



Introducción

Con el fin de ayudar a los empresarios a obtener información importante acerca de sus mercados, existen varias organizaciones privadas que publican informes sobre la población, la economía y las industrias y empresas específicas. Muchas de estas publicaciones pueden encontrarse en bibliotecas locales, aunque algunas sólo pueden adquirirse mediante suscripción.

Existen además varias revistas y periódicos que con frecuencia contienen artículos de interés para todas aquellas personas que deseen realizar investigación de mercados. Muchas de estas publicaciones contienen informes sobre las industrias, las empresas o los medios publicitarios que más utiliza la gente. En las publicaciones periódicas hay también datos sobre cómo se comportan los consumidores y sobre las condiciones y las tendencias económicas.

Hay, además un gran número de asociaciones y cámaras de comercio, que, por lo general proporcionan datos sobre una industria en particular o sobre una zona geográfica. Suelen proporcionar información a los miembros, aunque a veces también a aquellos que no lo son. No es raro que a veces lo hagan por un precio modesto o gratuitamente. Unas cuantas horas empleadas en ponerse en contacto con oficinas del gobierno y con organizaciones privadas pueden redituarse en muchos buenos datos para los propietarios de empresas.

¿En dónde existe información sobre los clientes?

Una de las formas más rápidas y económicas de reunir datos acerca de los clientes y del mercado, son los datos secundarios.

¿Por qué rápidas y económicas?

Los datos secundarios son todos aquellos datos, tanto internos como externos de los negocios, y a los cuales los empresarios pueden recurrir cuando desean tomar decisiones importantes relativas a su mercado. En otras palabras, cuando un empresario desea tomar una decisión importante con sus clientes - vender un producto nuevo, por ejemplo - debe buscar aquella información que le permita saber si este nuevo producto va a tener éxito.

Datos secundarios internos

Los datos secundarios internos son los que existen dentro de las empresas, pero no están ordenados para resolver problemas específicos de mercadotecnia. Algunos datos secundarios internos que pueden servir para conocer mejor el mercado son los datos contables, de ventas y de costos. Sin embargo, hay que trabajar sobre ellos para obtener conclusiones acerca del mercado.

Datos secundarios externos

Son todas aquellas publicaciones existentes a las que podemos acudir para buscar información útil para el desempeño de nuestros negocios. Los datos secundarios externos contienen información recabada por otras empresas y que se regala o se vende (según sea el caso) para que otros puedan a su vez aprovecharla. En otros casos, la información ha sido recabada por el gobierno.

Datos secundarios del sector privado

Actualmente existe mucho interés por parte de los empresarios por conseguir datos relacionados con las ventas de sus productos.

Fundamentos de negocio

**Mercadotecnia > Caras vemos, clientes no conocemos
> Información sobre los clientes: ¡consúltala!**



Por este motivo, hay varias compañías que se dedican a conseguir y publicar esos datos en forma continua, y los venden a aquellas empresas que están interesadas en ellos, mediante suscripciones o mediante una cuota única.

Las empresas más importantes que proporcionan este tipo de servicios son:

- 1 Banco Nacional de México S.A. (BANAMEX)
- 2 BBVA
- 3 BIMSA comunicaciones S.A. de C.V.
- 4 Cámara Americana de Comercio, A.C.
- 5 Cámara Nacional De La Industria De Transformación (CANACINTRA)
- 6 Centro De Estudios Económicos Del Sector Privado (CEESP)
- 7 DUN & BRADSTREET
- 8 Grupo Editorial Expansión:
- 9 IBCON, S.A. (Información Básica De Consulta)
- 10 Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V.
- 11 MERCAMETRICA Ediciones, S.A.
- 12 Sección amarilla del directorio telefónico

Datos secundarios del sector público

- 1 Banco de México
- 2 Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)
- 3 Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)
- 4 Consejo Nacional de Población
- 5 Información, Tecnología y Consultoría (INFOTEC)
- 6 Instituto Nacional del Consumidor
- 7 Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
- 8 Nacional Financiera
- 9 Secretaría de Economía
- 10 Secretaría de Energía (SENER)
- 11 Secretaría de Turismo