



**Nombre de alumno: Tayli Jamileth  
Cifuentes Pérez**

**Nombre del profesor: Julibeth  
Hernández Martines**

**Nombre del trabajo: Super nota**

**Materia: Epidemiología**

**Grado: 6to. cuatrimestre**

**Grupo: Nutrición**

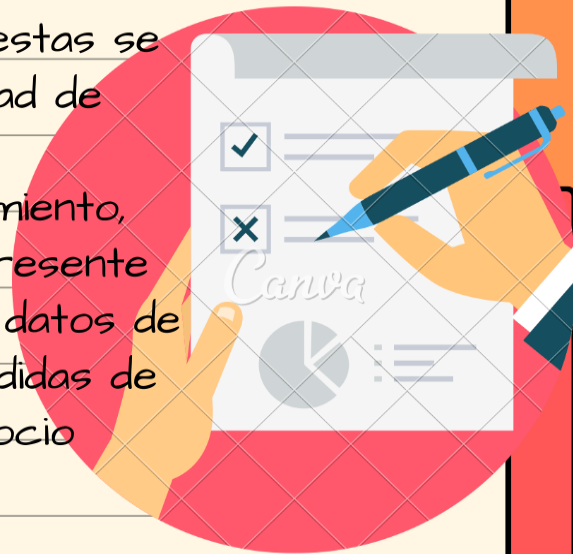
Comitán de Domínguez Chiapas a 27 de julio de 2023

# ENCUESTAS



27/07/23

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, conocimiento, comportamiento (pasado, presente y pretendido), así como los datos de clasificación relativos a medidas de carácter demográfico y socio económico.

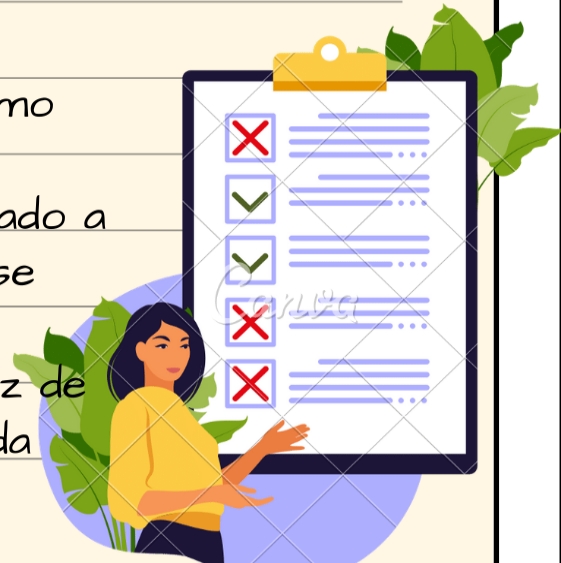


La principal ventaja de la encuesta frente a otras técnicas es su versatilidad o capacidad para recoger datos sobre una amplia gama de necesidades de información

limitaciones o inconvenientes como son:

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



# ENCUESTA PERSONAL



29/09/23

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



## Principales ventajas:

- +proporcionan un mayor índice de respuesta,
- +Son fiables puesto que se conoce con certeza quién contesta y se evita la influencia de terceras personas.
- +Se obtienen respuestas menos evasivas y vagas, ya que el entrevistador puede aclarar cualquier tipo de dudas que se puedan suscitar
- +Permiten utilizar materiales auxiliares para profundizar en determinados temas, tales como fotografía, láminas, productos, etc.
- +También pueden obtenerse datos secundarios del entrevistado como presencia, ambiente familiar, sexo, etc.



## Principales inconvenientes

+Un coste elevado, 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, representa un coste importante por entrevista realizada.



# ENCUESTA POR TELEFONO



27/07/23

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, por tanto, su representatividad.

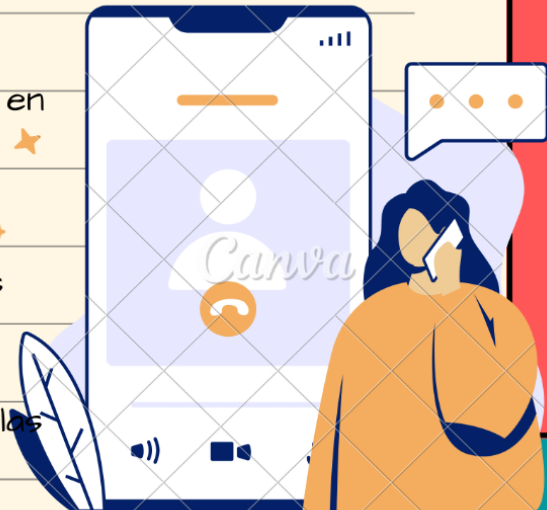
Inicialmente se utilizó para realizar test de audiencia de programas y anuncios emitidos por radio y televisión, pero posteriormente se ha generalizado su uso en la captación de información.

## Principales ventajas

+Es una técnica que permite obtener información con gran rapidez, ya que en pocas horas un encuestador puede realizar múltiples encuestas. ✨

+En comparación con la encuesta personal su coste puede resultar más reducido, aunque esto depende de diversos factores tales como la duración del cuestionario, la distancia, las tarifas telefónicas, etc. ✨

+Permite acceder más fácilmente a personas ocupadas, sobre todo para encuestas de corta duración, a las cuales suele ser difícil llegar a través de encuestas personales.



## Principales inconvenientes

+Falta de representatividad muestral como consecuencia de que sólo pueden ser encuestadas las personas que disponen del teléfono, del

+Con respecto 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 brevedad de la entrevista que se recomienda que no exceda de 15 minutos





# ENCUESTA POR CORREO



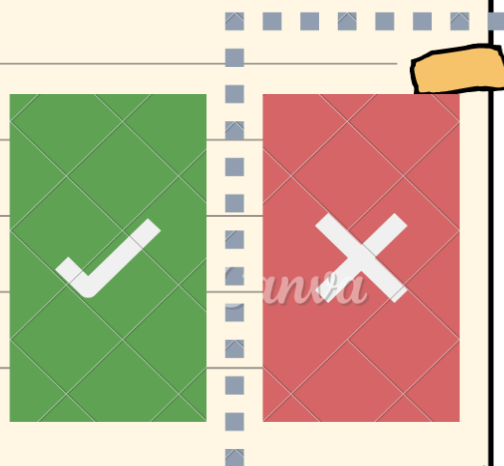
27/07/23



principales ventajas  
Su reducido coste frente a los otros dos métodos de encuesta, pues es un sistema económico de recogida de información especialmente cuando el ámbito geográfico de la investigación des a nivel nacional o internacional.

## principales inconvenientes

- +El bajo número de respuestas que se reciben en relación con los envíos realizados, que se sitúa en torno al 10% o 20%.
- +En segundo lugar, otro mecanismo que incrementa el índice de respuesta es ofrecer un incentivo material, además del incentivo moral que se pretende dar con la carta.
- +La identidad del encuestado es una variable incontrolada, ya que no podemos asegurar que realmente conteste el cuestionario el destinatario del mismo y, al mismo tiempo, también pueden existir influencias de otras personas en las respuestas del encuestado y ello, lógicamente, introduce distorsiones en la muestra.



Universidad del Sureste, antología de epidemiología, recuperado el 27 de julio del 2023, paginas 89-95

[faf1188539628c0d942ff688b6d50747-LC-LNU605.pdf \(plataformaeducativauds.com.mx\)](https://plataformaeducativauds.com.mx/faf1188539628c0d942ff688b6d50747-LC-LNU605.pdf)