



Nombre del Alumno: Fabiola Ruiz Abarca

Nombre del tema: Seguimiento de la consultoría

Nombre de la Materia: Consultoría empresarial

Nombre del profesor: Salomón Vázquez

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategias de negocios.
8vo cuatrimestre.

SEGUIMIENTO DE LA CONSULTORÍA

PRESENTACIÓN 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. Algunos consultores, especialmente en el sector del desarrollo de la organización, consideran los informes finales como innecesarios, si el cliente ha mantenido una colaboración estrecha con el consultor durante todo el cometido y existe una evidente satisfacción con el método adoptado y los resultados.



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. Los subprocesos de cambio comprenden dos elementos:

- la identificación, en virtud de la cual las personas afectadas reconocen la autoridad del promotor del cambio, adoptan sus motivaciones externas o generalizadas, analizan los cambios propuestos y aceptan con confianza los principios generales del cambio, y
- la interiorización, en virtud de la cual las personas transforman los principios generales sostenidos por el promotor del cambio en fines personales concretos por medio de la adaptación, la experimentación o la improvisación.

personal.

NIVELES Y CICLOS DE CAMBIO

Otro modelo útil es el que describe los niveles y ciclos de cambio que los consultores deben considerar al elaborar la estrategia adecuada para efectuar el cambio propuesto. Como indican los siguientes diagramas, Hersey y Blanchard¹ distinguen cuatro niveles de cambio:

I. cambios en los conocimientos;

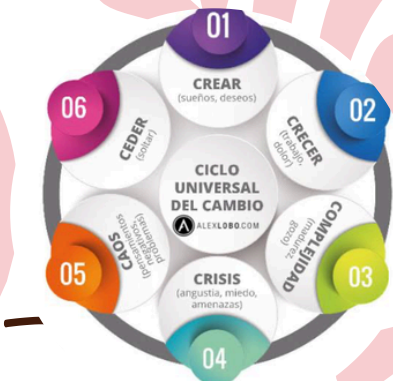
1. cambios en las actitudes;

2. cambios en el comportamiento individual, y

3. cambios en el comportamiento colectivo de grupos u organizaciones.

La dificultad de introducir cambios aumenta al pasar del nivel I al nivel 4. El grado de dificultad y el tiempo requerido se indican en la figura 1.

Con auxilio de este modelo el promotor del cambio puede emplear un ciclo de cambio participativo, uno coercitivo, o una combinación de los dos.



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:

Las empresas difieren en sus ideas acerca de cuales operaciones incumben a la función de comercialización y cuáles no. Las ventas, la publicidad, la promoción, 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, así como el modo en que los vendedores distribuyen su tiempo de ventas efectivo entre clientes actuales y clientes potenciales, y entre cuentas grandes, medianas o pequeñas.



SEGUIMIENTO DE LA CONSULTORÍA

RECAUDACIÓN DE FONDOS

se refiere al proceso mediante el cual una firma de consultoría ayuda a organizaciones, como ONGs, instituciones educativas o empresas, a obtener financiamiento para sus proyectos o iniciativas. Esto puede incluir la identificación de posibles donantes, la elaboración de propuestas de financiamiento, la planificación de eventos de recaudación y la implementación de estrategias para atraer donaciones.

Las consultorías pueden ofrecer su experiencia en la creación de campañas efectivas, la gestión de relaciones con donantes y la evaluación de resultados, asegurando que las organizaciones maximicen sus oportunidades de financiamiento.

PROYECTOS DE INVERSIÓN

son iniciativas que buscan asesorar a empresas o instituciones en la identificación, planificación y ejecución de inversiones estratégicas. Estos proyectos pueden abarcar diversas áreas, como:

1. **Análisis de Viabilidad:** Evaluar la viabilidad económica y técnica de un proyecto antes de realizar la inversión. Esto incluye estudios de mercado, análisis de costos y beneficios, y proyecciones financieras.
2. **Desarrollo de Estrategias de Inversión:** Ayudar a las organizaciones a definir sus objetivos de inversión y a desarrollar estrategias que alineen sus recursos con sus metas a largo plazo.
3. **Gestión de Proyectos:** Asistir en la planificación y ejecución de proyectos específicos, asegurando que se cumplan los plazos y presupuestos establecidos.
4. **Evaluación de Riesgos:** Identificar y analizar los riesgos asociados con una inversión, así como proponer medidas para mitigarlos.
5. **Optimización de Portafolios:** Asesorar a las empresas sobre cómo diversificar y optimizar su portafolio de inversiones para maximizar el retorno y minimizar el riesgo.