



Estudio sobre la decisión de eliminación de una marca

Estimado/a Sr./Sra.

Le agradecemos que forme parte del panel de expertos de nuestra investigación. Como en su momento le indicamos, su papel en esta segunda fase del proyecto consiste en **cumplimentar el cuestionario** que le adjuntamos en esta carta con la información de la marca eliminada de la que nos informó en el primer contacto que establecimos con usted. Además, dispone de una **versión online** del mismo en: <http://www.emp.uva.es/marca>, para que, si lo desea, lo pueda cumplimentar directamente en un archivo pdf y enviárnoslo vía email.

En el cuestionario medimos las variables del modelo conceptual de la tesis que, simplificado, encontrará en el pie de esta carta. Observe que en algunas preguntas reproducimos ítems o indicadores que son conceptualmente muy similares. No se trata de un error o una negligencia, sino de un procedimiento que nos permite validar las escalas de medida que utilizamos. Notará asimismo que la mayoría de preguntas exigen respuestas subjetivas en vez de datos concretos más objetivos. Esto es debido a que el estudio se lleva a cabo entre empresas de múltiples sectores, por lo que los datos objetivos no serían fácilmente comparables. Por último, tenga presente que no hay respuestas correctas o incorrectas, sino que debe responder con sinceridad y rigor para reflejar la realidad de su empresa y la marca eliminada.

Además del cuestionario, le adjuntamos un **certificado** de su contribución a la investigación para que puedan incluirlo en la memoria de actividades anuales de la empresa o en sus actividades de RSC. Como nos comprometimos, más adelante le enviaremos un **informe de los principales resultados y conclusiones** de la investigación. También organizaremos, conjuntamente con Corporate Excellence (www.corporateexcellence.org), un **workshop** sobre el diseño de una arquitectura de marcas y los procesos de racionalización y eliminación en el que expondremos los hallazgos más relevantes de nuestra investigación y al que Vd. estará invitado.

Queremos insistir en que nosotros analizaremos los datos de forma agregada y garantizando la confidencialidad de sus respuestas. Nos interesa contrastar nuestro modelo teórico con la realidad del mercado y, por tanto, la información que nos provea sólo será utilizada para la investigación científica en curso.

Si de algún modo podemos ayudar a su entidad, sólo tiene que ponerse en contacto con nosotros.

Agradeciendo nuevamente su colaboración, nos despedimos con un cordial saludo.

Víctor Temprano García (vtemprano@eco.uva.es)
Doctorando e Investigador del Área de Comercialización e Inv. de Mercados
Facultad de CC.EE. y Empresariales.
Avda. Valle Esgueva, nº 6, 47011 Valladolid.
Teléfonos: 983 185948 – 653 831686

Ana I. Rodríguez Escudero (ana@eco.uva.es)
Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados
Facultad de CC.EE. y Empresariales.
Avda. Valle Esgueva, nº 6, 47011 Valladolid
Teléfonos: 983 184394 – 656 877170

Modelo conceptual

