

**Nombre de alumno: Diana Isabel
García Guillén.**

**Nombre del profesor: María de los
Ángeles Venegas Castro.**

Nombre del trabajo: Ensayo.

Materia: Epidemiología.

Grado: 6°

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 03 de Agosto de 2024.

APECTOS IMPORTANTES EN LA VALORACIÓN NUTRICIONAL

Como sabemos la valoración nutricional es sumamente importante, y proporciona información indispensable al nutriólogo para poder evaluar el estado nutricional de un paciente, así como determinar si cubre sus requerimientos nutricionales; para esta recolección de datos es necesario la utilización de algún instrumento que lo permita, como puede ser una entrevista, cuestionario e incluso una encuesta. Durante la recolección de datos en una consulta, un nutriólogo puede enfrentarse a la alta probabilidad idónea, ya que pueden existir diversos sesgos en el proceso, tales como: la no respuesta, desinformación, mala estructura del cuestionario, problemas técnicos; etc.; por lo que como personal de la salud es necesario conocer las herramientas que se tienen al alcance, cuáles deben ser sus características y cómo deben utilizarse para así obtener una anamnesis exitosa; ya que gracias a esto pueden identificarse algunas problemáticas en el ámbito que puedan existir, ya sea a nivel de individuo de población; para que posteriormente a través de un análisis; se puedan implementar políticas y programas que permitan realizar una intervención nutricional adecuada respecto al tema que se desea tratar.

La encuesta es un procedimiento utilizado en la investigación de mercados para obtener información mediante preguntas dirigidas a una muestra de individuos representativa de la población o universo de forma que las conclusiones que se obtengan puedan generalizarse al conjunto de la población siguiendo los principios básicos de la inferencia estadística, ya que la encuesta se basa en el método inductivo, es decir, a partir de un número suficiente de datos podemos obtener conclusiones a nivel general. **Universidad de Champagnat. (2003, julio 15).** Aunque la entrevista aparenta ser un método efectivo y muy fácil de utilizar para la obtención de datos existen ciertas limitaciones en ésta obtención de información como puede ser la renuncia de los encuestados a proporcionar información; ya que pueden no brindar los datos deseados por diversas razones, donde pueden destacar el olvido o el desconocimiento; éste proceso también puede verse limitado por las características del cuestionamiento, como pueden ser una duración excesiva.

Existen tres tipos de encuestas la personal, telefónica y postal. **La encuesta personal** tiene ventajas como una alta tasa de respuesta, datos precisos y la posibilidad de usar materiales auxiliares, además de permitir la obtención de datos secundarios. Sin embargo, presenta inconvenientes como el costo elevado y sesgos por parte del entrevistador. Por otro lado, la

encuesta telefónica, permite una rápida obtención de datos a un costo bajo y facilita el acceso a personas ocupadas, dentro de sus inconvenientes se encuentran la brevedad de la entrevista. A su vez, la **encuesta postal** tiene como ventaja que no da lugar al sesgo por parte del entrevistador, sin embargo, es la menos común actualmente. Existen diversos factores que influyen para la selección del tipo de encuesta ideal para cada situación; por ejemplo: las encuestas personales son más versátiles y flexibles, las encuestas telefónicas son más breves y las postales suelen ser las menos costosas. Algo que es importante mencionar es que los diferentes tipos de encuestas pueden combinarse para obtener mejores resultados. Algo que debe considerarse mucho al momento de realizar una recolección de datos, es que para que sea efectivo debe cumplir con la confiabilidad la **confiabilidad**, que se refiere a la consistencia de los resultados cuando el mismo instrumento se aplica repetidamente al mismo sujeto o objeto, y la **validez**, que es el grado en que el instrumento mide realmente la variable que pretende evaluar. Una técnica que se ha propuesto para evaluar la validez, **según Kerlinger** debemos realizar la siguiente pregunta: "¿Está midiendo lo que cree que está midiendo?" Si la respuesta es sí, el instrumento es válido; de lo contrario, no lo es.

El análisis de los datos en el ámbito nutricional nos ayudará a obtener una visión acerca de las problemáticas que se estén enfrentando y con ello establecer los objetivos para así poder resolverlas a través de las políticas alimentarias y los programas agrícolas. Los programas agrícolas ayudarán a garantizar la seguridad alimentaria y calidad de alimentos, ya que los programas que incluyen a la ganadería, cultivos y pesca ayudan a abordar la malnutrición y combatir la pobreza, tal es el caso de las colaboraciones de la FAO, que promueven la malnutrición y tratan de impulsar inversiones en la alimentación.

En conclusión, como nutriólogos es sumamente importante saber utilizar los diversos instrumentos de recolección de información que tenemos a nuestro alcance, que nos permitirán obtener los datos necesarios para poder realizar una valoración nutricional, y así poder identificar los retos nutricionales a los que nos enfrentamos, ya sea individualmente o a nivel poblacional, donde será necesario la aplicación de educación nutricional, las políticas alimentarias y promoción a la salud, y así brindar los conocimientos necesarios acerca de lo que

es una alimentación saludable, algunas estrategias para mejorar los hábitos alimenticios; fomentando la actividad física y reduciendo el consumo de alcohol, tabaco y alimentos ultra procesados; los cuales afectan considerablemente el estado de salud de un individuo e incluso de una población. Para que, a través del abordaje nutricional adecuado y la educación, la población alcance un estado saludable, así como mejorar su calidad de vida.

Bibliografía:

- Universidad del Sureste. (2024). Antología de Epidemiología.
- Universidad de Champagnat. (s.f). Encuesta, tipos y procedimiento de uso en investigación de mercados. https://www.gestiopolis.com/encuesta-tipos-y-procedimiento-de-uso-en-investigacion-de-mercados/#goog_rewarded