



Plan Estratégico

2016-2020





Visión

Mantener nuestro liderazgo como organización de profesionistas contables en Nuevo León.

Preparar mejores profesionistas, mediante la capacitación, representación y reconociéndolos como aliados -líderes de negocios, para que estos logren contar con:

- Integridad y objetividad
- Conocimiento de las convergencias normativas
- Involucramiento en el ambiente global de negocios
- Habilidades en tecnologías de información
- Habilidades de comunicación
- Habilidades de liderazgo
- Pensamiento crítico y habilidades de solución de problemas
- Anticipación y servicio a las necesidades cambiantes
- Inteligencia de negocio global
- Trabajo en equipo

Misión

Agregar valor a las personas, convirtiendo al profesional contable en aliado-líder de negocios.

Somos la organización de profesionistas contables más reconocida en Nuevo León.

Preparamos mejores profesionistas, agregando valor a las personas, y convirtiendo al profesional contable en aliado-líder de negocios.

Impulsamos la imagen profesional de la contaduría pública, capacitando, representando y reconociendo al profesional para que éste sea:

- Íntegro y objetivo
- Líder con pensamiento estratégico
- Conocedor de las convergencias normativas
- Partícipe en el ambiente global de negocios
- Hábil en tecnologías de información innovadoras.



Valores

Los valores de aplicación práctica deseables en nuestra profesión son:

| Valor | Conducta deseada |
|--|---|
| <p>Integridad</p> | <ul style="list-style-type: none"> • El ICPNL se conduce con ética, responsabilidad y trato profesional con sus empleados, membrecía y la comunidad con que interactúa, manteniendo su imparcialidad y honestidad intelectual, libre de prejuicios personales y de conflictos de interés. |
| <p>Liderazgo</p> | <ul style="list-style-type: none"> • El ICPNL asume un rol proactivo en la preparación de sus empleados y en el servicio a su membrecía, a través de un pensamiento estratégico, con lo cual vigila la sustentabilidad y reducción de sus riesgos. |
| <p>Competencias</p> | <ul style="list-style-type: none"> • El ICPNL cuenta con empleados y membrecía con competencias técnicas y profesionales de alto nivel que amplían su visión y perfeccionan sus destrezas prácticas que le generan valor. • El ICPNL promueve la adopción de tecnologías de información para mejorar los servicios. |
| <p>Educación Continua</p> | <ul style="list-style-type: none"> • El ICPNL renueva constantemente los conocimientos y promueve el cumplimiento de nuestra regulación profesional. |
| <p>Apertura a la Globalidad</p> | <ul style="list-style-type: none"> • El ICPNL promueve una apertura a la interpretación del entorno mundial de negocios. |
| <p>Compromiso con la Excelencia</p> | <ul style="list-style-type: none"> • El ICPNL constantemente busca la excelencia en la prestación de sus servicios. |



ALCANCE ESTRATÉGICO

1. MEMBRECÍA

- Representa a los asociados actuales y potenciales que participan de los servicios de ICPNL.

2. OFERTA EDUCATIVA

- Es el contenido académico de toda la capacitación y Entrenamiento ofrecido por el ICPNL, así como de las especialidades y maestrías ofrecidas por la EECF que aporta un reconocimiento de validez oficial con alineación normativa al marco de referencia internacional propuesto por el IFAC, con el alcance a las normas de información financiera, auditoría, de formación y gubernamentales. Así como al código de ética y a la revisión al control de calidad de las firmas y utilizar la tecnología para facilitar la comunicación y capacitación a distancia.

3. CERTIFICACIÓN Y SERVICIOS

Este objetivo conjunta dos actividades primordiales;

- La primera de ellas es la relativa al reconocimiento otorgado por el IMCP al individuo que cumple los criterios de evaluación en la disciplina general o específica.
- La segunda de ellas incorpora a todos los servicios que se otorgan al asociado por el simple hecho de ser miembro.

4. IMAGEN Y POSICIONAMIENTO DEL INSTITUTO Y LA PROFESIÓN

- Es el enfoque de cambio en la comunicación corporativa que asegure la Transformación de la percepción y la realidad de la institución y de la profesión en los asociados mismos, así como en la sociedad.

5. ORGANIZACIÓN COMPETITIVA

- Representa la filosofía organizacional y el enfoque al asociado, usuario y mercado, que dirige la acción y logro de resultados en los procesos del Instituto, en un ambiente de mejora e innovación, que se asegura su sustentabilidad y crecimiento.

6. ENTENDIMIENTO DEL ENTORNO

- Desarrollar las competencias clave del CP para conocer y entender la dinámica externa y global con la capacidad de abstraer esta complejidad de datos e información en aplicaciones prácticas para su uso en la toma de decisiones de la empresa.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

MEMBRECÍA

1. Incrementar la membrecía en un 5% anual.
2. Establecer un programa detallado de beneficios a los asociados y comunicarlos a la membrecía.
3. Diseñar un programa periódico para dar a conocer a los nuevos asociados las comisiones de trabajo para que puedan participar y buscar al menos que el 50% participe en dichas comisiones.
4. Otorgar 60 puntos gratuitos de desarrollo profesional continuo a los asociados, dentro de su plan anual de beneficios.
5. Establecer programas de visitas a preparatorias informando a los estudiantes los beneficios de estudiar la carrera de contaduría pública y los beneficios de colegiarse.
6. Definir un plan de actividades puntuales para los estudiantes que se incorporen al Instituto.
7. Otorgar reconocimientos anuales a asociados destacados en la sociedad y comunicarlos a la membrecía.
8. Realizar eventos técnicos periódicos invitando a la membrecía de manera personalizada a dichos eventos.
9. Hacer un plan de comunicación anual a la membrecía.
10. Implementar eventos de integración periódicos.
11. Crear una base de datos de los asociados de acuerdo a su especialidad que habilite el entendimiento de sus necesidades y expectativas.
12. Determinar en conjunto con los asociados las necesidades que cada uno de los grupos requiere.
13. Establecer una estrecha relación con los grupos mas representativos de los asociados.
14. Establecer necesidades de los grupos minoritarios de asociados para motivar su crecimiento y desarrollo.



| | |
|---|--|
| <p>OFERTA EDUCATIVA</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Planear la oferta de capacitación por área de trabajo del asociado y utilizar esta forma de organización para la comunicación de la oferta: <ol style="list-style-type: none"> a) Para preparadores y usuarios de información financiera b) Para auditores de la información financiera c) Para consultores administrativos d) Para el desarrollo de su práctica profesional e) Para financieros f) Para contadores en las empresas g) Para contadores en el gobierno (Contabilidad, Auditoría y Consultoría Gubernamentales) 2. Establecer por estatutos en nuestros programas de educación continua la inclusión de 8 horas al menos de capacitación en ética profesional. 3. Continuar fortaleciendo las especialidades con reconocimiento de validez oficial. 4. Promoción y comercialización de la educación a distancia, así como la implementación de lugares periféricos de capacitación. 5. Construir alianzas estratégicas educativas con escuelas nacionales y extranjeras de prestigio, así como con colegios de contadores públicos extranjeros. 6. Mantener programas de perfeccionamiento en inglés técnico de negocios, contabilidad, auditoría e impuestos. 7. Reclutar a los mejores expositores en las diferentes áreas normativas y monitorear su desempeño y calidad de exposición. 8. Generar reuniones de trabajo con los directores de carrera de las universidades con la finalidad de actualizar los planes de estudios de la carrera de contaduría. 9. Mantener una estrecha relación con las organizaciones representativas de los diferentes grupos de asociados para establecer las necesidades, habilidades y atributos que requieren para cubrir los servicios prestados por los CPs. 10. Implementar programas de desarrollo de habilidades de pensamiento crítico y toma de decisiones |
| <p>CERTIFICACIÓN Y SERVICIOS</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar la certificación de nuestros asociados a través de la promoción de la certificación general y por disciplina en un 5% anual 2. Revisar e implementar las iniciativas de la ley general del ejercicio profesional 3. Apoyar a los asociados al instituto con facilidades de acceso a líneas de crédito para pagar colegiaturas en la escuela de especialidades 4. Apoyar a los asociados mediante la publicación de oportunidades de trabajo (bolsa de trabajo) 5. Llevar a cabo encuestas con los asociados que permitan conocer oportunidades |



| | |
|--|--|
| | <p>de mejora en el servicio</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Elaborar un programa, en conjunto con la Secretaría de Educación y la Secretaria del Trabajo, para certificar a los maestros y profesionales de las universidades a través del Instituto. 7. Ofrecer cursos gratuitos seleccionados y que agreguen valor al asociado. (Soft skills, corporate governance, etc) 8. Boletín con novedades fiscales de la comisión fiscal y otras novedades de tipo contable. 9. Elaborar una reingeniería de procesos del staff administrativo para detectar las áreas de oportunidad para lograr un mejor servicio al asociado. |
| <p>IMAGEN Y POSICIONAMIENTO DEL INSTITUTO</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer un plan de mercadotecnia a través de una empresa especializada, para medir la imagen y posicionamiento de nuestra institución entre el sector empresarial y profesional. 2. Acudir a los eventos generados por organismos con los que cuente el Instituto con Convenio de participación en ubicaciones estratégicas. 3. Firmar y actualizar los Convenios de colaboración con organismos profesionales, empresariales y universidades. 4. Establecer alianzas con la Asociación Americana de Contadores Públicos, capítulo Texas. 5. Establecer un sistema de comunicación continua e intercambio de información con los Colegios de México y de Guadalajara. 6. Difundir ante el empresariado, a través de eventos de networking, sobre los beneficios de la contratación de profesionales asociados al instituto y certificados. 7. Llevar a cabo una mayor participación de nuestro Instituto en la Zona Noreste, difundiendo las actividades que se generan en los colegios de la región e invitando a nuestra membresía a integrarse en las comisiones de trabajo. 8. Posicionar a asociados en las principales comisiones de trabajo nacionales, estableciendo un mecanismo de información a los asociados de las actividades realizadas y las decisiones que se toman a nivel federación. 9. Definir una estrategia de comunicación permanente con medios masivos a través de asesores de imagen. 10. Generar eventos mensuales de capacitación en coordinación con la vicepresidencia de sector gobierno a organismos públicos. 11. Apertura de dos delegaciones alternas en la zona metropolitana y dos sedes |



| | |
|--|---|
| | <p>alternas en la región citrícola.</p> <ol style="list-style-type: none">12. Crear espacios de participación para los asociados no independientes a través de la creación de comisiones de trabajo por industria.13. Rediseñar el modelo de comunicación interna, para que los avisos sobre eventos técnicos, sociales, asuntos administrativos, asuntos del IMCP, asuntos particularmente relevantes llegue a los socios de forma diferenciada y selectiva.14. Difundir mensualmente un informe breve de las actividades relevantes del consejo directivo a la membresía.15. Publicar anualmente en el periódico de mayor circulación el listado de los miembros que cumplan con la norma de Educación Profesional Continua, para reconocimiento de la sociedad.16. Impulsar fuertemente la investigación contable y fiscal organizada para publicar documentos que nos identifiquen como líderes expertos en cuestiones técnicas.17. Continuar organizando el evento "Caso ICPNL" entre los estudiantes de Contaduría pública en las diferentes universidades establecidas en el Estado de Nuevo León.18. Continuar participando en el Maratón del Conocimiento, organizado anualmente en la Convención Regional de la Zona Noreste.19. Fortalecer los programas del rostro humano de la contaduría: Brigadas médico asistenciales, el Juguetón, loterías para recaudación, noches de integración, eventos sociales, culturales y deportivos.20. Promover eventos magnos en donde se logre un mayor acercamiento con los empresarios.21. Resaltar implícita y explícitamente en la comunicación interna y externa elementos tales como la ética, la honestidad, la objetividad, la independencia, la competencia profesional, entre otros valores.22. Establecer el premio anual a la Mejora e innovación entre la membresía.23. Desarrollar e implementar el Premio a la Investigación a través de nuestro colegio.24. Establecer un contacto permanente con las organizaciones representativas de los diferentes grupos de asociados, tendiente a lograr el reconocimiento del nivel profesional de la Contaduría Pública y del ICPNL. |
|--|---|



| | |
|--|--|
| <p>ORGANIZACIÓN COMPETITIVA</p> | <ol style="list-style-type: none">1. Proporcionar espacio físico en las instalaciones del ICPNL para que algunos socios, principalmente jubilados, puedan laborar en actividades institucionales y particulares. Se contempla la elaboración de un Reglamento para el uso de las instalaciones.2. Crear un comité pro-remodelación del ICPNL – EECF con el fin de obtener donativos institucionales, así como ejercer el presupuesto y las decisiones del proyecto. Analizar el proyecto para solicitar el comodato de un espacio para crear el campus de la contaduría.3. Evolucionar el estado actual que presenta el modelo de competitividad (PNLC, ESR y EFR) a su siguiente nivel o refrendo.4. Concluir la implementación de un sistema (CRM) para la administración de la información y los procesos para mejorar la comunicación de nuestros asociados, staff y colaboradores.5. Implementar la función de auditoría interna así como el dictamen de seguridad social, para minimizar riesgos.6. Mantener un fondo económico para indemnizaciones laborales, para garantizar la toma de decisiones objetiva y no por la disponibilidad de flujo de efectivo.7. Establecer políticas de administración de flujo de efectivo para que los egresos requeridos en cada administración sean equilibrados (ejemplo: decisiones de leasing vs. inversiones de activo fijo).8. Asegurar los medios económicos para una gestión profesional de los asuntos del ICPNL, Justificando alcance, objetivo, y beneficio del mismo. Previa autorización y apego a la política vigente. Presentando y publicando el resultado e impacto en los medios públicos del ICPNL.9. Actualizar los estatutos y sus reglamentos conforme las necesidades actuales.10. Revisión integral del proceso de otorgamiento de puntos de Desarrollo Profesional Continuo y difundirlo oportunamente entre la membresía.11. Mantener la función de promoción y ventas para el logro de los objetivos de crecimiento en los rubros de membresía y alumnado.12. Encontrar e implementar los mecanismos legales para blindar el patrimonio de posibles riesgos futuros al aplicar decisiones que afecten a terceros.13. Establecer un sistema de monitoreo de la evaluación de expositores y generar un plan de incentivos al personal y al expositor.14. Implementar un registro de quejas y sugerencias15. Implementar una encuesta semestral para identificar las necesidades de |
|--|--|



| | |
|--|---|
| | <p>nuestros asociados.</p> <p>16. Elaborar una capsula del tiempo, la cual se abrirá cada diez años.</p> <p>17. Analizar los objetivos alcanzados en los eventos de Desarrollo Social, tales como los donativos a instituciones de beneficencia, Juguetón, brigadas médico asistenciales.</p> <p>18. Establecer mecanismos y espacios de reconocimiento en los niveles de: Consejo, Presidencia, Vicepresidencias, Comisiones, Staff y Membrecía.</p> |
| <p>ENTENDIMIENTO DE ENTORNO</p> | <p>1. Preparar al CP a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Estar abierto al cambio</i> — aceptar y no temer al futuro. • <i>Ser ágil</i> — adaptar los servicios tradicionales y establecer otros nuevos para aprovechar el cambio • <i>Ser colaborativo</i> — trabajar con los demás y con la comunidad mundial para dar forma y ejecutar las normas y servicios que surgirán en la próxima década • <i>Tener una visión de futuro</i> — evaluar y valorar los ambientes actuales y futuros, y planificar en consecuencia <p>2. Crear una base de conocimiento y herramientas que ayuden al entendimiento e interpretación de la dinámica externa y global que se presenta al CP y a la profesión.</p> <p>3. Desarrollar cuatro competencias clave del CP en cuanto a conocer y entender la dinámica externa y global.</p> <p style="padding-left: 40px;">Competencias clave:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Anticipar y Servir a las necesidades cambiantes. 2. Síntesis del conocimiento para la toma de decisiones 3. Integración y Colaboración. 4. Pensamiento crítico y habilidades para resolver problemas <p>4. Desarrollar la capacidad de abstraer esta complejidad de datos e información en aplicaciones prácticas para su uso en la toma de decisiones de la empresa.</p> <p>5. Identificar y desarrollar la oferta de servicios que demandaran los requerimientos dinámicos y futuros de la membrecía</p> <p>6. Habilitar medios, herramientas y destrezas para introducir a los CPAs en los siguientes dominios:</p> <p style="padding-left: 40px;">Tecnología: Enfocarse a los riesgos de seguridad y privacidad; adaptar servicios tradicionales; utilizar herramientas “estado de arte” para alcanzar nuevos mercados</p> |



Educación: Equilibrar el juicio con la habilidades técnicas; enseñar habilidades interpersonales; mantener un paso adelante de la curva de regulaciones y estándares.

Globalización: Entender asuntos internacionales, tendencias, estándares y regulaciones; identificar nuevos mercados; explorar nuevas oportunidades de trabajo.

7. Impulsar la transformación del CPA hacia la generación del futuro a través de crear procesos institucionales que integren e involucren a la organización del ICPNL y al CPA a vivir la experiencia del cambio en los siguientes dominios:

Promoción: Presentar al mercado las virtudes de la profesión: integridad, objetividad y confianza a la audiencia local e internacional.

Colaboración: Entender las diferentes percepciones y realidades de las generaciones y encontrar medios para cerrar la brecha y tomar las ventajas de lo mejor que cada uno ofrece.

Integración: Revisar nuestras competencias y alinearlas con las nuevas realidades; mejorar nuestro rol como consejeros de negocio.

Adaptación: Direccionar los cambios en el mercado, economía, negocios y regulaciones; involucrarnos nosotros mismos en las tendencias domesticas e internacionales.

Competidores: Entender las numerosas opciones disponibles a los clientes y empleados; Presentar al mercado el valor del CPA.