

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-Septiembre2018**

Creando valor en Venezuela¹.

Pegly Holod, Evelyn Rizzuti y Lamking González (Nestlé de Venezuela)

La primera parte del Comité transcurrió con una ronda interna, donde los aspectos principales fueron:

- **Comunicación.** La comunicación con los trabajadores sobre las medidas económicas recientes y el impacto de estas, resulta fundamental en estos momentos.
- **Eventos en vivo.** Los costos de transmisiones en vivo han aumentado considerablemente sus costos. El cambio de tarifa se aplica incluso a aquellas empresas que hayan pre pagado.
- **Consumo regional.** Entender la dinámica del consumo es bastante complejo, especialmente en las regiones, puesto que el comportamiento es totalmente diferente a Caracas. Las marcas pequeñas llegan con mayor facilidad al punto de venta, en especial en las regiones.

Seguidamente, se realizó la ponencia de la mano de Nestlé Venezuela, empresa donde todo lo que se hace, está enmarcado en sus valores corporativos, especialmente el respeto.

Nestlé ha intentado identificar una fórmula ganadora para retener a su talento humano y realizar un impacto positivo en su entorno. Cuidar a la gente (alimentación, salud, transporte, estudios, reinventar la forma de trabajar, liderazgo, herramientas para el trabajador, trabajar en la emocionalidad), son algunas de las ideas que se encuentran detrás de las 10 iniciativas que actualmente lleva la mencionada empresa. Iniciativas cuyo propósito hacer de la creación de valor compartido, una filosofía de vida donde no solo de identifiquen, sino que a su vez se expandan los vínculos entre lo económico y lo social en las comunidades donde operan las iniciativas.

Ésta visión se cimenta en 4 pilares: nutrición, desarrollo rural, agua y emprendimiento. Cada una de las iniciativas comprende una serie de indicadores de gestión, así como diagnósticos previos y posteriores en las comunidades donde se

¹ Para mayor información sobre la Creación de Valor compartido: <https://www.nestle.com/ve/cvc>

trabaja, así como también se realizan numerosas alianzas para impactar de mayor manera.

Actualmente los programas de Nestlé tienen a más de 10.000 beneficiarios y tienen presencia en todo el territorio nacional.

El punto de partida para ellos se basó en **“Si se es una empresa sostenible y exitosa, las comunidades también deben serlo”**.

Una de las iniciativas que desarrollan es **Iniciativa por los jóvenes²**, un proyecto global que en Venezuela se realiza de la mano con FUNDEI, Fe y Alegría, y el Instituto Venezolano Suizo Henri Pittier y cuyos objetivos se basan en la preparación para el trabajo mediante su primera experiencia laboral, así como generar un intercambio de conocimiento.

Las metas que este programa se ha planteado para el período 2017-2020 son:

Get Hired: 300 ingresos jóvenes menores de 30 años

Get Skilled: 700 jóvenes en programas de desarrollo

Get Support: Interacción de más de 40.000 jóvenes

Get More Opportunities: Alianzas con foco en el sector privado y académico

La idea detrás de Iniciativa por los Jóvenes es la generación de más oportunidades, mayor empleabilidad mediante alianzas con otras empresas y organizaciones y el compartir de mejores prácticas.

Basando todas sus acciones y estrategias en sus valores corporativos, Nestlé ha logrado no solo estrechar vínculos con la sociedad venezolana, sino a su vez crear un impacto positivo en ella.

Daniela Oropeza
Gerencia Corporativa de Comités e Información

²Para mayor información: <https://www.nestle.com.ve/jobs/iniciativaporlosjovenes>