



Universidad Del Sureste

Lic. Administración y Estrategias de Negocio

Consultoría Empresarial

Alumno: Jonathan Galindo Alfaro

“Unidad IV”

**Docente: Myreille Erendira Rodríguez
Alfonzo**

09 de Abril del 2021 Comitán de Domínguez, Chiapas.

ENSAYO UNIDAD IV

En esta unidad se habla del seguimiento de la consultoría como evaluación de los beneficios reales de los resultados, el consultor insiste en los beneficios directos obtenidos como resultado de la tarea y deja la consideración de los beneficios indirectos como; el no aumento de los gastos fijos al cliente.

Al presentar los beneficios, los informes deben concentrarse en los beneficios económicos, financieros y sociales mensurables que se han extraído o se extraerán de un rendimiento superior. El informe debe describir

asimismo las
nuevas
capacidades y los
nuevos sistemas,
oportunidades y
comportamientos
creados por la
misión de
consultoría y
destacar su
repercusión en el
rendimiento
superior.

**Reporte de
evaluación del
sistema con
relación a los
términos del
proyecto**

Este documento se
elabora al final del
proyecto con el fin
de hacer y
presentar por
escrito una
evaluación de los
resultados del
sistema implantado
haciendo una
comparación de los
resultados
esperados contra
los reales para

tomar medidas que
permitan hacer
frente a las
desviaciones
encontradas. Es de
suma importancia la
evaluación ya que
es esencial dentro
de la fase de
terminación en
cualquier proceso
de consultoría. Sin
una evaluación es
imposible
determinar si el
cometido ha
alcanzado sus
objetivos y si los
resultados
obtenidos han sido
una mejora que
justifican los
recursos utilizados.
Ni el cliente ni el
consultor pueden
sacar lecciones
útiles de la tarea si
no existe una
evaluación.

**Quién debe
efectuar la
evaluación**

El cliente y el consultor tienen que saber si la tarea ha conseguido sus objetivos y se puede considerar como un éxito el cliente tiene, intereses y opiniones concretos, además que está evaluando no sólo la tarea de consultoría, sino también al consultor y a su rendimiento.

Si el cliente está deseoso de actuar mejor la próxima vez, hará también una autoevaluación, determinando su propio rendimiento técnico y gerencial en cooperación con el consultor, vigilando los progresos de la tarea y aplicando los consejos recibidos. De la misma manera, el consultor evaluará

su propio desempeño y el del cliente. En una tarea que ha sido un auténtico esfuerzo de colaboración, la evaluación suele ser abierta y constructiva. No obstante, nadie puede obligar al cliente y al consultor a compartir todas las conclusiones de sus evaluaciones. La evaluación se concentrará en dos aspectos fundamentales de la tarea: los beneficios para el cliente y el proceso de consultoría.

Evaluación de los beneficios para el cliente

Las razones para evaluar los beneficios definen el cambio logrado, un cambio que

debe considerarse
como una mejora,
como un nuevo
valor añadido en la
empresa del cliente.

En lo esencial, los
beneficios se
evalúan
comparando dos
situaciones, una
anterior y la
posterior a la
realización de la
tarea. Esto es
posible si la
evaluación se
previene al concebir
la tarea, es decir, al
determinar los
resultados que se
quiere lograr y
definir los criterios
con arreglo a los
cuales se van a
medir y evaluar los
resultados
conseguidos. Con
la evaluación se
tratará de
responder
preguntas como si
se ha alcanzado el
cometido, qué
resultados y

beneficios
concretos ha
logrado el cliente,
qué resultados
previstos no se han
podido alcanzar, si
ha conseguido el
cometido algunos
resultados
inesperados y
complementarios.

IMPACTO DE ACCIONES

Existen seis clases
de beneficios o
resultados que se
pueden medir en
los impactos
verdaderamente
importantes e
influyentes sobre la
organización –
cliente: • nuevas
capacidades. •
nuevos sistemas •
nuevas relaciones •
nuevas
oportunidades •
nuevo
comportamiento •
nuevo rendimiento.

Nuevas
capacidades: Se

trata de los nuevos
conocimientos
técnicos adquiridos
por el cliente:
capacidades de
diagnóstico y de
solución de otros
problemas,
capacidades de
comunicación y
capacidades de
gestión del cambio,
así como nuevas
maneras de obtener
financiación para la
empresa.

Nuevos sistemas:
Muchos cometidos
ayudan a introducir
cambios de
sistemas
específicos, tales
como nuevos
sistemas de
información, de
comercialización,
de gestión de la
producción y la
calidad, de
contratación y
evaluación del
personal,
mantenimiento
preventivo, etc.

Estos sistemas se
pueden considerar
como resultados del
cometido si son, o
es probable que
sean,
operacionales.

Nuevas relaciones:
El cometido puede
haber ayudado a
establecer nuevas
relaciones
comerciales y de
otra índole esencial
para el futuro de la
empresa del cliente,
tales como nuevas
alianzas
estratégicas,
dispositivos de
subcontratación,
consorcios para
aplicar proyectos de
construcción
complejos o
acuerdos sobre el
establecimiento de
patrones de
referencia.

Nuevas
oportunidades:
Estas pueden
guardar relación

con diversas partes
y aspectos de la
empresa del cliente.

La consultoría
puede haber puesto
al descubierto
nuevos mercados
potenciales, fuentes
más baratas de
materias primas,
nuevas tecnologías
que se han de
explorar, tierras y
edificios que se
deben adquirir, etc.

Nuevo
comportamiento:

Un cambio de
comportamiento
significa hacer las
cosas de una
manera distinta.

Esto se aplica
principalmente a las
relaciones
interpersonales, es
decir, entre el
personal de
dirección y sus
subordinados, o
entre equipos que
cooperan de dos
departamentos
diferentes

Nuevo rendimiento:

Se consigue un nuevo rendimiento, si los cambios en las cinco esferas más arriba mencionadas producen mejoras en los indicadores económicos, financieros, sociales o de otra índole para medir el rendimiento. Esos cambios se pueden observar en los niveles individual (puesto de trabajo), unidad o dependencia (taller, equipo, grupo, planta o departamento) o de la organización (empresa, organismo, ministerio). El aumento del rendimiento es el objetivo primordial y debe utilizarse para evaluar los resultados y mostrar los

beneficios, siempre
que sea posible.
circunstancias,
considerarse como
un beneficio más
importante, y de
más larga duración,
que las mejoras
inmediatas
mensurables en el
rendimiento
económico y
financiero.

Cambio y tendencias de innovación

El cambio es la
razón de ser de la
consultoría de
empresas. Si las
diversas tareas de
consultoría tienen
alguna
característica en
común, es la de
que contribuyen a
la planificación y la
aplicación de
cambios en las
organizaciones
clientes. El cambio
de la organización
es uno de los

objetivos
fundamentales y
generales de la
consultoría. Sin
embargo, el cambio
de la organización
está erizado de
dificultades y
trampas.

Al gestionar el
cambio, los
consultores y los
clientes suelen
cometer los mismos
errores. Con
frecuencia, la
conducta misma de
las personas que
procuran introducir
cambios y
resistencia y
provoca el
estancamiento de
todo el proceso;
para evitarlo, todo
consultor de
empresas ha de ser
consciente de las
complejas
relaciones que
entraña el proceso
de cambio y ha de
saber cómo enfocar
las diversas

situaciones del
cambio y ayudar a
las personas
afectadas a
enfrentarse con él.

El concepto del
cambio implica que
existe una
diferencia
perceptible en una
situación, persona,
equipo de trabajo,
organización o
relación entre dos
momentos
sucesivos. Las
organizaciones no
cambian por
cambiar, pero como
forman parte de un
proceso más amplio
de desarrollo y
tienen que
reaccionar ante los
nuevos cambios,
trabas, exigencias y
oportunidades del
medio ambiente, se
ven
permanentemente
obligadas a
adaptarse al medio
en el que existen y
funcionan. Es más,

las empresas y
otras
organizaciones
también provocan
cambios en su
medio ambiente
exterior, por
ejemplo,
produciendo y
vendiendo nuevos
productos y
servicios que
acapan una parte
considerable del
mercado, lanzando
y dando publicidad
a productos que
cambian los gustos
de los
consumidores o
introduciendo
nuevas tecnologías
que pasan a ser
dominantes y
transforman la
totalidad de los
sectores
industriales y de
servicios. De esta
manera, modifican
el medio ambiente
empresarial
nacional e
internacional. Los

cambios pueden referirse a cualquier aspecto o factor de una organización. Por tanto, pueden afectar a los productos y los servicios, las tecnologías, los sistemas, las relaciones, la cultura de la organización, las técnicas y el estilo de dirección, las estrategias aplicadas, las competencias, los rendimientos y cualquier otra característica de una empresa.