

Asamblea Anual 2010

Informe de Actividades

09.02.2011

USEM México

Unión Social de Empresarios de México, A.C.

1. Introducción

Es grato dirigirme a la Asamblea General de Socios de USEM México para presentar los resultados obtenidos durante la gestión del Consejo Directivo en el período comprendido entre febrero de 2010 y enero de 2011.

Sin lugar a dudas los impactos de la crisis financiera mundial, que se inició a finales del 2008, tuvieron consecuencias negativas a nivel internacional y desde luego en nuestro país. La USEM México no estuvo exenta de sufrir estos impactos, que se reflejaron en la caída de ingresos y la afectación de la liquidez de la Asociación en el 2009.

El inicio de la gestión del nuevo Consejo Directivo estuvo marcado por retos interesantes que exigían mucho trabajo para recuperar la tendencia de crecimiento de años anteriores, y para capitalizar la incipiente recuperación que comenzó en el 2010 en varios sectores en nuestro país.

El nuevo Consejo Directivo fue integrado por un grupo de socios con larga trayectoria en USEM, y por otro de socios con menos tiempo de incorporación. Al arrancar en febrero de 2010, la edad promedio de los Consejeros era de 41.8 años, con un combinación de experiencias en los sectores financieros, de servicios, de comercio y de manufactura.

El trabajo del Consejo Directivo estuvo enfocado en modernizar, actualizar y colocar a la vanguardia a la USEM, para responder de una mejor manera a los retos que la situación actual está exigiendo en el ambiente empresarial en México. Se definieron para este ciclo tres prioridades sobre las cuales basar un proyecto de trabajo enfocado:

- a) **POSICIONAR:** Mejorar el Posicionamiento de USEM para encontrar mejores maneras de llevar el mensaje del Pensamiento Social Cristiano a los Empresarios y Dirigentes de Empresa
- b) **FORTALECER:** Desarrollar un modelo de operación viable y replicable que nos permita cumplir nuestra misión en el largo plazo.
- c) **INFLUIR:** Ampliar el Campo de Influencia de USEM para lograr un proceso de transformación medible y sostenido en la construcción de una sociedad más justa, más libre y más humana.

Se inició con una Sesión de Visión en la que participaron los Consejeros, Ex Presidentes, los integrantes del Comité de Estudios, algunos socios y expositores de larga trayectoria en USEM. Posteriormente, el Consejo Directivo concluyó la Planeación Estratégica cuyo resultado fue la definición del **Plan Estratégico en una Página (PEUP)**, el cual se convirtió en la brújula para desarrollar el trabajo basado en la alineación y enfoque en metas e iniciativas y su puntual seguimiento para lograr resultados.

Quiero reconocer el trabajo realizado por nuestro Equipo de Oficina encabezado por Francisco González Gómez que, con su liderazgo y compromiso, logró una excelente ejecución de las tres prioridades. También agradezco el apoyo y dedicación de cada uno de los miembros del Consejo Directivo para concretar una estrategia que llevará a USEM México a responder con contundencia a los tiempos actuales. La ayuda y aliento de nuestros Ex Presidentes ha sido fundamental. Finalmente, nuestros socios son los héroes que contribuyen día con día a la construcción de una sociedad más justa, más libre y más humana en México.

2. Metas y Resultados Logrados 2010 - 2011

| Número Inteligente | Unidad de Medida | Meta | Real | Avance Logrado |
|---------------------------------|------------------|-----------|-----------|----------------|
| Ingresos | \$ | 4,996,251 | 5,805,226 | 116% |
| Gastos | \$ | 5,110,544 | 5,412,345 | 106% |
| Utilidad | \$ | (114,293) | 392,881 | 444% |
| Saldo en Bancos | \$ | 556,000 | 1,061,063 | 191% |
| Socios | # | 165 | 166 | 101% |
| USEM Joven | # | 10 | 11 | 110% |
| Egresados de CUFOSO | # | 58 | 67 | 116% |
| Egresados de CISOS | # | 106 | 109 | 103% |
| Asistentes a Seminarios | # | 95 | 134 | 141% |
| Asistentes a Sesión Comida | # | 1,390 | 1,470 | 106% |
| Mesas de diálogo | # | 3 | 3 | 100% |
| Artículos originales publicados | # | 12 | 15 | 125% |
| Visitas a página Web | # | 70,000 | 62,981 | 90% |
| Contactos en Facebook | # | 200 | 256 | 128% |
| Seguidores en Twitter | # | 300 | 345 | 115% |

3. Resultados Prioridad Posicionar

3.1 Plan Estratégico de Comunicación (FASE 1)

Con el apoyo de nuestra Consejera de Comunicación, durante el 2010 se realizó una investigación sobre la situación actual de la USEM en materia de posicionamiento y comunicación institucional. Luego de analizar Fortalezas y Debilidades, se desarrolló una propuesta estratégica con base en los objetivos institucionales de la USEM: Se esclareció el objetivo institucional de comunicación y se desarrolló una estrategia de comunicación institucional. Se implementó la primera fase del Plan Estratégico de Comunicación PEC 2010-2012.

Algunas de las acciones ya implementadas, son:

- a) Se desarrolló el nuevo concepto FIT, como la marca de referencia de la nueva estrategia de comunicación.
- b) Se desarrolló e implementó el primer **video institucional FIT**, que desarrolla el concepto FIT como la esencia de la USEM: Formación, Información y Transformación.
- c) Se diseñó e implementó la nueva imagen gráfica y el nuevo logo FIT.
- d) Se diseñó y distribuyó el nuevo **Folleto FIT** para entregar en todos los eventos y programas.
- e) Por primera vez se hizo entrega del Premio Espíritu USEM que es el reconocimiento a los Socios que con su compromiso y participación marcaron una diferencia en la Asociación. Los galardonados fueron: Norma Flores, Enrique Calzada, Enrique Saiz, Luis Blanco, Salvador Milanés García Moreno y Jesús Padilla.

3.2 Nuevo Formato para las Sesiones Comida

Se redefinió una nueva estrategia para las sesiones comida cuyo objetivo es fomentar una mayor integración entre los asistentes, privilegiando la conversación en cada una de las mesas:

- a) Al maestro de ceremonias se le dio el carácter de anfitrión de la sesión.
- b) Diferentes Consejeros fueron encargados de ocupar este rol, de manera que los socios y simpatizantes pudieran identificarlos y conocerlos.
- c) Al inicio se da una breve bienvenida y se comparte con la audiencia los logros y reconocimientos obtenidos por nuestros socios durante el mes anterior.
- d) Se diseñó un nuevo gafete, más atractivo y distinguiendo por colores el estatus de los asistentes en Consejeros, Socios o Invitados. En la parte posterior del gafete se incluye una nota con los avisos de eventos próximos.

3.3 Vinculación con otras Instituciones

Se mantuvo un contacto permanente y se fortalecieron los vínculos con Instituciones que son aliadas y estratégicas para USEM México como lo son:

a) Cúpulas

- COPARMEX (Confederación Patronal de la República Mexicana).
- CEM (Conferencia del Episcopado Mexicano).
- CMIC (Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción CMIC).

b) Gobierno

- SFP (Secretaría de la Función Pública).
- SE (Secretaría de Economía).
- Cámara de Diputados.

c) Institutos y Universidades

- IPADE (Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa), con el cual se estableció una alianza para invitar a sus egresados a cursar el CUFOSO, así como mantener un vínculo permanente con sus catedráticos.
- IMDOSOC (Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana).
- ULSA (Universidad La Salle).
- Universidad Panamericana (UP).
- ITAM (Instituto Tecnológico Autónomo de México).

4. Resultados de Prioridad Fortalecer

4.1 Plan Estratégico en una Página

Con el apoyo de ONE Especialistas en Crecimiento se elaboró el **Plan Estratégico en una Página (PEUP)**, que ha sido una guía para la alienación y enfoque en prioridades y metas establecidas para la gestión del Consejo y del Equipo de la Oficina de USEM-México. En este plan se establecen los elementos de la ideología fundamental de la Asociación como lo son su visión, misión y valores, así como los objetivos e iniciativas a lograr a diez, tres y un año, y al trimestre en curso (Ver Anexo).

4.2 Metodología para las reuniones de trabajo

Se implementó la metodología de **Reuniones Inteligentes** de Do It Internacional, para seguir en todas las juntas de Consejo, de Comité Ejecutivo y de las diferentes reuniones de trabajo. Las reuniones que se llevaron a cabo fueron:

- a) 11 reuniones del Consejo Directivo.
- b) 12 reuniones de trabajo por parte de los diferentes comités: Ejecutivo, de Tesorería, de Comunicación, de Formación, de Membresías, de Transformación, de Eventos.
- c) 1 reunión de Visión en la que participaron Ex Presidentes, Consejeros, Expositores y algunos Miembros destacados de la Asociación.
- d) 1 reunión con el Consejo Consultivo.

4.3 Fortalecimiento del Área Financiera

A pesar de comenzar este período con un escenario limitado de recursos financieros, la situación pudo ser superada gracias a la efectividad del área de Administración que se enfocó en reducir el ciclo de efectivo y estableció nuevas políticas de cobranza. De igual manera el área de Promoción implementó una estrategia de ventas exitosa que permitió la recuperación en la generación de ingresos. Quiero hacer público el apoyo solidario que obtuvimos este año

por parte de Don Lorenzo Servitje Sendra y del Lic. Paulino Rivera Torres Mansi. Los logros más importantes fueron:

- a) Crecimiento en ingresos del 41% en base al período 2009 – 2010.
- b) Incremento en un 25% la rotación de cuentas por cobrar.
- c) Se documentaron el 90% de los casos de adeudos vencidos, y éstos han sido recuperados de acuerdo a los compromisos establecidos en cada caso.
- d) El remanente de operación fue por \$393,000 y fue muy superior al presupuesto.
- e) El saldo final en bancos se incrementó en un 400% en relación al del inicio del período.

4.4 Implementación de Hojas de Ruta

Se logró la implementación de una herramienta que permite vincular las estrategias y objetivos del **Plan Estratégico en una Página (PEUP)** con la ejecución por parte de cada una de las áreas operativas de la Oficina. Lo que se mide, crece. La prueba piloto se hizo con el área de Administración en donde se establecieron Números Inteligentes que son los indicadores del avance en las metas y se indica el semáforo de resultados: verde, amarillo y rojo.

Durante 35 semanas el área de Administración reportó al comité de Tesorería los resultados alcanzados en cada semana.

5. Resultados Prioridad Influir

5.1 Incremento en Membresía

Durante el ciclo 2010 – 2011 la membresía de USEM México se incrementó para ser un total de 182 integrantes. Está incluido el grupo de 11 miembros de USEM Joven y 5 miembros de Honor. El área de Promoción realizó un gran trabajo en el seguimiento y la atención a todos los miembros. Se elaboraron nuevos paquetes de membresía, incluido el de la corporativa.

Durante los meses de junio y julio se aplicó una encuesta de satisfacción la cual fue respondida por el 25% de los socios. En términos generales el valor percibido por los socios de USEM México es de una calificación media, y resaltan tres sugerencias centrales: **mejorar la comunicación interna, promover una mayor integración entre los socios y lograr un mayor impacto en la sociedad.**

5.2 Sesiones Comida

Se llevaron a cabo 11 reuniones mensuales, en las que se tuvieron 1,470 asistencias. Los ponentes fueron una mezcla de representantes de los sectores privado, público y académico. Para conocer más detalles del contenido de cada una de estas ponencias se puede visitar esta liga: <http://tinyurl.com/5step26v>

5.3 Formación, Información y Transformación.

Las áreas de Formación e Investigación realizaron un intenso y efectivo trabajo que se ve reflejado en positivos logros:

- a) 67 participantes del Cufoso, de las generaciones 59 y 60, que iniciaron en Marzo y Septiembre de 2010, respectivamente. Han sido 50 empresas las representadas en este programa de formación.
- b) Se incorporaron 4 nuevos integrantes al Claustro de Expositores del CUFOSO.
- c) Se llevó a cabo una auditoría educativa al CUFOSO a través de un comité técnico pedagógico conformado por miembros de la Universidad Panamericana, la Universidad La Salle, el área de Formación y miembros de USEM México. El resultado ha sido el inicio del proyecto de Mejores Prácticas del Cufoso que permitirá actualizar el diseño curricular-metodológico y alinearlos a las necesidades identificadas para lograr una intervención educativa más eficiente para los Empresarios y Dirigentes de Empresa.
- d) Se impartieron 5 CISOS con un total de 109 egresados que pertenecen a 27 diferentes organizaciones empresariales.
- e) Se impartieron 6 seminarios, exclusivos para miembros, con un total de 134 asistencias que permitieron a los participantes profundizar en temas de gran relevancia en la actividad empresarial, social y personal. Los seminarios fueron:
 - WEF 2010 Davos, Suiza.
 - Predictive Index, una herramienta de reclutamiento que permite comparar el perfil de candidatos contra el perfil del puesto.
 - Mobbing: existe violencia donde menos te imaginas.
 - Narciso en búsqueda de sentido o el precio de nuestro individualismo.
 - Filosofía para una cultura de la vida.
 - Taller de discernimiento espiritual para la toma de decisiones empresariales.
- f) Se logró concluir el proyecto que inició en 2009 en el que colaboran la USEM México y la Universidad La Salle para desarrollar e impartir la Especialidad en Responsabilidad Social de las organizaciones.
- g) El Comité Editorial produjo 15 nuevos artículos que fueron publicados dentro de los 20 boletines electrónicos enviados y en la Revista USEM.
- h) Se llevaron a cabo 3 Mesas de Diálogo, de las que se han publicado dos de ellas y la tercera se hará ahora en febrero. Ésta ha sido una novedosa iniciativa que permite también profundizar en temas coyunturales.
- i) En el área electrónica hemos mantenido una estrategia para estar al día con las nuevas tecnologías. Nuestra página Web recibió 63 mil visitas, contamos con 256 contactos en Facebook y con 345 seguidores en Twitter. Se publicaron 1,100 twitts.

6. Conclusión

El trabajo realizado en los últimos doce meses ha sido de gran intensidad, en algunos momentos se requirió operar bajo mucha presión y de enfrentar situaciones inesperadas, sin embargo los resultados han sido positivos en relación a las metas que se establecieron al inicio de la gestión.

La tarea es grande para dar continuidad a la gran labor desempeñada por los Consejos Directivos anteriores, que lograron consolidar a USEM México como el **Referente de la Conciencia Social del Empresario en México**. Esto implica mantener el esfuerzo de fortalecer una comunicación más estratégica de USEM tanto para los públicos internos como los externos. De esta manera nuestro mensaje de construir una sociedad más justa, más libre y más humana será mejor recibido por las generaciones actuales.

Es indispensable continuar el fortalecimiento financiero de la Asociación para que la operación sea viable en el largo plazo. Nuestros diferentes programas de formación deben responder a las necesidades que el sector empresarial mexicano requiere. Al mismo tiempo es indispensable apoyar a nuestro equipo de Oficina para potenciar su gestión con formación, con

metodología, con indicadores, y desde luego implementar un programa de incentivos y compensaciones para premiar los buenos resultados.

Finalmente, debemos modernizar, actualizar y colocar a la vanguardia a USEM México para responder de una mejor manera a los tiempos actuales y poner en forma el Espíritu USEM de Empresarios y Dirigentes de Empresa para que logren el desarrollo sostenido de sus empresa y sus colaboradores y con ello lograr su propia trascendencia mediante la aplicación de los Principios del Pensamiento Social Cristiano.

Afectuosamente,

Carlos Latorre López
Presidente del Consejo Directivo USEM México
2010 - 2011

Anexos:

1. PEUP