Plan Estratégico AECOC 2020-2023
Anexo – Prioridades e Indicadores Plan Estratégico AECOC 2020-2023 reformulados

AECOC

1. Pilares estratégicos Plan Estratégico AECOC 2020-2023

Misión de AECOC: Mejorar la competitividad de toda la cadena de valor, compartiendo soluciones, estándares y conocimiento para hacerla más eficiente y sostenible, aportando mayor valor al consumidor

1. Pilar 1: Capacidades digitales y omnicanalidad - Prioridades

Capacidades digitales y omnicanalidad	Sostenibilidad	Transparencia en la cadena de valor	Eficiencia y excelencia operacional	Anticipación y adecuación al marco regulatorio	Gestión del talento y empleabilidad

Contribuir al desarrollo de capacidades tecnológicas y posicionamiento digital de las empresas del sector, aportando información fiable y veraz

Omnicanalidad como nueva normalidad	• Aumentar el nivel de digitalización y omnicanalidad de las empresas que operan en el mercado español. • Apoyar a PYMEs y microempresas en los requerimiento de información y procesos para gestionar la relación con sus clientes. • Asegurar que se utilizan los Estándares GS1 tanto en el mundo online como en el offline para reducción fricciones en las cadenas de suministro, especialmente en la identificación de los productos. • Vincular a los nuevos actores del sector, especialmente los marketplaces. • Garantía de la calidad y coherencia de la información en los canales offline y online, indistintamente. • Facilitar información de los intereses del consumidor (shopperview) y de las dinámicas del mercado (retail knowledge).
Desarrollo de capacidades digitales	• Apoyar a la empresas en el replanteamiento de procesos de cara a adaptarse a la nueva realidad digital a través de servicios, formación, consultoría, … con especial foco en las PYMEs. • Impacto de nuevas tecnologías (Asistentes de voz, blockchain, IoT, …) en los procesos de compra de los consumidores y gestión de la cadena de suministro. • Monitorización digital del sector en cuanto a inversión, equipos dedicados, etc.

1. Pilar 1: Capacidades digitales y omnicanalidad - Indicadores

Contribuir al desarrollo de capacidades tecnológicas y posicionamiento digital de las empresas del sector, aportando información fiable y veraz:

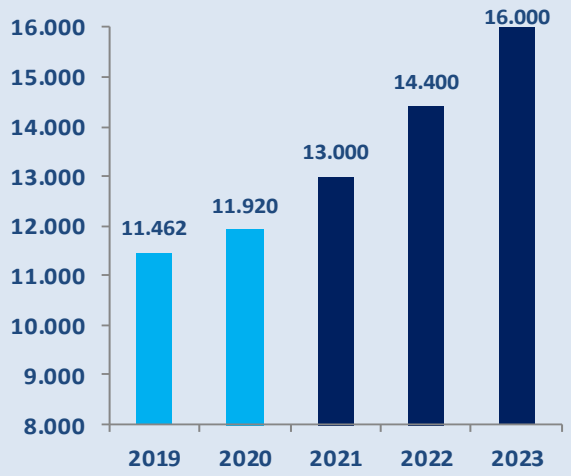
- **Omnicanalidad como nueva normalidad**
- **Desarrollo de capacidades digitales**

Omnicanalidad

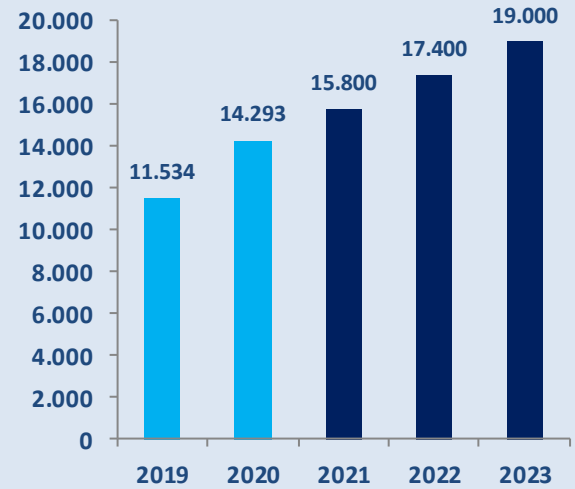
Pure Players – Top 10

Resultado 2019 – 80%
12/2020 – 80%
Objetivo 2023 – 80%
Marketplaces sectoriales

Empresas con servicios digitalización



Número de PYMES con servicios



1. Pilar 2: Sostenibilidad – Prioridades (1/2)

Impulsar el desarrollo de prácticas y medidas de sostenibilidad por parte del sector.

Posicionamiento y colaboración	• Posicionar el sector como responsable y capaz de liderar un modelo de crecimiento sostenible social, económica y medioambientalmente • Fomentar la colaboración público-privada y de alianzas con organizaciones afines para incrementar la visibilidad y reconocimiento • Avanzarnos a la previsible proliferación de legislación para dar respuestas a los objetivos buscados como parte de la solución y no como parte del problema (autorregulación). • Relación con la Comisión Académica de AECOC para colaborar en la investigación de aquellas temáticas que son de especial interés para el sector en el impulso de un modelo de desarrollo sostenible • Publicar la memoria de sostenibilidad del sector y dar soporte a las empresas a generar las memorias de información no financiera.
Movilidad	• Fomentar iniciativas colaborativas que aporten soluciones eficientes y sostenibles para afrontar con éxito la gestión de la última milla en ciudades • Fomento de iniciativas de medición de la huella de carbono e innovación para la reducción de la misma

1. Pilar 2: Sostenibilidad – Prioridades (2/2)

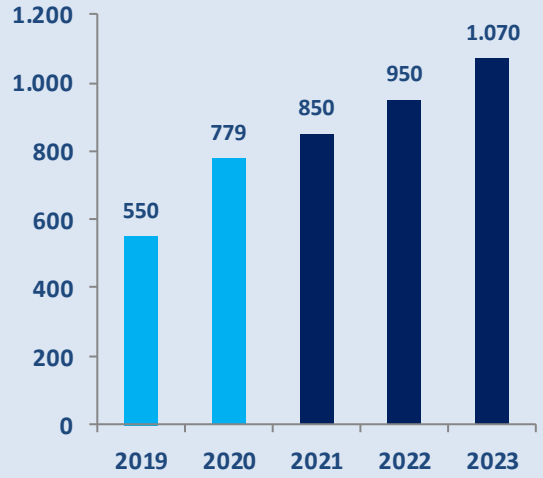
Impulsar el desarrollo de prácticas y medidas de sostenibilidad por parte del sector. Publicar la memoria de sostenibilidad del sector y dar soporte a las empresas a generar las memorias de información no financiera.

Envases y packaging	• Desarrollar una estrategia de envases eficiente y sostenible ambiental y económicamente para toda la cadena, que garantice la seguridad alimentaria y de satisfacción a las necesidades del consumidor • Fomentar de la colaboración de las empresas con organizaciones (Ecoembes, Ecovidrio, …) • Foco especial por la urgencia con el plástico a corto plazo, pero con un enfoque más amplio a medio/largo plazo. • Foco en las 3 Rs: Reducir, Reutilizar, Reciclar.
Gestión de residuos	• Establecer estrategias de minimización y gestión de residuos y subproductos
Materias primas	• Compartir buenas prácticas en materia de utilización sostenible de los recursos naturales y de las explotaciones agropecuarias
Desperdicio alimentario	• Impulsar medidas de reducción del desperdicio alimentario y colaboración con otras organizaciones nacionales o supranacionales para fomentar la visibilidad y poner en valor el trabajo de las empresas • Alinear prioridades e indicadores de reducción de desperdicio con los objetivos de la Unión Europea. • Ayudar a las empresas a elaborar los planes estratégicos para la prevención del desperdicio • Poner en valor y dar visibilidad a los proyectos de nuestras empresas en materia de lucha contra el desperdicio

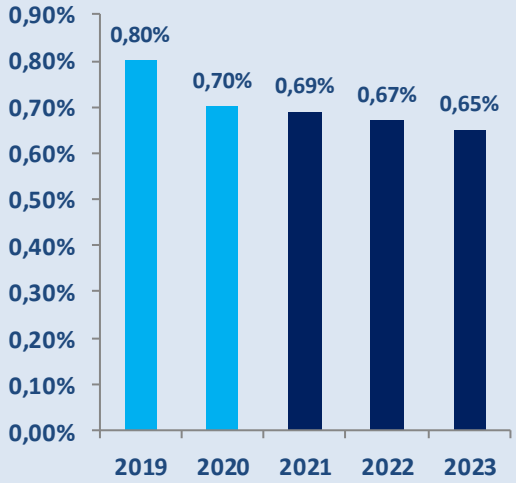
1. Pilar 2: Sostenibilidad – Indicadores

Impulsar el desarrollo de prácticas y medidas de sostenibilidad por parte del sector. Publicar la memoria de sostenibilidad del sector y dar soporte a las empresas a generar las memorias de información no financiera.

Empresas servicios Sostenibilidad



Reducción del Desperdicio Alim.



Indicadores Sostenibilidad

Scorecard cuantitativo/cualitativo de los diferentes conceptos:

- Lean&Green
- Economía circular
- Indicadores y colaboración con entidades acreditadas
- Trabajo en 2020 para identificar indicadores relevantes

1. Pilar 2: Sostenibilidad – Indicadores

Impulsar el desarrollo de prácticas y medidas de sostenibilidad por parte del sector. Publicar la memoria de sostenibilidad del sector y dar soporte a las empresas a generar las memorias de información no financiera.

Indicadores Sostenibilidad

Scorecard cuantitativo/cualitativo de los diferentes conceptos:

- Lean&Green
- Economía circular
- Indicadores y colaboración con entidades acreditadas
- Trabajo en 2020 para identificar indicadores relevantes

Lean&Green

- Proyectos Lean&Green
- Proyectos Lean&Green con DUM

Smart Distribution

- Proyectos Smart Distribution con Ayuntamientos

Colaboración con entidades acreditadas

- Acciones realizadas con entidades acreditadas.

Memoria de sostenibilidad

- Realización de la memoria de sostenibilidad del sector

AECOC

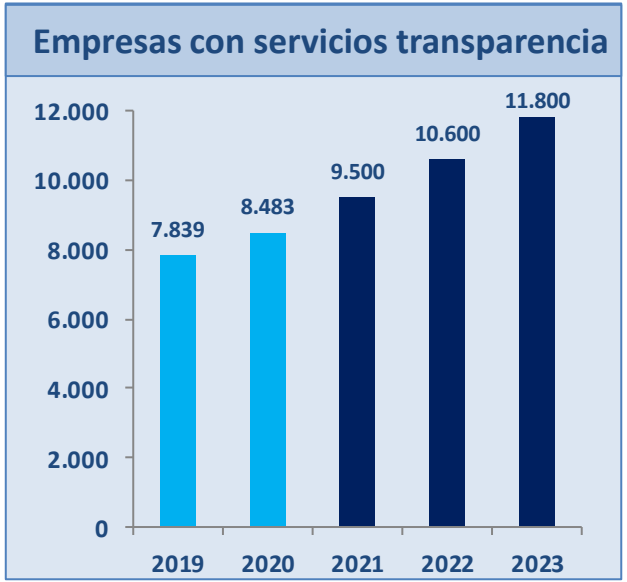
1. Pilar 3: Transparencia en la cadena de valor - Prioridades

Apoyar a las empresas a cumplir con las exigencias del consumidor en cuanto al conocimiento del origen y características del producto, así como respaldar la autenticidad de la información sobre el producto

Trazabilidad de la cadena de valor	• Facilitar al consumidor información confiable de los productos y de las empresas. • Implantar procesos y sistemas de trazabilidad de productos (impulso de la utilización de RFID, códigos 2D, etiquetas inteligentes, EPC IS, blockchain, IoT, etc.) y de retirada de productos. • Impulsar estándares y certificaciones que aseguren la calidad y seguridad alimentaria a lo largo de toda la cadena de valor • Serialización unitaria de los artículos para una visibilidad completa a lo largo de la cadena de valor. • Acceso del consumidor a información enriquecida de los productos y dar soluciones al etiquetado off-label desde el móvil.
Transparencia documental	• Facilitar la transparencia en la cadena de contratación del transporte. • Agilizar los procesos de coordinación de actividades empresariales (CAE)
Autenticidad y prevención del fraude	• Facilitar soluciones basadas en Estándares GS1 para prevenir el fraude y facilitar herramientas a la Administración públicas y a los consumidor para detectarlo.

1. Pilar 3: Transparencia en la cadena de valor - Indicadores

Apoyar a las empresas a cumplir con las exigencias del consumidor en cuanto al conocimiento del origen y características del producto, así como respaldar la autenticidad de la información sobre el producto: trazabilidad en la cadena de valor, transparencia documental y autenticidad/prevención del fraude.



AECOC

1. Pilar 4: Eficiencia y excelencia operacional - Prioridades

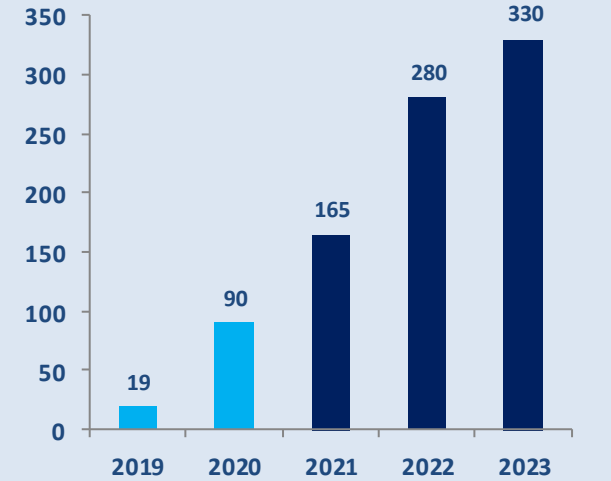
Fomentar la aplicación de nuevas tecnologías a procesos productivos a lo largo de toda la cadena de valor con el objetivo de reducir costes, errores y desperdicios.

Logística 4.0	• Fomentar buenas prácticas en la relación de distribuidores y fabricantes , así como el resto de actores de la cadena de suministro. • Impulsar nuevos procedimientos de documentación en cadena de suministro (albarán electrónico) • Fomento de la utilización de nuevas tecnologías (Big Data, IoT, Machine Learning, etc.) para la optimización de rutas, uso y ocupación de los vehículos de mercancías
Industria 4.0	• Impulsar la implantación de nuevas tecnologías para automatización de procedimientos administrativos reiterativos • Apoyar a las empresas en la automatización de sus procesos de producción • Fomentar la implantación de soluciones inteligentes de eficiencia energética capaces de monitorizar y controlar el consumo energético

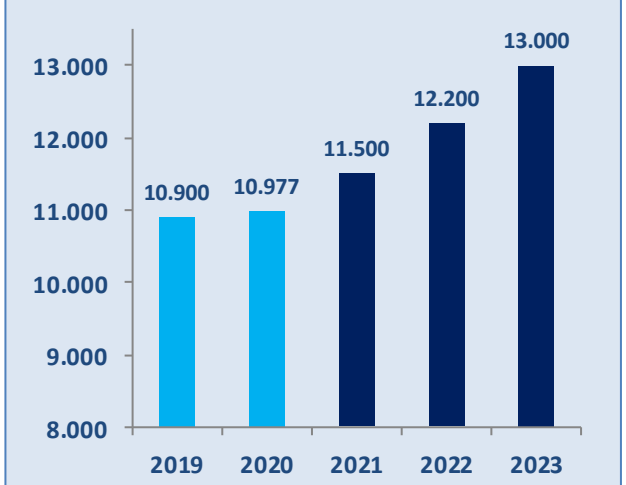
1. Pilar 4: Eficiencia y excelencia operacional - Indicadores

Fomentar la aplicación de nuevas tecnologías a procesos productivos a lo largo de toda la cadena de valor con el objetivo de reducir costes, errores y desperdicios: Logística 4.0 e Industria 4.0

Emp. servicios Efic. y Exc. Operacional



Intercambio electrónico de datos



AECOC

1. Pilar 5: Anticipación y adecuación al marco regulatorio - Prioridades

Mejora de la competitividad del sector, con AECOC como referente de la industria y como órgano de consulta directo de la Administración pública, siempre que haya "unidad de acción". Disponer de un procedimiento de "Early Warning System" para poder anticipar las iniciativas legislativas y el impacto en el sector. Rol de AECOC en la definición del marco legislativo garantizando la unidad de mercado.

Transporte de mercancías	• Colaborar con Administraciones locales en el desarrollo y homogenización de la regulación de la distribución en centros urbanos • Influir en el cambio normativo vinculado al aumento de las capacidades de carga (44 T) en distribución de mercancías por carretera
Información para el consumidor	• Influir en el desarrollo de la legislación en materia de etiquetado de productos • Anticipar los cambios legislativos en materia de trazabilidad de alimentos y potenciación de un carácter de la misma más didáctico • Facilitar el acceso a dicha información a través de cualquier dispositivo, incluyendo dispositivos móviles
Economía circular	• Implicación en el desarrollo de exigencias regulatorias vinculadas al fomento de la economía circular (envases, residuos, etc.)
Fiscalidad	• Involucración en el desarrollo medidas regulatorias fiscales que mermen la competitividad del sector en su conjunto

1. Pilar 5: Anticipación y adecuación al marco regulatorio - Indicadores

Mejora de la competitividad del sector, con AECOC como referente de la industria y como órgano de consulta directo de la Administración pública, siempre que haya "unidad de acción". Disponer de un procedimiento de "Early Warning System" para poder anticipar las iniciativas legislativas y el impacto en el sector. Protagonismo de AECOC en la definición del marco legislativo garantizando la unidad de mercado: transporte de mercancías, información para el consumidor, economía circular y fiscalidad.

Stakeholders

Relevancia de las acciones realizadas

Scorecard cuantitativo/cualitativo a los diferentes stakeholders involucrados:

- Medios comunicación
- Administración Pública
- Organizaciones sectoriales

Medios de comunicación

- Apariciones en prensa y calidad de las mismas
- Premio periodístico

Asociaciones Empresariales(FIAB, ANGED, ASEDAS, ACES, COOP, FEHR)

- Nivel satisfacción con la colaboración
- Utilidad de la colaboración

Administración Pública

- Acciones realizadas con la Administración Pública.

AECOC

1. Pilar 6: Gestión del talento y empleabilidad - Prioridades

Ganar relevancia en la atracción de talento. Colaborar con la comunidad educativa y empresas del sector en la captación, desarrollo y potenciación de perfiles necesarios con igualdad de oportunidades para un mejor rendimiento del sector: comunidad educativa, mercado laboral y desarrollo del talento.

Comunidad educativa	• Impulsar la Formación Profesional Dual, haciendo partícipe al tejido empresarial de la formación de los futuros graduados • Acercarse a la Universidad Española y potenciación de perfiles y áreas de conocimiento necesarias a futuro en el sector (STEM, Retail, etc.) • Fomentar la colaboración con la Comunidad Científica en investigación, en línea con las necesidades reales del mercado
Desarrollo del talento	• Fomentar planes de formación inter-empresas, que permitan a los empleados completar su visión de la cadena de valor e identificar sinergias entre distintas empresas • Apoyar a las empresas en la capacitación y formación de empleados
Mercado laboral	• Impulsar reformas laborales que impulsen la competitividad • Influir en regulación laboral para la potenciación del empleo juvenil • Fomentar las políticas de igualdad en las empresas.
Ganar atractivo en empleabilidad	• Fomentar y mejorar la gestión y captación del talento de las empresas del gran consumo • Posicionar a las empresas del gran consumo entre las de mayor capacidad para atraer y retener talento • Ganar relevancia en los rankings de atracción de talento.

1. Pilar 6: Gestión del talento y empleabilidad - Indicadores

Ganar relevancia en la atracción de talento. Colaborar con la comunidad educativa y empresas del sector en la captación, desarrollo y potenciación de perfiles necesarios con igualdad de oportunidades para un mejor rendimiento del sector: comunidad educativa, mercado laboral y desarrollo del talento.

Stakeholders

Relevancia de las acciones realizadas

Scorecard cuantitativo/cualitativo a los diferentes stakeholders involucrados

- Proy. Mundo Académico
- Proy. Empleabilidad
- Relación con AAPP
- Ranking atracción de talento

Proyecto Mundo Académico

- Universidades del proyectos mundo académico
- Premios mundo académico

Proyecto empleabilidad

- Empresas en proyecto de empleabilidad

Relación con AAPP

- Acciones realizadas con la Administración Pública.

Ranking de atracción de talento

- Posición en rankings de retención de talento en sector PGC

2. Calidad del dato e información de producto - Prioridades

Calidad del dato e información de producto
El dato y la información de producto como activo estratégico

Plan 2017-2019: Calidad y Errores 0

- Aporta eficiencias operativas
- Permite mejorar ventas

Plan 2020-2023: Calidad de datos e información de producto

- Omnicanalidad, especialmente en la digitalización de los procesos.
- Sostenibilidad
- Transparencia en la información que se comparte con el consumidor

El dato y la información de producto como

Activo Estratégico

Gobernanza del dato – Prevención de errores
Garantía de calidad del dato en origen

AECOC

2. Calidad del dato e información de producto - Prioridades

Calidad del dato e información de producto
El dato y la información de producto como activo estratégico

¿Qué demanda el consumidor?

1. Información disponible y accesible
2. Transparencia de producto en la cadena de valor
3. Asegurar permanentemente la calidad
4. Información e imágenes de productos siempre correctas, incluso en Marketplaces

¿Qué necesitan las empresas para lograrlo?

1. Identificación de producto
2. Calidad de los códigos de barras
3. Información e imágenes de los de productos

Identificar

Capturar

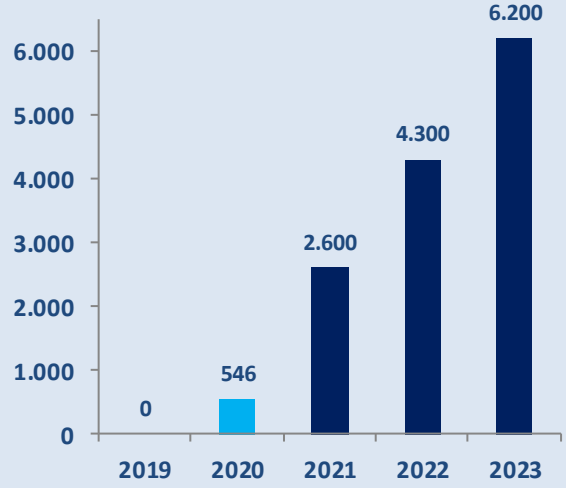
Compartir

AECOC

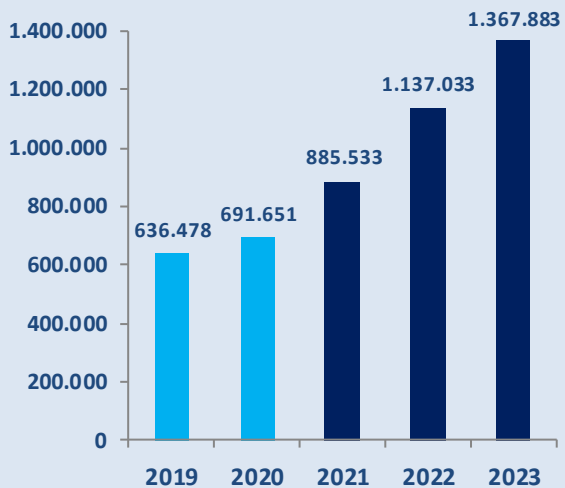
2. Calidad del dato e información de producto - Indicadores

1. Identificación de producto
2. Calidad de los códigos de barras
3. Información e imágenes de los de productos

Empresas con servicios de calidad



Número productos Servicios AECOC



Calidad de datos

Indicadores individuales ligados a:

- **Identificación de productos**
- **Códigos de barras: aproximación multisectorial**
- **Calidad información de producto: B2B, B2C e imágenes**

AECOC

2. Calidad del dato e información de producto - Indicadores

3 Información e imágenes de los de productos

Calidad de datos

Indicadores individuales ligados a:
- **Identificación de productos**
- **Códigos de barras: aproximación multisectorial**
- **Calidad información de producto: B2B, B2C e imágenes**

Códigos EAN/GTINs

- Validación de Códigos EAN(GTINs) en servicios de AECOC
- Objetivos >99% de calidad en GTINs

Mejora de calidad del código de barras

- Calidad de impresión y lectura en tienda
- Calidad de impresión y lectura en entorno logístico/almacén

Mejora de la calidad de información de producto e imágenes

- Información de producto
- Imágenes

3. Territorios de AECOC

El desarrollo de nuevos territorios es condición necesaria e indispensable para lograr los Objetivos del Plan 2020-2023 y cumplir completamente la Misión de AECOC

Es Territorio AECOC Hoy – Territorios de actividad

- Desarrollo de estándares para la cadena de suministro
- Competitividad de la cadena de valor
- Aglutinador de toda la cadena de valor
- Multisectorial: aportación de valor para cada uno de los sectores de actividad
- Punto de encuentro para el Sector de Gran Consumo
- Áreas de legitimidad: estándares, logística y transporte, consumidor/shopper, conocimiento del mercado/retail, ...

Plan Estratégico AECOC 2020-2023

Competencias para conseguirlo: Rigor, visión conjunta de la cadena, liderazgo, confiabilidad y credibilidad

Territorios a desarrollar en AECOC como parte del Plan 2020-2023

- Relevancia en el mundo on-line: marketplaces y pure-players
- Desarrollo de capacidades digitales en las PYMEs
- Expertise en Shopper y Retail Knowledge
- Ampliar el concepto de punto de encuentro a otros sectores más allá de PGC: Salud, Electro, Textil, Ferretería y Bricolaje y Horeca.
- Smart Distribution/movilidad
- Sostenibilidad: áreas de mayor prioridad
- "Trusted Advisor" en temas especializados

AECOC

3. Territorios de AECOC

Misión de AECOC: Mejorar la competitividad de toda la cadena de valor, compartiendo soluciones, estándares y conocimiento para hacerla más eficiente y sostenible, aportando mayor valor al consumidor

COMPETITIVIDAD

- Capacidades digitales y Omnicanalidad
- Sostenibilidad
- Transparencia en la cadena de valor
- Eficiencia y excelencia operacional
- Anticipación y adecuación al marco regulatorio
- Gestión del talento y empleabilidad

Calidad del dato e información de producto

- Relevancia en el mundo on-line: marketplaces y pure-players
- Desarrollo de capacidades digitales en las PYMEs
- Sostenibilidad: áreas de mayor prioridad
- Expertise en Shopper y Retail Knowledge
- Ampliar el concepto de punto de encuentro a otros sectores más allá de PGC
- Smart Distribution/movilidad
- "Trusted Advisor" en temas especializados

AECOC Como Organización – Reforzar el "core"

3. Nuevos territorios de AECOC: como desarrollarlos (1/4)

Elementos relevantes a desarrollar en cada uno de los territorios para desarrollarlos y ser un actor de referencia.

Relevancia en el mundo on-line: maketplaces y pure-players

- Engagement con los principales operadores: identificar los operadores claves.
- Trabajo global/local para maximizar alcance de Marketplaces.
- Utilización de estándares GS1 para identificación de artículos.
- Utilizar servicios de datos de AECOC para hacer validaciones de producto y dar de alta el surtido.
- Acuerdos de on-boarding de proveedores
- Aproximación multisectorial con marketplaces verticales

Desarrollo de capacidades digitales en PYMEs

- Definición de portfolio de servicios dirigido a las PYMES en capacitación digital
- Incremento del número de servicios y usuarios de los mismos prestados a PYMEs ligados a la transformación digital.
- Conseguir que las PYMES tengan más visibilidad en el mundo de Internet
- Asistencia a formaciones de capacitación digital
- Establecer mecanismo para poder determinar el nivel de “madureza digital” de las PYMES.
- Dar visibilidad a lo que hacen las PYMEs en los medios de AECOC

Ampliar el concepto de punto de encuentro a otros sectores más allá de PGC

- Propuesta de valor expandida con nuevos servicios y estándares GS1 dirigidos a estos sectores.
- Definición y ejecución de los Roadmaps sectoriales.
- Acuerdos con las asociaciones empresariales relevante para definir planes de desarrollo conjuntos
- Ampliación de asistentes a las sesiones de formación y puntos de encuentro
- Difusión en medio habituales: redes sociales, publicaciones, WEB, …

AECOC

3. Nuevos territorios de AECOC: como desarrollarlos (2/4)

Elementos relevantes a desarrollar en cada uno de los territorios para desarrollarlos y ser un actor de referencia.

Shopper

- Posicionamiento como observatorio de tendencias.
- Conocimiento del Shopper en entorno omnicanal: on/off line, hibridación (mercaurantes), ..
- Estudio de temáticas relevantes para el sector para conocer las preferencias del shopper: innovación, sostenibilidad, salud, conveniencia, consumo dentro y fuera del hogar, …
- Expansión a otros sectores más allá de PGC
- Adaptar la propuesta para llegar a las PYMEs.
- Difusión en medios habituales: redes sociales, publicaciones, WEB, … e implantación.

Retail knowledge

- Liderar el conocimiento del retail nacional e internacional: mercado, actores y tendencias.
- Proporcionar herramientas y servicios para acceder al conocimiento.
- Ampliación a otros sectores aparte de productos de consumo/foodservice.
- Apoyo a la internacionalización de las PYMES a través del conocimiento.
- Adaptar la propuesta para llegar a las PYMEs.
- Difusión en medios habituales: redes sociales, publicaciones, WEB, …

Smart Distribution/Movilidad

- Definición de los modelos de distribución urbano de mercancías
- Trabajo conjunto con las Administraciones locales
- Implantación de pilotos de Smart Distribution con varios ayuntamientos
- Incrementar asistencia al punto de encuentro
- Generar especialistas y reconocimiento de los mismos
- Participación en foros especializados
- Difusión en medio habituales: redes sociales, publicaciones, WEB, …

AECOC

3. Nuevos territorios de AECOC: SOSTENIBILIDAD (3/4)

La Sosteniblidad tiene una componente Social, Económica y Medioambiental. Fruto del trabajo de Realización del Plan 2020-2023, se priorizará en la Sostenibilidad Medioambiental

Sostenibilidad Medioambiental

- Utilización de materiales y materias primas sostenibles
- Uso del suelo
- Gestión del agua
- Consumo energético
- Reducción de desperdicio alimentario
- Reducción de emisiones de CO_2 y de gases de efecto invernadero en general. Huella de carbono.
- Minimizar la generación de residuos
- Reducir, reciclar, reutilizar
- Deforestación
- Gestión de residuos
- Productividad de la tierra y el suelo
- Gestión de los plaguicidas
- Envases y packaging
- Etc. etc.

Prioridad

TERRITORIO SOSTENIBILIDAD AECOC A DESARROLLAR (Propuesta)

Áreas prioritarias en sostenibilidad:

- Movilidad
  - Reducción de emisiones
  - Huella de Carbono (transporte, fabricación, punto de venta, consumidor, ...)
  - Distribución en las ciudades
- Envases y packaging
- Gestión de residuos
- Materias primas sostenibles
- Desperdicio alimentario.

AECOC

3. Nuevos territorios de AECOC: como desarrollarlos (4/4)

Elementos relevantes a desarrollar en cada uno de los territorios para desarrollarlos y ser un actor de referencia.

Sostenibilidad: movilidad, envases y packaging, gestión de residuos, materias primas y desperdicio alimentario.

- Trabajo conjunto la Administración pública.
- Alianzas estratégicas con entidades reputadas.
- Publicación de la memoria de sostenibilidad del sector.
- Incorporar información de sostenibilidad en los servicios de AECOC.
- Involucrar a la comunidad I+D en el desarrollo de soluciones sostenibles para el sector.
- Ampliar asistencia a puntos de encuentro de AECOC: prevención desperdicio y desarrollo sostenible.
- Memorias de actividad con información no financiera.
- Difusión en medio habituales: redes sociales, publicaciones, WEB, …

"Trusted Advisor" en temas especializados

- Dar la dirección y soporte adecuado al colectivo de asociados en sus situaciones del día a día.
- Prestar servicios de valor añadido que dan respuesta a las necesidades de los socios.
- Capacidad de liderar proyectos y aportar soluciones ad-hoc de alta complejidad.
- Transferencia de conocimiento y competencias de sectores de actividad en los que AECOC está presente a sectores nuevos de trabajo.
- Trabajo conjunto y asesoramiento a la Administración pública.
- Innovación como parte del proceso de generación de valor.
- Alianzas estratégicas con entidades reputadas.
- Marco de trabajo con el resto de Organizaciones sectoriales.

AECOC

4. AECOC como organización – Reforzar el “core”

A continuación se detallan la prioridades de AECOC como organización, estas prioridades están alineadas con el concepto de “Reforzar el core”.

- Incrementar el número de empresas asociadas
- Maximizar los socios en los sectores existentes a través de nuevas propuestas de valor
- Desarrollo de nuevos sectores de actividad

- Implantación de nuevos estándares GS1 para la gestión de la cadena de suministro.
- Evolución de servicios existentes para dar cobertura a nuevos sectores.
- Prestación de nuevos servicios de valor añadido.
- Roadmap Sectorial 2020-2023.

- Incrementar la involucración de los socios con las actividades de AECOC.
- Prestar más servicios de valor añadido a un mayor número de asociados, favoreciendo la involucración a través de servicios recurrentes.
- Reforzar los conceptos de Punto de Encuentro y Gestión del conocimiento.

- Asegurar la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los asociados en todas las actividades y servicios que prestamos desde AECOC.

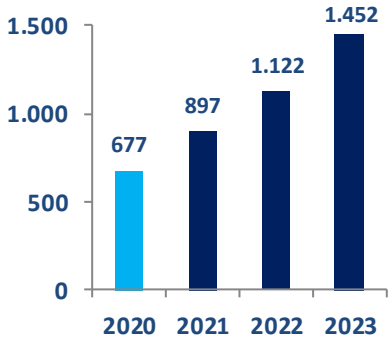
- Modelo económico sostenible
- Consolidación del crecimiento de ingresos basados en servicios de valor añadido a los socios.

- Plan de Marketing, Recursos humanos, Innovación y Sistemas.
- Gestión talento: Adquisición de capacidades Internas/Externas.

AECOC

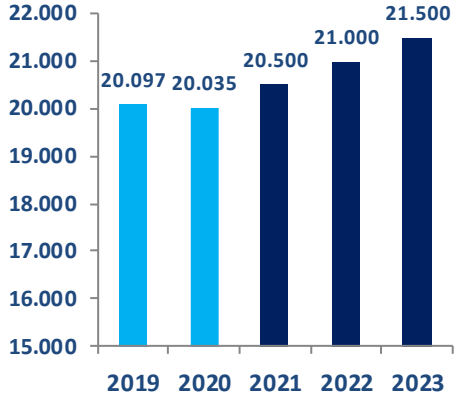
AECOC como organización – Reforzar el "core"

Incremento Neto Acumulado

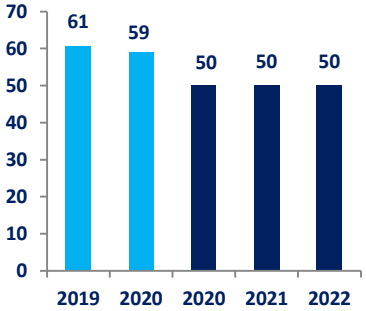


Socios en 2.019: 30.628
Socios en 2.023: 32.080

Empresas servicios recurrentes



ADOPTION MATRIX ROADMAPS SECTORIALES



Calidad de Servicio Global – NPS > 50

- Modelo económico sostenible.
- Consolidación del modelo de prestación de servicios a los socios.

AECOC

AECOC como organización – Reforzar el “core”

Reforzar el "Core"	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023
Crecimiento en alcance - Número de socios	**30.628**	**31.305**	**31.525**	**31.750**	**32.080**
Engagement con los asociados					
Empresas con servicios					
-Empresas con servicios recurrentes	20.097	20.035	20.500	21.000	21.500
-Empresas con servicios one-time	6.928	8.232	9.000	9.500	10.000
-Total Empresas con servicios	22.944	25.125	26.000	27.000	28.000
Punto de encuentro					
-Número de asistentes a Eventos	6.361	4.006	5.411	6.815	7.235
-Empresas inscritas a Eventos	1.996	1.790	1.850	2.050	2.100
Gestión del conocimiento					
-Número de asistentes total	8.476	20.589	10.568	11.325	12.199
-Empresas asistentes formación	2.825	4.257	3.523	3.775	4.066
Proyecto de Relación con el socio					
Usuarios únicos WEB	570.655	784.915	750.000	800.000	850.000
NPS Servicios de AECOC					
NPS Servicios de AECOC	61	59	50	50	50