

NUMERIS INSIGHTS — INVESTIGACIÓN DE MERCADO
E INFORMES

Especificación de Requisitos

Un estudio de mercado a nivel de categoría e informe
infográfico dirigido a inversionistas para el próximo
lanzamiento de producto de Brambleton.



Contenido

01	Control de documentos	2
02	Introducción y alcance	3
03	Propósito y público	3
04	Requisitos funcionales	3
05	Requisitos no funcionales	4
06	Módulos del producto	5
07	Especificación de componentes	6
08	Supuestos, restricciones y dependencias	7
09	Fases de lanzamiento	8

DE UN VISTAZO

Control de documentos

ESPECIFICACIÓN

REQ-2026-0367

Emitido el 8 de enero de 2026

PREPARADO POR

Numeris Insights

New York, NY 10005

PROPIETARIA

Carla Whitfield

VP de Estrategia de Categoría, Brambleton Consumer Goods

ESTADO

Para revisión

Línea base fijada en la aprobación

REQUISITOS

9

Funcionales y no funcionales

01



Introducción y alcance

Brambleton Consumer Goods se prepara para entrar en una nueva categoría de producto, y la junta directiva no liberará el financiamiento del lanzamiento basándose únicamente en opiniones internas. El trabajo de Numeris Insights es convertir tres años de datos de categoría dispersos y anecdóticos en una lectura única, defendible y lista para la junta, sobre el tamaño del mercado y la demanda de los consumidores.

● Propósito y público



El equipo interno de Brambleton ha realizado tres estudios de categoría previos en otros tantos años, cada uno con una metodología distinta y sin una visión unificada, lo que deja a la dirección sin una cifra única que la junta acepte para una decisión de presupuesto de lanzamiento. La categoría también avanza con rapidez, y los datos desactualizados suponen el riesgo de un lanzamiento subdimensionado o de una junta a la defensiva que paralice toda la iniciativa.

Numeris Insights propone un proyecto de investigación de diez semanas: una encuesta cuantitativa con más de 1,000 encuestados, un análisis competitivo de los principales actores de la categoría, un modelo de dimensionamiento de mercado con una proyección a tres años, y una segmentación de compradores, entregado tanto como un informe escrito riguroso como una única presentación infográfica dirigida a inversionistas, diseñada para la sala de juntas. Las secciones siguientes exponen el enfoque, los entregables, el cronograma y la inversión.

Requisitos funcionales



ID	Requisito	Prioridad
R-01	La encuesta debe alcanzar un mínimo de 1,000 respuestas completadas dentro del perfil de compradores de la categoría objetivo	OBLIGATORIO
R-02	El análisis competitivo debe cubrir los 8 principales competidores por cuota de mercado de categoría	OBLIGATORIO
R-03	El modelo de dimensionamiento de mercado debe incluir TAM, SAM y SOM con una proyección a 3 años	OBLIGATORIO
R-04	La segmentación de compradores debe resolverse en no más de 4 segmentos distintos para claridad ante la junta directiva	DESEABLE
R-05	Todos los hallazgos deben ser rastreables hasta los datos de origen en un anexo metodológico	OBLIGATORIO
R-06	El mazo de infografías debe estar listo para la junta sin trabajo de diseño adicional por parte del equipo de Brambleton	OBLIGATORIO
R-07	Presentación de hallazgos entregada en vivo a la junta directiva, no solo distribuida como archivo	DESEABLE
R-08	Conjunto de datos crudo de la encuesta entregado a Brambleton para reutilización interna	PODRÍA



ID	Prioridad	Requisito
R-01	Obligatorio	La encuesta debe alcanzar un mínimo de 1,000 respuestas completadas dentro del perfil de compradores de la categoría objetivo
R-02	Obligatorio	El análisis competitivo debe cubrir los 8 principales competidores por cuota de mercado de categoría
R-03	Obligatorio	El modelo de dimensionamiento de mercado debe incluir TAM, SAM y SOM con una proyección a 3 años
R-04	Deseable	La segmentación de compradores debe resolverse en no más de 4 segmentos distintos para claridad ante la junta directiva
R-05	Obligatorio	Todos los hallazgos deben ser rastreables hasta los datos de origen en un anexo metodológico



Diseño y aplicación de encuestas

Una encuesta cuantitativa estructurada aplicada a más de 1,000 encuestados.



Análisis competitivo de categoría

Precios, posicionamiento y participación de mercado mapeados entre los principales competidores.



Modelo de dimensionamiento de mercado

Dimensionamiento TAM/SAM/SOM con un pronóstico de crecimiento a tres años.



Segmentación de compradores

Una tipología de 4 segmentos construida a partir de datos de encuestas y de la categoría.



Redacción del informe escrito

Un informe completo de hallazgos con un apéndice de metodología.



Diseño de infografía

Un único resumen visual listo para la junta directiva.





Ref.	Ítem	Especificación	Unidades	Plazo	Precio unitario
SPC-01	Encuesta cuantitativa a compradores	Encuesta a 1240 encuestados realizada en toda la categoría	1	6 de mayo de 2026	\$9,200
SPC-02	Análisis competitivo de categoría	Precios, posicionamiento y participación entre 8 competidores	8	6 de mayo de 2026	\$650 / comp
SPC-03	Modelo de dimensionamiento de mercado	Dimensionamiento TAM/SAM/SOM con proyección a 3 años	1	6 de mayo de 2026	\$4,800
SPC-04	Segmentación de compradores	Tipología de 4 segmentos con perfiles de factores de compra	1	6 de mayo de 2026	\$3,600
SPC-05	Redacción del informe de investigación	Informe de hallazgos completo con anexo metodológico	1	6 de mayo de 2026	\$3,900
SPC-06	Diseño de infografía para inversores	Resumen visual del estudio, listo para la junta directiva	1	6 de mayo de 2026	\$3,200

Las especificaciones quedan fijadas en el momento de la aceptación; cualquier cambio se gestiona mediante el procedimiento de control de cambios establecido en este documento.

01

Listo para la junta directiva, no solo preciso

Hallazgos traducidos a una presentación que la junta realmente lee y sobre la que actúa.

02

Una categoría, un número claro

Un único modelo de dimensionamiento defendible reemplaza tres años de estudios dispersos.

03

Datos que su equipo puede reutilizar

Un apéndice metodológico completo y el conjunto de datos crudos para reutilización interna.

1

Semanas 1-2 · Diseño de la encuesta y definición de categorías

Instrumento de encuesta y definición de categorías aprobados.

2

Semanas 3-4 · Trabajo de campo y análisis competitivo

Encuesta realizada en campo y análisis comparativo de competidores completado.

3

Semanas 5-6 · Dimensionamiento y modelado de segmentación

Modelo de dimensionamiento de mercado y segmentación de compradores elaborado.

4

Semanas 7-8 · Borrador del informe escrito

Informe de hallazgos completo redactado con anexo metodológico.

 **Numeris Insights**

80 Pine St, New York, NY 10005, United States

research@numerisinsights.com · +1 646 555 0193

· numerisinsights.com

Numeris Insights LLC · EIN 13-4720856

