



**Nombre de alumno: DIEGO IGNACIO  
CRISTIANI RAMOS**

**Nombre del profesor: MYREILLE ERENDIRA**

**Nombre del trabajo: MAPA CONCEPTUAL**

**Materia: CONSULTORIA EMPRESARIAL**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 8**

**Grupo:**

# UNIDAD II

## 2.1 Elementos fundamentales del proceso de consultoría

El proceso de consultoría se lleva a cabo entre dos socios: el consultor y su cliente. El cliente quien ha resuelto pedir se le preste el servicio profesional de consultoría, expone algunas condiciones

El consultor es una persona ajena a la organización, de él o ella se espera el que logre un resultado efectivo para el cliente, a pesar de no formar parte de su sistema administrativo y humano.

Este mismo grupo debe de estar presente en la firma del contrato, una vez que el cliente ha decidido que la consultoría se lleve a cabo en su organización. Para la realización de las tareas debe organizar otro grupo conformado por subalternos.

Es importante que el consultor contacte a un cliente sobre el que tenga suficiente información para que pueda mostrarle que conoce el negocio, sus problemas, su mercado, a sus competidores y que, por ello, tiene algo muy concreto que ofrecer.

## 2.2 Contacto inicial

Un contacto en frío puede despertar el interés del cliente y éste retendrá quizá el nombre del consultor para el futuro. Es raro que un contacto en frío dé origen inmediatamente a la asignación de una tarea.

razón para recurrir a un consultor particular

Ha oído hablar de la fama profesional del consultor.

Un empresario amigo quedó satisfecho con los servicios del consultor y se lo recomendó (muy frecuente).

El cliente encuentra el nombre del consultor en un registro o repertorio (menos frecuente).

Las publicaciones o intervenciones del consultor en conferencias sobre administración de empresas han impresionado al cliente.

el consultor desea ser informado acerca del procedimiento de selección. El cliente puede haber contactado a varios consultores para elegir entre diversas propuestas. En principio, debe ponérselo en conocimiento del consultor

Esto contribuye a evitar dos prácticas que se consideran indeseables:  
— la práctica de algunos consultores de utilizar estudios gratuitos de diagnóstico como instrumento de comercialización (puesto que el consultor no puede realmente trabajar por nada, otro cliente pagará por este estudio —gratuito||).

## 2.3 Diagnóstico preliminar

Para iniciar una misión de consultoría, el consultor debe saber con exactitud qué espera el cliente de él. Este es el motivo por el que, durante las reuniones iniciales, el consultor alienta al cliente a que diga lo más que pueda acerca de su percepción personal del problema que es necesario resolver y del trabajo que deberá realizar el consultor.

no existe garantía alguna de que la percepción y descripción del cliente del problema sean correctas y de que el consultor reciba una información completa e imparcial. Antes de comenzar a planificar el cometido y de proponer un trabajo concreto al cliente, el consultor debe efectuar su propio diagnóstico independiente del problema

### Alcance del diagnóstico

El objetivo del diagnóstico preliminar del problema no consiste en proponer medidas para resolverlo, sino en definir y planificar una misión o proyecto de consultoría que produzca ese efecto

### Algunas pautas metodológicas

El diagnóstico preliminar de los problemas sigue las mismas normas y procedimientos básicos y utiliza las mismas técnicas analíticas que cualquier diagnóstico de un problema.

### Fuentes de información

Todo buen diagnóstico se basa en la rápida recolección de información relevante que deje entre ver el tipo de ayuda que el consultor puede llegar a proporcionar al cliente