

TEMA 2

LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Dentro del campo de la investigación comercial podemos entender por fuente de información aquellos lugares o elementos en los que se pueden obtener datos e información necesaria para la realización de estudios de mercado.

Clasificación de las fuentes de información

Fuentes de información internas: son todas aquellas que la empresa puede obtener y explorar por sus propios medios y recursos sin necesidad de acudir a terceros en encargo especial. Estas fuentes las dividimos a su vez en:

- **Primarias:** son todas aquellas que genera la empresa en su seno y por su propia gestión y entre los diferentes datos que estas fuentes pueden proporcionar están los siguientes:
 - ◆ **sobre ventas:**
 - ◇ ventas en unidades / euros
 - ◇ Distribución sobre ventas:
 - por zonas
 - por clientes
 - por establecimientos
 - por productos
 - por vendedores
 - ◆ **sobre vendedores:**
 - ◇ visitas realizadas
 - ◇ duración de las visitas
 - ◇ tiempo de desplazamiento
 - ◆ **sobre existencias:**
 - ◇ stock por productos en almacenes
 - ◇ rotura de stock
 - ◆ **sobre productos:**
 - ◇ gama de productos existentes
 - ◇ productos eliminados
 - ◇ productos nuevos
 - ◆ **sobre publicidad y promoción:**
 - ◇ inversiones realizadas
 - ◇ promociones
 - ◇ distribución de los presupuestos
 - ◇ resultados obtenidos
 - ◆ **sobre clientes:**
 - ◇ clientes existentes
 - ◇ clientes perdidos
 - ◇ clientes ganados
 - ◇ reclamaciones
 - ◆ **sobre precios:**
 - ◇ precios sobre los productos
 - ◇ precios sobre las materias primas
 - ◆ **sobre aspectos financieros:**
 - ◇ rentabilidad

- por clientes
- por productos
- por zonas
- ◊ costes
- ◊ impagados
- ◆ sobre aspectos productivos:
 - ◊ capacidad de la empresa
 - ◊ carga de trabajo
- ◆ sobre aspectos del personal:
 - ◊ composición de la plantilla
 - ◊ nivel de ocupación
 - ◊ horas extraordinarias
- **Secundarias:** son aquellas de que puede disponer la empresa pero que no son originadas por ellas misma, sino que han sido elaboradas en un momento dado por alguien y están disponibles en la empresa. Ej. Antiguos estudios encargados a institutos de investigación.

Fuentes de información externas: son las que están situadas fuera de la empresa cuya información puede obtenerse a través de diferentes medios y se desglosan en:

- **Primarias:** son las que están localizadas en la unidad básica de información, es decir, consumidores, distribuidores y en general, en el mercado del que se desea obtener información adecuada. Se trata de fuentes de las que se puede obtener con mayor o menor facilidad la información necesaria para tomar determinadas decisiones, pero que es necesario recoger específicamente en cada caso con las técnicas o procedimientos adecuados. Uno de los mayores inconvenientes es el coste, ya que es el mas elevado de todas por lo que solo debe acudirse a ellas cuando no se disponga de la información necesaria a través de otras. Existen determinadas investigaciones que no se encuentran en ninguna otra fuente, por lo que no hay otra opción. Las técnicas de recogida de la información son:
 - ◆ encuestas:
 - ◊ personal
 - ◊ telefónica
 - ◊ postal
 - ◆ encuestas ómnibus
 - ◆ paneles:
 - ◊ de consumidores
 - ◊ de establecimientos
 - ◊ de detallistas
 - ◆ observación
 - ◆ experimentación
 - ◆ seudo compra
 - ◆ entrevistas en profundidad
 - ◆ entrevistas en grupo
 - ◆ técnicas proyectivas
- **Secundarias:** están situadas en el exterior de la empresa y la información que puede proporcionar ha sido previamente elaborada con carácter general por determinadas personas o entidades. Estas fuentes se subdividen a su vez en:
 - ◊ **Metodológicas:** son aquellas que proporcionan información sobre los fundamentos teóricos de las diferentes técnicas y métodos que pueden utilizarse para llevar a cabo una determinada investigación, pero no proporcionan una información o datos específicos. Estas fuentes están compuestas por aquellos manuales, publicaciones, revistas, estudios, etc., elaborados por el área de investigación de mercados.

◇ Estadísticas: son aquellas que proporcionan información de tipo cuantitativo sobre diferentes temas o aspectos como pueden ser el consumo, los precios, los salarios, la producción, etc. A la vez pueden clasificarse por:

- Su origen:
 - Publicas
 - Privadas
- Su extensión:
 - Internacionales
 - Nacionales
 - Regionales
 - Provinciales
 - Locales
- Su contenido:
 - Monográficas
 - Sectoriales
 - Intersectoriales
- Su finalidad:
 - De producción
 - De consumo
 - De precios
 - De salarios

La aplicación de las fuentes estadísticas requiere dos consideraciones:

1º El grado de fiabilidad, es decir, la seguridad sobre la fiabilidad de los datos haciendo consultas oportunas a las personas y entidades que elaboran dichas estadísticas.

2º El grado de desfase temporal, es decir, que hay que tener cautela a la hora de hacer cualquier estimación futura sobre bases de datos del pasado.

El acceso a las fuentes externas se realiza a través de tres medios:

- Guías bibliográficas: resúmenes de publicaciones.
- Los centro de documentación
- Los bancos de datos.