

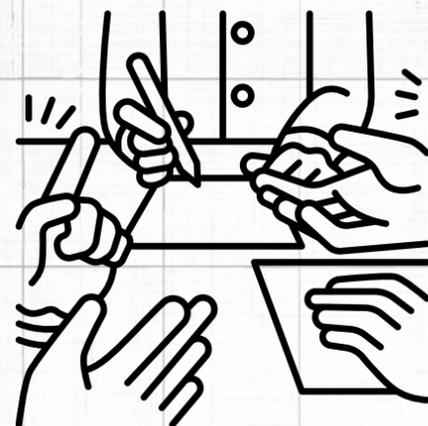


Sheyla Paola García Aguilar  
Seguimiento de la consultoría  
Parcial 4  
Consultoría Empresarial  
Salomón Vázquez  
Administración y estrategias de negocios  
8° Cuatrimestre

# SEGUIMIENTO DE LA CONSULTORÍA

## PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL

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.  
Informes y documentación vinculados con la presentación de propuestas para que el cliente adopte una decisión



Informe al cliente Si el cometido ha sido relativamente breve, éste puede ser el único informe y tiene, por tanto, que ser completo. Para cometidos más largos.  
Evaluación de los beneficios en el informe final se incluye una evaluación de los beneficios si ello es práctico.  
Evaluación del proceso de consultoría Si se ha de incluir o no la evaluación del proceso de consultoría en el informe final es una cuestión de criterio.

Sugerencias al cliente Aunque su tarea esté completada, el consultor muestra que observa a la organización cliente en perspectiva, si señala posibles mejoras futuras, oportunidades, estancamientos, peligros, medidas que no se deben postergar.  
Informe de referencia sobre el cometido Además del informe final al cliente, los consultores compilan un informe de referencia y evaluación de la misión para su propia organización.  
Informe interno del cliente Algunas organizaciones que recurren a consultores preparan informes internos sobre las tareas completadas.



## 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.  
Es un modelo de secuencias en tres etapas: la descongelación, el cambio y la recongelación.  
□ La descongelación requiere una situación algo incómoda, pues se su pone necesario cierto grado de ansiedad o insatisfacción.  
□ El cambio o la transición al cambio pone de relieve el papel que ha de desempeñar el promotor del cambio (el consultor) junto con la dirección y los trabajadores.

Los subprocesos de cambio comprenden dos elementos:

- la identificación, en virtud de la cual las personas afectadas reconocen la autoridad del promotor del cambio.
  - la interiorización, en virtud de la cual las personas transforman los principios generales sostenidos por el promotor del cambio en fines personales.
- La recongelación se produce cuando estas personas operan el cambio por medio de la experiencia.

## 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.
4. cambios en el comportamiento colectivo de grupos u organizaciones.

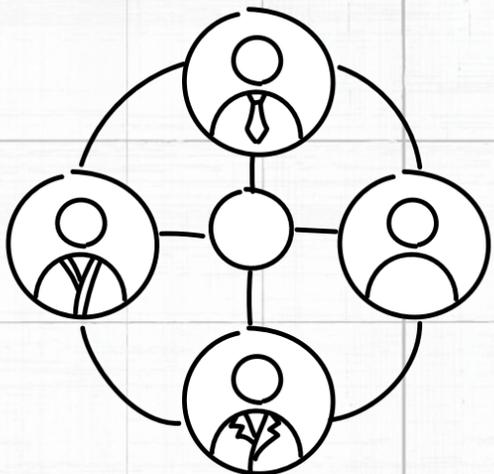
El cambio participativo empieza con (1) la introducción de nuevos conocimientos, lo cual se espera que (2) estimule y desarrolle la actitud adecuada y (3) finalmente configure el comportamiento individual mediante la participación en ejercicios de establecimiento de objetivos que conduzcan a (4) la participación colectiva formalizada en la aceptación del cambio deseado.



## 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.

Operaciones de comercialización: Las empresas difieren en sus ideas acerca de cuales operaciones incumben a la función de comercialización y cuáles no.



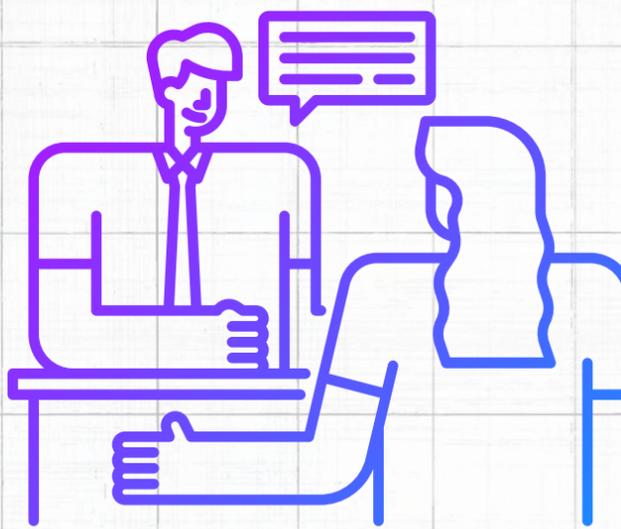
Administración de ventas: Las actividades del consultor en este terreno son sencillas, debido a la capacitación, motivación de los vendedores son los elementos fundamentales que deben verificarse.

Publicidad y promoción: Generalmente el cliente puede obtener de su agencia de publicidad buen asesoramiento sobre estas actividades.

Distribución física: El análisis de esta función se divide en dos: El primero es el análisis de grandes sistemas complejos, pues hay que considerar las ventajas que ofrece grandes lotes de producción a la luz de los costos.

El segundo tipo es mucho más corriente se reduce al decir que parte de la distribución ha de efectuarse mediante vehículos de la empresa.

Canales de distribución: Tratar directamente con el comercio al por menor, tendencia que también es particularmente pronunciada en los países en desarrollo.



## 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.

## 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.



El desarrollo de estudio de la empresa: incluye la recopilación y el análisis de información sobre las actividades del cliente.

El objeto de estudio de la empresa es pasar revista a los recursos del cliente.

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.

