

### III. REVISION DE LA RELEVANCIA Y CONSISTENCIA DE INFORMACION.

Tenemos a nuestra disposición una serie de listas, números, estimaciones, y opiniones de las distintas fuentes de información. Es preciso que antes de pasar esta información a su proceso final, realicemos un análisis crítico respecto a la relevancia y consistencia de este material, para el efecto deben revisarse en forma conciente los siguientes factores que involucran la factibilidad o no de la recopilación de información obtenida.

#### 1.- LA CONFIABILIDAD DE LOS DATOS OBTENIDOS.

Se debe realizar una evaluación crítica rigurosa, analizando las circunstancias bajo las cuales fueron recopiladas. Para este análisis es de vital importancia la identificación de la fuente si es primaria o secundaria. Aquí nuestra confianza recaería en aquellos datos obtenidos originalmente, fuente primaria, que como ya se vió, es más viable que la fuente secundaria en la mayoría de los casos; todo esto dependiente en el proyecto en cuestión.

Concretizando este punto, el grado de confiabilidad que yo estime debe ser alto, para que la investigación de mercado sea mas factible.

#### 2.- LA RELEVANCIA DE LOS DATOS RESPECTO AL TEMA QUE SE INVESTIGA.

Si los datos obtenidos y recopilados, son identificables en la mayoría con el tema que se investiga, es decir,

corresponden número o cifra resultante, a lo que se había estimado como resultado, de acuerdo a la experiencia en la empresa, o en el tipo de proyecto explorado.

### 3.- LA CONSISTENCIA DE LOS DATOS RESULTANTES.

El resultado de la recopilación de información debe tener una determinada duración, es decir deben ser favorables para que se lleve a cabo el proyecto con el éxito esperado.