

Plan de Mejora Empresarial Centro Nacional de Consultoría

Diego Alejandro Benavides Rojas

**Trabajo de Grado Presentado para Optar al Título de
Profesional en Negocios Internacionales**

Coordinadores:

Andrés Ricardo Samper Fajardo

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C.

2021

Resumen

El Centro Nacional de Consultoría es fundado en 1987 por Carlos Lemoine y Francisco Pereira, quienes se dieron cuenta que las empresas necesitaban tener una conexión con sus clientes, que no solo podían enfocarse en sus productos si no que debían generar un dialogo y conocer a sus clientes. Para comienzos del año 2000 inician con la medición de medios de televisión y radio, introduciendo la medición de satisfacción de los clientes, este servicio surge de la alianza con Walker Information, la mayor firma mundial de medición y consultoría de la gestión de la experiencia del cliente, la cual cambio la visión de las empresas quienes a partir de ese momento se concentraron en responder a las necesidades de sus clientes. En el 2007 el Centro Nacional de Consultoría inicia actividades en la evaluación de políticas públicas y mediciones de gobernabilidad por medio de métodos estadísticos para transformar las empresas y la relación del Estado con el ciudadano.

Unos 30 años después de su fundación tiene logros por haber logrado proyectos importantes, como el Censo Cafetero, ajustar el censo de la población, realizar estudios de consumo, la creación del Estudio General de Medios y además su apertura con el mundo trabajando en conjunto con líderes mundiales como WIN, Walker Information, Villafañe & asociados y Análisis e Investigación (Consultoría, 2017).

Agradecimientos

En primer lugar, a Dios por estar siempre en mi camino, brindarme la sabiduría y el entendimiento a lo largo de mi formación como profesional en negocios internacionales.

A mi familia, por su apoyo incondicional, a mis padres por ser los promotores de mis sueños y que sin importar las circunstancias siempre lucharon para que tuviera la mejor educación y cumpliera mis objetivos.

A mis profesores, quienes compartieron todos sus conocimientos y experiencia, a mis compañeros, por su amistad y apoyo de los cuales quedan muchos buenos recuerdos y que hicieron parte importante durante mi desarrollo personal y profesional.

Introducción

El Centro Nacional de Consultoría es una empresa privada dedicada a la investigación de mercados, social, y de opinión pública. Es la mayor empresa de investigación y consultoría en Colombia y se proyecta como el mayor aporte al progreso de sus clientes, capacitándolos para construir conocimiento, contribuir a la gestión y a los logros de sus clientes, centrados en generar valor a través de la escucha para atender la necesidad de sus clientes, el estudio de sus problemas y en como generar soluciones viables para su progreso, crean una conversación y se involucran con la mayor cantidad de personas posibles para así conocer diferentes puntos de vista y llevar a cabo su trabajo.

Hace 2 años el Centro Nacional de Consultoría crea la Unidad de Investigación Cualitativa, dirigida desde un principio por Silvana Calle, Antropóloga, Magister y Especialista en psicología del consumidor y especialista en psicología forense y criminal. Esta unidad se dedica a la realización de estudios de corte cualitativo por medio de diversas técnicas de investigación como grupos focales, estudios de caso, investigación acción, etnografías, observación participante, entrevistas en profundidad e historias de vida, entre otras.

De esta manera la Unidad Cualitativa realiza estudios con el fin de plantear objetivos específicos frente a la necesidad de sus clientes y desarrollar una investigación orientada a los objetivos para generar hallazgos relevantes para el estudio

Índice

Centro Nacional de Consultoría	6
Misión	6
Visión	6
Valores	6
Transparencia en el tratamiento de datos	6
Protección de la información	6
Cuidado del trabajo	6
Ubicación Geográfica	7
Estructura Organizacional.....	7
Unidad en la que se desarrolla la práctica.....	9
Análisis DOFA.....	10
Planteamiento del Plan de Mejora	12
Importancia de la investigación	14
Limitantes de la Investigación	14
Alcance.....	14
Objetivos Generales	14
Objetivos Específicos	15
Propuesta de Mejora	16
Conclusiones.....	22
Referencias	24
Seguimiento de la práctica profesional	25
Cumplimiento de los objetivos	26

Centro Nacional de Consultoría

Misión

“Su misión es escuchar y construir mediante el conocimiento y la conversación sinergias entre las empresas y sus grupos de interés, y entre las instituciones y los ciudadanos” (Centro Nacional de Consultoría, Comunicaciones personales, Marzo 26 de 2021).

Visión

“Busca ser el mayor aporte de sus clientes, busca que sean exitosos” (Centro Nacional de Consultoría, Comunicaciones personales, Marzo 26 de 2021).

Valores

Transparencia en el tratamiento de datos

Cuando se recogen datos personales de los titulares de los datos con propósitos de investigación, los investigadores deben ser transparentes en relación a la información que se proponen recoger, el propósito de su recogida, a quién se comunicará y de qué manera (Centro Nacional de Consultoría, Comunicaciones personales, Marzo 26 de 2021).

Protección de la información

“Los investigadores deben asegurarse de que los datos personales utilizados en una investigación están debidamente protegidos frente a accesos no autorizados y no serán revelados sin el consentimiento del titular del dato” (Centro Nacional de Consultoría, Comunicaciones personales, Marzo 26 de 2021).

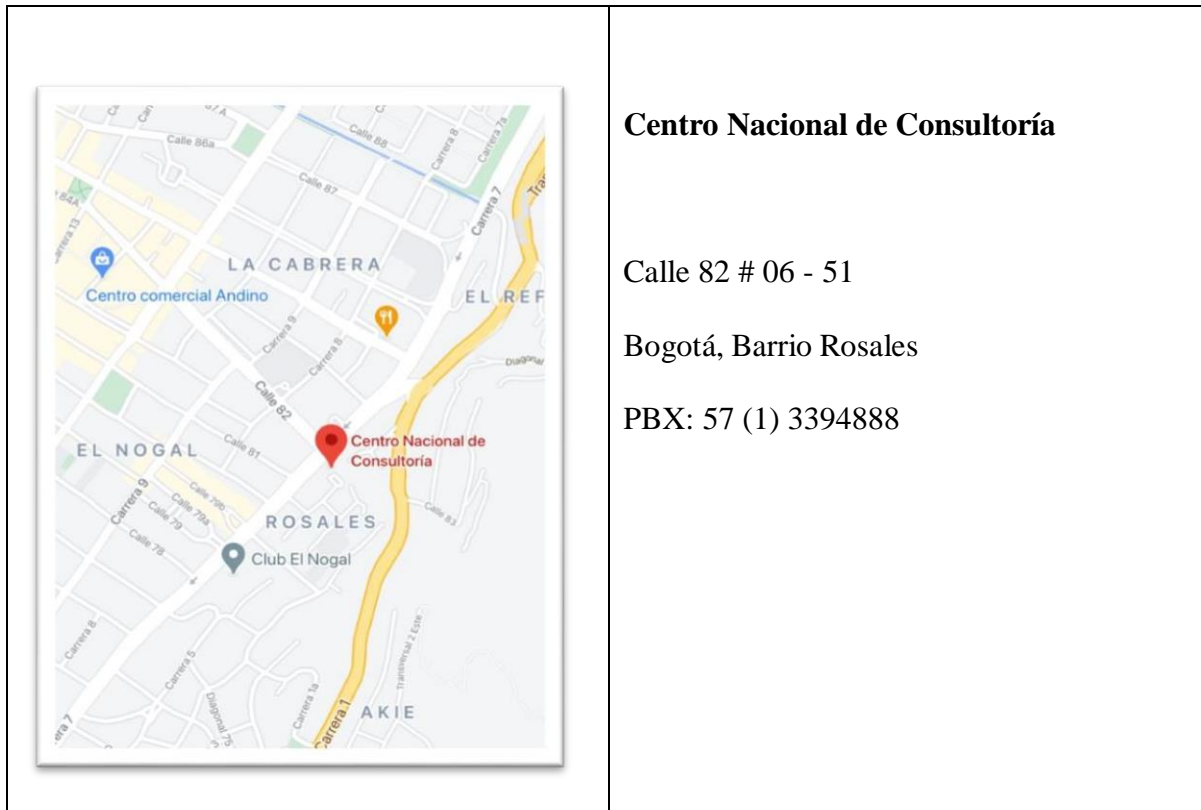
Cuidado del trabajo

“Los investigadores observarán una conducta ética y no harán nada que pudiera dañar a un titular de los datos o perjudicar la reputación de la investigación de mercados, opinión y social” (Centro Nacional de Consultoría, Comunicaciones personales, Marzo 26 de 2021).

Ubicación Geográfica

El Centro Nacional de Consultoría cuenta con oficinas en Medellín, Bucaramanga, Cali, Barranquilla y su sede principal en Bogotá.

Figura 1 Ubicación geográfica



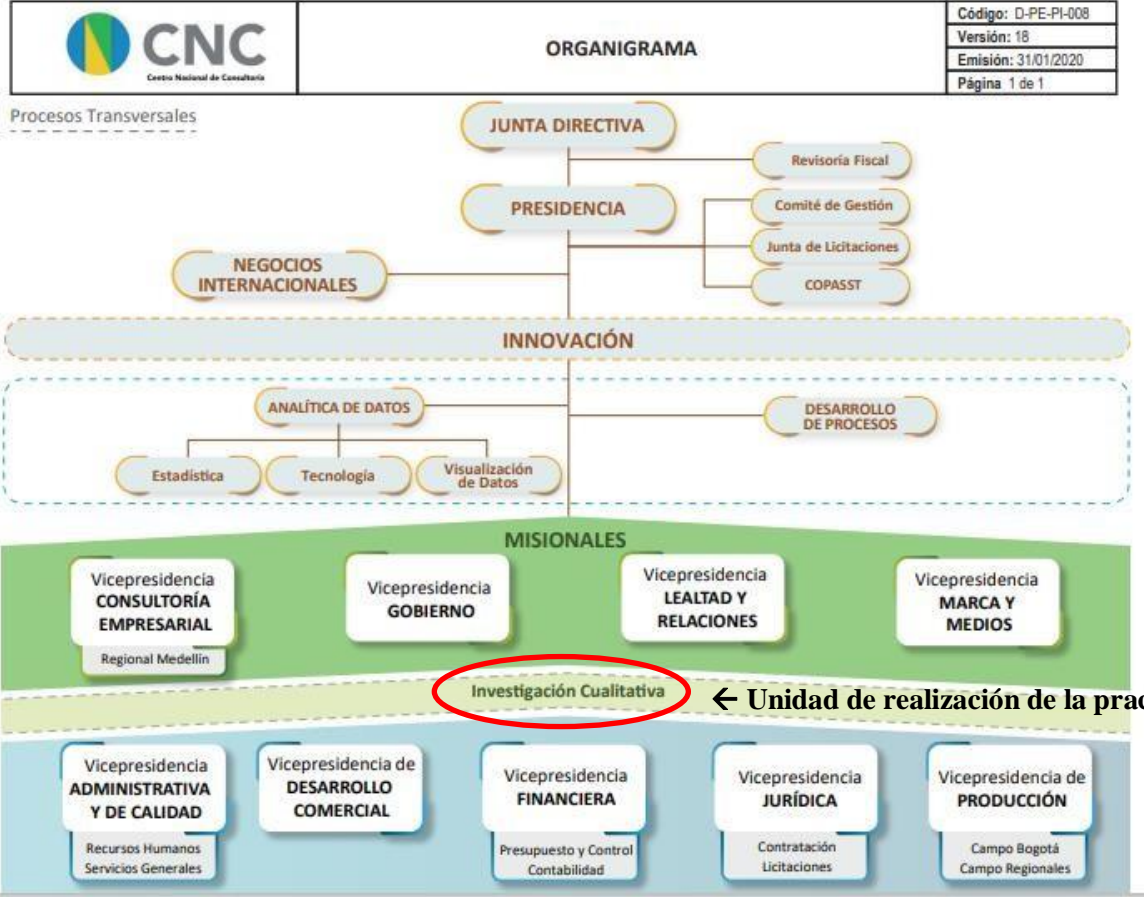
Nota: Adaptado de [Centro Nacional de Consultoría], de Google, s.f., de Google maps, Todos los derechos reservados, usado con permiso del autor.

Estructura Organizacional

El Centro Nacional de Consultoría tiene un organigrama de corte mixto, debido a que tiene varios departamentos de los cuales se organizan de manera vertical y horizontal de acuerdo a sus funciones. La empresa cuenta con cuatro vicepresidencias misionales encargadas de conseguir clientes y a su vez cerrar negocios, y es entonces cuando los proyectos se llevan a cabo. La unidad de investigación cualitativa, es una unidad transversal a la empresa, que, a pesar de no estar

encargada de vender, se encarga de la investigación cualitativa que se genera en las vicepresidencias.

Figura 2 Organigrama



Nota: Tomado de Organigrama, de Centro Nacional de Consultoría (Comunicaciones personales, Marzo 26 de 2021)

Figura 3 Organigrama de la Unidad de la práctica



Unidad en la que se desarrolla la práctica

La práctica profesional se desarrolló en la Unidad de Investigación Cualitativa, en la cual disoporte a la dirección de proyectos en las actividades de planeación, coordinación de actividades con las áreas, seguimiento a la ejecución de campo y entrega de los productos de los proyectos con la calidad y oportunidad requeridas.

Funciones desarrolladas en el área:

- Revisión, recepción y entrega de cuentas de cobro de proveedores.
- Revisión, recepción y entrega de transcripciones.
- Participación activa en los proyectos que ejecuta el área.
- Preparación de los documentos administrativos y técnicos requeridos por la

vicepresidencia y los proyectos.

- Apoyo en la citación telefónica y electrónica de los informantes.
- Conservación organizada y actualizada de documentos e información.
- Moderar entrevistas de modalidad virtual.
- Realización de informes gráficos a partir de la información recolectada en la investigación.

Análisis DOFA

Fortalezas:

- El personal es calificado, la Unidad Cualitativa tiene profesionales senior que se esfuerzan por realizar su trabajo de la mejor manera posible.
- El trabajo en equipo, es una unidad marcada por el compañerismo en donde todos se apoyan para cumplir con sus metas.
- Son eficaces, llevan sus trabajos de la manera correcta y que conduzcan a los resultados esperados.
- Son estratégicos, elaboran un plan para llevar un control sobre el proyecto en el que se trabaja.

Oportunidades:

- A partir de la emergencia sanitaria surge la oportunidad de realizar la digitalización de procesos que anteriormente se llevaban a cabo de forma presencial y con documentación.
- Estandarizar y sistematizar procesos de pagos a proveedores en trabajo conjunto con el departamento de contabilidad.
- Adquirir licencias en plataformas virtuales utilizadas para técnicas cualitativas como la ejecución de entrevistas, reuniones y grupos focales virtuales, con el fin de garantizar una

óptima calidad de la grabación y conexión en las mismas.

- La creación de un plan de acción que permita una respuesta rápida a los estudios que así lo requieran.

Debilidades:

- Bases de datos desactualizadas que retrasan el proceso de citación en las investigaciones.
- Fallas en los horarios estipulados durante la citación para las entrevistas en profundidad.
- Falta de personal en el área de citación; debido a que se desarrollan investigaciones donde se requiere de la citación de más de 100 personas a corto plazo.
- Retraso en el análisis de la información y la ejecución de los informes en estudios a corto plazo por demora en la transcripción de los audios.
- No existe un plan de acción para ejecutar en aquellos estudios con entregas a corto plazo. Por ejemplo, estudios con trabajo de campo en un tiempo estimado de 3 días, 40 entrevistas en profundidad, sin base de datos y sin incentivo para los participantes.
- Se trabajan en múltiples estudios de manera simultánea, lo que genera que sus profesionales extiendan sus horas de trabajo y se sientan agotados.

Amenazas:

- La falta de apropiación digital, estudios que requieran la participación de personas con dificultades para conectarse en medios virtuales, ya sea por recursos o desconocimiento del uso de las plataformas.
- Generar confianza en las personas para su participación en los estudios de investigación.
- Redimir las bonificaciones que son entregadas a los participantes resulta ser una tarea dispendiosa por el desconocimiento de funcionarios de la empresa encargada de hacer

efectivos los bonos, creando un ambiente de desconfianza a los informantes.

- Falta de conocimiento por parte de los clientes sobre los fundamentos de la investigación cualitativa.

Planteamiento del Plan de Mejora

Para realizar un estudio de corte cualitativo hay que realizar una planeación, primero, la unidad debe realizar un Brief el cual contiene la información sobre el estudio a realizar, es decir la cantidad de grupos focales o personas a entrevistar, duración del estudio, vicepresidencia encargada y objetivos de la investigación. Una vez realizado el Brief, se realiza un guion de citación (documento protocolario creado para tener el primer acercamiento con el informante) para empezar a trabajar con la base de datos.

Ahora bien, basados en el análisis DOFA y como en el se menciona, no existe un plan de acción para ejecutar en los estudios de corto plazo, por esta razón surgen una serie de contratiempos, cuando el cliente no dispone de una base de datos, sea por su inexistencia o por su política de tratamiento de datos, el CNC recurre a su base maestra, la cual no registra información para todos los perfiles requeridos, ya que esta se encuentra segmentada por ciudades o departamentos y no por perfiles específicos, además, mayor parte de la información allí registrada es desactualizada, lo que obstruye un proceso de citación efectivo, requiriendo más tiempo y con resultados poco óptimos. Sin embargo, en estos casos la unidad cualitativa se encarga de construir una base de datos ejecutando por si misma el reclutamiento.

Una vez se cuenta con la base de datos es posible dar inicio a las actividades de campo (citación y realización de las actividades de investigación). Otro de los inconvenientes que procede de esto son los horarios estipulados durante la citación de las entrevistas en profundidad por parte de los informantes

(teniendo en cuenta que son ellos quienes acomodan a su conveniencia los horarios), lo que en ocasiones se dificulta, debido a que en la unidad se trabaja simultáneamente en diferentes actividades y hay estudios en los cuales no es posible solicitar servicios de proveedores debido al presupuesto.

Una vez realizada la recolección de la información; la cual debe ser documentada por audios y/o videos, estos son enviados a los transcriutores, quienes sobre un formato transcriben este material de manera textual. Cuando son estudios de corto plazo, se presentan situaciones en las que la transcripción de audios de más de dos horas, solicitadas de un día para otro generan retrasos en la organización de la información y por lo tanto en el proceso de análisis de la misma, extendiendo los tiempos ya estipulados. Posterior a esto, los profesionales de la unidad cualitativa deben leer y analizar las transcripciones para obtener los hallazgos más importantes de la investigación, dando respuesta a los objetivos del estudio y que serán presentados en un informe final que se le entregará y expondrá al cliente. En algunos estudios es requerido por el cliente que la extracción de la información sea organizada por medio de codificación de las transcripciones. Dicha codificación se trata de la creación de nodos y la categorización de la información para su análisis. Este proceso se realiza en un Software cualitativo llamado “NVivo” que cuenta con todas las herramientas para hacer fácil y dinámico el análisis de la información y de esta forma encontrar los hallazgos con más incidencias.

Por lo anterior, en la unidad cualitativa no se cuenta con el tiempo de realizar una planeación para los estudios de corto plazo, lo que genera que los proyectos en ocasiones sean poco rentables y bajos en calidad. Por tal motivo se debe establecer un plan de acción que permita dar respuestas y resultados rápidos a los clientes, un plan que permita la planeación, recolección y análisis de un estudio en pocos días.

Importancia de la investigación

Con un plan de acción es posible brindar respuestas oportunas a estudios que requieren resultados inmediatos, la empresa debe estar en la capacidad de entregar a sus clientes resultados rápidos, de tal forma concientizar a los directivos de la compañía sobre este hecho. Es necesario incrementar el presupuesto para los estudios del área cualitativa para aplicar el plan de acción que estará conectado de una rápida citación, recolección y análisis de la información, de tal manera mejorar el rendimiento, calidad y cumplimiento de los estudios de corte cualitativo.

Limitantes de la Investigación

La aprobación del plan de mejora por parte de los directivos de la empresa, debido a que para el plan de acción son necesarios proveedores, citadores o citadoras externos y las aplicaciones necesarias para el desarrollo de campo. Por lo que es necesario incrementar el presupuesto de la unidad para poder adquirir todos estos recursos que permitirán responder a estos estudios de corta duración.

Alcance

El plan de mejora está enfocado en servir como guía de planeación para la unidad de investigación cualitativa para estudios imprevistos y de corta duración, el cual deberá ser aceptado por el director de la unidad cualitativa quien estudiara la viabilidad de la propuesta y posterior a esto Pablo Lemoine (presidente actual) quien finalmente es quien lo aprueba teniendo en cuenta los presupuestos de cada área.

Objetivos Generales

Implementar un plan de acción que apoye a la unidad cualitativa en el cual se estandaricen los tiempos, estrategias y calidad durante la ejecución de un estudio con el objetivo de generar capacidad, cumplimiento y resultados frente a los clientes de la empresa, mejorando además las

condiciones del equipo de trabajo que conforma la unidad, proporcionando los recursos necesarios para ejecutar los proyectos (IPCom, Jitsi Meet, Nvivo).

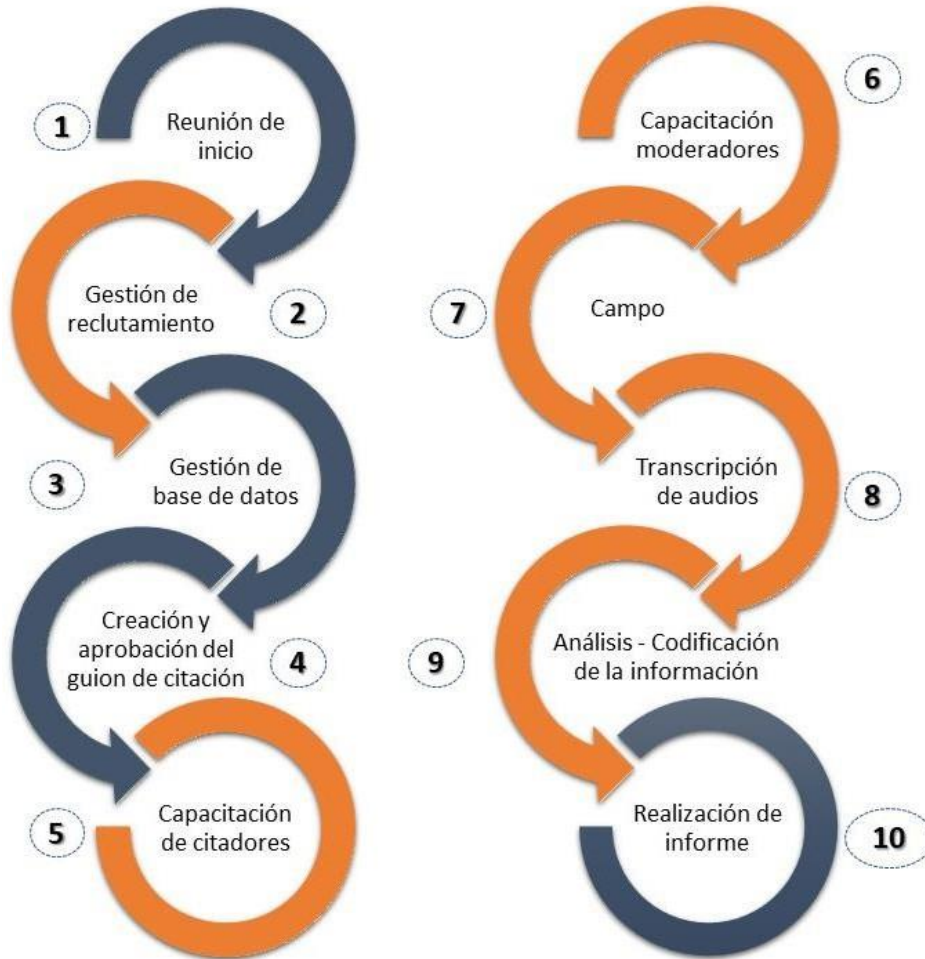
Objetivos Específicos

- Capturar información a través de múltiples canales a la vez. (Telefónico, virtual, online, etc.)
- Realizar seguimiento oportuno a las solicitudes de los proveedores en tiempos razonablemente cortos.
- Proporcionar las herramientas y capacitación para citación, moderación y codificación.
- Conformar y capacitar continuamente equipos preferenciales de citación, moderación y transcripción.

Propuesta de Mejora

A continuación, se mostrarán los pasos a seguir para un proyecto de investigación demercados de corte cualitativo:

Figura 4 Proceso de investigación cualitativa de mercados



Nota: Los pasos que se encuentran resaltados en color naranja son aquellos en donde la propuesta de mejora ha presentado mayor impacto.

1. **Reunión de inicio:** La unidad cualitativa junto a la vicepresidencia encargada del estudio se reúne para recibir las especificaciones (tiempo de campo, instrumentos, presupuesto, metodología de la investigación y definir objetivos) del proyecto al que se debe dar inicio.

2. **Gestión de reclutamiento:** *(Este paso se realiza en aquellos estudios donde no se cuenta con una base de datos del target solicitado).* Una vez claras las especificaciones del estudio, se procede con el reclutamiento de personas (informantes) con el perfil requerido en la investigación. Para este paso se implementó un trabajo conjunto con el área de comunicaciones, quienes haciendo uso de las redes sociales y canales de comunicación del CNC realizan una convocatoria abierta solicitando los perfiles requeridos para las investigaciones solicitadas. Esta convocatoria se realiza por medio de publicaciones que dirigen a aquellas personas interesadas a un link de Google Forms en el cual generan un registro de datos y se realizarán algunas preguntas cerradas con opciones de respuesta, posterior a esto se organiza la información en un formato de Excel en donde se logra filtrar a las personas por sus respuestas y de esta forma llegar al target específico requerido, gracias a esta herramienta se ahorra tiempo para la citación.

Figura 5 Publicidad de reclutamiento



1. Municipio/Ciudad: *

Escriba su respuesta

2. Nombres y apellidos *

Escriba su respuesta

3. Sexo *

Femenino

Masculino

4. Edad *

Escriba su respuesta

5. Teléfono de contacto: *

Nota: Tomado de Centro Nacional de Consultoría, (Marzo 5, 2021). Facebook.

3. **Gestión de base de datos:** Al tener una base de datos con el target requerido, esta deber ser ajustada para su gestión por los lineamientos utilizados en la unidad para previamente dar inicio a campo. Las bases son editadas de tal forma que los datos visibles sean únicamente los necesarios, además, se añaden 2 columnas de “Estado” y “Observaciones”. En la columna de estado se ajustan todas las celdas agregando una lista de incidencias a las mismas para dar uniformidad a la base en el momento de gestionarla, y de esta forma filtrar fácilmente cuando así se requiera.

Figura 6 Simulación de una Base de datos

1	A	B	R	S	T	U	V
	Tipo de organización	Nombre de la organización	Informes	Enfoque	Estado	Observación	
20		CONSEJERIA PRESIDENCIAL UNIDAD DE CUMPLIMIENTO	Carpeta compartida		Efectiva	18 de Marzo 11 am	Nicholas Guecha
22		COMISIÓN DE PAZ DE LA CAMARA DE REPRESENTANTES	En ejecución	Derechos Humanos de las víctimas	Correo enviado	8 de Marzo 4 pm	Frank Ramírez
23		Consejería Presidencial para la Estabilización y Consolidación			Esperando respuesta		Robinson Vargas
33	Donantes	Reino Unido			Efectiva	15 de marzo de 2021	Frank Ramírez

4. **Creación y aprobación del guion de citación:** Para todos los estudios se debe realizarel llamado “guion de citación” el cual es la principal herramienta de apoyo para los citadores al momento de ponerse en contacto con los informantes de la base de datos,este contiene una introducción donde se presenta el citador y posteriormente a la empresa, explicando brevemente a que se dedica.

Seguido de esto se explica el motivo de la llamada, la empresa para cual se está investigando (en algunas ocasiones no se menciona la empresa para cual se realiza la investigación con la intención de no crear sesgo) y el objetivo de la investigación.

Luego, en el guion se encuentra cómo se debe realizar la invitación para participar en la investigación estipulando fecha y hora de la misma. Para finalizar, se verifican datos, fecha, hora y medio del encuentro y se agradece por haber contestado la llamada o por aceptar la invitación según sea el caso. Una vez terminado el guion de citación este se envía por correo electrónico al director del estudio y al director de la unidad cualitativa para que sea aprobado y dar inicio al

siguiente paso.

5. **Capacitación de citadores:** Se realiza una breve reunión con el equipo de citación en donde se capacita sobre los objetivos del estudio, explicación de la muestra, el cliente para el cual se está realizando el estudio, la forma correcta de aplicar el guion de citación y de gestionar la base de datos (las bases varían según cada estudio). En el proceso de citación se implementó un grupo de citadores ante la demanda de estudios que requerían grandes muestras en poco tiempo, teniendo en cuenta que antes, la citación era realizada por una sola persona (coordinador de campo), fue así, como se realizó un proceso de selección en el personal que realiza las encuestas cuantitativas (call center) para formalizar un grupo específico de citación y así agilizar los tiempos de respuesta en los procesos de investigación.

6. **Capacitación de moderadores:** Se hace una reunión en la cual se capacita sobre los objetivos del estudio, el cliente, el instrumento (guía semiestructurada que contiene las preguntas, las cuales llevan un hilo para llegar al objetivo de la investigación) y nivel de profundización. Se seleccionó un grupo de moderadores senior, quienes aceptaron pertenecer al mismo, bajo la condición de contar con total disponibilidad para la moderación de aquellos estudios de corta duración, y que por lo tanto generan una agenda apretada en cuanto al cumplimiento de las entrevistas o actividades a realizar, además, se les proporciona las herramientas y el soporte técnico necesario para llevar a cabo esta labor, teniendo en cuenta que plataformas como IPCom, Jitsi Meet, Meet, Zoom y Teams son instrumentos útiles y de fácil manejo para los participantes, además de permitir la grabación del material. Sin embargo, es necesario un acompañamiento técnico constante y oportuno por parte de ingenieros del CNC ya que el correcto funcionamiento de estas plataformas garantiza la calidad y efectividad en la recolección de la información.

7. **Campo:** Es la fase más importante del proceso debido a que se da inicio a la

citación, realización de la metodología de investigación y recolección de los audios, todo esto se cumple ligado a los tiempos acordados para el proyecto.

8. **Transcripción de audios:** La unidad cualitativa cuenta con un grupo de trabajo dedicado a la transcripción de los audios recolectados durante la investigación, los cuales son transcritos en un formato del CNC para después ser analizados. Se implementó la formalización de un nuevo grupo de trabajo de transcriptores, seleccionando a los mejores de los grupos ya existentes y quienes se comprometieron a estar disponibles y dar respuesta rápida cuando así se requiera. Entregando las transcripciones en los siguientes tiempos:

- Audios entregados antes de las 10 a.m. deben ser enviados antes de finalizar el día.
- Audios entregados después de las 10 a.m. deben ser enviados antes de las 8 a.m. del siguiente día.

9. **Análisis – Codificación de la información:** Una vez son recibidas todas las transcripciones de la investigación se inicia con la codificación y el análisis según sea el caso, esto depende del acuerdo al que se haya llegado con el cliente. Para el análisis, la unidad cualitativa debe extraer la información más importante de las transcripciones y organizar estos hallazgos para así responder una a una a todas las preguntas del instrumento y de tal forma, dar respuesta a todos los objetivos. Para el proceso de codificación el plan propuesto es proveer la herramienta de Nvivo a los codificadores, ya que actualmente se trabaja con una única licencia, lo que significa que una sola persona pueda tener acceso remoto al programa lo cual genera retrasos.

10. **Realización del informe:** La última etapa de los proyectos está en la realización del informe, el cual puede ser de forma escrita o gráfica, este informe contiene de manera organizada los hallazgos encontrados durante la investigación y responde a los objetivos propuestos.

Conclusiones

Durante el desarrollo de la práctica se realizó un análisis en los procesos y ejecución de proyectos de investigación de mercados de corte cualitativo, en el cual se encontraron varias dificultades dentro del trabajo que realiza la unidad cualitativa, estas principalmente se presentaban en los estudios que requieren resultados inmediatos, la unidad no contaba con la capacidad de dar pronta respuesta, esto debido a que para realizar planeación, recolección y análisis en pocos días se necesitan recursos y una estructuración de roles definida. Encontrar las oportunidades de mejora no es tarea fácil, la unidad trabaja en los proyectos de investigación constantemente, lo que dificulta encontrar los espacios en donde es posible aplicar mejoras que influyan de manera exitosa en el desarrollo de una investigación.

Una vez identificadas las oportunidades de mejora, estas deben ser aprobadas y puestas en marcha por parte del director de la unidad, quien debe realizar un proceso de implementación de la mano con las áreas integradas en las diferentes propuestas. Es importante tener en cuenta que la ejecución de estas propuestas depende del apoyo que se reciba por parte de dichas áreas y, por tanto, el tiempo que sea dedicado a estas. Se puede evidenciar que los cambios por pequeños que parezcan logran estandarizar los procesos, a medida que estos son aplicados se ven reflejados en los tiempos, calidad y labores de los integrantes de la unidad. Cabe resaltar el valor de los cambios, al realizar un análisis constante de los procesos que se desarrollan a diario, se pueden encontrar falencias en las que es posible evaluar una oportunidad de mejora que permita adquirir nuevos conocimientos y estrategias generando un impacto positivo en los resultados. Pero, cada cambio requiere ser debidamente estudiado y analizado, de esta manera es posible corregir errores y buscar nuevas oportunidades de desarrollo.

Como estudiante de negocios internacionales, tuve un aprendizaje para formarme como un

profesional con una amplia perspectiva y aptitudes que permiten aplicar un pensamiento estratégico, con visión, valores éticos y con capacidad para aportar soluciones a necesidades generadas durante la práctica. Para identificar las nuevas oportunidades de mejora primero tuve que capacitarme en todas las labores que se debían ejecutar bajo el cargo de profesional de proyectos, en donde hay que realizar diferentes tareas para desarrollar una investigación de mercados de corte cualitativo, a medida que iba conociendo dichas tareas y llevándolas a cabo, pude identificar las posibles mejoras para aplicar, debido a que en distintas situaciones tuvimos contratiempos, dificultades para ejecutar los labores e incumplimiento con las fechas de entrega, por lo cual, se pudo realizar un análisis y concluir con la necesidad de un plan de acción que responda a todas las debilidades identificadas en la ejecución de los proyectos de investigación e identificando todos los contextos para permitir su desarrollo.

Referencias

Centro Nacional de Consultoría (1 de Junio de 2017). Para que hacer una investigación Cualitativa.

<https://www.centronacionaldeconsultoria.com/post/para-que-hacer-una-investigacion-cualitativa>

Centro Nacional de Consultoría (12 de Diciembre de 2017). CNC Social [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=nsPh0vE5w34&feature=youtu.be>

Centro Nacional de Consultoría (5 de Marzo de 2021). Tecnivoro nos cuenta lo bueno, lo malo y lo feo que encontró el estudio del Centro Nacional de Consultoría, sobre apropiación digital.

#elsaltodigital [Articulo Compartido]. Facebook. <https://www.facebook.com/CNCSocial>

Google. (2019). [Centro Nacional de Consultoría]. Google Maps.

<https://www.google.com/maps/place/Centro+Nacional+de+Consultor%C3%ADa/@4.6625748,-74.0507528,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9a61692794a1:0xba45251199f6d8c8!8m2!3d4.662574>

Seguimiento de la práctica profesional

Durante el periodo de prácticas estuve como apoyo a las solicitudes técnicas operativas de los proyectos asignados a la unidad de investigación cualitativa, gestionar bases de datos, apoyar al equipo de citación, moderar entrevistas semiestructuradas, recolección de audios y transcripciones para analizar la información y realizar informes gráficos. Además, asistiré a las reuniones y mantendré informado de la etapa de ejecución de los proyectos.

Cumplimiento de los objetivos

Tabla 1 Ciclos

Actividad	Fecha	Lugar	Responsable
Inducción a la unidad de investigación cualitativa.	Septiembre 07 del 2020 – septiembre 11 del 2020	Centro Nacional de Consultoría Calle 82 # 6-51 (Teletrabajo)	Diego Benavides
Capacitación en formularios de calidad, protocolos de investigación, uso de herramientas cualitativas y orden operativo de la unidad de investigación Cualitativa.	Septiembre 14 del 2020 – septiembre 18 del 2020	Centro Nacional de Consultoría Calle 82 # 6-51 (Teletrabajo)	Diego Benavides
Capacitación para aplicativos, citación y moderación de entrevistas semiestructuradas.	Septiembre 21 del 2020 – septiembre 25 del 2020	Centro Nacional de Consultoría Calle 82 # 6-51 (Teletrabajo)	Diego Benavides
Capacitación en estudio de Alcaldía de Medellín, apoyo en la citación a entrevistas. Se implementa la estrategia de realizar reclutamiento junto al área de comunicaciones para alimentar las bases de datos.	Octubre 12 del 2020 – octubre 16 del 2020	Centro Nacional de Consultoría Calle 82 # 6-51 (Teletrabajo)	Diego Benavides

<p>Apoyo en la moderación de entrevistas en profundidad de Alcaldía de Medellín, envío de audios a transcribir y recepción de transcripciones. Se realizó también apoyo en la citación entrevistas en profundidad para Coosalud, este proyecto se implementó la ayuda de un grupo de citadoras para agilizar los procesos.</p>	<p>Noviembre 2 del 2020 – noviembre 6 del 2020</p>	<p>Centro Nacional de Consultoría Calle 82 # 6-51 (Teletrabajo)</p>	<p>Diego Benavides</p>
<p>Capacitación en estudio de HOCOL, moderación de entrevistas con altos funcionarios de petroleras. Apoyo logístico en sesiones de grupo de estudio de Universidad San Buenaventura, pago de incentivos y recepción de documentos de participantes.</p>	<p>Noviembre 16 del 2020 – noviembre 20 del 2020</p>		<p>Diego Benavides</p>