



UPDS

Daniela Monserrat Jiménez Palacios

Consultoría Empresarial

Maestro: Salomón Vázquez Guillen

8° Cuatrimestre

FACILITAR EL CAMBIO

PRESENTACION DEL INFORME FINAL

- Antes y durante el cometido el cliente ha recibido varios informes del consultor: □ el informe en el que se propone el cometido, basado en un rápido estudio de diagnóstico (preliminar); □ informes sobre la marcha del trabajo, cuyo número y alcance varía y en el que se pueden haber propuesto modificaciones en la definición del problema y en las tareas por realizar; □ informes y documentación vinculados con la presentación de propuestas para que el cliente adopte una decisión antes de pasar a la fase de aplicación. Sea cual sea la modalidad de la presentación de informes provisionales, existe un informe final del cometido que se presenta en el momento en que el consultor se retira de la organización cliente. Además, la oficina de consultoría exige informes que ayudarán sobre todo a sus miembros, si se recurre a ellos para que realicen cometidos análogos.
- Informe al cliente. • Informe de referencia sobre el cometido
- Evaluación de los beneficios.
- Evaluación del proceso de consultoría.
- Sugerencias al cliente. • Informe interno del cliente

ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CONSULTORÍA ADMINISTRATIVA

- Ayuda técnica: La consultoría y el cambio en las organizaciones están vinculados con el cambio en las personas. El consultor de empresas competente debe ser consciente de estas complejas relaciones y, en particular, saber cómo enfocar diversas situaciones de cambio. Por consiguiente, los consultores deben saber introducir cambios que mejoren el rendimiento de las organizaciones, y al mismo tiempo, hagan más interesante y satisfactorio el trabajo personal.

NIVELES Y CICLOS DE CAMBIO

- Como indican los siguientes diagramas, Hersey y Blanchard' distinguen cuatro niveles de cambio:
 1. cambios en los conocimientos;
 2. cambios en las actitudes;
 3. cambios en el comportamiento individual, y
 4. cambios en el comportamiento colectivo de grupos u organizaciones.
- En el cambio coercitivo, que es prácticamente lo contrario del cambioparticipativo, una fuente de autoridad ejerce presión sobre el comportamiento colectivo (4) dando órdenes directas. Como consecuencia cabe esperar que el comportamiento individual (3) se modifique, lo cual a su vez debe influir en las actitudes (2) y los conocimientos (1).

EL NIVEL DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL

- Las decisiones estratégicas sobre comercialización tienen repercusiones de largo alcance para la empresa en conjunto y para la dirección de ciertas funciones como producción, desarrollo de productos o control financiero.
- Los cambios importantes, como el abandono o la adición de líneas de producto o la modificación de la política general de precios, son evidentemente decisiones de dirección general que deben tomarse en el nivel máximo.
- Operaciones de comercialización
- Administración de ventas
- Publicidad y promoción
- Distribución física.

RECAUDACIÓN DE FONDOS

- Las finanzas es un sector fundamental en todo estudio de la empresa, pues la solidez económica y los resultados financieros de las organizaciones comerciales reflejan el potencial y los resultados en casi todos los demás sectores y funciones. el estudio de este sector, consiste en el análisis de informes financieros del cliente de los tres, cuatro o cinco años anteriores a fin de valorar puntos fuertes y débiles, de medir el funcionamiento de la organización en el pasado y descubrir tendencias ascendentes o descendientes.

PROYECTOS DE INVERSIÓN

- Preparativos: El estudio de la empresa es consecuencia de un contacto entre el consultor y un posible cliente: □ Averiguación directa. □ Presentación espontánea. □ Recomendación. □ Trabajo anterior con el cliente.
- Metodología del estudio Metodología del estudio:
 1. Objeto: determinación de los problemas fundamentales del cliente, medidas necesarias, ayuda propuesta por el consultor.
 2. Tiempo: el tiempo disponible es generalmente breve, lo cual delimita las posibilidades
 - de reunir información y de someterla a un análisis detallado.
 3. Perfil de consultor de diagnóstico: el consultor puede no conocer todas las industrias
 - y todas las esferas funcionales en detalle.