



EN BUSCA DE
LA COMIDA IDEAL

Las alarmantes cifras de obesidad y malnutrición en el mundo han impulsado a varios países, sobre todo a los más afectados como México, a generar iniciativas gubernamentales que permitan frenar y revertir esta situación.

El mundo corporativo también ha reaccionado, entendiendo que esto no sólo es un problema de políticas públicas.

El sector privado ha tomado conciencia de la situación; por ello, son cada vez más las empresas que suman sus esfuerzos para apoyar a sus empleados a tener mejores hábitos de alimentación, complementándolo con información y actividades físicas que combatan el sedentarismo.

Al respecto, Edenred ha ejecutado diferentes iniciativas en varias de sus operaciones a nivel mundial. En América Latina se desarrolló el concepto *Alimentación & Equilibrio* junto con su mascota *Gustino*, quien ofrece múltiples consejos nutricionales tanto a empleados como a sus clientes.

En Europa se impulsó el proyecto *FOOD*, con el apoyo de la Comunidad Europea. A nivel país destacan las experiencias de Edenred Brasil con su programa *Avante*; Edenred Italia con *Pausa Mediterránea*, y Edenred México con *Salud SOS*.

¿CUÁL ES LA COMIDA IDEAL?

Con el propósito de establecer un proyecto internacional, con impacto en todos los países donde Edenred está presente, el grupo lanzó el programa *Ideal Meal*, cuyo objetivo es concentrar todas las iniciativas que actualmente se realizan en pro de una alimentación más saludable y que permitan combatir el sobrepeso y obesidad. Bajo un concepto que persigue promover una dieta saludable, pero a la vez accesible, *Ideal Meal* se nutrirá de las acciones realizadas por sus subsidiarias, basadas en el contexto de cada país y su situación con respecto a la alimentación.

Un programa como *Ideal Meal* no podía comenzar sin antes formularse preguntas como: “¿cuál es la comida ideal?”, “¿quién la puede describir?”, “¿de acuerdo a qué criterio?” En el caso de los colaboradores de Edenred, están distribuidos en 40 países, por ende, existen 40 culturas de alimentación distintas, con 6,000 experiencias individuales.

Por ello, una de las primeras acciones que se realizaron en 2013 fue definir un modelo de encuesta mundial para los empleados de Edenred, país por país. De esta manera, a través de la consulta en línea, se les preguntó acerca de sus hábitos alimenticios y su percepción sobre los problemas de

EL AUTOR

Adolfo Álvarez León
Director de Mercadotecnia y Servicios al Cliente, Edenred México

Edenred, líder mundial en el campo de los vales y tarjetas de servicios para empresas a través de Ticket Restaurante®, Ticket Vale Despensas®, Ticket Car®, Ticket Vale Gasolina®, Ticket Uniforme® y Ticket Regalo®. Edenred México tiene presencia a nivel nacional a través de 16 sucursales y cuenta con 600 colaboradores. Ha recibido el distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) por nueve años consecutivos, ha sido certificada ante el Great Place to Work México y está *rankeada* en Top Companies 2013.



Edenred
For an easier life



La mala alimentación en el trabajo causa pérdidas de hasta 20% en la productividad.
Fuente: Según informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2005.

la alimentación, con el fin de definir cuál es su comida ideal. Adicionalmente, se incluirán sus ideas de lo que debería ser la contribución de Edenred para atender los aspectos relacionados a la alimentación y la salud. El análisis de estos resultados servirá como punto de arranque para la implementación de talleres de trabajo con los empleados de Edenred de cada localidad.

MÉXICO COMO PILOTO DE IDEAL MEAL

Antes de implementar la encuesta en los 40 países, en 2013 se realizó un piloto con cuatro subsidiarias de Edenred: Estados Unidos, Polonia, Bélgica y México. En tal sentido, Edenred México realizó en el primer semestre de 2013 una importante movilización para impulsar que sus 600 colaboradores

participaran en la encuesta. A continuación compartimos un resumen de los resultados obtenidos:
Tasa de participación: 58% (44% de los participantes tienen hijos).

Participación por género: 68% mujeres, 32% hombres.

Las comidas durante los días laborales son percibidas como una obligación física: 80% de los consultados considera que el desayuno es una obligación física, 62% dice que es el almuerzo, mientras que 41% indica que es la cena.

Las personas se toman su tiempo para comer y procuran poner atención a los alimentos saludables: el almuerzo dura más de 30 minutos para el 70% de los encuestados. El 99% indicó que la alimentación saludable es importante.

La frescura de los alimentos es lo principal al momento de comprar alimentos: 96% de los consultados comentaron que al momento de comprar sus alimentos son altamente sensibles a su frescura y fecha de expiración. El precio es el segundo criterio al momento de adquirirlos.

Las fondas son el lugar donde normalmente comen en los días laborables: 42% respondió que comen seguido o siempre en las fondas o locales de comida corrida, comparado con el 23% que prefiere restaurantes independientes o el 24% que trae la comida desde su casa.

El precio es un aspecto importante a considerar para el consumo de alimentos: en una fonda, el precio promedio de una comida durante los días laborables es de 53 pesos, mientras que en un restaurante es de 113 pesos y en una cadena de comida rápida es de casi 70 pesos. 46% de los encuestados indicaron que gastan más del 40% de su presupuesto total en alimentación.

El impacto de los hábitos alimenticios en la salud y el acceso a la alimentación, son asuntos claves a revisar y considerados como la mayor preocupación, con 42% y 29% respectivamente. Esta encuesta permitió obtener propuestas para lograr el *Ideal Meal*.

En el caso de Edenred México éstas fueron las ideas y sugerencias:

1. Las seis palabras que definen una Comida Ideal:
 - ▶ Balanceada
 - ▶ Saludable
 - ▶ Vegetales y carnes
 - ▶ Tres comidas
 - ▶ Accesible
 - ▶ Familiar / Amigos
2. En la red de comercios afiliados a los vales y tarjetas Ticket Restaurante®:
 - ▶ Agregar más fondas y pequeños restaurantes a la red.
 - ▶ Promover menús saludables y a la vez accesibles entre los afiliados.
 - ▶ Realizar un estudio en los restaurantes cercanos a las áreas de oficina, para promover

01

de cada tres mexicanos tiene sobrepeso a causa de una mala alimentación.

Fuente. Según informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), 2013

aquellos que tengan una oferta saludable y accesible.

3. Concientizar a los empleados y beneficiarios (usuarios de vales y tarjetas) de Edenred, sobre los hábitos de alimentación saludable:

- ▶ Ofreciendo información en programas de dietas balanceadas, adaptadas a la gastronomía local.
- ▶ Desarrollando herramientas como apps para smartphones con calculadores de calorías y recetas saludables.
- ▶ Solicitando a los comedores empresariales la creación de menús saludables.

4. Encontrar una dieta sana no debería tener impacto en los ingresos de los empleados. Por lo tanto se deben considerar acciones orientadas a mejorar los precios de las mismas.

Otras ideas que surgieron en la encuesta aplicada en Edenred México fueron:

5. Actuar en ambos sentidos, tanto en la demanda como en la oferta, para promover comida saludable a precios accesibles:

- ▶ Promoviendo y publicitando en los restaurantes, la frescura de los productos y el respeto de las reglas de higiene.
- ▶ Desarrollando un precio más económico para los menús saludables, especialmente en fondas y pequeños restaurantes.



6. Desarrollando campañas de comunicación orientadas tanto a la nutrición como al deporte:

- ▶ Organizando clases de cocina con el fin de proveer a los empleados con diversas recetas saludables.
- ▶ Dar a los empleados facilidades como gimnasios u opciones deportivas similares.

7. Establecer alianzas con actores clave que tengan impacto en la opinión pública:

- ▶ Tomar en cuenta la importancia de participar en campañas de televisión, para promover hábitos saludables con otros aliados que estén involucrados en el campo de la nutrición saludable.
- ▶ Negociar descuentos para los empleados y beneficiarios en centros deportivos y gimnasios.

IDEAL MEAL EN EL MUNDO

El próximo gran paso de *Ideal Meal* será fusionar los resultados de las encuestas realizadas en los cuatro países piloto, junto con las propuestas emitidas por los empleados de Edenred. Después, se realizarán talleres de trabajo en cada sucursal país para revisar las propuestas y evaluar cómo implementarlas.

Para 2014 vendrá el gran reto de ejecutar todas estas acciones con los colaboradores de Edenred a nivel mundial. Bajo la filosofía de escuchar a los actores en función de su *realidad país* e intercambiar las ideas, se contará con una sólida base para afrontar los retos futuros. Antes de comenzar por cambiar el mundo, comencemos por cambiar nuestro propio mundo. Y en nuestro caso, se trata de 6,000 personas en 40 países.