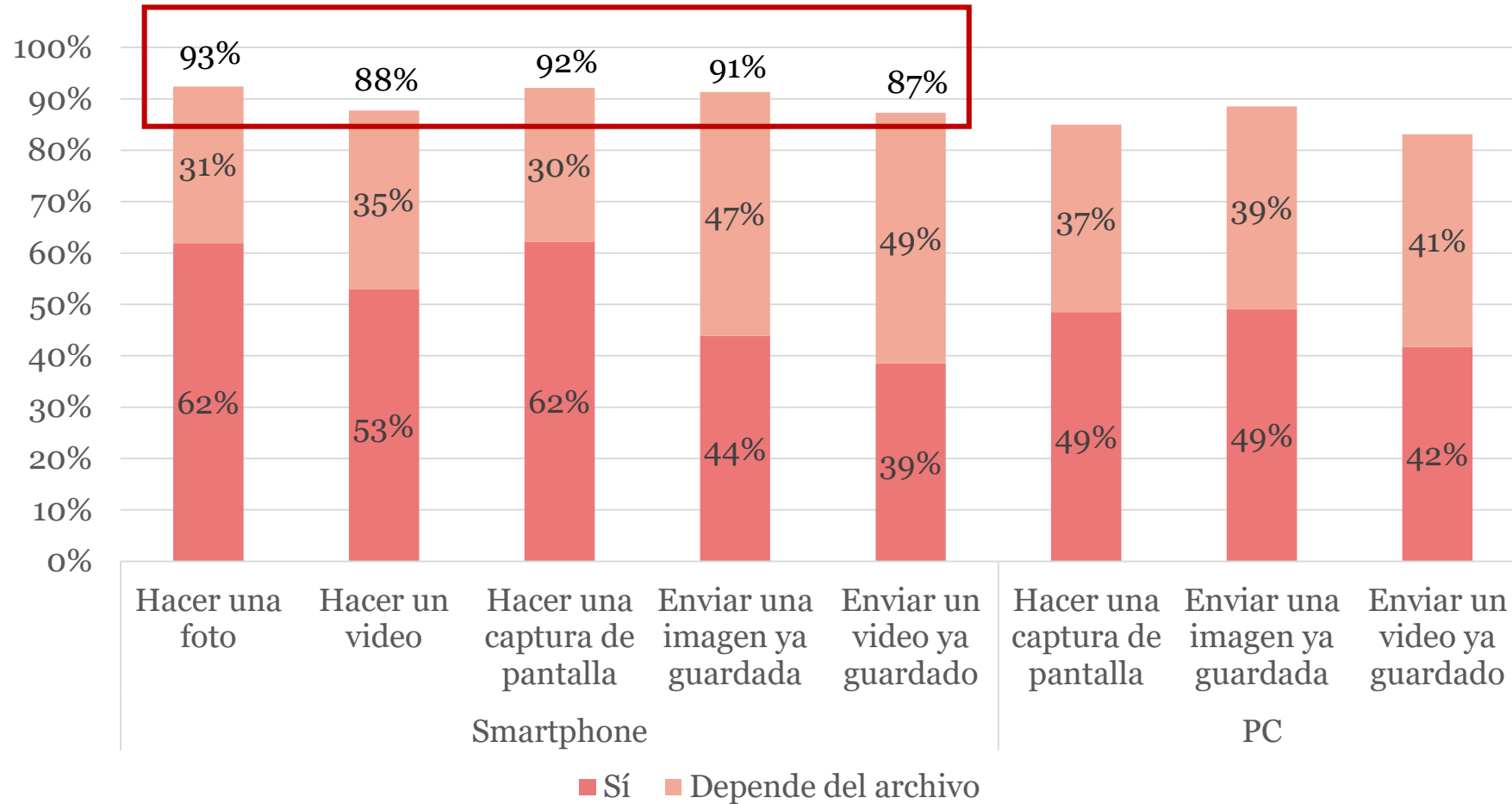
Disposición a compartir datos visuales

- La disposición absoluta para **datos visuales ya guardados** es mayor en **PCs**.

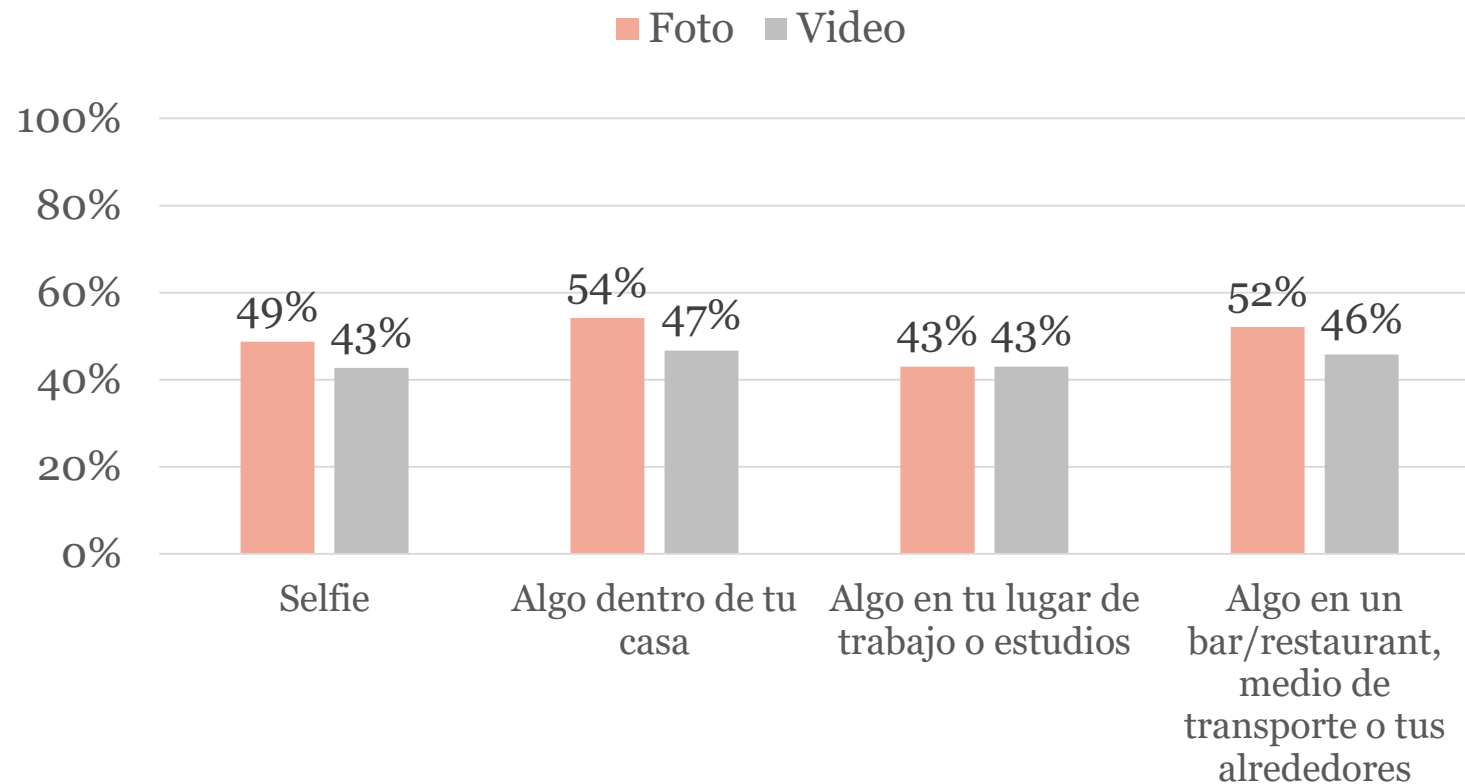


Disposición a compartir datos visuales

- Casi 9 de 10 participantes de la sección de smartphone estarían **dispuestos(as) a compartir datos visuales**.

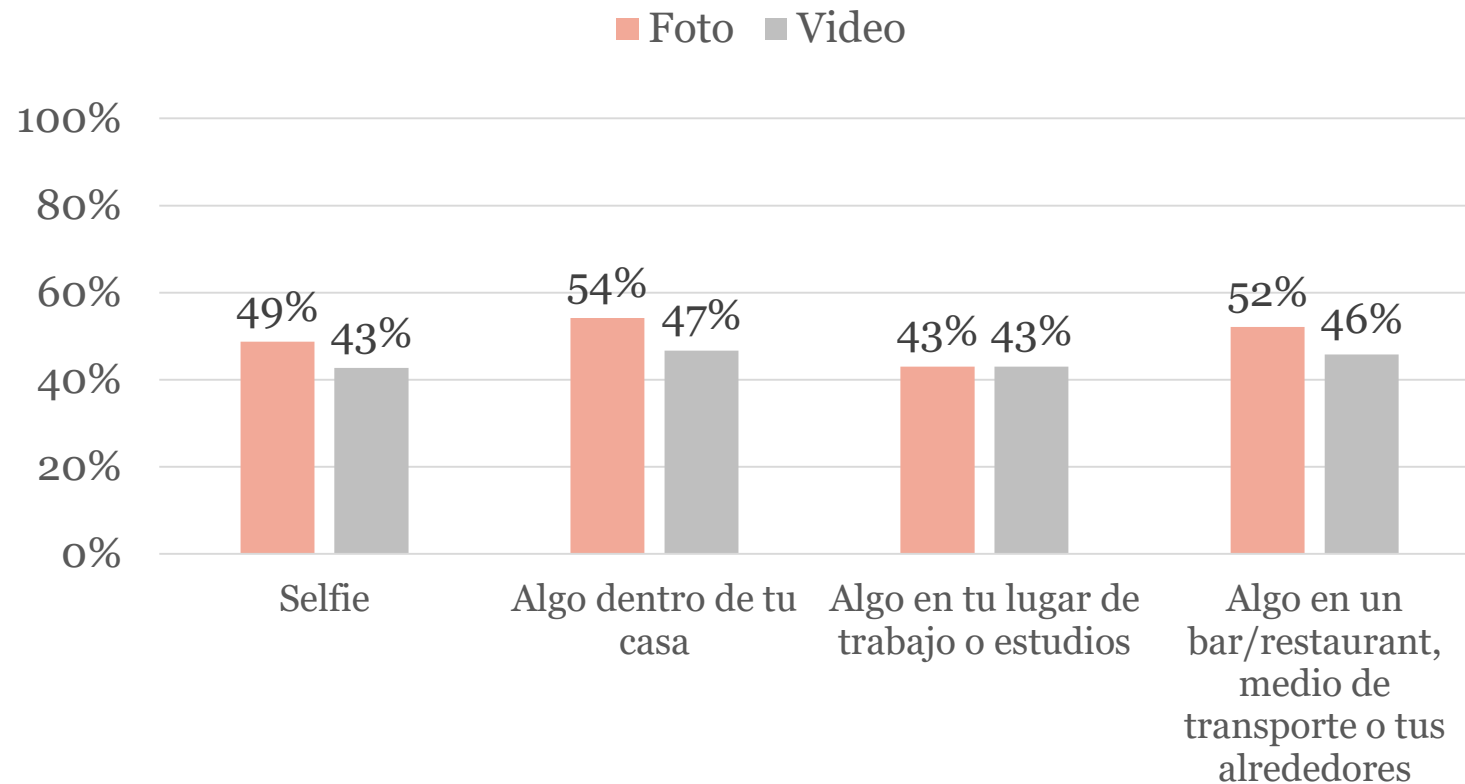


Tiene habilidades + Está disponible para crear una foto o video durante la encuesta + Está dispuesto(a)



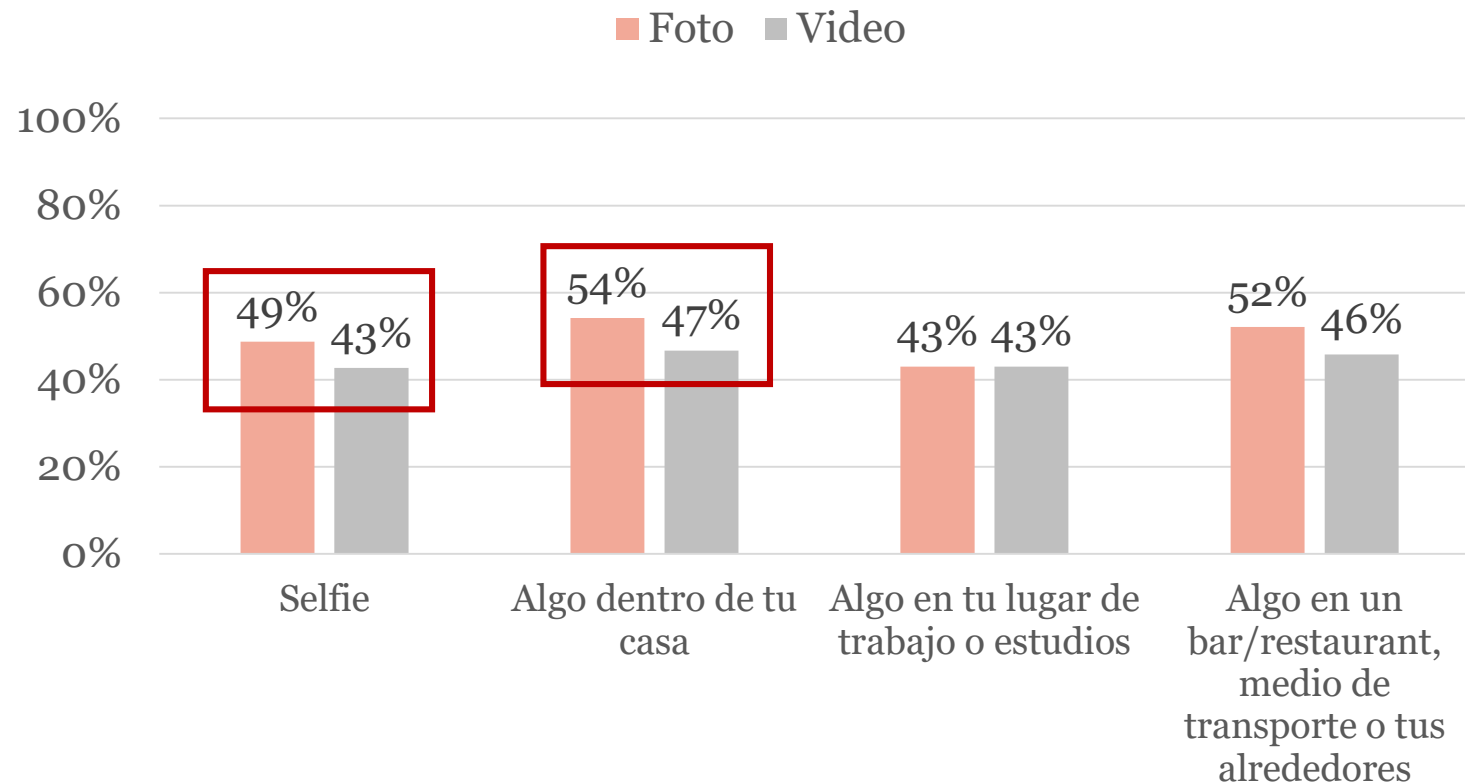
Tiene habilidades + Está disponible para crear una foto o video durante la encuesta + Está dispuesto(a)

- Casi la mitad de las personas encuestadas que utilizarían su smartphone para responder dieron una respuesta positiva en las tres dimensiones al mismo tiempo.

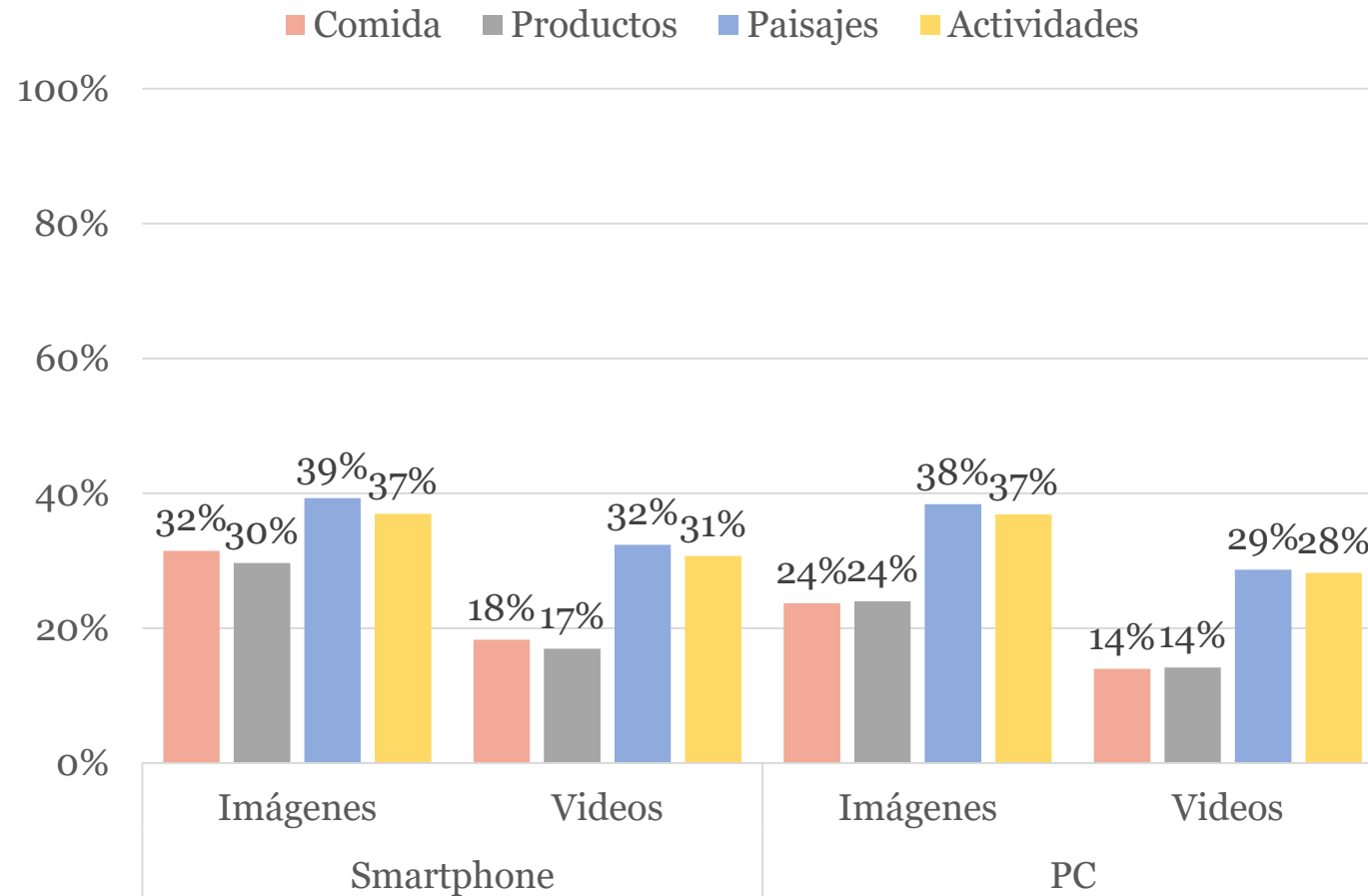


Tiene habilidades + Está disponible para crear una foto o video durante la encuesta + Está dispuesto(a)

- Cuando se trata de selfies y datos visuales de su casa, los valores son mayores para las fotos.

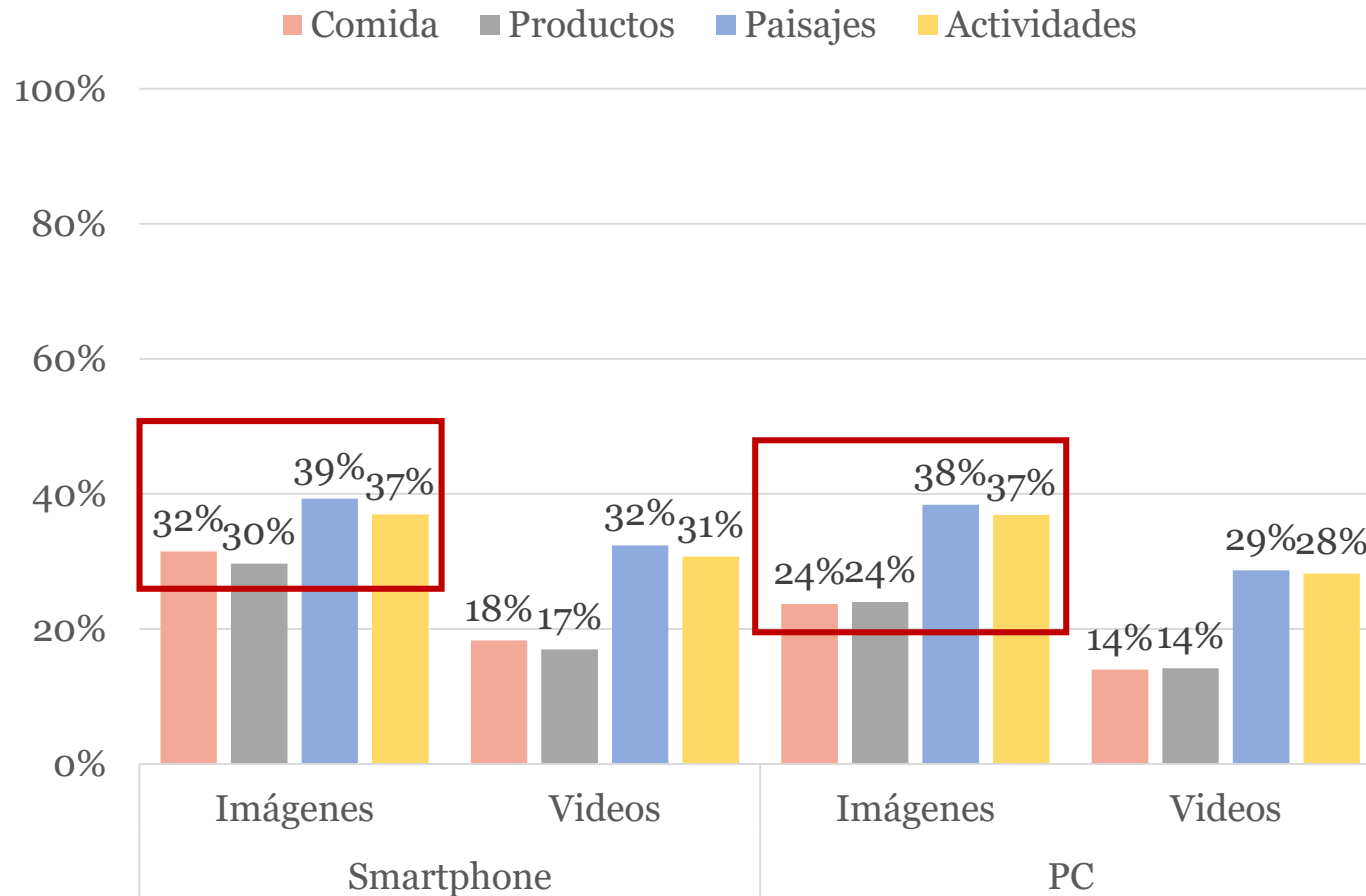


Tiene habilidades + Tiene disponibilidad de datos visuales + Está dispuesto(a)



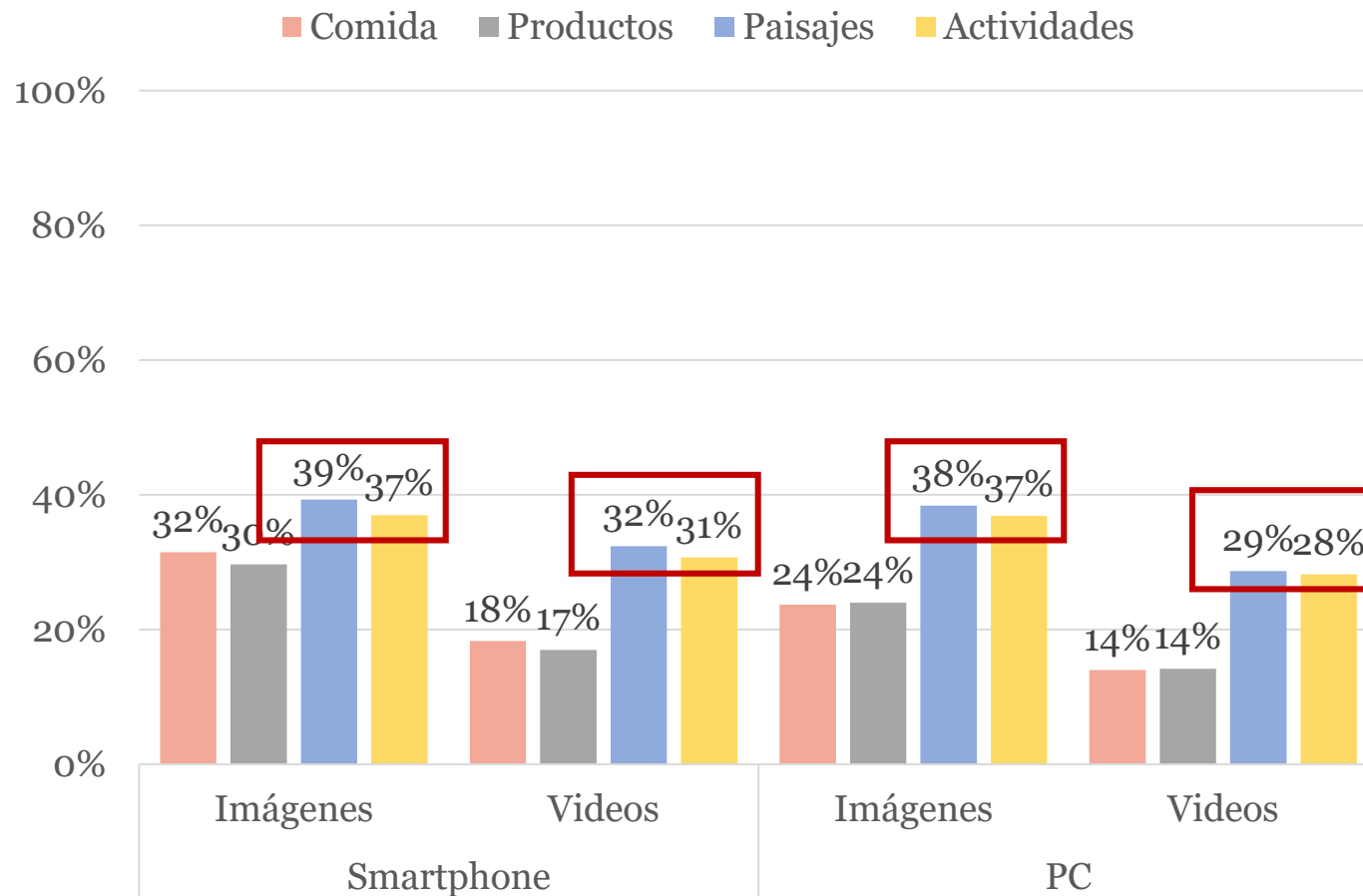
Tiene habilidades + Tiene disponibilidad de datos visuales + Está dispuesto(a)

- Las imágenes obtienen los mayores porcentajes.

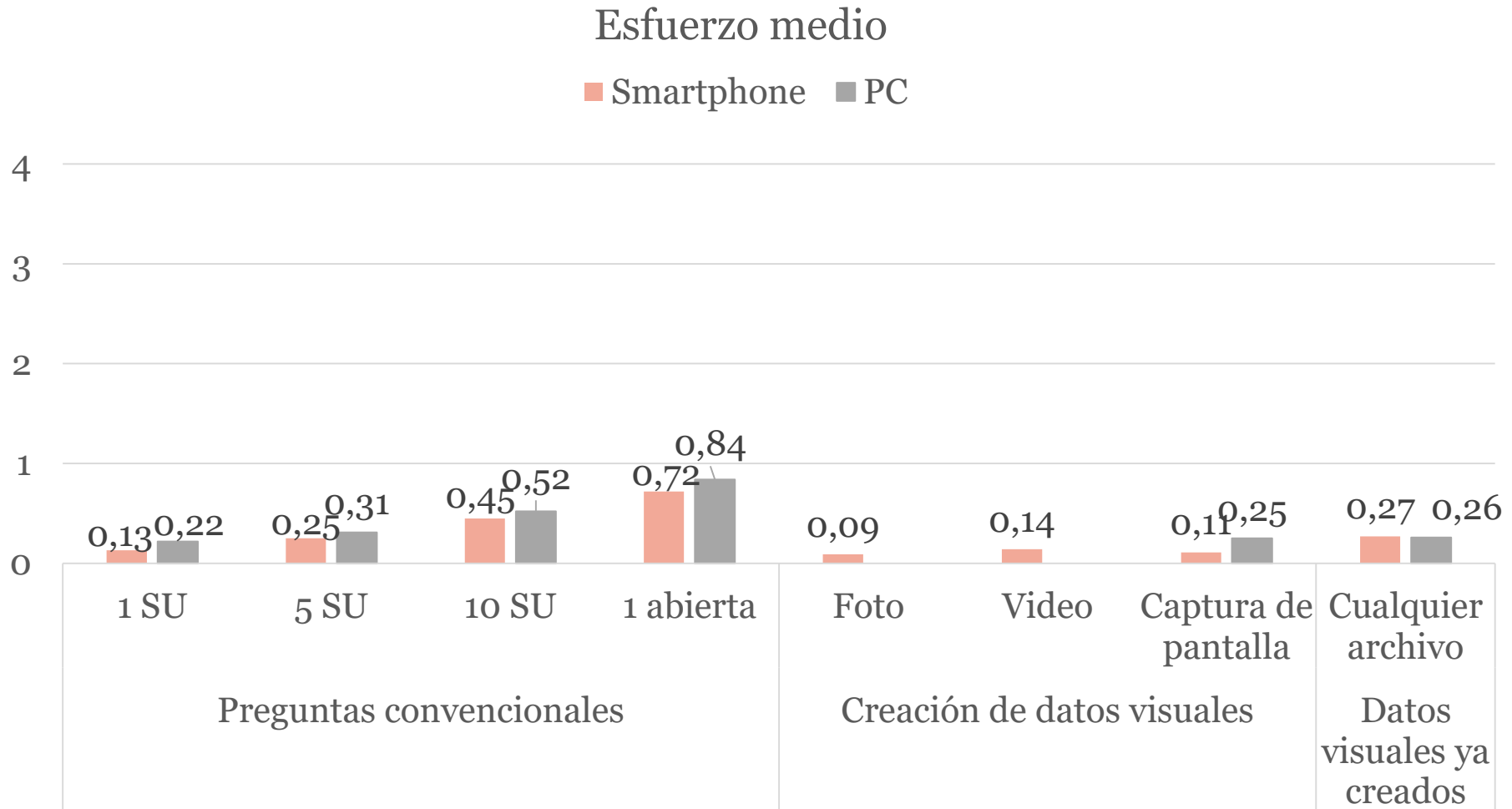


Tiene habilidades + Tiene disponibilidad de datos visuales + Está dispuesto(a)

- Casi 4 de cada 10 participantes cumplirían las tres dimensiones para paisajes y actividades.

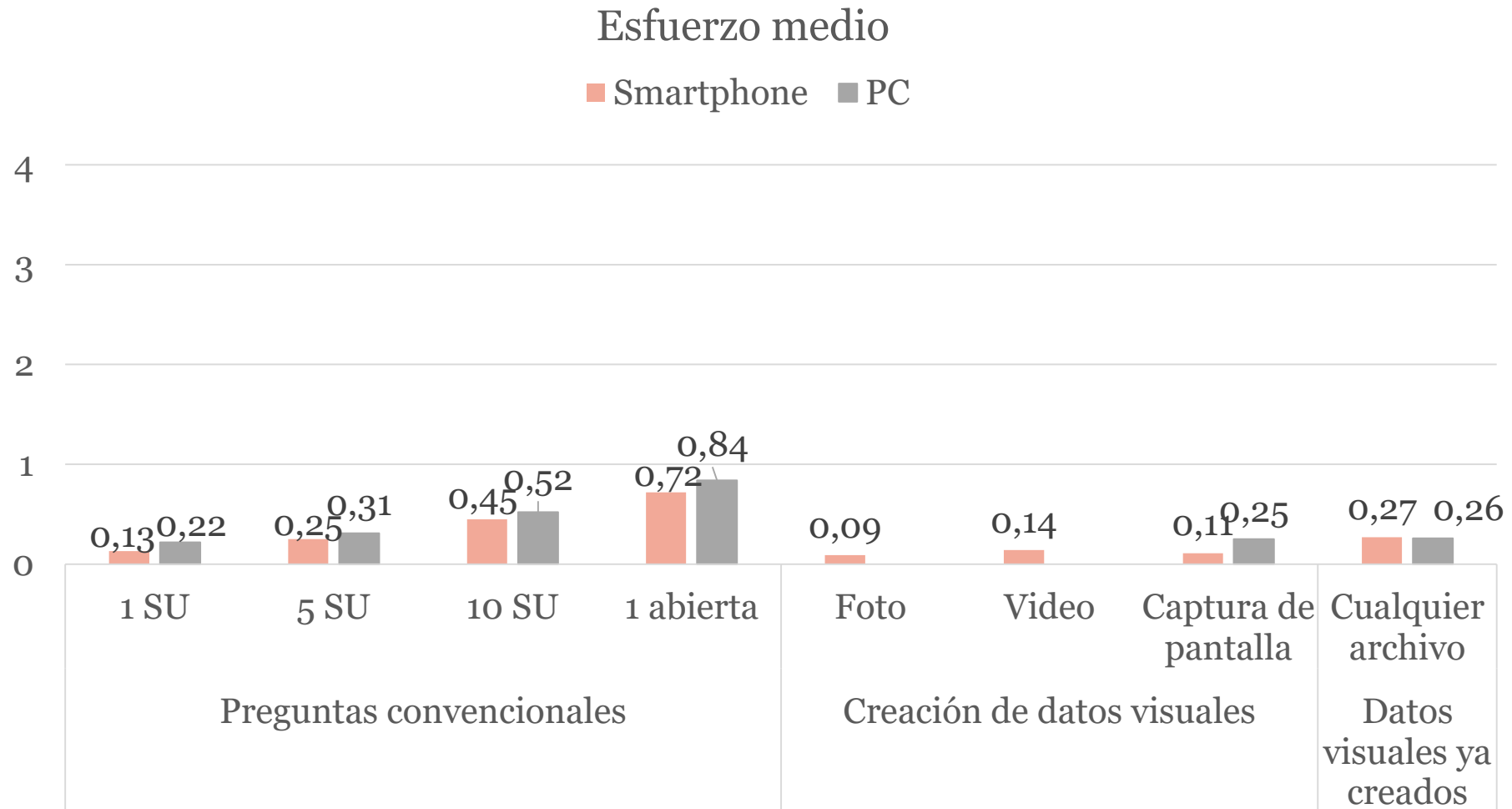


Percepción de esfuerzo por parte de las personas informantes



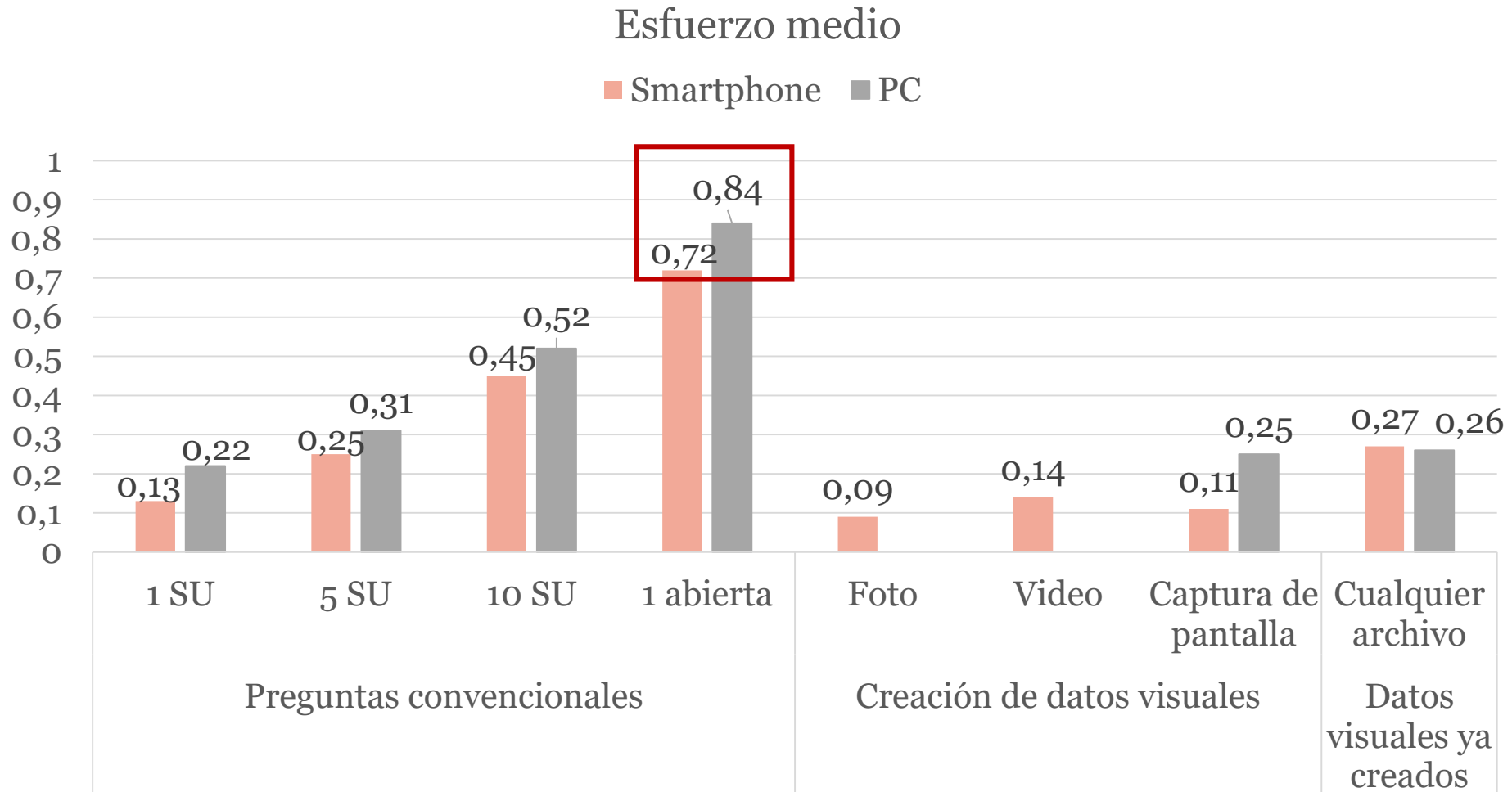
Percepción de esfuerzo por parte de las personas informantes

- En la escala de 0 a 4, la percepción de esfuerzo es baja para todos los tipos de preguntas y tareas.



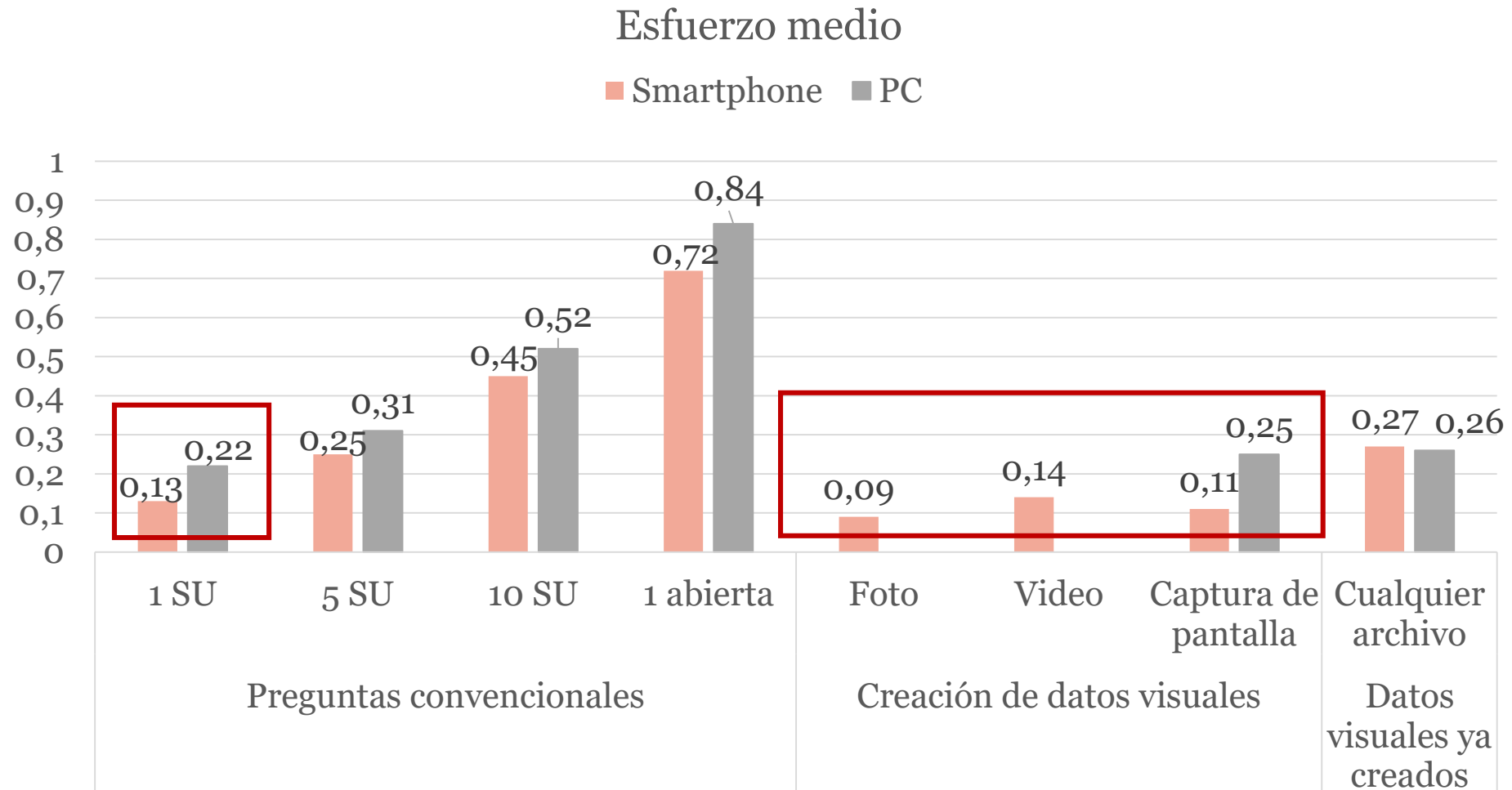
Percepción de esfuerzo por parte de las personas informantes

- La carga es siempre mayor para las preguntas abiertas



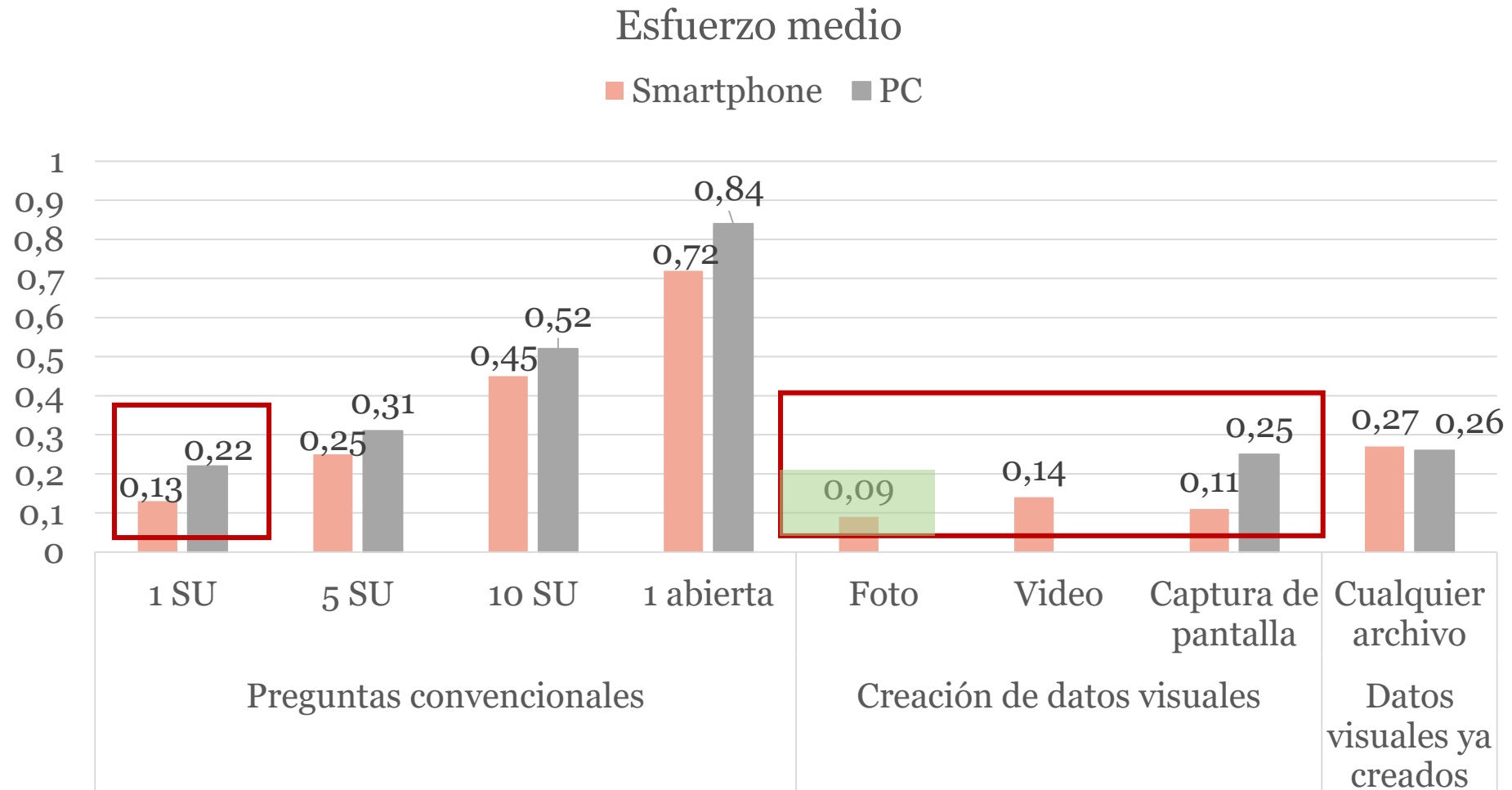
Percepción de esfuerzo por parte de las personas informantes

- **Crear datos visuales tiene la percepción de esfuerzo más baja**, comparable a una pregunta de selección única (SU).



Percepción de esfuerzo por parte de las personas informantes

- **Crear datos visuales tiene la percepción de esfuerzo más baja**, comparable a una pregunta de selección única (SU).



Conclusiones

- Las **habilidades** son **altas** para casi todas las tareas, independiente del tipo de dispositivo.
- La **disponibilidad** para crear datos visuales durante la encuesta es **alta**, particularmente para cosas dentro de la vivienda.
- La **disponibilidad** de datos visuales ya creados es más alta para **imágenes en smartphone**.
- Al menos **8 de cada 10 participantes** estaría eventualmente **dispuesto/a** a compartir datos visuales.
- Las **tres dimensiones juntas** funcionan mejor para **datos visuales creados durante la encuesta**, cuya creación está además asociada a una menor percepción de esfuerzo.

Conclusiones

- La participación va más allá de la **disposición**.
- Implicaciones prácticas:
 - Dada la falta de habilidades en ciertas tareas, sería útil **explicar cómo realizarlas**, por ejemplo: cómo hacer una captura de pantalla desde el PC.
 - Una notificación previa a las y los participantes podría proporcionar mejores resultados cuando se soliciten datos visuales ya creados, por ejemplo: fotos y/o vídeos de alimentos y productos.
 - Es más factible solicitar datos visuales a quienes respondan desde su **smartphone**, especialmente si se producen durante la encuesta.
- Limitaciones de nuestro estudio: panel opt-in en un país específico.
- Las investigaciones futuras deberían considerar aspectos como la **calidad de los datos**, la **codificación de los datos visuales** y la **evaluación de la participación** en este tipo de encuestas.

Referencias

- Bosch, O., Revilla, M., & Paura, E. (2019a). Answering mobile surveys with images: An exploration using a computer vision API. *Social Science Computer Review*, 37(5), 669–683. <https://doi.org/10.1177/0894439318791515>
- Bosch, O., Revilla, M., & Paura, E. (2019b). Do Millennials differ in terms of survey participation? *International Journal of Market Research*, 61(4), 359–365. <https://doi.org/10.1177/1470785318815567>
- Jäckle, A., Burton, J., Couper, M. P., & Lessof, C. (2019). Participation in a mobile app survey to collect expenditure data as part of a large-scale probability household panel: Coverage and participation rates and biases. *Survey Research Methods*, 13(1), 23–44. <https://doi.org/10.18148/srm/2019.v1i1.7297>
- Read, B. (2019). Respondent burden in a mobile app: Evidence from a shopping receipt scanning study. *Survey Research Methods*, 13(1), 45–71. <https://doi.org/10.18148/srm/2019.v1i1.7379>
- Revilla, M., Couper, M. P., & Ochoa, C. (2019). Willingness of online panelists to perform additional tasks. *Methods, Data, Analyses*, 13(2), 29. <https://doi.org/10.12758/mda.2018.01>
- Struminskaya, B., Toepoel, V., Lugtig, P., Haan, M., Luiten, A., & Schouten, B. (2021). Understanding willingness to share smartphone-sensor data. *Public Opinion Quarterly*, nfaa044. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa044>
- Torres, M., Oltra, A., & Bartumeus, F. (2018). *Informe anual Mosquito Alert 2018*. http://www.mosquitoalert.com/wp-content/uploads/2018/11/Informe-Mosquito-Alert_2018_es_link.pdf
- Tourangeau, R., Sun, H., Yan, T., Maitland, A., Rivero, G., & Williams, D. (2018). Web surveys by smartphones and tablets: Effects on data quality. *Social Science Computer Review*, 36(5), 542–556. <https://doi.org/10.1177/0894439317719438>
- Wenz, A. (2017). Completing web surveys on mobile devices: Does screen size affect data quality? *ISER Working Paper Series. Institute for Social and Economic Research*, 2017–05, 1–23.

¡Gracias!

PATRICIA A. IGLESIAS | RECSM, UNIVERSITAT POMPEU FABRA



patricia.iglesias@upf.edu



<https://www.upf.edu/web/webdataopp>