

Las Franciscanas

ESTUDIO DE VALOR Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA BRISSA

Presentada a:

Carmen Isabel Valencia

Gerente General

cvalencia@dominio.com

3394888 Ext 2202

3127414902

Presentada por:

Felipe Bolívar Arango

Director de Mercadeo

fbolivar@cncol.com

(57) 1 3394888 Ext. 2207

Revisada por:

Alejandro Salazar Rojas

Asistente de Estudios

asalazar@cncol.com

(57) 1 3394888 Ext. 2158

CONTEXTO

Teniendo en cuenta que el Centro Nacional de Consultoría ha desarrollado el Índice General de Reputación -IGR- que es un sistema de mediciones que satisfacen las demandas de la Gobernación.

OBJETIVOS

GENERAL:

El gobernador de Cundinamarca doctor Álvaro Cruz desea optimizar la gestión y la comunicación. Para ello necesita desarrollar un sistema de mediciones que le permitan generar una estrategia y establecer, optimizar y monitorear sus avances y sus acciones.

ESPECIFICOS:

Medir el nivel de conocimiento del gobernador en Cundinamarca y Bogotá Medir la aprobación del gobernador y de otros líderes Medir el conocimiento y aprobación de su gestión en infraestructura , seguridad y paz Conocer lo que más se aprecia de la gestión Entre funcionarios públicos establecer el nivel de alineamiento con los propósitos de la Gobernación Entre empresas e instituciones establecer la satisfacción y lealtad con la relación que se tiene con la Gobernación

METODOLOGIAS

Metodología: Café Conversación (World Café)

Título: La primera sesión

Temas: Los temas

Ciudad: Pasto

Número de sesiones: 5

Lugar donde se va a realizar: CNC

Duración: 2 HORAS Y 30 MINUTOS

Ciudad: Bogotá

Número de sesiones: 10

Lugar donde se va a realizar: Sala de juntas del CNC

Duración: Medio día

Metodología: Etnografía

Título: La etnografía

Temas: Los temas de la etnografía

Segmento: La primera

Muestra: 4

Metodología: Entrevistas en Profundidad

Título: Medición a los empleados

Temas: satisfacción de los servicios

Segmento: Empleados

Muestra: 150

Metodología:

Entrevistas Cara A Cara

Título:

Medición de la aceptación del producto

Temas:

descripción

Universo:

El universo son todos los empleado

Marco estadístico:

el marco estadístico

Segmento:

Microempresa

Universo:

5000

Muestra:

550

Error muestral:

4%

CALENDARIO

Actividades	Responsable	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Reuniones Para Ajustar Objetivos, Tiempos Y Otros	CNC-Entidad Cliente									
Entrega De Materiales Para El Desarrollo Del Estudio	Entidad Cliente									
Elaboración De Instrumentos De Recolección	CNC-Entidad Cliente									
Aprobación De Instrumento De Recolección Y Aprobación De Análisis Específicos A Desarrollar	CNC-Entidad Cliente									
Recolección De La Información	CNC-Entidad Cliente									
Procesamiento Y Análisis	CNC									
Entrega De Resultados Informes Y Otros	CNC									

Ruta Crítica:

La ruta crítica es la secuencia de los elementos terminales del proyecto que determinan el tiempo en el que es posible completar el proyecto. La duración de la ruta crítica determina la duración del proyecto entero. Cualquier retraso en un elemento de la ruta crítica afecta la fecha de terminación planeada. Los pasos de la ruta crítica son los siguientes:

- El proceso de planeación en donde se elaboran los formularios, las bases de datos y se revisan los objetivos del proyecto.
- Una vez aprobados los formularios y guías (todos), las bases de datos, listados y sus muestras se realiza el entrenamiento a encuestadores y se prueban en campo dando inicio a la etapa de recolección de la información (Trabajo de Campo).
- Simultáneamente se elaboran los programas de captura y procesamiento, se critican, codifican y digitan las encuestas, a medida que se va realizando el trabajo de campo.
- Una vez terminado la recolección y de digitar todas las encuestas se inicia el procesamiento, generando tablas de tabulación. Por último, con ellas se analizan los resultados y graficados en una presentación de ppt.

EQUIPO DE TRABAJO



Alejandra Campuzano Acero - Asesor Técnico

Es Psicóloga de la Universidad Externado de Colombia. Cuenta con una experiencia de cinco años en investigación de mercados. En el Centro Nacional de Consultoría su actividad ha estado enfocada en el desarrollo de estudios cualitativos y cuantitativos de satisfacción, de reputación, impacto de programas sociales y educativos, entre otros.



Andrés Gordillo - Director del Estudio

Ha investigado durante diez años la sociedad y la cultura colombianas. Antropólogo de la Universidad de los Andes, tiene una maestría y un doctorado en Historia Contemporánea y Relaciones Internacionales de la Universidad de la Sorbona (París). Ha sido profesor asociado de la carrera de Antropología en las universidades Javeriana, Andes y Rosario.



José Bermeo Cabrera - Etnógrafo

Ingeniero de la Universidad Nacional de Colombia, Magister y Doctor en Ingeniería Industrial de la Universidad de los Andes. Experiencia en estrategia y consultoría de gestión. Catedrático a nivel de Magister y Especialización en las áreas de Gestión y Dirección Organizacional en el Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de los Andes.



Mónica Lemoine Fandiño, MBA - Moderador

Ecóloga con Maestría en Administración de Empresas (MBA) y más de 10 años liderando investigaciones sobre la lealtad y relaciones. Ha implementado las metodologías de Walker Information Global Network, de la cual el CNC es representante exclusivo para Colombia. Ha dirigido cuentas como World Wildlife Fund, Ecopetrol, Pizano, Secretaría de Salud, TGI entre otras.



INVERSION

No.	DESCRIPCION	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
1	Dirección de estudios	1	7,000,000	7,000,000
2	Café Conversación (World Café) - Pasto	5	2,137,500	10,687,500
3	Café Conversación (World Café) - Bogotá	10	8,600,000	86,000,000
4	Etnografía - La primera	4	841,538	3,366,152
5	Entrevistas en Profundidad - Empleados	150	460,000	69,000,000
6	Entrevistas Cara A Cara - Microempresa	550	30,000	16,500,000
	Subtotal			192,553,652
	IVA			30,808,584
	TOTAL			\$ 223,362,236

NOTAS DE CALIDAD

El Centro Nacional de Consultoría: