

Julio de 2007

Negociando **ASCI.**

Aumente sus Posibilidades de Éxito

Contenido:

Funciones del líder creativo	2
8 Principios Efectivos	3
Los 7 hábitos de la gente efectiva y triunfadora	4
Sus clientes son sus vendedores	5
Combata a los Negativistas	6
Propicie la Innovación	7
Indicadores	8

Muchas veces, las personas reducen por sí mismas sus posibilidades de tener éxito, por no tener las actitudes y aptitudes más apropiadas. Si Ud. desea incrementar esas posibilidades, es conveniente que:

- Cree una imagen positiva. Aprenda a tener una visión afirmativa de Ud. mismo. Piense en sus éxitos. No se lamente de sus errores, véalos como oportunidades que lo ayudarán a desempeñarse mejor en el futuro.
- Refuerce su control y confianza. Haga que su trabajo le provea oportunidades de controlar parte del medio que lo rodea y en el cual Ud. reciba satisfacciones y reconocimientos.
- No sea un perfeccionista. Piense realísticamente. No se ponga estándares irreales, nadie es perfecto en este mundo. Reconozca sus fortalezas y debilidades.
- Acepte y busque ayuda. Esté dispuesto a recibir ayuda de otras personas cuando la necesite. Todos tenemos áreas en



“Soluciones de Excelencia y calidad nos distinguen...”

las que podemos mejorar. Busque ayuda de aquellas personas que tienen conocimientos complementarios a los suyos. No se sienta débil o culpable si lo hace, la mayoría de las per-

sonas se sienten honradas y colaboran cuando se les pide ayuda.

- Acepte y reafirme sus propios logros. No se convierta en una víctima del “síndrome del impostor”, pensando que Ud. no merece el éxito. Evalúe su desempeño y las metas alcanzadas. Verá que merece lo que ha logrado.

- Aprenda a aceptar la crítica. No la tome en forma personal. Ponga la crítica en términos específicos y en forma manejable. Considere las fuentes y determine si el comentario es justificado. Cerca del 20% de las críticas que Ud. recibe, generalmente son útiles. Aprenda algo de ellas y no ponga atención a las otras.

Competitividad.net

Funciones del Líder Creativo

De acuerdo a Clay Carr en su libro: *"The Competitive Power of Constant Creativity"* (Amazon), un líder en una organización creativa tiene cinco funciones básicas:

1. **Definir la misión** y alinear la organización hacia ella.
2. **Desarrollar y mantener** un alto nivel de confianza en toda la empresa.
3. **Coordinar las actividades** para conseguir el cumplimiento de la misión.
4. **Promover y verificar** que permanentemente exista una fluída y pronta comunicación a todos los niveles y en todas las direcciones dentro de la empresa.
5. **Desarrollar y mantener** una organización que está aprendiendo continuamente, mediante la creación de nuevas prácticas, procesos, productos y servicios de valor tanto para sus clientes como para la misma empresa.

Identifique su zona de confort y sálgase de ella

Todas las personas tenemos una zona en la cual nos sentimos seguros y confortables, en la que tratamos de permanecer para evadir problemas y evitar riesgos. Si Ud. no sale de ella no asumirá nuevos retos ni se arriesgará para obtener nuevos y mejores logros. Vea qué cosas puede Ud. hacer que le reporten beneficios o lo ayuden a desarrollarse, pero que Ud. teme hacer, infúndase de confianza, valore lo que Ud. ganará si lo hace, esté dispuesto a correr el riesgo, póngase en acción y hágalas.

Competitividad.net

Tips ejecutivos...

Conviértase en el suplente número uno de su jefe. Aunque esto requerirá realizar tareas adicionales, al final la retribución valdrá la pena, porque a la larga, su jefe lo considerará indispensable. Cómo hacerlo: tome la iniciativa de cubrir a su jefe cuando él o ella no esté disponible; haga las tareas que él o ella no quiera hacer, piense en usted mismo como un "bateador emergente" que necesita poner un pie en la caja de bateo por su jefe de vez en cuando.

169 Ways to Score Points with Your Boss, Alan

Una de las cosas más difíciles de la administración es admitir un error. No obstante, es necesario para seguir adelante.

Fuentes Diversas

*“¿Desarrolle
sus
habilidades
de Lider..?”*

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](http://mx.geocities.com/asci_infgral.htm)

ASCI01@gmail.com

8 Principios Efectivos

*“Estructure
Adecuadamente
su
planeacion...”*

1. El planeamiento estratégico es una función de la gerencia. Para su correcta ejecución es necesario capacitar a los gerentes en análisis estratégico y habilidades participativas.
2. Defina unidades estratégicas dentro de la empresa. Así, un ejecutivo puede controlar las variables claves esenciales, en la ejecución de su plan estratégico.
3. Los planes de acción para lograr los objetivos de la empresa son la clave para la estrategia de implementación y monitoreo. Ellos requieren de una extensiva la participación de los niveles dependientes de la gerencia y habilidades especiales de liderazgo. Los planes de acción están listos cuando se han hecho explícitas las hipótesis de partida, los riesgos, la asignación de responsabilidades y los requerimientos de recursos y tiempos.
4. El desarrollo de una estrategia participativa es un prerrequisito para la ejecución exitosa de la estrategia. Esta a menudo requiere de un cambio de cultura en los altos niveles de la empresa y en sus respectivas unidades.
5. El sistema de planeamiento estratégico y los otros sistemas de control diseñados para guiar el comportamiento gerencial y organizacional, deben estar integrados en un todo consistente. Sólo de esta manera, es posible que las estrategias de la empresa sean bien ejecutadas.
6. Los programas de mejora de la productividad deben ser tratados como aspectos del plan estratégico del negocio,
7. Las empresas bien manejadas deben ser tanto centralizadas como descentralizadas. Centralizadas para que las estrategias y los sistemas de control puedan estar integrados, y descentralizadas para que las unidades en cada ambiente estratégico puedan actuar y ser tratadas con la apropiada diferenciación.
8. A lo largo del tiempo, la planeación estratégica, antes considerada una actividad separada, se convierte en un estilo y en un grupo de técnicas para manejar el negocio. No es algo más que debe hacerse, sino una mejor forma de hacer las cosas.

Competitividad.net

Seleccione sus Proyectos

No discuta para apoyar su postura, discuta para encontrar una solución. Acepte la competencia cuando el reto lo emocione y rechace todo aquello que lo haga sentir ansioso o molesto.

Síntesis de Ideas

“Anticiparnos a los Problemas...”

Los siete hábitos de la gente altamente efectiva y triunfadora.

Establezca primero lo primero.

“Lo que importa más, nunca debe estar a merced de lo que importa menos” **Goethe**

Partiendo de la base de que las prioridades son subjetivas, y que la satisfacción de las mismas también lo es, lo primero que debemos establecer claramente es que consideramos importante (lo que es valioso, contribuye a mi misión, valores y metas de alta prioridad), y lo que usted o los demás consideran urgente (que es de vital importancia dedicarle tiempo de inmediato).

Atendiendo a lo anterior, existen actividades que son importantes, no importantes, urgentes y no urgentes, haciendo referencia a lo mencionado por Pareto el 80% de nuestros logros y acciones trascendentes, son propiciados por el 20% de nuestras actividades.

Esto nos permite crear una idea de que gran parte de nuestros esfuerzos se aplican en actividades ya impuestas por nosotros mismos, ya impuestas por otras personas, solo consumen tiempo y brindan poco o nulo resultado.

Lo más importante es llevar a cabo una clara separación de lo que es importante y urgente para nosotros para atacarlo en su justo momento, esto es, la mayoría de la gente ataca las cosas cuando ya son en extremo urgente, lo más importante es que las actividades que son importantes para nosotros, las atacemos antes de que sean urgentes y dediquemos la menor cantidad de tiempo posible a las que no sean importantes ni urgentes.

“La clave no es dar prioridad a su programa, sino programar sus prioridades” **Stephen R. Covey**
CP. Jaime Zuñiga Romero; Planeación y Desarrollo, Zuñiga Rodríguez y Asociados

La Imagen es la Clave del Éxito

Todos los detalles que estén a la vista de los clientes son importantes. Desde la apariencia de las personas que atienden la recepción hasta los escritorios de las secretarías. Un leve descuido puede influir negativamente en los consumidores. Personalmente, cambié de línea aérea porque las mesitas del asiento siempre estaban manchadas de café. Si ese es el cuidado que ponen dentro del avión, uno empieza a preguntarse si ese es el mantenimiento que dan a los motores.

¿Para qué inducir a los clientes dudas subconscientes?

Tom Peters

Sus Clientes son sus Vendedores

*“aumente sus
ventas,
manteniendo sus
clientes...!!”*

Cuando sus clientes dicen buenas cosas de los productos y servicios que Ud. vende, éstas tienen un mayor impacto que cuando Ud. lo dice. Al respecto, **Jay Levison autor (Houghton-Mifflin)** sugiere lo siguiente:

- **Guarde** todas las cartas testimoniales que reciba y preséntelas con impacto.
- **Aprenda a pedir cartas** testimoniales de sus clientes. Haga encuestas entre ellos y solicíteles además testi-

monios sobre su empresa. **Considere los intercambios** de testimonios con otras empresas.

- **Imprima folletos** con los mejores testimonios, envíelos a sus clientes actuales y potenciales y a los medios de difusión.
- **Use los testimonios** en sus publicaciones y avisos publicitarios.
- **Coloque los testimonios** en sus oficinas, en los sitios donde puedan ser vistos por sus clientes.

¿Sabias que...?

Use la respiración para reducir las tensiones. Los expertos dicen que una clave para reducir los efectos de la tensión en su cuerpo es prestar atención a su respiración. Cuando Ud. se siente tenso, sus músculos abdominales se aprietan, Ud. tiende a respirar más rápidamente y a tener una respiración superficial. Para relajar su cuerpo, cada hora respire profundamente por algunos minutos. Si Ud. trabaja en un ambiente de alta presión comparta este consejo con su personal y colegas para ayudarlos a permanecer saludables.

Solicite a los gerentes que las reuniones no excedan una hora de duración. Si se pasan de 60 minutos, automáticamente deben enviar un reporte a su jefe inmediato. El reporte debe explicar las razones del tiempo extra dedicado a la reunión, para justificarse en términos de productividad.

Fuentes Diversas, www.Empresatips.com

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

Factor RH; Combata a los Negativistas

“Adecue su actividad a los nuevos tiempos...!!”

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

Los empleados muy negativos pueden ser una gran fuente de problemas. Si no se les combate pueden contagiar a los demás.

¿Qué hacer? Exíjales siempre que busquen posiciones alternativas. Si el empleado alega que algo no va a funcionar o algo no sirve, asígnele la tarea de encontrar algo que funcione o sirva.

Esta forma de actuación sacudirá a los empleados negativos y los ayudará a salir de la camisa de fuerza men-

tal que les impone su negativismo. Asimismo, creará nuevos patrones que im-

plican **Avanzar o morir?** piensa - miento alternativo y positivo.

Finalmente, no se olvide de ofrecer reconocimiento y respeto a todos aquellas personas negativas que cambien y propongan ideas innovadoras.

Www.competitividad.net



Frases celebres

“La habilidad de aprender más rápido que los competidores es la única ventaja competitiva sostenible.”

Arie DeGeus - CEO de Planeamiento, Royal Dutch-Shell

"Cuanto más original es un descubrimiento, más obvio parece después."

Arthur Koestler

"Las personas sabias aprenden cuando pueden. Las necias aprenden cuando deben."

Arthur Wellesley Wellington

“Cualquiera que tenga forma puede ser definido, y cualquiera que pueda ser definido puede ser vencido”.

Sun Bin, Arte de la Guerra II

“Hagase indispensable. Más se saca de la dependencia que de la cortesía; el satisfecho vuelve inmediatamente la espalda a la fuente. La primera lección de la experiencia debe ser entretenerla, pero no satisfacerla; así se conserva la dependencia que los demás tienen; incluso el rey.”

El arte de la prudencia, Baltasar Gracián

Los siete hábitos de la gente altamente efectiva

“Cambiar o cambiar??”

Tom McConnel, Presidente de una corporación de seguridad en Nueva Inglaterra, publicó la siguiente guía de principios para liberar a sus empleados del temor de intentar nuevas ideas:

Arriesgue. No apueste siempre a lo seguro.

Cometa errores. No trate de ser perfecto.

Tome la iniciativa. No espere instrucciones.

Busque siempre la calidad total. No se conforme sólo



con cumplir estándares.

Enfóquese en las oportunidades, no en los problemas.

Vivir responsablemente

1. Las personas que gozan una alta **AUTO-ESTIMA** son activas ante la vida.

2. Estas personas no esperan a que ocurran las cosas, sino que ponen todo de su parte y trabajan para conseguirlo.

3. Este tipo de personas asumen la plena responsabilidad para la realización de sus deseos.

4. Cuando surge un problema se preguntan:

• ¿Qué puedo hacer para solucionar este pro-

blema?

• ¿Qué rumbos de acción tengo a mi alcance?

5. Si en alguna decisión algo sale mal se preguntan:

• ¿Qué es lo que descuidé?
• ¿En qué equivoqué mi pronóstico?

6. No culpan a otros de sus fracasos, es decir son personas que enfrentan la responsabilidad de su propia existencia.

La **responsabilidad** es el modo de **actuar y responder** hacia las acciones de la vida.

Anónimo.

ZUÑIGA RODRIGUEZ Y ASOCIADOS

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

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

Servicios:

Con al intención de brindar una gama de opciones, que cubra cualquier problema que se presente en la comunidad empresarial, contamos con los siguientes servicios:

- Auditoria
- Asesoría e Impuestos
- Defensa Fiscal
- Comercio Exterior
- Legal Corporativa
- Finanzas
- Proyectos de Inversión
- Planeación Patrimonial
- Administración
- Desarrollo Organizacional
- Recursos Humanos
- Administración y servicios informáticos.

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

* Fuente www.sat.gob.mx

Humor

Consejo de Heilein

"Siempre escuche a los expertos. Ellos le dirán qué cosa no puede ser hecha y por qué. Luego de escucharlos, hágala."

Consejo de Heinrich Boll

"La amabilidad es la forma más segura del desdén."

Ley de Kissinger

"La ausencia de alternativas clarifica la mente maravillosamente".