

Junio de 2007

Negociando **ASCI.**

Productividad en todo Momento

Contenido:

Logística empresarial	2
El Circulo del Alto Rendimiento	3
Las 6 "I" de los grandes Líderes	4
8 Dimensiones de la calidad	5
"Coaching" en 7 pasos	6
Los 7 hábitos de la gente efectiva y triunfadora	7
Rumbo a la excelencia	7
Indicadores	8

Todos tenemos períodos en los cuales trabajamos con la más alta eficiencia. Esto normalmente ocurre cuando estamos haciendo lo que más nos gusta, lo que hacemos bien o algo que representa un desafío. Sin embargo, no siempre podemos mantener este nivel óptimo durante todo el tiempo. ¿Cómo lograr una alta productividad en todo momento? Aquí le ofrecemos algunas sugerencias:

Conozca su biorritmo y programe su trabajo para adaptarse a él. Si Ud. se siente cansado o con pereza después de almorzar o a determinada hora del día, programe trabajos que no requieran de gran concentración a esa hora. A las horas de mayor energía haga lo contrario.

Fíjese una disciplina de trabajo que lo fuerce a cumplir con los tareas, aún cuando Ud. no tenga ganas de hacerlas. Impóngase

castigos en caso de no cumplir con ellas.

Identifique los factores motivadores, los que lo animan a hacer las cosas.

Prémiese cada vez que cumpla o termine un trabajo o tarea.

Si está con modorra, salga de ella cambiando de actividad. Dé una caminata, tómese un café, o lea un libro y luego retorne a hacer lo que debe.

El secreto de un desempeño superior es tener un rendimiento efectivo tanto cuando Ud. está funcionando al 100%, como cuando no está a ese nivel.

[Www.empresatips.com](http://www.empresatips.com)



"Soluciones de Excelencia y calidad nos distinguen..."

Las Cuatro características de un mal jefe.

- 1) No saber escuchar;
- 2) El ego es su fuerza directriz;
- 3) No compartir los éxitos;
- 4) Siempre querer ser el centro de atención.

Los anteriores son pequeños hábitos que sin querer, se presentan muy comúnmente en las personas con autoridad, evitemos su aparición y mejoraremos nuestro desempeño.

[Www.competitividad.net](http://www.competitividad.net)

Logística en las empresas (conclusión).

“¿Y usted que servicio al cliente ofrece..?”

ZUÑIGA RODRIGUEZ
Y ASOCIADOS.

Su solución en:
Multas Fiscales
Procedimiento Administrativo de Ejecución
Defensa Fiscal Integral
Requerimientos de Autoridades
Auditorias
Visitas domiciliarias
Contabilidad

http://mx.geocities.com/asci_infgral.htm

ASCI01@gmail.com

Para el Servicio al Cliente es posible encontrar cuatro variantes, a saber: **La primera** está el servicio ineficaz y desagradable, en el cual se combinan la baja competencia técnica y el mal trato al cliente. La frase de estas empresas es: "Somos incompetentes y no nos importa ser antipáticos".

La segunda es el servicio ineficaz y agradable, en el que las empresas con baja competencia técnica, tratan como "rey" al cliente y con ello esperan tapar el hueco de su incompetencia técnica. La frase de este tipo de empresas es: "Lo hacemos mal, pero somos encantadores".

La tercera, es eficaz y desagradable, son altamente eficaces, saben realizar sus procesos, son eficientes, pero por llegar a alcanzar altos estándares de calidad técnica, no se centran en el cliente y por ello no son líderes. Su frase es: "Somos muy eficientes, pero muy antipáticos".

Por último, en la cuarta, se coloca el eficaz y agradable, se hallan las empresas que han encontrado el equilibrio perfecto entre sus competencias técnicas y su estrategia de servicio al cliente; son organizaciones que se centran en el cliente porque saben que dependen de él, están conscientes de la fuerte competencia y sus perspectivas apuntan al liderazgo. La frase de este tipo de empresas es: "Hacemos nuestro trabajo con la máxima calidad".

La calidad del servicio es una cadena en la que cada persona, departamento y elemento es un eslabón, y si alguna de esos eslabones cede o se rompe, la supervivencia de la empresa queda en peligro.

Conclusiones
En el mundo competitivo de hoy es necesario una mentalidad orientada hacia el cliente, pues sin éste las empresas no tendrían razón de ser.

La comunicación no sólo es vital en materia de calidad, sino que la falta de sistemas de información eficiente y adecuados a las necesidades de la empresa puede mermar su capacidad de crecimiento, la obtención de beneficios y el incremento de la productividad, por la desorganización que conlleva la baja comunicación interior.

Por ello, el servicio al cliente, identificado como una fuente de respuestas a las necesidades del mercado y las empresas, debe considerar una estrategia más dinámica, con mayor razón en el contexto actual, pues las empresas no pueden seguir ignorando a sus competidores, a los mercados y a las necesidades de sus clientes.

Revista Practica Fiscal # 304, Ed. Tax, 1a decena Octubre 2002. pp.A25-A28.

Tips ejecutivos...

El secreto del éxito de una buena venta, no está en saber qué o cómo vender, sino en encontrar la manera de saber qué es lo que el cliente desea comprar.

My Number One Power Secret, Lawrence Ragan

El Círculo de Alto Rendimiento

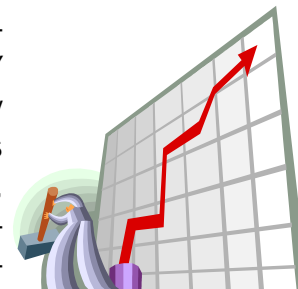
“Asegúrese de mantener la rentabilidad de su empresa...”

Una lección vital: La dirección tiene la perspectiva global del negocio. Y no nada más trabaja con una visión de conjunto en el aspecto operativo, sino también en lo relacionado con la satisfacción de los “Navegantes del Negocio”: sus clientes, los empleados y los propietarios.

Una fórmula sencilla: La satisfacción de los clientes significa rentabilidad. Los clientes satisfechos regresan, compran más y están dispuestos siempre a explorar otros servicios o productos de su línea. A medida que esto pasa, los costos de venta disminuyen y también se produce un efecto de comunicación publicitario de boca en boca que resulta muy favorable.

El siguiente paso: Una vez que ya se tiene la satisfacción de la clientela y menos pérdidas de clientes, la compañía genera más ventas y utilidades, y finalmente es viable la satisfacción

de los accionistas. Y cuando hay accionistas satisfechos, las probabilidades de invertir en los recursos



Mantenga utilidades..

humanos es casi natural... no sólo pagando más, sino también proporcionando entrenamiento, equipo y las condiciones para que su trabajo sea más placentero y productivo.

Este ciclo es ininterrumpido porque se refuerza a sí mismo. La labor del director es prevenir que esta cadena se rompa, porque sabe que si eso sucediese, la competitividad de la compañía se vendría abajo.

Extracto; Empresa Tips

Frases Celebres...

La mejor manera de medir la personalidad de alguien es ver cómo trata a la gente que no le puede hacer daño y cómo trata a las personas que no pueden defenderse."

A. Van Buren

Cuando yo me examiné a mí mismo y a mis métodos de pensamiento, llegué a la conclusión de que mi imaginación ha significado más para mí que mi inteligencia."

Albert Einstein

Las 6 “I” de los Grandes Líderes

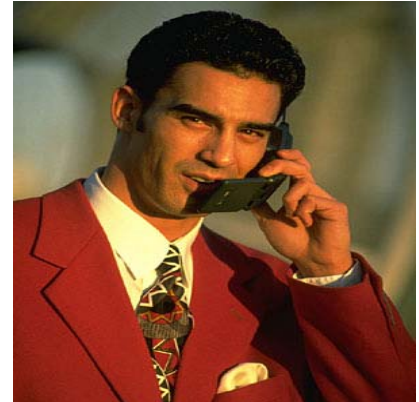
“Desarrolle estas actitudes...”

Incisivo. Tome decisiones selectivamente. Invierta tiempo sólo en aquellas que cuenten con una plataforma de información mínima.

Interesado. Conozca las habilidades y carencias de cada uno de los empleados y analice también la actitud, afinidad, ansiedad y animosidad que manifiestan.

Informado. Amplíe su lectura no sólo a temas relacionados con su profesión sino a todo aquello que nutra su conocimiento universal. El mejor modo de mantenerse vigente es con un acervo de ideas que provengan de distintos campos.

Inspirado. Evite todo lo que extinga su creatividad, ya sea una tarea o un trabajo. Cuando sea posible, renuncie a ideas que interfieran en la conservación



Guiando consentido.

de su entusiasmo profesional. Siempre proyecte una imagen fuerte, soberbia y convincente. Recuerde que un líder es majestuoso, solemne y único.

Importante. Bajo cualquier circunstancia marque la distancia jerárquica que usted ostenta.

Management Review, James R. Lucas, Empresa

Tips

Tips ejecutivo_s...

No olvide que el Internet ha cambiado decididamente el balance de poder hacia los consumidores.

“Los errores son un hecho de la vida. Es la respuesta al error lo que realmente cuenta.” *Nikki Giovanni.*

No se deje sorprender, anticipe todas las crisis. Piense en todas las crisis que puedan ocurrir y tenga planes para tratar con ellas. Dé la mayor prioridad a aquellas que tengan el mayor impacto en la gente y a las que puedan afectar la supervivencia de su empresa.

Para mejorar su proceso de toma de decisiones haga auditorias a las últimas decisiones que tomó. Hacerlo le permitirá aprender muchas cosas sobre el proceso que Ud. utiliza, en qué áreas puede Ud. mejorar y sobre cómo toda la organización puede aprender a tomar decisiones más acertadas en base a las lecciones aprendidas.

8 Dimensiones de la Calidad

*“Y usted; ¿que
calidad
ofrece.??”*

Para medir la calidad de un producto o servicio, poder compararla con los de la competencia y desarrollar una estrategia competitiva basada en la calidad, D. Garvin de la Harvard Business School ha identificado ocho dimensiones de la calidad:

1. **Performance** o desempeño: está determinada por las características operativas primarias del producto o servicio.
2. **Características adicionales:** que son aquellos complementos no esenciales pero que agregan calidad al producto o servicio.
3. **Confiabilidad:** la probabilidad de ocurrencia de fallas.
4. **Conformidad:** consistencia con el cumplimiento de los estándares.
5. **Durabilidad:** la vida esperada.
6. **"Serviciabilidad":** la facilidad, rapidez, costo y cortesía en la atención o pronta corrección de fallas o errores.
7. **Estética:** lo agradable que es el producto o servicio a los sentidos.
8. **Calidad percibida:** lo que el cliente piensa cuando no hay medidas directas de la calidad.

Busque la excelencia en las dimensiones que el cliente valora, las que presentan oportunidades de mercado y donde su empresa tenga fortalezas y ventajas.

www.competitividad.net

¿Sabías que...?

Es mucho más difícil solucionar una queja o brindar un buen servicio cuando no se sabe a ciencia cierta lo que debe repararse o lo que el cliente quiere. Invierta más tiempo en escuchar la explicación del consumidor. Él le dirá con exactitud lo que desea. No pierda tiempo en ofrecer soluciones o servicios que el cliente no necesita.

Compendio

Independientemente de que nuestro giro sea el brindar bienes o servicios, es de suma importancia para mantenernos en el mercado, el escuchar y comprender al cliente, dado que la razón principal de cualquier entidad es lograr la satisfacción del mismo.

"Coaching" en 7 Pasos

A la vez de ser gerentes, los mejores de ellos saben que tienen que entrenar y asesorar las personas (Coaching) a su staff; W. Byham en el libro "Zapp! The Lightning of Empowerment" (Fawcett Books) sugiere



Enseñando...!!!

5. Provea el siguiente proceso de "coaching" personalizado de siete etapas para obtener lo mejor de su personal:

1. **Explique** el propósito y la importancia de lo que Ud. está tratando de enseñar a la persona.
2. **Explique** los procesos y las técnicas que las personas deberían usar.
3. **Muestre** a las personas cómo se hace.
4. **Observe** mientras entrenan y asesoran las personas.
5. **Provea** el siguiente proceso de "coaching" personalizado de siete etapas para obtener lo mejor de su personal: específica, ya sea para corregir errores o reforzar éxitos.
6. **Expresa** confianza en la habilidad de la persona para ser exitosa.
7. **Tome** acuerdos con la persona en relación a acciones de seguimiento.

[Www.empresatips.com](http://www.empresatips.com)

ZUÑIGA RODRIGUEZ
Y ASOCIADOS.

Servicios de defensa fiscal, reestructura organizativa, contabilidad y administración.

Saturno 213
Col. Cortijo, León, Guanajuato, México, Tel 01 (477) 713 66 44, Cel. 01 (477) 145 48 21

http://mx.geocities.com/asci_infgral.htm

Factor RH; Forme personal de Excelencia.

Trate a su personal adecuadamente, muéstreles que Ud. sabe que existen. Si Ud. invierte tiempo, preocupación e interés en su personal, Ud. obtendrá un excelente retorno en su inversión.

Para obtener empleados de calidad excelente, Ud:

- * **Tratarlos como gente**, no como piezas de una maquinaria.
- * **Entender qué hacen por Ud.** y cómo hacen su trabajo.
- * **Darles retroalimentación** específica sobre lo que hacen bien y lo que hacen en forma inadecuada.
- * **Solicitar sus aportes** en las decisiones que los afectan directamente.
- * **Ayudarlos a crecer** y desarrollarse como seres humanos y trabajadores.
- * **Confiar en ellos** y tratarlos como se trata a las personas confiables.
- * **Tomar un interés personal en ellos**, reconociendo que no es sólo trabajo lo que aportan.
- * **Hacerlos sentir parte de la empresa** y no sólo asalariados de ella.
- * **Facultarlos o "empoderarlos"** para que tomen decisiones por sí mismos.



Al máximo...

www.competitividad.net

Los siete hábitos de la gente altamente efectiva

“Anticiparnos a los problemas..”

Empiece con el fin en la mente.

La gente más efectiva, da forma a su propio futuro. En vez de dejar

que otras personas o circunstancias determinen su destino, mentalmente planean y luego físicamente crean sus resultados positivos. Lo que tienen en sus mentes es lo que da forma a su futuro.

Es muy fácil caer en la comodidad de ir por la vida guiándonos por los paradigmas (ideas o creencias preconcebidas de cómo se entiende o interpreta el mundo o elemento del mismo), y vivir la vida solo como una reacción a los acontecimientos de la vida, cierta gente menciona “para un barco sin rumbo, cualquier puerto es puerto de llegada”.

Cuando nuestras actividades u objetivos los comenzamos con una idea clara y precisa de cual es el lugar al cual quiero llegar y pongo todo mi empeño en alcanzarlo, es 95% seguro que el éxito será la recompensa a obtener.

La gente exitosa, no reacciona a lo que el mundo le presenta, adecua su realidad a sus metas y objetivos claramente definidos, lo cual le permite que todos estos impedimentos

u obstáculos, le sirvan como escalones para lograr su meta previamente planteada.

Lo que tu creas, será posible, y de lo que estés inseguro, será imposible. Para poder dar seguimiento a nuestra meta, es necesario crear en dos momentos, primero mentalmente plantearnos que queremos, como y cuando lo realizaremos, para poder después llevar esa abstracción mental al mundo real e implementar todas las estrategias a nuestro alcance para asegurar su realización.

Los grandes lideres nunca han actuado “ a la buena de Dios”, siempre han tenido bien claro el lugar al cual quieren llegar y lo que es necesario realizar para no entorpecer sus objetivos.

De forma personal e individual definamos que queremos realizar y como nos vemos en 1, 5, 10 o más años y que acciones estamos implementando para que esto mismo se realice.

CP. Jaime Zuñiga Romero; Zuñiga Rodriguez y Asociados

Rumbo a la Excelencia...

Busque un terreno neutral. Aún cuando necesite ceder, encuentre un motivo para estar de acuerdo con la otra persona. Inicie la discusión con base en ese punto. Utilice la conjunción “y”, evite la palabra “pero”, pues oscurece todas las frases que le siguen. En cambio, el uso de “y” ayuda a mantener la información fresca. Céntrese en sí mismo empleando oraciones con el pronombre “yo” para definir su posición. *Por ejemplo:* “yo prefiero esperar y tomar una decisión mejor planeada”.

Davis Newstrom, Empresa tips

ZUÑIGA RODRIGUEZ Y ASOCIADOS

Saturno #213
Col. El Cortijo
C.P.37250

Teléfono: (01477)713-66
-44
asci01@gmail.com.
cpjaimezr@gmail.com

Compromiso:

Nuestro compromiso con la comunidad empresarial va más allá del ser solución de problemas, va hasta el punto de catapultar a la misma a sus máximas potencialidades, por lo cual nuestras acciones buscan:

- Ser eficientes
- Ser oportunas
- Ser innovadoras
- Estar a la vanguardia técnica y tecnológica, mediante la constante capacitación y actualización de los integrantes de la firma.
- Marcar un parte aguas en la forma de resolver los problemas
- Ser multidisciplinarias
- Ser de multinivel
- Estar comprometidas con el entorno.

**¡Estamos
en el Web!**

Dirección, Edición y Coordinación General: CP. Jaime Zuñiga Romero; **Negociando ASCI**, No de Registro en Tramite, Es publicado 12 veces por año por "Zuñiga-Rodriguez y Asociados"; **e-mail** ASCIconsultas@gmail.com; todos los derechos reservados; prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio; Los suscriptores están autorizados a utilizar dos artículos de este número en sus propias publicaciones citando como referencia nuestra publicación.

Revista de distribución entre los clientes, colaboradores, socios y amigos de la Firma "ASCI".
Publicación de recopilación, análisis, opinión y/o información.

Asesores de Servicios Corporativos Integrales no se hace responsable de las acciones que se desprendan por la implementación o uso de las opiniones vertidas en el presente, las cuales son responsabilidad de sus autores y no generan derechos u obligaciones distintos a los que se establecen en las disposiciones aplicables..

Indicadores de Importancia

Recargos para el mes de Marzo.	1.13%
Recargos para el mes de Abril	1.13%
INPC de Mayo	121.575
Abril	122.171
Salarios Mínimos:	
Zona A	50.57
Zona B	49.00
Zona C	47.60

Humor

Axioma de Montesinos

"Nada es tan temporal como lo permanente."

Conclusión de Asimov

"La mejor bebida es el agua pura... siempre que uno recuerde que el mejor purificante es el alcohol."

Conclusión de Korman

"El problema con resistir a una tentación es que, tal vez, nunca se le vuelva a presentar."

Suscríbase a esta publicación y a nuestro boletín semanal enviando un correo a: Asci01@gmail.com