



Nombre de alumno: Francisco Javier Gómez Hernández

Nombre del profesor: Fernando López

Nombre del trabajo: Mapa conceptual

Materia: consultoría empresarial

Grado: LAN02SSC1022

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 29 de marzo de 2025.

EVALUACIÓN DE RESULTADO

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, no obstante, 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.

AREAS DE OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CONSULTORIA ADMINISTRATIVA

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.

NIVELES Y CICLOS DE CAMBIO

El cambio participativo empieza con la introducción de nuevos conocimientos, lo cual se espera que estimule y desarrolle la actitud adecuada y finalmente configure el comportamiento individual mediante la participación en ejercicios de establecimiento de objetivos que conduzcan a la participación colectiva formalizada en la aceptación del cambio deseado. Por iniciarse partiendo de una posición de fuerza, que lo impone, en vez de tener un origen personal, el cambio introducido puede considerarse intrínsecamente inestable: puede desaparecer si no está presente la fuente de autoridad que aplica las recompensas, los castigos y las sanciones apropiados.

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. Primero el departamento comercial debe poder participar de manera constructiva, es decir efectuando la necesaria investigación de mercado y disponiendo de recursos para ello. Segundo, es necesario organizar medidas que aseguren que la participación del departamento comercial se produzca en una etapa inicial, estas medidas pueden consistir en la creación de un comité de nuevos productos cuya aprobación sea necesaria para la asignación de más fondos al desarrollo de nuevos productos.