

*Alumno:*

GERARDO ALONSO HERRERA DIAZ

*Profesor:*

FERNANDO ROMERO PERALTA

PASIÓN POR EDUCAR

*Nombre del trabajo:*

Cuadro Sinoptico

Historia Clínica y Exploración Física

Tipos de Encuestas

Análisis para el Diagnóstico en el Diseño de Estrategias Proyectos  
Programas y Políticas Nutricionales

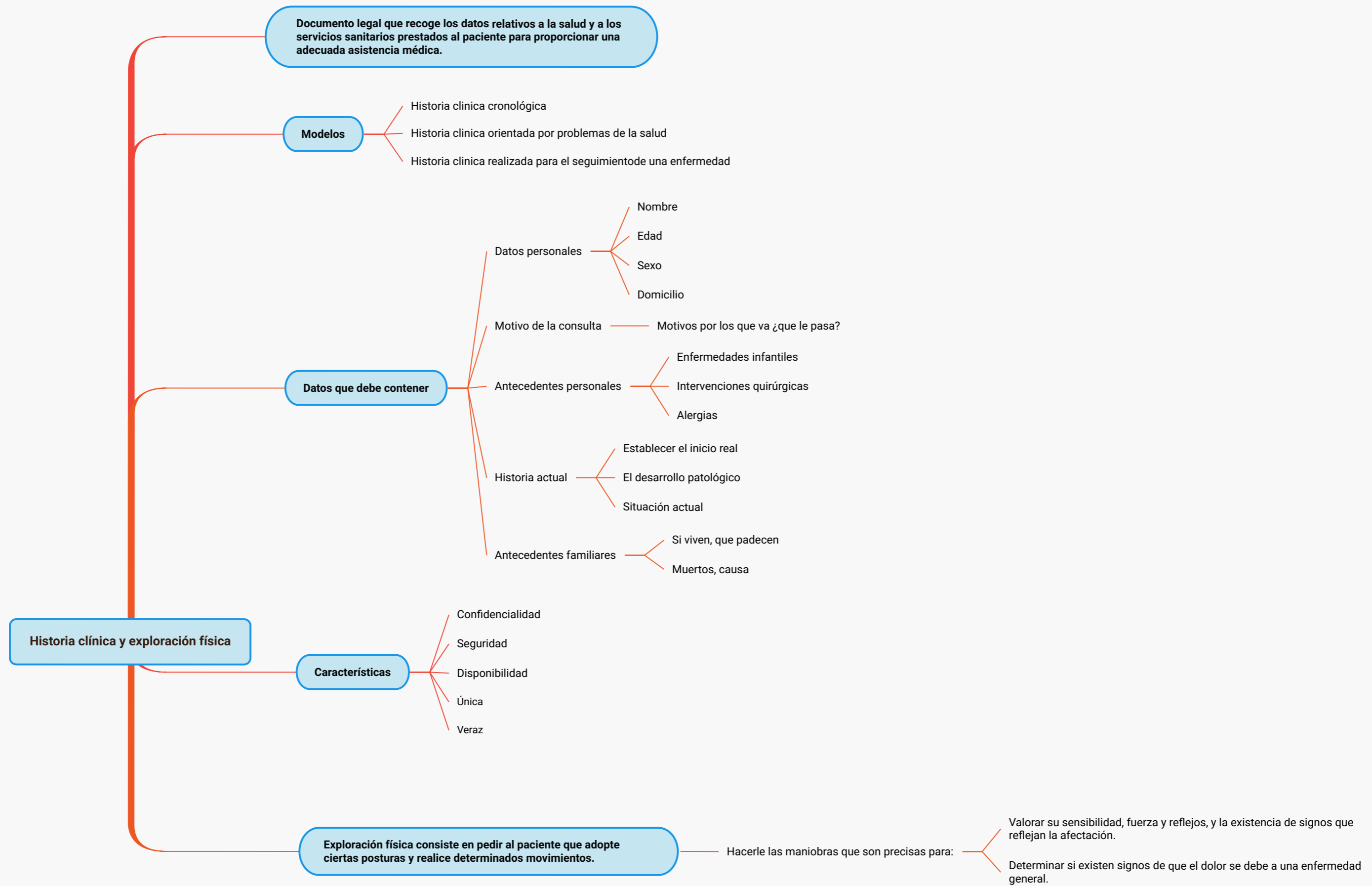
*Materia.* Epidemiología

*Grado:* 4to Cuatrimestre

*Grupo:* A

Pichucalco, Chiapas a 04 de Diciembre de 2021

**Mi Universidad**





**Tipos de encuestas**

La encuesta es un procedimiento utilizado en la investigación de mercado para obtener información mediante preguntas dirigidas a una muestra de individuos representativa de la población.

**Ventaja**

Su principal ventaja es su versatilidad o capacidad para recoger datos sobre una amplia gama de necesidades de la información

**Limitaciones o inconvenientes**

- La posible renuncia del encuestado a suministrar la información que se desea obtener.
- El encuestado puede ser incapaz de aportar la información requerida por múltiples motivos
- El propio proceso de interrogación puede influir en las respuestas del encuestado por cansancio en el interrogatorio cuando se trata de encuestas excesivamente largas

las preguntas se formulan en un encuentro directo entre encuestado y encuestador

Es el método que goza de mayor popularidad y el que se ha utilizado con mayor profusión en la captación de información

**Personal**

Método	Ventajas	Inconvenientes
Encuesta personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elevado índice de respuesta</li> <li>Se conoce quién contesta</li> <li>Evita influencias de otras personas</li> <li>Se reducen las respuestas evasivas</li> <li>Facilita la utilización de material auxiliar</li> <li>Se pueden obtener datos secundarios por la observación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coste elevado</li> <li>Sesgos por influencias del entrevistador</li> <li>Necesidad de controlar entrevistadores, para evitar errores o faltas por parte de los entrevistadores.</li> </ul>

La situación es similar salvo que la comunicación se realiza mediante el teléfono

Es un método cuya utilización va en aumento en los últimos años a medida que se incrementa el número de hogares con teléfono y mejora

Inicialmente se utilizó para realizar test de audiencia de programas y anuncios emitidos por radio y televisión, posteriormente se usa en la capacitación de la información.

**Tipos**

**Por teléfono**

Encuesta telefónica	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapidez en la obtención de datos</li> <li>Coste más reducido</li> <li>Permite entrevista a personas poco accesibles</li> <li>Elevado índice de respuesta (más que en la postal pero menos que en la personal)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de representatividad de la muestra (personas que no están, que no tienen teléfono, etc.)</li> <li>Brevidad del cuestionario No se puede utilizar material auxiliar</li> </ul>
---------------------	---	--

Consiste en el envío por correo de un cuestionario a las personas que constituyen la muestra

**Por correo**

Encuesta postal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducido coste</li> <li>Facilidad de acceso a las personas a encuestar</li> <li>Flexibilidad en el tiempo para el entrevistado (puede contestar en cualquier momento)</li> <li>Se evita la posible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bajo índice de respuesta No hay seguridad de quién contesta el formulario</li> <li>Necesidad de datos</li> <li>El cuestionario ha de ser reducido</li> <li>Falta de representatividad</li> </ul>
-----------------	--	---