

Comprendiendo las necesidades del **colaborador** en tiempos de pandemia

Somos Sodexo, líderes en calidad de vida



Somos la empresa líder mundial en servicios de calidad de vida.



Fue fundada en 1966 en Francia, y cuenta con

Más de
50
años de experiencia

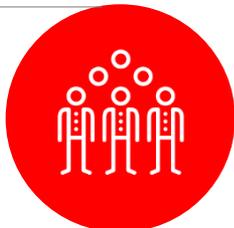
Presencia en más de
68
países

18€
Billones en ingresos

75
millones de clientes



Somos el 18vo empleador más grande del mundo, con más de 430,000 colaboradores.



Promovemos importantes causas sociales como:



Basta de
violencia
a la mujer



stop
hunger

sodexo

Agenda

1 NUEVA NORMALIDAD, NUEVO COLABORADOR

2 ¿CÓMO ATENDERLOS Y MOTIVARLOS?

3 RESULTADOS DE ENCUESTA A BENEFICIARIOS

1

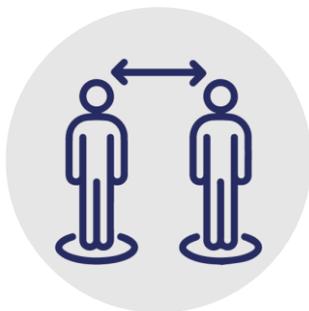
Nueva
normalidad,
nuevo
colaborador



Nuevos hábitos de cuidado personal



Uso de mascarillas



Distanciamiento físico



Implementación de protocolos propios de limpieza y desinfección

Nuevos hábitos de trabajo

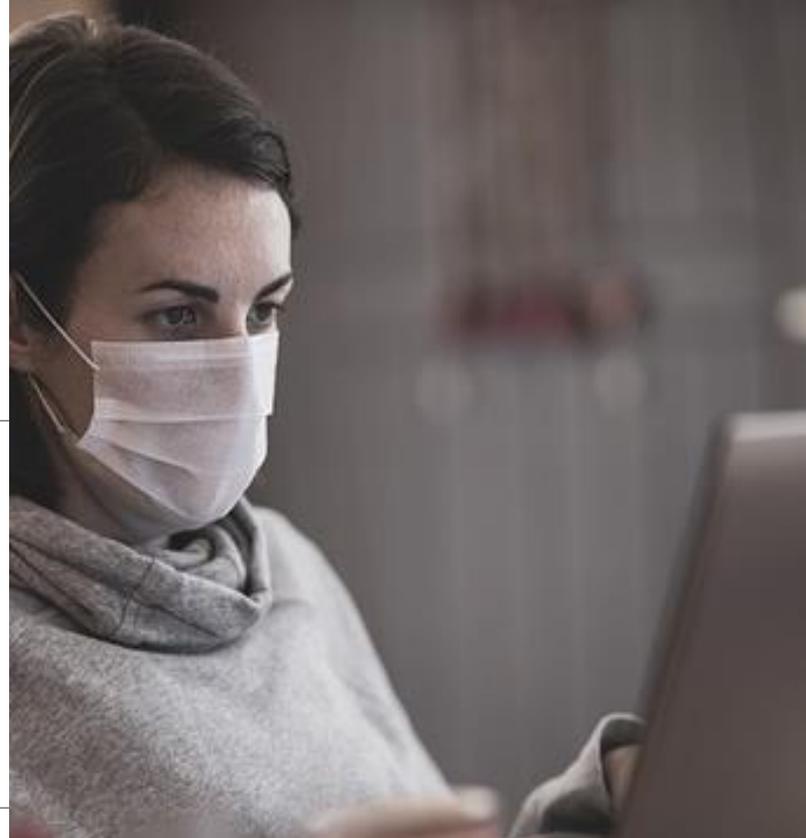
92% de empresas peruanas aplicaron el trabajo remoto.*

- ✓ El hogar se ha vuelto el epicentro de todas las actividades del colaborador.
- ✓ Ha separado un espacio para trabajar.
- ✓ Usa la tecnología como principal herramienta.
- ✓ El colaborador trabaja y, hace todas sus actividades, mientras cuida su salud por la Covid- 19.
- ✓ Siguen protocolos de salubridad en el transporte público, ingreso y salida de su centro de trabajo.

89% de empresas planea continuar con el trabajo remoto.**

*Marsh

** PwC



Pese a sentimientos de inestabilidad emocional como preocupación e incertidumbre, tenemos a un colaborador comprometido con su trabajo.

Nuevos hábitos de consumo

Rutinas de compras con menor frecuencia y en mayor volumen



Los artículos de primera necesidad siguen liderando la preferencia del consumo.

- Alimentos
- Higiene y cuidado del hogar.

Compras por online y delivery es la alternativa más segura de consumo.



Antes
de la pandemia

9 %
Preferencia de
compra online

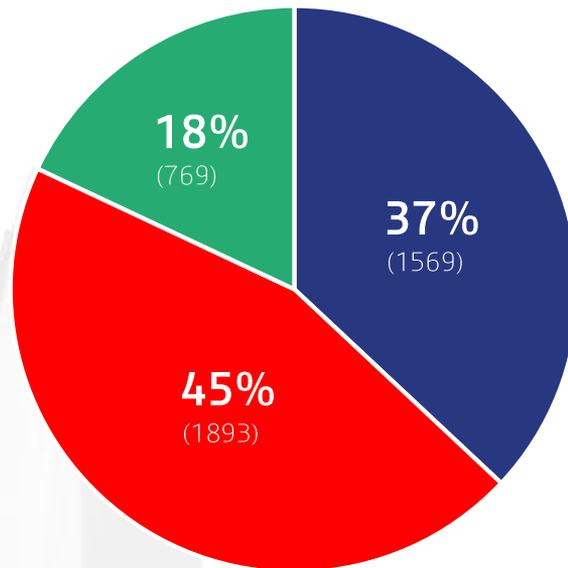
Durante
la cuarentena

400%
Crecimiento del
e-commerce

91% de encuestados piensa comprar on-line*

+60% crecimiento del e-commerce*

¿Con qué frecuencia sueles comprar por Internet?



- A veces
- Con mucha frecuencia a raíz de la pandemia
- Poco

4 nuevos comportamientos



1. Búsqueda de seguridad y bienestar

- Los sentimientos de inestabilidad emocional continuarán.
- Su estabilidad financiera es crucial.
- Guardarán “pan para mayo”.
- No hay reparo en migrar a categorías más económicas en bienes de consumo.



2. Consumo digital e hiper conectividad

- Dependencia del uso de nuevas tecnologías para trabajar, comprar, comunicarse, entretenerse, estudiar, etc.
- Preferencia y consolidación del consumo por e-commerce y el delivery.



3. Peruanos más exigentes

- Primará la conveniencia.
- Búsqueda de precios accesibles.
- La transparencia de información será clave para la toma de decisiones de compra.
- Productos/servicios libres de riesgo.



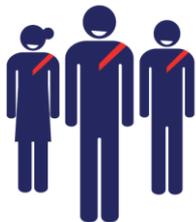
4. Conciencia social

- Hay una valoración por las empresas que demuestren tener un propósito claro de cara a la sociedad (RSC).

2

¿Cómo atenderlos y motivarlos?





Cada uno en nuestro rol y en medio de las circunstancias que afrontamos.



Negocio avance y se mantenga a flote

80%

de las empresas saben que cuidar a su empleado repercutirá, en un aumento de productividad y rendimiento.



Un equipo motivado:

Rinde un 44 % más
Aumenta un 27 % el compromiso*



¿Cómo ayudar a que la preocupación, por cuestiones laborales o familiares, no afecte el rendimiento?

5 recomendaciones

✓ No se trata solo de tener una comunicación abierta y transparente sino de mantenerla.

✓ Promover el sentimiento de pertenencia.

✓ No pierdas de vista el feedback.

✓ Conciliación, cuidado del descanso y flexibilidad.

✓ Crea equipo.



People First

Armaron un comité interno compuesto por gente de todos las áreas, para mejorar la experiencia de sus equipos a raíz de la gestión de emociones.

*Charla sobre el impacto de la pandemia y el confinamiento en la salud mental.

People Talks

Reuniones grupales con colaboradores que atraviesan situaciones similares.
Ej: Padres y madres con hijos pequeños o en edad escolar.

Master Class

Encuentros virtuales, en el que cada miembro de un equipo muestra algo que sabe y le divierte hacer; como coctelería, fotografía, uso de algún instrumento, etc.

Visma active at Home

Ejercicios para descontracturar la espalda, moverse un poco y también para aprender a relajarse

Bienestar online

Cuentan con programas online de bienestar, que incluían sesiones de yoga, clases deportivas e información sobre nutrición, entre otras.

Flexibilidad

Modificar su horario de trabajo de forma personalizada y adaptada a cada necesidad para padres que cuidan a niños pequeños.

Capacitaciones

Formación a distancia para todos sus managers sobre cómo gestionar equipos remotos, consejos para evitar sentimientos de aislamiento, etc.

#TuMeImportas

Campaña de sensibilización y concientización del cuidado de su salud y seguridad frente a la Covid-19

Afirmación

Video de líderes con mensaje de orgullo y afirmación. Línea de escucha.

Entretenimiento

Tip Sodexo (consejos prácticos de cocina, cuidado de alimentos, limpieza, etc.)
Concursos que fomenten las pausas activas y alejen el estrés.



200
días de
pandemia

- Nuevos hábitos
- Nuevas necesidades
- Nuevos comportamientos de consumo
- Nuevas formas de mantenernos entretenidos
- También celebraremos una nueva navidad.

2020

año de desafíos y dificultades

sodexo



Propósito:

Conocer el tipo de beneficios que se ajustan más a sus necesidades pos pandemia.



3

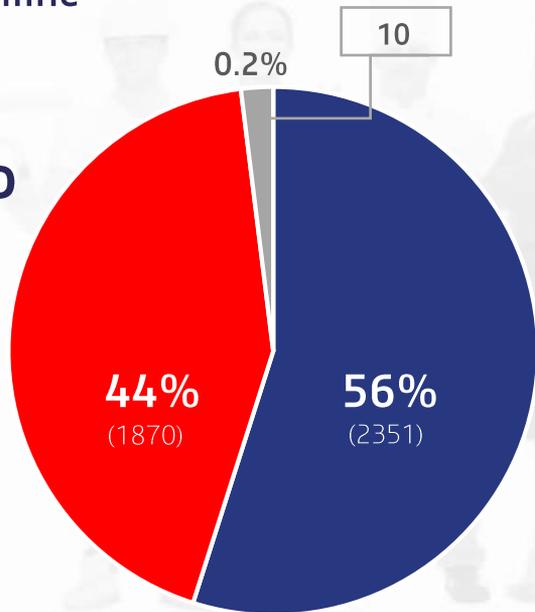
Resultados de la encuesta a beneficiarios



Muestra

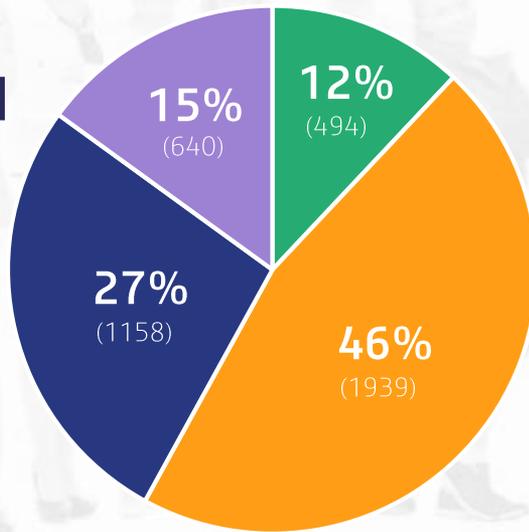
Encuesta online

Género



■ Hombre ■ Mujer ■ Prefiero no decirlo

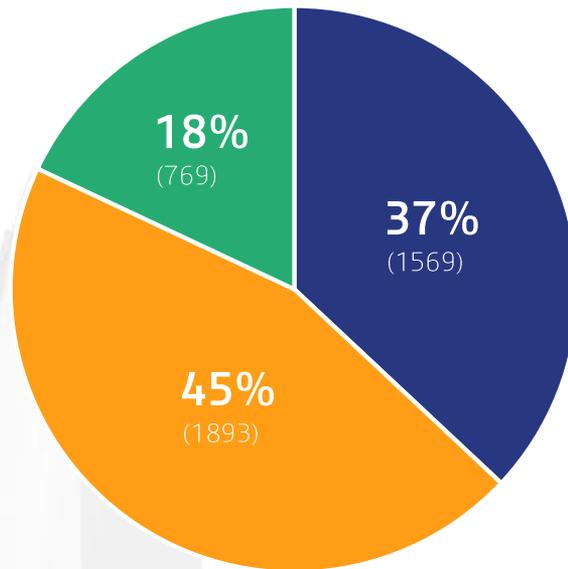
Edad



■ 18 - 24 ■ 25 - 34 ■ 35 - 44 ■ 45 a más

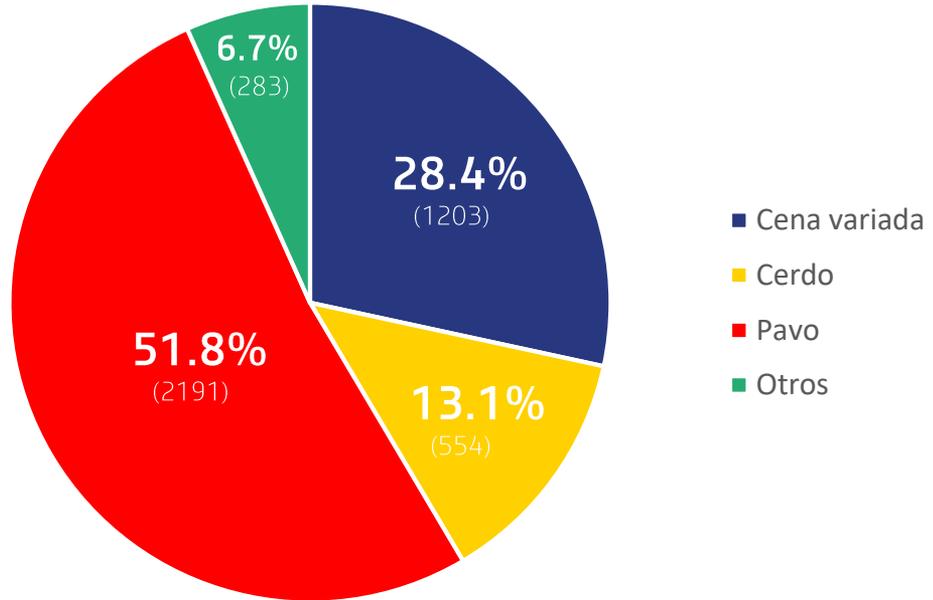
Total de encuestados: **4,231**

¿Con qué frecuencia sueles comprar por Internet?

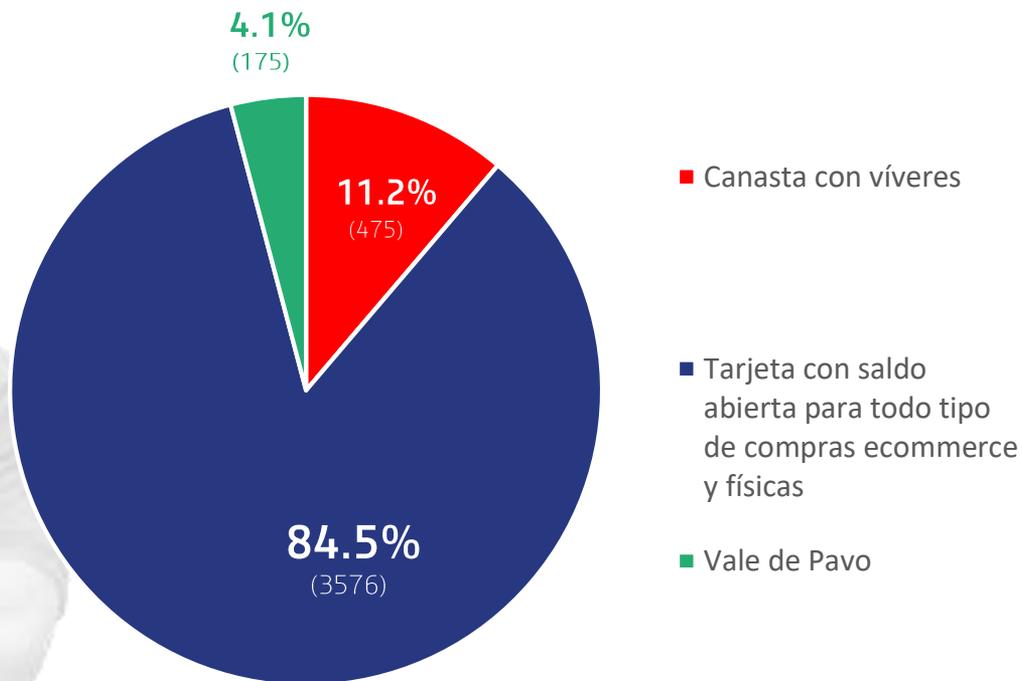


- A veces
- Con mucha frecuencia a raíz de la pandemia
- Poco

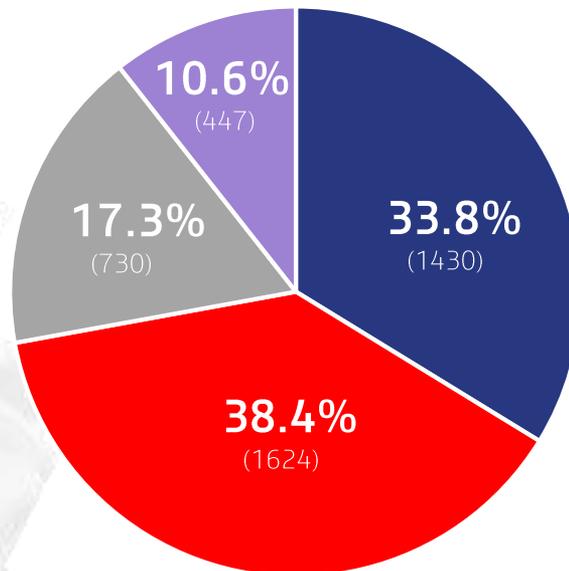
¿Qué sueles consumir en tu cena navideña?



¿Qué valorarías más como aguinaldo esta navidad?

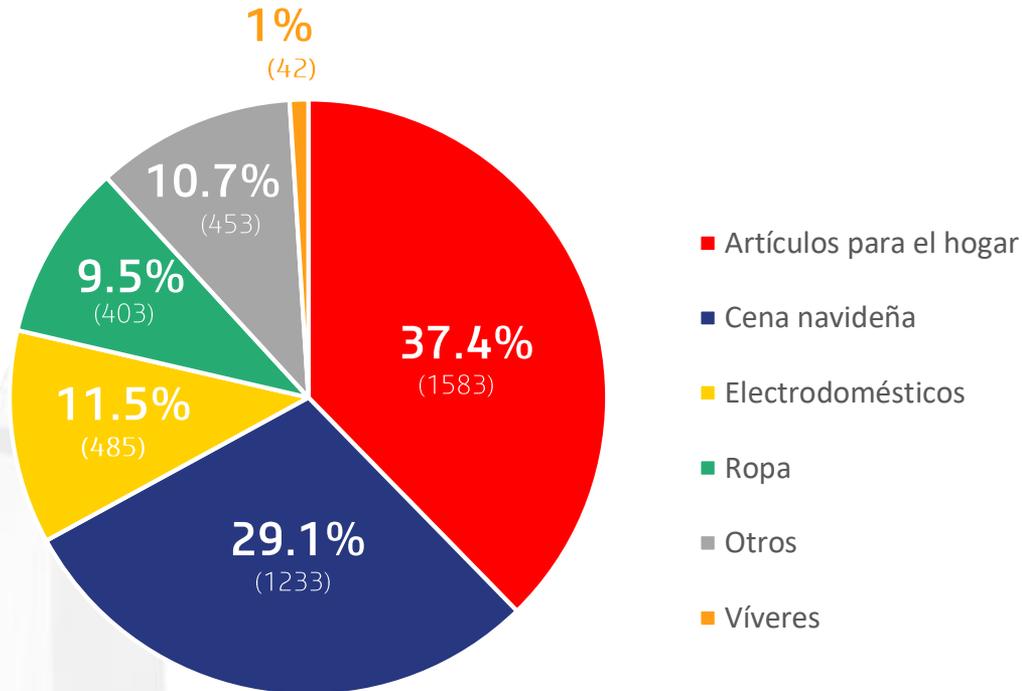


¿Cuánto dinero sueles designar para gastos navideños?

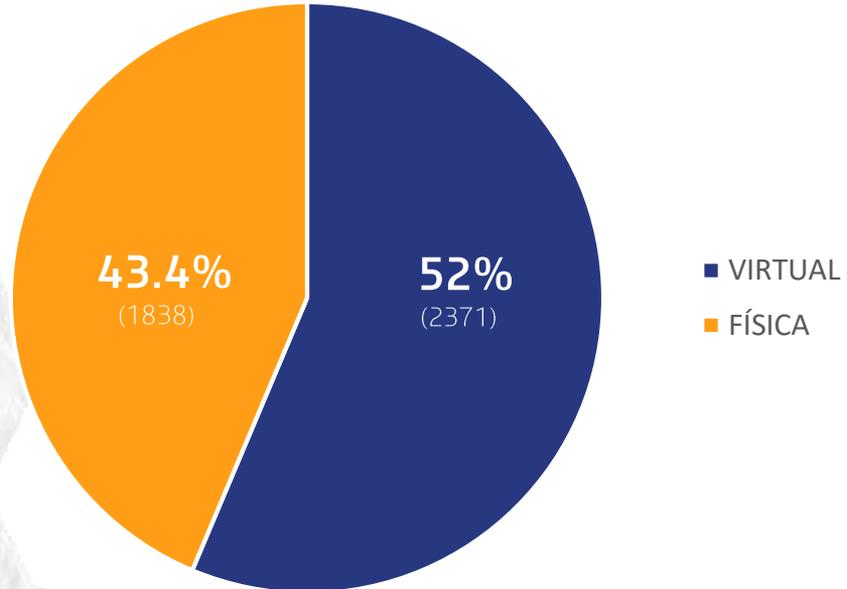


- Entre 100 a 300 soles
- Entre 300 a 600 soles
- Entre 600 a 900 soles
- Más de 900 soles

Si recibes una tarjeta navideña para todo tipo de compras, ¿qué comprarías?

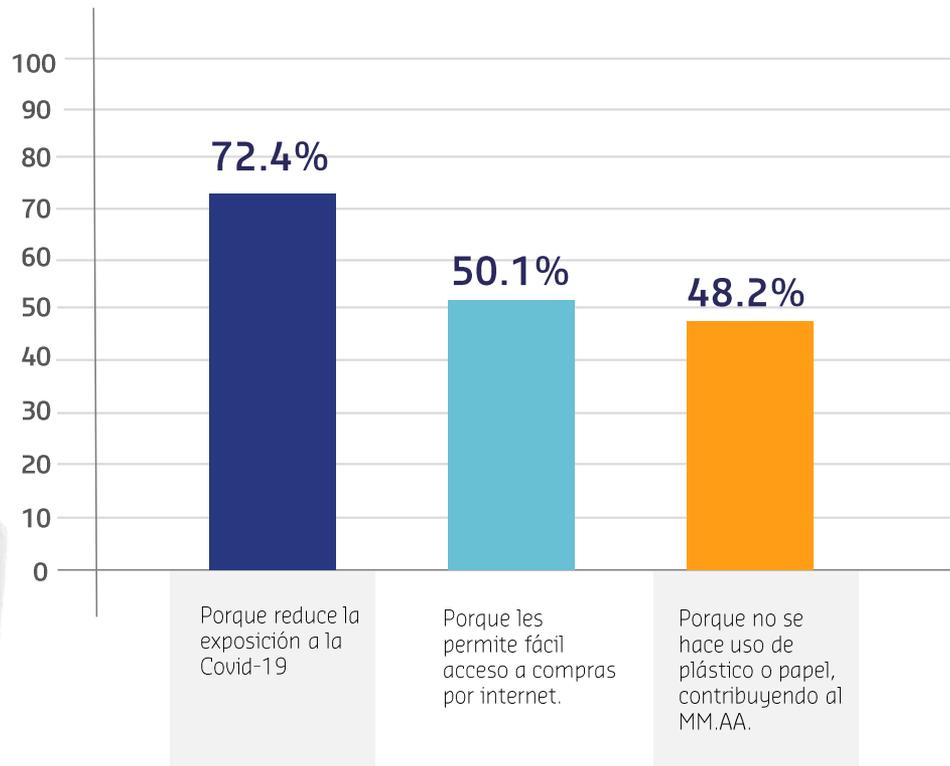


¿Prefieres recibir una tarjeta física o virtual?

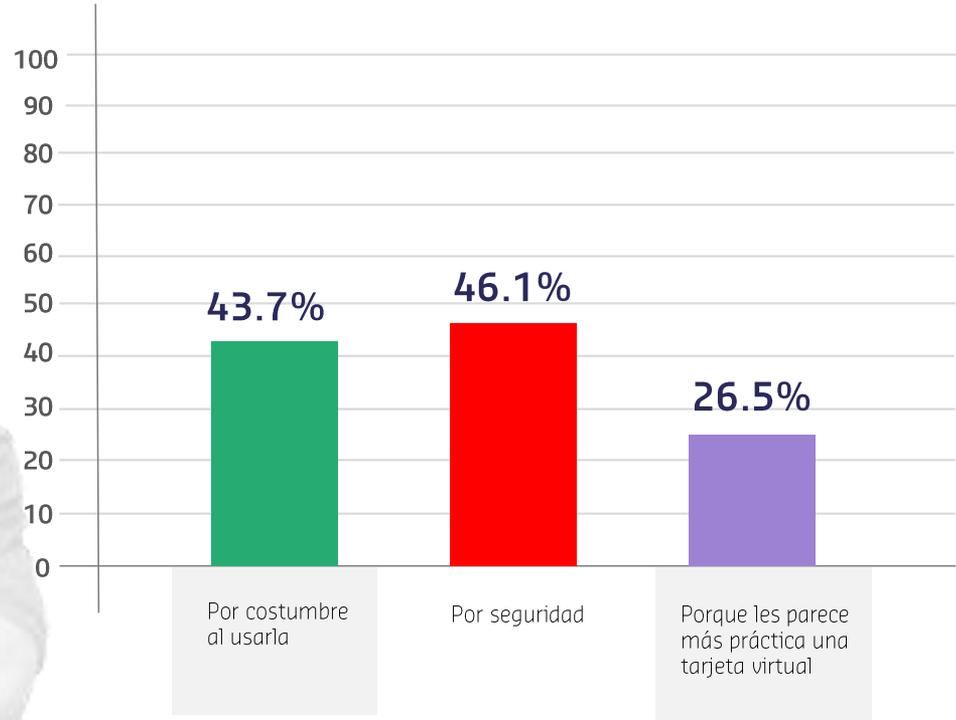




Atributos valorados de una tarjeta virtual



¿Por qué
valorarías
una tarjeta
física?



Contáctenos

JUAN CARLOS GALLEGOS

Gerente Comercial



TELÉFONO

+51 990 921 976



MAIL

juan.gallegos@sodexo.com

sodexo 