

INVESTIGACIÓN EN EPIDEMIOLOGIA

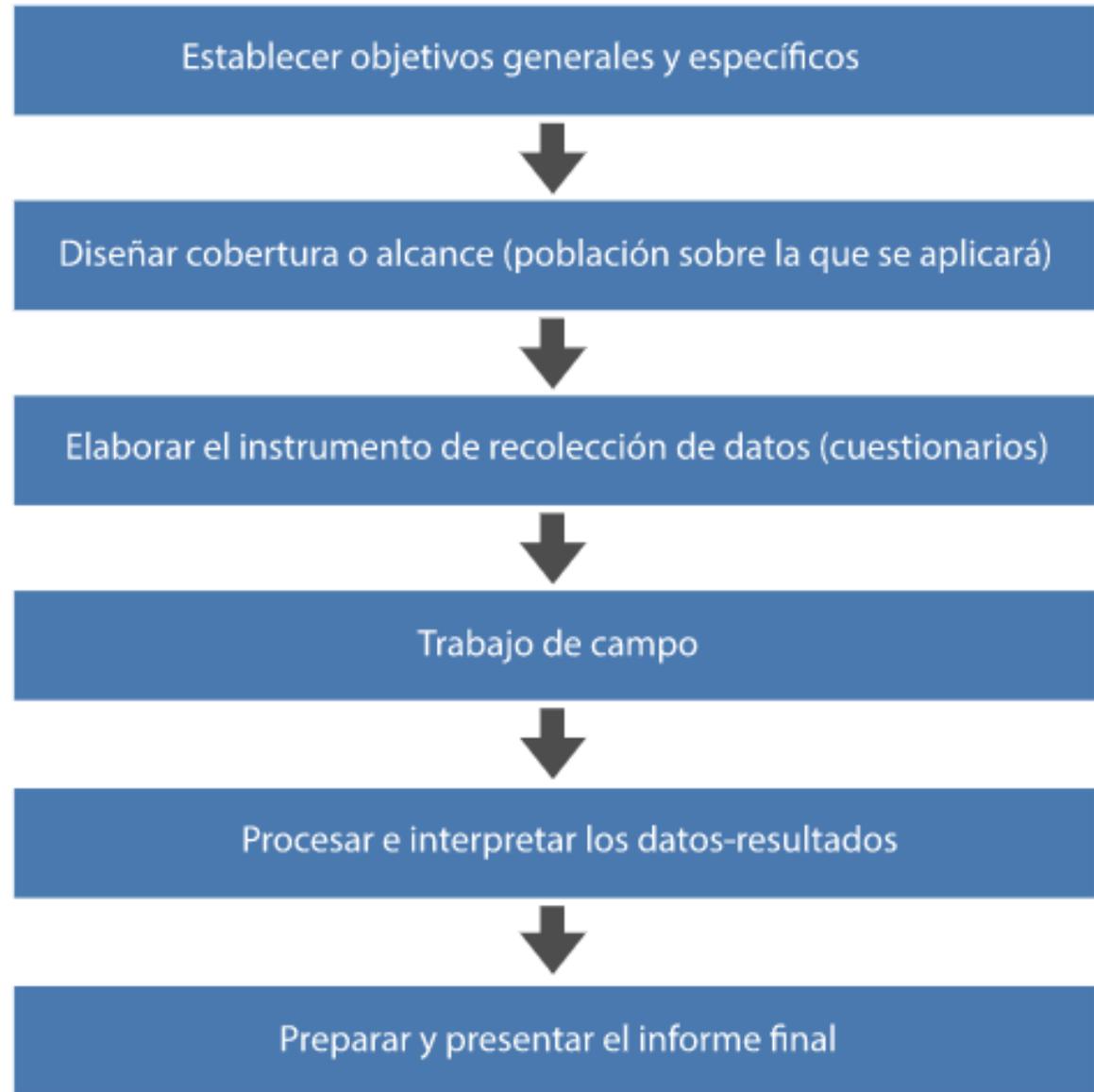
# RECOLECCIÓN DE DATOS



# DEFINICIÓN

- La *encuesta* es una herramienta de recolección de datos que permite mostrar la relación de las variables planteadas en la hipótesis.
- La información obtenida a partir de este recurso proporciona elementos importantes para realizar un análisis cuantitativo de los datos.
- Lo anterior es posible a través de un diseño establecido previamente, de manera que se garantiza la confiabilidad de la información recabada.

PARA QUE ESTE  
INSTRUMENTO  
CUMPLA SU  
PROPÓSITO, ES  
RECOMENDABLE  
TENER  
PRESENTE LOS  
SIGUIENTES  
ASPECTOS:



# DESCRIPTIVA

- Su finalidad es mostrar la distribución de los fenómenos estudiados en una población o una parte de la misma.
- Atiende una o más variables dependientes en cuanto a la descripción de su distribución, secuencia o intensidad, en toda la comunidad o en una parte de ella.
- La población o muestra de estudio debe ser heterogénea para disponer de subgrupos o categorías que permitan identificar con precisión las variaciones posibles del problema.

# EXPLICATIVA

- • Tiene como propósito explicar un problema o fenómeno a partir de la identificación de uno o más factores que lo originan.
- Se apoya en diseños experimentales, pero el investigador no manipula la variable dependiente.

# FEEDBACK

- Se le informa previamente a la población que será encuestada.
- Su fin es recoger información sobre la modificación de los comportamientos u opiniones de los sujetos de estudio.
- Las empresas suelen aplicarlas antes de poner en el mercado algún producto.



# POR CONSENSO

- Se prevé que al menos el 90 % de los encuestados externen la misma opinión.
- En esta misma línea están las encuestas “por mayoría”, donde se espera que entre el 66 y 90 % de encuestados dé la misma opinión, y “por unanimidad”, donde se pronostica que los resultados arrojarán opiniones idénticas en el grupo encuestado.



# POR CORREO

---

- Se envía el cuestionario vía postal o correo electrónico a los encuestados, quienes deben remitir sus respuestas.

---

- Tiene como ventajas el bajo costo que representa; los encuestados no son presionados por un encuestador y son de gran cobertura siempre y cuando se tenga una buena base de datos actualizada.

---

Su desventaja es que no se reciben todas las respuestas, a veces en un porcentaje tan bajo que impide hacer generalizaciones o conclusiones representativas.



# POR INTERNET

- Se coloca el cuestionario en Internet con apoyo de una base de datos y administrada en una plataforma. Sus bondades son la cobertura extensa (nacional o internacional) y el ahorro de tiempo y recursos que representa.
- Su principal obstáculo es que se corre el riesgo de no controlar la identidad de los encuestados y la representatividad de la muestra.





# TELEFÓNICA

- Es frecuente que las empresas o partidos políticos recurran a esta modalidad, la cual es indirecta y de bajo costo.
- Su ventaja es la respuesta inmediata del encuestado; sin embargo, éste puede ofrecer resistencia o responder superficialmente.

# SECCIONAL

- Se utiliza tanto en investigaciones descriptivas como explicativas.
- Consiste en estudiar los objetivos propuestos en el proyecto de investigación en una cierta población o una muestra de la misma.





## SOCIAL

- Se emplea para recoger, procesar y analizar información de un grupo de personas de una comunidad específica.
- Su versatilidad radica en la variedad de poblaciones a que puede llegar, con diversos enfoques y propósitos.

**ENTREVISTA**

## ¿QUÉ ES?

Por medio de la entrevista, se establece contacto inmediato con las personas.

Tiene como ventajas su apertura y flexibilidad, y permite al entrevistador profundizar en determinados puntos de su interés.

Se convierte así en el instrumento más empleado en la investigación de campo.

Aunque es un instrumento abierto, se recomienda preparar un documento base para que realmente cumpla su función

# ENTREVISTA ESTRUCTURADA

## Entrevista estructurada

Interrogatorio cuyas preguntas se realizan en el mismo orden y se formulan en términos iguales. Se subdividen a la vez en focalizadas y clínicas.

### Focalizada o dirigida

Pretende revisar una experiencia específica ante un problema, con un número de preguntas que pueden facilitar la comparación entre diversas respuestas. El investigador debe precisar el perfil de los entrevistados.

### Clínica o breve

Se utiliza particularmente en psicología y psicoanálisis. Su propósito es que el individuo expone sus vivencias y, de este modo, se obtenga información relevante para alguna terapia.

# ENTREVISTA NO ESTRUCTURADA

## Entrevista no estructurada

En cuanto a secuencia y redacción, las preguntas son abiertas y dan gran flexibilidad a la entrevista, pero deben estar en correspondencia con criterios definidos de contenido, orden, profundidad y formulación. Este tipo de entrevista se divide a la vez en formal e informal.

### Formal

Se dirige al entrevistado por algún tema concreto sin una cantidad preestablecida de preguntas. Esto, sin embargo, dificulta la tarea de codificar y comparar las respuestas.

### Informal

Se intercambian puntos de vista entrevistador-entrevistado sobre un tema y su relación con otros. El entrevistador debe tener la destreza necesaria para relacionar e interconectar los diversos datos que arroje el entrevistado.