**BRIEF DE INVESTIGACIÓN**

| Proyecto: | Entender cómo será el regreso a la presencialidad |
| --- | --- |
| **Fecha:** | 18/10/2022 |
| **Nombre del cliente:** | Comunal |
| **Área Solicitante:** | Marketing |
| **Investigación de Mercado (IM):** | Cuantitativa - Cualitativa |

**1.- Antecedentes**

Comunal es una empresa que brinda servicios de Coworking, en Lima cuenta con 14 sedes en 5 distritos. Por la pandemia tuvieron una caída en la ocupación que pasó de 95% a 30% a pesar de eso y por buenas negociaciones con los Landlords pudieron continuar operando y no cerraron ninguna oficina, por el contrario, abrieron 3 sedes nuevas.

Actualmente están experimentando un efecto rebote donde se encuentran con muchas empresas que buscan volver a la presencialidad al 100% o semi presencial, el problema principal que Comunal encuentra es que las empresas no saben como volver y se enfrentan a distintos miedos.

**2.- Objetivo General**

1. Identificar los principales miedos y stoppers que hacen que las empresas no tomen la decisión de volver a la presencialidad.

2. Encontrar cuál es la mejor manera de volver a la presencialidad (100% oficina o esquema híbrido)

**3.- Objetivos Específicos de investigación**

Entender cuáles son los miedos que se presentan al momento de volver a la presencialidad.. Quiénes intervienen en el proceso y qué roles cumplen.

Entender la dinámica de trabajo y las necesidades de los espacios para trabajar.

Conocer qué piensan sus equipos de trabajo sobre el regreso a la presencialidad.

Conocer las tendencias actuales de cómo se trabaja en las oficinas.

Identificar cómo las empresas ven a los coworking.

Evaluar posibles digitales alternativos.

**4.- Público objetivo del estudio**

- Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas que desean contar con un espacio de trabajo flexible y listo para usarse.

- Emprendedores

**5.- Material**

Opciones de marcas y conceptos.

**6.- Metodología sugerida**

Según recomendación: encuestas y entrevistas en profundidad.

**7.- Plazos**

3 meses

**8.- Presupuesto**

S/100,000.00

**9.- USO DE LOS RESULTADOS:**

Desarrollo de estrategias de comercialización y de comunicación considerando los insights más relevantes.