



Mi Universidad

NOMBRE DEL ALUMNO: Yarenis Marilin Rodriguez Diaz

TEMA: Valoracion Alimentaria

PARCIAL: 4

MATERIA: Epidemiologia

NOMBRE DEL PROFESOR: Alfonso Velásquez

LICENCIATURA: LIC. Enfermería

CUATRIMESTRE: 4

Frontera Comalapa, Chiapas a 26 de noviembre del 2021.

Tipos de encuestas: utilidad e inconvenientes de aplicación.

Las encuestas corresponden como uno de los métodos más importantes en una investigación de mercados, a través de las encuestas se puede recoger gran cantidad de datos importantes o tales como información, intereses, conocimientos, así como los datos de clasificación. La encuesta es un procedimiento utilizado en la investigación de mercados para obtener información mediante preguntas dirigidas a una muestra de individuos representativa, se obtengan puedan generalizarse al conjunto de la población siguiendo los principios básicos de la inferencia estadística, una ventaja importante de la encuesta frente a otras técnicas es su versatilidad o capacidad para recoger datos sobre una amplia gama de necesidades de información.

El encuestado puede ser incapaz de aportar la información requerida por múltiples motivos (que no recuerde hechos no distinga entre diferentes situaciones, etc.). Puede influir en las respuestas del encuestado por cansancio en el interrogatorio cuando se trata de encuestas excesivamente largas, por dar respuestas socialmente aceptadas, etc.

Existen 3 tipos de encuestas importantes:

Las encuestas personales las preguntas se formulan en un encuentro directo entre encuestado y encuestador, en la encuesta telefónica la situación es similar salvo que la comunicación se realiza mediante el teléfono y en la encuesta postal se solicita a los encuestados que cumplimenten y devuelvan el cuestionario que se les envía por correo.

La encuesta personal

Quizás el método que goza de mayor popularidad y el que se ha utilizado con mayor profusión en la captación de información primaria debido, principalmente, a las ventajas que presenta frente a los otros tipos de encuesta personales son las que proporcionan un mayor índice de respuesta, ya que cuando se contacta con las personas a encuestar es poco probable que declinen responder el cuestionario o no lo concluyan una vez comenzado. Permiten utilizar materiales auxiliares para profundizar en determinados temas, tales como fotografía, láminas, productos, etc., o ya que al tiempo necesario para realizar la entrevista hay que añadirle el tiempo que el entrevistador necesita para desplazarse hasta el lugar de residencia de la persona a entrevistar que, junto con el coste de los viajes.

Originarse sesgos por influencias del entrevistador, es decir, la actuación del entrevistador en la encuesta, su presencia física, sus explicaciones, su entonación, etc. pueden representar una fuente de distorsión en la información obtenida, verificar esto, en las encuestas personales es necesario un exhaustivo control de los mismos, a través de una revisión de una pequeña muestra de las encuestas realizadas por cada encuestador.

Los principales inconvenientes o limitaciones de la encuesta telefónica son:

Falta de representatividad muestral como consecuencia de que sólo pueden ser encuestadas las personas que disponen del teléfono, a la selección de los números telefónicos es conveniente generarlos aleatoriamente a través de un directorio telefónico pues hay números que no están registrados y no incluye los nuevos abonados.

La encuesta postal

Consiste en el envío por correo de un cuestionario a las personas que constituyen la muestra con la esperanza de que por la misma vía lo devuelvan cumplimentado, como técnica de entrevista en algunas ocasiones puede tener una utilización esencial cuando es el único medio de establecer contacto con los encuestados y en otras situaciones. Es un sistema más flexible para el entrevistado que puede contestar el cuestionario en el momento más conveniente y empleando el tiempo que desee, lo cual puede llevar a respuestas más meditadas. Se evitan los posibles sesgos que puedan originarse por la influencia del encuestador en el proceso de realización de la encuesta.

Este problema del bajo índice de respuesta es necesario establecer una serie de mecanismos motivadores, como son, en primer lugar que junto con el cuestionario se envíe una carta de representación en la que se ponga de manifiesto la necesidad de la colaboración del encuestado y la importancia que tiene su respuesta para los fines de la investigación, y, al mismo tiempo, también pueden existir influencias de otras personas en las respuestas del encuestado y ello, lógicamente, introduce distorsiones en la muestra. Ya que la falta de respuesta puede dar lugar a que la estructura de la muestra real que se obtiene de los cuestionarios contestados no se ajuste a estructura de la muestra definida, siendo necesario o bien enviar nuevos cuestionarios a los estratos de la muestra de los que nos e han recibido suficientes respuestas, en la presentación y redacción de esta carta deben tenerse presentes los principios básicos de la publicidad directa, es decir debe estar dirigida normalmente al destinatario; redactada desde el punto de vista del destinatario y no

del remitente; el principio y el final de la carta son las dos partes más importantes, por lo que se deben incluir aspectos atractivos, relación al contenido de la carta debe hacerse referencia expresa a los siguientes aspectos: quién realiza la investigación, objetivos y repercusiones, necesidades de colaboración del entrevistado y anonimato del encuestado y tratamiento global de los datos facilitados.

Los criterios en la selección del tipo de encuesta: los diferentes métodos de captar información a través de las encuestas ad – hoc, el problema de la elección idónea para la investigación depende, lógicamente , de los objetivos de la misma y de su adecuación en función de las ventajas y limitaciones que hemos señalado para cada uno de los métodos, la encuesta postal resulta imposible acortar el tiempo que transcurre desde que se envían los cuestionarios hasta que se devuelven cumplimentados. Existen una serie de aspectos que afectan a la exactitud de los datos y difieren en cada uno de los métodos utilizados como son el grado de control sobre la muestra, que se refiere a la capacidad de identificar y obtener los datos de una muestra que sea representativa de los estratos de la población o universo y la capacidad de asegurar la cooperación de los encuestados contactados, pues le permite cumplimentar el cuestionario en el momento más conveniente y empleando el tiempo que desee.

En cuenta las limitaciones de tiempo y de coste. Por otra parte, hemos de destacar que estos tres métodos de captar información a través de encuestas ad-hoc no son mutuamente excluyentes, sino que pueden combinarse y obtenerse así mejores resultados en el diseño de la investigación en función de las ventajas de cada uno.

Reproductibilidad y validez

Es el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos, el cual se realiza mediante un plan explícito y organizado para clasificar (y frecuentemente cuantificar) los datos disponibles (los indicadores), en términos del concepto que el investigador tiene en mente.

La Confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales. Por ejemplo, si se midiera en este momento la temperatura ambiental usando un termómetro y éste indicara que hay 22 °C.

Dicho termómetro no sería confiable, ya que su aplicación repetida produce resultados distintos.

La Validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Por ejemplo, un instrumento para medir la inteligencia válido debe medir la inteligencia y no la memoria.

Conclusion

En conclusion los tipos de encuestas nos sirve para encuestar o querer alguna informacion o algun dato ya sea de nuestra poblacion o sobre algun paciente es para saber los datos o comportamientos de cada individuo.

Y las podemos hacer de varias manera como por ejemplo por telefonia, por correo, o de casa en casa para poder obtener nuestra informacion y podamos ayudar a la poblacion.

Y la reproductividad y validez nos da a entender o para vincular algun concepto importante y dar a conocer mas sobre el tema. se realiza mediante un plan explícito y organizado para clasificar los datos disponibles, en términos del concepto que el investigador tiene en mente.