

Great  
Place  
To  
Work®

2022

# JUNTOS

CONSTRUIMOS NUESTROS SUEÑOS

GRUPO EFE



# INNOVACIÓN



“Nuevas ideas, nuevos sueños”



En este tomo veremos las nuevas ideas florecer y como estas se fomentan, reconocen y recompensan. Porque con nuevas ideas, todos tenemos nuevos sueños.



## ¿Cómo involucra su organización a los empleados en el desarrollo de nuevas ideas y mejores formas de hacer las cosas que resulten en el mejoramiento real del desempeño de su negocio?

Innovar e intentar adelantarse a los cambios, a contextos inesperados sin sucumbir en el intento. La pandemia fue un desafío para todos. ¿Qué tan preparados estuvimos? **Lo que puedo decir es que gracias al talento y compromiso de mis queridos líderes y colaboradores, pudimos resolver muchas situaciones.** Y aquí estoy, contando cómo mi gente sigue proponiendo ideas y ejecutándolas. ¡Seguimos innovando y creando!

Las prácticas que vienen a continuación nos hablan, por ejemplo, del **Proyecto EFEX**, una iniciativa trabajada a pulso y que busca mejorar la experiencia de mi cliente y colaborador. EFEX es también la democratización de la innovación. Escuchamos a todos. Y eso es fundamental.

Otra práctica importante es **EFE Talks Innovación**, que son sesiones de capacitación con gran participación de mis colaboradores. Algunos de los temas que se tocaron en las últimas semanas fueron: Transformación Digital, Inteligencia Artificial para los negocios, Robots para las actividades comerciales y el futuro de los medios de pago. Porque cada tema involucra análisis y reflexión.

Finalmente, debo decir que, en todo momento, las iniciativas y opiniones de cada colaborador las escuchamos y tras una evaluación de factibilidad de mis líderes, las ejecutan o

las debaten. Nos falta mucho por andar. Con **#ActitudEFE** seguimos avanzando y marcando la diferencia. Somos la Familia EFE, orgullosamente peruana, que cree en el Perú. Y yo, desde donde me toca, estoy dispuesto a darlo todo. Vamos a las prácticas de esta pregunta.

## PROYECTO EFEX: EVOLUCIÓN EFE

Mejorar la experiencia de mi cliente y colaborador es uno de los aspectos claves del negocio. Pero ¿cómo lo hacemos? ¿Cómo marcamos la diferencia? Y, lo más importante, cómo enganchamos con dinamismo en la memoria de mi gente, de mi familia.

A mediados de 2020, creamos el Proyecto EFEX: Evolución EFE, una ambiciosa iniciativa que tuvo el soporte de Ernst&Young (EY), empresa consultora muy reconocida en el medio. Así, logramos ser entrenados en metodología y disciplina. Para ello, todo el directorio respaldó la iniciativa. ¡Un proyecto así no podía hacerse solo!

Es así que se inició la tarea bajo el hashtag **#ActitudEFE**, que es el gesto de los 3 dedos de la mano, simboliza la E de EFE y representa mis tres principios guía:

- Pasión por el cliente y colaborador
- Transparencia y
- Brindar soluciones

## Primera fase

Empezó en julio de 2020 y duró hasta diciembre. En esta etapa, el foco fue el diseño del viaje del Cliente (Customer Journey) y la revisión de 6 puntos críticos de contacto con ideas innovadoras.

Se crearon mesas de trabajo con equipos multidisciplinarios, que no solo incluía personal del equipo de transformación sino colaboradores de diferentes áreas y sobre todo de la operación de mis tiendas.

Para mí, la innovación no es exclusividad de una pequeña área, sino que a través de **EFEX**, esta se logra democratizar. Por ejemplo, gracias a este proyecto, un almacenero de una tienda en Juanjuí o en Pichanaki puede dar una idea sobre el viaje del cliente y esta es escuchada y evaluada.

Para implementar estas soluciones se utilizan dos metodologías:

<b>IMPLEMENTACIÓN TRADICIONAL</b>	Que se basa en el diseño del proyecto, implementación del piloto y el despliegue.
<b>DESING THINKING</b>	Es una metodología ágil que alienta sus ideas innovadoras. Es muy utilizada por las mesas de trabajo.

Se formaron mesas de trabajo donde cada una se encargó del diseño de una solución para cada momento del viaje de mis clientes. **Se realizaron focus group con colaboradores.** De este modo, serían ellos los que identifiquen las propuestas de solución. En estos focus participaron tanto el personal de las tiendas como el personal de la Oficina de Apoyo. Estuve escuchando muy atento estos focus y claro que tomé nota.

Luego se hicieron visitas a las tiendas para que los responsables de las mesas -que no eran de la operación- puedan vivir la experiencia de los procesos. Además, identificarlos y entender cómo opera el negocio en la misma tienda o almacén.

Posteriormente, **se realizaron talleres para desafiar ideas.** Así, desde el Gerente General del retail hasta nuestro almacenero o cajero de una de las tiendas, en un ambiente de confianza, podrían cruzar propuestas de negocio.

Este proceso no fue muy complicado, pues aquí la familiaridad y cercanía con la que siempre nos tratamos hace muy sencillo este tipo de comunicación. **¡Somos Familia EFE!**

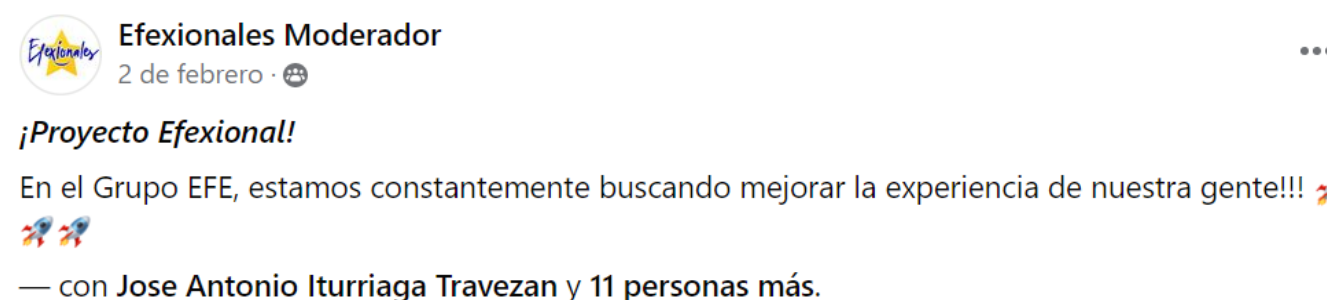
## Segunda fase

En 2021 empezamos la segunda fase, donde nos embarcamos en llevar a la práctica todas nuestras ideas planteadas. Esto nos permitió, gracias a todo el personal que participó, innovar y mejorar 14 procesos claves en este viaje del cliente.

Tras la implementación de mejoras en los procesos, **logramos por ejemplo**, subir nuestras ventas cruzadas (cross selling) a 21% y mejorar **nuestro NPS de 60% al 70%** del 2020 al 2021. Además, creamos un soporte a través de la web con nuevas formas de pago (QR, yape, plin, etc.), entre otros.

Este proyecto también fue el inicio del proyecto de **Employee Experience**, el cual nos ha permitido completar el ecosistema de experiencia (cliente-colaborador). **Con ello, definimos el viaje del colaborador y generamos 49 iniciativas que trabajamos en mesas de trabajo EFEX y 15 quick wins que están siendo desarrollados por el equipo de Recursos Humanos.**

## Pepino da inicio al Proyecto Efex



## Agradecimiento a los Colaboradores por participar en el Proyecto Efex



Sabemos que esto es un proceso continuo. Por eso, con EFEX, ya se democratizó la innovación, permitiendo que todo el personal que participa en un proceso del cliente y los colaboradores puedan dar una idea o propuesta de mejora de proceso. Con esto logramos pasar del pensamiento de “que lo haga alguien” a “quien mejor que yo para hacerlo realidad”.

**Finalmente, este 2022**, en alianza con el instituto Toulouse Lautrec, **realizamos un EFETHON, en donde 230 estudiantes formados en 28 equipos trabajaron 2 desafíos del negocio.** Esto dio como resultado a 6 equipos premiados.

De estos equipos, el Grupo EFE ha contratado a 6 estudiantes para que puedan ejecutar las soluciones diseñadas en la EFETHON. Estas iniciativas nos ayudan a apostar por la juventud y darle la oportunidad de desarrollar todo su talento. **Y una vez más concluyo: “Somos Eflexionales”.**

## **EFE TALKS EXPERTS**

Las ideas innovadoras están todo el tiempo en el ambiente. Fluyen. Lo importante es saber cómo canalizarlas y que estas se alineen con nuestra estrategia. Por mi lado, yo les ofrezco a mis colaboradores muchas ventanas para que estas sean escuchadas.

Desde el año 2020, ante la necesidad de que nuestros colaboradores despierten su curiosidad para proponer ideas innovadoras frente a los cambios tecnológicos, creamos los EFE Talks Innovación. **Estas conferencias se realizan a través de Teams Live, plataforma de streaming que soporta una gran cantidad de conexiones** y una gestión ordenada de la interacción entre expositores y asistentes.

En estas sesiones, tocamos temas de innovación tecnológica que impactan al retail y a la financiera. Se buscan expositores reconocidos en temas de innovación en el sector retail y financiero para que expongan su experiencia y participación en grandes proyectos de transforma-

ción. Estos sirven de inspiración para crear las nuestras, basándonos en las tendencias y tecnologías novedosas que existen a nivel global.

Todos los colaboradores están invitados a participar en estos webinars y se conectan desde diferentes partes del país y áreas de la organización.

Los temas tratados en estos EFE Talks nos dan el soporte para cumplir ese enorme plan de crecimiento que tengo y en el que cada colaborador se siente parte.

Esta práctica es muy bien acogida, ya que nuestra gente se actualiza con los temas de innovación y conocen las herramientas que utilizamos para la transformación digital.

Ahora los EFE Talks de Innovación han sido renombrados como **EFE Talks Experts** y forman parte de la malla curricular del programa global **EFE TALKS** en el año.

**A la fecha hemos realizado 4 reuniones. En junio** tuvimos a un expositor externo que nos habló de la ciberseguridad. **En julio** recibimos la charla Customer Centricity, a cargo de mi Gerente de Marketing. **Mientras tanto, en agosto,** nos visitó un expositor externo, quien nos habló de su experiencia en Agilidad para Transformar la Organización.

### EFE Talks Experts de Julio y Agosto



**EFE TALKS**  
Innovación

# Customer Centricity

**GIAN CARLO VILLANUEVA**  
EXPOSITOR  
GERENTE DE MARKETING E INNOVACIÓN

 **Miércoles 20 de julio**  
a las **5:00 pm**

a través de 

## EFE Talks Experts de Julio y Agosto

**EFE TALKS**  
Innovación

**Agilidad para transformar  
la organización**

**JOSÉ LUIS LEE**  
EXPOSITOR  
GERENTE DE TRANSFORMACIÓN AGILE DE TELEFÓNICA

En esta charla, aprenderemos sobre Mindset Agile, el valor de la agilidad, los frameworks más usados y cómo podemos aplicarlo en el Grupo EFE.

Jueves 4 de agosto  
a las 9:00 am

a través de

Finalmente, en el mes de septiembre se hizo el EFE Talks Fortaleciendo la Cultura de la Ciberseguridad, dictado por nuestro Gerente Corporativo de Servicio al Negocio.

## EFE Talks Experts de Setiembre

**EFE TALKS**  
Innovación

**Fortaleciendo la cultura  
de la Ciberseguridad**

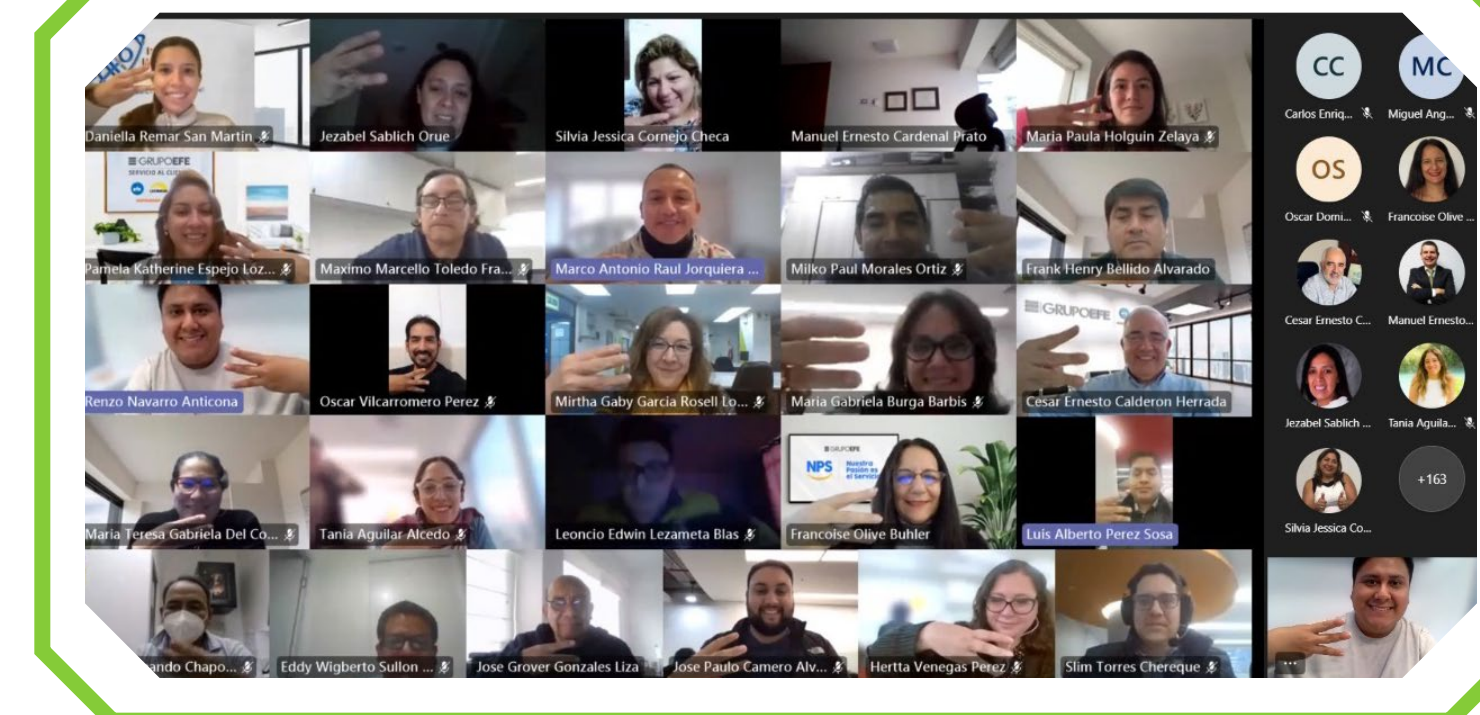
**CÉSAR CALDERÓN**  
EXPOSITOR  
GERENTE CORPORATIVO SERVICIO AL NEGOCIO

En esta charla, aprenderemos a identificar las principales formas de ataque o estafa realizado por los ciberdelincuentes.

Miércoles 14 de setiembre  
a las 5:00 pm

a través de

## Charla EFE Talks Experts de Setiembre



De esta forma traemos expertos que nos puedan informar sobre innovación y nuevas tendencias en el mundo, las cuales permiten que mis colaboradores se cuestionen y puedan ver nuevas ideas para implementar en el negocio.

La **#ActitudEFE** recorre cada una de estas sesiones. Es el compromiso de mi gente que yo siempre valoro.



## **EFE TALKS RETAIL**

A partir de una gran iniciativa se puede desprender otra. La imaginación no tiene límites. Cada idea nueva que se desprende de una ya consolidada es el mayor ejemplo de cómo estamos en permanente creación. Así me siento, innovador.

Esto ocurre con EFE Talks Retail, que forma parte de EFE Talks, pero lo manejamos bajo un enfoque muy particular.

Y es que en Grupo EFE lo que buscamos siempre es desplegar un aprendizaje integral a mis colaboradores para que conozcan de las nuevas tendencias del sector Retail a nivel mundial.

Precisamente, por eso nos preguntamos ¿cómo podremos desplegar esta información a todos y, sobre todo, en que espacio se realizará? **Ahí fue que se identificó una gran oportunidad para implementar un foro especial en el cual grandes expositores** y también líderes de puedan desplegar diversos temas relacionados al rubro Retail.

EFE Talks Retail nació en 2019. Y pasamos de una instancia presencial, en la que participaban únicamente colaboradores de las Oficinas de Apoyo, a un formato abierto para todos los que deseen conocer acerca de distintos temas del Retail.

El año pasado se ejecutaron dos temas asociados al Retail: **ABC del Retail y Revolución Retail**. Para el despliegue de ambos temas, se contó con el apoyo de mis líderes de la organización. Ellos, con gran experiencia, aterrizaron diversos conocimientos y también comentaron sobre mis buenas prácticas, tomando como ejemplo a otras empresas de trascendencia mundial.

Estas sesiones tuvieron gran acogida y buenos comentarios por parte de los participantes. La encause que vino luego fue contundente. Cada sesión fue un éxito.

El 2022 hemos realizado 2 charlas de manera virtual. La primera enfocada en El Retail Digital Market Place y la segunda denominada El Futuro del Retail, el cual fue realizado por el expositor internacional Laureano Turienzo, presidente y fundador del Círculo Iberoamericano del Retail.

### Invitación EFE Talks Retail



GRUPOEFE

**EFE TALKS**  
Retail

**Retail Digital Marketplace**

 **GIULIANO LOMBARDI**  
EXPOSITOR  
GERENTE DE OMNISCANALIDAD

 **Jueves 10 de marzo**  
a las **8:30 am**

a través de 

## Valor diferencial

La idea siempre es ser genuinos. Por eso, el gran valor diferencial tiene que ver con la calidad de temas que se abordan. También es clave la selección de expositores, todos con muchos años de experiencia.

A esto puedo añadir la forma cómo se invita a mis colaboradores. Ellos reciben un correo interno de la empresa, en el cual se explica a detalle el tema a tratar, quién será el expositor y la fecha. **También contamos con una comunicación vía WhatsApp a través de mis líderes y lideresas de área**, quienes comunican a sus equipos anticipadamente para que puedan revisar su agenda y puedan estar presentes en EFE Talks.

## Reforzamos la Invitación por WhatApps



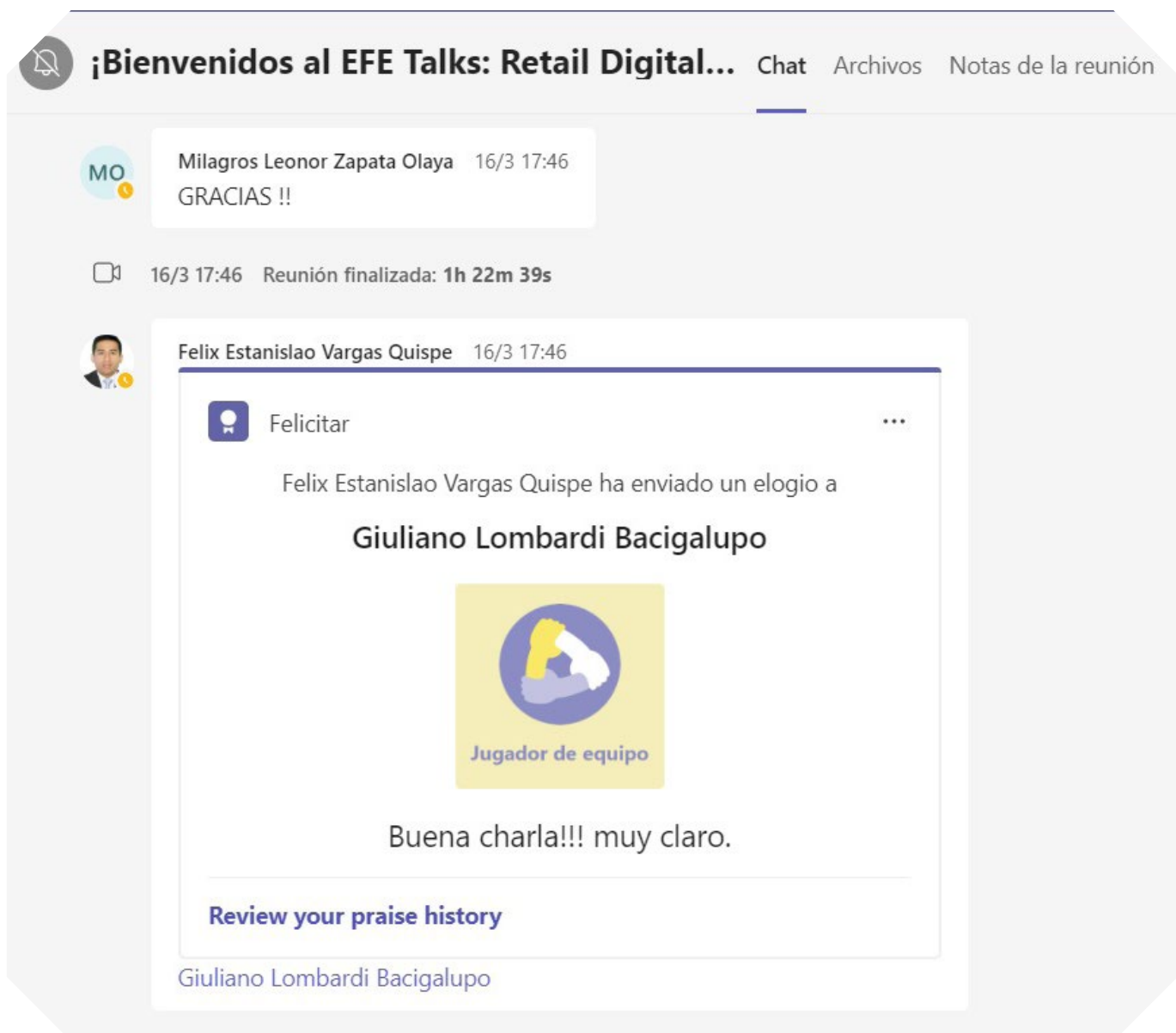
Esta invitación está dirigida a toda nuestra gente a nivel nacional. Los Gerentes Regionales extienden la comunicación a sus respectivos equipos y, de acuerdo con la disponibilidad, de nuestras tiendas, asisten a cada charla. Como ven siempre estamos dispuestos a compartir información y a seguir aprendiendo.

La manera en cómo se ejecutan los EFE Talks Retail son a través de la plataforma de Teams Live. **La invitación se refuerza en tres oportunidades y a través de un enlace, pueden ingresar a participar.**

En todos nuestros EFE Talks, contamos con un espacio de preguntas **para que los colaboradores puedan interactuar con el expositor** y canalizar todas las dudas o consultas que puedan tener. Así, se garantiza que el conocimiento transmitido haya sido claro con todos los participantes.

Cuando concluye la sesión, compartimos el enlace de la encuesta de satisfacción para recibir feedback y comentarios de la charla y del expositor. Y como adicional, se entrega la presentación a los participantes para que puedan compartirla con sus compañeros y/o equipo que no pudo estar presente durante la sesión. Esto nos incentiva a mejorar en cada sesión y, sobre todo, **¡ser más Efxionales!**

### Las reuniones EFE Talk cuentan con un chat para comentar



Aunque parezca mentira, toda esta dinámica es una motivación constante. **Incluso, en el mes de agosto regresamos con los EFE Talks Retail en forma presencial.** Eso nos permitió volver a tener ese contacto face to face con los expositores y hacer más rico el intercambio de conocimiento. Esa satisfacción de estar haciendo las cosas juntos no tiene precio. Y la #ActitudEFE se siente en toda su dimensión.

### Primer EFE Talk Retail Presencial



### Publicación sobre el Primer EFE Talk Retail Presencial

#### Publicaciones



Harold Tapia • 2º  
PMO Manager en Grupo Efe  
1 mes •

+ Seguir ...

Excelente EFE Talks realizado por Laureano Turienzo, un gurú del retail, donde compartió sus experiencias y las nuevas / próximas tendencias del mundo Retail y servicios.  
#GrupoEfe #ActitudEfe #retail



## #SOYTIENDA

Sentir el calor de mi gente en contacto directo con el público es enriquecedor. Es adrenalina pura. Es que, ya lo dije, la tienda es el corazón de mi negocio. Si a eso le añadimos mi **#ActitudEFE**, entonces la satisfacción es completa.

Claramente, mi Fuerza de Ventas conoce todo esto a la perfección. Por eso, nace ‘Soy Tienda’, **que es una práctica que consiste en la integración del colaborador de la Oficina de Apoyo (Back Office) y el colaborador de tienda, así podrá vivir y entender su trabajo y lo principal es que se propongan mejoras en los procesos para que nuestro cliente salga satisfecho y feliz.** Siempre pienso que hay algo por mejorar.

¿Por qué realizamos esto? Porque es vital que todo colaborador viva esa experiencia del ‘trabajo de campo’. **Eso nos diferencia de la competencia.** Mis colaboradores salen a buscar a los clientes. Se acercan a ellos. Buscan llevarles soluciones para que puedan mejorar su calidad de vida. Aquí ‘Todos somos venta’.

Para cumplir esta práctica, la coordinación es muy importante. Existe muy buena comunicación con los líderes de las tiendas, por lo general a través de las herramientas digitales.

Pero el contacto físico y cercanía es muy necesario, ayuda a identificar rápidamente los puntos de dolor y mejorarlos. Se pueden intercambiar ideas y actuar rápidamente.

Esto nos ha permitido poder escuchar a nuestros colaboradores “en la cancha” y no solo proponer oportunidades de mejora, sino escuchar de ellos mismos aquellas ideas innovadoras que pueden servir para mejorar nuestro negocio. ¡Quién mejor que mis propios colaboradores para dar soluciones!

### Soy Tienda en Lima



Cada mes, se organizan hasta 4 grupos de colaboradores para que visiten las tiendas.

Las visitas son organizadas por el equipo de capacitación. Ellos reúnen a las gerencias y se les indica cuál sería el protocolo, horarios y objetivos de visita. Se les brindan a los líderes y equipos todos los contactos necesarios, para

que su visita a tienda sea una gran experiencia. ¡Una experiencia efexional!

A partir de este año, quedó establecido que todos los colaboradores de la oficina de apoyo que recién ingresan a laborar a nuestra Gran Familia, tienen programada una visita a tienda. Es parte de su inducción y tal vez en el año lleguen a realizar dos o más visitas. ¿Por qué lo hacemos? Porque es importante que desde el primer momento de contacto con nuestra familia, ellos conozcan la modalidad de trabajo. **Es decir, hagan match con todos los colaboradores de mis tiendas.** ¡Yo hago match con todos!

### Una gran experiencia en Soy Tienda



Los visitantes reciben el Check List de las funciones y objetivos que se tienen que cumplir en la visita a tienda. Y la consigna es acompañar y que conozca las funciones de todos los que trabajan en tienda, es decir, asesores de venta, funcionarios de negocios, almaceneros y cajeros.

El día inicia con la apertura de la tienda. Luego viene la visita al campo, contacto con clientes, lograr cerrar una venta, conocer el tema del crédito con el funcionario de negocio, atender el despacho y hasta conocer el manejo de la caja. **De esta forma, los colaboradores pueden identificar cuáles son los puntos que se pueden mejorar.**

Luego se toma nota de todas las ideas que puedan salir, porque después de esta jornada, **los colaboradores de la Oficina de Apoyo se reúnen con las áreas que responsables de hacer las mejoras en los procesos que consideren necesarios revisar**, aterrizando la problemática y planteando soluciones y cambios.

### Así termina una visita en Soy Tienda



**En estas visitas, mis gerentes y líderes se aseguran de escuchar a mis colaboradores de tienda y estar cerca de ellos. Este es un potente espacio en el que se reciben buenas ideas para mejorar el proceso de experiencia del cliente.**

De estas visitas, han salido importantes aportes, tales como mejorar el sistema de facturación, el proceso de despacho y la rapidez para la aprobación de créditos. Esto nos dice que estamos haciendo las cosas bien. Que Pepino y los líderes están abriendo el camino correcto. Y que mis colaboradores conectan muy bien con nuestro propósito. **¡La #ActitudEFE lo es todo!**



## FINANCIERA EFECTIVA DIGITAL

¿Qué tanto hemos migrado a lo digital en los últimos veinte años? Yo miro con nostalgia el pasado, pero con gran expectativa el futuro. Esta práctica tiene mucho de lo segundo.

La transformación digital **no solo ha sido cuestión de incorporarse a una ola de novedad**, sino una cuidadosa elección de tecnologías que ha permitido a la financiera crecer y contar con recursos para afrontar el futuro con herramientas basadas en inteligencia artificial e incluso realidad aumentada. **Ha sido un proceso largo y de muchos cambios y oportunidades.**

En 2017 tomé la decisión estratégica de transformar la compañía. **Financiera Efectiva tiene 22 años y en ese tiempo ha colocado más de 4,5 millones de créditos. Somos el segundo bancarizador del país.** En ese año, la financiera estaba enfocada solo en el financiamiento de electrodomésticos y de motos, que eran mis negocios principales como Grupo EFE. El 70% de los negocios de la financiera provenían de mi propio Grupo. Es decir, de mis créditos de electrodomésticos y motos en las tiendas.

En ese contexto, tomé la decisión de ampliar el alcance de la compañía y decidimos transformarnos en una financiera con nuevos productos propios, como cuentas de ahorros, tarjetas de crédito etc.

Esta decisión estratégica implicaba una inversión de dinero muy fuerte, pero seguí apostando por el Perú. **Además, somos orgullosamente peruanos** y estamos seguros de que haremos de Efectiva la mejor Financiera del país. Tenlo por seguro.

Fue así que hicimos un plan de acción de 5 años para lograr el cambio y busqué a un socio estratégico, que nos ayudara en este proceso. Mi cartera crecería en más del 50% y necesitaba contar con un socio fuerte y económicamente estable. Por eso se elegimos a IBM.

Hicimos un plan de inversiones a cinco años y ya hemos desembolsado más de 40 millones de soles de ese plan. Este programa incluyó cambiar las plataformas del Front Office, la de Back Office y, principalmente, el core financiero. Igualmente, incorporar nuevas capacidades en la compañía como Big Data, la analítica avanzada, la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y los RPA (Procesos automatizados con robots). Así fue el vínculo con IBM. Lanzamos y desarrollamos estas capacidades y no paramos ni durante la pandemia. Los equipos siguieron trabajando unidos para sacar adelante los proyectos que teníamos planificados.

### Video Así comunicamos nuestra Alianza con IBM



### Reto cumplido

Hoy ya estamos con todas las plataformas renovadas y tenemos los fundamentos para **poder lanzar Financiera Efectiva Digital hacia fines de año**. Esta comercializará productos digitales como cuentas de ahorro digitales, tarjetas de débito digitales, también tarjetas de crédito digitales.

Con su lanzamiento, el tiempo de atención mejorará de manera importante. Eso ayudará a que la generación de los créditos sea más rápida, logrando mejorar la experiencia del cliente y de mis colaboradores. ¡Reto cumplido!

Además, esta alianza con IBM nos ha servido para que yo sea un referente y sea invitado por ellos a contar mi caso de éxito en varios eventos, esto me hace sentir muy orgulloso de poder compartir el gran trabajo que han hecho mis colaboradores en esta etapa de transformación digital.

### Juan Carlos, Gerente General de Financiera, participó en IBM Icloud



Juan Carlos participó en la Conferencia de IBM



Efectiva como Caso de Éxito en FONAFE



Efectiva como Caso de Éxito en Revista CIO Perú

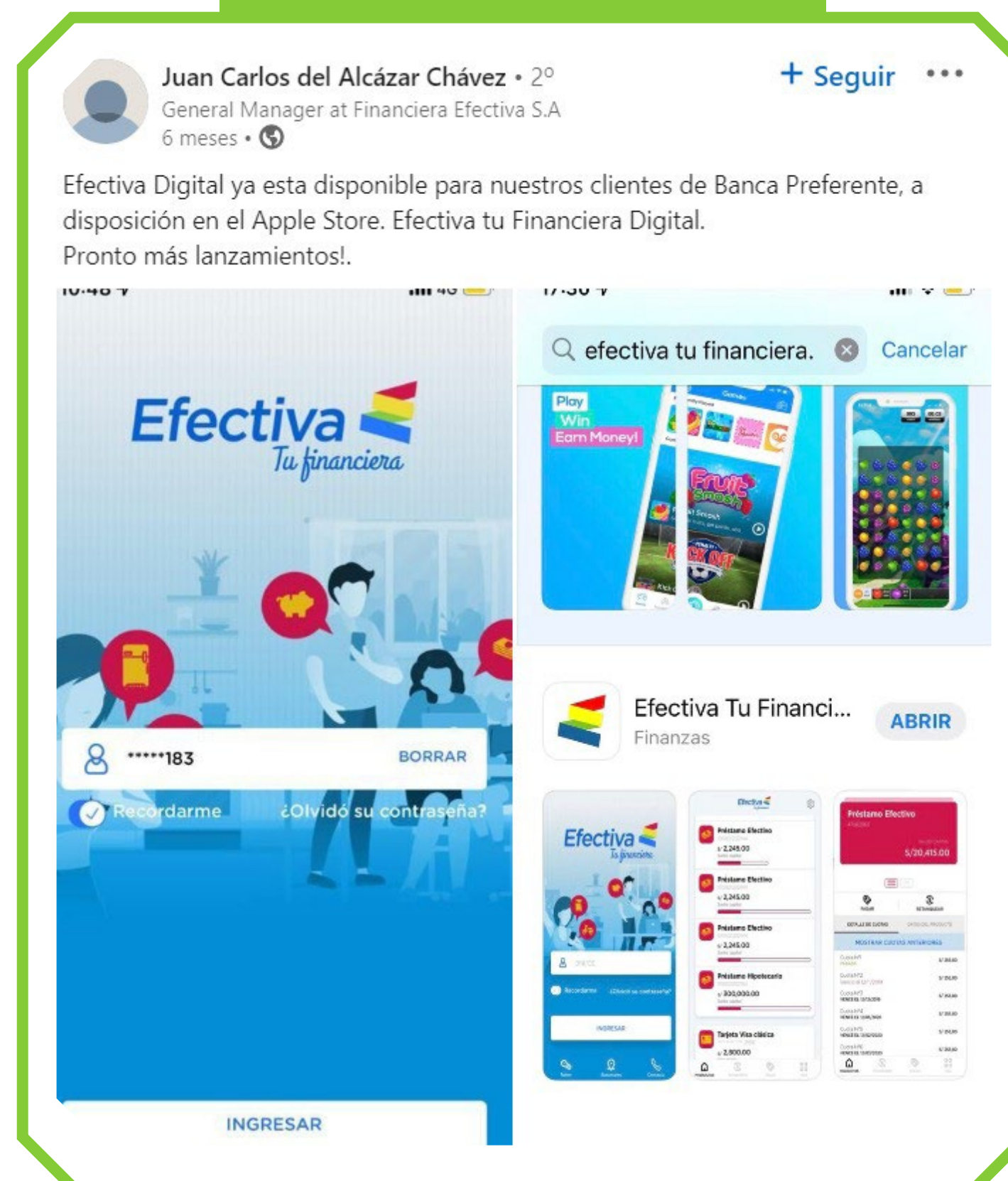


## EFE con ADN

Mi ADN, sin duda, está en la innovación, la cual ha sido reconocida por encuestas que ha hecho KPMG con la UPC. Por ejemplo, hay un indicador que se llama IMI (Índice de Madurez de la Innovación), y tanto en la encuesta que ha hecho KPMG como la que ha hecho EY, **hemos aparecido en el Top 10 de innovación en el Perú. Además, la encuesta de EY ha sido a nivel de América Latina y por ello estamos en el top 10 superior de América Latina.** Entonces, un gran reto que tenemos es mantener este espíritu de innovación y mantener esta capacidad de aprendizaje, de motivación. Eso es **#ActitudEFE**.

¿Cómo transmito a mis colaboradores estos logros y los mantengo informados? A través de mis canales de comunicación, donde se comparten noticias y entrevistas que le han podido hacer a mis líderes y también en las reuniones de comunicación, donde Juan Carlos del Alcázar, el Gerente General de la Financiera, acostumbra comentar sobre todos estos avances que se han logrado y cómo se viene cumpliendo nuestro plan estratégico.

### Juan Carlos informa avances de Efectiva



Es importante que todos conozcan estos logros alcanzados para que el orgullo siga creciendo y tengan la tranquilidad que, a pesar de las adversidades, **el grupo EFE sigue apostando por el Perú y siempre estará enfocado en mejorar la calidad de vida de sus clientes y colaboradores.** Y ayudarlos a cumplir sus sueños.



## MEJORANDO LA EXPERIENCIA DEL EMPLEADO

¿Quiénes somos y a dónde vamos? Sin duda, cada uno tiene expectativas muy particulares. Y a mí me encanta cuando cada uno va cumpliendo sus sueños. Yo estoy bajo mis propios sueños y entiendo que soy una empresa peruana con éxito, que apuesta por el Perú y que le lleva bienestar a muchos compatriotas.

Esto lo digo porque para mejorar la Experiencia de mis colaboradores, tuve que armar una ruta concreta. Es que somos casi 5,000 miembros de la gran familia EFE.

Dada esta situación y con el afán de seguir mejorando, contratamos a EY (Ernst & Young), una consultora internacional con gran experiencia en el tema, para trabajar juntos en mejorar la experiencia de mis colaboradores. Con la asesoría brindada, logramos formar una ruta enfocada en mejorar la experiencia de mis colaboradores.

El primer paso fue empezar a recopilar información de nuestros colaboradores y la empresa. Este fue un proceso de trabajo arduo. Duró 12 semanas armar todo el proyecto. **Las primeras siete semanas fueron para levantar información.** Se realizaron 15 focus groups con seis personas cada uno y hubo un 90% de participación. Se entrevistó a 30 personas. Y se contabilizaron 2,459 encuestas. Además, dos talleres de trabajo con 26 participantes di-

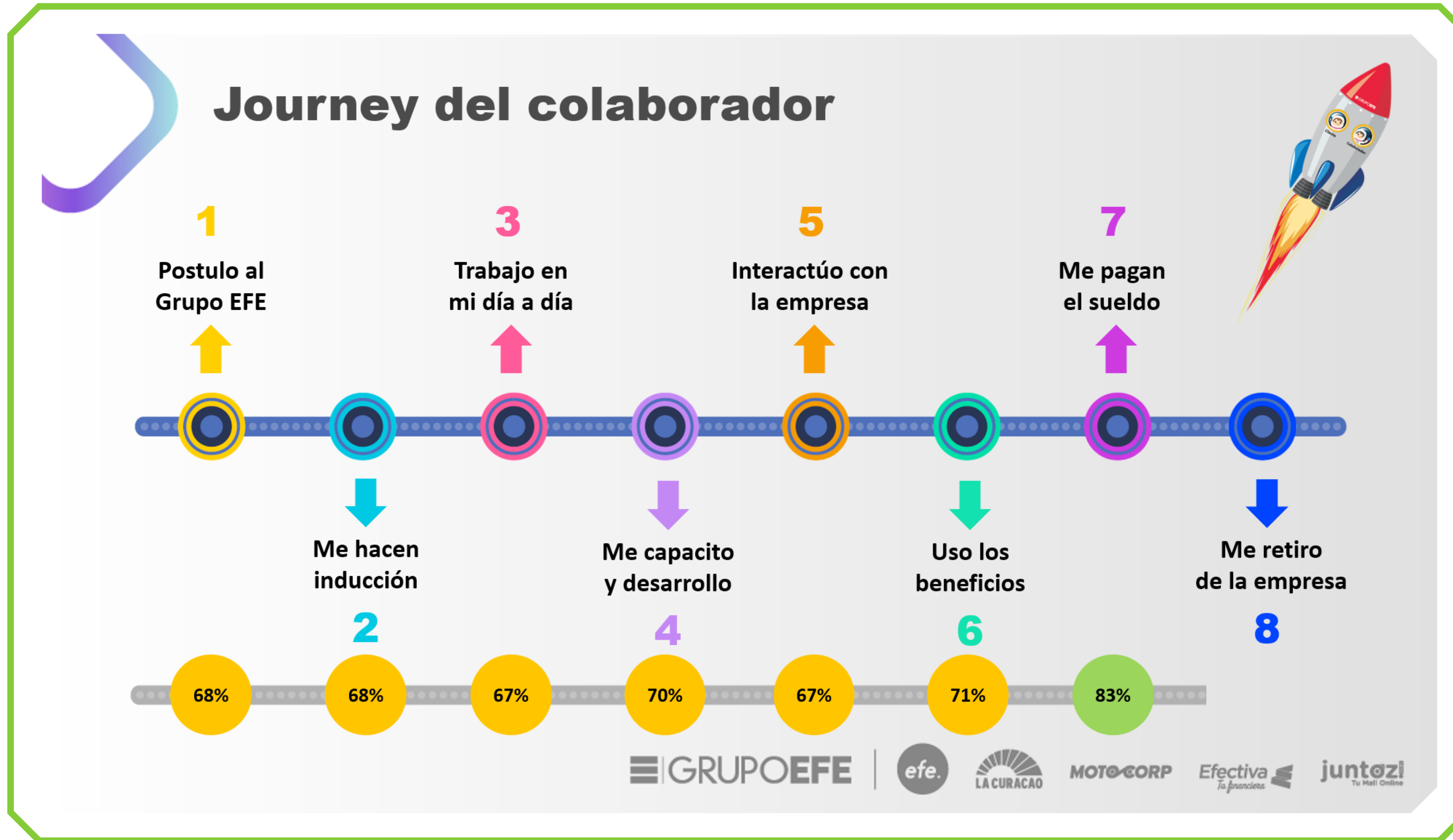


ferentes. Luego, con esta información, se trabajó durante 4 semanas para armar la propuesta de valor nueva y una ruta para el viaje del colaborador.

### Así trabajamos durante 12 semanas



El viaje del colaborador dentro del Grupo EFE consiste en ocho momentos de los cuales se calculó el porcentaje de satisfacción.



Esto dio origen a 47 iniciativas enfocadas en mejorar el porcentaje de satisfacción de mis colaboradores.

Para esto aplique dos metodologías distintas, las más simples son clasificadas como 'Quick Wins' (ganancias rápidas) y están siendo ya trabajadas con un pequeño equipo y la idea es que en poco tiempo logremos dar solución a aquellos dolores que tienen mis colaboradores.

Las iniciativas más complejas van a las Mesas de Trabajo especializadas en la Experiencia del empleado. Estas se enfocan, en especial, en diseñar e implementar las iniciativas que involucren varios procesos y periodos de implementación más largos. Para estos usamos la metodología 'Design Thinking'.

Hoy, **el proyecto Eflexional cuenta con 6 equipos de trabajo constante en el desarrollo de estas iniciativas de ganancia rápida.** Estos equipos se formaron luego del desarrollo de esta práctica y se les puso en marcha en un taller de trabajo integral realizado con nuestros especialistas en experiencia e innovación. ¡Me sacó el sombrero por estos equipos!

**Ellos se encargarán de sacar adelante nuevas prácticas en base a las 13 iniciativas identificadas de ganancia rápida.** Estos equipos en total han levantado más de 500 encuestas relacionadas a sus iniciativas de trabajo para poder plantear prácticas enfocadas en el colaborador. Con tan solo 3 meses de trabajo ya existe una hermosa práctica implementada en etapa piloto llamada Leyendas

Eflexionales que ya la conocieron en la pregunta 1.

Las 13 iniciativas que los equipos están trabajando son:

1. Rediseñar los canales de reclutamiento utilizados para que transmitan la propuesta de valor definida.

2. Desarrollar los testimoniales y otros materiales que muestren los beneficios para la inducción y páginas de reclutamiento.

3. Definir las buenas prácticas para la hora de almuerzo, vacaciones y cierre del día y difundirlas en la empresa.

4. Hacer un censo de los colaboradores de la empresa para contar con información actualizada sobre ellos y sus familias.

5. Potenciar el programa PAE Familia en función de los resultados del estudio de necesidades.

6. Desarrollar una plataforma/app que integre las boletas de pago y los beneficios otorgados a los colaboradores.

7. Definir los espacios en los cuales se reconocerá a los colaboradores y diseñar la estructura de seguimiento que asegure su permanencia en el tiempo.

8. Desarrollar el simulador de comisiones.

9. Definir el cronograma de pagos y comunicarlo al Grupo.

10. Definir el protocolo de despido o renuncia por tipo de posición.

11. Capacitar a los líderes en el protocolo de despido o renuncia.

12. Diseñar el programa de acompañamiento para familias de colaboradores jubilados o fallecidos (oportunidades laborales, beneficios, invitación a eventos del grupo, etc.)

13. Diseñar un programa de comunicación para dar a conocer los programas de jubilación entre las jefaturas.

Siempre he buscado ser la mejor empresa para trabajar. **Y para ello, he apoyado a mis colaboradores y familias a lograr sus sueños.** La Experiencia de mis colaboradores es clave. Por eso, implementamos esta práctica. Estoy comprometido con mis colaboradores, sus familias y mis clientes. ¡Así todos seguimos avanzando!

## **ECO SISTEMA RETAIL**

Crear, reinventarse y salir airoso de un escenario adverso. Eso lo he palpado con intensidad en los últimos tiempos. Lo de la pandemia fue una prueba enorme. Y salimos airoso. Mi **#ActitudEFE** fue fundamental para lograr revertir la situación.

Es que hemos pasado por un proceso de evolución empezando desde el negocio tradicional de la venta en tienda y campo a uno multicanal. Que gran salto. **Fortalecimos el sistema e-commerce y hoy somos un un retail Omnicanal**, que busca integrar todos los canales de venta. De forma que el cliente mantenga una experiencia de compra consistente sin importar el canal de comunicación elegido es decir nos acercamos al cliente en todos los canales que él pueda esperar. Sin embargo, eso no era suficiente, sobre todo con los cambios del consumidor post pandemia. **Fue así que nació el Ecosistema Retail**, una práctica que nos genera una expectativa enorme.

## **EVOLUCIÓN RETAIL**



**TRADICIONAL**



**MULTICANAL**



**E\_COMMERCE**



**OMNICANAL**



**ECOSISTEMAS**

## **Consumidor de hoy**

Producto de la pandemia, identificamos una serie de cambios significativos en el comportamiento de compra de los consumidores, modelos de negocio y estrategias de crecimiento orientadas a transformar la cadena de valor de la industria Retail. Esto involucró desde fabricantes, mayoristas, distribuidores hasta minoristas. Es ahí cuando se empieza a hablar bajo un nuevo modelo de negocio llamado Ecosistema Retail, **el cual está basado en una serie de principios asociados a servicios** y esa es la ruta a seguir. Todos mis colaboradores ya están enfocados en ella.

Mi objetivo es construir el mayor ecosistema 100% peruano, brindando todo lo que se necesite en productos y servicios en un solo lugar.

Para completar este ecosistema era clave ampliar la oferta a través de un Marketplace. Así que luego de evaluar varias opciones, **en febrero del 2022, adquirí JUNTOZ un Marketplace que une tiendas con clientes finales y nos ha permitido llegar a ellos con una oferta variada.** Esto ha permitido ir completando mi Ecosistema, con mi equipo

Efexional que busca llevar el mundo a las familias peruanas. **El ingreso de JUNTOZ al Grupo EFE ha significado un incremento de ventas promedio mensual de 2MM de soles.**

JUNTOZ es un mall virtual, donde grandes y pequeñas empresas pueden ofrecer sus productos y servicios. De modo que permitirá a los consumidores encontrar todo en un solo lugar, no solo electro sino también ropa, cosméticos, juguetes, entre otros.

### Lanzamiento de JUNTOZ

¡Seguimos fortaleciendo nuestro comercio electrónico!

Le damos la bienvenida a:

# juntoz.com

Tu Mall Online

¡Desde hoy, juntoz.com se suma al Grupo EFE para seguir innovando y llegando cada día a más hogares peruanos!

GRUPOEFE | efe | LA CURACAO | MOTO-CORP | Efectiva | juntoz!

Soy consciente que el negocio e-commerce ha empezado a tener gran relevancia, pero la venta física sigue teniendo la supremacía en el mercado. Por eso, cuando hablo de Ecosistemas, mis líderes saben que este debe involucrar toda la cadena incluyendo la logística, servicios, forma de pago, plataforma o apps. Además, nuevos canales y propuesta de servicios integrales para mis clientes.

### Líderes construyendo el Ecosistema Retail



## Ecosistema Retail



Hoy, el mix de negocio e-commerce y tiendas físicas es otro gran diferencial. De modo que alguien que compra por web puede recogerlo en cualquiera de mis más de 240 tiendas a nivel nacional. Así puede recibir un soporte de compra a través de teléfono, WhatsApp o video llamada, con muchas opciones formas de pago y gran variedad de formas de entrega. Esto permite humanizar el e-commerce y darle una mejor experiencia de compra a mis clientes desde cualquier forma que llegue a contactarnos.

¿A qué conclusión llego? Que el foco del negocio se mantiene tratando de ayudar a mis clientes a cumplir sus gracias al trabajo comprometido de mis colaboradores. Y ahora la propuesta integral tiene un nombre: Ecosistemas. Con **#ActitudEFE** lograremos cumplir también este nuevo desafío.

Esta ha sido mi respuesta a la quinta pregunta formulada. Cada práctica lleva mi sello, cada práctica involucra a mis colaboradores de manera increíble. Mantenemos siempre la **#ActitudEFE** con nuestro gesto en los tres dedos de la mano.

Great  
Place  
To  
Work®

2022

|| GRUPO EFE

