

Plan Estratégico

2009-2015



**Asociación
Española de la
Carretera**



ÍNDICE

1	Presentación del Presidente. _____	2
2	Metodología. _____	3
3	Misión y visión de la AEC. _____	5
4	El contexto exterior. _____	7
5	El contexto próximo. _____	10
6	Objetivos estratégicos. _____	12
7	Horizontes para el desarrollo del Plan Estratégico de la AEC 2009-2015. _____	19
8	Procedimiento de seguimiento y control de rendimiento. —	21
A	Agradecimientos. _____	22
A	Anexo: Valoración económica del Plan Estratégico de la AEC 2009-2015. _____	23





PRESENTACIÓN DEL PRESIDENTE

Cuando asumí mi segundo mandato como Presidente de la Asociación Española de la Carretera, en enero del año 2008, me propuse recoger algunas de las sugerencias recibidas por parte de los Consejeros de la AEC durante el proceso electoral; una de ellas fue el compromiso de elaborar un Plan Estratégico para los próximos años que sirviera de hoja de ruta para nuestra Asociación, no sólo en los campos de actividad tradicionales, sino también en otros nuevos que puedan surgir.

El documento que desde estas líneas te presento constituye la materialización de ese compromiso, que se ha llevado a cabo con un notable esfuerzo por parte de un comité de Consejeros y personal de la AEC constituido específicamente para este fin, a quienes desde aquí quiero agradecer su tiempo y dedicación a esta iniciativa.

No tengo dudas de que el esfuerzo de definir y plasmar en un papel lo que nuestra Asociación es, lo que persigue ser en el futuro, los objetivos que se pretenden alcanzar y los medios que se van a poner en marcha para conseguirlo, supone un excelente punto de partida para conseguir que la Asociación siga siendo un lugar de encuentro del mundo de la carretera, abierto al futuro, adelantado a las necesidades de nuestros socios y con una clara vocación de servicio, a nuestros miembros y, en general, a la sociedad.

En este año en el que la Asociación Española de la Carretera celebra su sesenta cumpleaños, nuestros principios siguen estando completamente vigentes en la sociedad del siglo XXI. Estoy convencido que este Plan nos ayudará a seguir trabajando para cumplir con nuestro objetivo de conseguir "Mejores carreteras para un mundo mejor".

Miguel M^a Muñoz Medina

Presidente de la Asociación Española de la Carretera





METODOLOGÍA

La metodología de trabajo para la elaboración del Plan Estratégico de la Asociación Española de la Carretera 2009-2015 se ha basado en los siguientes principios:

- Creación de un grupo de trabajo constituido por Consejeros de la AEC, para garantizar la aportación de los puntos de vista de diferentes sectores incluidos dentro de la propia Asociación.
- Valoración crítica por parte del personal directivo de la AEC.
- Asesoramiento metodológico por parte de la consultora Tea Cegos Deployment, en la elaboración de todo el proceso.

Las fases del desarrollo del Plan Estratégico se incluyen a continuación:

Fase 1: Identificación de los principales grupos de interés de la AEC y sus expectativas, así como la definición de su misión, visión y los valores que la caracterizan.

Fase 2: Identificación de los amenazas y oportunidades del entorno del mundo de la carretera y de la propia actividad de la AEC, así como de sus características internas (fortalezas y debilidades).

Fase 3: Configuración de la matriz DAFO, en la que se interrelacionan los objetivos de la visión con los principales elementos del contexto externo e interno, para extraer las siguientes conclusiones:

- Identificación de los amenazas externos y próximas sobre las que más se puede actuar con los recursos actuales





- Identificación de las oportunidades externas y próximas sobre las que más se puede actuar con los recursos actuales
- Identificación de las fortalezas más valoradas (por su capacidad de aprovechar oportunidades o amortiguar amenazas)
- Identificación de las debilidades más importantes (por la capacidad de conseguir, trabajando sobre ellas, aprovechar oportunidades o amortiguar amenazas)

Fase 4: Definición de los objetivos estratégicos, que configuran el Cuadro de Mando Integral junto con los planes e indicadores respectivos.

Fase 5: Establecimiento de los mecanismos de seguimiento y control de los rendimientos.





3

MISIÓN Y VISIÓN DE LA AEC

3.1. MISIÓN

Foro global del sector de la carretera, impulsor de soluciones proactivas e innovadoras al servicio de la sociedad.

Con los siguientes objetivos:

- ✓ Contribuir al progreso de la carretera en España, adaptándose a los cambios sociales y económicos.
- ✓ Trabajar para conseguir un **modelo carretero sostenible**, garantizando la seguridad, capacidad, calidad de servicio,... y cualquier nueva expectativa de sus grupos de interés.
- ✓ **Analizar, proponer y divulgar** nuevos enfoques para la planificación, diseño, construcción, conservación y explotación de carreteras sostenibles como base de este modo de transporte.
- ✓ **Servir de punto de encuentro imparcial** de los técnicos y profesionales del sector viario, constituyendo un marco para el intercambio de ideas e inquietudes y el planteamiento de soluciones acerca de los problemas de la carretera y del transporte en sus distintos aspectos.
- ✓ Favorecer los **planteamientos coordinados** entre diferentes Administraciones.
- ✓ Ser **la voz libre, creíble e independiente** del sector de la carretera y ser una **referencia** en él.
- ✓ **Promover** soluciones que favorezcan al mundo de la carretera y su entorno.
- ✓ Ser **punto de referencia** en la búsqueda de información sobre cualquier aspecto relacionado con las carreteras y el transporte.
- ✓ **Liderar** el desarrollo de las actividades para la mejora de la **seguridad** de la circulación y de la integración de la carretera en el **medio ambiente**.
- ✓ **Potenciar** la transferencia internacional del conocimiento y la tecnología, y contribuir a la promoción de nuestros asociados en el exterior.





3.2. VISIÓN

Ser el máximo referente de la defensa y promoción de la carretera, anticipando e impulsando propuestas innovadoras, socialmente responsables, que consoliden el liderazgo de la AEC en el desarrollo del modelo de transporte, sirviendo a los intereses generales de todos sus asociados.

Con los siguientes objetivos:

- ✓ Participar activamente en el **diseño del modelo de carreteras del futuro**, potenciando los aspectos positivos y minimizando los negativos.
- ✓ Ser un referente del sector de la carretera en España, manteniendo su liderazgo en diferentes campos: **seguridad vial, medio ambiente, nuevas tecnologías, calidad de servicio...**
- ✓ Anticiparse a las necesidades de los socios y proporcionarles los servicios que precisen de la Asociación,
- ✓ **Canalizar** desde una perspectiva **positiva** una información de **calidad** a los medios de **comunicación**.
- ✓ Contribuir a la **mejora de la imagen** de la carretera entre los ciudadanos.
- ✓ Favorecer la **diversidad de socios** en el seno de la AEC como elemento que garantiza la representatividad del sector.
- ✓ Fomentar **iniciativas socialmente responsables** entre los socios y otros grupos de interés.
- ✓ Constituirse como **referente para otros países** en todo lo relacionado con el mundo de la carretera, en el entorno de la Unión Europea y de países Iberoamericanos.
- ✓ Contribuir al **proceso de internacionalización de los socios**.
- ✓ Actuar como un **grupo de influencia creíble** en todas las cuestiones que atañen al mundo de la carretera.





4

EL CONTEXTO EXTERIOR

En el análisis del contexto exterior se han valorado los amenazas y las oportunidades que ofrece el entorno del mundo de la carretera para el desarrollo de las actividades de la AEC.

De los numerosos aspectos contemplados, se incluyen a continuación los más representativos. La filosofía de trabajo para definir aquéllos elementos del contexto que son más importantes para la actividad de la AEC se basa en los siguientes principios:

- Relevancia de los aspectos.
- Posibilidad de actuación por parte de la AEC.

4.1. AMENAZAS

■ PRINCIPALES AMENAZAS DEL CONTEXTO EXTERIOR

- ✓ Amenaza A1: Mala imagen de la carretera, especialmente en seguridad y medio ambiente.
- ✓ Amenaza A2: Se busca la redistribución modal como fin, penalizando a la carretera, sin considerar su liderazgo social.
- ✓ Amenaza A3: Escaso incentivo a las empresas al planteamiento de soluciones innovadoras.
- ✓ Amenaza A4: La congestión de algunos itinerarios pone en peligro la competitividad del transporte.
- ✓ Amenaza A5: Impacto social y económico de las cifras de accidentalidad.
- ✓ Amenaza A6: Tendencia de baja dotación presupuestaria de la conservación y consecuente pérdida de valor.





- ✓ Amenaza A7: Elevadas emisiones de CO₂ del transporte por carretera.
- ✓ Amenaza A8: Los planteamientos de tarificación consideran los costes externos y no los ingresos generados por la carretera. Los peajes generales y específicos perjudican notablemente a las empresas de transporte.
- ✓ Amenaza A9: Falta de reconocimiento al papel de las carreteras en la reducción de accidentes.
- ✓ Amenaza A10: Escasa repercusión política de las actuaciones de conservación.
- ✓ Amenaza A11: La congestión en la ciudad y la eliminación del vehículo privado como objetivo prioritario para solucionarlo.
- ✓ Amenaza A12: Carácter no finalista de la fiscalidad de la carretera y el transporte por carretera.
- ✓ Amenaza A13: Disminución de la inversión pública en carreteras, en beneficio de otros modos de transporte.

4.2. OPORTUNIDADES

■ PRINCIPALES OPORTUNIDADES DEL CONTEXTO EXTERIOR

- ✓ Oportunidad O1: Preocupación y receptividad política (nacional y europea) y social ante la seguridad vial.
- ✓ Oportunidad O2: La carretera es una parte fundamental de la vida de los ciudadanos y de la economía de un país.
- ✓ Oportunidad O3: Capacidad de I+D, tecnología de tráfico para mejorar la movilidad, la seguridad,... y necesidad de seguir planteando innovación sostenible en todas las fases de una carretera.
- ✓ Oportunidad O4: Potencialidad de exportar el modelo español de gestión.
- ✓ Oportunidad O5: Posibilidades de utilización de materiales reciclados y poco contaminantes y la capacidad de almacenamiento de la carretera.
- ✓ Oportunidad O6: Posibilidades de mejorar la imagen de la carretera publicitando impactos positivos: hacia un nuevo concepto "social" de la carretera.
- ✓ Oportunidad O7: Liderazgo de las empresas españolas en sistemas de financiación extrapresupuestarios y potencialidad de estabilizar los sistemas de colaboración público-privada.
- ✓ Oportunidad O8: Tendencia de reducción de las cifras de accidentalidad.





- ✓ Oportunidad O9: Compromiso político de aumento de la inversión en conservación (2%) e Importancia de una buena conservación en la mejora de la seguridad vial.
- ✓ Oportunidad O10: Potencialidad de las mejoras medioambientales e integración paisajística de las carreteras.
- ✓ Oportunidad O11: Capacidad de mejora de la gestión con sistemas racionales de medición de la calidad de servicio.
- ✓ Oportunidad O12: Papel estratégico de la carretera en la integración del territorio, acceso a los servicios y desarrollo y competitividad de las regiones.
- ✓ Oportunidad O13: Protagonismo en planteamientos intermodales.
- ✓ Oportunidad O14: Importancia del transporte por carretera como generador de empleo, contribución al PIB e ingresos por recaudación fiscal.
- ✓ Oportunidad O15: Oportunidades de negocio para las empresas españolas, especialmente en el campo internacional.
- ✓ Oportunidad O16: Panorama de las infraestructuras viarias en España (posible en parte gracias a la financiación europea) y posibilidad de conseguir fondos en el futuro para colaboración público-privada.
- ✓ Oportunidad O17: Ausencia de criterios técnicos en las decisiones políticas en el ámbito de las infraestructuras.





5

EL CONTEXTO PRÓXIMO

En el análisis del contexto próximo se han valorado los amenazas y las oportunidades que ofrece el entorno más próximo a las actividades que desarrolla la AEC.

De los numerosos aspectos contemplados, se incluyen a continuación los más representativos. La filosofía de trabajo para definir aquéllos elementos del contexto que son más importantes para la actividad de la AEC se basa en los siguientes principios:

- Relevancia de los aspectos.
- Posibilidad de actuación por parte de la AEC.

5.1. AMENAZAS

- Reducción de los ingresos en las distintas áreas de trabajo de la AEC debido a la coyuntura económica y al estancamiento general de la actividad.
- Descenso de las cuotas por absorciones/fusiones de empresas.
- Aumento de la competencia en áreas estratégicas, específicamente congresos y formación.
- Percepción de la AEC como un competidor técnico y no como un aliado.
- Agotamiento en el medio plazo de líneas de trabajo tradicionales.
- Diferente nivel de aprovechamiento de la potencialidad de la AEC por los socios.
- Posible identificación de la ideología de la AEC con una parte del sector y no con la totalidad.





5.2. OPORTUNIDADES

- El hecho de no ser una patronal (escasa competencia directa en cuanto al modelo asociativo).
- Alto nivel de servicio en relación a la cuantía de la cuota.
- Estrecha relación con las Administraciones de carreteras.
- Posibilidades de colaboración con la Fundación de la Asociación Española de la Carretera (FAEC) y, en el contexto internacional, a través de el Instituto Vial Iberoamericano (IVIA) y la Federación Europea de Carreteras (ERF).
- Potencialidad de explorar áreas novedosas: ámbito medioambiental, urbano...
- Prestigio internacional de las empresas españolas.
- Aumento de las inversiones en I+D+i.
- Amplias posibilidades de participación de los miembros en la vida asociativa e institucional.





6 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

El análisis de las amenazas y oportunidades, del contexto exterior y el contexto próximo a la actividad de la AEC, unido a sus propias características internas, tanto debilidades como fortalezas, y la consideración de la misión y visión de la AEC, ha llevado al establecimiento de los siguientes objetivos estratégicos de cara al periodo 2009-2015.

EN EL CAMPO INSTITUCIONAL

- **Defender y promover la carretera; comunicar su importancia y su liderazgo.**

Impulsar y consolidar un papel protagonista en la defensa y promoción de la carretera y los valores asociados al fenómeno viario, haciendo uso de mensajes claros y sencillos que calen en la Opinión Pública y los ciudadanos.

Planes:

- Organizar jornadas con medios de comunicación
- Publicar estudios
- Establecer una red de contactos con las instituciones de alto nivel
- Promover iniciativas que aglutinen al sector
- Crear el Observatorio de la Carretera.
- Actividades en escuelas universitarias

Indicadores:

- N° apariciones en Medios
- N° de iniciativas de comunicación
- N° de peticiones de información u opiniones





● **Contrarrestar corrientes opuestas a la carretera.**

Identificar todas aquellas tendencias que pongan en cuestión los valores de la carretera o minimicen su importancia estratégica, consensuando y definiendo, en un plano de debate técnico, los argumentos que contrarresten estas corrientes opuestas al fenómeno viario

Planes:

- Publicar documentos de posición y divulgación
- Creación de un comité de posicionamiento

Indicadores:

- Nº de iniciativas de comunicación proactivas y reactivas
- Nº de quejas por intervenciones de la AEC

● **Favorecer un cambio de paradigma**

Identificar los aspectos positivos de la carretera desde una perspectiva universal y transmitir a los ciudadanos, a través de los medios de comunicación, los valores asociados al fenómeno viario, con el propósito de revertir las consideraciones negativas que afloran en el subconsciente colectivo en lo que afecta a la carretera

Planes:

- Identificar las claves del nuevo paradigma (planos técnico y social-emocional)
- Colaborar en la definición del modelo de negocio futuro de los socios
- Definir y poner en marcha un plan de comunicación

Indicadores:

- Nº de iniciativas de comunicación proactivas y reactivas
- Nº de quejas por intervenciones de la AEC

EN RELACIÓN A LOS SOCIOS DE LA AEC

● **Continuar y potenciar el liderazgo de AEC como foro global del sector**

Potenciar el principal valor de la AEC como institución única en la que se dan cita todos los sectores, públicos y privados, relacionados con el mundo de la carretera

Planes:

- Definir un plan de captación de socios
- Promover iniciativas que aglutinen al sector





- Campaña de promoción de AEC
- Actividades en escuelas universitarias
- Potenciar la Responsabilidad Social Corporativa
- Constituirse como asesor de altas instituciones.
- Crear plataformas sectoriales

Indicadores:

- Sectores no representados
- N° de socios no participativos
- N° asistentes a actividades organizadas por la AEC
- N° nuevos socios
- N° de bajas
- Nivel de interlocución institucional

EN CUANTO A LOS PROCESOS

- **Contribuir a consolidar el liderazgo internacional de instituciones y empresas españolas.**

Tanto en lo que respecta a la potenciación de la tecnología de carreteras desarrollada por nuestras empresas como en lo que atañe a la experiencia del sector privado español en la aplicación de modelos de asociación público-privados para la financiación, explotación y gestión de carreteras.

Planes:

- Conocer actividades y expectativas de los socios
- Dar a conocer la experiencia y el "saber hacer" del sector español
- Publicitar nuestras potencialidades
- Crear un comité internacional
- Promocionar la asociación en el ámbito internacional
- Elaborar un folleto informativo en inglés
- Crear una agenda de contactos internacional
- Crear un centro de excelencia de formación para extranjeros

Indicadores:

- N° de iniciativas de gestión
- N° de iniciativas internacionales lideradas

- **Fomentar la I+D+i y la sostenibilidad.**

Cooperar en la incorporación sistemática de criterios de innovación y sostenibilidad en materia de carreteras, promoviendo la I+D+i en el sector y partici-





pando activamente en la difusión de los progresos científicos y tecnológicos alcanzados, coadyuvando así al reconocimiento institucional del esfuerzo investigador en el campo viario.

Planes:

- Promover y participar en proyectos pioneros
- Promover los productos y sistemas innovadores de los socios
- Constituir la Plataforma Tecnológica de la Carretera
- Favorecer la aportación de la Administración a la I+D+i

Indicadores:

- Número de jornadas organizadas
- Nº de proyectos relacionados en los que se participa
- Volumen de proyectos incluidos dentro de los Planes Nacionales de I+D, Programas Marco de la Comisión Europea o programas de investigación de otros organismos

● Representar los intereses de todos los socios en la AEC.

Establecer los mecanismos necesarios para que los intereses de los socios se vean representadas en la AEC

Planes:

- Realizar encuestas
- Fomentar el acercamiento a los socios, especialmente en el ámbito regional
- Potenciar la actividad de los delegados territoriales

Indicadores:

- Incremento de sectores representados en la AEC.

● Fomentar la alianza entre la AEC y sus socios.

Reforzar la imagen de la AEC como aliado técnico e institucional para el desarrollo de actividades conjuntas con nuestros socios

Planes:

- Potenciar la comunicación con los socios
- Fomentar el acercamiento a los socios regionales

Indicadores:

- Volumen de proyectos en los que se participa con uno o varios socios, en los que la AEC no juega el papel de líder





- Nº de jornadas en las que la AEC colabora en su organización con uno o varios socios

● Consolidar la estrecha relación de AEC con las Administraciones

Consolidar la estrecha relación de la AEC con las Administraciones, como eje diferenciador de desarrollo de actividades de valor.

Planes:

- Colaborar en las actividades internacionales de la Administración
- Potenciar la Mesa de Directores Generales de Carreteras
- Valorar el impacto de las acciones de la AEC en las regiones
- Potenciar las actividades con las Diputaciones Provinciales

Indicadores:

- Comunidades y Diputaciones provinciales socias
- Regiones o provincias con las que se realizan actividades regulares

● Fomentar las actividades con Fundación de la Asociación Española de la Carretera (FAEC) y, en el contexto internacional, con el Instituto Vial Iberoamericano (IVIA) y la Federación Europea de Carreteras (ERF) y otras entidades.

Conseguir que la participación de la AEC en la FAEC, IVIA, ERF y otras entidades revierta en beneficio de los asociados y de la carretera

Planes:

- Potenciar las actividades de FAEC y IVIA.
- Potenciar actividades conjuntas con ERF y otras entidades
- Potenciar la RSC en el sector de la carretera

Indicadores:

- Nº Actividades conjuntas con FAEC, IVIA, ERF,...
- Generación de volumen de negocio para AEC y por extensión para sus socios

EN REFERENCIA AL APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO EN LA AEC

● Optimizar los recursos de la AEC.

Conseguir el mejor aprovechamiento de los recursos de la AEC para proveer más y mejores servicios a los socios.





Planes:

- Plan de ahorro y eficiencia
- Plan para incorporar mejoras “desde dentro”
- Seguimiento del Plan Estratégico 2009-2015 de la AEC
- Definir los componentes de la Cultura Corporativa

Indicadores:

- Rentabilidad (directa e indirecta) de las actividades
- Ahorro anual

● **Potenciar la capacidad del equipo humano para identificar y desarrollar áreas de actividad complementarias a las tradicionales.**

Potenciar las capacidades del equipo humano para identificar y desarrollar áreas de actividad complementarias a las tradicionales

Planes:

- Fomentar la creatividad interna de todos los miembros del equipo y estructurar el proceso
- Potenciar la formación del equipo humano
- Definir los perfiles de los puestos de trabajo

Indicadores:

- Horas de formación anuales del personal de la AEC
- número e importancia de alianzas estratégicas con nuevas organizaciones no habituales en la agenda de trabajo de la AEC

● **Fomentar el valor diferencial de la AEC.**

Aportar de manera sistemática elementos diferenciales a todas las actividades y servicios de la AEC

Planes:

- Plan para la incorporación de elementos de valor añadido propios de la AEC a todos los procesos.
- Analizar los productos y servicios de la AEC desde una perspectiva crítica

Indicadores:

- Nº de mejoras significativas aportadas a los procesos





● Resaltar los componentes medioambientales y de seguridad del sector.

Poner en valor los compromisos que, desde el ámbito de la carretera, se adoptan en materia de seguridad vial e integración ambiental, ejes vertebradores de la política viaria que vienen desarrollando las administraciones públicas y el sector privado en todas y cada una de las fases que atraviesa una carretera desde su concepción hasta su puesta en servicio y explotación.

Planes:

- Crear el Observatorio de la Carretera
- Elaborar documentos de posición
- Difundir las iniciativas de los socios en los medios de comunicación de la AEC
- Organizar jornadas con medios de comunicación
- Crear la marca AEC

Indicadores:

- Nº de iniciativas de los socios difundidas desde la AEC

● Apertura de nuevas líneas de trabajo estables.

Identificar líneas de trabajo estables, consistentes compatibles con las tradicionales

Planes:

- Identificar aspectos poco explorados de interés real o potencial para el sector
- Identificar aliados clave
- Fomentar la creatividad interna de todos los miembros del equipo y estructurar el proceso
- Fomentar la cooperación interdepartamental

Indicadores:

- % de recursos asignados a nuevas líneas de trabajo
- % de ingresos derivados de las nuevas líneas





7 HORIZONTES PARA EL DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA AEC 2009-2015

Los planes desarrollados en el capítulo anterior se han estructurado en el tiempo según los siguientes horizontes.

7.1. HORIZONTE 2009-2011 (CORTO PLAZO)

- Organizar jornadas con medios de comunicación
- Publicar estudios
- Crear el Observatorio de la Carretera.
- Actividades en escuelas universitarias
- Potenciar la comunicación con los socios
- Constituir la Plataforma Tecnológica de la Carretera
- Elaborar un folleto informativo en inglés
- Potenciar la Mesa de Directores Generales de Carreteras
- Valorar el impacto de las acciones de la AEC en las regiones
- Seguimiento del Plan Estratégico 2009-2015 de la AEC
- Difundir las iniciativas de los socios en los medios de comunicación de la AEC
- Analizar los productos y servicios de la AEC desde una perspectiva crítica
- Fomentar la creatividad interna de todos los miembros del equipo y estructurar el proceso
- Fomentar la cooperación interdepartamental
- Potenciar la formación del equipo humano





7.2. HORIZONTE II 2012-2015 (MEDIO PLAZO)

- Establecer una red de contactos con las instituciones de alto nivel
- Promover iniciativas que aglutinen al sector. Crear plataformas sectoriales
- Definir un plan de captación de socios
- Campaña de promoción de AEC
- Potenciar la Responsabilidad Social Corporativa
- Realizar encuestas
- Promover y participar en proyectos pioneros
- Promover los productos y sistemas innovadores de los socios
- Conocer actividades y expectativas de los socios
- Publicitar nuestras potencialidades
- Crear un comité internacional
- Promocionar la asociación en el ámbito internacional
- Crear un centro de excelencia de formación internacional
- Fomentar el acercamiento a los socios regionales. Potenciar la actividad de los delegados territoriales
- Potenciar las actividades con las Diputaciones Provinciales
- Potenciar las actividades de FAEC y IVIA.
- Potenciar actividades conjuntas con ERF
- Creación de un comité de posicionamiento y elaboración de documentos de posición
- Plan de ahorro y eficiencia
- Plan para incorporar mejoras "desde dentro"
- Definir los componentes de la Cultura Corporativa
- Plan para la incorporación de elementos de valor añadido propios de la AEC
- Identificar aspectos poco explorados de interés real o potencial para el sector
- Identificar aliados clave
- Definir los perfiles de los puestos de trabajo

7.3. HORIZONTE III 2016-..... (LARGO PLAZO)

- Crear la marca AEC
- Crear una agenda de contactos internacional
- Identificar las claves del nuevo paradigma (planos técnico y emocional)
- Definir y poner en marcha un plan de comunicación
- Constituirse como asesor de altas instituciones políticas





8

PROCEDIMIENTO DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE RENDIMIENTO

Para llevar a cabo las iniciativas del Plan Estratégico 2009-2015 y, como consecuencia, conseguir los objetivos estratégicos, se ha trabajado en la definición de un conjunto de indicadores que figuran en los capítulos anteriores.

El proceso de seguimiento no contempla solo el control sobre los resultados, también incluye la evaluación de cómo se están obteniendo y la consistencia de la estrategia para la visión que se persigue. Se ha previsto el siguiente proceso de seguimiento:

- Anualmente, el equipo directivo de la Asociación Española de la Carretera analizará los indicadores definidos para los planes previstos en el horizonte en que se encuentren, y revisará la actualidad de las iniciativas previstas, con vistas a su optimización, si fuera preciso, o incorporación de nuevos planes, siempre bajo la perspectiva de avanzar hacia la visión.
- Al finalizar cada uno de los horizontes definidos, se realizará una revisión en profundidad, en la que se analizarán los posibles cambios en la coyuntura exterior y en la actividad y configuración interna de la Asociación Española de la Carretera, por si éstos pudieran implicar modificaciones en los planes incluidos.
- Se garantizará que los Planes de Acción que la Asociación Española de la Carretera realiza anualmente se ajustan a este Plan Estratégico, que se considera la hoja de ruta para los próximos años.





AGRADECIMIENTOS

Comité de Redacción del Plan Estratégico de la Asociación Española de la Carretera 2009-2015:

- D. Dámaso Alegre
- D. Björnulf B. Benatov
- D. Máximo Cruz
- D. Vicente Escobar
- D. Pedro Escudero
- D. Juan José Potti
- D. Pablo Sáez
- D. Santiago Valdés
- D. Aniceto Zaragoza
- D. Jacobo Díaz
- Dña. Marta Rodrigo
- Dña. Elena de la Peña

Con la colaboración de Tea Cegos Deployment.





Anexo

Valoración económica del Plan Estratégico de la AEC 2009-2015

PRESUPUESTO PLAN ESTRATÉGICO AEC 2009-2011

	Presupuesto	Unidad
Organizar jornadas con medios de comunicación	3.000 €	jornada
Publicar estudios	Internet Edición	publicación publicación
Crear el Observatorio de la Carretera	30.000 €	año
Actividades en escuelas universitarias	6.000 €	actividad
Potenciar la comunicación con los socios	3.000 €	año
Constituir la Plataforma Tecnológica de la Carretera	12.000 €	año
Elaborar un folleto informativo en inglés	3.000 €	publicación
Potenciar la Mesa de Directores Generales de Carreteras	6.000 €	año
Valorar el impacto de las acciones de la AEC en las regiones	3.000 €	año
Seguimiento del Plan Estratégico	3.000 €	año
Difundir las iniciativas de los socios en los medios de comunicación de la AEC	3.000 €	año
Analizar los productos y servicios de la AEC desde una perspectiva crítica	3.000 €	año
Fomentar la creatividad interna de todos los miembros del equipo y estructurar el proceso	- €	
Fomentar la cooperación interdepartamental	- €	
Potenciar la formación del equipo humano	6.000 €	año
	90.000 €	
	30.000 €/anuales	





PRESUPUESTO PLAN ESTRATÉGICO AEC 2012-2015

	Presupuesto	Unidad
Organizar jornadas con medios de comunicación	4.000 €	jornada
Establecer una red de contactos con las instituciones de alto nivel	- €	
Promover iniciativas que aglutinen al sector. Crear plataformas sectoriales	15.000 €	año
Definir un plan de captación de socios	5.000 €	
Campaña de promoción de AEC	6.000 €	año
Potenciar la RSC	5.000 €	año
Realizar encuestas	12.000 €	encuesta
Promover y participar en proyectos pioneros	- €	
Promover los productos y sistemas innovadores de los socios	2.000 €	año
Conocer actividades y expectativas de los socios	- €	
Publicitar nuestras potencialidades	1.000 €	año
Crear un comité internacional	3.000 €	año
Promocionar la asociación en el ámbito internacional	5.000 €	año
Crear un centro de excelencia de formación internacional	25.000 €	año
Fomentar el acercamiento a los socios regionales. Potenciar la actividad de los delegados territoriales	5.000 €	año
Potenciar las actividades con las Diputaciones Provinciales	6.000 €	año
Potenciar las actividades de FAEC y IVIA.	18.000 €	año
Potenciar actividades conjuntas con ERF	5.000 €	año
Creación de un comité de posicionamiento y elaboración de documentos de posición	- €	
Plan de ahorro y eficiencia	- €	
Plan para incorporar mejoras "desde dentro"	- €	
Definir los componentes de la Cultura Corporativa	3.000 €	año
Plan para la incorporación de elementos de valor añadido propios de la AEC	- €	
Identificar aspectos poco explorados de interés real o potencial para el sector	- €	
Identificar aliados clave	- €	
Definir los perfiles de los puestos de trabajo	- €	
	120.000 €	
	30.000 €/anuales	

PRESUPUESTO PLAN ESTRATÉGICO AEC 2016

	Presupuesto	Unidad
Crear la marca AEC	30.000 €	
Crear una agenda de contactos internacional	4.000 €	agenda
Identificar las claves del nuevo paradigma (planos técnico y emocional)	6.000 €	
Definir y poner en marcha un plan de comunicación	25.000 €	plan
Constituirse como asesor de altas instituciones políticas	10.000 €	año
	75.000 €	

