

FUENTES DE INFORMACION PRIMARIA , SECUNDARIA , INTERNA Y EXTERNA

FUENTES DE INFORMACION DE LAS ORGANIZACIONES



Fuentes de Información

El uso de Fuentes de información primaria y Fuentes de información secundaria nos permiten identificar los proveedores y fuentes de abastecimiento. Mediante el procesamiento de la información podemos evaluar los proveedores y fuentes de abastecimiento según el país, región, ciudad, empresa, precio, servicio y cumplimiento. Podemos apoyarnos en el manejo de anuncios y otros medios electrónicos.

Para la búsqueda y organización de la información y para generar valor agregado según las necesidades u objetivos que se persigan existen paquetes o software que suministra reportes ágiles o que transforma automáticamente la información y la envía a diferentes centros de recepción como puede ser de la empresa a sus proveedores como el EDI.

Dentro de este contexto, vamos a analizar los conceptos que siguen a continuación.

Existe mucha información de todo tipo y condición al servicio de quien pueda requerirla y se puede ubicar por diferentes medios, pero no toda es útil y pertinente. La administración y direccionamiento de una empresa, apoya sus decisiones en la información recolectada, organizada procesada y analizada.

El disponer de una información pertinente al desarrollo social y económico de la empresa, se constituye en un elemento clave para el desarrollo o mantenimiento de ventajas competitivas. La empresa debe identificar los requerimientos de información, las fuentes para su recolección y define una estructura que le permita su procesamiento, comunicación e interacción entre clientes internos y externos y sus procesos. La información pueden ser: numérica o textual. De fuente primaria o secundaria.

Fuente de Información Primaria

Se le llama información primaria a la que se produce directamente por y para una investigación, utilizando cualquier tipo de técnicas (cuantitativas o cualitativas). Las fuentes primarias de información se constituyen en la forma más pura en su obtención de datos, porque es la producción original de datos. Es el material de primera mano relativo al objeto investigado.

Ejemplos de fuentes primarias: un documento creado por alguien con un fin determinado, artículos escritos con objetivos determinados, una encuesta, una entrevista, la observación, las pruebas y técnicas proyectivas, un grupo de discusión, etc.

Fuente de Información Secundaria

Se le llama información secundaria a los datos recogidos y ya elaborados, (información primaria) que existen previamente y son del interés del investigador por lo que ha sido producido con diversos propósitos. Para su recolección se utilizan dos técnicas: cuantitativas (estadísticas, censos cálculos matemáticos) y cualitativas, como (actas, registros, informes, documentos).

Fuentes para la Recolección de Información

Fuentes internas

Las fuentes internas de información están constituidas por los documentos internos que son las memorias o registros de las operaciones cotidianas de la empresa. Se generan diariamente a través de informes (en los diferentes departamentos áreas o unidades de negocio de la empresa), de documentos que sirven para realizar análisis para toma de decisiones, de estudios especializados realizados por terceros como estudios de mercado, diagnósticos, de manuales para organización de procedimientos, de productos, (muestran la dinámica, las características o otra variable que quiera investigar), de normas técnicas etc.

Algunos ejemplos de las fuentes de Información interna que se pueden consultar a través de:

- Informes en los diferentes departamentos áreas o unidades de negocio de la empresa.
- Documentos que sirven para realizar análisis para toma de decisiones, de estudios especializados realizados por terceros como estudios de mercado, diagnósticos, de manuales para organización.
- Procedimientos.
- Productos, (muestran la dinámica, las características o otra variable que quiera investigar).
- Normas técnicas.

Fuentes externas

Son las que proveen información generada fuera de la empresa, como en bibliotecas y centros de documentación, en entidades, públicas o privadas, en material impreso, en videos, en cintas de audio, en investigaciones de campo.

Algunos ejemplos de las fuentes de Información externa que se pueden consultar a través de:

- Publicaciones (como catálogos de exhibiciones).
- Publicaciones entidades públicas como ministerios y empresas del Estado y gubernamentales.
- Publicaciones de organismos de desarrollo económico/ social. Gremios de la producción (aspectos de política económica) Fedesarrollo, Fenalco, Andi.
- Publicaciones de organismos internacionales como la OEA, BIRF, BID.
- Publicaciones de asociaciones y cámaras de industria y/o comercio.
- Publicaciones de proveedores, distribuidores, sindicatos, otros competidores. Según tipos de productos y servicios, agencias de viajes, empresas de transporte, empresas productoras de insumos y materias primas, almacenes de cadena, hipermercados, supermercados.
- Catálogos de universidades/ centros de investigación. Entidades educativas formales, educación para el trabajo y el desarrollo humano, empresas de educación informal.
- Directorios reales y virtuales, bases de datos, páginas amarillas, bases de datos privadas y negociables.
- Prensa nacional/ local, periódicos de circulación local, revistas especializadas, investigativas, de farándula y culturales.

Clasificación abreviada de las fuentes de información externa

La información consultada exige unas características según el propósito de la investigación, por ejemplo:

- Según el nivel técnico de las publicaciones.
- Según la cobertura geográfica si la publicación sólo incluye información sobre mercados y competidores locales e internacionales.
- Según la cobertura temática con información sobre otras industrias o sectores.
- Según la periodicidad de producción y actualización.
- Según el idioma en el cual aparece la publicación.

Al consultar información externa se debe interpretar la fuente, porque muchas veces la información de campo cubre áreas variadas como: actividades de investigación y desarrollo de los competidores, inversiones en nuevas plantas, ofertas promocionales, cambios en las