

Las opiniones expresadas por los expositores en reuniones de los Comités de VenAmCham, reflejados en este reporte, representan los criterios profesionales de sus autores sobre los temas tratados y no una posición de la Cámara ni la de sus Comités

VENAMCHAM- COMITÉ AL DÍA

Mercadeo– Mayo2018

¿Cómo reinventarnos en Venezuela?. Thomas Bardinnet y Valentina Silva (CINEX)

Para la reunión de mayo, el Comité de Mercadeo recibió al equipo de CINEX para conversar sobre ¿Cómo reinventarnos en Venezuela?

Antes de iniciar con la ponencia, se procedió a la tradicional ronda interna, donde se tocaron los siguientes puntos:

- **Recursos locales.** Dadas las dificultades de importación de materia prima, muchas empresas han optado por realizar alianzas estratégicas con productores locales y reinventar sus productos en función de sabores locales. Concentrándose así en lo que realmente pueden ofrecer al consumidor, cumpliendo con los mismos estándares de calidad y atención al cliente.
- **Seguridad.** El estudio de rutas, conflictividad en la vía, horas de despacho, así como el control del hurto interno sigue siendo una de los temas prioritarios para las empresas.
- **Fuga de talento.** Sigue siendo un tema que afecta a todos por igual, la fuga del talento y la retención del mismo afecta profundamente las actividades a realizar dentro de la empresa a diferentes niveles.
- **Redimensionando la compañía.** Ante la crisis, son varias las empresas que se encuentran redimensionando las operaciones de la compañía y apuntando sus esfuerzos a adaptarse a la situación actual para seguir ofreciendo sus productos y servicios a sus consumidores y clientes.

A su vez, las nuevas propuestas de los productos, sea relativo a presentación y tamaño de los empaques, así como un estudio de su portafolio constituyen parte de las medidas que se están llevando a cabo.

- **Exportaciones.** Parte de la estrategia para generar divisas ha sido la exportación de productos, para ello la generación de alianzas con otras empresas fuera de la frontera nacional cada día resulta más importante.

Luego de la ronda interna, fue el turno del equipo de **CINEX**. En el caso de esta empresa, hace 6 años se consolida la fusión con EVENPRO siguiendo con norte el continuar regalando sonrisas a los venezolanos a través del entretenimiento.

Si bien dada la situación venezolana la industria del entretenimiento se encuentra dormida, gracias a la innovación y la creatividad CINEX busca ofrecer espacios de diversión para toda la familia venezolana.

Enfocándose en cómo ofrecer contenido de calidad, la empresa se ha apalancado en 3 elementos (entretenimiento, alimentos y bebidas, salud y bienestar) para fortalecerse ante la crisis, brindando un servicio de calidad y diferenciador de otras empresas de la industria del entretenimiento.

Siendo el cine la industria número 1 del mundo, en CINEX apuestan por darle complemento y hacer que la experiencia sea mucho más completa mediante la comida, la capitalización de la actividad social y la última tecnología.

Actualmente cuentan con productos que los diferencian de otros competidores como las salas 4DX y Cinexclusivo, en este último donde se premia la lealtad del consumidor frecuente.

¿Qué necesita la persona?

El Big Data forma parte importante de la estrategia de la compañía, el perfil estudio del perfil del consumidor (edad, preferencias de compras, frecuencia de ida al cine, preferencia de contenido, entre otros) y demás estudios de mercado resultan fundamentales para determinar lo que en realidad quiere y necesita el consumidor y así dirigir adecuadamente los esfuerzos.

La variedad de servicios y productos a ofrecer ayudan a captar a más consumidores y a diferenciarse de otras marcas similares, no solamente se trata de cine, sino de aprovechar los espacios y ver los posibles usos alternativos que se le pueden dar (deporte, música, conferencias, charlas, conciertos y series)

De acuerdo a Bardinet y Silva, CINEX trabaja en una plataforma 360º donde se incluyen diferentes elementos que les permiten maximizar la experiencia del cliente.

Por último, dieron la recomendación de aprovechar lo que sucede en otras industrias y adaptarlas a las necesidades de la organización y clientes para proporcionar el mejor servicio posible, de la manera más eficiente.

Daniela Oropeza
Gerencia Corporativa de Comités e Información