Publicado en Tarragona el 20/05/2020

Valor Humà promueve la realidad positiva post covid-19

Desde el despacho Valor Humà analizan las consecuencias del coronavirus en el mundo empresarial y la obligada evolución que ha tenido en muchos casos de puestos de trabajo

La pandemia del Covid-19 ha supuesto el cierre de empresas de forma temporal y, como consecuencia, su derivación en dificultades económicas por la falta de ingresos. Y si es cierto que toda recuperación de una parada económica conlleva una reorganización de la economía de la empresa y en consecuencia, de sus equipos de trabajo, ha supuesto un aspecto positivo que no se produjo en la crisis de 2008.

En la crisis económica de 2008 los empresarios estaban inmersos en poder salvar sus empresas en un carrera a toda prisa, sin tiempo para pensar y viendo como las deudas iban creciendo. Ni tanto solo podían afrontarlas, generando así una situación de estrés elevado que producía un agotamiento físico y mental, bloqueando a muchos de ellos/ellas y no pudiendo tomar decisiones en relación a nuevos servicios, innovación o nuevos modelos organizativos.

Derivada de aquella crisis, muchas empresas han seguido con modelos clásicos de negocio, pero la Covid-19 ha sido un golpe de realidad hacia a su adaptación y las realidades sociales y laborales tan cambiantes últimamente. El confinamiento les ha hecho pensar: del hecho de parar, de tener tiempo, ha surgido la necesidad, fuerza y voluntad de cambiar y/o innovar y tener una perspectiva de negocio mucho más amplía.

Muchos/as de los clientes del despacho Valor Humà, como es el caso de la hostelería, han implantado lo take-away, servicio que no ofrecían hasta ahora y que se los ha dado una otro visión y ampliación de negocio. Cómo muchos de ellos/as comentan, el “take away ha venido para quedarse”, pues aunque tengan sus restaurantes y servicios de comedor, han podido observar que hay mucha gente que accede a este servicio. Un ejemplo es el personal que trabaja en oficinas y no tiene el tiempo suficiente a mediodía para comer en un restaurante, así como las personas que tienen la movilidad reducida o personas grandes que no pueden cocinar y, por lo tanto, han podido observar las necesidades de un tipo de cliente/a que hasta ahora no veían.

Otras empresas, en este caso en el sector del comercio, han implantado el e-commerçe, pues muchos de ellos/ellas se lo planteaban pero nunca daban el paso. Eran conocedores de que cada vez más gente opta por la compra a través de Internet, pero estaban aferrados/as a los modelos de venta clásicos y las tiendas de proximidad y, si es cierto que no se tiene que perder esta venta de proximidad, el e-commerce les está dando un valor añadido a sus tiendas. Esto les permite llegar a un público mucho más amplio y alcanzar mayor territorialidad.

Por otro lado, el teletrabajo ha abierto los ojos a muchas empresas de diferentes sectores, pues hasta

ahora tenían la idea clásica de que los trabajadores/as tenían que estar sí o sí físicamente en su centro de trabajo. Les daba miedo no tener el control físico en relación al trabajo realizado y en varias situaciones, cuando el trabajador/a pedía hacer teletrabajo para poder conciliar la vida familiar y laboral, existían muchísimas reticencias dando lugar en conflictos laborales innecesarios. Pero con el Covid-19 han podido comprobar que el teletrabajo es posible, que no supone que el trabajador/a esté en casa sin hacer el trabajo, que es posible dar la opción de conciliar la vida laboral y familiar y, como contraprestación, tener equipos de trabajos más motivados e igualmente productivos.

Datos de contacto:
EDEON MARKETING SL
Comunicación · Diseño · Marketing
931929647

Nota de prensa publicada en: Tarragona

Categorías: Nacional Franquicias Marketing Sociedad Recursos humanos Consumo

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es