

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA - RESUMEN EJECUTIVO



Instituto Mexicano de
Contadores Públicos

COMITÉ DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y RIESGOS

La planeación estratégica descrita en este documento fue definida y desarrollada bajo la coordinación del Comité de Planeación Estratégica y Riesgos del Instituto Mexicano de Contadores Públicos con base en los estatutos vigentes a la fecha de liberación del presente documento.

El Comité de Planeación y Riesgos encargado de desarrollar este plan fue conformado por:



C.P.C. Rogelio García Zambrano
Presidente del Comité de
Planeación y Riesgos del IMCP



C.P. y P.C.FI Héctor Amaya Estrella
Vicepresidente general IMCP



C.P.C. Juan Carlos Esqueda Hampl
Miembro del Comité de Planeación
y Riesgos del IMCP



C.P.C. Rodolfo Arnaiz Lara
Miembro del Comité de
Planeación y Riesgos del IMCP



C.P.C. Angélica Gómez Castillo
Directora del IMCP

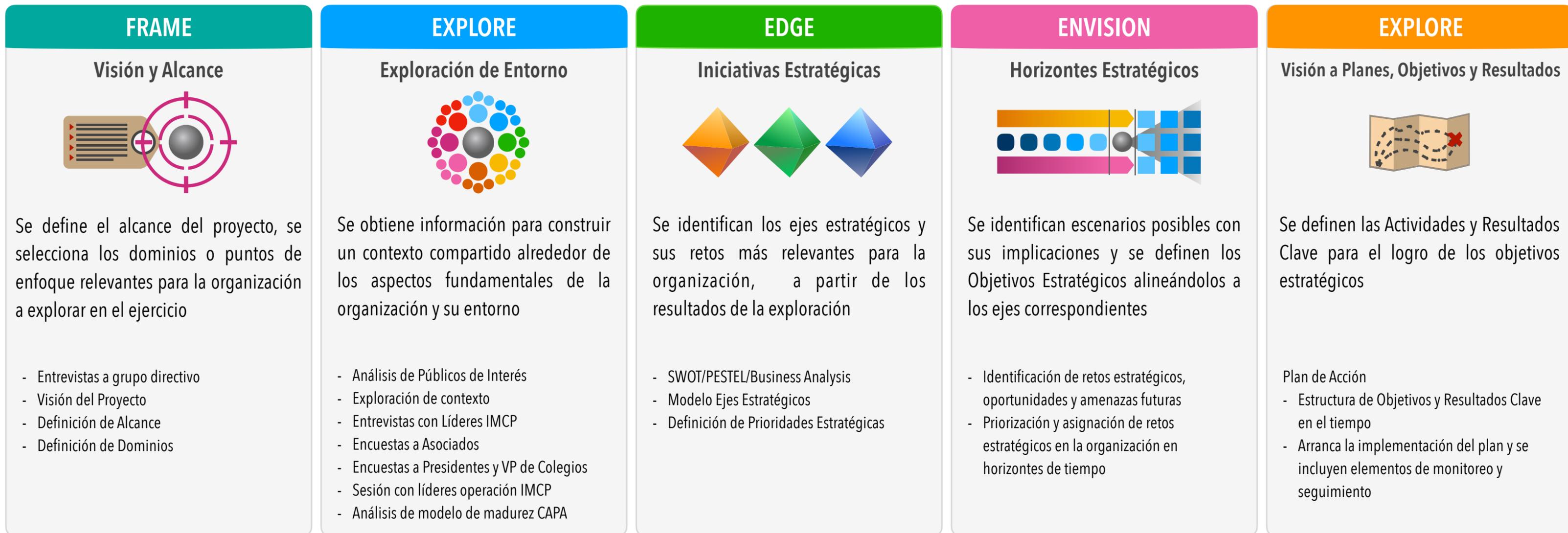
La planeación estratégica del IMCP para el periodo 2023 - 2028, fue elaborada utilizando la metodología de Lean Foresight, desarrollada por la firma consultora Tru Innovation.

El proyecto requirió **25** sesiones de trabajo en formato **virtual**.

Se utilizaron herramientas de última generación para el desarrollo de las sesiones



PROCESO DE DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO



MARZO 2022

3 Sesiones de contexto

Entrevistas Líderes IMCP (4)

4 Sesiones

62 respuestas de Líderes Colegios Federados
761 respuestas de asociados
5 Entrevistas a Líderes de distintos sectores

4 Sesiones

PESTEL - Se identificaron 18
3 prioridades estratégicas

7 Sesiones

7 ejes estratégicos

7 Sesiones

31 objetivos estratégicos
163 resultados clave

JULIO 2022

SEGUIMIENTO Y MONITOREO

TABLERO DE MIRO



Herramienta de colaboración en línea



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA - IMCP



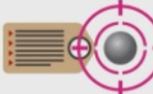
MODELO CONCEPTUAL DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

LEAN FORESIGHT TO FEED THE STRATEGY

FRAME	EXPLORE	EDGE	ENVISION	DESIGN/DEVELOP
<p>Visión y Alcance</p>  <p>Se define el alcance del proyecto, se selecciona los dominios o puntos de enfoque relevantes para la organización a explorar en el ejercicio</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas a grupo directivo - Draft de Visión Estratégica - Visión del Proyecto - Definición de Scope Of Work - Definición de Dominios - Definición Entorno (Micro, Meso, Macro) <p>3 sesiones de 2 a 3 horas de workshop con equipo</p> <p>TBD Equipo cliente 5 a 10 colaboradores Equipo tru 2 consultores 1 apoyo logístico</p>	<p>Exploración de Entorno</p>  <p>Se obtiene información para construir un contexto compartido alrededor de los aspectos fundamentales de la organización y su entorno</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de Stakeholders - Exploración de contexto - entorno - Identificación de señales (Incidentes, patrones, proyecciones, tendencias) - Implicaciones STEEP <p>4 sesiones de 2 a 3 horas de workshop con equipo</p> <p>TBD Equipo cliente 5 a 10 colaboradores Equipo tru 2 consultores 1 apoyo logístico</p>	<p>Iniciativas Estratégicas</p>  <p>Se identifican los ejes estratégicos y sus retos más relevantes para la organización, a partir de los resultados de la exploración</p> <ul style="list-style-type: none"> - SWOT/PESTEL/Business Analysis - Modelo INGENES Ejes Estratégicos <p>3 sesiones de 2 a 3 horas de workshop con equipo</p> <p>TBD Equipo cliente 5 a 10 colaboradores Equipo tru 2 consultores 1 apoyo logístico</p>	<p>Horizontes Estratégicos</p>  <p>Se imaginan e identifican futuros posibles con sus implicaciones, se seleccionan los futuros deseados alineándolos a los ejes estratégicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mapeo de futuros posibles y deseables - Identificación de retos estratégicos, oportunidades y amenazas futuras - Priorización y asignación de retos estratégicos en la organización en horizontes de tiempo <p>3 sesiones de 2 a 3 horas de workshop con equipo</p> <p>TBD Equipo cliente 5 a 10 colaboradores Equipo tru 2 consultores 1 apoyo logístico</p>	<p>Visión a Planes, Objetivos y Resultados</p>  <p>Se diseñan rutas para los futuros deseados, en este caso la Visión creada se aterriza en Objetivos y Resultados Claves a ser obtenidos por la organización</p> <p>A) Plan de Acción - OKRs a partir de los retos estratégicos</p> <p>B) Proceso de Innovación <i>En caso de ser necesario se podrían identificar iniciativas estratégicas de innovación que pudieran ser atendidas con Design Thinking en una etapa posterior</i></p> <p>2.5 sesiones de 2 a 3 horas de workshop con equipo</p> <p>TBD Equipo cliente 5 a 10 colaboradores Equipo tru 2 consultores 1 apoyo logístico</p>

FRAME

Visión y Alcance



Se define el alcance del se selecciona los puntos de enfoque releva la organización a explorar ejercicio

- Entrevistas a grupo directivo
- Draft de Visión Estratégica
- Visión del Proyecto
- Definición de Scope Of Work
- Definición de Dominios
- Definición Entorno (Micro, Meso, Macro)

3 sesiones de 2 a 3 horas de workshop con equipo

TBD Equipo cliente 5 a 10 colaboradores 2

SEGUIMIENTO DE AVANCES

1 of 21

Length Start Finish

15%

MODELO DE MADUREZ CAPA

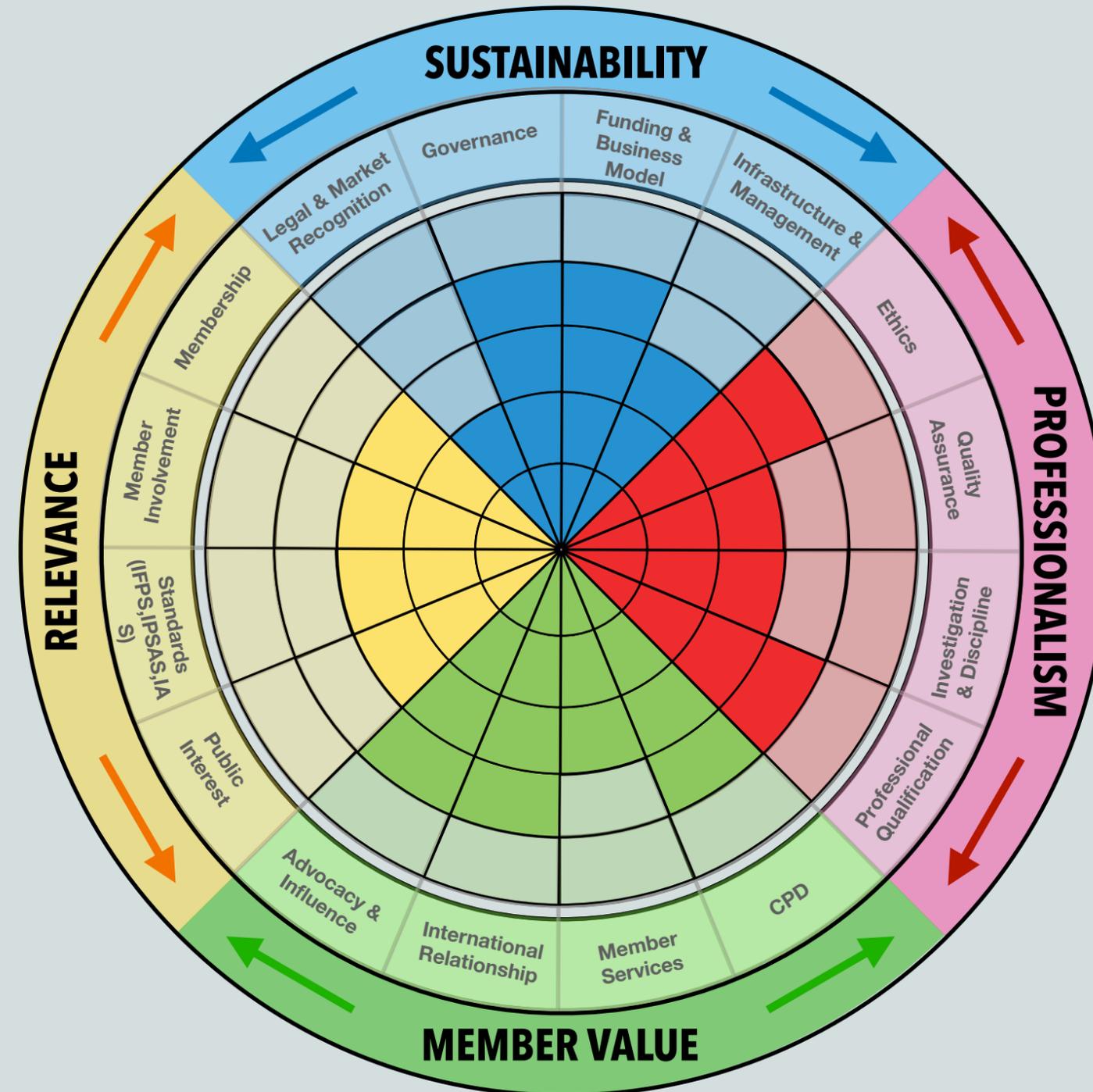
VALORES OBSERVADOS CON RESPECTO AL IMCP

Se utilizó el modelo de madurez de la Confederación de Contadores de Asia Pacifico (CAPA) como referencia para evaluar la situación actual del IMCP y posteriormente identificar planes de acción y objetivos relacionados a la operación del mismo con respecto al modelo de madurez.

Se realizó una evaluación de manera individual por cada uno de los miembros del Comité de Planeación Estratégica y Riesgos, considerando 2 elementos: el nivel observado actualmente en el IMCP y el nivel esperado de cada uno de los elementos.

Este documento considera los resultados promediados obtenidos de dicha evaluación.

En la descripción de cada aspecto se menciona el eje al que está relacionado el elemento del Modelo de Madurez de CAPA.



ENTREVISTAS LÍDERES



Como parte del ejercicio de Planeación Estratégica se entrevistó a diversos líderes del IMCP así como también líderes de otros sectores como empresarial, académico, gobierno e iniciativa privada.

Líderes IMCP

- C.P.C y Dra. Laura Grajeda Trejo - Presidenta del CEN del IMCP
- C.P.C y P.C.FI. Héctor Amaya Estrella - Vicepresidente del CEN del IMCP
- C.P.C Rodolfo Servin - Vicepresidente Regional Zona Centro Occidente del IMCP
- C.P.C y P.C.FI. Ubaldo Días Ibarra - Vicepresidente Regional Zona Centro IMCP

Sector Empresarial

- C.P. Rafael Gómez Eng - Socio fundador en Growth and Profit Consulting y Socio de Bant

Sector Académico

- C.P.C y Dra. Sylvia Meljem - Directora del Departamento Académico de Contabilidad y del Centro de Vinculación Contable del ITAM y Miembro del Comité Asesor para el desarrollo de los Organismos Profesionales Contables de la Federación Internacional de Contadores (IFAC)
- C.P.C Juan Flores Saavedra - Director de la Escuela Superior de Comercio y Administración
- C.P.C y Dr. Juan Paura García - Secretario General de la U.A.N.L
- C.P.C y Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez - Director de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional

Sector Gubernamental

- C.P.C Nora Elia Cantú Suárez - Subsecretaria de Educación Media superior y Superior en Nuevo León, Excontralora del Estado de Nuevo León

ENCUESTAS



Como parte del ejercicio de Planeación Estratégica se realizaron 2 encuestas para conocer las necesidades de los Colegios Federados así como de los asociados de cada Colegio.

- Presidentes y Vicepresidentes de Colegios Federados y Vicepresidentes Regionales (62 respuestas)
- Asociados (761 respuestas)

Las principales observaciones:

- **Comunicación y Publicidad** - Más presencia en redes sociales, radio y televisión.
- **Vinculación** - Convenios, colaboración con distintos sectores (empresarial, académico, gubernamental)
- **Universidades** - Vinculación con el sector estudiantil, apoyo en el desarrollo de planes de estudio, volver mas atractiva la carrera para los jóvenes.
- **Certificación** - Buscar la obligatoriedad de la certificación, automatización de la certificación.
- **Federadas** - Apoyo real a las federadas, unificar fuerzas, estar en constante comunicación para conocer sus necesidades.
- **Inclusión/Pertenencia** - Tomar más en cuenta las opiniones de los asociados.

MISIÓN



NUESTRA MISIÓN:

Hacer del profesional contable, el aliado estratégico de México.

VISIÓN

NUESTRA VISIÓN:

Ser la comunidad profesional más reconocida y activa de México, con influencia e impacto en las decisiones estratégicas del país; promoviendo, a través de nuestros colegios federados, que cada contador público se mantenga en constante evolución, haciendo que nuestra experiencia y conocimiento sea una herramienta para el crecimiento del país.

VALORES



NUESTROS VALORES:

Verdad

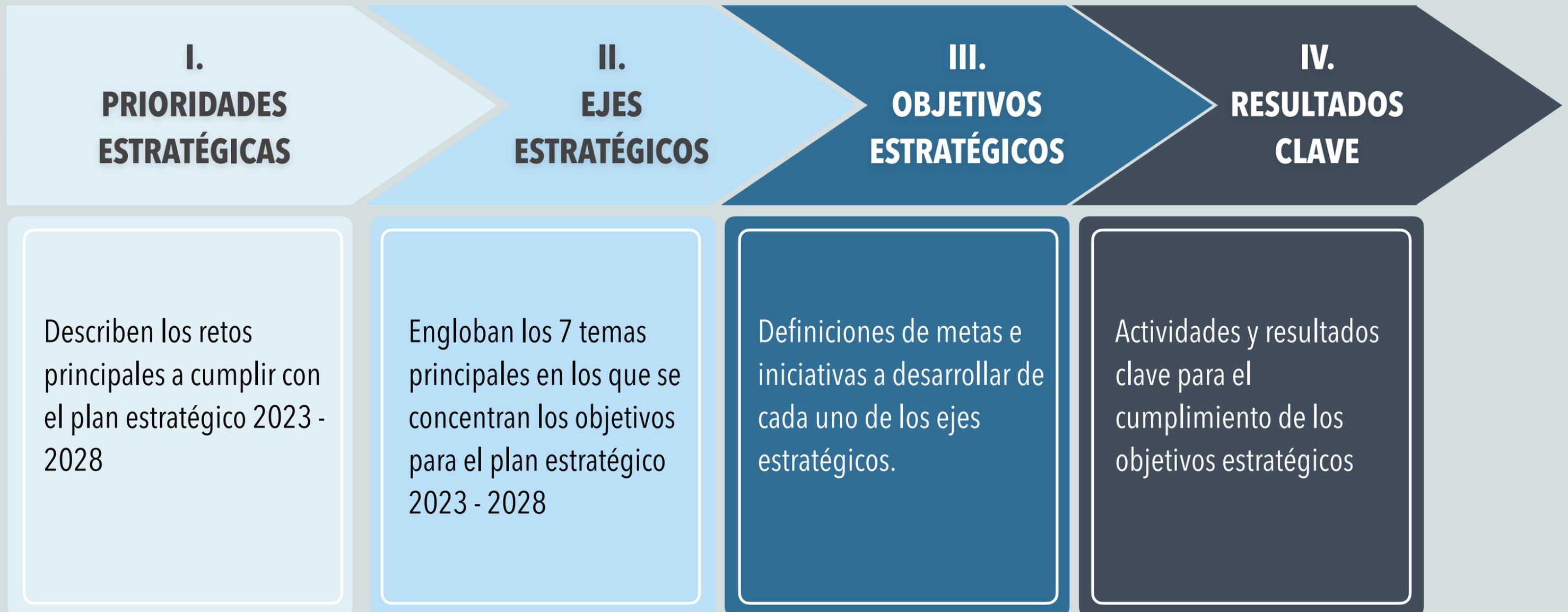
Ética

Responsabilidad

Compromiso

ESTRUCTURA DEL PLAN ESTRATÉGICO

La estructura de la Planeación Estratégica se divide en 4 niveles:



1^a PRIORIDAD ESTRATÉGICA

Posicionar al IMCP como **aliado estratégico** en los sectores de gobierno, empresarial, académico y en la sociedad en general, impulsando el desarrollo de **nuevas habilidades** en los profesionales contables

2^a PRIORIDAD ESTRATÉGICA

Evolucionar la **estructura** de gobernanza, operación y servicio mediante la implementación de **nuevas metodologías, procesos y herramientas tecnológicas** logrando ser más eficientes y brindando un **mejor servicio**, más cercano y de valor a los Colegios Federados y a nuestros asociados

3^a PRIORIDAD ESTRATÉGICA

Crear una **comunidad** de profesionales contables activa y comprometida, incrementando nuestra base de asociados y haciendo que las **nuevas generaciones** sean pieza clave

PRIORIDADES DEL PLAN ESTRATÉGICO

Posicionar al IMCP como **aliado estratégico** en los sectores de gobierno, empresarial, académico y en la sociedad en general, impulsando el desarrollo de **nuevas habilidades** en los profesionales contables

Evolucionar la **estructura** de gobernanza, operación y servicio mediante la implementación de **nuevas metodologías, procesos y herramientas tecnológicas** logrando ser más eficientes y brindando un **mejor servicio**, más cercano y de valor a los Colegios Federados y a nuestros asociados

Crear una **comunidad** de profesionales contables activa y comprometida, incrementando nuestra base de asociados y haciendo que las **nuevas generaciones** sean pieza clave

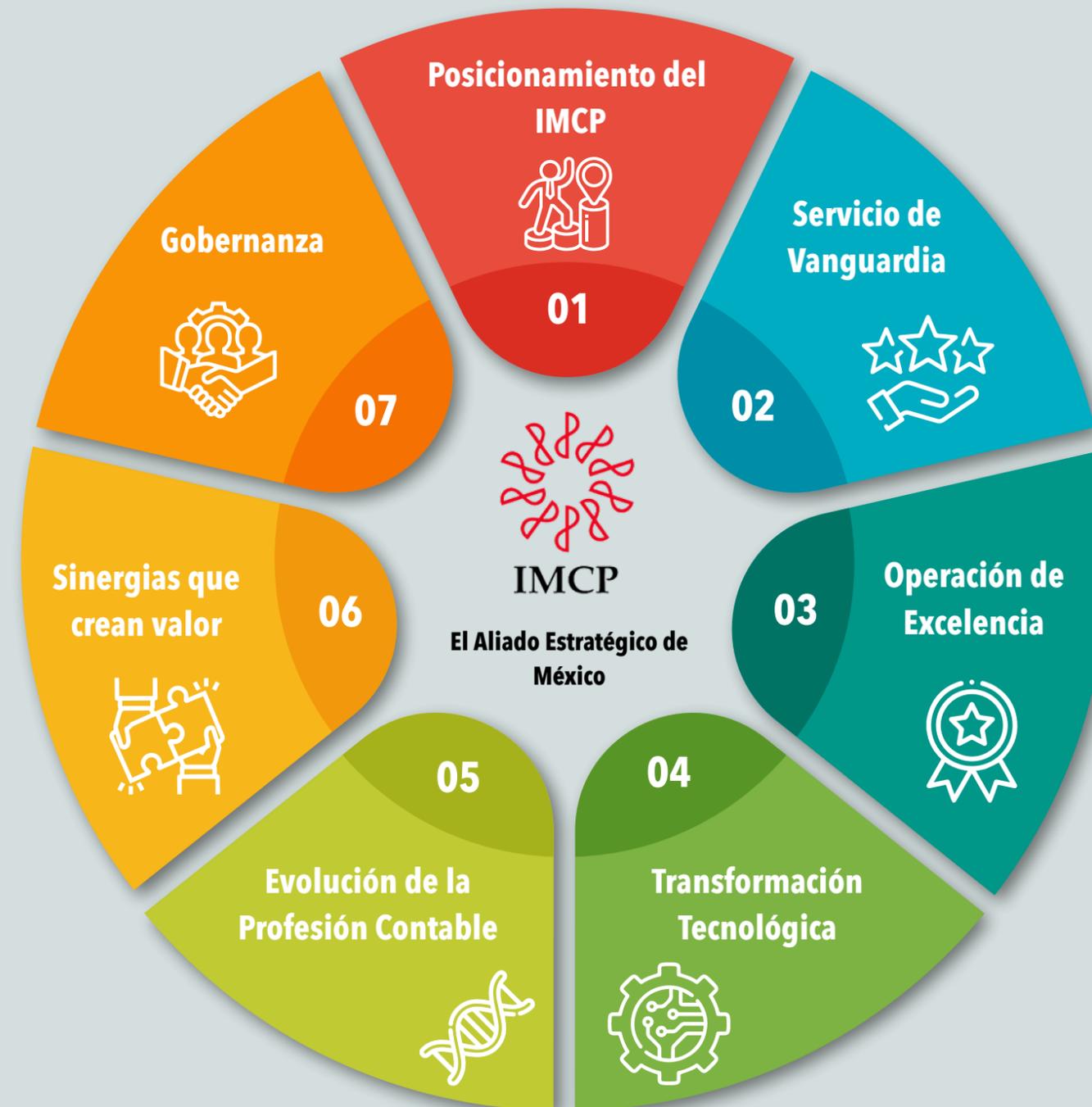
Para atender estas prioridades estratégicas, el IMCP cuenta con 7 ejes en los que basa diferentes objetivos a desarrollar como parte del plan estratégico 2023-2028

MODELO DE EJES ESTRATÉGICOS

ANÁLISIS

Modelo de Ejes Estratégicos

El modelo del plan estratégico del IMCP describe cada uno de los ejes claves para cumplir con las prioridades identificadas en el plan estratégico.



EJES ESTRATÉGICOS



**31 OBJETIVOS
ESTRATÉGICOS**



Posicionamiento del IMCP

Representamos a nuestros asociados de manera activa, transparente y plural, para posicionarnos como una organización líder de opinión en los ámbitos empresarial, económico, regulatorio y académico en México



Posicionamiento del IMCP

Representamos a nuestros asociados de manera activa, transparente y plural, para posicionarnos como una organización líder de opinión en los ámbitos empresarial, económico, regulatorio y académico en México.

Este eje considera elementos como:

- Aprovechar el talento y posicionamiento de asociados del IMCP
- Desarrollar reglas y estándares de comunicación con colegios federados
- Robustecer las habilidades de comunicación y posicionamiento de voceros del IMCP
- Desarrollar estrategias de posicionamiento en sectores empresariales y con jóvenes

OBJETIVOS

ANÁLISIS



Posicionamiento del IMCP

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1.1 Establecer una red de asociados claves para apoyo de enlace gubernamental, empresa y académico

- Definición de Objetivos de la Red
- Definición de Estructura de la Red
- Creación de Perfil de Miembros de la red / Scouting

- Esquemas de Enlace y Vinculación
- Operación de la Red de Asociados
- Evaluación y Mejora Continua de la Red

MEDICIONES DE IMPACTO

- Asociados Participando por Cada Perfil
- Cantidad de Reuniones IMCP
- Reuniones de Valor por Sector

1.2 Definir y dar a conocer reglas de comunicación y difusión en medios del IMCP y Federadas

- Establecer la base de reglas de comunicación
- Acordar con federadas reglas de comunicación
- Preparación de Reglas

- Comunicación y Difusión
- Medición de Aplicación de Reglas y Mejora Continua

- Cantidad de hallazgos fuera de reglas de comunicación

1.3 Desarrollar un Programa de Capacitación y Estandarización de Voceros del IMCP y Federadas

- Establecer plan de voceros y reglas de difusión
- Establecer contenido de capacitación de voceros
- Seleccionar voceros dentro de la organización

- Capacitar a voceros IMCP y Federadas
- Establecer plan de acompañamiento y actualización de voceros

- Asociados Capacitados
- Satisfacción del Entrenamiento
- Evaluación de Desempeño de Voceros

1.4 Desarrollar un plan de posicionamiento de la marca IMCP en los jóvenes

- Ejecución de Campaña de Posicionamiento por Ciclo
- Retomar la campaña del poder de los números por parte del comité universitario

- Definición de Objetivos del Plan
- Desarrollo de identidad y mensajes

- Asociados Capacitados
- Satisfacción del Entrenamiento
- Evaluación de Desempeño de Voceros

1.5 Desarrollar una campaña de marketing a nivel nacional dirigida al sector empresarial

- Definición de Objetivos del Plan
- Desarrollo de identidad y mensajes
- Ejecución de Campaña de Posicionamiento por Ciclo

- Top of Mind
- Cantidad de Eventos
- Seguidores Nuevos



Servicio de Vanguardia

Ofrecemos un servicio que supera las expectativas de nuestros asociados y públicos de interés por medio de personal, procesos y herramientas de vanguardia, priorizando su satisfacción con una experiencia de primer nivel



Servicio de Vanguardia

Ofrecemos un servicio que supera las expectativas de nuestros asociados y públicos de interés por medio de personal, procesos y herramientas de vanguardia, priorizando su satisfacción con una experiencia de primer nivel.

Este eje considera elementos como:

- Desarrollar esquemas que permitan escuchar la voz del asociado y de los colegios
- Implementar nuevos esquemas de atención de servicio a asociados y colegios
- Implementar herramientas tecnológicas para ofrecer un mejor servicio
- Desarrollar mejores experiencias al asociado

OBJETIVOS

ANÁLISIS



Servicio de Vanguardia

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

2.1 Mejorar el servicio que ofrece el IMCP estableciendo encuestas de monitoreo de calidad al asociado y/o Federadas corrigiendo los hallazgos prioritarios

2.2 Buscar la excelencia en los servicios de atención ofrecidos actualmente en el IMCP, considerando metodología de atención, indicadores, protocolos, etc

2.3 Implementar una herramienta de servicio y atención a asociados (Ej. WhatsApp) Permitir información de primera mano, descuentos y promociones, QRs para servicios, Acceso a eventos, Puntos DPC

2.4 Ofrecer una mejor experiencia al usuario de la página web: Espacio amigable, fácil acceso, encontrar información fácilmente, hacer un rediseño visual y mejorar el contenido

2.5 Ofrecer una mejor experiencia al usuario en la tienda en línea considerando referencias de otros E-commerce disponibles (Ej. Amazon)

ACTIVIDADES CRÍTICAS

- Identificar hallazgos prioritarios
- Establecer planes de acción de hallazgos y esquemas de monitoreo
- Esquema de seguimiento de avance de corrección de hallazgos

- Análisis de puntos prioritarios en la atención
- Definición de prioridad en puntos de mejora

- Análisis y definición de requerimientos
- Diseño funcional de la herramienta
- Identificación de herramienta (o desarrollo)

- Análisis y definición de requerimientos
- Diseño funcional y de experiencia del sitio
- Construcción o configuración del sitio

- Análisis y definición de requerimientos
- Diseño funcional y de experiencia del sitio
- Construcción o configuración del sitio

- Establecer parámetros de medición y periodicidad
- Establecer medios de monitoreo y encuestas
- Ejecutar encuestas y ejercicios de opinión

- Establecer metodología de atención
- Rediseño de procesos y herramientas

- Construcción o configuración de herramienta
- Capacitación y difusión
- Ciclo de Mejora Continua

- Capacitación y difusión
- Ciclo de Mejora Continua

- Capacitación y difusión
- Ciclo de Mejora Continua

MEDICIONES DE IMPACTO

- Cantidad de Encuestados
- Hallazgos Atendidos
- Valor de Parámetro de Medición

- Procesos rediseñados
- Satisfacción de Servicio

- Cantidad de Usuarios Activos
- Evaluación de Experiencia

- Cantidad de Conexiones en Período
- Evaluación de Experiencia

- Cantidad de Conexiones en Período
- Transacciones Realizadas
- Evaluación de Experiencia



Operación de Excelencia

Garantizamos una operación eficaz y eficiente, utilizando esquemas de monitoreo y seguimiento que nos permiten medir el desempeño de la organización e implementar iniciativas de mejora continua



Operación de Excelencia

Garantizamos una operación eficaz y eficiente, utilizando esquemas de monitoreo y seguimiento que nos permiten medir el desempeño de la organización e implementar iniciativas de mejora continua.

Este eje considera elementos como:

- Actualizar manual de políticas de operación del IMCP
- Robustecer Evaluación de desempeño de personal
- Desarrollar nuevas fuentes de ingresos

OBJETIVOS

ANÁLISIS



Operación de Excelencia

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

3.1 Robustecer esquemas de evaluación de desempeño de personal a través de objetivos y KPIs a la organización

3.2 Actualización de manual y políticas de operación del IMCP

3.3 Realización de Auditoría de Procesos. Establecer el roadmap de actualización de procesos con base en urgencia e impacto

3.4 Desarrollar nuevas y mejores fuentes de ingresos

ACTIVIDADES CRÍTICAS

- Identificación de indicadores clave de desempeño por recurso
- Establecer métricas de evaluación de desempeño

- Identificación de políticas clave de actualización y/o definición
- Presentación de plan de actualización por prioridad

- Identificar procesos prioritarios a auditar
- Auditoría de procesos prioritarios

- Impulsar estrategias de patrocinios del IMCP

- Comunicar y acordar esquemas de evaluación de desempeño
- Ejecutar evaluación de desempeño de manera periódica

- Liberación de manual y políticas de acuerdo al plan

- Establecer plan de actualización con base en urgencia e impacto
- Actualización y liberación de procesos

MEDICIONES DE IMPACTO

- % de Colaboradores en Esquema de Desempeño

- Cantidad de procesos Actualizados

- Cantidad de procesos actualizados

- Ingresos por Servicios Nuevos
- Ingresos por Patrocinios



Transformación Tecnológica

Evolucionamos nuestra operación a través de nuevas tecnologías digitales para ser más productivos, ofreciendo mejores experiencias a nuestros colegios federados y sus asociados



Transformación Tecnológica

Evolucionamos nuestra operación a través de nuevas tecnologías digitales para ser más productivos, ofreciendo mejores experiencias a nuestros colegios federados y sus asociados.

Este eje considera elementos como:

- Automatizar y efficientizar procesos
- Utilizar la tecnología para el seguimiento del Plan Estratégico
- Homologar el intercambio de datos entre el IMCP y las Federadas

OBJETIVOS

ANÁLISIS



Transformación Tecnológica

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

ACTIVIDADES CRÍTICAS

MEDICIONES DE IMPACTO

4.1 Automatizar procesos manuales críticos

- Análisis de procesos del IMCP
- Priorización de procesos impacto vs. urgencia
- Diseño de plan de automatización

- Cantidad de Procesos Críticos Automatizados

4.2 Eficientizar procesos de atención a membresía a través de herramientas digitales

- Diseño y estructura de los procesos de atención a los asociados
- Evaluación de atención a asociados (tiempo de espera para resolución, trato)

- Indicadores Claves de Atención
- Tiempo de Espera
- Tiempo de Resolución del Requerimiento
- Satisfacción

4.3 Actualizar la herramienta de gestión de puntos de DPC para hacerla más ágil y amigable

- Establecer principales cambios en la actual plataforma DPC
- Evaluación de funcionamiento de la plataforma (satisfacción de asociados, agilidad, facilidad de uso)

- Índice de Satisfacción
- Implementación en colegios federados

4.4 Uso de tecnología para el seguimiento de los objetivos del Plan Estratégico (tareas, dashboard, indicadores, alarmas y notificaciones)

- Diseño del dashboard
- Definición de responsables y metodología de uso del dashboard
- Evaluación del desempeño de la herramienta

- Cantidad de Usuarios Activos por Periodo
- Información Actualizada
- Cantidad de Responsables con Información Actualizada

4.5 Migración de ERP para garantizar soporte en sitio

- Análisis de herramientas ERP
- Contratación de nuevo ERP y migración de información
- Capacitación del nuevo sistema
- Evaluación del sistema

- Top of Mind
- Cantidad de Eventos
- Seguidores Nuevos

OBJETIVOS

ANÁLISIS



Transformación Tecnológica

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

4.7 Homologación de estructura de intercambio de datos entre el IMCP y las Federadas

ACTIVIDADES CRÍTICAS

- Actualización y validación de base de datos
- Depuración de base de datos membresía
- Reforzar que los asociados son miembros de IMCP

MEDICIONES DE IMPACTO

- Auditoria de Calidad de Información



Evolución de la Profesión Contable

Impulsamos la evolución del profesional contable con el objetivo de responder a los retos del entorno cambiante, promoviendo habilidades de liderazgo, tecnología, innovación y visión estratégica global



Evolución de la Profesión Contable

Impulsamos la evolución del profesional contable con el objetivo de responder a los retos del entorno cambiante, promoviendo habilidades de liderazgo, tecnología, innovación y visión estratégica global.

Este eje considera elementos como:

- Actualizar las habilidades del profesional contable
- Volver más atractiva la carrera para los alumnos
- Impulsar la certificación de los contadores
- Impulsar o establecer un vínculo con universidades

OBJETIVOS

ANÁLISIS



Evolución de la Profesión Contable

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

5.1 Impulsar el aprovechamiento del Certificado de Idoneidad en USA y Canadá por parte de los asociados del IMCP

5.2 Establecer un programa de vinculación activa con universidades para el incremento de alumnado en las carreras de Contaduría; Actualizar las habilidades que se desarrollan en los alumnos y volver más atractiva la carrera contable para las nuevas generaciones

5.3 Incrementar la cantidad de asociados certificados en el IMCP

ACTIVIDADES CRÍTICAS

- Identificación de beneficios
- Desarrollo de Plan de Impulso de aprovechamiento de certificado en USA y Canada

- Identificar universidades para establecer acuerdos de colaboración.
- Realizar un estudio de mercado - posicionamiento entre estudiantes de preparatoria, universidad y padres de familia.
- Crear un programa conjunto de promoción de la carrera contable entre estudiantes de preparatoria.
- Crear un programa conjunto para promover el desarrollo de habilidades del perfil del contador 4.0 en los planes de estudio de la carrera contable.
- Retomar la campaña del poder de los números por parte del comité universitario

- Identificar escenarios de beneficio de la certificación.
- Identificar el universo de contadores sean o no miembros del IMCP que puedan beneficiarse con la certificación.
- Crear un programa de promoción, on boarding y certificación.

MEDICIONES DE IMPACTO

- Cantidad de asociados activos en USA y Canada

- Reporte de resultados de estudio de mercado realizado.
- Número de materias identificadas o agregadas para desarrollar habilidades del perfil del contador 4.0
- Establecer un indicador de impacto para el poder de los números
- Nuevos asociados en el rango de edad (jóvenes)

- Número de nuevos contadores certificados



Sinergias que crean Valor

Creamos sinergias para nuestros colegios federados, para sus asociados y con organismos nacionales e internacionales, maximizando el valor que generan estas interacciones



Sinergias que crean Valor

Creamos sinergias para nuestros colegios federados, para sus asociados y con organismos nacionales e internacionales, maximizando el valor que generan estas interacciones.

Este eje considera elementos como:

- Crear un programa de beneficios para los asociados que forman parte del IMCP
- Crear una comunidad activa de profesionales contables
- Impulsar la relación con sector empresarial y con el IFAC
- Incrementar el número de asociados afiliados al IMCP

OBJETIVOS

ANÁLISIS



Sinergias que Crean Valor

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

6.1 Creación y difusión de programa de beneficios para asociados IMCP que incluya descuentos, promociones y privilegios en comercios y universidades entre muchos otros

6.2 Creación de la comunidad en línea creada con el objetivo de buscar sinergias y oportunidades conjuntas de creación de valor, incrementando también el sentido de pertenencia de los asociados

6.3 Impulsar la relación y vinculación con organismos empresariales con el objetivo de identificar y desarrollar oportunidades conjuntas de crecimiento

6.4 Impulsar la relación IMCP - IFAC, con el objetivo de adoptar mejores prácticas del organismo internacional, así como identificar oportunidades conjuntas de crecimiento

6.5 Incrementar el número de asociados de los Colegios Federados

ACTIVIDADES CRÍTICAS

- Categorizar a los asociados en grupos afines (demografía, intereses, geografía, etc)
- Identificar mejores prácticas de beneficios por volumen Identificar proveedores de bienes y servicios.

- Definir objetivos y características de la comunidad
- Definir plataforma o herramienta tecnológica.
- Definir procesos de promoción, onboarding, networking, creación de contenidos y moderación.

- Identificar organismos empresariales.
- Identificar oportunidades de colaboración.

- Identificar mejores prácticas IFAC
- Identificar oportunidades de colaboración

- Crear evento nacional con regiones y/o federadas para identificar problemáticas y oportunidades.
- Crear programa conjunto de promoción, reclutamiento y onboarding.

- Designar responsable y equipo de negociación.
- Negociar beneficios.
- Crear directorio de beneficios.
- Crear método de suscripción al directorio para proveedores.

- Crear mecanismos para identificar y promover oportunidades de colaboración y negocio en la comunidad.
- Identificar y promover a usuarios líderes de opinión.
- Iniciar la operación de la comunidad.

- Establecer acuerdos / compromisos.
- Crear programas de colaboración, eventos, actividades, cursos, etc.

- Crear plan de adopción de mejores prácticas.
- Crear acuerdo y programa de colaboración, eventos, actividades

MEDICIONES DE IMPACTO

- Número de Beneficios Publicados
- Número de proveedores y categorías
- Índice de Satisfacción
- Índice de Uso de Beneficios
- Cuantificación económica de beneficios

- Plataforma seleccionada y operando.
- Usuarios Activos en la Comunidad
- Actividad en la comunidad - Numero de publicaciones, Número de grupos creados, Número de Interacciones, Oportunidades de Negocio creadas.

- Cantidad de organismos empresariales
- Cantidad de acuerdos de colaboración firmados.
- Número de eventos, actividades, cursos, etc.

- Mejores prácticas implementadas.
- Acuerdo de colaboración firmado.
- Actividades de colaboración.

- Número de nuevos asociados.
- Número de nuevos asociados por región y por Colegio Federado



Gobernanza

Aseguramos la transparencia y rendición de cuentas, vigilando el cumplimiento de la normatividad en el IMCP y su entorno, promoviendo su continuidad a largo plazo



Gobernanza

Aseguramos la transparencia y rendición de cuentas, vigilando el cumplimiento de la normatividad en el IMCP y su entorno, promoviendo su continuidad a largo plazo.

Este eje considera elementos como:

- Agilizar la forma en la que trabajan los órganos de gobierno el IMCP
- Asegurar la alineación del IMCP con los trabajos realizados en los colegios federados
- Implementar esquemas que permitan la adecuada gestión de riesgos en el IMCP

OBJETIVOS

ANÁLISIS



Gobernanza

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

7.1 Volver más ágil y efectivo el funcionamiento de los órganos de gobierno del IMCP

7.2 Alineación de los trabajos de comisiones por medio de la coordinación entre líderes nacionales y líderes de federadas evitando trabajar de manera aislada

7.3 Desarrollo de metodología, sistema de gestión de riesgos y cumplimiento

ACTIVIDADES CRÍTICAS

- Diseño de una estructura para las reuniones del CEN
- Creación de un modelo de asuntos y pendientes para administrar la trasabilidad y seguimiento a través de folios de control (Ej Planner)
- Presentación de cambio en el tiempo de vigencia de la PE (5 a 3 años)
- Evaluaciones periódicas de los principales órganos de gobierno del IMCP

- Presentación PE (ejes estratégicos y objetivos) a los Colegios Federados
- Definición de estructura de alineación

- Diseño de Arquitectura de Procesos
- Determinación de Apetito de Riesgos del IMCP
- Identificar las Regulaciones aplicables al IMCP
- Desarrollar el Plan de Gestión de Riesgos y Cumplimiento
- Priorización de Procesos y Riesgos a Nivel Entidad

MEDICIONES DE IMPACTO

- % de Colaboradores en Esquema de Desempeño

- Número de Federadas alineadas al Plan Estratégico

- Fecha de Cumplimiento del Plan de Trabajo

OLAS ESTRATÉGICAS

I. DEFENDER

Actividades que están más estrechamente alineadas con la forma de operación de la organización actualmente.

Los objetivos en el horizonte de defender se centrarán principalmente en mejorar dicha operación, afinar procesos y metodologías.

El resolver los retos estratégicos planteados en el horizonte de defender, permitirá mantener y defender la posición del IMCP en el mercado.

EL **68%** de los objetivos del plan se catalogan en la ola de **defender**.

II. CONSTRUIR

Extender las capacidades y la propuesta de valor de la organización a nuevos modelos de negocio, nuevos mercados y modos de operar distintos.

Estos objetivos se basan en ser una extensión y/o evolución del modelo de negocio comprobado actual.

EL **29%** de los objetivos del plan se catalogan en la ola de **construir**.

III. EXPLORAR

Se introducen elementos completamente nuevos a la organización.

Esto abarca objetivos como proyectos de investigación, programas piloto o líneas de ingresos completamente nuevas que se desean explorar y que tienen un potencial de transformación significativo para el IMCP.

EL **3%** de los objetivos del plan se catalogan en la ola de **explorar**.

DOCUMENTO DE SEGUIMIENTO - OKRs



RESULTADOS CLAVE

LÍNEA DE TIEMPO

EJES ESTRATÉGICOS

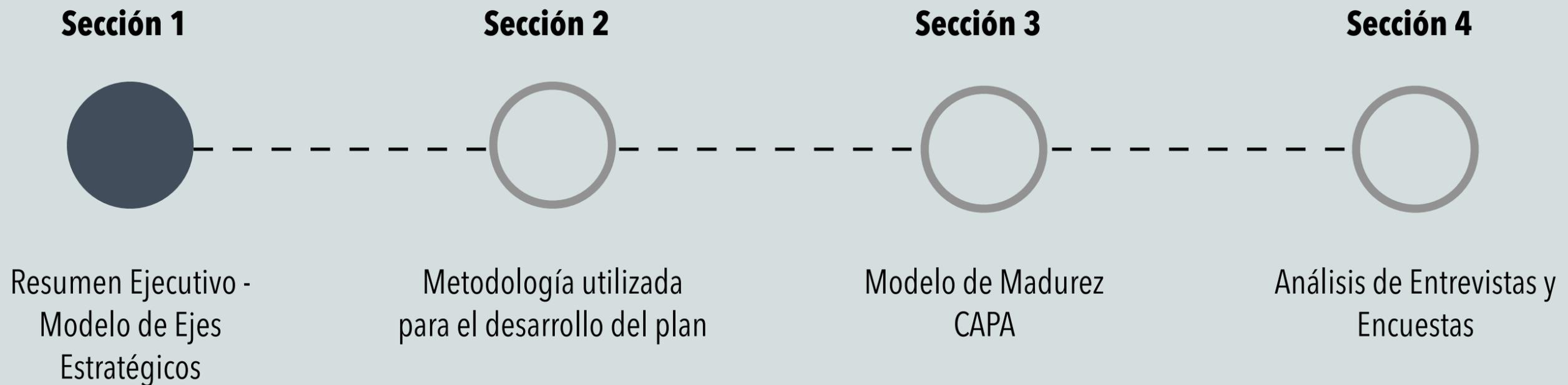
tru_ Planeación Estratégica - Instituto Mexicano de Contadores Públicos			LÍNEA DE TIEMPO															
			AÑO 1															
			Q1			Q2			Q3			Q4						
Eje Estratégico	Objetivo Estratégico	Posibles Mediciones de Impacto	Fecha	Inicio	Esperado	Fecha	Inicio	Esperado	Fecha	Inicio	Esperado	Fecha	Inicio	Esperado				
POSICIONAMIENTO DEL IMCP	1.1 ESTABLECER UNA RED DE ASOCIADOS CLAVES PARA APOYO DE ENLACE GUBERNAMENTAL, EMPRESA Y ACADÉMICO	- Asociados Participando por Cada Perfil - Cantidad de Reuniones IMCP - Reuniones de Valor por Sector	Contar con el diseño de objetivos estructura y esquemas de enlace y vinculación de la Red de Asociados	Marzo 2023	0%	100%	Finalizar el scouting y Convocatoria de la Red de Asociados IMCP	Abril 2023	0%	100%	Que la red de asociados de enlace IMCP este liberada y haya iniciado operaciones	Julio 2023	0%	100%				
	1.2 DEFINIR Y DAR A CONOCER REGLAS DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN EN MEDIOS DEL IMCP Y FEDERADAS	- Cantidad de hallazgos fuera de reglas de comunicación					Contar con la aprobación de la actualización de reglas de comunicación y difusión de marca IMCP	Abril 2023	0%	100%	Realizar la comunicación de Reglas de Difusión de Medios de IMCP y Federadas	Julio 2023	0%	100%				
	1.3 DESARROLLAR UN PORGRAMA DE CAPACITACIÓN Y ESTANDARIZACIÓN DE VOCEROS DEL IMCP Y FEDERADAS	- Asociados Capacitados - Satisfacción del Entrenamiento - Evaluación de Desempeño de Voceros	Conntar con la definición de plan de voceros y reglas de difusión	Marzo 2023	0%	100%	Establecer contenido de capacitación de voceros	Mayo 2023	0%	100%	Contar con la definición de Voceros de Comunicación. Realización de capacitación de voceros IMCP y Federadas	Agosto 2023	0%	Esperado Satisfacción > 85%	Liberar plan de acompañamiento y actualización de voceros	Octubre 2023	0%	100%
	1.4 DESARROLLAR UN PLAN DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA IMCP EN LOS JÓVENES	- Nuevos Asociados en el rango de edad - Top of Mind - Cantidad de Eventos - Seguidores Nuevos					Diseño y presentación del plan de posicionamiento	Mayo 2023	0%	100%	Inicio del nuevo plan de posicionamiento IMCP enfocado a Jóvenes	Agosto 2023	0%	100%				
	1.5 DESARROLLAR UNA CAMPAÑA DE MARKETING A NIVEL NACIONAL DIRIGIDA AL SECTOR EMPRESARIAL	- Top of Mind - Cantidad de Eventos - Seguidores Nuevos					Diseño y presentación del plan de posicionamiento en el sector empresarial. Encuesta Top of Mind a usarse como base				Inicio del nuevo plan de posicionamiento enfocado en el sector empresarial							

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

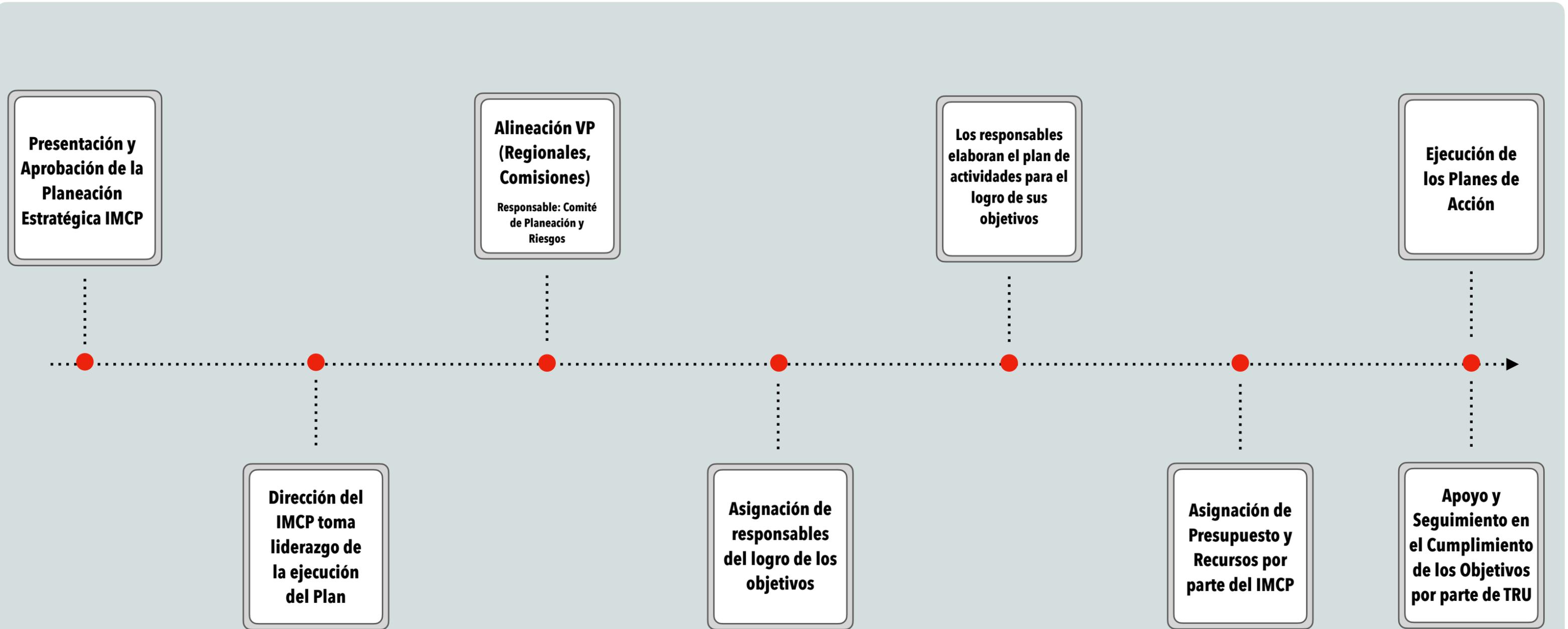
DOCUMENTACIÓN

El contenido del ejercicio de planeación estratégica del periodo 2023 - 2028 se presenta en 4 secciones, cada una desarrollada en documentos por separado para facilitar su lectura.

El presente documento describe los puntos de la sección 1 identificada en color azul de los siguientes elementos:



SIGUIENTES PASOS



*Las fechas de cada etapa se definirán una vez se apruebe el plan estratégico.

ALINEACIÓN ESTRATÉGICA FEDERADAS



Aprovechar el impulso de la Planeación Estratégica del IMCP para que se tome como referencia y apoyo a las 60 Federadas

¿POR QUÉ?

- Cumplimiento de los mismos objetivos
- Fortalecimiento de la profesión contable
- Impulso del contador 4.0 (las nuevas habilidades que debe de tener un contador) a nivel nacional

¿CÓMO?

- División de las Federadas en grupo dependiendo el # de socios
- Análisis de PE del IMCP y personalización para atender las necesidades de cada grupo de Federadas

PRINCIPALES RETOS

- **Asegurar la implementación y sus procesos**
- **Involucrar a la estructura orgánica del IMCP**
- **Involucrar a Vicepresidencias del IMCP y sus Comisiones**
- **Tecnificación de procesos e indicadores**
- **Asegurar que la dirección del IMCP está guiada a través de la Planeación Estratégica**
- **Integración de las Federadas**

La Planeación Estratégica del período 2023 - 2028 fue desarrollada de la mano de la firma consultora



tru

Ayudamos a las empresas a crecer y diferenciarse por medio de la innovación

Para ello usamos métodos y herramientas de innovación con un marcado enfoque digital

Colaboramos con nuestros clientes para crear valor por medio de :

CULTURA / TALENTO

Desarrollar a su talento y promover una cultura de innovación en sus organizaciones.

FORESIGHT / PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Diseñar estrategias de crecimiento identificando oportunidades y amenazas futuras.

INNOVACIÓN

Crear Innovación traducida en nuevos procesos, productos, servicios, experiencias y modelos de negocio.

AGILE ORGANIZATION

Adoptar metodologías ágiles para la operación y la transformación del negocio.



El equipo Tru Mario Saldaña

Mario Saldaña es un experto en Design Thinking, con más de 14 años de experiencia en el campo de la Innovación Empresarial, que se desempeña como emprendedor, educador, consultor y speaker.

Ingeniero por la UANL, con un MBA de EGADE Business School, Mario es un diseñador autodidacta, que se ha entrenado en Design Thinking en el d.school de Stanford University y en IDEO la casa consultora de diseño e Innovación.

En su papel de Gerente de Innovación, mario fue co fundador del programa de innovación corporativa en Alestra/Axtel, en donde estuvo a cargo de las metodologías de Innovación, de la creación del servicio de Innovación a clientes y del diseño y operación del HUB de Innovación de Alestra, el premiado centro de Innovación que ha sentado precedente en México.

Mario es Profesor de Cátedra de Innovación, Future Thinking y Mentalidad Emprendedora en EGADE Business School.

Es co autor del libro Innovation and Entrepreneurship, A New Mindset for Emerging Markets.

Ha sido mentor de Innovación en la UANL, en BlueBox Ventures y en NAVE la aceleradora de Axtel

Fue profesor de Diseño y Multimedia en la UDEM, Universidad de Monterrey

Ha capacitado a más de 3,600 personas en Innovación y Design Thinking

Mario ha asesorado y ayudado a compañías de los sectores financiero, seguros, retail, TI, telecomunicaciones y de alimentos a desarrollar programas y proyectos de Innovación corporativa, agilidad organizacional, intra emprendimiento y transformación.

Mario se desempeña como socio y co-fundador de Tru, firma de innovación, estrategia y transformación empresarial.





El equipo Tru Marco Chapa

Marco Chapa es un experto en estrategias de innovación y en el diseño e implementación de proyectos de tecnologías de la información.

Con más de 20 años de experiencia en las áreas de Innovación y Tecnologías de Información, Marco se desempeñó en múltiples cargos relacionados a proyectos de integración, desarrollo de software, administración de clientes, arquitectura orientada a servicios y administración de procesos de negocio.

Marco Chapa también ha tenido a su cargo Programas de Innovación en el sector de telecomunicaciones diseñando, implementando y operando modelos de innovación reconocidos a nivel nacional e internacional. Además, cuenta con educación ejecutiva y de innovación por la universidad de Stanford y tiene amplia experiencia en el desarrollo de modelos de innovación incluidos estrategias de innovación corporativa, aceleradoras de negocio, centros de innovación, modelos de intraemprendimiento, herramientas de prospectiva tecnológica, así como el uso de Design Thinking como proceso de innovación.

Marco se desempeña como socio y co-fundador de Tru, firma de innovación, estrategia y transformación empresarial.

