

**Nombre del alumno: Carolina Hernandez jimenez.**

**Materia: Consultoría Empresarial**

**Actividad: Mapa conceptual**

**Tema: 4.7 Áreas de oportunidades para el desarrollo de la consultoría empresarial, 4.8 Niveles y ciclos de cambios, 4.9 El nivel de la estrategia comercial.**

**Nombre del profesor: Fernando Lopez Santiz**

**Licenciatura: Administración y estrategia de negocios**

**8° cuatrimestre**

# Áreas de oportunidades

## Áreas de oportunidad para el desarrollo de la consultoría administrativa.

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.

### Modelo de cambio

1. Descongelación
2. Cambio o Transición
3. Recogelación

### Papel del consulto

- Introducir Cambios que mejoren el rendimiento de las organizaciones.
- Hacer más interesante y satisfactorio el trabajo personal.
- Ayudar a las personas a convertir las motivaciones externas en internas.

### Subprocesos de cambios

1. Identificación
  - Reconocimiento de la autoridad del promotor de cambio.
  - Adopción de motivaciones externas o generalizadas.
2. Interiorización.
  - Transformación de principios o improvisación

## Niveles y ciclo de cambio

### Niveles de cambio

- Cambios en los conocimientos.
- Cambios en las actitudes.
- Cambios en el comportamiento individual.
- Cambio en el comportamiento colectivo.

### Ciclos de cambio

- Ciclo de cambio participativo.
  - Enfoque que implica la participación activa de las personas en el proceso de cambio.
  - Requiere un auditorio maduro y relativamente independiente.
  - Es más lento, pero se considera de efecto duradero.
- Ciclo de cambio coercitivo.
  - El enfoque implica el uso de la autoridad para imponer el cambio.
  - Es más rápido, pero puede ser menos efectivo a largo plazo.
  - Requiere una fuerte de autoridad que aplica recompensas, castigos y sanciones apropiadas.

## El nivel de 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

- Ventas
- Publicidad
- Promoción
- Relaciones con distribuidores
- Investigación de mercado

### Administración de ventas

- Actividades del consultor
- Capacitación de vendedores
  - Motivación de vendedores
  - Distribución del tiempo de ventas efectivo

### Objetivos

- Mejorar las ventas
- Incrementar la satisfacción del cliente.

### Publicidad y Promoción

- Asesoramiento
- Agencia de publicidad
  - Consultor

- Planificación
- Establecer objetivos
  - Calcular el costo necesario para alcanzarlos

### Distribución física

- Análisis
- Sistemas complejos
  - Ventajas de grandes lotes de producción
  - Costos de almacenamiento
  - Calidad y rapidez del servicio.

- Decisiones
- Utilización de vehículos de la empresa
  - Subcontratación de la distribución

### Canales de distribución

- Tendencias
- Tratar directamente con el comercio al por menor
  - utilizar distribuidores locales