



### Mercado

Desde que Nestlé nació como empresa, su preocupación fundamental ha sido consolidarse como una marca enfocada en la gente y en los productos. Esta concepción se cristaliza día a día en las relaciones ante consumidores, productores, colaboradores y accionistas.

El éxito parte de conocer la realidad de las comunidades en donde la empresa ejerce su negocio, y, muy especialmente, de haber trascendido un conocimiento frío y lejano para tener una aprehensión reflexiva de cada contexto.

### Logros

Nestlé tiene como prioridad elaborar alimentos y bebidas que contribuyan a la nutrición, la salud y el bienestar de los consumidores en las diferentes etapas de su vida, incluso si tienen necesidades dietéticas especiales.

En la actualidad, Nestlé Ecuador elabora y comercializa productos con características nutricionales destacadas. El reto permanente es innovar e incrementar la calidad nutricional de los productos, manteniendo su apariencia y sabor.

En Ecuador, Nestlé cuenta con tres fábricas, dos centros de distribución, un laboratorio regional, dos oficinas administrativas y tres Casas Nestlé (Centros de Atención al Consumidor).

El concepto de Nutrición, Salud y Bienestar promovido por la empresa empieza en los colaboradores, para difundirse con convicción y fuerza hacia toda la comunidad.

### Historia

La evolución de Nestlé está determinada por su origen. La empresa surgió de la búsqueda de

una alternativa saludable y económica para alimentar a los niños y niñas que, por una u otra causa, no podían beneficiarse de la lactancia materna. Este reto fue asumido por el visionario farmacéutico Henri Nestlé, cuya militancia y genuino interés por la nutrición saludable llevaron a establecer alianzas perdurables y exitosas que garantizaron la expansión y consolidación de la empresa.

En 1955 se instaló una oficina de comercialización en Ecuador con un primer producto: Nestógeno. Dado el éxito, la empresa creció aceleradamente. La producción industrial se inició en 1970 y, poco después, incursionó en la fabricación de lácteos, productos culinarios y bebidas instantáneas.

La fábrica inicial creció y se modernizó hasta convertirse en el gran complejo industrial que es hoy; simultáneamente, Nestlé se ha posicionado en la vida cotidiana de los ecuatorianos y ecuatorianas.

### Producto

Nestlé no declina en sus esfuerzos por comprender y satisfacer de forma creativa las ex-

pectativas y necesidades de los consumidores. Al brindar productos y servicios de alta calidad, la empresa fomenta una relación duradera y de provecho mutuo.

A partir de rigurosas investigaciones, Nestlé ha logrado importantes innovaciones en sus productos, atendiendo factores como:



- Adición de minerales y vitaminas.
- Uso de harinas integrales en cereales para el desayuno.
- Desarrollo de productos funcionales.
- Elaboración de productos libres de ácidos grasos trans (TFA).

En el Nestlé Research Center, el complejo científico más grande de la industria de alimentos en el mundo, se han desarrollado varios «ingredientes activos» que aportan un valor nutricional agregado a los productos de Nestlé.

Se trabaja bajo la consigna de que los alimentos son saludables cuando proveen beneficios adicionales a través de funcionalidades fisiológicas específicas sin descuidar las necesidades básicas de seguridad y nutrición, y manteniendo el sabor y la apariencia que deleitan al consumidor.

### Desarrollos recientes

**Publicaciones:** Nestlé elabora permanentemente materiales de comunicación y los distribuye de manera gratuita. Mantiene un permanente interés por generar contenidos nutricionales y transmitirlos a través de campañas informativas y educativas, combinados con cursos de cocina y difusión de recetas saludables.

La divulgación de información específica y útil, en un lenguaje sencillo dirigido al gran público, se logra a través de ediciones periódicas

de folletos en un formato muy amigable, como NutriFocus. Dicha información es complementada con una amplia gama de recetarios desarrollados por las diferentes marcas, así como por ediciones gastronómicas de grupo, como los libros *Buenos días desayuno*, *Maravillas con la Lechera*, *La pasión por el chocolate* y *Cocina saludable*.

### Publicidad:

La publicidad de Nestlé se realiza bajo parámetros de responsabilidad social, pues promueve el consumo consciente y el conocimiento pleno de la composición de los productos y sus características nutricionales. La comunicación publicitaria atiende los tres ejes de acción de Nestlé: nutrición, actividad física y salud integral.

### Nutritional Compass:

Los embalajes contienen información detallada sobre el contenido nutricional de los productos, así como consejos, explicaciones y argumentaciones. Para esto, Nestlé ha desarrollado la plataforma de comunicación denominada Nutricional Compass, cuyo propósito es brindar información al consumidor para ayudarlo a realizar elecciones saludables al momento de seleccionar los productos para su alimentación diaria.

### La Casa Nestlé:

Nestlé ha trascendido el criterio de los locales de servicio a los consumidores tradicionales para crear la Casa Nestlé, un lugar cuya infraestructura y servicio garantizan una interacción directa, novedosa y dinámica con los consumidores de Quito, Guayaquil y Cuenca.

No se trata solamente de importantes centros de información y difusión de las marcas y productos, sino de sitios de descubrimiento de las posibilidades cotidianas de desarrollo de una vida saludable, a partir de la gastronomía, la nutrición y la actividad física.

### El contacto:

Nestlé mantiene una línea 1-800 para alentar la cercanía con los consumidores. A través de este canal se reciben sugerencias, reclamos, inscripciones, citas para consultas nutricionales, entre otros servicios. Además, se proporciona información variada sobre promociones, consejos nutricionales y recetas.

Nestlé busca conocer a sus consumidores y establecer con ellos una relación constantemente fortalecida, basada en la comunicación rápida y directa, para lograr comprender sus necesidades y expectativas.

### Nutrimóvil:

Bajo el lema «Para una comunidad más sana» se puso en marcha un proyecto de asesoría nutricional en Ecuador, enfocado principalmente a comunidades de escasos recursos económicos, con dos estrategias fundamentales: realizar consultas nutricionales gratuitas y educar sobre estilos de vida saludables.

Así, en 2006, en el Nutrimóvil, se realizaron más de 8.000 mil asesorías manejadas por un equipo de nutricionistas que brindó atención individualizada a las necesidades nutricionales de las personas que lo solicitaron.

### Promoción

La gente es el eje de acción en Nestlé; por eso, el conocimiento cabal del consumidor es prioritario. Los consumidores, lejos de ser considerados como simples destinatarios de los productos, son el principio y fin de la cadena de valor.

Nestlé ha propiciado un importante desarrollo de áreas especializadas en el conocimiento del consumidor, como Consumer Excellence,

que invierte tiempo y recursos en recabar información sobre las necesidades, costumbres, valores, tendencias y perfiles de sus consumidores; dicha información es valorada, analizada y difundida al interior de la compañía.



La elaboración de productos, la comunicación de las marcas, las promociones, las actividades de investigación y divulgación científica forman un gran sistema concebido y desarrollado con el consumidor como la razón de ser de toda acción.

### Valores de marca

La responsabilidad social y corporativa de Nestlé en Ecuador se cristaliza de muchas maneras y se renueva constantemente, de forma dinámica y enriquecedora, en pos de la creación de valor compartido.

Bajo la premisa de que el verdadero reto de una empresa es crear valor para la sociedad a largo plazo, Nestlé dirige sus principios y prácticas a mejorar las condiciones comerciales y las capacidades productivas de los proveedores, además de generar una fuerza de trabajo planificada y mejorar los estándares de funcionamiento. En eso consiste la creación de valor compartido.



Nestlé busca que las actividades de cada fase de la cadena de valor generen beneficios sociales, minimizando los potenciales prejuicios que se pudieran ocasionar a la sociedad y al medio ambiente. De ahí que se haya invertido en mejorar el contexto económico y competitivo, más allá de las actividades de producción propias del giro del negocio.

Nestlé respeta el medio ambiente, apoya el desarrollo sustentable y está comprometida con el ejercicio de prácticas de producción y comercialización responsables.



### Cosas que usted no sabía sobre Nestlé

- El programa Nutrir es una iniciativa con la que Nestlé busca promover estilos de vida saludables, mejorando los conocimientos y prácticas de alimentación sana. La experiencia, por demás exitosa en varios países latinoamericanos, ha demostrado que Nutrir es una vivencia en la que todos los actores aprenden y se enriquecen. En Ecuador, Nutrir abarcará los ámbitos de la educación, la nutrición y la alimentación saludable.
- Nestlé Ecuador emprenderá un programa ambicioso que intentará introducirse en la cotidianidad de los sectores de atención prioritaria para generar cambios impactantes y sostenidos en el estilo de vida.
- Nutrir está implementando espacios de aprendizaje en Quito, Guayaquil y Cayambe: comedores en los que se recrearán los sabores saludables del país, sitios de capacitación, charlas en escuelas, huertos en donde se desarrollará una relación con la tierra y espacios de comunicación a través del arte. Nutrir es un ejercicio de provisión, solidaridad y responsabilidad social.