

Planes **E**stratégicos
Asturias

Cámara

Oviedo



Gobierno del
Principado de Asturias

Consejería de Industria y Empleo



COMERCIO
DE LLANES



 sealco

Case History: Plan Estratégico del Comercio de Llanes



Planes **E**stratégicos
Asturias

www.planesestrategicos-asturias.com

Llanes, Asturias

Llanes

La situación de partida de la Villa de Llanes era muy similar a otros casos de villas turísticas maríneas. La estacionalidad muy fuerte y un general sentido de apatía estaba comprometiendo la rentabilidad de algunos comercios. La asociación de comerciantes local estaba enfrentada con el ayuntamiento por los típicos problemas de comunicación que ha veces se generan entre instituciones y agentes empresariales. Gracias al empuje del técnico local de la Cámara de Comercio y a la gran predisposición al cambio de los técnicos del ayuntamiento (en particular del ADL Local) se ha podido construir un grupo de trabajo fuerte y motivado. En este momento la asociación local ha hecho suyo el Plan modificando los estatutos y generando una buena serie de acciones. Otro factor determinante es sin duda el hecho de haber dotado de un gerente profesional al plan estratégico desde la gerencia y la presidencia se lidera de forma conjunta el proyecto de cambio amparándose siempre dentro de lo que el plan ha establecido y consensuado. Se ha creado un consejo de dirección que sigue de forma estricta los reglamentos interno y los manuales de funciones. Cada miembro tiene un propio DPT y se ha profesionalizado la gestión interna. El reto para Llanes será sin duda proponer acciones que mejoren la imagen que los visitantes y los turistas tienen de la villa, mejorar la gestión interna, profesionalizar la estructura asociativa, alargar la estacionalidad gracias a continuas campañas comerciales.



N. Comercios inscritos al Plan: 47

Estudios y Sesiones con los empresarios: Septiembre 2005 – Noviembre 2005

Acciones formativas:

Seminario de Habilidades Directivas – Junio 2006

Cuadro de Mando Integral – Noviembre 2006

Acciones comerciales:

Mozart en la memoria Llanes, 30 de Junio y 1 y 2 de Julio de 2006

Campaña de San Valentín 9 – 16 DE FEBRERO DE 2007

III Feria de Comercio y Stock 17 Y 18 DE MARZO DE 2007

Día de la madre 27 de abril - 6 de mayo de 2007

Acciones de soporte:

Contratación de un gerente



Misión del Plan Estratégico

“Consolidar una estructura organizativa profesionalizada y autónoma, capaz de liderar las acciones y procesos necesarios para la obtención de beneficios económicos y sociales, y generadora de riqueza para nuestro patrimonio común y calidad de vida.”

Para lograr esta Misión es necesario:

- Capacitación de los recursos humanos
- Cohesionar los diferentes colectivos

Visión del Plan Estratégico

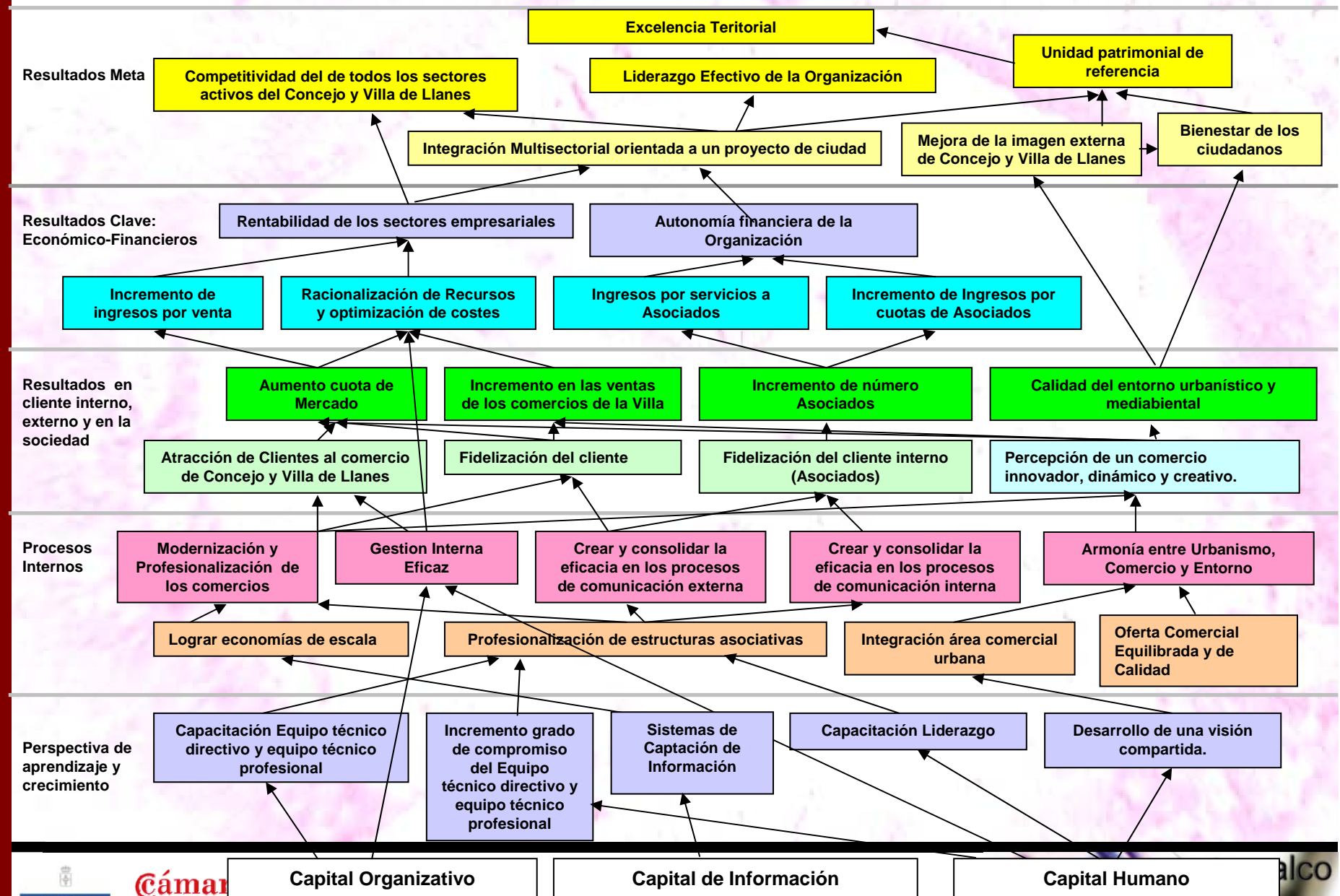
1 “Coliderar con el ayuntamiento e instituciones, la creación de un modelo de desarrollo armónico y equilibrado (urbanismo-entorno-sectores económicos) que conviertan a Llanes en una unidad patrimonial* de referencia, ofreciendo bienestar social a los ciudadanos*.”

2 Ídem “Patrimonial de referencia cultural de Asturias”.

*Unidad patrimonial: paisaje, cultura, gastronomía, etnografía, historia...

*Ciudadanos: consideramos ciudadanos a los residentes, turistas. Ciudadano, algo nuestro, parte de nuestro patrimonio.

PLAN ESTRATÉGICO LLANES



Planes **E**stratégicos
Asturias

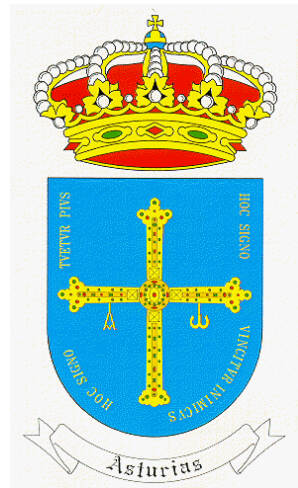
Cámara

Oviedo



Gobierno del
Principado de Asturias

Consejería de Industria y Empleo



 sealco

Case History: Planes Estratégicos de las Villas Asturianas



MENU

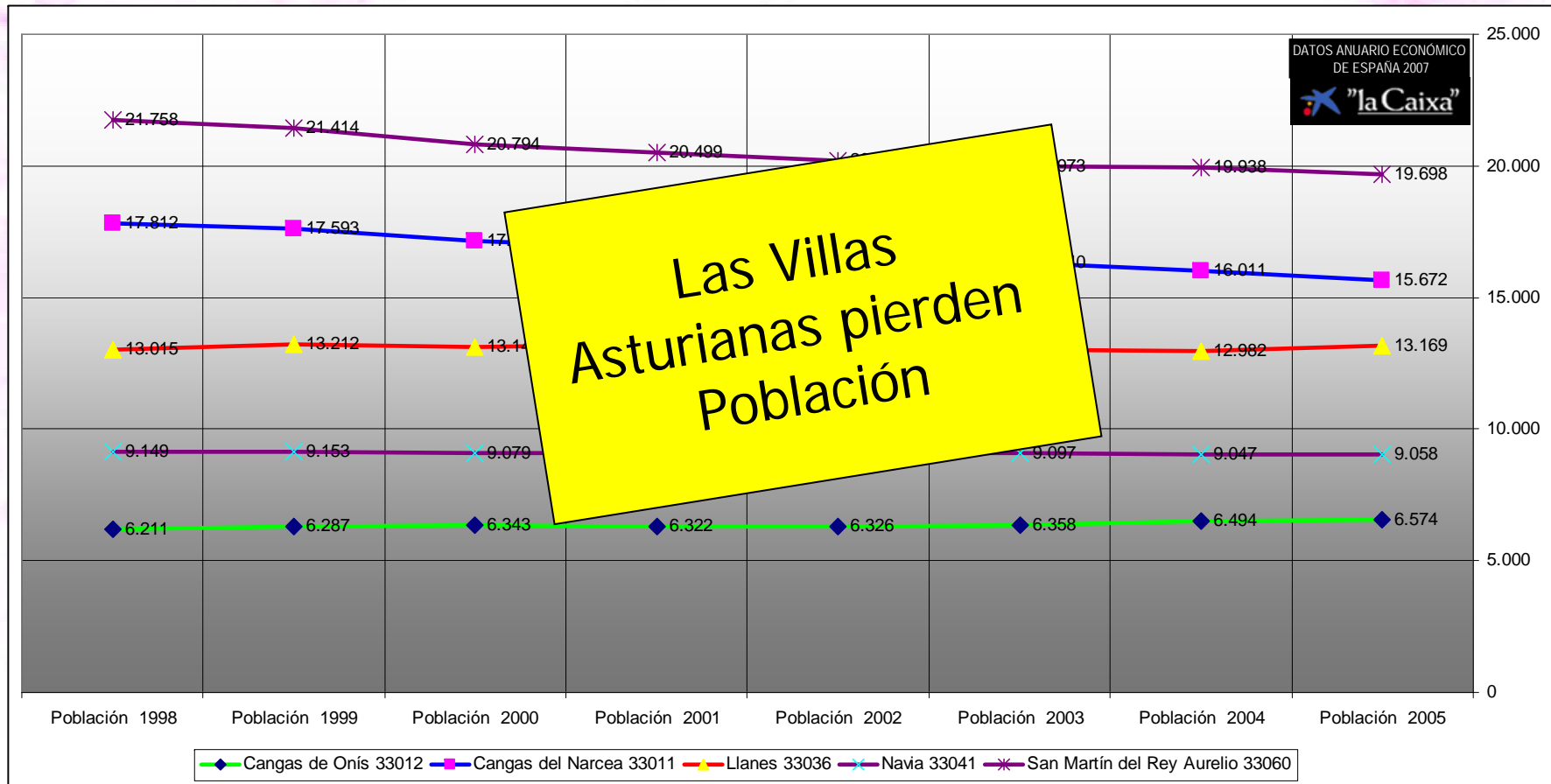
PIRECO-PLANES ESTRATEGICOS COLECTIVOS (PET y PEAC)

	Producto	PIRECO-PET (Plan Estratégico Territorial)
	Lugar	Navia (Asturias)
	Cliente	Camara de Comercio de Oviedo
	Fecha	2006/2007
	Producto	PIRECO-PEAC (Plan Estratégico Actuacion Comercial)
	Lugar	Llanes (Asturias)
	Cliente	Camara de Comercio de Oviedo
	Fecha	2005
	Producto	PIRECO-PEAC (Plan Estratégico Actuacion Comercial)
	Lugar	Cangas del Narcea (Asturias)
	Cliente	Camara de Comercio de Oviedo
	Fecha	2005
	Producto	PIRECO-PACCA (Plan Actuacion Centro Comercial Abierto)
	Lugar	Cangas de Onis (Asturias) (CCA Picos de Europa)
	Cliente	Camara de Comercio de Oviedo
	Fecha	2006
	Producto	PIRECO-PET (Plan Estratégico Territorial)
	Lugar	San Martín del Rey Aurelio (Asturias)
	Cliente	Camara de Comercio de Oviedo
	Fecha	2007



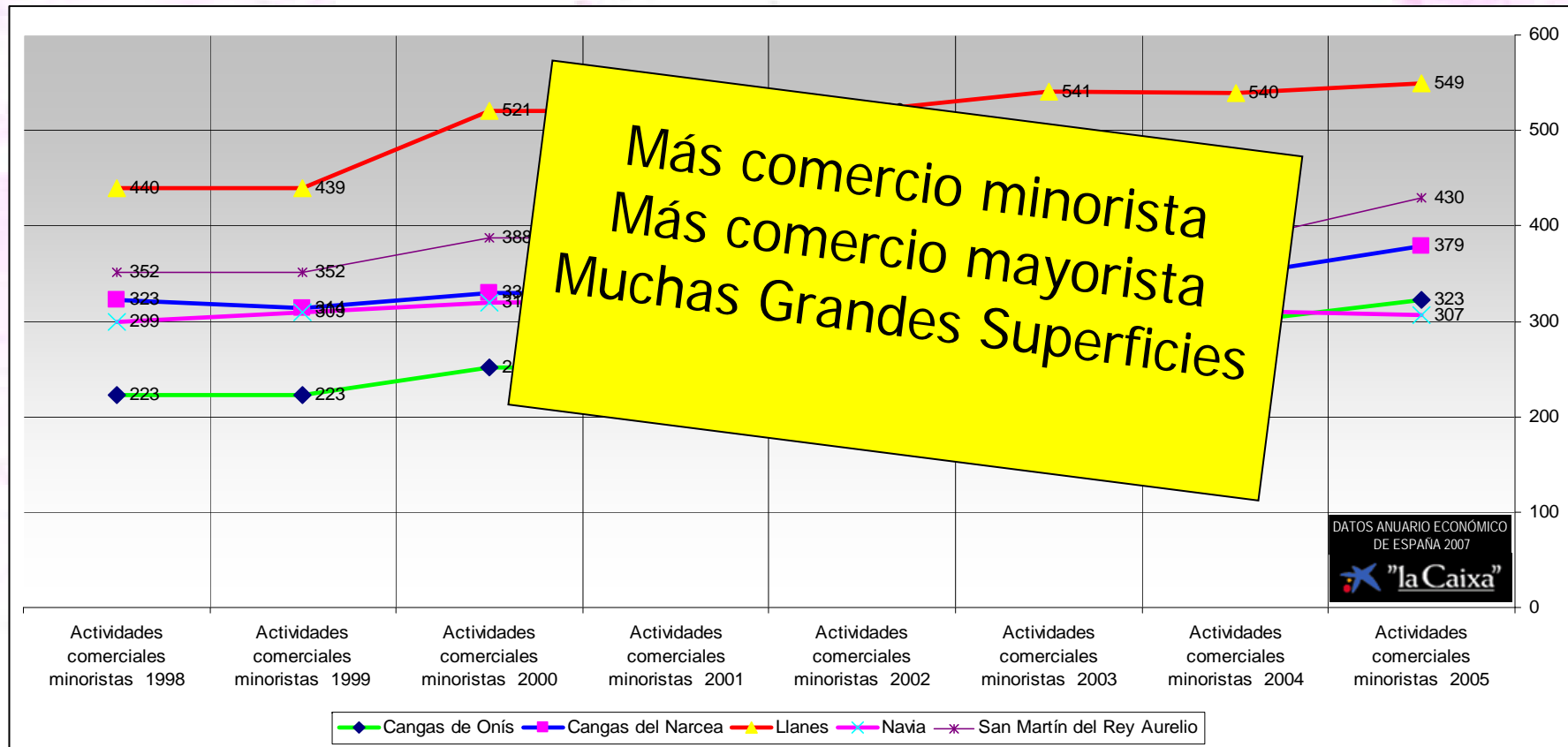
LOS PLANES ESTRATÉGICOS DE LAS VILLAS ASTURIANAS

Municipio/Concejo	Población 2005	Población 2004	Población 2003	Población 2002	Población 2001	Población 2000	Población 1999	Población 1998
Cangas de Onís	6.574	6.494	6.358	6.326	6.322	6.343	6.287	6.211
Cangas del Narcea	15.672	16.011	16.340	16.612	16.865	17.161	17.593	17.812
Llanes	13.169	12.982	13.032	13.125	13.232	13.144	13.212	13.015
Navia	9.058	9.047	9.097	9.068	9.098	9.079	9.153	9.149
San Martín del Rey Aurelio	19.698	19.938	19.973	20.186	20.499	20.794	21.414	21.758

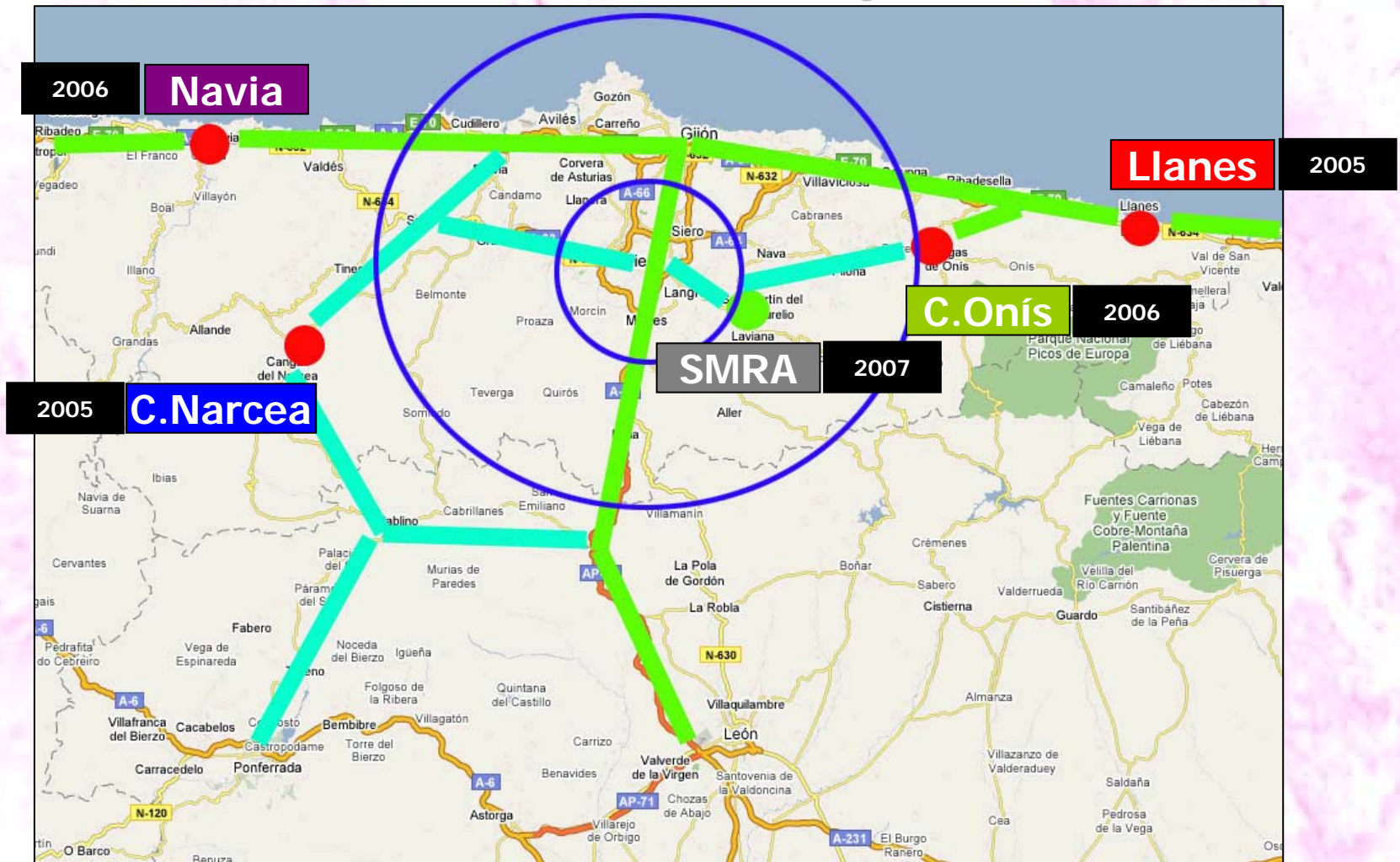


LOS PLANES ESTRATÉGICOS DE LAS VILLAS ASTURIANAS

Municipio/Concejo	Actividades comerciales minoristas 2005	Actividades comerciales minoristas 2004	Actividades comerciales minoristas 2003	Actividades comerciales minoristas 2002	Actividades comerciales minoristas 2001	Actividades comerciales minoristas 2000	Actividades comerciales minoristas 1999	Actividades comerciales minoristas 1998
Cangas de Onís	323	300	297	283	251	251	223	223
Cangas del Narcea	379	349	337	337	330	330	314	323
Llanes	549	540	541	520	521	521	439	440
Navia	307	311	311	320	321	319	309	299
San Martín del Rey Aurelio	430	385	369	377	388	388	352	352



Influencia de Oviedo y los CC



LOS PLANES ESTRATÉGICOS DE LAS VILLAS ASTURIANAS

Municipio/Concejo	Población 2005	Población 2004	Población 2003	Población 2002	Población 2001	Población 2000	Población 1999	Población 1998
Cangas de Onís	6.574	6.494	6.358	6.326	6.322	6.343	6.287	6.211
Cangas del Narcea	15.672	16.011	16.340	16.612	16.865	17.161	17.593	17.812
Llanes	13.169	12.982	13.032	13.125	13.232	13.144	13.212	13.015
Navia	9.058	9.047	9.097	9.068	9.098	9.079	9.153	9.149
Oviedo *	212.174	209.495	207.699	202.938	201.005	200.411	200.453	199.549
San Martín del Rey Aurelio *	19.698	19.938	19.973	20.186	20.499	20.794	21.414	21.758
Gijón *	273.931	271.039	270.875	270.211	269.270	267.426	267.980	265.491
Avilés *	83.855	83.899	84.182	83.511	83.553	83.930	84.519	84.835
Municipio/Concejo	Actividades comerciales minoristas 2005	Actividades comerciales minoristas 2004	Actividades comerciales minoristas 2003	Actividades comerciales minoristas 2002	Actividades comerciales minoristas 2001	Actividades comerciales minoristas 2000	Actividades comerciales minoristas 1999	Actividades comerciales minoristas 1998
Cangas de Onís	323	300	297	283	251	251	223	223
Cangas del Narcea	379	349	337	337	330	330	314	323
Llanes	549	540	541	520	521	521	439	440
Navia	307	311	311	320	321	319	309	299
Oviedo	4.603	4.690	4.601	4.530	4.603	4.535	4.467	4.387
San Martín del Rey Aurelio	430	385	369	377	388	388	352	352
Gijón	6.339	6.082	5.651	5.651	5.724	5.579	5.642	5.210
Avilés	1.670	1.659	1.712	1.700	1.696	1.668	1.608	1.618
Municipio/Concejo	Ratio Comercio/Ha bitantes 2005	Ratio Comercio/Ha bitantes 2004	Ratio Comercio/Ha bitantes 2003	Ratio Comercio/Ha bitantes 2002	Ratio Comercio/Ha bitantes 2001	Ratio Comercio/Ha bitantes 2000	Ratio Comercio/Ha bitantes 1999	Ratio Comercio/Ha bitantes 1998
Cangas de Onís *	20,35	21,65	21,41	22,35	25,19	25,27	28,19	27,85
Cangas del Narcea	41,35	45,88	48,49	49,29	51,11	52,00	56,03	55,15
Llanes *	23,99	24,04	24,09	25,24	25,40	25,23	30,10	29,58
Navia	29,50	29,09	29,25	28,34	28,34	28,46	29,62	30,60
Oviedo	46,09	44,67	45,14	44,80	43,67	44,19	44,87	45,49
San Martín del Rey Aurelio	45,81	51,79	54,13	53,54	52,83	53,59	60,84	61,81
Gijón *	43,21	44,56	47,93	47,82	47,04	47,93	47,50	50,96
Avilés	50,21	50,57	49,17	49,12	49,26	50,32	52,56	52,43
Municipio/Concejo	Crecimiento 2004-2005	Crecimiento 2003-2004	Crecimiento 2002-2003	Crecimiento 2002-2001	Crecimiento 2001-2000	Crecimiento 2000-1999	Crecimiento 1999-1998	Crecimiento Base Cero
Cangas de Onís	-6%	1%	-4%	-13%	0%	-12%	1%	100%
Cangas del Narcea	-11%	-6%	-2%	-4%	-2%	-8%	2%	100%
Llanes	0%	0%	-5%	-1%	1%	-19%	2%	100%
Navia	1%	-1%	3%	0%	0%	-4%	-3%	100%
Oviedo	3%	-1%	1%	3%	-1%	-2%	-1%	100%
San Martín del Rey Aurelio	-13%	-5%	1%	1%	-1%	-14%	-2%	100%
Gijón	-3%	-8%	0%	2%	-2%	1%	-7%	100%
Avilés	-1%	3%	0%	0%	-2%	-4%	0%	100%

* =Centro Comerciales en el concejo

n. Habitantes a disposición de cada comercio

* =Zona fuertemente turísticas residencial

Causa perdida de población y aumento de comercios

DATOS ANUARIO ECONOMICO DE ESPAÑA 2007
"la Caixa"

LOS PLANES ESTRATÉGICOS DE LAS VILLAS ASTURIANAS

Índice Cuota de Mercado

Cangas del Narcea –
Cangas de Onís +

Nombre Municipio o Total Provincial y/o CC.AA.	Cuota de mercado 2005	Cuota de mercado 2004	Cuota de mercado 2003	Cuota de mercado 2002	Cuota de mercado 2001	Cuota de mercado 2000	Cuota de mercado 1999	Cuota de mercado 1998
Cangas de Onís	18	18	18	18	17	18	18	17
Cangas del Narcea	35	36	37	38	38	39	40	41
Llanes	35	35	36	36	37	37	37	37
Navia	22	23	23	23	23	24	24	24
Oviedo	461	471	475	477	481	487	491	495
San Martín del Rey Aurelio	41	42	42	43	44	45	46	47
Gijón	567	574	578	590	602	607	615	618
Avilés	171	176	180	184	187	191	193	196
Municipio/Concejo	Crecimiento 2004-2005	Crecimiento 2003-2004	Crecimiento 2002-2003	Crecimiento 2002-2001	Crecimiento 2001-2000	Crecimiento 2000-1999	Crecimiento 1999-1998	Crecimiento Base Cero
Cangas de Onís	0%	0%	0%	6%	-6%	6%	0%	100%
Cangas del Narcea	-3%	-3%	-3%	0%	-3%	-3%	-2%	100%
Llanes	0%	-3%	0%	-3%	0%	0%	0%	100%
Navia	-5%	0%	0%	0%	-4%	0%	0%	100%
Oviedo	-2%	-1%	0%	-1%	-1%	-1%	-1%	100%
San Martín del Rey Aurelio	-2%	0%	-2%	-2%	-2%	-2%	-2%	100%
Gijón	-1%	-1%	-2%	-2%	-1%	-1%	0%	100%
Avilés *	-3%	-2%	-2%	-2%	-2%	-1%	-2%	100%
Municipio/Concejo *	Cumulativo 2004-2005	Cumulativo 2003-2004	Cumulativo 2002-2003	Cumulativo 2002-2001	Cumulativo 2001-2000	Cumulativo 2000-1999	Cumulativo 1999-1998	Cumulativo Base Cero
Cangas de Onís	105%	105%	105%	105%	100%	106%	100%	100%
Cangas del Narcea	84%	87%	90%	92%	92%	95%	98%	100%
Llanes	94%	94%	97%	97%	100%	100%	100%	100%
Navia *	91%	96%	96%	96%	96%	100%	100%	100%
Oviedo	93%	95%	96%	96%	97%	98%	99%	100%
San Martín del Rey Aurelio	86%	89%	89%	91%	93%	96%	98%	100%
Gijón	91%	93%	93%	95%	97%	98%	100%	100%
Avilés	86%	89%	91%	94%	95%	97%	98%	100%
Total Asturias	2.345	2.380	2.406	2.445	2.484	2.516	2.538	2.564
Crecimiento Cuota de Mercado	98,53%	98,92%	98,40%	98,43%	98,73%	99,13%	98,99%	100,00%
Cumulativo Cuota de Mercado	0,39%	-0,51%	0,03%	0,30%	0,41%	-0,15%	1,01%	100,00%

DATOS ANUARIO ECONÓMICO DE ESPAÑA 2007

"la Caixa"

LOS PLANES ESTRATÉGICOS DE LAS VILLAS ASTURIANAS

5 Planes, 5 realidades diferentes

Municipio/Concejo	Índice de restauración y bares	Índice turístico	Índice actividad económica	Superficie-m2 Centros Comerciales 2005	Extensión (Km2)	Act. com. supermercados	Superficie-m2 actividades comerciales minoristas	Índice industrial
Cangas de Onís	24	69	10	0	213	10	19357	6
Cangas del Narcea	37	13	17	0	824	7	29677	22
Llanes	69	133	26	0	264	24	33378	18
Navia	16	15	25	0	63	6	25087	51
Oviedo	686	306	524	74810	187	70	484801	285
San Martín del Rey Aurelio	37	3	14	25000	56	12	40937	9
Gijón	985	322	524	96.262	182	179	541.101	564
Avilés	592	37	151	11.297	27	29	175.862	192

Navia = Industria

Llanes = Turismo Estacional

Cangas del Narcea = Despoblación

Cangas de Onís = Dependencia de Climatología

San Martín del Rey Aurelio =
Falta de suelo industria y residencial.
Los prejubilados de la minería
se van a otro concejo



PIRECO-PET ©
(Plan Estratégico Territorial)

PIRECO-PEAC ©
(Plan Estratégico de
Actuación Comercial)

PIRECO-PACCA ©
(Plan Actuación Centro
Comercial Abierto)

PIRECO-PET

REFLEXIÓN ESTRATÉGICA



Valores: ¿en que creemos?

Misión: ¿Por qué existimos?

Visión: ¿Qué queremos ser?

Objetivos: ¿A dónde vamos?

Mapas Estratégico: ¿El camino a seguir?

Infraestructura organizativa: ¿Cómo nos organizamos?

Impulsores estratégicos y acciones: ¿Qué hacemos?

Cuadro de mando Integral: ¿Cómo controlamos que las acciones sean efectivas?

Planificación Económica: ¿Con que recursos lo hacemos?

Resultados		Estratégicos		
Comerciantes satisfechos	Cientes encantados	Racionalización de los recursos	Procesos efectivos	Personal motivado y preparado

Fase 1	Fase 2		
Trabajo de Campo	1ra Sesión	2da Sesión	3ra Sesión
<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas agentes empresariales - Entrevistas Técnicos y Instituciones - Entrevistas Colectivos Empresariales - Estudios y Recogida Informaciones - Estudio Urbanístico Comercial 	<ul style="list-style-type: none"> -Dafo -Motivos de Cambio de Cultura dentro de la Organización - Dinámicas de Grupo - Gestión de Cambio - EFQM - Viabilidad CCA - Madurez Conceptual 	<ul style="list-style-type: none"> -Valores - Misión - Visión - Inteligencia Emocional - Súper Vivencia en el Desierto - Objetivos Estratégicos - Campañas Comerciales APM - Ejercicio Comunicación Interna 	<ul style="list-style-type: none"> -Mapa Estratégico - Objetivos e Indicadores - Acciones Primarias - Acciones Estratégicas - Cadena de Valor - Infraestructura Organizativa - DPT PE
Fase 2			Fase 4
4ta Sesión	5ta Sesión	Presentación Final	Tutorización
<ul style="list-style-type: none"> -Acciones Primarias -Priorización Acciones -Ficha de Gestión Plan Estratégico - Infraestructura Consensuada 	<ul style="list-style-type: none"> -Acciones de Urbanismo - Firma Documento Final PE - Partidas Presupuestarias - Cierre Segunda Fase 	<ul style="list-style-type: none"> -Presentación con Instituciones. 	<ul style="list-style-type: none"> -Apoyo Técnico - Coaching al Consejo de Dirección - Formación Habilidades Directivas - Talleres HR I y II - Formación Calidad de Servicio - Selección y Formación Gerente

P.E.A.C

Valores: ¿en que creemos?

Misión: ¿Por qué existimos?

¿Hacia
Dónde
Vamos?

Visión: ¿Qué queremos ser?

GAP

visión compartida

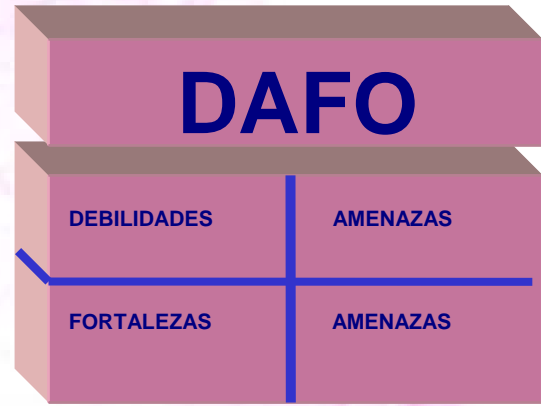
GESTIÓN
DEL CAMBIO

Nuevas estructuras
organizativas.
Nuevos procesos de trabajo.
Gestión de RRHH

Mejora de la
imagen del
comercio

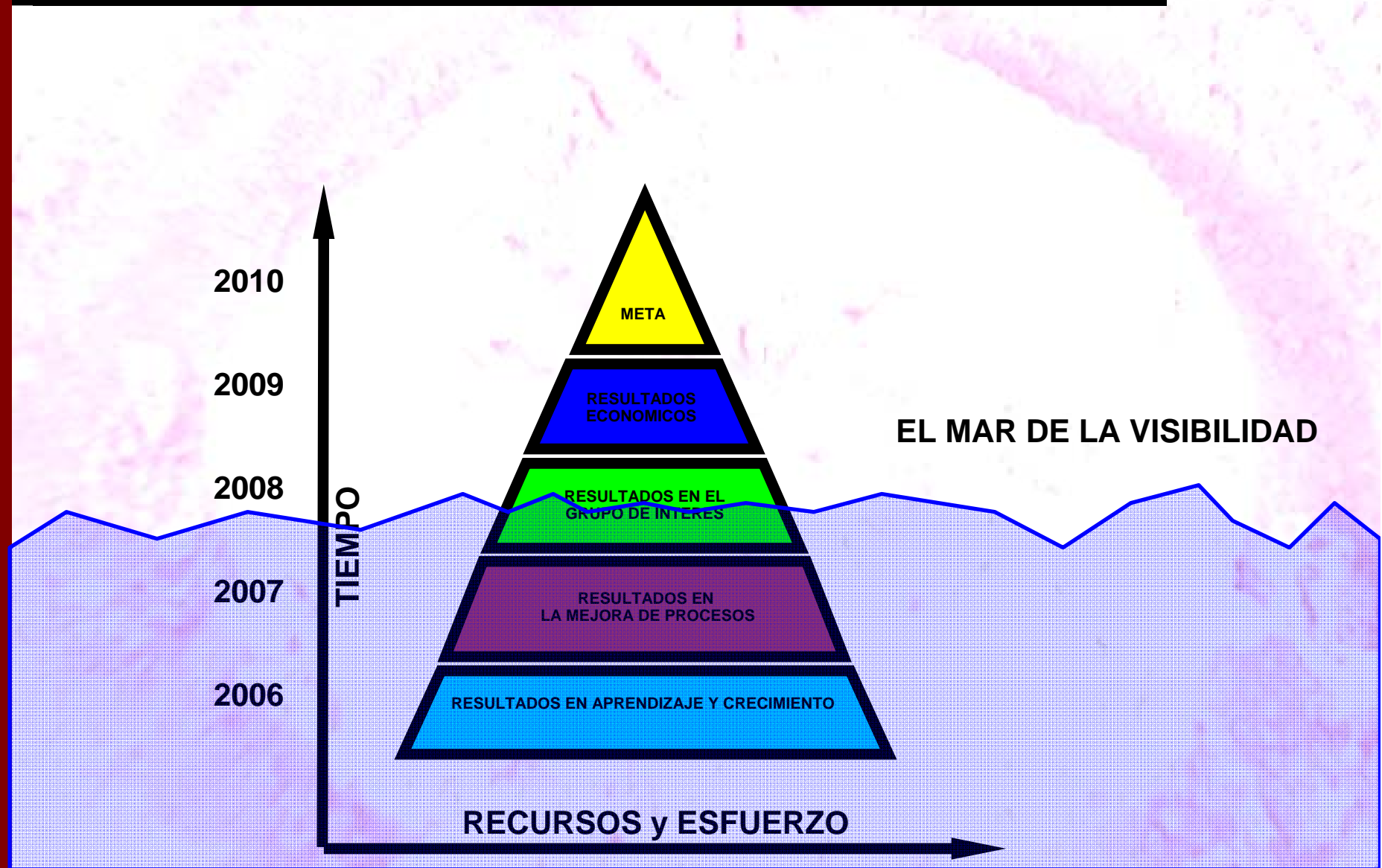
Fidelización del
cliente/interno

Nuevos y mejores productos
y servicios



¿Dónde estamos?

EVOLUCIÓN Y RESULTADOS PLAN ESTRATÉGICO



MENU

La empresa



Competitividad, calidad, formación, profesionalización, gestión...

Importantes desafíos de un mercado cada vez más exigente, selectivo y especializado. En una coyuntura como esta, mantenerse en primera línea con antiguas estructuras y planteamientos pasados, más que un reto es casi un milagro...

Es necesario buscar nuevas fórmulas. Soluciones efectivas que permitan a los pequeños y medianos comercios y a las pymes competir con las grandes entidades en igualdad de condiciones.

Es el momento de explorar nuevos caminos, de dar respuesta a nuevos retos, renovar conceptos y profesionalizar la gestión. Se impone la necesidad de cambiar "la mentalidad" pasando de una concepción de pequeño comerciante o artesano a una mentalidad de empresario.

Es la hora de iniciar una renovación moderada, sin grandes cambios ni transformaciones radicales, pero altamente efectiva para llevar a comercios y empresas de pequeño y mediano tamaño al éxito que supone gestionar un proyecto con la máxima rentabilidad.

Una nueva forma de entender los negocios

Ante una coyuntura comercial y empresarial tan competitiva, Sealco Consultores se presenta como una fórmula innovadora para ayudar al empresario a crear empresas rentables.

Con una metodología propia, PIRECO®, una cartera de servicios estratégicos especializados y un equipo de consultores y asesores altamente cualificados.

Una fórmula completa para hacer frente a los retos de modernización, especialización, formación y calidad que se exige cada vez más a comercios y pequeñas y medianas empresas.

Contamos con un amplio abanico de soluciones desarrolladas para resolver necesidades específicas.

Desde el inicial análisis del punto de venta, al diseño de una completa estrategia comercial, de imagen y actuación a nivel individual o colectivo.

Todo gracias a la implantación, completa o por módulos, de nuestra metodología propia PIRECO® y a los servicios especializados que prestamos de manera adicional.

Porque en Sealco tenemos la solución que mejor se adapta a cada negocio.

Misión

La misión de SEALCO CONSULTORES, es aportar valor a nuestros clientes, ofreciendo soluciones personalizadas, innovadoras y efectivas, facilitando el cambio y la mejora de su competitividad, a través de una organización inteligente que facilite el aprendizaje, desarrollo, conocimiento y bienestar de sus colaboradores, accionistas y clientes.

Valor

Cambio

Innovación

Eficacia

Visión

SEALCO CONSULTORES, debe ser un referente nacional en el liderazgo de proyectos de cambio en las organizaciones, transformando los actuales modelos de gestión para desarrollar todo el potencial y rendimiento de sus clientes.

Liderazgo

Rendimiento

PYME

Comercio

LA IMPORTANCIA DE LOS VALORES

Credibilidad: Impecabilidad en el cumplimiento de los compromisos adquiridos ante nuestros grupos de interés (instituciones, proveedores, clientes, colaboradores, alianzas...) con total honestidad y transparencia.

Innovación: (Novedad, Cambio, perfeccionamiento, mejora y creador): Ser capaz de utilizar nuevos recursos, ideas y metodologías para conseguir la visión, misión y valores de la organización. Implica una mente abierta y apertura de visión siendo capaz de anticiparse a las realidades.

Eficacia: Hacer las cosas bien y en el momento justo para intentar maximizar los resultados.

Independencia profesional: No estar condicionados ante la ideología o intereses de los grupos de interés a la hora de realizar un proyecto, y facilitar comportamientos y sentimientos de 'libertad' para plantear mejoras continuas, autonomía creativa y coherencia espontánea con la esencialidad de nuestra empresa, nuestro estilo.

Bienestar: Crear un espacio vital para las personas que constituyan la empresa, donde se satisfagan mayoritariamente las necesidades personales y profesionales de las personas, a través del alineamiento de las inquietudes personales con las corporativas.

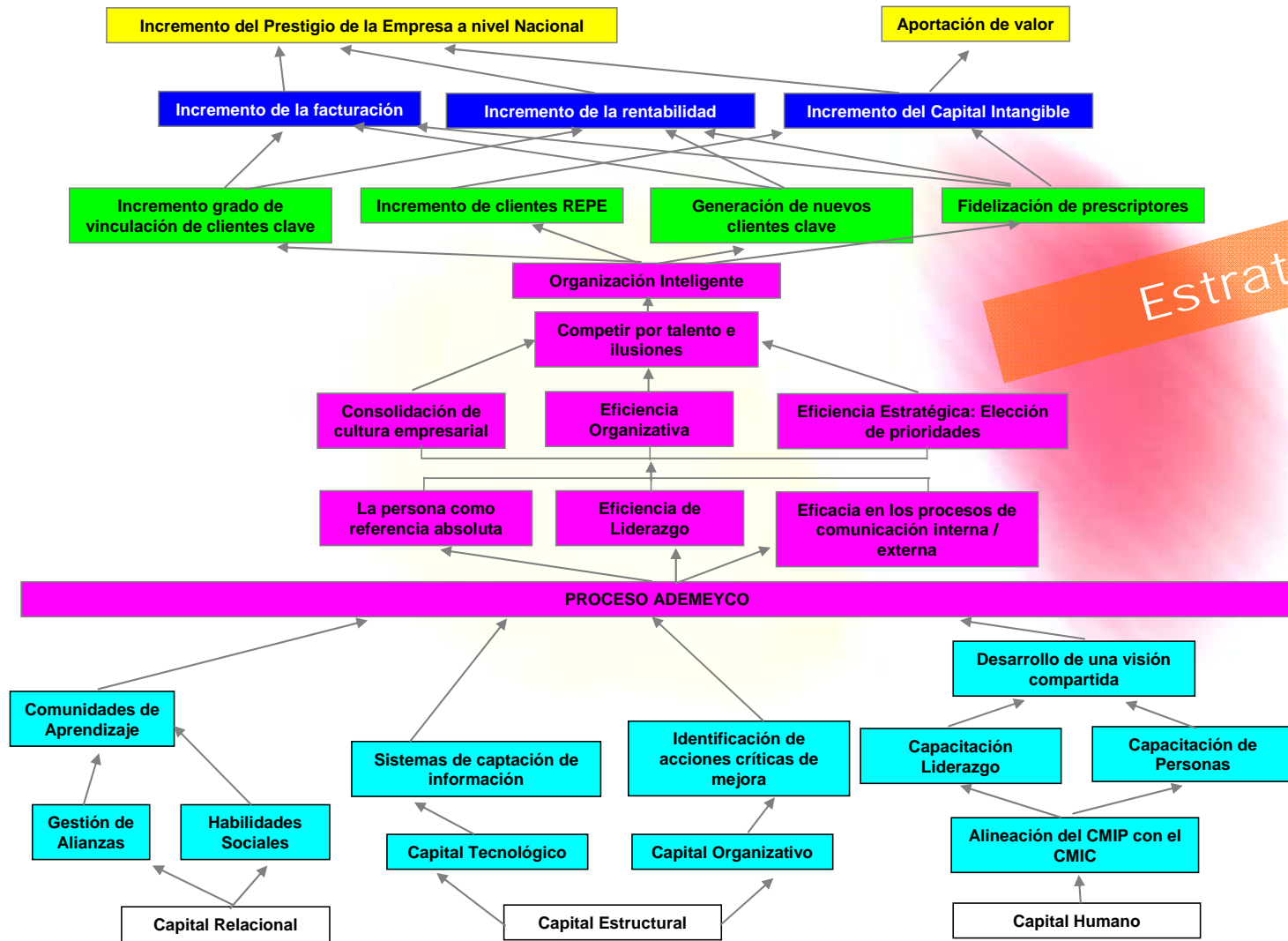
Orientación al Cliente: Empatizar con nuestros clientes. Proporcionar unos servicios que se adapten a sus necesidades. Personalizar y sorprender a nuestros clientes y superar sus expectativas. Soluciones desarrolladas para resolver necesidades específicas.

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.

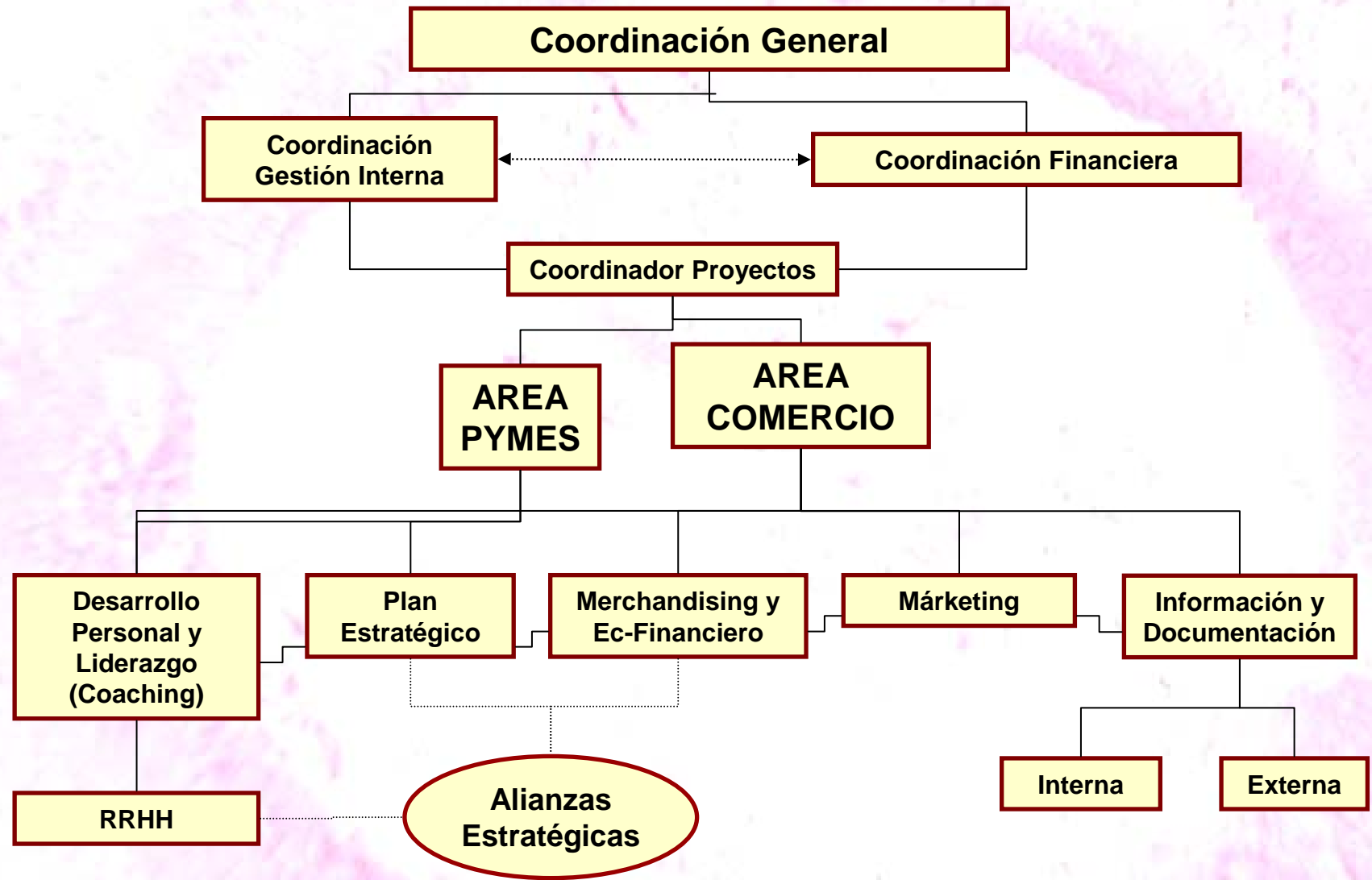
Pro-actividad: Ser detector de necesidades anticipándose a los clientes. Tener iniciativa, provocar la demanda y empatizar honestamente con nuestros clientes y colaboradores. Conocimiento permanente del mercado y el entorno.

Valores

MAPA ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN



ORGANIGRAMA



NUESTRA VISION ERES TU..

	Comercio	Colectivos	Instituciones	PYME	Escuela de Negocios
Pireco-Individual	✓				
Pireco-Colectivo		✓	✓		
Ademeyco				✓	
Innova			✓		✓
Formación Continua		✓	✓	✓	✓

PIRECO[©]

ADEMEYCO[©]

INNOVA[©]

Formación

Potenciar las posibilidades del punto de venta

Análisis, estrategia y formación. Las etapas básicas para transformar un pequeño establecimiento comercial en una empresa rentable. Así lo prevé PIRECO®, en una solución particularmente diseñada para ser implantada en comercios minoristas. Su estructura secuencial permite una implantación por módulos, para satisfacer demandas puntuales, progresiva o completa para reorganizar el negocio desde la base.

Módulos PIRECO® Individual:

Estudio Punto de Venta

Completo diagnóstico del punto de venta para determinar la situación concreta del negocio y plantear las recomendaciones para la renovación y mejora de la gestión. Actúa sobre áreas vitales para el negocio como el merchandising, el análisis económico financiero y la calidad de servicio.

Plan Estratégico del Punto de Venta

Una actuación esencial para reorganizar el punto de venta a través de la Definición Estratégica del Negocio. Su implantación servirá para identificar las ventajas competitivas, elegir el posicionamiento comercial, poner en marcha las acciones estratégicas oportunas y medir la eficacia de los resultados.

Plan Integral de Formación Comercial

Completo programa de actividades formativas orientadas a la integración de la Calidad Total en el comercio minorista. Proporciona una adecuada formación, la adquisición de habilidades necesarias para desarrollar ventajas competitivas y la implementación de herramientas de gestión adecuadas, permitiendo el desarrollo de una cultura empresarial orientada al cliente y una actitud abierta y dinámica en relación al cambio a las nuevas ideas y al largo plazo.

Unión de esfuerzos para competir con éxito

Potenciar al máximo las posibilidades del punto de venta puede no ser siempre la opción definitiva para garantizar la supervivencia del comercio tradicional dentro del marco de la moderna distribución. Para competir con las grandes superficies comerciales, en igualdad de condiciones, muchas veces será necesario organizarse y poner en marcha procesos de integración y concentración. Una suma de esfuerzos individuales, que dará lugar a una política comercial conjunta, con la que sacar el máximo provecho mediante economías de escala.

En Sealco somos especialistas en trazar e implementar procesos integradores gracias a PIRECO® y su sección modular especialmente desarrollada para poner en marcha proyectos de carácter colectivo.

Profesionalización de la estructura asociativa

Los nuevos desafíos para los colectivos



Unión de esfuerzos para competir con éxito

Módulos PIRECO® Colectivo:

Plan Estratégico de Actuación Comercial

Transformar la tradicional fórmula de asociación comercial en una estructura más sólida y empresarial, capaz de implicar distintas sensibilidades y organizarlas en un proyecto único con intereses comunes. Son los objetivos prioritarios de este plan de actuación que potencia la creación de Centros Comerciales Abiertos (C.C.A.) con los que coordinar a los diferentes agentes que operan en el comercio de una zona o ciudad.

Plan Creación de Redes de Cooperación

El paso definitivo en la integración de esfuerzos individuales pasa por el desarrollo de una auténtica política comercial conjunta, que permita a sus integrantes aprovechar al máximo los recursos. Fórmulas como las cooperativas orientadas a centrales de servicios, creación o integración en cadenas e implementación de Acuerdos Sectoriales de Cooperación reservan al comerciante ventajas que, de manera individual, no estarían a su alcance (reducción de costes de compra y transporte, sistemas de información compartida, especialización de la oferta, acceso a medios publicitarios de gran alcance, planes de formación, sistemas de calidad, etc.).

Planificación Estratégica de Ciudades y Territorios

Un paso más en el fortalecimiento de la estructura comercial tradicional de una zona pasa por la potenciación del entorno en el que se ubica. La ciudad o el territorio se convierten así en un sistema funcional que, a largo plazo, traerá como resultado una auténtica consolidación urbanística, económica y comercial de un determinado enclave.

MENU

Las Personas



El capital humano de Sealco Consultores

RICARDO ALMENAR PEÑALVA (ralmenar@sealcoconsultores.com)



- Licenciado en Psicología por la Universitat de València.
- Master en Distribución Comercial (1986/ 87) 1ª Promoción. Instituto Universitario de Gestión Empresarial. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universitat de Valencia.
- Consultor EFQM miembro de la Red de Consultores del Club Gestión de Calidad
- Experto en Liderazgo de equipos y desarrollo de personas: Universidad de Mondragòn y NewField Consulting
- Curso de Perfeccionamiento Directivo en Dirección y Administración General de Empresas (DAGE, 1989). Centro de Formación Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.
- Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia (13 años departamento de Comercio Interior y Delegaciones).
- Participa desde el año 94 en el desarrollo de Centros Comerciales Abiertos y Planes Estratégicos del Comercio en ciudades y organizaciones como Centro Comercial Abierto de Gandía, Alcoi, Ontinyent, Burgos, Salamanca, Valladolid, Covaldroper y Federación Alavesa de Comercio y Servicios.
- Ponente en Congresos, Seminarios y Talleres de trabajo formativos en multitud de Asociaciones de Comerciantes y Sectoriales, Red Cameral de toda España. Profesor de ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing).
- Director Técnico de **SEALCO CONSULTORES, S.L.**

El capital humano de Sealco Consultores

EMILIO JOSÉ ÁBALOS ATIENZA (eabalos@sealcoconsultores.com)



- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Facultad de Ciencias y Empresariales de Valencia.
- Master en Marketing y Distribución Comercial (9ª edición) por la Fundación Universidad Empresa ADEIT de Valencia.
- Master en Contabilidad y Auditoria de Cuentas por la Fundación Universidad Empresa ADEIT de Valencia.
- Inicio su carrera profesional en 1994 como consultor de comercio de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, donde realizó tareas de consultor del Punto de Venta.
- Alternó su profesión de Consultor de la Cámara de Comercio de Valencia con la Gerencia de la Asociación de Fotógrafos Profesionales de Valencia entre los años 99 y 2001.
- Imparte conferencias, seminarios y cursos de gestión económica del Punto de Venta en diversas Asociaciones de Comerciantes y Cámaras de Comercio de toda España.
- **Responsable Área de Gestión Económica de SEALCO CONSULTORES S.L.**

EVA L. MÉNDEZ MARTÍNEZ (emendez@sealcoconsultores.com)



- **Licenciada en Sociología (Universidad de Madrid). Especialidad en Psicología Social.**
- **Especialista en Investigación de Mercados por la Universidad Politécnica de Madrid.**
- **Consultora EFQM miembro de la Red de Consultores del Club Gestión de Calidad.**
- **Curso Superior en Técnicas Cualitativas de Investigación Social (Universidad Complutense de Madrid).**
- **Curso en Indicadores de Gestión y Modelo EFQM, Evaluadores EFQM, Herramienta Perfil EFQM y Planes de Mejora tras una Evaluación EFQM (Club Gestión de Calidad, Madrid).**
- **Curso superior de Intervención Psicosociológica en el Grupo (Universidad Complutense de Madrid).**
- **Master en Estudios de la Mujer y Políticas de Igualdad de Oportunidades (Colegio de Sociólogos y Politólogos, Madrid).**
- **Experiencia docente: Profesora titular de la asignatura *Sociología del Turismo* para el Consell Insular de Ibiza y Formentera. Profesora de cursos de especialización para la Fundación Universidad y Empresa de las Islas Baleares.**
- **Experiencia en como técnico investigador en Investigación de Mercados: Centro de Estudios Sociales Aplicados (Madrid) y Gabinete de Estudios Sociológicos, Baleares.**
- **Consultora Área Estrategia y Calidad de SEALCO CONSULTORES S.L.**

MICHELE IURILLO (miurillo@sealcoconsultores.com)

- Licenciado en Periodismo en Milán (Italia)
- Master Dirección de Ventas – Lluís Vives – año 1999
- Nexus Active Group SL, Valencia – Account Director 2004 - 2005
- Rocket Jump Spa – Varese (Italia) - Consejero Delegado 2002 - 2004
- NGI Spa – Varese (Italia) - Director Comercial y Marketing – 2001 - 2002
- Text 100 P.R. – Milan (Italia) – Consultant – 2000 - 2001
- Global Game España - Valencia – Director Comercial 1997 - 2000
- Tracor Multimedia Valencia – Docente, 1996-1997
- G.R.Edizioni - Milán, Italia – Director Editorial, 1990-1996
- FreeTime Editions – Milan, Italia – Coordinador Editorial 1988-1990
- R.T.Italiana Sistemi – Milan, Italia – Responsable Atención al cliente area informatica 1985-1986
- 18 años de periodismo en las áreas informática, turismo, gastronomía en Italia
- Miembro del Comité City Marketing del Club de Marketing Valencia
- Coordinador Planes Estratégicos de Asturias con la Cámara de Comercio de Oviedo y el Principado de Asturias
- Consultor Área Estrategia de SEALCO CONSULTORES

ENRIQUE CANO TORRECILLA (ecano@sealcoconsultores.com)

- **Diplomado en Biblioteconomía y documentación.**
- **Colaborador con el DCADHA (U. Politécnica de Valencia) en el portal ECSocial.**
- **Indizador de noticias de prensa digital (Florida Universitaria).**
- **Indizador del Thesaurus Valencia (U. Valencia).**
- **Bibliotecario en la Biblioteca Pública Municipal de Xirivella.**
- **Documentalista en SEALCO CONSULTORES**

MARTA PINACHO SANTOS (mpinacho@sealcoconsultores.com)

- Técnico superior en Gestión comercial y marketing
- Técnico superior en Asesoría de Imagen personal
- Curso de postgrado como Responsable de merchandising por la Universitat Obertá de Catalunya.
- Formación en marketing por la cámara de comercio de Valladolid
- Formación en Escaparatismo por Master-D
- Curso de imagen comercial y escaparatismo por la Cámara de comercio de Palencia
- Curso de interiorismo y decoración realizado por la fundación tripartita
- Curso de decoración y diseño de interiores por ordenador
- Experiencia como merchandiser de zona para “Women Secret” coordinando el merchandising de una zona de Cataluña
- Experiencia como coordinadora de tienda y escaparatista en Springfield, siendo responsable de Castilla y León
- Experiencia en Pull and Bear (grupo inditex) como responsable de sección (Valencia)
- Consultora del Área de Merchandising de SEALCO Consultores, S.L.

MENU

Nuestros Clientes



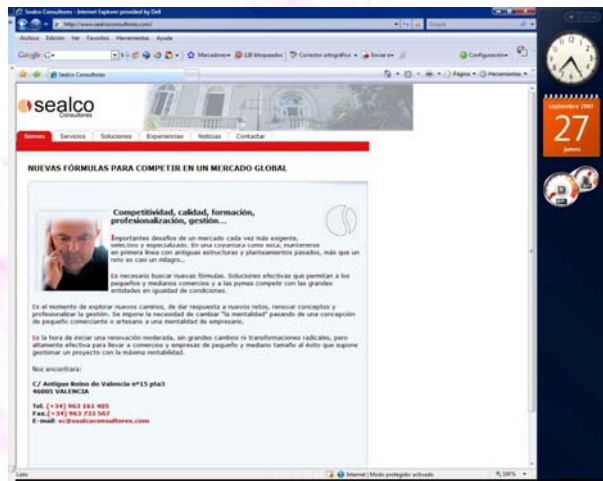
Algunos clientes



MENU

Como contactar





Sealco Corporate www.sealcoconsultores.com



Portal Plan Estratégicos de Asturias
www.planesestrategicos-asturias.com
(con Camara de Oviedo
y Principado de Asturias)

Contactos

Sealco Consultores

Avenida Reino de Valencia 15-3
46005 Valencia (España)
www.sealcoconsultores.com

Tel. 96. 316.14.05





...nuestra visión eres Tu