



Instituto Mexicano de
Contadores Públicos
Región Centro
Occidente (RCO).

BOLETÍN DE LA COMISIÓN REGIONAL SECTOR EMPRESAS (RCO).

Carta Editorial:

Sabedores de la necesidad de impulsar el empresariado y fortalecerle en la región, desde nuestra perspectiva financiera, contable y fiscal (principalmente), nos complace en esta edición presentar el Primer foro empresarial de la Comisión Regional Centro – Occidente del Sector Empresas para colaborar con este fin. Ha sido un arduo trabajo por parte del comité encargado de llevar a cabo esta tarea y esperamos sea el primero de muchos más logros de esta Comisión Regional. Ponemos a su disposición el programa del foro en: www.foroempresarial.org.mx

En esta edición contamos con la colaboración del C.P.C. Mario Rizo quien además será uno de los participantes del Foro Empresarial quien en esta ocasión nos brinda los 9 pasos para la planeación exitosa, así como con la colaboración de C.P. y M.A. Juan Carlos Miranda Rosales con su atinada intervención del ecosistema emprendedor.

Adicionalmente contamos con la invitación de nuestro presidente regional C.P.C. Juan Pascual de Jesús Felipe Martínez Tizcareño.

C.P. y C.P.F Ana Lilia Salazar Gallaga
Presidente de la Comisión Regional Sector
Empresas RCO

Boletín No. VIII Julio 2016
publicado en la Región Centro
Occidente.

CONTENIDO

Carta editorial (Pág. 1)

Mensaje Presidente Región Centro
Occidente (Pág. 3)

Invitación al Primer Foro Empresarial
Centro Occidente “Una visión integral
de negocios” (Pág. 5)

De la planeación al éxito en 9 pasos
(Pág. 6)

Ecosistema emprendedor y
vinculación cuádruple hélice. (Pág. 11)

Editores:

C.P.C. Juan Ignacio Oros Guerrero
C.P. Karla Yolanda Peña Núñez
L.C.y C.P.C. Fritzo América Cárdenas
Delgado.
C.P. y P.C.F Ana Lilia Salazar Gallaga.



Instituto Mexicano de
Contadores Públicos
Región Centro
Occidente.

BOLETÍN DE LA COMISIÓN REGIONAL SECTOR EMPRESAS (RCO).

Integrantes del consejo directivo de la Comisión.

C.P. y P.C.F Ana Lilia Salazar Gallaga.

Presidente

C.P. Karla Yolanda Peña Nuñez.

Vicepresidente.

C.P. Sanjuana González Paramo.

Secretario

C.P. Ulises Rodríguez Aguilar.

Prosecretario

L.C. y C.P.C. Fritzo América Cárdenas Delgado.

Tesorero

C.P.C. Juan José Padró Ramírez.

Auditor de Gestión.

Integrantes de la Comisión Regional Sector Empresas.

C.P.C. Juan Ignacio Oros Guerrero

C.P.C. Juan Manuel Plascencia Guardado.

C.P. María Margarita Aranda Martínez.

C.P.C. Jorge Ochoa León.

C.P.C. Lidia Sánchez Barajas.

C.P.C. Alejandra del Carmen Toledo Ortega.

C.P. Lucio Romero Juárez.

C.P. Maite Flores Miranda.

C.P.C. Sergio González Murillo

C.P.C. Roberto Carlos Estrada Zavala

C.P.C. Juan José Padró Ramírez

C.P. Alfredo Caballero Rodríguez

Representantes de la Región Centro Occidente del IMCP

C.P.C. Juan Pascual Felipe de Jesús Martínez
Tizcareño

**Presidente de la Región Centro Occidente del
Instituto Mexicano de Contadores Públicos.**

C.P.C. Omar Josué Ramírez Torres
**Vicepresidente de la Región Centro Occidente
del Instituto Mexicano de Contadores Públicos.**

POLITICA EDITORIAL:

Los artículos publicados expresan la opinión de los autores y no necesariamente la de la RCO.

Se permite la reproducción de los artículos citando la fuente de los mismos.

MENSAJE PRESIDENCIA REGIÓN CENTRO OCCIDENTE.

Muy buena vida, celebro con emoción la realización del PRIMER FORO REGIONAL DEL SECTOR EMPRESAS, todo nacimiento es un enorme reto y un gran compromiso de continuidad y crecimiento, con la inclusión de este foro a nuestros eventos Regionales se tiene ahora la posibilidad de convivir y crecer profesionalmente con temas de altísima calidad en lo relativo al sector empresas.

Este evento nuestro foro “REGIONAL de EMPRESAS” se suma a los foros regionales de “FISCAL, CONTABILIDAD Y AUDITORIA, SEGURIDAD SOCIAL, PRECIOS DE TRANSFERENCIA Y GUBERNAMENTAL” Así como a nuestra CONVENCIÓN REGIONAL.

Felicito y me anima el conocer como está integrada nuestra Comisión Regional del Sector Empresas y a su lideresa la CPC Ana Lilia Salazar Gallaga, para garantizar cumplimiento de objetivos de largo plazo en esta comisión la cual apenas en marzo del año 2015 emitió su primer boletín.

La comisión Regional de empresas cuyo objetivo es integrarse alineadamente con la Comisión Nacional del IMCP, con la entidades empresariales así como los contadores que contribuyen al desarrollo de las mismas como asesores de negocios en esta Región, se ha dado la tarea en esta ocasión de hacer nacer un proyecto, un proyecto por demás interesante , un proyecto en donde por primera vez tendremos en nuestra Región un Foro de Empresas con una temática amplia y además con una visión integral de negocios, los temas desarrollados en esta ocasión son diversos y van desde la trascendencia y la importancia de la transición de la empresas familiares a familias empresarias pasando por los esquemas de financiamiento necesarios en este momento para el desarrollo del potencial de dichas entidades integrando el tema de factor humano como una clave de la competitividad dentro de la empresa, productividad empresarial, alternativas para hacer negocios en la actualidad, comercio exterior y los riesgos y oportunidades empresariales, el Foro contiene temas de altísimo nivel técnico, temas innovadores, temas que nos permiten ampliar nuestra visión de negocio dentro del ámbito de

responsabilidad de capacitación y al margen de esto no podemos dejar de destacar que dichos temas estarán enmarcados en un lugar por demás bello y paradisíaco, el puerto de Manzanillo en Colima. Uno de los más importantes a nivel nacional y en donde será cuna del nacimiento de este primer Foro Regional del Sector empresas.

Agradezco sinceramente el esfuerzo realizado por la Comisión y por el Colegio anfitrión el Colegio de Colima donde su presidente el CPC José Valentín Reyes Radillo no ha escatimado esfuerzo en el apoyo incondicional al mismo y los invito a asistir, divertirse, descansar, disfrutar y sobre todo capacitarse.

Atentamente

Juan Pascual Felipe de Jesús Martínez Tizcareño CPC y MF

Presidente de la Región Centro Occidente del Instituto Mexicano de Contadores Públicos 2015-2016



Hotel sede: El Tesoro Manzanillo



1^{er} FORO EMPRESARIAL
CENTRO OCCIDENTE
UNA VISIÓN INTEGRAL DE NEGOCIOS

www.foroempresarial.org.mx

MANZANILLO COLIMA

viernes 2 y sábado 3 de septiembre

whatsapp: (312) 31-44-88-98

Teléfono: (312) 313-28-83

2016



Colegio de Contadores
Públicos de Colima A.C.
Región Centro Occidente
SECTOR EMPRESAS

DE LA PLANEACIÓN AL ÉXITO EN 9 PASOS.

Por el C.P.C. Mario Rizo Rivas

La planeación estratégica es la integración de distintas tácticas organizacionales, y contempla una serie de variables y posibilidades que pueden influir en la operación y funcionamiento de un negocio. Todo esto suena un poco complicado, pero en realidad es bastante sencillo. Aun así, muchas pequeñas, medianas e incluso grandes empresas, intimidadas por lo que pareciera ser un proceso exclusivo de grandes y modernos corporativos, carecen de esta importante herramienta.

Antes de continuar, respondamos una pregunta fundamental: ¿por qué es tan importante la planeación estratégica para el éxito de una organización? Porque a través de ella se formulan las metas y objetivos del negocio, además de que se diseñan e implementan las acciones necesarias para alcanzarlos. Y todo eso se hace considerando las situaciones y los problemas que una empresa determinada podría encontrar en el camino, por lo que también se trabaja para establecer, de manera anticipada, la forma más conveniente de enfrentarlos.

Para perderle el miedo a la planeación estratégica, y comenzar con este proceso en tu empresa, te recomendamos estos doce pasos:

I. Plantea la Misión, Visión y Valores de tu empresa. Si ya los tienes, es momento de revisarlos; si no, debes pensar en lo siguiente: ¿cuál es la razón de ser de tu empresa? La respuesta a esta pregunta constituye la base de la filosofía de tu negocio, o lo que llamamos “Misión”, y en ella se incluye el principal objetivo de la compañía.

La Visión, por su parte, es el lugar en el que visualizas a la empresa en un periodo de tiempo determinado, por ejemplo: ser la mejor empresa de su sector en la ciudad, región, país etcétera.

La visión debe ser una meta razonable y realizable dentro del lapso en que esperas lograrla: cinco, diez o quince años. Finalmente, habrá que enlistar aquellos valores importantes que te ayudarán a cumplir tu Misión y a la realizar tu Visión. Ejemplos de valores son la honestidad, la excelencia, la responsabilidad, el respeto, etc. Estos, por supuesto, son valores necesarios para cualquier empresa; para el resto, será necesario seleccionar valores que tengan sentido especialmente en el contexto de tu empresa. Por ejemplo, la vocación de servicio es un valor fundamental en una empresa de servicios, como un restaurante o un hotel.

II. Define los objetivos de tu empresa. Además del objetivo principal plasmado en la Misión de tu negocio, debes establecer otros objetivos particulares que quieres lograr, así como el periodo en el que te gustaría cumplirlos. Estos objetivos deben ser claros, realizables y completamente medibles. En otras palabras, al final del plazo que te hayas impuesto, deberás ser capaz de responder si lograste cumplirlos o no.

“Dar nuestro mejor esfuerzo para satisfacer cabalmente al cliente” es un objetivo escrito de manera ambigua, y por lo tanto no puede medirse. Habrá que tomar la variable “satisfacción del cliente” y darle una escala y unos valores que nos permitan medirla para poder determinar si se está cumpliendo con ella o no.

III. Integra un equipo multidisciplinario de trabajo. Si bien, la elaboración de la planeación estratégica es una tarea del Consejo de Administración y de la Dirección, la intervención de personal de diferentes niveles y áreas es necesaria. Y para hacer que todos intervengan de manera armónica, es necesario formar un equipo de apoyo conformado por colaboradores destacados. El conocimiento profundo que cada uno de ellos tiene de las actividades que la empresa realiza te permitirá diseñar una planeación estratégica más fácil de implementar.

Además, al involucrar a tus colaboradores clave en este proceso, propiciarás que se encuentran bastante motivados, pues verán que sus acciones tienen un impacto fundamental en el éxito del negocio.

IV. Realiza un análisis FODA. Los siguientes cuatro pasos forman parte del análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas), que consiste en una evaluación del entorno en el que se encuentra tu negocio y de la situación propia o interna de la empresa. Al elaborar este análisis es muy recomendable involucrar a tu equipo de trabajo.

a) Analiza el interior. Debes hacer un diagnóstico del estado actual de tu negocio, de los recursos y habilidades que posees, así como de aquello que te hace falta. Realiza una descripción detallada de la situación en la que se encuentra tu empresa en este momento, pues te será muy útil para el siguiente paso.

b) Conoce tus defectos y virtudes. Una vez que has descrito el estado del negocio, es momento de enlistar sus Fortalezas y Debilidades, es decir, todo aquello en lo que consideras que tu compañía tiene conocimiento, recursos, herramientas y habilidades; y, además, los puntos débiles y áreas que requieren atención.

c) Analiza el exterior. Tu negocio está sujeto a situaciones sobre las que no tienes control, a eventos que pueden o no suceder, pero que debes tener en consideración para fortalecer tu planeación. Analiza el entorno, los indicadores macroeconómicos, los nuevos segmentos, el comportamiento del mercado, los riesgos, etcétera.

d) Detecta las oportunidades y amenazas. Ya que has analizado el entorno, es momento de preguntarse: ¿Existen áreas de oportunidad en las que tu negocio podría incursionar? ¿Podrían presentarse situaciones que representen un peligro para tu negocio actual, como desastres naturales, cambios en las leyes o tendencias de mercado?

V. Establece las estrategias. Luego de haber identificado estos puntos, es el momento de pensar en cómo vas a lograr los objetivos de tu empresa. Conociendo tus fortalezas y debilidades, podrás aprovechar mejor las oportunidades y prepararte para enfrentar las amenazas latentes en el entorno, y así, junto con tu equipo, idear estrategias sólidas que te permitan alcanzar las metas propuestas.

VI. Asigna líderes y plazos. De acuerdo con las habilidades de tu equipo de trabajo y del puesto que cada quien desempeña, asígnalos como líder de una estrategia o grupo de estrategias, a fin de que sean los responsables de implementarla. Esto te permitirá que cada uno se enfoque en lograr ciertos objetivos particulares en el tiempo que se establezca como pertinente.

VII. Implementa la estrategia. Puedes tener una estrategia maravillosa para lograr tus objetivos, pero no vale si nunca te das el tiempo de implementarla. Además de una idea brillante, se requiere de talento y de habilidades directivas para materializarla, y es por eso que debes poner especial atención en la selección de tu equipo, así como en la asignación de tareas.

VIII. Monitorea el avance. Debes dar seguimiento a la puesta en práctica de las estrategias. Elige los indicadores que te mostrarán el avance, habla periódicamente con los líderes, pregúntense si la estrategia funcionó como esperaban o si es momento de replantearla.

IX. Evalúa los resultados obtenidos. Cuando los plazos se cumplan, revisa tus indicadores. Guíate por las siguientes preguntas: ¿la estrategia funcionó? ¿Se cumplió el objetivo? ¿Qué hizo falta? Reúne a tu equipo de trabajo para discutir los resultados obtenidos y mejorar tu planeación estratégica.

Puedes mejorar sustancialmente los resultados de tu negocio siguiendo estos sencillos pasos. Recuerda que ni tú ni tu equipo de trabajo, ni las estrategias más sofisticadas, son infalibles. Por eso, no hay que desanimarse. Al contrario, será necesario que continuamente evalúes la planeación estratégica y, de ser necesario, replantees los objetivos y reconfigures las estrategias.

Recuerda las palabras de J.P. Sergent:

“El éxito no se logra sólo con cualidades especiales; es, sobre todo, un trabajo de constancia, de método y de organización.”



C.P.C. y M.I. José Mario Rizo Rivas
Socio Director de Salles, Sainz – Grant Thornton (SSGT), S.C

ECOSISTEMA EMPRENDEDOR Y VINCULACIÓN CUÁDRUPLE HÉLICE.

POR EL C.P. Y M.A. JUAN CARLOS MIRANDA ROSALES

La iniciativa empresarial siempre ha sido una historia de claroscuros y paradigmas.

Para muchos está destinada a quienes tienen la capacidad económica para fondear los proyectos, asumiendo con ello que el factor diferenciador es el dinero.

Pero, para los menos, siendo estos menos los que se animan a poner en duda estos paradigmas, la iniciativa empresarial es la combinación de pasión, riesgo controlado, una idea viable, bien fundamentada, un trabajo serio de investigación y conocimiento del entorno. Para estos, el dinero es una variable más, que con ingenio, creatividad y audacia puede ser resuelta, para lograr su objetivo de emprendimiento.

Para que el espíritu emprendedor se desarrolle como cultura en una sociedad se requiere de una “red de protección” que permita a quien lo aplica, acercarse a herramientas, metodologías y apoyos que ayuden a minimizar al máximo la probabilidad de fracaso. Esta red o ecosistema permite la sinergia de esfuerzos para lograr que el tejido económico y el tejido social caminen hacia el mismo sentido de lograr desarrollo y crecimiento.

En el caso de nuestro País, la política pública en materia de fomento emprendedor y empresarial ha venido consolidando lo que se conoce como la “Red de Apoyo al Emprendedor”, la cual, de acuerdo al Instituto Nacional del Emprendedor, sirve a los emprendedores y empresarios para poder localizar productos y servicios que le beneficiaran en la creación o fortalecimiento de su empresa, registro de marca, diseño de logo, elaboración de páginas web, facturación electrónica, etc., todo esto con tan solo la realización de un diagnóstico para localizar los programas de su interés de acuerdo a su perfil y así poder vincularse a ellos.

La Red de Apoyo al Emprendedor es un mecanismo de coordinación al interior de las dependencias de gobierno para poder ofrecer en una sola ventanilla los servicios, programas y productos que ofrece el Gobierno Federal a los emprendedores y empresas; también se integra al sector privado, es decir, empresas que cuentan con algún producto o servicio que pueda ayudar en alguna de las etapas de inicio, crecimiento y consolidación de tu empresa.

Esto busca evitar que los emprendedores renuncien a su idea debido al “calvario” con caídas incluidas, que en ocasiones enfrentan al tratar de pedir asesoría, gestionar un trámite de nombre, identificar una fuente de apoyo económico, etc.

El ecosistema emprendedor ayuda a resolver inquietudes y problemas relacionados con identificación de mercados, regulaciones legales, incluyendo los aspectos fiscales, y herramientas muy útiles como opciones de contabilidad electrónica para micro y pequeños empresario por citar algunos aspectos.

Para facilitar el acceso a la red de Apoyo al Emprendedor, el Instituto nacional del Emprendedor se apoya en la figura de “Puntos Mover a México”, los cuales son ventanillas de atención ubicadas a lo largo y ancho del país, que son espacios físicos de atención personal a la ciudadanía que acude a ellos en busca de información y orientación para el tema de emprendimiento y consolidación y crecimiento de empresas nuevas o ya en funcionamiento.

Para quienes ejercemos la Contaduría es muy importante ayudar a nuestros clientes a identificar diversas oportunidades de crecimiento, expansión o consolidación, por lo que es conveniente que estemos familiarizados con estas ventanillas a efecto de acercar a los contribuyentes, empresarios en esencia, al ecosistema emprendedor, de manera que aprovechen los apoyos que las instituciones tanto públicas como privadas les ofrecen.

El ecosistema emprendedor se puede constituir además en ese espacio natural de vinculación de la triple hélice: empresa-universidad-gobierno, facilitando la

transferencia de conocimiento y generando clústeres de innovación que ayuden a resolver problemas de manera creativa y rápida.

Un caso concreto lo constituye la instalación del Punto Mover a México en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, concretamente en la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas. A través de este espacio, la Universidad se posiciona como un aliado del emprendedor al ofrecer, a través de esta ventanilla alternativas de consultoría en aspectos de mercado, técnicos, financieros y legales, de manera que alumnos y maestros puedan aplicar los conocimientos en situaciones reales y útiles para la sociedad.

A esta triple hélice debemos incorporar a las profesiones colegiadas como la nuestra para que sumemos nuestras fortalezas y capacidades a este ecosistema, partiendo de la realidad de que a un lado de una gran empresa, sea del tamaño que sea, siempre hay un Contador ayudándole y acompañándole en el diario reto de mantener a flote el sueño que motivo al emprendedor a crear un negocio socialmente necesario y rentablemente sostenible. Hagamos lo conveniente para que el Profesional de la Contaduría sea pues la Cuádruple Hélice del ecosistema emprendedor.



C.P. Y M.A. Juan Carlos Miranda Rosales.

Sub-director de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.