



Mi Universidad

Mapa Conceptual

Nombre del Alumno: Briana Jacqueline García Lujano

Nombre del tema: Tipos de encuestas

Parcial: 4to

Nombre de la Materia: Epidemiología

Nombre del profesor: Víctor Manuel Nery

Nombre de la Licenciatura: Lic. Enfermería

Cuatrimestre: 4to

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

Personal

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

Ventajas

- 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.
- Se obtienen respuestas menos evasivas y vagas, ya que el entrevistador puede aclarar cualquier tipo de dudas que se puedan suscitar en el cuestionario
- pueden obtenerse datos secundarios del entrevistado como presencia, ambiente familiar, sexo, etc.

Desventajas

- 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
- Pueden originarse sesgos por influencias del entrevistador, es decir, la actuación del entrevistador en la encuesta, su presencia física, sus explicaciones, su entonación, etc.

Teléfono

La encuesta telefónica 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.

Se utiliza

- Como único medio de realizar la investigación,
- Como una técnica combinada con otras
- Como un medio auxiliar en la utilización de otras técnicas

Ventajas

- Es una técnica que permite obtener información con gran rapidez
- su coste puede resultar más reducido, aunque esto depende de diversos factores
- Permite acceder más fácilmente a personas ocupadas

Desventajas

- Los posibles problemas de falta de representatividad muestral como consecuencia de que sólo pueden ser encuestadas las personas que disponen del teléfono
- limitación de este método es la brevedad de la entrevista que se recomienda que no exceda de 15 minutos.
- El no poder utilizar material auxiliar o de exhibición

Correo

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

Ventajas

- Su reducido coste frente a los otros dos métodos de encuesta
- Es un sistema más flexible para el entrevistado que puede contestar el cuestionario en el momento más conveniente y empleando el tiempo que desee
- Se evitan los posibles sesgos que puedan originarse por la influencia del encuestador en el proceso de realización de la encuesta

Desventajas

- El bajo número de respuestas que se reciben en relación con los envíos realizados
- La identidad del encuestado es una variable incontrolada
- Las encuestas postales están limitadas a situaciones en las que se dispone de un directorio del universo a investigar
- motiva la ausencia de un entrevistador hace referencia a la poca cantidad de información que se puede obtener a través del cuestionario

Bibliografía

Tipos de encuestas. (s/f). Questionpro.com. Recuperado el 2 de diciembre de 2023, de
<https://www.questionpro.com/es/tipos-de-encuestas.html>