

Cartões de alimentação acompanham tendências e conferem dinâmica às empresas

João Tereso Casimiro 13 Março 2022, 17:00

O benefício extrassalarial mais comum do mercado, o cartão de refeição, atualiza-se com o digital e propõe-se dinamizar os processos de recrutamento das empresas na luta pelo talento.



Os cartões de alimentação são uma parte indispensável no leque de benefícios extrassalariais da maioria das empresas. No entanto, face ao processo actual de transição digital e de globalização no ecossistema empresarial, torna-se importante adaptar a oferta aos dias que correm, tendo como prioridade a atração e retenção de talento, não só indo ao encontro das necessidades dos colaboradores, mas também das próprias empresas. Sendo Portugal um dos países menos competitivos ao nível salarial, quando comparado aos seus pares europeus, ter uma oferta extrassalarial completa e apelativa poderá fazer a diferença na hora de contratar. É precisamente a isso que se propõem as duas empresas consultadas pelo Jornal Económico (JE) – Sodexo e Edenred.

Há 38 anos no mercado português, a Edenred acompanhou a evolução das empresas nacionais, ajustando a sua oferta mediante as necessidades. Numa altura em que se promove o regresso ao “novo normal”, a multinacional francesa procurou sair reforçada da pandemia de Covid-19, dando prioridade à dinâmica dos seus cartões, de forma a colmatar as necessidades dos empregadores mas, também, do próprio país. É aqui que entram os vales sociais. Através da utilização de cartões de alimentação é possível promover a recuperação da economia, incentivando o consumo no comércio nacional.

Filipa Martins, diretora-geral da Edenred Portugal, explica ao JE que os vales sociais têm como objectivo alavancar “políticas públicas”, com um quadro legal específico, que lhes atribui “vantagens fiscais pela sua capacidade única de direccionar o consumo”.

A responsável afirma que “por cada euro de consumo via título de refeição são injetados 2,9 euros na economia, aumentando o PIB em 2,1 euros”, citando um estudo da Nova IMS. No contexto pós-pandémico, esta realidade torna-se ainda mais importante, dado que a recuperação económica dos países entra agora na sua primeira fase, ainda que

os conflitos a leste da Europa condicionem o investimento e, conseqüentemente, interrompam a dita recuperação.

Refeição condigna

A título de curiosidade, foi precisamente em contexto de pós-guerra que foram criados os primeiros títulos de refeição. Terminada a Segunda Guerra Mundial, o Reino Unido foi a primeira nação a promover estes benefícios extrassalariais, de forma a garantir que os trabalhadores tinham uma refeição condigna durante a jornada de trabalho, assegurando a motivação e produtividade, ao mesmo tempo que estimulavam os restaurantes locais.

A crescente preocupação das empresas com o bem-estar dos seus colaboradores foi outras das tendências verificadas pela Edenred durante o período pré-pandémico. “Estas preocupações traduzem-se na procura de soluções abrangentes e flexíveis que, por um lado, aumentem o poder de compra dos colaboradores, enquanto lhes conferem liberdade de utilização, e, por outro lado, agreguem mais valor à sua proposta”, revela Filipa Martins.

Um dos produtos mais populares da Edenred, o Euroticket, tem estado em constantes actualizações que, segundo a diretora-geral, “oferece aos utilizadores descontos exclusivos em sectores prioritários”, como os da saúde e bem-estar, seguros, mobilidade, desporto, lazer, tecnologia, entre muitos outros, o que se traduz “num aumento da poupança ao final do mês e do ano”.

Sobre a transição digital aliada à sustentabilidade, tanto ao nível empresarial, como particular, a responsável da Edenred diz que estas tendências “vieram reforçar o nosso objetivo de sermos ‘paperless’ e cada vez mais digitais”.

Pandemia trouxe crescimento

Por sua vez, a Sodexo, há 50 anos com actividade em Portugal, afirma estar comprometida em garantir que a inovação e adaptação aos tempos correntes, permanecem no seu ADN.

Nelson Lopes, presidente-executivo da Sodexo Portugal, afirma ao JE que esta forma de atuação permitiu o “crescimento” do negócio, fruto do que diz ser a “importância crescente dos benefícios extrassalariais para as empresas e para os colaboradores”. Mesmo no contexto pandémico, a fornecedora de títulos de refeição viu o volume de negócios em carteira aumentar 5%, ainda que a adoção do teletrabalho pela maioria das empresas em Portugal, fizesse prever que este benefício extrassalarial fosse preterido, leitura que acabou por se verificar estar errada.

Nelson Lopes, apesar de não revelar detalhes sobre as novidades para 2022, garante que a empresa “está a trabalhar” para “adicionar novos produtos” ao portfólio, mantendo sempre o propósito da “melhoria da qualidade de vida” para os clientes e com base na “oferta de um serviço ao cliente de excelência, que é a peça chave da nossa actividade”.

RECOMENDADAS



Benefícios serão mais flexíveis, apesar da resistência à mudança

[João Santos Costa](#) 13 Mar

O interesse acrescido pelos benefícios extrassalariais pode revelar-se vantajoso para empresas, trabalhadores e Estado. A tendência passa pela escolha de benefícios personalizados para cada colaborador, mas há ainda resistência por parte das organizações.



Pestana Hotel e dstgroup priorizam recursos humanos

[Almerinda Romeira](#) 13 Mar

Os grupos hoteleiro e de engenharia e construção oferecem pacotes de benefícios competitivos nos sectores em que operam.



“Os benefícios são comprovadamente uma forma muito eficaz de reter talento”

[Almerinda Romeira](#) 13 Mar

Uma empresa com um pacote alargado e flexível de benefícios que cubra as necessidades de diferentes personas e gerações e tenha em conta o bem-estar fará a diferença, diz Tiago Borges.