

COMPETENCIAS PROFESIONALES DE CONSULTORES DE CUALITATIVA

**Desarrollado por el Comité de Profesionalismo de la
QUALITATIVE RESEARCH CONSULTANTS ASSOCIATION (QRCA)**

Abril 2003

Contexto

¿Que significa ser un Consultor de Investigación Cualitativa (CIC) “profesional”?

¿Cómo se puede determinar qué es y qué no es un comportamiento “profesional” en la práctica de consultoría de investigación cualitativa?

Actualmente, QRCA (Qualitative Research Consultants Association) ha desarrollado un conjunto de normas éticas que todos sus miembros rubrican y se comprometen a honrar. La primera de estas normas es “conducir una investigación cualitativa profesionalmente”. Con el presente documento, el comité de Profesionalismo del QRCA ha intentado describir qué se quiere decir cuando se habla de “profesionalidad”.

Cabe decirse que desde los orígenes de la práctica de la investigación cualitativa, muchos CIC han desarrollado, prácticas y procedimientos que han utilizado como guías de su propio comportamiento “profesional”. Hasta el momento, sin embargo, no se había realizado un esfuerzo sistemático para clasificar dichas prácticas y abordajes para la “industria” de la investigación cualitativa a nivel mundial. Para que la industria como tal y sus profesionales continúen su desarrollo y madurez en el campo, es esencial que podamos compartir un conjunto de definiciones precisas relativas a las competencias específicas que definen un “comportamiento profesional”.

La QRCA (Qualitative Research Consultants Association) ha endorsado las competencias especificadas en el presente documento como aquellas que definen el comportamiento profesional de los CIC. La QRCA recomienda de manera enfática a todos los involucrados en la industria de la investigación cualitativa adoptar estas competencias (sujetas a revisiones periódicas) como una medida importante de aumentar el nivel de profesionalización en la investigación cualitativa.

FINES

Las competencias pueden ser utilizadas, entre otros fines, para:

- Identificar y definir habilidades, características y prácticas que constituyen una conducta profesional por parte de los CIC.
- Proveer a los CIC de un marco de referencia para la auto-evaluación, identificando áreas de fortalezas y oportunidades de crecimiento continuo.
- Crear un marco de referencia para las actividades educativas, desarrollando y evaluando el curriculum de los CIC en el contexto de una sociedad global en constante expansión y diversificación.
- Asistir a los clientes en identificar el nivel de rendimiento que buscan, así como evaluar la calidad de los servicios que reciben.

BENEFICIOS

Una vez aceptadas estas competencias como normas profesionales, pueden beneficiar a los investigadores cualitativos individuales y a la profesión en sentido general de diversas formas. Algunos de estos beneficios incluyen los siguientes:

- El establecimiento de expectativas mediante la descripción explícita de la naturaleza misma de la profesionalidad en la investigación cualitativa.

- Mejorar de manera colectiva el desempeño de los CIC y, por consiguiente, mejorar la imagen y el prestigio de nuestra profesión.
- La identificación de áreas de crecimiento para los CIC's mediante el auto análisis del nivel alcanzado en cada una de las competencias esbozadas.
- La creación de un foro para la discusión e inclusión de diversas perspectivas dentro de la profesión, enfatizando nuestras áreas de consenso.

DESCRIPCION DEL CONTENIDO GENERAL

Se identifican y definen once (11) competencias de los CIC. Estas competencias son las que aplican los profesionales destacados con mayor frecuencia, en una mayor variedad de situaciones y con las que han alcanzado los mejores resultados en comparación con los profesionales promedio. Las destrezas, habilidades y conocimientos son factores necesarios para hacer el trabajo que excede las expectativas. Las competencias son las aplicaciones personales de estos atributos, lo cual hace que un profesional se destaque en su campo. Hemos especificado los tipos de competencias (Conocimiento, destrezas, comportamientos, creencias, valores, rasgos y motivaciones que indican un desempeño superior) que creemos son exhibidas por profesionales sobresalientes en el área de la consultoría en investigación cualitativa. Asimismo, hemos agrupado estas competencias en tres categorías generales:

- Consultoría
- Investigación
- Practicas profesionales \relativas al manejo del negocio.

Algunos elementos de las once competencias pueden verse como solapados, sin embargo, creemos que reflejan diferencias lo suficientemente importantes como para merecer ser tratados en categoria diferentes. El orden en que se enuncian estas categorías no implica un juicio de valor relacionado con su importancia relativa. Cada una de estas categorías puede ser dominada en cuatro niveles, los cuales hemos denominado como: asociado, profesional, experto y líder\innovador.

Consultoría

1. Consultoría

- **El CIC se enfoca efectivamente en mejorar la situación del cliente; establece “rapport” y comprende totalmente las necesidades del cliente; crea e implementa un proceso de investigación que se ajusta a las necesidades y objetivos del cliente. En base a los datos obtenidos, ofrece recomendaciones inteligentes, llenas de “insights” que agregan valor a sus clientes.**

2. Conocimiento del Contenido.

- **El Consultor Cualitativo de Investigación tiene conocimiento general del área en que se desenvuelve (por ejemplo, negocios, salud, o política social) lo que combina con conocimiento de las disciplinas relevantes al área (ejemplo: mercadeo, manejo de negocios, psicología, salud pública, antropología, sociología, y ciencia política). Este conocimiento base posibilita al consultor comprender rápidamente asuntos concretos con los que no está familiarizado y relacionarlos con la investigación cualitativa, originando así recomendaciones valiosas.**

Investigación.

3. Conceptualización y Diseño

- **Convierte el problema especificado por el cliente en un asunto de investigación relevante; diseña un plan de investigación apropiado que guía la recolección y el análisis de los datos para tratar dichos asuntos.**

4. Investigación

- **Comprende y aplica el proceso de investigación conforme a los principios de la investigación social., incluyendo las diferencias y las condiciones apropiadas para la utilización de la investigación cualitativa y cuantitativa, así como la utilización de investigación específica común.**

5. Manejo del Proceso de Entrevistas

- **Conoce y aplica los principios del proceso de entrevista creando un ambiente de seguridad psicológica y estableciendo un adecuado rapport con el entrevistado. Es sensible a diferencias culturales y de contexto, reconoce y comprende las variables que pueden influenciar la dinámica del estudio y sus resultados (ej. nivel de educativo, capacidad de leer y escribir, sexo, estilo de vida, estatus socio-económico, raza, estatus familiar, y edad). Motiva a grupos e individuos a compartir sus opiniones, ideas y sentimientos de manera abierta y honesta, obtiene conocimiento integrando la conducta verbal y no verbal, diferenciaciones e incongruencias, lenguaje corporal y otras pistas auditivas y visuales (cuando es apropiado). Entiende y comprende ampliamente los diversos puntos de vista de los entrevistados, consciente de que éstos son expresados en sus propios términos.**

6. Análisis

- **Comprende pistas verbales, visuales, “aurales” y otras formas de expresión cualitativa; analiza estos datos para desarrollar temas relevantes para sus clientes, los cuales son fundamentados solidamente en sus observaciones.**

–

Prácticas de Negocios y Profesionales.

7. Comunicación

- **Escucha activamente y con precisión a todas las personas involucradas en el proceso de la investigación de consultoría (clientes, entrevistados, suplidores, colegas, y otros); escribe informes con claridad y llenos de “insights”. Realiza presentaciones orales en una variedad de contextos, ya sean formales o informales, espontáneamente o debidamente preparado.**

8. Prácticas Profesionales.

- **Mantiene el compromiso personal con una práctica honesta (nunca distorsiona la verdad) e íntegra (poniendo valores en acción). Comprende y reconoce sus fortalezas, sus límites en conocimientos y habilidades así como los de la investigación cualitativa; comprende y está comprometido con cumplir con los principios descritos en el Código de Ética y Prácticas Profesionales de Miembros de la QRCA.**

9. Manejo de Proyectos /Coordinación.

- **Prepara, implementa y monitorea proyectos complejos, solo o con personal, o personas contratadas; de una manera oportuna y con un costo eficiente, cumple efectivamente con los requisitos del cliente.**

10. Prácticas de Negocios:

- **Maneja un negocio sostenible económicamente (rentable o sin fines de lucro) bajo todas las leyes y regulaciones aplicables. Desarrolla y mantiene negocios profundizando sus relaciones con sus clientes logrando negocios repetitivos y referencias; alcanza a clientes potenciales con ofertas atractivas de servicios; participa en la negociación con una estrategia de “buena voluntad”; desarrolla y mantiene relaciones beneficiosas mutuas con clientes, asociados, y suplidores; realiza acuerdos como consultor o suplidor consistentes con las normas éticas de negocio y de la ley. Tiene una clara comprensión de las implicaciones del Código de Éticas y Prácticas Profesionales de Miembros de QRCA en relación con la información que se puede divulgar o no divulgar a cada parte involucrada en el proceso de investigación.**

11. Compromiso con la Profesión.

- **Impulsa la profesión, elevándola a la visión del público; actúa en el entendimiento de que sus acciones pueden llegar más allá del cliente y el proyecto, influenciando la profesión como un todo y una gran parte de la sociedad; demuestra voluntad para contribuir, compartir, publicar, enseñar y motivar a otros consultores de investigación cualitativa; Desarrolla y mejora las técnicas existentes y se convierte en pionero de nuevas técnicas.**

Comentarios y Retroalimentación

El desarrollo de las competencias es un proceso continuo y en constante evolución. Los documentos fueron revisados y desarrollados por el **Comité Profesional de la QRCA**, y agradecemos cualquier comentario o retroalimentación. Por favor envíe sus ideas y opiniones vía e-mail a Robert W. Kahle e-mail rwkahle@concentric.net

Reconocimientos

El Comité de Profesionalismo de la QRCA; J. Robert Harris (Chairman), Robert W. Kahle (vice-chairman), Diane Harris (secretaria), George Balch, Jean Craciun, Christopher Herbert, Linda LaScola, John Patterson, Barbara Rosenthal, y George Silverman. El señor Kahle dirigió el sub-comité de Balch, Silverman y J.R. Harris el cual desarrolló las competencias y el instrumento de Auto-evaluación.

El Comité de Profesionalismo desea agradecer a todas las personas- miembros de la **QRCA**, no miembros, líderes de la industria, clientes, dueños de facilidades, y especialistas en competencias, los cuales nos han ayudado en el desarrollo de estos documentos, en proveer las informaciones, percepciones y retro-alimentación. Sus contribuciones fueron invaluable y estamos muy agradecidos.

Para obtener una copia del **Instrumento de Auto-evaluación** conviértase en un miembro de la **QRCA**, para esto, por favor dirigirse a www.qrca.org.

Desarrollado por el Comité de Profesionalismo de la QRCA
QUALITATIVE RESEARCH CONSULTANTS ASSOCIATION (QRCA)
Abril 2003. www.qrca.org.

Traducido al Castellano por Lilian M. Pagan, M.A.
ARG (ASISA RESEARCH GROUP) www.asisard.com
REPUBLICA DOMINICANA
MARZO 2006