



Mi Universidad

Infografía

Nombre del Alumno: Mariam de los ángeles Martínez Villagrán

Nombre del tema: valoración alimentaria

Parcial: 4

Nombre de la Materia: epidemiología

Nombre del profesor: Felipa Nidia Paola Acuña Méndez

Nombre de la Licenciatura: nutrición

Cuatrimestre: 6to

Lugar y fecha: Tapachula Chiapas 30/07/23

VALORACIÓN ALIMENTARIA

Elaborado por: Mariam Martinez Villagrán

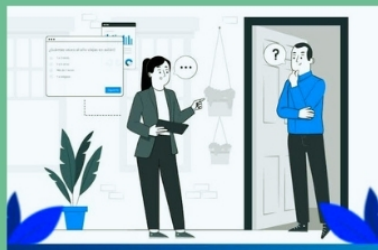


TIPOS DE ENCUESTAS:

Las encuestas se corresponden con uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados debido, fundamentalmente, a que a través de las encuestas se puede recoger gran cantidad de datos tales como actitudes, intereses, opiniones, comportamiento.

ENCUESTA PERSONAL

Consiste en una entrevista personal que se establece entre dos personas, a iniciativa del entrevistador, para obtener información sobre unos objetivos determinados.



ENCUESTA TELEFÓNICA

Inicialmente se utilizó para realizar test de audiencia de programas y anuncios emitidos por radio y televisión, pero posteriormente se ha generalizado su uso en la captación de información.

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, es el único medio de establecer contacto con los encuestados y en otras situaciones puede utilizarse como técnica opcional en función de las características de la investigación.



CONFIABILIDAD

La medición es el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos, el cual se realiza mediante un plan explícito y organizado para clasificar.

La Confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales.

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

