

BOLETÍN INFORMATIVO: CUARENTENA ACTIVA

23 de noviembre de 2020 / Nro. 34

Estimados afiliados,

Tenemos el gusto de compartir con ustedes una nueva edición de nuestro boletín informativo **Cuarentena Activa**, un espacio digital diseñado para ofrecerles información importante y actual, aportando valor para su empresa durante este período de cuarentena.

Usted puede compartir información de interés con todos nuestros miembros a través de esta publicación, canalizándola a través de un email dirigido a las siguientes direcciones electrónicas: jose.martinez@cciavf.com.ve y alex.torres@cciavf.com.ve.

Le recordamos que este boletín cuenta con un **Espacio Publicitario**, una interesante opción dirigida a todos nuestros miembros, en donde podrá dar a conocer sus productos, servicios y/o promociones a todos los contactos de la base de datos que recibe esta publicación. Este servicio publicitario de la CCIAVF incluye cuatro (4) publicaciones mensuales (una cada semana en nuestro boletín) y dos (2) publicaciones en nuestras redes sociales, las cuales cuentan con un público de más de **22.000 seguidores** en su totalidad. Si es de su interés, puede solicitar más información y detalles a través del correo: alex.torres@cciavf.com.ve.

A continuación, ofrecemos las coordenadas para acceder a nuestros medios digitales, en donde estaremos compartiendo novedades constantemente:

Página Web: www.cciavf.com.ve

Instagram: <https://www.instagram.com/ciavf/>

Twitter: <https://twitter.com/ciavf>

Facebook: <https://www.facebook.com/ciavf/>

DEGUSTACIÓN DE QUESOS TIPO FRANCÉS

Jueves
19|11|2020
6:00 PM

I actividad virtual en caracas

PODRÁS DISFRUTAR SOLO O ACOMPAÑADO

INSCRIPCIONES: [LINK DE LA BIO](#) O ALEX.TORRES@CCIAVF.COM.VE

En la **CCIAVF** siempre nos hemos caracterizado por organizar eventos gastronómicos especiales, en donde ofrecemos a nuestros participantes la oportunidad de disfrutar un momento ameno en un ambiente exclusivo, con exquisitos productos franceses y venezolanos que honran las tradiciones y culturas de ambos países.

En la actual coyuntura mundial, nos hemos visto en la necesidad de reinventarnos para continuar llevando a cabo este tipo de eventos, pero de una forma diferente. Por ello, aprovechando las bondades de la tecnología y el internet, hemos realizado interesantes actividades virtuales, como esta **Degustación de Quesos Tipo Francés**, la cual se llevó a cabo el pasado **jueves 19 de noviembre**.

En esta oportunidad, tuvimos el placer de degustar el delicioso sabor de los quesos elaborados por Marc Manceau de **Ferdinand Venezuela**, quienes ofrecieron a los asistentes a este encuentro virtual 3 tipos de quesos: el **Buche de Sainte Maure**, el **Chèvre frais aux herbes de Provence** y el **Forez de cabra**; todos ellos acompañados por una pieza de pan de masa madre y dos botellas de vino tinto **La Baume**, patrocinado por **Air France**.

Fue un encuentro inolvidable, que permitió a todos los asistentes realizar un viaje sensorial a Francia a través de los olores, texturas y exquisitos sabores de estos tradicionales quesos franceses.



La **CCIAVF**, en el marco del **Proyecto Venezuela Tierra de Cacao**, estuvo dictando el pasado **viernes 20 de noviembre** un **Seminario Virtual de Bombonería Francesa Artesanal**, dirigido a las **Emprendedoras del Chocolate** egresadas de este proyecto, el cual estuvo dirigido por el **Maestro Chocolatero Naudys González**, Presidente de la **Asociación de Bomberos y Chocolateros de Venezuela**.

En este valioso seminario, nuestras participantes pudieron conocer detalladamente el valor y ejecución de la técnica de bombonería francesa, adquiriendo conocimientos en procesos intrínsecos a esta técnica, como el temperado, corte y bañado de los rellenos, decoración de chocolate, técnica del tenedor y manga incrustación.

Fue una enriquecedora experiencia para las egresadas de las 6 localidades de este Proyecto, que les permitirá ampliar sus conocimientos en el área de la chocolatería y bombonería, específicamente en esta tradicional técnica francesa, la cual podrán aplicar a partir de ahora en la elaboración de sus productos.

Recordemos que el **Proyecto Venezuela Tierra de Cacao** es una iniciativa de desarrollo social financiada por la **Unión Europea**, que representa la materialización del esfuerzo mancomunado entre la **Federación de Cámaras de Comercio Binacionales Europeas (FEDEUROPA)**, la **Cámara de Comercio Venezolano Italiana (CAVENIT)**, la **Cámara de Comercio, Industria y Agricultura Venezolano Francesa (CCIAVF)** y la **Asociación Civil Trabajo y Persona**, con el objetivo de "Contribuir al fortalecimiento de un ecosistema de cacao y chocolate en Venezuela, para empoderar a mujeres y jóvenes de escasos recursos, contribuyendo a la disminución de la pobreza y las desigualdades a través de la generación de unidades formativas - productivas sostenibles".

18 noviembre

EL DILEMA DE ELEGIR LA MONEDA FUNCIONAL EN UNA ECONOMÍA HÍBRIDA Y SUS EFECTOS EN EL ANÁLISIS DE GESTIÓN.

9:00 a.m



Charla con Mercedes RODRIGUEZ,

Country Managing Partner y Socio Director de MAZARS en Venezuela

INSCRIPCIONES: [Link de la Bio CCIADF](#) o alex.torres@cciafv.com.ve

El **miércoles 18 de noviembre**, tuvimos la grata oportunidad de llevar a cabo la charla **"El dilema de elegir la moneda funcional en una economía híbrida y sus efectos en el análisis de la gestión"**, la cual estuvo a cargo de la **Sra. Mercedes Rodríguez**, Country Manager Partner y Socio Director de nuestros afiliados de **Mazars Venezuela**.

La **Sra. Mercedes Rodríguez**, quien cuenta con más de 27 años de experiencia profesional en firmas internacionales en el área de servicios financieros, conversó en este ameno encuentro virtual acerca del dilema de seleccionar la moneda funcional en una economía hiperinflacionaria con factores híbridos, cómo incide esto en el análisis de gestión y cómo hacer para que la información financiera sea coherente y útil para tomar decisiones.

Estamos agradecidos con nuestros afiliados de **Mazars Venezuela** por permitirnos llevar a cabo esta valiosa experiencia, en donde nuestros asistentes recibieron información actual y valiosa en este tema tan importante en la actualidad para las empresas venezolanas. Esperamos contar muy pronto con un nuevo y provechoso encuentro virtual en donde podamos profundizar un poco más acerca de éste y otros temas relacionados con los sectores económico y financiero del país.



Ricardo Alberto Antequera (Venezuela)
Managing Partner Antequera Parilli & Rodríguez

La Economía Naranja como oportunidad para Venezuela

El Rol de la Propiedad Intelectual

Co-speaker

Albe Pérez
Directora de @servoz y consultora externa de Antequera Parilli & Rodríguez



Moderador

Luis Alberto Russián
Miembro de la Junta Directiva de Cavecol por Afíex y consultor externo de Antequera Parilli & Rodríguez



Fecha: Jueves 26 de noviembre

Hora: 09:00 a.m.



Te invitamos a participar el próximo **jueves 26 de noviembre** en el webinar “**La Economía Naranja como oportunidad para Venezuela: El rol de la propiedad intelectual**”, el cual contará con las valiosas ponencias del **Sr. Ricardo Alberto Antequera**, Director General de **Antequera Parilli & Rodríguez**, la **Sra. Albe Pérez**, Directora de “**Ser Voz**” y consultora externa de **Antequera Parilli & Rodríguez**, y la moderación del **Sr. Luis Alberto Russián**, miembro de la Junta Directiva de **Cavecol** por **Afíex** y consultor externo de **Antequera Parilli & Rodríguez**.

Perfil del ponente:

Ricardo Alberto Antequera es Socio Director de la firma Antequera Parilli & Rodríguez, cuenta con más de 25 años de experiencia en Propiedad Intelectual. Ha asesorado y desarrollado estrategias para transacciones y litigios relacionados con marcas, derecho de autor, competencia desleal, publicidad, protección de datos, privacidad y entretenimiento.

📅 Fecha: Jueves 26/11/2020.

🕒 Hora: 09:00 a.m.

💰 Evento gratuito.

📧 Registro: Envíe un correo a alex.torres@cciavf.com.ve o haga click en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3nETA8O>



**RENAULT
BANK**
We Bank. You Drive.

¿Se viene el banco de Renault?: Todo lo que tienes que saber sobre el cambio de rumbo de la marca de autos

La marca francesa de autos **Renault**, a través de su financiera **RCI Bank and Services España**, lanzó en el mercado ibérico un banco de ahorro 100% digital que ofrece productos sin costos ni comisiones.

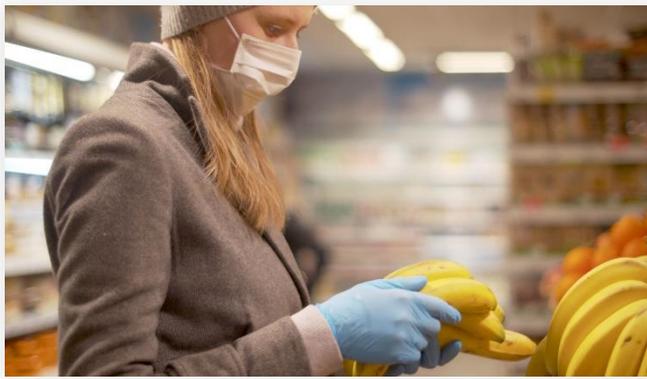
La entidad, denominada **Renault Bank**, contará con un proceso de contratación "ágil y sencillo" y de forma online. A partir de este mes, la banca ofrecerá dos productos en **España**: una cuenta a la vista llamada **Cuenta Contigo**, remunerada al 0,65% TAE y sin domiciliaciones, recibos, ni tarjetas de crédito, y un depósito a plazo fijo (24 meses) con una TAE del 1%. Todo sin costo asociado.

"El objetivo es muy sencillo. Tener acceso a una nueva fuente de financiación, diversificar nuestros fondos y conseguir un mejor coste, ya que esencialmente nos refinanciamos en el mercado de capitales. Así conseguiremos ser más agresivos, tener una mayor rentabilidad y más competitividad en el mercado español", explicó el director general de **RCI Bank and Services** en la Península Ibérica, **Géraud Lecerf**.

Por otro lado, **Lecerf** también señaló que se trata de un banco de ahorro y que, por tanto, los clientes no dispondrán de tarjeta ni podrán sacar dinero en cajeros. De esta manera, tendrán que disponer de otra cuenta bancaria de la que provengan los fondos y a donde se destinen una vez quieran retirar sus ahorros.

Renault Bank ya estaba operativo en países como **Francia, Alemania, Austria, Reino Unido y Brasil**, donde el consorcio automovilístico francés desarrolla la actividad de depósitos con resultados "excelentes", según la propia compañía, con más de 400.000 clientes y con hasta 18.600 millones de euros en depósitos.

"**Renault Bank** es el primer banco de depósitos lanzado en **España** por una financiera de marca 100% digital. Es una propuesta sumamente atractiva, con alta rentabilidad para el cliente, sin costes, ni comisiones, ni gastos en ninguno de los procesos", ha subrayado la directora financiera de la empresa, **Andrea Arrossi**.



Las ventas en valor del Gran Consumo suben un 6,3% en Europa

La cultura de quedarse en casa y trabajar desde este mismo lugar significa que cada vez más personas dedican tiempo a la cocina y, aquellos que pueden permitírselo, optan por productos e ingredientes de primera calidad. Así lo indica el último informe **Markets Dashboard - FMCG en Economías Occidentales de IRI**, que destaca el impacto del **COVID-19** en la industria de gran consumo y retail en los principales mercados europeos y en EE.UU.

Al haber menos comidas fuera del hogar y menor socialización debido a las restricciones en muchos países, incluyendo **Francia, Alemania, Grecia, Italia, los Países Bajos, España y Reino Unido**, la gente pasa más tiempo en casa cocinando de forma casera, lo que impulsa la demanda de comida sana, dulces e ingredientes para cocinar.

Trabajar desde casa, sin embargo, ha tenido el efecto contrario en las ventas de cosméticos. Los productos cosméticos están entre las 5 categorías con menor evolución en Francia (-13,3%), Italia (-16,1 %) y España (maquillaje facial -40, 1%, lápiz labial -59, 4%).

Los compradores siguen centrándose en la higiene y la seguridad durante la pandemia, impulsando la venta de productos sanitarios y de limpieza. Los limpiadores, desinfectantes y geles se encuentran entre las 5 categorías principales en casi todos los mercados, con aumentos notables en España, donde los productos de jabón (sin agua) suben un 2.828,3%, y en Grecia, donde el gel antibacterial sube un 2.214, 9%.

En palabras de **Joan Driggs**, vicepresidente de contenido y liderazgo, IRI: "A medida que nos adentramos en un segundo período de confinamiento en la mayoría de Europa, esperamos pasar más tiempo comiendo, trabajando y cocinando en casa. Aquellos que pueden permitirse el lujo de darse un capricho están optando por productos premium, quizás para darse un premio después de un año difícil o porque están gastando menos en comer fuera. La demanda de ingredientes para cocinar en casa es alta y esperamos que esto continúe durante la época festiva, debido a que la gente celebrará la Navidad en casa".



La economía global se está recuperando, pero podría estar perdiendo impulso: FMI

La economía mundial se está recuperando de la crisis del coronavirus pero hay señales de que está perdiendo impulso en algunos países por el resurgimiento de las tasas de infecciones, dijo el jueves el **Fondo Monetario Internacional (FMI)** en un informe elaborado para el **G-20**.

El reporte, publicado antes de las reuniones virtuales de esta semana entre ministros de finanzas y líderes de las economías del **G-20**, destacó la naturaleza dispar de la recuperación global y advirtió que la crisis posiblemente dejará estragos profundos y una mayor desigualdad.

En una publicación separada, la directora gerente del **FMI**, **Kristalina Georgieva**, puso de relieve lo que calificó como "progresos significativos" en el desarrollo de las vacunas para frenar el virus, que ha causado la muerte de más de un millón de personas en el mundo y derivó en la pérdida de decenas de millones de empleos.

El **FMI** mejoró en octubre sus previsiones sobre la contracción mundial a 4,4% para este año, con la expectativa de que la actividad global se expanda un 5,2% en 2021, aunque dijo que el panorama en muchos mercados emergentes había empeorado.

Georgieva dijo que los datos recibidos desde entonces reafirmaron el ritmo de recuperación, ya que **Estados Unidos** y otras economías avanzadas han reportado una actividad mejor a la esperada en el tercer trimestre.

Indicó también que los datos más recientes sobre las industrias de servicios (que se basan en contactos más estrechos entre las personas) apuntaban a una desaceleración en las economías donde la pandemia está rebrotando.

Georgieva instó a los países del **G-20** a actuar rápido y de manera unificada para entregar un flujo constante de apoyo financiero y garantizar que estén disponibles suficientes vacunas en el mundo, advirtiendo que ninguna recuperación podrá sostenerse a menos que la pandemia sea eliminada en todos los países.



Lo que debe saber sobre el Beaujolais Nouveau

El **Beaujolais Nouveau**, un vino oriundo de la región francesa que le da su nombre, se distingue por ser muy fresco. Tanto, que se cosecha, fermenta y sale al mercado el mismo año y está pensado para beberse lo más pronto posible. Para conocerlo un poco mejor, he aquí estos cinco datos curiosos.

1.- Tiene un día especial en el calendario: El tercer jueves de noviembre de cada año se celebra el **Día del Beaujolais Nouveau**. Esta es una celebración muy importante para los franceses y hoy en día muchos países del mundo se unen a la fiesta.

Al llegar la medianoche del tercer jueves de noviembre se descorcha el vino por primera vez y se exclama «Le Beaujolais Nouveau est arrivé!». La mayor celebración se lleva a cabo en **Beaujeu**, capital de la región, y se le conoce como **Sarmentelles**, una celebración de tres días llenos de vino y alegría.

2.- Es producto de un trabajo de recolección artesanal: Todas las uvas del **Beaujolais Nouveau** y otros vinos de esta región deben ser cosechadas a mano. Es la única denominación de origen, además de Champagne, que tiene esta exigencia.

3.- El secreto de su fresco sabor: El afrutado sabor y la agradable suavidad de este vino se deben a que su breve maceración carbónica preserva mucho los sabores de la fruta, sin extraer demasiada cantidad de los taninos de la piel.

4.- Su vida es corta: Este vino está hecho para beberse de inmediato. No debe esperarse mucho más de un año para disfrutar de este fruto de la vid. No debe adquirirse para ser guardado.

5.- Abarca mucho de la cosecha regional: Aproximadamente, una tercera parte de la hermosa región de **Beaujolais** termina cosechándose como **Beaujolais Nouveau**.

LATAM AND FRENCH TECH DAY

26 DE NOVIEMBRE 2020
COLOMBIA – 12 PM

CONCURSO DE PITCH

10 MEJORES START UPS B2B
DEL ECOSISTEMA FRANCO LATINO-AMERICANO

Retail • Fintech • Edtech • HR • Adtech

NETWORKING Y CONFERENCIAS

Información :

tech.latam@businessfrance.fr

SAVE THE DATE

26 DE NOVIEMBRE 2020



Choose
France

CCI FRANCE
INTERNATIONAL



VIRTUAL
TECH
TOUR
LATAM

Más Información:

tech.latam@businessfrance.fr



Curiosidades de los idiomas

Las palabras **homófonas** se pronuncian igual, a veces tienen grafías distintas, y su significado es diferente. ¿Cómo diría usted?

- ✓ Las clínicas se han **deshecho** o **desecho** del material contaminado.
- ✓ El alumno ha quedado **deshecho** o **desecho** por la mala nota.

Deshecho con h es del verbo deshacer, indica la reversión de algo previamente hecho, o que algo o alguien está destrozado.

Desecho sin h es del verbo desechar, indica rechazar, no admitir, prescindir por ser inútil. Se dirá entonces:

- ✓ Las clínicas se han **desecho** del material contaminado. El material es inútil, se rechaza, entonces sin h.
- ✓ El alumno ha quedado **deshecho** por la mala nota. El alumno está destrozado, entonces con h.

Fuente: SP Traductores e Intérpretes Públicos

MACROTENDENCIAS: LA NUEVA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

PROGRAMA



Inauguración: Adán Celis, Pdte. de Conindustria

Latinoamérica despierta a una nueva realidad económica: Propuestas para surfear la ola



Moderadora: Sary Levy-Carciente / Individuo de Número de la Academia Nacional de Ciencias Económicas en Venezuela

INVITADOS:

Germán Ríos - Profesor Asociado de Economía y Director del Observatorio de América Latina en IE University



Jorge Sicilia - Economista Jefe del Grupo BBVA y Director de BBVA Research



El reto de la transformación digital en la industria manufacturera

Fausto Costa - Presidente Ejecutivo y del Consejo de Administración - Nestlé México



Las macrotendencias en la industria energética



Moderador: Francisco Acevedo / 1er Vicepresidente de Conindustria

INVITADOS:

Andrés Gluski - Presidente Global y CEO - AES Corporation



José Aparicio - Presidente y CEO de Siemens Energy para México, Centroamérica y el Caribe



25 de noviembre
8:30 a.m.

Transmisión vía



ENCUENTRO B2B CCIAVF

"Nuevo servicio de la CCIAVF para facilitar e incrementar las relaciones comerciales empresariales"

¿QUÉ ES UN ENCUENTRO B2B-CCIAVF?

UN ACELERADOR

De contacto inter empresarial para ofrecer o solicitar bienes y servicios con encuentros de negocios organizados por la CCIAVF.

DIRIGIDO A MIEMBROS PYME'S



CONECTAMOS SU CITA DE NEGOCIOS

Con otros miembros de la CCIAVF o con empresas no afiliadas a la Cámara.

PASOS A SEGUIR

REGISTRE SUS DATOS DE SOLICITUD [AQUÍ](#)

Luego solicite la verificación de su solicitud y condiciones del servicio con la Gerencia General y/o Departamento Comercial a través de los correos:

gerenciageneral@cciavf.com.ve / maritza.bartoli@cciavf.com.ve

COSTO DEL SERVICIO



CITA CONCERTADA CON MIEMBRO CCIAVF

20 \$

CITA CONCERTADA CON EMPRESA NO AFILIADA
A LA CCIAVF

30 \$

ESPACIO PUBLICITARIO

The collage features four distinct advertisements:

- GLOBAL BENEFITS:** A white card with green text. It identifies 'DRA. MARIA A. GUILARTE' as an 'ASESOR DE SALUD Y VIDA' and provides a WhatsApp contact number: '+58-4147472909'. Below the text is the phrase 'El toque humano HACE LA DIFERENCIA.' and an image of two hands reaching towards each other. The word 'SALUD' is written in large, stylized letters at the bottom.
- evolution line:** A white card with a woman in a red top performing a yoga pose. Text includes 'ÚNETE A LA SEMANA online', 'clases evolution line', and a WhatsApp number: '+58 412-5711472'. A vertical banner on the right side of the card reads '5 CLASES GRATIS'.
- Inspiritu Center:** A white card with a woman in a black top performing a yoga pose. Text includes 'CLASES PRESENCIALES PERSONALIZADAS Y PETIT COMITE' and a phone number: '+58-4241285620'. The Instagram handle '@Inspiritucenter' is visible at the bottom.
- SALUD:** A large, stylized graphic of the word 'SALUD' in green and white, positioned centrally at the bottom of the collage.

Yoga: Comunicación al subconsciente

Al hablar del yoga la mayoría de las personas lo asocian a las posturas o asanas casi circenses, aunque son muy bonitas. El cuidado y forma de hacer las posturas es importante a través de las técnicas para no lesionarnos y obtener todos sus beneficios.

El yoga como filosofía de vida se transita con ciertas técnicas y métodos estudiados como apoyo para alcanzar estados de tranquilidad y bienestar en general. El yoga, según textos arqueológicos y de historia, tiene su origen desde hace más de 5.000 años. Oriente es precursor del yoga en especial la India.

Para entender el yoga en las asanas o posturas, se debe considerar que en el continente asiático consideran al ser humano como integral. El bienestar y salud viene engranada del estado físico, mental y emocional. El cuerpo está conectado con la mente. Y emoción y mente analógicamente es uno solo. Entonces el cuerpo refleja o traduce a la mente y emoción, lo que conocemos como lenguaje corporal. Al realizar posturas de yoga nos estamos comunicando con nuestra mente.

En los estados mentales el subconsciente o inconsciente se resguarda información de procesos o situaciones de los cuales no nos percatamos que están ahí. El ser humano es totalmente integral y todo en él está hablando, comunicándose, existe un diálogo e información de todo lo que está experimentando como humano. La ciencia médica, la rama de psicología y la neurociencia, cada día nos dan información científica de estos procesos.

El yoga a través de las asanas y sus distintas técnicas básicas que la integran como la meditación, ayurveda o alimentación consciente y técnicas de respiración, accede de forma natural al subconsciente del practicante que se da de forma natural y espontánea.

El cuerpo es la mayor vertiente del subconsciente, graba, imprime como huella y somatiza en algunas ocasiones a través de la rigidez, de dolores, pesadez en la espalda, cansancio, etc. El yoga propone una comunicación directa con nuestro ser, esa parte invisible, intangible pero que contiene toda la información de lo que somos. Hacer consciente lo inconsciente. Aquello que no nos gusta o lo que nos hace bien, es decir nuestro código personal. Las asanas como posturas van trabajando esas capas de forma natural ya que se le está dando información al cuerpo, primero con el hacer, con la experiencia y vivencia en la postura; algunas fáciles, cotidianas y de nuestros día a día como "Tadasana" que traducida del sánscrito al español es "la postura de la montaña". Esta postura en términos simples sería estar de pie, pero en la técnica de yoga sería normalmente: "De pie con ambas plantas de los pies apoyadas al piso, sintiendo la conexión o apoyo en el piso, tapete o mat. Piernas firmes sin tensión, hombros erguidos y relajados, brazos al costado del cuerpo firme. Mirada al frente, rostro relajado. Respira. Se consciente de la respiración, de la inhalación y exhalación... Si viene algún pensamiento déjalo ir, déjalo pasar, no lo retengas, no hagas juicio, no juzgues, céntrate en tu respiración... Entra en consciencia de la postura, simplemente siente, respira...".

Esto es un ejemplo del inicio del diálogo, la comunicación verbal y al mismo tiempo postural al cuerpo y mente. A medida que se avanza en distintas posturas pasando por lo simple hasta las más complejas, en la permanencia postural, el practicante va experimentando sensaciones e inicia de forma natural la comunicación interna, comienza a darse cuenta en algunos casos de partes del cuerpo que no sentía, en otros de sentimientos que afloran, situaciones de vida, comienza a florecer información personal que por diversas razones o motivos estaban ahí, guardadas, bloqueadas pero que el cuerpo y la mente comienzan a liberar e inicia el proceso de sentirse flexible tanto mental como corporal. Experimenta el reconocerse para redescubrirse a través de las asanas para aceptar, integrar y avanzar en las siguientes posturas.

Lic. Vilma Duarte

Profesora de yoga 200 YTR

Directora de Inspiritu Center

Redes Sociales: [@InspirituCenter](#) / [@EvolutionEnergy](#)



¿Es posible crecer en periodos de crisis?

Considera el ciclo siguiente para tomar las acciones necesarias y reactivar tu negocio.



En Scalto te podemos apoyar:

COMUNICATE

Kit de comunicación

Enfoca tus comunicaciones

1. Reporte de auditoria
2. Programa: 3 pasos para asegurar lealtad de clientes
3. Piezas de communication para equipo interno, cubriendo 2 meses
4. Piezas de communication para clientes, cubriendo 2 meses
5. Informe de optimización de comunicaciones

MAS ALLA DEL DIGITAL

Rediseño de producto

Adaptando tu producto al nuevo normal

1. Auditoria de producto y mercado
2. Re-definición de producto y plan de implementación
3. Rediseño de la experiencia de cliente
4. Re-definición de herramientas tecnológicas
5. Monitoreo de servicio y lealtad de clientes

MAS ALLA DE LAS HERRAMIENTAS

Transición a equipos remotos

Liderando el cambio cultural y mental

1. Plan de equipos remotos
2. Sesiones de entrenamiento para equipo
3. Entrenamiento de cambio cultural a enfoque en proyectos
4. Estrategia y piezas de comunicación para un plan de 6 meses

Para saber más, comunícate con nuestro equipo info@scalto.com

Recordamos a nuestros afiliados que nuestros colaboradores están disponibles a través de los siguientes correos electrónicos de contacto para responder a cualquier requerimiento:

Gerente General: José Antonio Martínez

jose.martinez@cciavf.com.ve

Gte. de Servicios y Correo internacional: Alexander Torres

alex.torres@cciavf.com.ve

Coord. del Proyecto Venezuela Tierra de Cacao: Yuri Pernía

yuri.pernia@cciavf.com.ve

Coord. del Proyecto Venezuela 20-20: Maritza Bartoli

maritza.bartoli@cciavf.com.ve

Coord. de Eventos: María Virginia Sarcos

eventos@cciavf.com.ve

Administrador: Ronald Gil

ronald.gil@cciavf.com.ve