



Mi Universidad

Actividad 3

NOMBRE DEL ALUMNO: Kenny Janeth Hernández morales

TEMA: Valoración alimentaria

PARCIAL: 4

MATERIA: Epidemiología

NOMBRE DEL PROFESOR: Rubén Eduardo Domínguez García

LICENCIATURA: Enfermería

Tipos de encuestas

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

Como actitudes, intereses, opiniones, conocimiento, comportamiento (pasado, presente y pretendido)

La encuesta se basa en el método inductivo, es decir, a partir de un número suficiente de datos podemos obtener conclusiones a nivel general.

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
- O por correo

En la encuesta personal

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

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

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

. La encuesta personal

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

Las personales son las que proporcionan un mayor índice de respuesta,

Permiten utilizar materiales auxiliares para profundizar en determinados temas, tales como fotografía, láminas, productos

La actuación del entrevistador en la encuesta, su presencia física, sus explicaciones, su entonación pueden representar una fuente de distorsión en la información obtenida.

Para evitar estos posibles sesgos, es importante que en la selección los entrevistadores se tengan en cuenta ciertas cualidades personales, honestidad, objetividad, neutralidad y facilidad para los contactos humanos

Es necesario controlar que los datos presentados por los entrevistadores son ciertos y que proceden realmente de la muestra seleccionada.

Es necesario un exhaustivo control de los mismos, a través de una revisión de una pequeña muestra de las encuestas realizadas por cada encuestador.

En lo que a la realización de las encuestas personales se refiere pueden llevarse a cabo bien en el hogar de la persona encuestada o «in situ

Las encuestas efectuadas en el hogar se utilizan en investigaciones de tipo general, garantizándose la aleatoriedad de los hogares seleccionados a través de diferentes métodos de muestreo

. 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

Se utilizó para realizar test de audiencia de programas y anuncios emitidos por radio y televisión.

La investigación de mercados la encuesta telefónica puede utilizarse en tres sentidos:

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

Las principales ventajas

- Es una técnica que permite obtener información con gran rapidez
- Con la encuesta personal su coste puede resultar más reducido
- Permite acceder más fácilmente a personas ocupadas

El número de personas que aceptan contestar por teléfono una encuesta suele ser bastante elevado.

Es fundamental dar una explicación clara y convincente de que se trata de un estudio de investigación.

Informarle del objetivo de la investigación, quienes realizan y de cómo esa persona ha sido seleccionada.

Los principales inconvenientes o limitaciones de la encuesta telefónica

Como consecuencia de que sólo pueden ser encuestadas las personas que disponen del teléfono

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.

Supone una limitación de este método es la brevedad de la entrevista que se recomienda que no exceda de 15 minutos.

Ello implica que el cuestionario también sea breve y, por tanto, no puede recabarse demasiada información

El no poder utilizar material auxiliar o de exhibición,

Como tarjetas, fotografías, bocetos, etc.

Limita también bastante el tipo de información que se puede obtener a través de las encuestas telefónicas.

En relación al diseño del cuestionario de las encuestas telefónicas hemos de tener presentes

La brevedad de la entrevista exige que el cuestionario sea reducido y no contenga demasiadas preguntas.

Las preguntas deben ser preferentemente cerradas o semiabiertas y con un abanico de respuestas no muy amplio

Las preguntas de respuesta múltiple se deben eliminar o desglosar en sucesivas preguntas.

La 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 un sistema económico de recogida de información especialmente cuando el ámbito geográfico de la investigación

Es un sistema más flexible para el entrevistado que puede contestar el cuestionario en el momento más conveniente

Se evitan los posibles sesgos que puedan originarse por la influencia del encuestador en el proceso de realización de la encuesta.

Para tratar este problema del bajo índice de respuesta es necesario establecer una serie de mecanismos motivadores, como son, en primer lugar que junto con el cuestionario se envíe una carta de representación

Es una variable incontrolada, ya que no podemos asegurar que realmente conteste el cuestionario el destinatario del mismo

También pueden existir influencias de otras personas en las respuestas del encuestado

Ello, lógicamente, introduce distorsiones en la muestra.

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.

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

En relación a la versatilidad, 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.

Cuando el tiempo es un factor clave en la investigación, la encuesta telefónica, lógicamente, es la forma más rápida de obtener la información y si bien en la encuesta personal se puede incrementar el número de encuestadores

En la encuesta postal resulta imposible acortar el tiempo que transcurre desde que se envían los cuestionarios hasta que se devuelven cumplimentados.

La encuesta postal es la más económica, y la personal la más costosa.

Puede haber excepciones en función del tamaño del cuestionario, lugar de residencia de los individuos que constituyen la muestra, tarifas telefónicas, etc.

Método utilizado se refiere, no cabe duda que existen una gran cantidad de factores que determinan la mayor o menor precisión de las preguntas

Existen una serie de aspectos que afectan a la exactitud de los datos y difieren en cada uno de los métodos utilizados

Es muy difícil que en el planteamiento de una investigación de mercados un método sea el mejor para todos los criterios

El más adecuado será el que mejor se adecue a las necesidades de información de la investigación teniendo en cuenta las limitaciones de tiempo y de coste

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

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.

La Confiabilidad

Por ejemplo, si se midiera en este momento la temperatura ambiental usando un termómetro y éste indicara que hay 22 °C.

Un minuto más tarde se consultara otra vez y el termómetro indicara que hay 5 °C.

La Validez

Por ejemplo, un instrumento para medir la inteligencia válida debe medir la inteligencia y no la memoria.

Una prueba sobre conocimientos de historia tiene que medir esto y no conocimientos de literatura histórica.

- Reproducibilidad y validez

- Análisis para el diagnóstico en el diseño de estrategias, proyectos, programas y políticas nutricionales

Las políticas de alimentación y los programas agrícolas contribuyen al establecimiento de objetivos nutricionales claros, al monitoreo del impacto que los mismos tienen en la nutrición

La mejora del conocimiento y de las prácticas nutricionales
Garantizan la seguridad alimentaria, la reducción de las pérdidas de alimentos

Los alimentos, la agricultura y los sistemas alimentarios incluyendo los cultivos

La ganadería, la pesca y la silvicultura pueden contribuir a hacer frente a todas las formas de malnutrición

La FAO trabaja con diversos socios en todos los sectores para impulsar las inversiones en la alimentación

- World Health Organization (WHO)
- World Food Programme (WFP)
- IFAD • World Bank
- Scaling Up Nutrition movement (SUN)
- Reach Partnership (REACH)
- Global Panel on Agriculture and Food Systems for Nutrition

Información alimentaria,
información nutricional.

La alimentación saludable es aquella que aporta a cada individuo todos los alimentos necesarios para cubrir sus necesidades nutricionales

En las diferentes etapas de la vida (infancia, adolescencia, edad adulta y envejecimiento), y en situación de salud.

En caso de presentar síntomas específicos relacionados con la enfermedad o el tratamiento

Debes dirigirte al apartado de recomendaciones dietéticas específicas.

Cada persona tiene unos requerimientos nutricionales

En función de su edad, sexo, talla, actividad física que desarrolla y estado de salud o enfermedad

Para mantener la salud y prevenir la aparición de muchas enfermedades hay que seguir un estilo de vida saludable.

Hay que elegir una alimentación equilibrada, realizar actividad o ejercicio físico de forma regular
Evitar fumar y tomar bebidas alcohólicas de alta graduación.

Características de una alimentación saludable

Una dieta saludable tiene que reunir las características

Proporción entre sí. Así, los hidratos de carbono (CHO) han de suponer entre un 55 y un 60% de las kcal totales al día

Las grasas, entre un 25 y un 30%; y las proteínas, entre un 12 y un 15%. Además hay que beber de 1,5 a 2 litros de agua al día

Tiene que ser suficiente

La cantidad de alimentos ha de ser la adecuada para mantener el peso dentro de los rangos de normalidad y, en los niños, lograr un crecimiento y desarrollo

Tiene que ser adaptada a la edad, al sexo, a la talla, a la actividad física que se realiza, al trabajo que desarrolla la persona y a su estado de salud.

Tiene que ser variada

Debe contener diferentes alimentos de cada uno de los grupos: (lácteos, frutas, verduras y hortalizas, cereales, legumbres, carnes y aves, pescados, etc.

Mayor variedad, habrá también una mayor seguridad de garantizar todos los nutrientes necesarios