

ACOTEX, estrategia de fidelización y captación 2007



ACOTEX ha diseñado su Plan de Comunicación para el año 2007, donde bajo el título "Si no comunicas, no existes", quedan recogidas las líneas estratégicas de comunicación con sus diferentes "stakeholders", centrándose fundamentalmente en sus empresas asociadas y en las empresas no asociadas.

Como paso previo al diseño de dicho Plan se han realizado dos estudios, cuyos resultados han servido de base para el diseño de las líneas estratégicas de fidelización y captación para el ejercicio 2007.

El primero de estos estudios, orientado para los asociados de Acotex, se basó en entrevistas telefónicas a 500 empresas asociadas, lo que supone una muestra del 81,96 del total. El objetivo principal de este análisis es comprobar el conocimiento real del grado de reputación corporativa

frente a la imagen de la organización. Asimismo se pretendía valorar a Acotex como una organización responsable y sostenida en el tiempo que da la posibilidad de generar un sentimiento de pertenencia a la asociación. Para ello se tanteó el conocimiento de las empresas sobre la asociación, el modo de interactuar con el ente, el grado de adhesión a los convenios y se les ofreció la posibilidad de que las empresas valorasen los servicios de Acotex, así como que manifestaran las demandas a la organización. Los resultados mostraron que, en general, las empresas asociadas hicieron una buena evaluación de los servicios de Acotex, destacando los acuerdos con otras empresas y la celebración de jornadas y seminarios.

El segundo objeto de investigación fueron los empresarios no asociados a

Acotex. Con una muestra de 200 empresas se realizaron entrevistas personales en los establecimientos comerciales con el objetivo principal de conocer la opinión de éstos sobre el asociacionismo empresarial en general y sobre Acotex en particular para utilizar estos datos como herramienta para el diseño de futuras estrategias de captación. Entre los resultados destacaron que el 23,5% de las empresas consultadas conocían Acotex como asociación, el 23% se mostraron interesados en recibir más información de la organización, en especial los boletines informativos sobre el sector y asesoramiento en reclamaciones de consumo.

El objetivo del Plan de Comunicación es potenciar el grado de reputación corporativa de la Organización con sus diferentes grupos de interés.

ACOTEX apuesta por reforzar su presencia en Internet

ACOTEX, ha puesto en marcha dos páginas web con contenidos sobre la asociación. De esta forma pretende consolidar su presencia en Internet.

Con un diseño moderno y dinámico, con los colores corporativos de la organización,

www.acotex.org/corpo.html permite consultar la información sobre ACOTEX en inglés y en español.

Historia, sus objetivos, nuestros servicios, presenta en otras entidades, premios, documentos en pdf e inicio son las secciones de las que está compuesta la web, y a cuyo grueso de la información se puede acceder con un solo click desde la página principal.

Por su parte, el comercio textil en cifras es el único informe de estas características del sector textil en España y, por lo tanto, es punto de referencia para empresas, entidades, instituciones, administraciones y medios de comunicación. En esta web (www.comerciotextilencifras.org) los usuarios podrán descargar de forma gratuita todos los informes al respecto realizados hasta la fecha.

También podrán consultar la evolución del sector, perfectamente detallada y apoyada con completos gráfi-

Las empresarias de Madrid galardonan a tres mujeres

cos y tablas. Con el fin de dar un correcto servicio y atender las peticiones de los usuarios, en la página web existe un apartado específico, que lleva el título de "Sugerencias", donde ACDTEX recogerá las propuestas hechas en la web.



La Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid (ASEME) ha premiado este año, en el que se celebra su 35 aniversario, la labor directiva de Rosa María García, Consejera Delegada de Microsoft Ibérica, el trabajo empresarial de la peluquera y estilista Ángela Navarro, propietaria de tres peluquerías y un Centro de Estética Integral para Pacientes Oncológicos y el espíritu emprendedor de Carmen Cantero, propietaria de Actividades Artísticas Júcar, S.L.

Estos premios tienen como objetivo realzar el papel de la mujer empresaria, directiva, gerente o profesional que a lo largo de su vida haya destacado en el ámbi-

to laboral dentro de la Comunidad de Madrid.

La entrega de los galardones corrió a cargo de la Presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre y del Consejero de Empleo y

Mujer regional, Juan José Güemes. También asistieron al acto Fernando Merry del Val, Consejero de Economía e Innovación Tecnológica, Concepción Dancausa, Presidenta de la Asamblea de Madrid o M^o Belén Prado Sanjurjo, Viceconsejera de Sanidad y Consumo regional.

Los premios cuentan con el patrocinio y la colaboración de la Comunidad de Madrid, el Instituto Madrileño para el Desarrollo (IMADE), la Concejalía de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid, la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid y la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM-CEOE).

