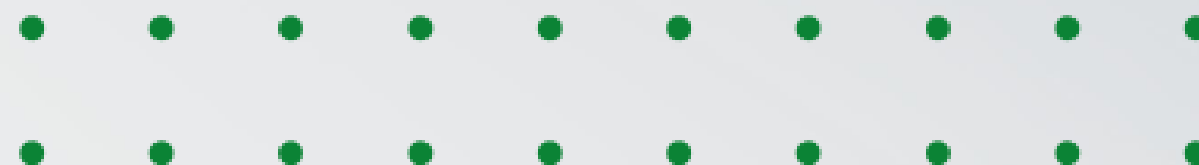




6.1 Estructura de reporte de investigación para consultoría

La presentación clara, estructurada y persuasiva de los resultados es una fase crítica dentro del proceso de investigación en consultoría. Esta unidad tiene como objetivo proporcionar al estudiante las herramientas necesarias para transformar el análisis de datos en informes útiles y comprensibles que respalden la toma de decisiones en contextos organizacionales. La habilidad para redactar, visualizar e interpretar resultados de forma efectiva constituye un diferenciador clave en el perfil del consultor.



Portada

Resumen ejecutivo

Introducción

Planteamiento del problema

Metodología

Resultados

Análisis e interpretación

Conclusiones y recomendaciones

Anexos

Portada

Incluye título, fecha, nombre del consultor o equipo y nombre del cliente.

Resumen ejecutivo

Breve visión general del problema, metodología, hallazgos principales y recomendaciones.

Introducción

Contextualiza el estudio, señala su relevancia y plantea los objetivos.

Planteamiento del problema

Define la situación que motivó la investigación, con apoyo de antecedentes.

Metodología

Describe el enfoque, técnicas de recolección y análisis de datos.

Resultados

Presentación clara y ordenada de los hallazgos con evidencia.

Análisis e interpretación

Contextualiza los datos y extrae significados clave.

Conclusiones y recomendaciones

Sintetiza aprendizajes y propone acciones prácticas.

Anexos

Incluyen instrumentos aplicados, gráficos, bases de datos, etc.

6.2.1 Tablas

Las tablas son herramientas estructuradas que organizan datos en filas y columnas. Permiten representar de forma detallada y precisa información numérica o categórica, facilitando la comparación y el análisis. Su uso es común para presentar resultados desglosados por áreas, periodos, segmentos u otras variables clave.

VENTAJAS	BUENAS PRÁCTICAS PARA EL USO DE TABLAS	EJEMPLO
	<ul style="list-style-type: none">• Usar títulos claros que indiquen el contenido de la tabla.• Organizar la información por orden lógico (alfabético, jerárquico, cronológico, etc.)• Incluir totales, promedios o porcentajes cuando sea pertinente.• No saturar con demasiados datos: enfocar la tabla de información clave.	

6.2.1 Tablas

Las tablas son herramientas estructuradas que organizan datos en filas y columnas. Permiten representar de forma detallada y precisa información numérica o categórica, facilitando la comparación y el análisis. Su uso es común para presentar resultados desglosados por áreas, periodos, segmentos u otras variables clave.

VENTAJAS	BUENAS PRÁCTICAS PARA EL USO DE TABLAS	EJEMPLO
		Una consultora presenta una tabla con los resultados del nivel de satisfacción por área de la empresa, incluyendo puntuaciones para indicadores como ambiente laboral, liderazgo, y comunicación interna. Esta presentación permite al cliente identificar en qué áreas se requiere intervención inmediata.

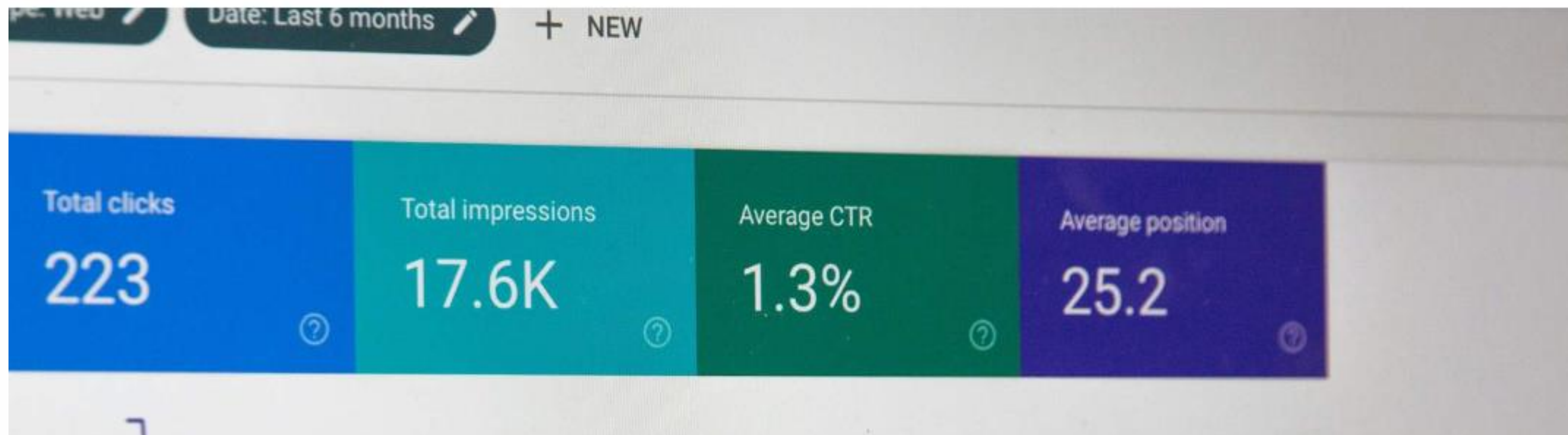
6.2.2 Gráficas

Las gráficas son representaciones visuales de datos que permiten observar de manera más intuitiva las relaciones, distribuciones o comparaciones entre variables.

Pueden ser muy efectivas para resumir grandes cantidades de datos y captar la atención del lector.

6.2.3 Dashboards

Los *dashboards* (tableros de control) son herramientas digitales interactivas que permiten integrar en un solo espacio múltiples visualizaciones de datos, como tablas, gráficas y KPIs (indicadores clave de desempeño). Su principal objetivo es facilitar el monitoreo continuo de resultados, apoyar la toma de decisiones en tiempo real y permitir a los usuarios explorar la información de forma dinámica y personalizada.



Características de un buen *dashboard*:

- **Interactividad:** permite aplicar filtros, seleccionar periodos o categorías específicas.
- **Claridad visual:** destaca la información relevante evitando saturación de elementos.
- **Actualización automática:** se conecta con fuentes de datos en tiempo real o con frecuencia programada.
- **Adaptabilidad:** puede diseñarse para diferentes tipos de usuarios, desde directivos hasta personal operativo.

Componentes más comunes:

KPIs numéricos



Gráficas comparativas



**Segmentadores
o filtros**



**Mapas de calor
o geográficos**



Componentes más comunes:

Métricas clave como ventas, satisfacción o productividad.



Líneas, barras, pastel, dispersión, etc.



Para personalizar la visualización (por fecha, zona, equipo).



En contextos con dispersión territorial.

6.3 Redacción de conclusiones y recomendaciones basadas en evidencia

Las conclusiones son el resultado de un proceso analítico riguroso. Deben reflejar lo que se descubrió durante la investigación y su relación directa con los objetivos planteados. Una conclusión no es una opinión ni una repetición de los resultados, sino una síntesis argumentada que interpreta la información relevante y responde a las preguntas que motivaron el estudio.

CARACTERÍSTICAS DE UNA BUENA CONCLUSIÓN

- Se basa en los datos analizados y no en suposiciones.
- Está directamente relacionada con los objetivos y preguntas de investigación.
- Sintetiza los hallazgos sin repetir literalmente los resultados.
- Utiliza un lenguaje claro, objetivo y sin ambigüedades.
- Puede incluir implicaciones o reflexiones breves sobre lo que significan los hallazgos para la organización.

ALGUNAS RECOMENDACIONES

SUGERENCIAS PARA REDACTAR BUENAS RECOMENDACIONES

6.3 Redacción de conclusiones y recomendaciones basadas en evidencia

Las conclusiones son el resultado de un proceso analítico riguroso. Deben reflejar lo que se descubrió durante la investigación y su relación directa con los objetivos planteados. Una conclusión no es una opinión ni una repetición de los resultados, sino una síntesis argumentada que interpreta la información relevante y responde a las preguntas que motivaron el estudio.

CARACTERÍSTICAS DE UNA BUENA CONCLUSIÓN

ALGUNAS RECOMENDACIONES

SUGERENCIAS PARA REDACTAR BUENAS RECOMENDACIONES

Por su parte, las recomendaciones constituyen la parte más aplicativa del informe. No se trata solo de sugerencias generales, sino de **propuestas concretas de acción fundamentadas en los resultados obtenidos**. Estas deben tener sentido dentro del contexto específico de la organización o del entorno de intervención.

Las recomendaciones:

- Proponen acciones concretas basadas en los hallazgos.
- Consideran la viabilidad y el contexto de la organización.
- Están priorizadas por impacto y factibilidad.

6.3 Redacción de conclusiones y recomendaciones basadas en evidencia

Las conclusiones son el resultado de un proceso analítico riguroso. Deben reflejar lo que se descubrió durante la investigación y su relación directa con los objetivos planteados. Una conclusión no es una opinión ni una repetición de los resultados, sino una síntesis argumentada que interpreta la información relevante y responde a las preguntas que motivaron el estudio.

CARACTERÍSTICAS DE UNA BUENA CONCLUSIÓN

ALGUNAS RECOMENDACIONES

SUGERENCIAS PARA REDACTAR BUENAS RECOMENDACIONES

- Usar **verbos de acción** (implementar, desarrollar, fortalecer, eliminar, etc.).
- Evitar ambigüedades como "mejorar" o "reforzar" sin explicar cómo.
- Ser breves pero específicas: ¿qué se debe hacer?, ¿para qué?, ¿quién lo podría hacer?
- Siempre **basarlas en evidencias** del análisis previo.



Ejemplos:

- **No recomendable:** "Mejorar la comunicación interna."
- **Recomendable:** "Diseñar un boletín mensual interno con actualizaciones de cada departamento para fortalecer la comunicación entre áreas."
- **No recomendable:** "Revisar los procesos administrativos."
- **Recomendable:** "Reestructurar el flujo de autorizaciones de compras para reducir el tiempo de espera, de acuerdo con los cuellos de botella detectados en la fase de análisis."

Además, en consultoría profesional es común clasificar las recomendaciones por prioridad (alta, media, baja), o por plazos de ejecución (corto, mediano o largo plazo), con el fin de orientar mejor la toma de decisiones y la planeación estratégica.

Fases de preparación de la presentación

1

Análisis del público objetivo

- Identificar a quién va dirigida la presentación.
- Considerar su grado de involucramiento en la problemática investigada.
- Evaluar su conocimiento técnico y su rol en la toma de decisiones.

Selección del formato y medios de comunicación

- Informes ejecutivos impresos o digitales.
- Presentaciones orales (presenciales o virtuales).
- Dashboards interactivos o videos explicativos.

Diseño del mensaje

- Definir los mensajes clave.
- Organizar la información de lo general a lo particular.
- Incorporar una narrativa coherente que vincule los resultados con las recomendaciones.

Recursos de apoyo visual y técnico

- Uso de plantillas limpias y profesionales.
- Gráficos, tablas, íconos, imágenes y frases clave.
- Videos breves o simulaciones cuando sea necesario.

5

Interacción con los stakeholders

- Dejar espacio para preguntas y comentarios.
- Promover el diálogo y la retroalimentación.
- Estar preparado para responder con argumentos y evidencia.

Ejemplo

Una firma consultora presenta ante el comité ejecutivo de una empresa sus hallazgos sobre cultura organizacional. Utiliza una presentación con cinco diapositivas: contexto, metodología, resultados clave, implicaciones estratégicas y recomendaciones. Acompaña la exposición con un *dashboard* interactivo que permite a los directivos filtrar los resultados por unidad de negocio.

Se incluye una hoja resumen con tres acciones prioritarias para implementar en los siguientes 90 días.

INFOGRAFÍA

Del análisis al impacto: cómo presentar hallazgos de investigación de forma efectiva

¿Cómo puedes adaptar el contenido de un informe de investigación para lograr que diferentes *stakeholders* lo comprendan y actúen sobre sus hallazgos?

Adaptando el lenguaje, los formatos y las visualizaciones a cada tipo de audiencia para facilitar la comprensión y la toma de decisiones basada en la evidencia.



1. Estructura del reporte

- Portada
- Resumen ejecutivo
- Introducción y problema
- Metodología y resultados
- Análisis, conclusiones y recomendaciones

3. Redacción de conclusiones y recomendaciones

- Conclusiones basadas en evidencia
- Recomendaciones claras, viables y alineadas a objetivos

2. Visualización de datos

- **Tablas:** datos precisos y comparativos.
- **Gráficas:** identificación visual de tendencias.
- **Dashboards:** monitoreo dinámico y estratégico.

4. Presentación a *stakeholders*

- Adaptación al público objetivo.
- **Formatos:** presentaciones, reportes, *dashboards*.
- **Clave:** claridad, narrativa, interacción.