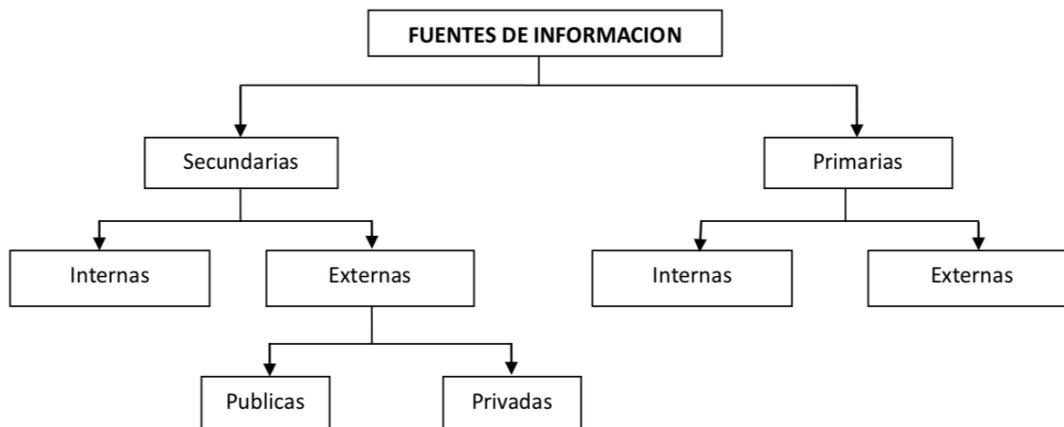


# Fuentes de Información

Cuando vamos a realizar una investigación de mercados requerimos dar solución a una problemática que hemos detectado, y para poder hacer esto nos valemos de fuentes que nos brinden información que ayude a avanzar hasta llegar a concluir dicha investigación. Las fuentes de información de las cuales nos podemos abastecer son las que se presentan en la siguiente tabla:



**Fuentes de información secundarias**, es información que fue recopilada con una finalidad, y esta información no guarda relación con las necesidades de información de la investigación que estamos llevando a cabo, más sin embargo, contiene datos que nos sirven.

Normalmente son datos que ya están publicados, por ejemplo si estamos realizando una investigación en México es muy común que podamos recurrir a las publicaciones del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Cuando hablamos de **fuentes secundarias**, aparte de que pueden ser internas o externas, también pueden haber sido obtenidas de fuentes públicas o privadas.

**Públicas**: es toda aquella información que se recopiló para publicarse, lo que da como resultado que cuando recurrimos a ella el costo es muy bajo o ninguno.

# Fuentes de Información

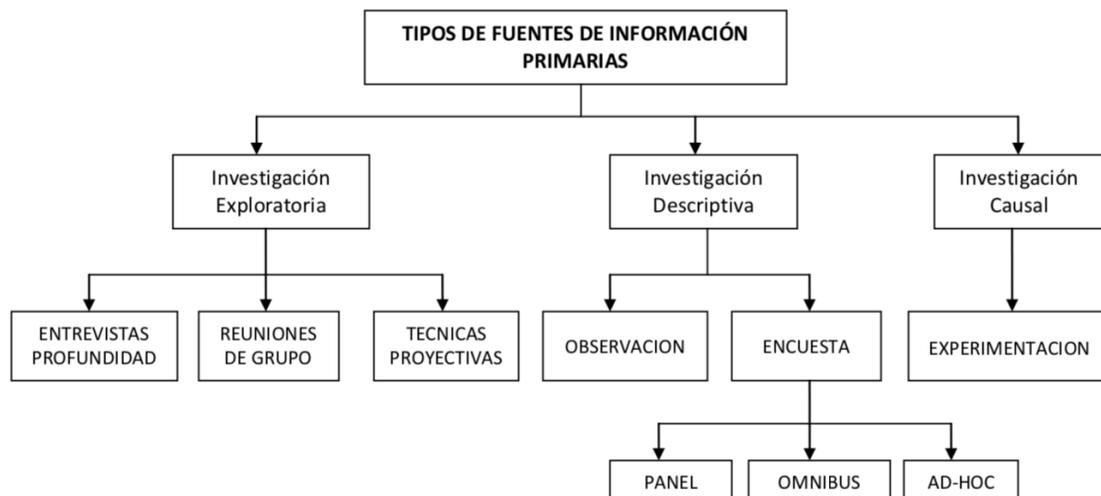
Privadas: es la información que ha sido recabada para luego comercializar con ella (venta de base de datos), lo cual representa un costo el adquirirla, que el investigador debe absorber.

En México y en muchos países existen empresas que se dedican a recabar datos para luego venderlos, y es una práctica legal.

**Fuentes de Información primarias**, son todas aquellas fuentes a las que se recurre para obtener información a la medida de las necesidades y objetivos de nuestra investigación. No está previamente en un sitio o lugar, sino más bien, es necesario realizar trabajo de campo.

Cuando hablamos de fuentes internas y externas, ya sea de fuentes secundarias o primarias, nos referimos a:

- Internas. Información disponible dentro de la empresa.
- Externas. Todo aquello que recabamos fuera de la empresa.



Como lo muestra la figura, los **tipos de fuentes de información primarias** abarcan un amplio segmento de cómo obtener esta información que requerimos. Explicamos cada una de ellas:

# Fuentes de Información

Investigación exploratoria. Casi siempre se usa para iniciar una investigación, ya que nos ayuda a conocer sobre el problema a investigar; se usan técnicas cualitativas que nos brindan un panorama de nuestro tema en cuestión, la información la obtenemos mediante reuniones de grupo, entrevistas en profundidad, técnicas proyectivas y la observación.

Investigación descriptiva. Con este tipo de investigación obtenemos más información de nuestro problema, es decir, datos más concretos, con técnicas cualitativas como encuestas y paneles.

Investigación causal. Este tipo de investigación consiste en encontrar la relación entre variables independientes (causantes del problema) y las variables dependientes (efecto del problema). Se utiliza el experimento para comprobar los efectos de las independientes sobre las dependientes.

## Referencias:

V, Kumar. Herramientas para el éxito en mercados extranjeros. Recuperado el día 20 de Febrero de 2020, a partir de:

<http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Herramientas%20para%20el%20Exito%20en%20Mercados%20Extranjeros.PDF>

Fuentes de información. Recuperado el día 19 de Febrero de 2020, a partir de:

[http://files.uladech.edu.pe/docente/17895184/Marketing\\_Empresarial\\_II/Sesion\\_4/Sesion\\_4\\_mark%20II.pdf](http://files.uladech.edu.pe/docente/17895184/Marketing_Empresarial_II/Sesion_4/Sesion_4_mark%20II.pdf)