

# PLAN ESTRATÉGICO 2012-2014

**1** Etapas, Calendario y Grupo de Trabajo

2 Misión, Visión y Valores

3 Metas Estratégicas

4 Análisis DAFO / CAME

5 Líneas Estratégicas

6 Iniciativas Estratégicas

## 1.- Etapas del Proyecto

### Etapas del Plan Estratégico



## 1.- Calendario

Sesiones	Fechas
Etapas, calendario, metodología y lanzamiento. Antecedentes y Contexto	7 de Febrero
Misión, Visión, Valores y Metas	14 de Febrero
Revisión y Acuerdo MVV y Metas	28 de Febrero
Análisis del entorno	14 de Marzo
Análisis interno	28 de Marzo
Selección y Priorización (Amenazas/Oportunidades/Fortalezas/Debilidades)	11 de Abril
DAFO/CAME	26 de Abril
Alternativas y Líneas Estratégicas	9 de Mayo
Despliegue de la estrategia/Iniciativas	23 de Mayo
Revisión conclusiones preliminares	6 de Junio
Presentación y difusión	20 de Junio

## 1.- Grupo de trabajo

Grupo de Trabajo	Empresa
Alberto Diez	AECTA
Adolfo Lopez Rausell	KMC Consultores
Alfredo Oller Prieto	Consultora Hepta
Javier Manglano Sada	Consultora Forintec
Jordi Joan Maurí Castelló	Consultora Aplicae
Luis Navarro Baquero	Navarro Consultores
Máximo Neira Schliemann	Beyond Economics Business Consulting
Nuria Lloret Romero	MASMEDIOS SL
Ricardo Almenar Peñalva	Sealco Consultores
José María García Albornoz y Jose María Carrillo Serra	Grupo IFEDES
Vicente Centelles Forner	Avanzada Knowledge Associates SL Valencia
David Mor Vila	DM Consulting
Rafael Machin	Fuerza Comercial Consultoría
Joaquín Membrado	Estrategia y Dirección
Inmaculada Boluda	Estrategia y Dirección
Conrado Benedicto	Estrategia y Dirección

1	Etapas, Calendario y Grupo de Trabajo
<b>2</b>	<b>Misión, Visión y Valores</b>
3	Metas Estratégicas
4	Análisis DAFO / CAME
5	Líneas Estratégicas
6	Iniciativas Estratégicas

## 2.- Misión y Visión

### Misión

**Apoyar y representar a los asociados para contribuir a su éxito profesional y potenciar al sector de la Consultoría como colectivo.**

### Visión

**Ser un referente a nivel nacional como modelo de organización empresarial, dinamizador de la innovación y la regeneración estratégica del tejido empresarial e institucional.**

## 2.- Valores

### Valores

**Cooperación**, practicada entre los socios y fomentada entre las empresas clientes, supondrá el aprovechamiento de las sinergias y el aumento de la competitividad y productividad

**Independencia profesional**, no estar condicionados ante la ideología o intereses de los *grupos de interés (Administración, Universidades, Centros Tecnológicos, Organismos Públicos, Asociados, Clientes)*, a la hora de realizar un proyecto, representar a nuestras empresas asociadas y facilitar comportamientos y sentimientos de 'libertad' para plantear mejoras y críticas constructivas en la defensa del sector.

**Excelencia**, actitud de superación, alcanzar los retos que nos planteamos para ser los mejores, tener ambición desde la ética, ser una promesa de futuro, buscar el desarrollo constante superando actividades desafiantes.

**Honestidad**, . como sinónimo de honorabilidad, integridad, ética y transparencia, como palanca de la confianza de los clientes sin la que nuestro negocio no tiene viabilidad.

**Aprendizaje**, actitud de mejora continua, tener humildad y predisposición al aprendizaje permanente. Escuchar con la mente abierta las propuestas de todos los grupos de interés. Ser conscientes de nuestra ignorancia.

**Innovación**, que como actitud constante ante todas las situaciones nos permitirá crecer a nosotros y nuestros clientes en competencia, proactividad, calidad y excelencia.

**Responsabilidad**, en el sentido de responsabilización ante nuestros asociados y ante nuestros clientes, de sus problemas, de nuestras propuestas y de los resultados de nuestro trabajo.

1 Etapas, Calendario y Grupo de Trabajo

2 Misión, Visión y Valores

**3 Metas Estratégicas**

4 Análisis DAFO / CAME

5 Líneas Estratégicas

6 Iniciativas Estratégicas

### 3.- Metas Cuantitativas

Metas – AECTA	2011	2012	2013	2014
Numero de asociados	130	155	180	190
Penetración de la asociación en el sector (a definir)				
Presupuesto equilibrado (I.O./G.O.= 1)	0,7	0,85	1	1
Satisfacción de asociados (76% en 2010)	78%	80%	80%	80%
Distribución geográfica de asociados % (Valencia/Alicante/Castellon)	90/5/5	80/15/5	70/20/10	60/30/10
Proyectos de cooperación	1	1	1	1
Proyectos de innovación	1	1	1	1
Proyectos de internacionalización	1	1	1	1
Oportunidades de negocio generadas	10	10	10	10
Generación de vínculos interasociativos nacionales	1	1	1	1
Generación de vínculos interasociativos internacionales	1	1	1	1

## 3.- Metas Cualitativas

### **Metas – AECTA**

**Impulsar la imagen de marca y potenciar la excelencia de los asociados**  
**Generar un espacio de influencia en la Administración**  
**Estructurar y aplicar la innovación y las nuevas tecnologías**  
**Vertebrar la asociación (desarrollo territorial, estatutos, afiliación, etc.)**

### **Metas – Asociados**

**Representar los intereses de los asociados en todos los ámbitos nacionales e internacionales**  
**Apoyar y proporcionar beneficios a los asociados**  
**Fomentar la cooperación entre asociados y generar proyectos de colaboración**

### **Metas - Sector**

**Promover el mercado de servicios avanzados a nivel nacional e internacional.**  
**Liderar el cambio cultural en las pymes y potenciar la demanda de servicios de consultoría**  
**Defender al colectivo de la competencia desleal.**

**1** Etapas, Calendario y Grupo de Trabajo

**2** Misión, Visión y Valores

**3** Metas Estratégicas

**4** **Análisis DAFO / CAME**

**5** Líneas Estratégicas

**6** Iniciativas Estratégicas

## 4.- Análisis DAFO / CAME

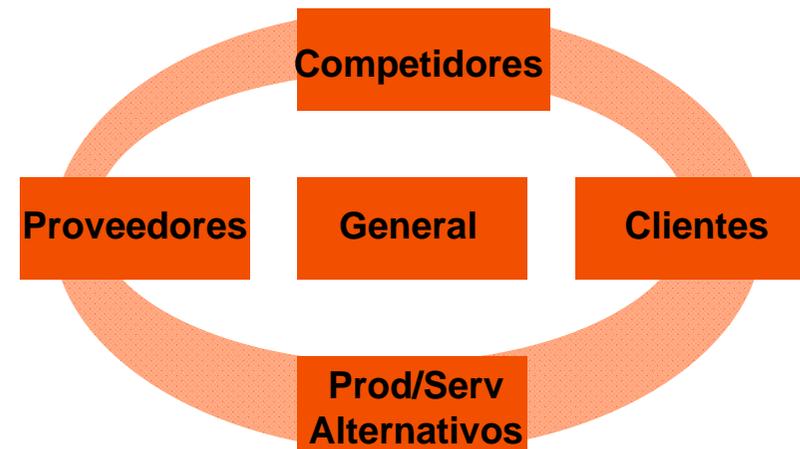
### Doble enfoque

- AECTA (la asociación)
- El sector de la consultoría al que va dirigida la asociación
  - PYMES de consultoría.....
  - Con ámbito de actuación en la Comunidad Valenciana

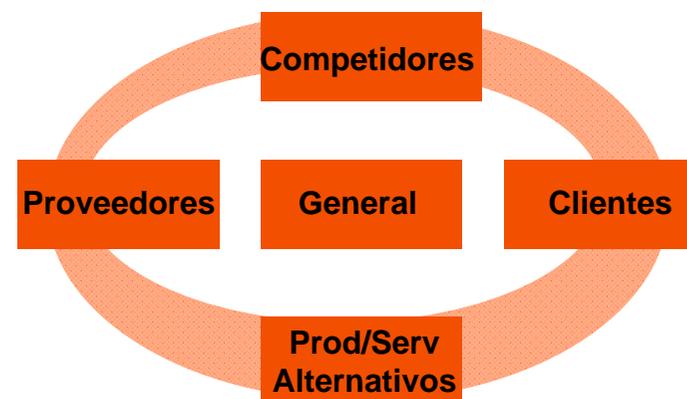
## 4.- Análisis del Entorno

### METODOLOGÍA UTILIZADA

- o Identificación de Amenazas y Oportunidades por parte de los miembros del “Comité Estratégico” con dos perspectivas (AECTA y empresas).
- o Análisis del entorno general y específico, este según el modelo de las 5 fuerzas de Porter.
- o Aportaciones agrupadas por afinidad para seleccionar las más relevantes y priorizadas por valoración directa de los miembros del “Comité Estratégico”.

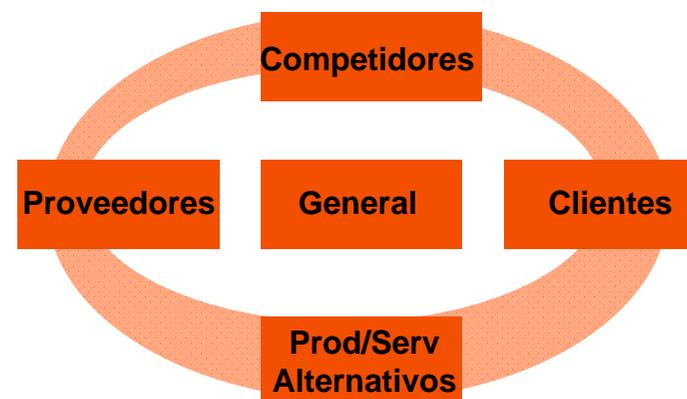


## 4.- Análisis del entorno



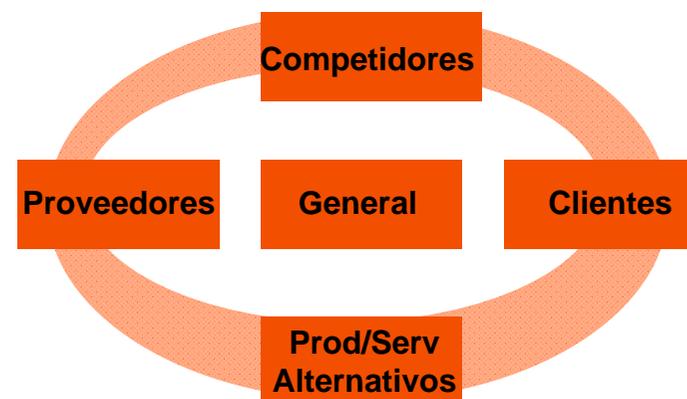
Amenazas - Sector	pts.
Escasa cultura empresarial hacia los servicios de consultoría	22
Visión cortoplacista de las empresas contratantes, el precio como factor diferencial	12
Intrusismo, competencia desleal, trafico de influencias, corrupción, economía sumergida...	11
Demoras y riesgo de impago	9
La crisis global, económica, financiera y energética	5
La crisis del modelo económico y productivo nacional	5
Incremento de otros modelos de negocio y servicio alternativos a la consultoría	3
Deficiente adaptación a la evolución tecnológica de las consultoras	3
Exceso de oferta e insuficiente dimensión y especialización de las empresas de consultoría	2
Centralismo y desintermediación que favorece a las grandes consultoras y la competencia exterior	0

## 4.- Análisis del entorno



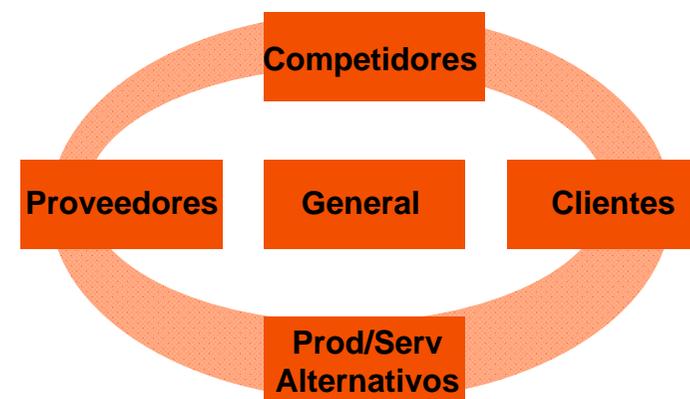
Oportunidades - Sector	pts.
Oportunidad para posicionar a la consultoría como un servicio esencial para superar la crisis.	19
Puesta en valor y diferenciación de la consultoría mediante la profesionalización.	16
Acceso a otros mercados (nacionales e internacionales)	11
La especialización como medio para mejorar la competitividad de las empresas de consultoría	7
Acuerdos y alianzas con nuestros proveedores de conocimiento	6
Aprovechar el exceso de oferta (disponibilidad de talento, reducciones de costes....)	4
Consolidación y fusión de empresas de consultoría para aumentar su competitividad	4
Estimular la demanda con propuestas que aporten valor y den resultados visibles	3
Potenciar la desintermediación para mejorar el control de la demanda.	3
La caída de la demanda y el aumento de la incertidumbre favorece los proveedores locales.	0

## 4.- Análisis del entorno



Amenazas - AECTA	pts.
Falta de representatividad de AECTA en las Instituciones	15
Competencia e intrusismo de otros grupos y asociaciones	13
AECTA es poco conocida en su ámbito de influencia.	11
Que los asociados perciban las cuotas como un gasto superfluo	9
Falta de identificación de los asociados con los fines y políticas de AECTA.	9
Cambio de paradigma en el asociacionismo, irrupción de nuevos modelos y uso de las redes sociales como alternativa	8
Escaso interés de los proveedores en trabajar con AECTA	1
Deficiente adaptación a la evolución tecnológica	1

## 4.- Análisis del entorno



Oportunidades - AECTA	pts.
Influencia y relevancia en las instituciones, conseguir que se consideren los intereses de las consultoras	17
Reconocimiento de la marca AECTA y de la aportación de valor de la consultoría	13
Aglutinar y Liderar un nuevo modelo asociativo que fomente la colaboración y la actividad emprendedora	12
Acuerdos de cooperación entre asociados y con otras entidades	11
Adaptarse al cambio en el paradigma asociativo (nuevas tecnologías y redes sociales)	6
Ser "GLOCAL" REPRESENTATIVIDAD GLOBAL con SOLUCIONES LOCALES ("a medida" para el asociado).	4
Actuaciones para apoyar la internacionalización	4
Aumento del valor añadido para los asociados, hacer benchmarking.	3

## 4.- Análisis interno

### METODOLOGÍA UTILIZADA

- o Identificación de Fortalezas y Debilidades por parte de los miembros del “Comité Estratégico” con dos perspectivas (AECTA y empresas).
- o Análisis interno tomando como referencia el modelo EFQM de Excelencia.
- o Aportaciones agrupadas por afinidades para seleccionar las mas significativas y priorizadas por valoración directa de los miembros del “Comité Estratégica”



## 4.- Análisis interno



Debilidades - Sector	pts.
Carencia de una estrategia de <b>MARKETING</b> que transmita a los directivos de las empresas contratantes la necesidad, calidad y beneficios que aporta la consultoría	20
Desconocimiento del valor de la consultoría por las empresas contratantes	16
Realizar una consultoría estratégica con resultados a largo plazo, cuando hoy se precisan resultados a corto.	9
Falta de cooperación y comunicación entre las empresas de consultoría	8
Inexistencia de barreras de entrada al sector de la consultoría	7
Retribuciones poco atractivas par retener a personas valiosas	6
Poca capacidad financiera de las empresas del sector de consultoria, escasa inversión en I+D+i	5
Falta de estrategia en algunas empresas de consultoria que se apuntan a la moda (ahora innovación)	2
Atomización del sector de la consultoria, compuesto por muchas empresas pequeñas	1
Escaso esfuerzo de las empresas de consultoria en formación y reciclaje, en especial en nuevas tecnologías	1
No se planifican las necesidades futuras en nuevas tecnologías.....	0

## 4.- Análisis interno



Fortalezas - Sector	pts.
Las Consultoras son elementos esenciales en la dinamización de la economía	11
Las Consultoras enfocan su actividad en mejorar la cuenta de resultados de sus clientes.	7
Las consultoras estan formadas por profesionales con gran capacidad integradora	7
Las consultoras de la Comunidad estan adaptadas al nicho de mercado y especializadas en las necesidades de los clientes valencianos	8
Acceso progresivo a los foros de interlocución y decisionales	6
Tendencia a la satisfacción y fidelizacion de sus clientes	6
Las consultoras tienen una cultura dinámica y buena actitud frente al cambio	6
Las consultoras tienen una necesidad imperiosa de colaborar	6
Proximidad física al cliente de las consultoras locales, lo que le genera confianza	5
Las consultoras valencianas tienen costes moderados comparados con empresas de otras zonas	5
Progresiva visibilidad y mejora de la imagen de la consultoría.	4

## 4.- Análisis interno



Debilidades - AECTA	pts.
Desestructuración del sector en la Comunidad (poca presencia en Alicante).	17
Bajo posicionamiento de AECTA en órganos decisorios	14
Institucionalmente incómodos por defender al sector	9
Carencia de un proceso propio de CERTIFICACIÓN de EXCELENCIA. Poca influencia sobre comportamientos poco eticos en el sector	8
Mínimo benchmarking respecto a buenas practicas de otras asociaciones	6
Enfoque hacia el paradigma de asociación tradicional.	5
La disponibilidad, motivación y compromiso de los dirigentes esta ligada a voluntarismos personales	5
Bajo nivel de sinergias entre asociados	4
Falta de integración de nuevas tecnologías y redes sociales en los procesos de comunicación.	3
Dificultades para conseguir la participacion de los asociados (asistencia a eventos, uso de acuerdos....)	2
No hay un documento formal de régimen interno (deontología profesional, criterio de admisión de asociados...).	0
Carencias en la comunicación con los asociados (recogida de necesidades, evaluación de los beneficios generados, importancia de ser asociado.....)	0

## 4.- Análisis interno



Fortalezas - AECTA	pts.
Junta comprometida y representativa. Buena organización y funcionamiento interno	29
Equilibrio entre ingresos y gastos	12
Buena percepción cuota/retorno	8
Oportunidades y ventajas para los asociados	8
Transparencia en la gestión, se comparten las oportunidades de negocio	8
Dirección accesible y emprendedora	5
Profesionalización interna/externa de los procesos de búsqueda e incorporación de asociados	4
Toma de decisiones democrática y participativa.	3
Actuaciones planificadas y analizadas	3
AECTA es un foro de relaciones y contactos, facilitador de acuerdos y proyectos conjuntos	5
Gran base de conocimientos	3
Sinergias, ya en funcionamiento, entre distintos sectores (áreas) de consultoría	2

## 4.- Análisis DAFO - Sector

Amenazas	pts.	Oportunidades	pts.
Escasa cultura empresarial hacia los servicios de consultoría.	22	Oportunidad para posicionar a la consultoría como un servicio esencial para superar la crisis.	19
Visión cortoplacista de las empresas contratantes, el precio como factor diferencial	12	Puesta en valor y diferenciación de la consultoría mediante la profesionalización.	16
Intrusismo, competencia desleal, tráfico de influencias, corrupción, economía sumergida...	11	Acceso a otros mercados (nacionales e internacionales)	11
Demoras y riesgo de impago	9	La especialización como medio para mejorar la competitividad de las empresas de consultoría	7
La crisis global, económica, financiera y energética	5	Acuerdos y alianzas con nuestros proveedores de conocimiento	6
La crisis del modelo económico y productivo nacional	5	Aprovechar el exceso de oferta (disponibilidad de talento, reducciones de costes...)	4
Incremento de otros modelos de negocio y servicio alternativos a la consultoría	3	Consolidación y fusión de empresas de consultoría para aumentar su competitividad	4
Deficiente adaptación a la evolución tecnológica de las consultoras	3	Estimular la demanda con propuestas que aporten valor y den resultados visibles	3
Exceso de oferta e insuficiente dimensión y especialización de las empresas de consultoría	2	Potenciar la desintermediación para mejorar el control de la demanda.	3
Centralismo y desintermediación que favorece a las grandes consultoras y la competencia exterior	0	La caída de la demanda y el aumento de la incertidumbre favorece los proveedores locales.	0
Debilidades	pts.	Fortalezas	pts.
Carencia de una estrategia de MARKETING que transmita a los directivos de las empresas contratantes la necesidad, calidad y beneficios que aporta la consultoría	20	Las Consultoras son elementos esenciales en la dinamización de la economía	11
Desconocimiento del valor de la consultoría por las empresas contratantes	16	Las Consultoras enfocan su actividad en mejorar la cuenta de resultados de sus clientes.	7
Realizar una consultoría estratégica con resultados a largo plazo, cuando hoy se precisan resultados a corto.	9	Las consultoras están formadas por profesionales con gran capacidad integradora	7
Falta de cooperación y comunicación entre las empresas de consultoría	8	Las consultoras de la Comunidad están adaptadas al nicho de mercado y especializadas en las necesidades de los clientes valencianos	8
Inexistencia de barreras de entrada al sector de la consultoría	7	Acceso progresivo a los foros de interlocución y decisionales	6
Retribuciones poco atractivas para retener a personas valiosas	6	Tendencia a la satisfacción y fidelización de sus clientes	6
Poca capacidad financiera de las empresas del sector de consultoría, escasa inversión en I+D+i	5	Las consultoras tienen una cultura dinámica y buena actitud frente al cambio	6
Falta de estrategia en algunas empresas de consultoría que se apuntan a la moda (ahora innovación)	2	Las consultoras tienen una necesidad imperiosa de colaborar	6
Atomización del sector de la consultoría, compuesto por muchas empresas pequeñas	1	Proximidad física al cliente de las consultoras locales, lo que le genera confianza	5
Escaso esfuerzo de las empresas de consultoría en formación y reciclaje, en especial en nuevas tecnologías	1	Las consultoras valencianas tienen costes moderados comparados con empresas de otras zonas	5
No se planifican las necesidades futuras en nuevas tecnologías.....	0	Progresiva visibilidad y mejora de la imagen de la consultoría.	4
		Las consultoras valencianas tienen capacidad de realizar ofertas atractivas por su gran conocimiento y experiencia	4

## 4.- Análisis DAFO - AECTA

Amenazas	pts.	Oportunidades	pts.
Falta de representatividad de AECTA en las Instituciones	15	Influencia y relevancia en las instituciones, conseguir que se consideren los intereses de las consultoras	17
Competencia e intrusismo de otros grupos y asociaciones	13	Reconocimiento de la marca AECTA y de la aportación de valor de la consultoría	13
AECTA es poco conocida en su ámbito de influencia.	11	Aglutinar y Liderar un nuevo modelo asociativo que fomente la colaboración y la actividad emprendedora	12
Que los asociados perciban las cuotas como un gasto superfluo	9	Acuerdos de cooperación entre asociados y con otras entidades	11
Falta de identificación de los asociados con los fines y políticas de AECTA.	9	Adaptarse al cambio en el paradigma asociativo (nuevas tecnologías y redes sociales)	6
Cambio de paradigma en el asociacionismo, irrupción de nuevos modelos y uso de las redes sociales como alternativa	8	Ser "GLOCAL" REPRESENTATIVIDAD GLOBAL con SOLUCIONES LOCALES ("a medida" para el asociado).	4
Escaso interés de los proveedores en trabajar con AECTA	1	Actuaciones para apoyar la internacionalización	4
Deficiente adaptación a la evolución tecnológica	1	Aumento del valor añadido para los asociados, hacer benchmarking.	3
Debilidades	pts.	Fortalezas	pts.
Desestructuración del sector en la Comunidad (poca presencia en Alicante).	17	Junta comprometida y representativa. Buena organización y funcionamiento interno	29
Bajo posicionamiento de AECTA en órganos decisorios	14	Equilibrio entre ingresos y gastos	12
Institucionalmente incómodos por defender al sector	9	Buena percepción cuota/retorno	8
Carencia de un proceso propio de CERTIFICACIÓN de EXCELENCIA. Poca influencia sobre comportamientos poco éticos en el sector	8	Oportunidades y ventajas para los asociados	8
Mínimo benchmarking respecto a buenas prácticas de otras asociaciones	6	Transparencia en la gestión, se comparten las oportunidades de negocio	8
Enfoque hacia el paradigma de asociación tradicional.	5	Dirección accesible y emprendedora	5
La disponibilidad, motivación y compromiso de los dirigentes está ligada a voluntarismos personales	5	Profesionalización interna/externa de los procesos de búsqueda e incorporación de asociados	4
Bajo nivel de sinergias entre asociados	4	Toma de decisiones democrática y participativa.	3
Falta de integración de nuevas tecnologías y redes sociales en los procesos de comunicación.	3	Actuaciones planificadas y analizadas	3
Dificultades para conseguir la participación de los asociados (asistencia a eventos, uso de acuerdos,...)	2	AECTA es un foro de relaciones y contactos, facilitador de acuerdos y proyectos conjuntos	5
No hay un documento formal de régimen interno (deontología profesional, criterio de admisión de asociados...).	0	Gran base de conocimientos	3
Carencias en la comunicación con los asociados (recogida de necesidades, evaluación de los beneficios generados, importancia de ser asociado....)	0	sinergias, ya en funcionamiento, entre distintos sectores (áreas) de consultoría	2

## 4.- Análisis CAME - Sector

**CAME**  
**Sector Consultoría**  
**Corregir las Debilidades**  
**Afrontar las Amenazas**  
**Mantener las Fortalezas**  
**Explotar las Oportunidades**

Escasa cultura empresarial hacia los servicios de consultoría.	22	Oportunidad para posicionar a la consultoría como un servicio esencial para superar la crisis.	19
Visión cortoplacista de las empresas contratantes, el precio como factor diferencial	12	Puesta en valor y diferenciación de la consultoría mediante la profesionalización.	16
Intrusismo, competencia desleal, tráfico de influencias, corrupción, economía sumergida...	11	Acceso a otros mercados (nacionales e internacionales)	11
Demoras y riesgo de impago	9	La especialización como medio para mejorar la competitividad de las empresas de consultoría	7
La crisis global, económica, financiera y energética	5	Acuerdos y alianzas con nuestros proveedores de conocimiento	6
La crisis del modelo económico y productivo nacional	5	Aprovechar el exceso de oferta (disponibilidad de talento, reducciones de costes...)	4
Incremento de otros modelos de negocio y servicio alternativos a la consultoría	3	Consolidación y fusión de empresas de consultoría para aumentar su competitividad	4
Deficiente adaptación a la evolución tecnológica de las consultoras	3	Estimular la demanda con propuestas que aporten valor y den resultados visibles	3
Exceso de oferta e insuficiente dimensión y especialización de las empresas de consultoría	2	Potenciar la desintermediación para mejorar el control de la demanda.	3
Centralismo y desintermediación que favorece a las grandes consultoras y la competencia exterior	0	La caída de la demanda y el aumento de la incertidumbre favorece los proveedores locales.	0

Las Consultoras son elementos esenciales en la dinamización de la economía	11	<p><b>Estratégicas defensivas (Fortalezas/Amenazas)</b> <b>Afrontar las Amenazas</b> <b>Mantener las Fortalezas</b></p>	<p><b>Estrategias ofensivas (Fortalezas/Oportunidades)</b> <b>Explotar las Oportunidades</b> <b>Mantener las Fortalezas</b></p>
Las Consultoras enfocan su actividad en mejorar la cuenta de resultados de sus clientes.	7		
Las consultoras están formadas por profesionales con gran capacidad integradora	7		
Las consultoras de la Comunidad están adaptadas al nicho de mercado y especializadas en las necesidades de los clientes valencianos	8		
Acceso progresivo a los foros de interlocución y decisionales	6		
Tendencia a la satisfacción y fidelización de sus clientes	6		
Las consultoras tienen una cultura dinámica y buena actitud frente al cambio	6		
Las consultoras tienen una necesidad imperiosa de colaborar	6		
Proximidad física al cliente de las consultoras locales, lo que le genera confianza	5		
Las consultoras valencianas tienen costes moderados comparados con empresas de otras zonas	5		
Progresiva visibilidad y mejora de la imagen de la consultoría.	4		
Las consultoras valencianas tienen capacidad de realizar ofertas atractivas por su gran conocimiento y experiencia	4		
Carencia de una estrategia de MARKETING que transmita a los directivos de las empresas contratantes la necesidad, calidad y beneficios que aporta la consultoría	20		
Desconocimiento del valor de la consultoría por las empresas contratantes	16		
Realizar una consultoría estratégica con resultados a largo plazo, cuando hoy se precisan resultados a corto.	9		
Falta de cooperación y comunicación entre las empresas de consultoría	8		
Inexistencia de barreras de entrada al sector de la consultoría	7		
Retribuciones poco atractivas para retener a personas valiosas	6		
Poca capacidad financiera de las empresas del sector de consultoría, escasa inversión en I+D+i	5		
Falta de estrategia en algunas empresas de consultoría que se apuntan a la moda (ahora innovación)	2		
Atomización del sector de la consultoría, compuesto por muchas empresas pequeñas	1		
Escaso esfuerzo de las empresas de consultoría en formación y reciclaje, en especial en nuevas tecnologías	1		
No se planifican las necesidades futuras en nuevas tecnologías. ....	0		

## 4.- Análisis CAME - AECTA

**CAME AECTA**  
**Corregir las Debilidades**  
**Afrontar las Amenazas**  
**Mantener las Fortalezas**  
**Explotar las Oportunidades**

Falta de representatividad de AECTA en las Instituciones	15	Influencia y relevancia en las instituciones, conseguir que se consideren los intereses de las consultoras	17		
Competencia e intrusismo de otros grupos y asociaciones	13	Reconocimiento de la Marca AECTA y de la aportación de valor de la consultoría	13		
AECTA es poco conocida en su ámbito de influencia.	11	Aglutinar y Liderar un nuevo modelo asociativo que fomente la colaboración y la actividad emprendedora	12		
Que los asociados perciban las cuotas como un gasto superfluo	9	Acuerdos de cooperación entre asociados y con otras entidades	11		
Falta de identificación de los asociados con los fines y políticas de AECTA.	9	Adaptarse al cambio en el paradigma asociativo (nuevas tecnologías y redes sociales)	6		
Cambio de paradigma en el asociacionismo, irrupción de nuevos modelos y uso de las redes sociales como alternativa	8	Ser "GLOCAL" REPRESENTATIVIDAD GLOBAL con SOLUCIONES LOCALES ("a medida" para el asociado).	4		
Escaso interés de los proveedores en trabajar con AECTA	1	Actuaciones para apoyar la internacionalización.	4		
Deficiente adaptación a la evolución tecnológica	1	Aumento del valor añadido para los asociados, hacer benchmarking.	3		
<b>Junta comprometida y representativa. Buena organización y funcionamiento interno</b>	29	Estrategias defensivas (Fortalezas/Amenazas) Afrontar las Amenazas Mantener las Fortalezas	Estrategias ofensivas (Fortalezas/Oportunidades) Explotar las Oportunidades Mantener las Fortalezas		
<b>Equilibrio entre ingresos y gastos</b>	12				
<b>Buena percepción cuota/retorno</b>	8				
<b>Oportunidades y ventajas para los asociados</b>	8				
<b>Transparencia en la gestión, se comparten las oportunidades de negocio</b>	8				
<b>Dirección accesible y emprendedora</b>	5				
<b>Presentación internacional de los procesos de búsqueda e incorporación</b>	4				
<b>Toma de decisiones democrática y participativa.</b>	3				
<b>Actuaciones planificadas y analizadas</b>	3				
<b>AECTA es un foro de relaciones y contactos, facilitador de acuerdos y proyectos conjuntos</b>	5				
<b>Gran base de conocimientos</b>	3				
<b>Sinergias, ya en funcionamiento, entre distintos sectores (áreas) de consultoría</b>	2				
<b>Buena accesibilidad, estructuración y difusión de la información del entorno (clipping prensa, etc.)</b>	0				
<b>Desestructuración del sector en la Comunidad (poca presencia en Alicante).</b>	17			Estrategia supervivencia (Debilidades/Amenazas) Corregir las Debilidades Afrontar las Amenazas	Estrategia de reorientación (Debilidades/Oportunidades) Corregir las Debilidades Explotar las Oportunidades
<b>Bajo posicionamiento de AECTA en órganos decisivos</b>	14				
<b>Institucionalmente incómodos por defender al sector</b>	9				
<b>Carencia de un proceso propio de CERTIFICACIÓN de EXCELENCIA.</b>	8				
<b>Poca influencia sobre comportamientos poco éticos en el sector</b>	8				
<b>Mínimo benchmarking respecto a buenas prácticas de otras asociaciones</b>	6				
<b>Enfoque hacia el paradigma de asociación tradicional.</b>	5				
<b>La disponibilidad, motivación y compromiso de los dirigentes está ligada a voluntarismos personales</b>	5				
<b>Bajo nivel de sinergias entre asociados</b>	4				
<b>Falta de integración de nuevas tecnologías y redes sociales en los procesos de comunicación.</b>	3				
<b>Dificultades para conseguir la participación de los asociados (asistencia a eventos, uso de acuerdos)</b>	2				
<b>Escaso aprovechamiento de los acuerdos con proveedores</b>	0				
<b>No hay un documento formal de régimen interno (deontología profesional, código de admisión de asociados)</b>	0				
<b>Deficiente evaluación de los beneficios generados, importancia de ser asociado.....)</b>	0				

1	Etapas, Calendario y Grupo de Trabajo
2	Misión, Visión y Valores
3	Metas Estratégicas
4	Análisis DAFO / CAME
<b>5</b>	<b>Líneas Estratégicas</b>
6	Iniciativas Estratégicos

## 5.- Líneas Estratégicas

- o **Responsable:** Luís Navarro.

### **L1.- Redefinir/innovar el modelo de consultoría.**

**Adaptarlo a las necesidades del mercado y promover nuevos servicios que aumenten la demanda, generando valor y beneficios para los asociados.**

## 5.- Líneas Estratégicas (cont.)

- o **Responsable:** Javier Manglano.

**L2.- Reconocimiento/Posicionamiento/Lobby.** Posicionar la marca AECTA en el mercado, aumentar su influencia en las instituciones políticas, empresariales y mediáticas. Defender los intereses de sus asociados y del Sector contribuyendo a su vertebración.

## 5.- Líneas Estratégicas (cont.)

- **Responsable:** Adolfo López.

### **L3.- Potenciar la demanda de servicios de consultoría.**

**Promover un cambio cultural que mejore la percepción de las administraciones y las empresas sobre el valor y la rentabilidad que aporta la consultoría.**

## 5.- Líneas Estratégicas (cont.)

- o **Responsable:** Tomás Guillén.

**L4.- Desarrollo asociativo de AECTA.** Liderar un nuevo modelo de asociacionismo, desarrollando sus procesos y la normativa interna. Crear una estructura que permita el adecuado despliegue y seguimiento del Plan Estratégico.

## 5.- Líneas Estratégicas (cont.)

- **Responsable:** Alfredo Oller.

**L5.- Formación continua y Capacitación.** Disponer de habilidades competenciales genéricas que mantengan a los asociados continuamente capacitados (Escuela de Consultoría AECTA. Promover la innovación y la utilización de nuevas tecnologías

## 5.- Líneas Estratégicas (cont.)

- **Responsable:** Rafael Machín.

**L6.- Cooperación y Alianzas.** Desarrollar un modelo de cooperación interna entre asociados y crear grupos de trabajo en áreas de interés general. Vincular a AECTA con otras asociaciones y agrupaciones nacionales.

## 5.- Líneas Estratégicas (cont.)

- o **Responsable:** Nuria Lloret.

**L7.- Internacionalización.** Apoyar la salida al extranjero de los miembros de AECTA y traer negocio exterior para sus asociados. Establecer acuerdos con asociaciones internacionales

## 5.- Líneas Estratégicas (cont.)

### Miembros de la Junta Directiva responsables del desarrollo de las Líneas Estratégicas

Línea	Descripción	Responsable
1	Redefinir e innovar el modelo de Consultoría	Luis Navarro
2	Reconocimiento, posicionamiento y Lobby	Javier Manglano
3	Potenciar la demanda de servicios de Consultoría	Adolfo Lopez
4	Desarrollo asociativo de AECTA	Tomas Guillén
5	Formación continua, capacitación y competitividad	Alfredo Oller
6	Cooperación y Alianzas	Rafael Machin
7	Internacionalización	Nuria Lloret

1	Etapas, Calendario y Grupo de Trabajo
2	Misión, Visión y Valores
3	Metas Estratégicas
4	Análisis DAFO / CAME
5	Líneas Estratégicas
<b>6</b>	<b>Iniciativas Estratégicas</b>

## 6.- Iniciativas Estratégicas

	Línea Estratégica	Resp.	Descripción
L1	Modelo Consultoría	L. Navarro	Modelo Nova Consultoría
L2	Lobby	J. Manglano	Estrategia de acción-reacción institucional ante la dinámica del mercado
L3	Potenciar la Demanda	A. Lopez	Campaña contundente de Marketing y Comunicación de AECTA
L4	Desarrollo Asociativo	A . Diez	Modelo de Gestión y Desarrollo Asociativo
L4	Desarrollo Asociativo	A . Diez	Generación y desarrollo de negocio
L4	Desarrollo Asociativo	A . Diez	Plan de Comunicación
L4	Desarrollo Asociativo	A . Diez	Sello de Excelencia de Consultoría AECTA
L5	Formación	A. Oller	Mapa de Competencias de la Nova Consultoría
L5	Formación	A. Oller	Escuela de Consultoría AECTA
L6	Cooperación	R. Machin	Grupo de Networking Comercial AECTA
L6	Cooperación	R. Machin	Plataforma de Cooperación AECTA
L7	Internacionalización	N. Lloret	Plan de apoyo a la Internacionalización de AECTA y sus asociados