

Encuesta Social: correo postal y sms. Usos, limitaciones y efectos

María Velasco Fernández-Nieto

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía
maria.velasco.f@juntadeandalucia.es

Marina Rivas Salvador

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía
marina.rivas@juntadeandalucia.es

PALABRAS CLAVE

encuesta, tasa de respuesta, SMS, correo, CATI

RESUMEN

El Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía lleva realizando la Encuesta Social durante 15 años, manteniéndose los principales objetivos de obtener información sobre temas sociales que afectan y preocupan a la población andaluza, pero variando las técnicas de medición en cuanto a la incorporación o adaptación de las herramientas existentes en el momento de realización de la encuesta.

El aumento del número de encuestas dirigidas a la población en numerosos ámbitos ha dado lugar a un descenso de la colaboración entre los individuos de la muestra, disminuyendo la tasa de respuesta y por tanto la calidad de los datos obtenidos.

Este artículo expone y analiza el uso, en las últimas ediciones de la Encuesta Social, de actuaciones preventivas en relación con los contactos previos con el informante, como son el uso de la prenotificación postal invitando a la colaboración o el envío de mensajes SMS de forma informativa y como recordatorio. Estas medidas tienen como objetivo principal minorar el esfuerzo en la recogida, aumentar el porcentaje de respuesta y por tanto mejorar la calidad de la encuesta. La comunicación muestra el impacto de estas medidas y sus resultados a través de diversos indicadores, entre ellos, el ritmo diario de recogida a lo largo del campo y el número medio de llamadas requeridas.