



Mi Universidad

Mapa conceptual

Nombre del Alumno: Anette Brighth Álvarez Rojas

Nombre del tema: Tipos De Encuestas Utilidad E Inconveniente De Las Encuestas

Nombre de la Materia: Epidemiología.

Parcial: 4

Nombre del profesor: Víctor Manuel Nery

Nombre de la Licenciatura: Enfermería.

Cuatrimestre: 4to.

TIPOS DE ENCUESTAS UTILIDAD E INCONVENIENTE DE LAS ENCUESTAS

¿Qué es una encuesta?

Las encuestas se corresponden con uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados

A través de las encuestas se puede recoger gran cantidad de datos tales como actitudes, intereses, opiniones, conocimiento, comportamiento, 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.

Tipos De Encuesta

Existen tres métodos básicos para llevar a cabo las encuestas:
—personalmente
—por teléfono
—por correo

Estos diferentes tipos de encuesta presentan ventajas e inconvenientes que determinan el que su aplicación sea más recomendable ante determinadas situaciones.

Encuesta personal

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

En la encuesta personal las preguntas se formulan en un encuentro directo entre encuestado y encuestador.

Esto proporciona 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.

Confirmando que la investigación descansa en la veracidad de la información recogida, es necesario controlar que los datos presentados por los entrevistadores son ciertos y que proceden realmente de la muestra seleccionada.

Encuesta telefónica

En la encuesta telefónica 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, por tanto, su representatividad.

Principales ventajas

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

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.

La encuesta telefónica puede utilizarse en tres sentidos:

- (1) Como único medio de realizar la investigación
- (2) Como una técnica combinada con otras
- (3) Como un medio auxiliar en la utilización de otras técnicas

Encuesta postal

En la encuesta postal se solicita a los encuestados que cumplimenten y devuelvan el cuestionario que se les envía por correo.

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.

Las encuestas postales están limitadas a situaciones en las que se dispone de un directorio del universo a investigar, lo cual no siempre es frecuente en las investigaciones

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 puede utilizarse como técnica opcional en función de las características de la investigación.

TIPOS DE ENCUESTAS UTILIDAD E INCONVENIENTE DE LAS ENCUESTAS

Criterios en la selección del tipo de encuesta

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.

factores como el mayor o menor número de preguntas que pueden incluirse en el cuestionario, la cantidad de datos que pueden obtenerse, el tipo de preguntas y la posibilidad de utilizar ayudas visuales como tarjetas, fotografías, etc.

Con respecto al coste y en términos generales, la encuesta postal es la más económica, y la personal la más costosa.

No obstante, puede haber excepciones en función del tamaño del cuestionario, lugar de residencia de los individuos que constituyen la muestra, tarifas telefónicas, etc.

El problema de la elección método no solo depende de estos cinco criterios y además es muy difícil que en el planteamiento de una investigación de mercados un método sea el mejor para todos los criterios.

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

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, el control en la supervisión

Reproductibilidad y validez

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

Toda medición debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez

La Confiabilidad

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

La Validez

Se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir.

Bibliografía:

Antología de UDS Epidemiología,