

Brief de Investigación

Antecedentes:

- Reseña de la empresa
- Reseña del producto
- Reseña de la competencia
- Situación que origino el estudio

Objetivo General: Información que a nivel macro se pretende conseguir

Grupo Objetivo de investigación: Sexo, edad, estrato socioeconómico, ciudad, nivel jerárquico que ocupa en el hogar o laboralmente, condición es decir características que debe reunir para considerarse parte del universo de estudio.

Cobertura: En que ciudades se necesita generar la información.

Alcances: Cual es la expectativa de información a detalle.

Propósito: Es la aplicación directa de los resultados logrados con la investigación es decir el para qué.

Acciones de Marketing anticipadas: Son decisiones que se toman con base en los resultados del estudio, antes de realizarlo, parámetros que favorecen la investigación por parte del investigador y que han sido suministrados por el usuario.

Hipótesis: Son supuestos sobre la situación actual del mercado, al final el investigador debe corroborarla o negarla.

Tiempo requerido para la información: Fecha aproximada en la que se requiere la entrega de la información.

Información disponible: Datos disponibles por parte del cliente para el adecuado desarrollo de la investigación.