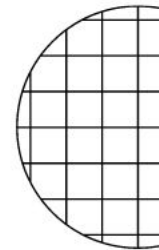




# MÓDULO IV PLAN DE ACCIÓN

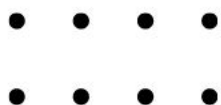
**Por: Adriana Aguilar**

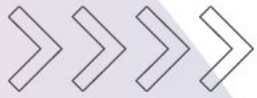




## Agenda 07.07.2022

- Bienvenida
- Formulando procesos
- Mapeo de procesos
- Diagrama de procesos
- Matriz de procesos
- Reformulando un proceso
- Actividad
- Mapa de la experiencia del cliente
- Actividad
- Tarea





# GESTIONANDO PROCESOS

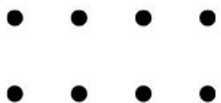


# ¿QUÉ SON LOS PROCESOS?



El diseño de procesos es un método utilizado para crear flujos de trabajo desde cero. Los negocios necesitan definir procesos cuando comienzan a pensar en las formas en que producirán y entregarán sus productos y servicios.

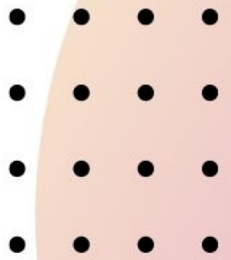
Un proceso efectivo debe ser escalable y capaz de ser replicado. Si un negocio carece de procesos estructurados, se puede caer en hacer las cosas basadas en el criterio propio o lo que esté sucediendo en el instante. Lo cual puede conducir a inconsistencias e ineficiencias, llegando incluso a mal servicio o incumplimientos con el cliente.



# PASOS PARA EL DISEÑO DE PROCESOS

El diseño de un proceso efectivo requiere un enfoque metódico que progrese a través de cada uno de las etapas establecidas. El diseño de procesos de un negocio consta de los siguientes 4 pasos:

1. Identificar y definir el problema.
2. Identificación de entradas, salidas, partes y procedimientos
3. Mapeando el proceso
4. Probando el proceso



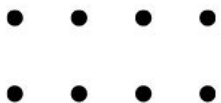
# IDENTIFICAR Y DEFINIR EL PROBLEMA



Este primer paso consiste en especificar el motivo y el objetivo del proceso que vamos a diseñar. Esta puede ser una tarea relativamente simple o mucho más complicada según sus circunstancias y la naturaleza de su negocio.

Por ejemplo, un negocio nuevo puede necesitar desarrollar un nuevo sistema atención al cliente, pues antes no se contaba con él. Un negocio con más tiempo puede necesitar diseñar el proceso de integrar un nuevo producto o servicio.

Antes de crear un proceso es importante considerar si el proceso agregará valor y cómo beneficiará a su negocio.

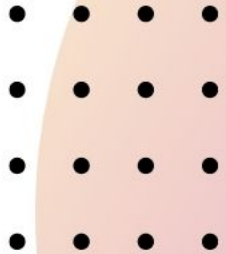


# IDENTIFICAR ENTRADAS, SALIDAS, PARTES Y PROCEDIMIENTOS

Los resultados de un proceso están directamente relacionados con el problema identificado. Por ello es importante establecer bien la necesidad a cubrir y cuál debiera ser el resultado final.

En este punto, es cuando recopilamos información. Identificamos las partes interesadas o quiénes están involucrados. Así como qué recursos se necesitan para realizar el proceso.

Además, es importante enumerar todas las entradas, salidas y procedimientos por separado para que puedan ser consultados al momento de diagramar o mapear el proceso.



# MAPEANDO EL PROCESO

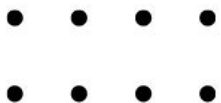


Un mapa de procesos es una herramienta de planificación que se utiliza para representar visualmente el flujo de trabajo al diseñar un proceso empresarial.

Los mapas de procesos pueden tomar muchas formas diferentes, como una infografía o un diagrama de flujo.

Los elementos clave que todo mapa debe tener incluyen: comportamiento, puntos de decisión, entradas y salidas, funciones, partes interesadas/involucradas, mediciones de proceso y tiempo requerido.

Al mapear el proceso hay que revisar que cada paso tenga sentido para el usuario. Además de que están escritos en un lenguaje sencillo y son fáciles de leer.

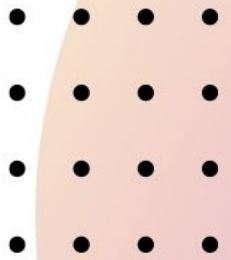




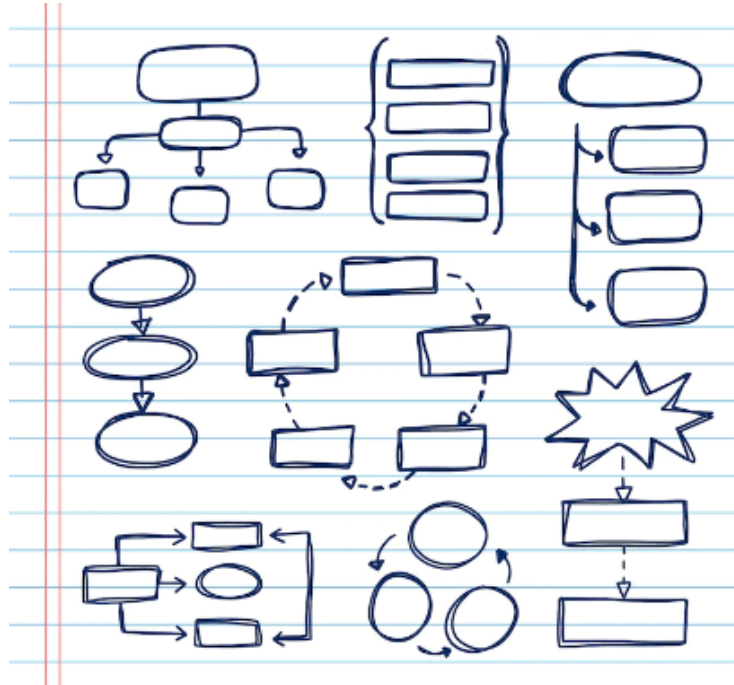
# DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

La creación de un diagrama de flujo de proceso a darnos cuenta cuántas decisiones están a cargo y solamente en la mente de una persona o equipo de trabajo. Lo que podría conducir a un problema serio si esa persona o equipo se ausenta.

Analizar y seguir un proceso se hace mucho más sencillo cuando utiliza un diagrama de flujo de procesos simple que delinea sus procedimientos y facilita la toma de decisiones.

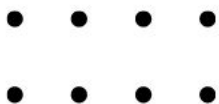


# FLUJO O DIAGRAMA DE PROCESOS

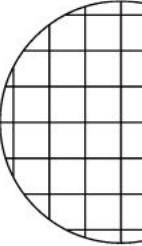


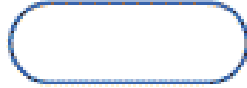
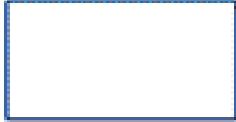
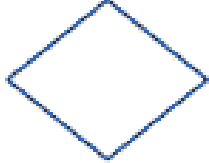
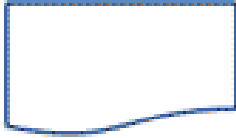
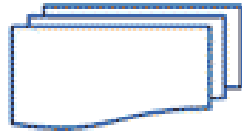
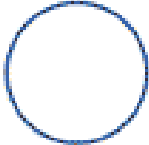




Crear un diagrama de flujo de procesos puede parecer simple al principio, pero cuanto más profundicemos en cómo se elabora un producto o se trabaja en nuestro negocio más difícil será recrearlo visualmente. Por eso se recomienda:

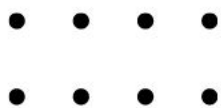
1. Cada cuadro o ícono debe representar UNA SOLA acción o decisión.
2. Al utilizar un cuadro de decisión (generalmente un rombo), se debe etiquetar las flechas que conducen a los siguientes pasos lógicos con una pregunta (¿Completado? ¿Aprobado? etc.)
3. Evitar que las flechas se crucen entre sí, esto puede confundir.
4. Crear diagramas de flujo separados/secundarios para los subprocesos. Se puede anotar esto dentro de la ilustración del proceso principal (por ejemplo, "Ver subproceso de aprobación").



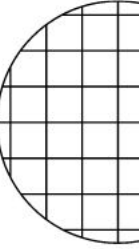
# SIMBOLOGÍA EN FLUJOS DE PROCESO





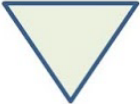
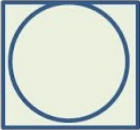


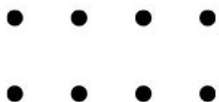
SÍMBOLO	SIGNIFICADO	SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	<b>Terminal:</b> Indica el inicio o la terminación del flujo del proceso.		<b>Actividad:</b> Representa la actividad llevada a cabo en el proceso.
	<b>Decisión:</b> Señala un punto en el flujo donde se produce una bifurcación del tipo "Sí" – "No".		<b>Documento:</b> Documento utilizado en el proceso.
	<b>Multidocumento:</b> Refiere un conjunto de documentos. Por ejemplo, un expediente.		<b>Inspección / Firma:</b> Aplicado en aquellas acciones que requieren de supervisión.
	<b>Conector de un Proceso:</b> Conexión o enlace con otro proceso, en el que continúa el diagrama de flujo. Por ejemplo, un subproceso.		<b>Archivo:</b> Se utiliza para reflejar la acción de archivo de un documento o expediente.
	<b>Base de Datos:</b> Empleado para representar la grabación de datos.		<b>Línea de Flujo:</b> Indica el sentido del flujo del proceso.



# SIMBOLOGÍA EN FLUJOS DE PROCESO



SÍMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	OPERACIÓN	Indica las principales fases del proceso. Se añade un círculo para cada fase del proceso y se unen entre sí por líneas. Entre una fase y la otra pueden ser necesarias otras acciones como el transporte, inspecciones, esperas, almacenamientos o varias acciones a la vez.
	INSPECCIÓN	Verifica la calidad y/o la cantidad. Fichas de control de calidad Punto de control de calidad
	TRANSPORTE	Los materiales o subproductos se transportan de un sitio a otro.
	ESPERA	Indica retraso entre dos fases de proceso o paro momentáneo.
	ALMACENAMIENTO	Indica guardar el subproducto o producto en un acopio.
	COMBINADA	Indica varias actividades a la vez



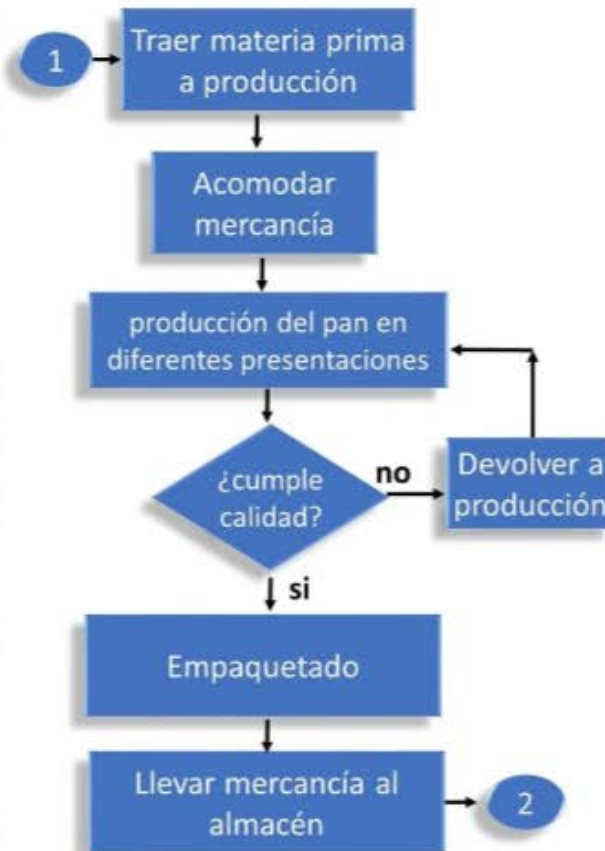
# EJEMPLOS DE DIAGRAMA DE FLUJO

## Diagrama de flujo en la producción de pan

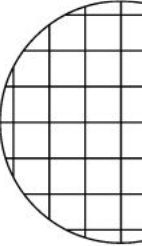
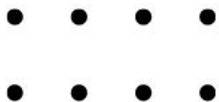
Departamento de almacén



Departamento de producción

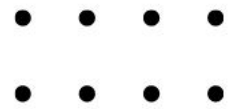
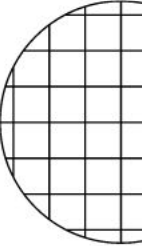
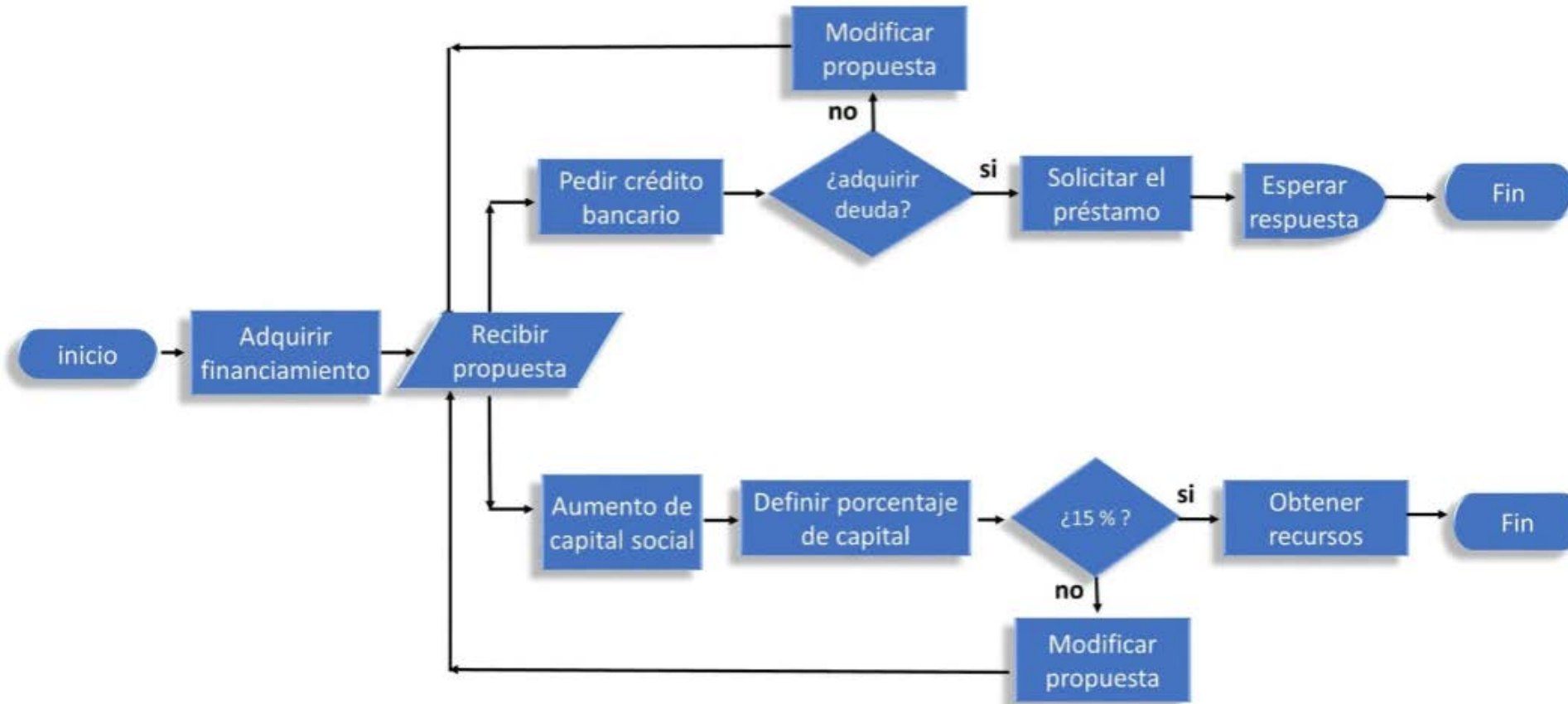


Departamento de ventas



# EJEMPLOS DE DIAGRAMA DE FLUJO

Diagrama de toma de decisiones para la adquisición de financiamiento de una empresa



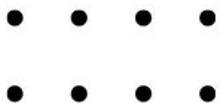
# PROBANDO EL PROCESO



Es importante probar a fondo los procesos antes de implementarlos. Ya que nos evitará cometer errores ya en la marcha o durante momentos críticos de la operación.

Una forma de hacerlo es ejecutar aspectos más pequeños del proceso y expandirse poco a poco. Otro enfoque efectivo es sabotear procesos específicos hasta que fallen. Para ver dónde falló el proceso y por qué.

La información obtenida en las pruebas nos ayuda a realizar cambios y volver a probar el proceso hasta tener un resultado satisfactorio.



# MATRIZ O FICHA DE PROCESOS

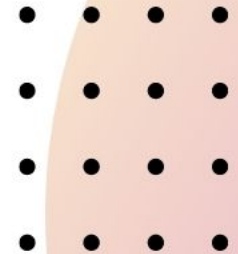
La caracterización de procesos se trata de realizar un análisis profundo de los procesos teniendo en cuenta los elementos que los originan así como su principio y final.

La forma usual para caracterizar procesos es la Ficha de proceso. Para realizar la nuestra necesitamos:

1. Definir qué proceso se va a caracterizar.
2. Reservar un día y hora para realizar este análisis y realizarlo en conjunto con las personas involucradas o responsables del proceso.
3. Preparar la ficha del proceso y tenerla lista al momento de realizar el análisis. Se puede anotar las preguntas o partes críticas del proceso que se deben indagar.

	NOMBRE_EMPRESA	Ficha de Procesos
	Nombre_del_Proceso	Código: REV. 0   Página 2 de 4

FICHA DE PROCESO	
Objeto:	
Responsables:	
Alcance	Inicio:
	Final:
Elementos de Entradas	
Elementos de Salidas	
Partes interesadas	
Controles al Proceso	
Registros Asociados a este Proceso	
Indicadores del Proceso	
Descripción de Actividades	
Riesgo de que falle el proceso	

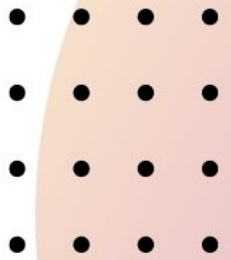




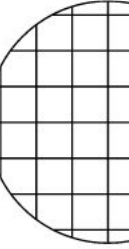
# MATRIZ O FICHA DE PROCESOS



Ficha de proceso					
Fecha de creación		Fecha de actualización			
Nombre		Responsable			
Objetivo	Alcance			Inicio	Final
Insumo (entrada)	Proveedor	Actividades	Responsable	Producto (Salida)	Cliente/usuario
		Planear			
		Hacer			
		Verificar			
		Ajustar			
Puntos de control		Riesgos		Documentos relacionados	
Recursos requeridos					
Talento		Infraestructura		Ambiente de trabajo	
Indicadores					
Indicador			Descripción		



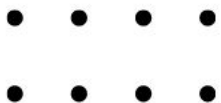
# REVISANDO Y REFORMULANDO PROCESOS



Cada cierto tiempo debemos evaluar los procesos que se implementan en nuestro negocio, para eliminar los aspectos improductivos o redundantes que puedan ocurrir con el tiempo.

El enfoque del rediseño puede ser maximizar nuestra productividad y rentabilidad. Pero es importante considerar que el rediseño puede interrumpir las operaciones y afectar aspectos como a quién reportan los empleados. Así como re alinear, consolidar o eliminar actividades.

Se recomienda realizar la revisión de procesos de forma organizada y priorizando los que sean clave para para mejorar la productividad, costos y gestión del negocio.



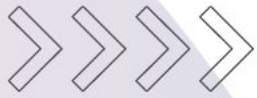
# PRINCIPIOS DEL DISEÑO DE PROCESOS

Es importante que las empresas revisen sus operaciones, misión y otros componentes clave antes establecer o cambiar un proceso. Por ejemplo, se puede considerar:

- Identificar clientes clave
- Determinar cómo el negocio entrega valor
- Preguntarse si es necesario un rediseño o redefinirse totalmente
- Establecer metas e intenciones claras
- Identificar los procesos centrales
- Determinar las brechas o áreas que requieren mejoras.
- Diseñar, desarrollar, implementar y dar seguimiento a cambios.
- Enfocar el proceso a estandarizar, evitar atrasos y sobre automatizar

Al finalizar debemos revisar que son procesos simples y fáciles de entender y aplicar. Así como que lo validamos y probamos.



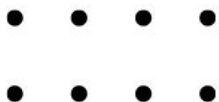


# **CUSTOMER JOURNEY MAP O MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE**



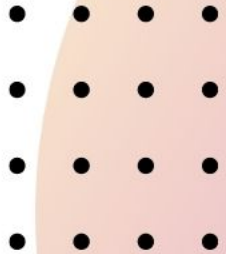
# ¿QUÉ ES UN CUSTOMER JOURNEY MAP?

Un *customer journey map* o mapa de experiencia del cliente es una representación visual del proceso por el que pasa un cliente o prospecto para lograr un objetivo con tu empresa. Con la ayuda del mapa de ese trayecto podrás tener una idea de las motivaciones de tus clientes: sus necesidades y puntos críticos.

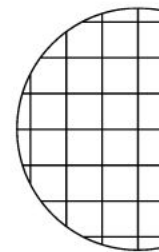


# CÓMO CREAR UN CUSTOMER JOURNEY MAP

1. Establecer objetivos claros para tu mapa.
2. Crear los *buyer personas* y definir objetivos.
3. Enfocarse en los *buyer persona* que más representen a sus clientes objetivo.
4. Enumerar todos los puntos de contacto.
5. Identificar los elementos que se desean mostrar en el mapa.
6. Determinar los recursos que tiene y los que necesitará.
7. Realizar el recorrido del cliente.
8. Hacer los cambios necesarios.



# LAS FASES DEL CUSTOMER JOURNEY MAP



## DESCUBRIMIENTO

El consumidor descubre tu producto



## CONSIDERACIÓN

Evaluación y comparación de opciones



## COMPRA

Proceso de compra del producto o servicio



## SERVICIO

Atención al cliente durante y después de la compra



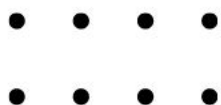
## RETENCIÓN

El objetivo es la fidelización del cliente

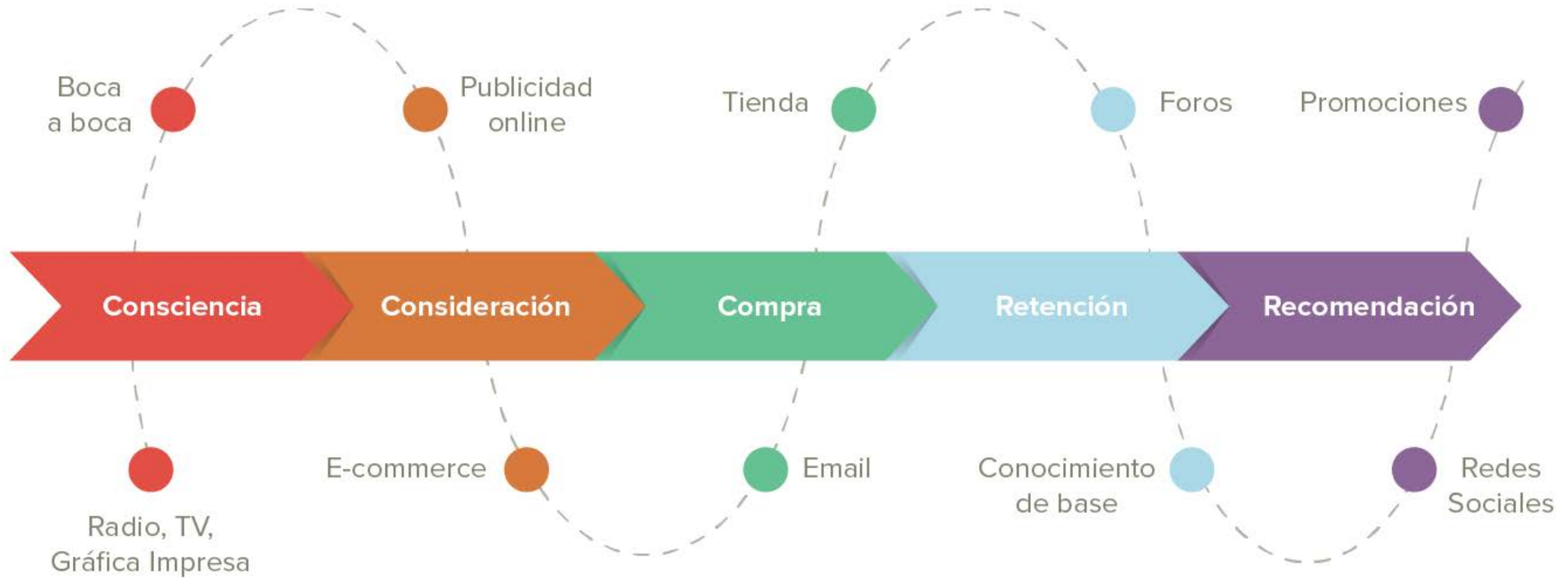


## RECOMENDACIÓN

A otros usuarios del producto/servicio



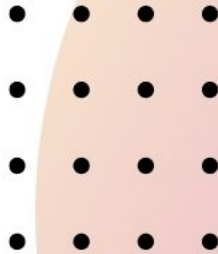
# INTERACCIONES DEL CUSTOMER JOURNEY MAP





# FASE 1: ANTES DE LA COMPRA

- **Descubrimiento:** Esta es una fase de vital importancia para la captación de nuevos clientes. Durante esta etapa los consumidores potenciales toman conciencia de que tienen una necesidad y quieren cubrirla. Entonces, comienzan con la búsqueda de información sobre qué podría ayudarle a resolver su problema.
- **Consideración:** En esta etapa los compradores ya saben lo que quieren comprar. Comienzan a evaluar las opciones de diferentes proveedores a través de redes sociales, artículos de Internet, vídeos, foros, preguntando a conocidos, etc.



## FASE 2: COMPRA



- **Compra:** Esta es la fase en la que el consumidor se plantea adquirir nuestro producto o servicio. Por lo tanto, el enfoque debe consistir en hacer todo lo posible para facilitar que el proceso de compra se finalice satisfactoriamente.
- **Servicio:** El servicio de atención al cliente realmente está presente a lo largo de todo recorrido del cliente. Pero durante la fase de compra aún más. El negocio debe conocer y atender las necesidades del consumidor de forma efectiva antes y durante la compra. Así como cuando utilice el producto o servicio.

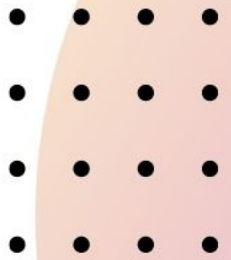


## FASE 3: DESPUÉS DE LA COMPRA



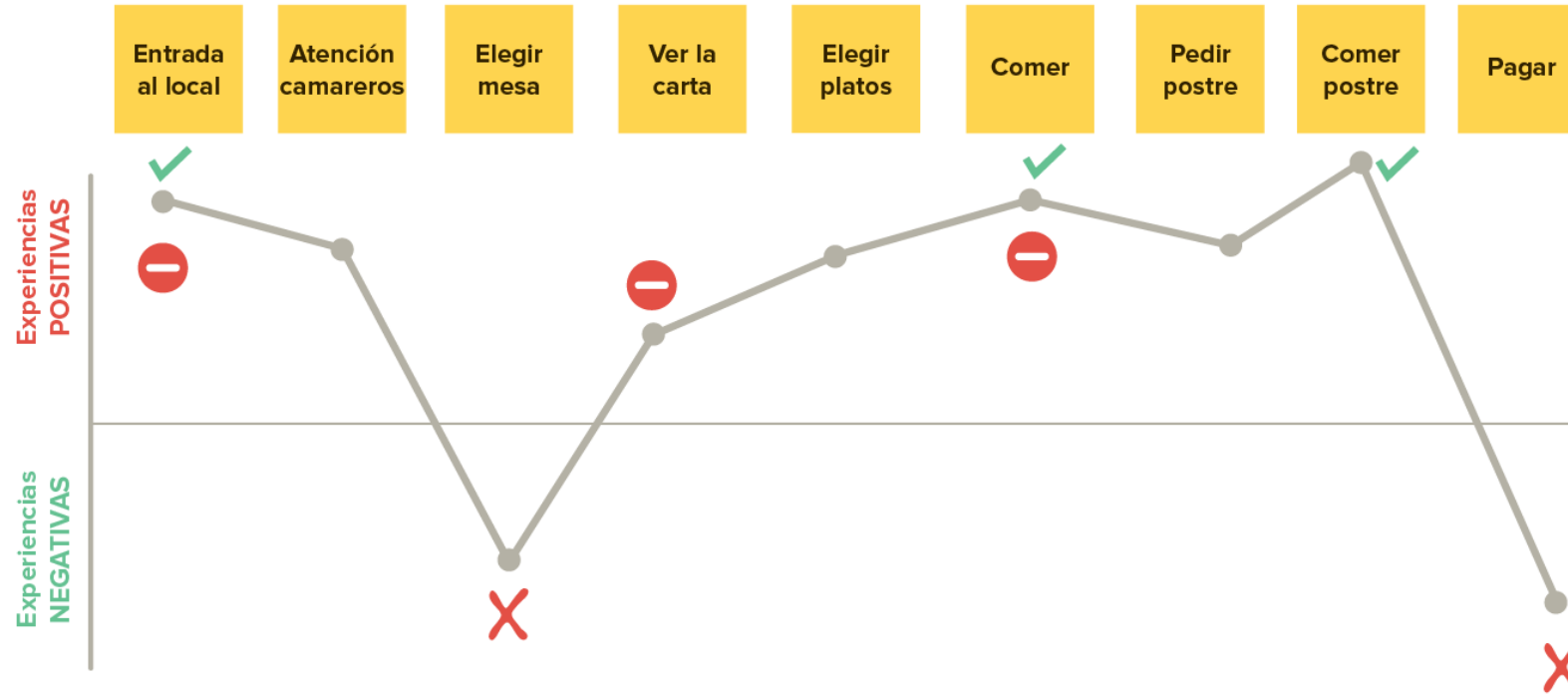
- **Retención:** Es cuando se deben poner en práctica las estrategias de fidelización con el fin de crear una relación duradera con ese cliente. Esta etapa el objetivo es la retención de clientes y evangelizarlos hasta que se vuelvan embajadores de la marca.
- **Recomendación:** Es la última etapa del mapa. Si se tuvo una experiencia satisfactoria, será más probable que nos recomienden. Las recomendaciones o comentarios influyen en la decisión de compra de otros clientes.

En esta etapa deben trabajarse dos aspectos: primero, fortalecer la relación por medio de la venta cruzada de productos complementarios o programas de fidelización. Segundo, implementar un programa de recomendación o testimoniales.



# EJEMPLO DE COSTUMER JOURNEY MAP

Customer Journey map – “Mi restaurante favorito”

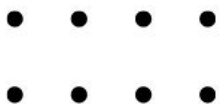


En el mapa se observan los siguientes puntos:

• **Positivos:** Entrada al local, comida y comer postre.

• **Negativos:** Elección de la mesa y pagar.

• **Críticos:** El primer vistazo al local, la carta y la comida.

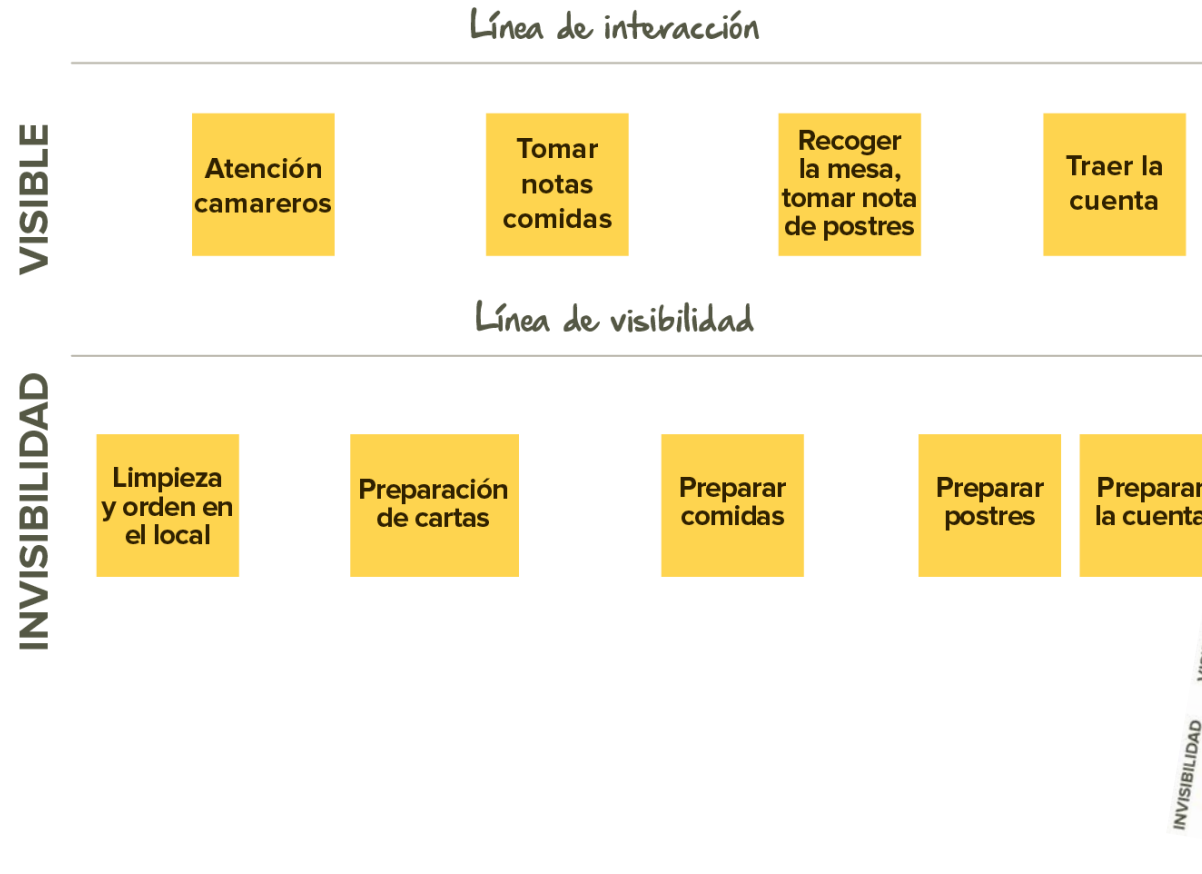


# EJEMPLO DE COSTUMER JOURNEY MAP

Luego el restaurante analizó cómo mejorar los puntos negativos y qué está ocurriendo en los críticos. Para determinar cómo se sienten los clientes en estas fases clave y cómo se podría elevar el valor de sus experiencias.

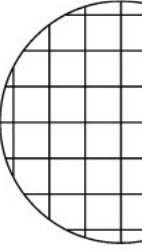
Por último, se definen las interacciones en las que la empresa toma parte. En este caso, se dividieron entre directas (visibles) e indirectas (invisibles).

## Customer Journey map – “Mi restaurante favorito”



- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

# EJERCICIO DE COSTUMER JOURNEY MAP



Factor	Etapa de conciencia	Etapa de consideración	Etapa de decisión	Etapa de fidelización
¿Qué está pasando o sintiendo el cliente? (Qué necesita)				
¿Cuál es la acción del cliente? ¿Qué o en dónde está buscando el cliente? (Qué hace)				
¿Cómo impulsaremos al comprador en su viaje y con nosotros en mente? (Qué hacemos nosotros)				
¿Cómo aseguramos la satisfacción del cliente? (Cómo lo medimos)				

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-