

DIAGEO

CAPACITAÇÃO E INCLUSÃO NA INDÚSTRIA DA HOSPITALIDADE: DIAGEO BAR ACADEMY E LEARNING FOR LIFE

Sociedade 2030: Espírito do Progresso

An abstract graphic in the bottom right corner consisting of several overlapping, curved, translucent green bands that create a sense of motion and depth. The bands are in various shades of green, from light to dark, and are set against a light green background.

SUMÁRIO

- Por dentro da Diageo
- Estratégia de ESG da DIAGEO: Sociedade 2030 – Espírito do Progresso
- Contexto do Mercado de Hospitalidade
- Diageo Bar Academy e Learning for Life: Capacitação e Inclusão

POR DENTRO DA DIAGEO

Diageo

Líder global em bebidas alcólicas premium. Com presença em cerca de **180 países** possui mais de **30 mil colaboradores no mundo.**



No Brasil, reunimos um portfólio diverso de mais de **30 rótulos** e temos mais de **800 colaboradores**, distribuídos entre escritórios em São Paulo (SP) e Itaitinga (CE) e em mais cinco centros de distribuição, localizados no Sudeste, Sul e Nordeste do país.



Nossa ambição é ser uma das empresas de produtos de consumo **com melhor desempenho, mais confiável e respeitada do mundo**



SOCIEDADE 2030 – ESPÍRITO DO PROGRESSO

Sempre na vanguarda das ações



1996

Campanha 'Se Beber, Não Dirija'

Criado pela ABRABE para uma campanha educativa em parceria com a Prefeitura de São Paulo



2008

Learning for Life

Criação da iniciativa global de capacitação profissional para comunidades.



2010

Programa Glass is Good

Programa de logística reversa do vidro criado pela Diageo para responder à Política Nacional de Resíduos Sólidos e realizado em parceria com toda a cadeia produtiva. Hoje liderado pela ABRABE



2012

Aquisição Ypióca



2019

Fundação INSTITUTO DIAGEO

Criação do Instituto Diageo para profissionalizar, ampliar e fortalecer os programas e os impactos positivos nas comunidades.

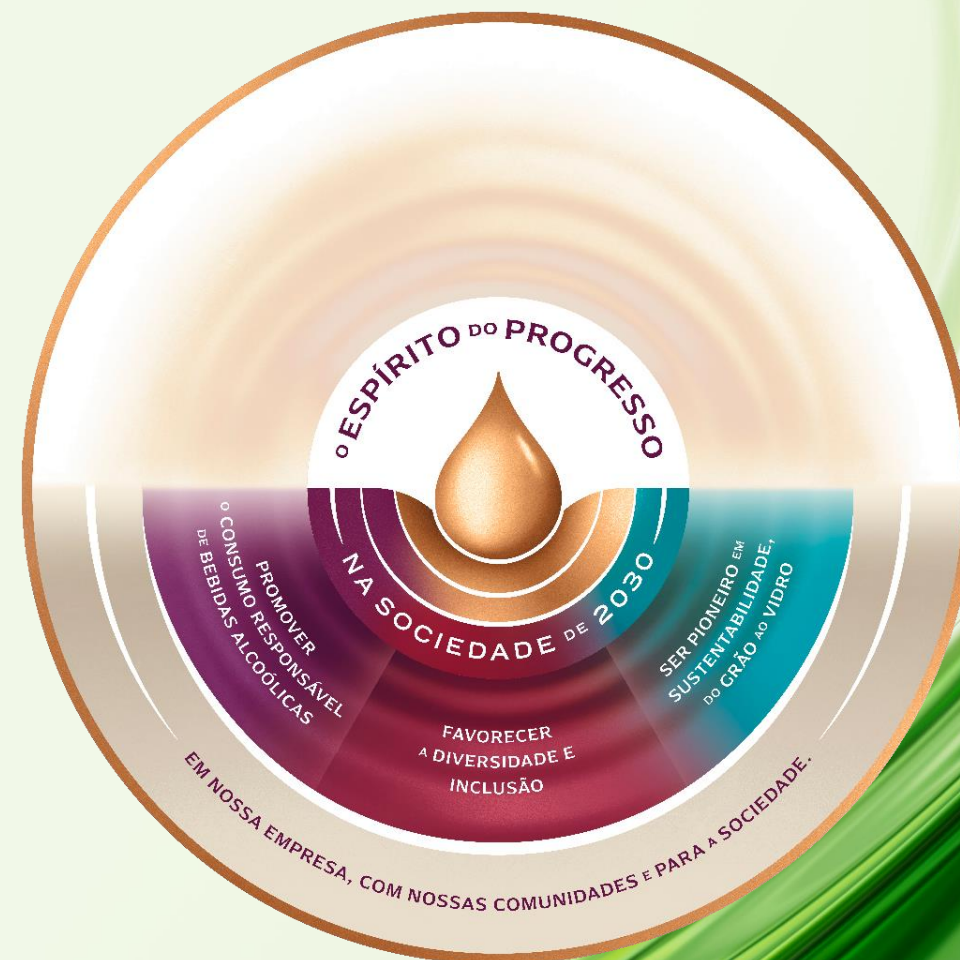


2019

Lançamento Smashed (Na Real)

Desenvolvido pela Collingwood Learning e patrocinado pela Diageo. Visa combater o consumo de álcool por menores de idade.

Sociedade 2030: Até 2030, a Diageo impactará de forma positiva a sociedade de todos os locais nos quais está presente, trabalhando, obtendo matérias-primas ou vendendo. **Tudo a partir de 12 compromissos públicos assumidos pela companhia.**



3 pilares estratégicos



Construir um **papel positivo** para **nossos produtos** na sociedade, preservando nossa licença para operar.



Nos tornarmos uma empresa mais lucrativa e resiliente, pronta para vencer com os **consumidores que buscam opções sustentáveis.**



Criar uma **cultura mais inclusiva e diversa** leva a uma melhor experiência do funcionário, melhor desempenho empresarial e um **maior impacto na sociedade.**

CONTEXTO DO MERCADO DE HOSPITALIDADE

DESAFIO NO BRASIL

65%

Gestores do setor de turismo e hospitalidade apontam a **falta de qualificação profissional** como um **grande entrave para a qualidade dos serviços**.

Pesquisa SENAC, 2021

13%

Jovens entre 15 e 24 anos **estão matriculados** em cursos técnicos

OCDE - "Education at a Glance 2022"

60%

de rotatividade anual no setor de hospitalidade, causada pela **falta de capacitação adequada e programas de retenção**

ABIH, 2022

DESAFIO PARA OPERADORES

3 em 4

Operadores dizem que a contratação, recrutamento e retenção de funcionários é o principal desafio

INTERESSE DOS CONSUMIDORES

83%

dos entrevistados geralmente visitam estabelecimentos on premise (locais de consumo como bares e restaurantes) em um **período de 3 meses**

61%

dos consumidores de on premise **visitam semanalmente**

56%

dos consumidores preferem **consumir bebidas diferentes** em bares e/ou restaurantes, em comparação com quando estão em casa

+9pp entre millennials

+8pp entre Gen Z

-17pp entre boomers

-2pp entre Gen X

Uma vez que novas bebidas são provadas, há uma alta probabilidade de recompra

71%

dos consumidores têm grande probabilidade de **comprar novamente** uma bebida em **casa** se eles experimentaram e gostaram dela quando saíram

73%

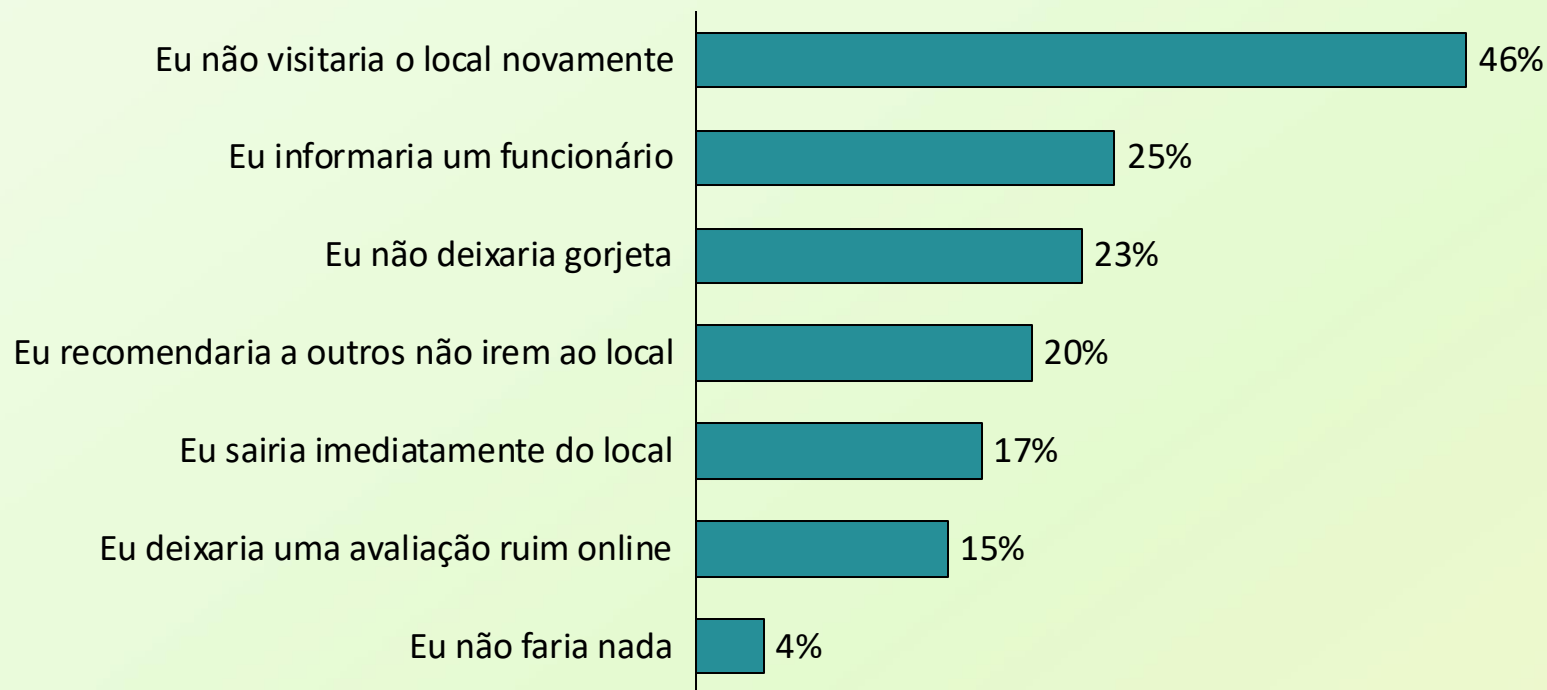
os consumidores têm grande probabilidade de **comprar novamente uma bebida em bares, restaurantes ou locais semelhantes** se eles experimentaram e gostaram dela quando saíram

A importância de uma experiência de cliente de alta qualidade é primordial

64%

dos operadores afirmam que a experiência do cliente é um desafio significativo

Se, quando você estivesse comendo/bebendo fora, tivesse uma experiência ruim devido ao mau serviço dos funcionários, o que você faria?



DIAGEO BAR ACADEMY E LEARNING FOR LIFE: CAPACITAÇÃO E INCLUSÃO



Criar uma cultura **inclusiva e diversa**

Nossa ambição e metas globais

Defender a diversidade de gênero com a ambição de alcançar

50% representação de mulheres na liderança da Diageo até 2030

LEARNING FOR LIFE™

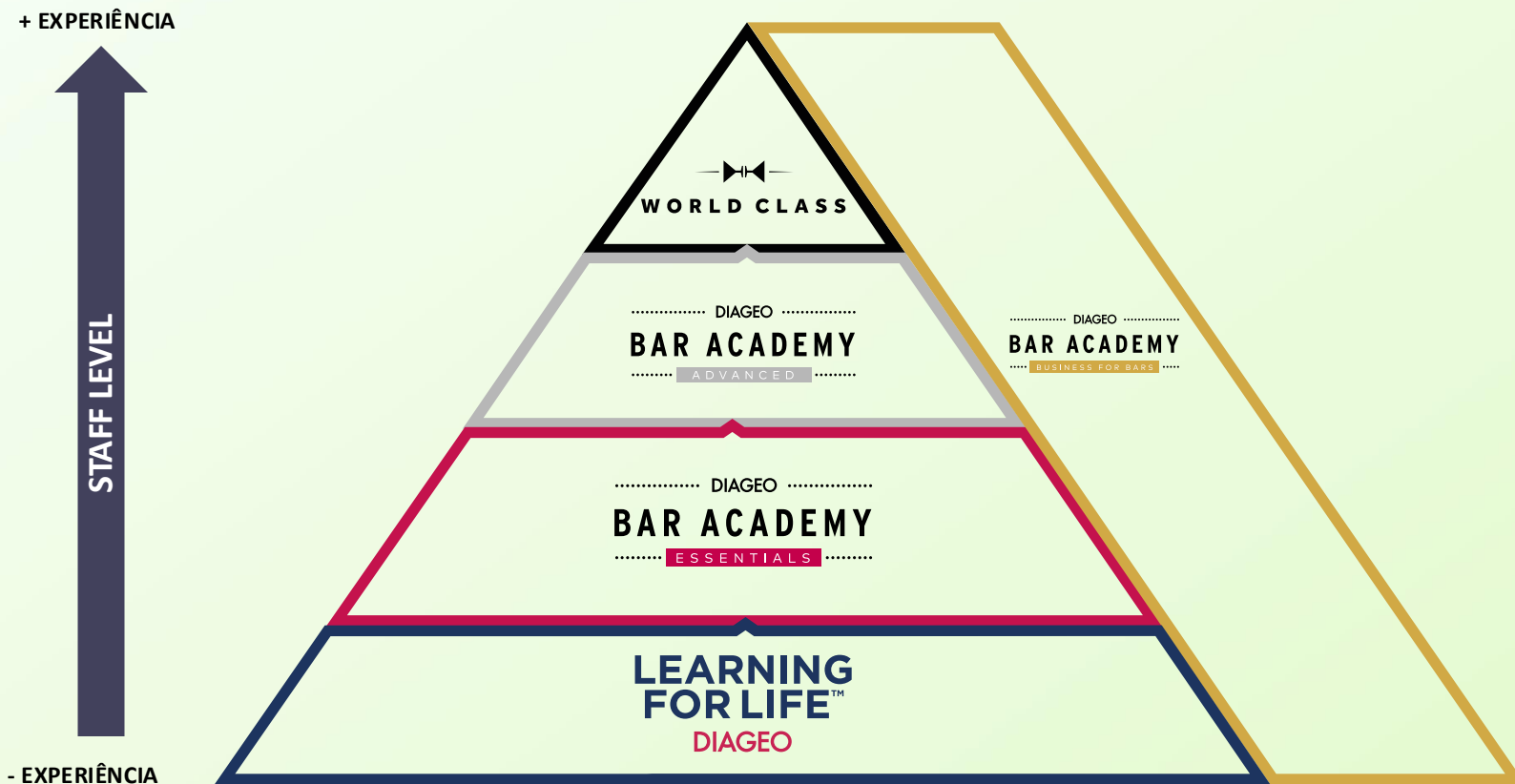
DIAGEO



Melhorar a empregabilidade e os meios de capacitação para

200 mil
pessoas

ECOSSISTEMA DIAGEO



- **WORLD CLASS STUDIOS:** Conteúdo para bartenders experientes que almejam participar do World Class;
- **BUSINESS OF BARS:** Conteúdo para proprietários e gerentes através de sessões presenciais e online;
- **DBA ADVANCED:** Conteúdo para bartenders experientes (CHEFES DE BAR);
- **DBA ESSENTIALS:** Conteúdo e informação para bartenders já inseridos no mercado com pouca experiência e em fase inicial de carreira
- **L4L:** Conteúdo para formar e inserir bartenders na área de hospitalidade



Criar uma cultura **inclusiva e diversa**

LEARNING FOR LIFE™

DIAGEO



- Criado no Brasil em 2000 e hoje é um projeto Global.
- Facilita a inclusão socioeconômica por meio de ações de capacitação profissional para o setor de hospitalidade.
- Foco em pessoas em **situação de vulnerabilidade social** que estão cursando ou possuem ensino médio concluído, desempregados ou com renda em carteira assinada de até dois salários mínimos.

+31 mil pessoas já foram capacitadas

47% são mulheres





Criar uma cultura **inclusiva e diversa**

LEARNING FOR LIFE™

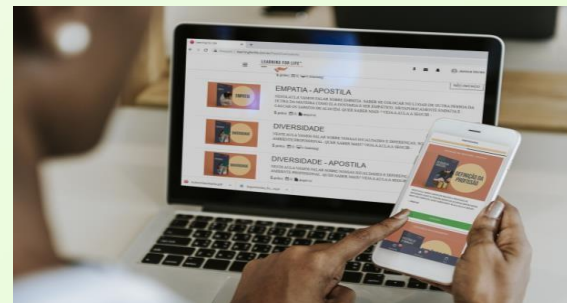
DIAGEO



Como funcionam
nosso
modelo de
capacitação



Módulo: Bartender híbrido



Módulo: Bartender Online



Módulo: Excelência em Atendimento Online

Alcance nacional

Modelo formação com
experiências práticas para
acelerar aprendizado

Modelo de formação acessível para atingir
toda a população nacional



Criar uma cultura inclusiva e diversa

LEARNING FOR LIFE™

DIAGEO



Como impactamos a Sociedade

LEARNING FOR LIFE™
3ª EDIÇÃO

DRINKS POR ELAS

Baixe agora o e-book de celebração ao Mês das Mulheres. Esta edição especial conta com 16 receitas exclusivas de drinks com Smirnoff, todas criadas por mulheres ex-alunas do programa!

APRECIE COM MODERAÇÃO. NÃO COMPARTILHE COM MENORES DE 18 ANOS.

SMIRNOFF A VODKA Nº1 DO MUNDO SMIRNOFF

SMIRNOFF VAI TRANSFORMAR A VIBE DO PROJETO LEARNING FOR LIFE ATRAVÉS DO

SERVINDO **ORGULHO**

SMIRNOFF LEARNING FOR LIFE™

UMA TURMA EXCLUSIVA PARA A **COMUNIDADE LGBTQIAP+**

APRECIE COM MODERAÇÃO. NÃO COMPARTILHE COM MENORES DE 18 ANOS.

SMIRNOFF A VODKA Nº1 DO MUNDO SMIRNOFF

WHITE HORSE

BROTA NA FEIRA PRETA COM O CAVALO BRANCO!

PROJETO LEARNING FOR LIFE

O Projeto que promove capacitação para que pessoas em situação de vulnerabilidade se tornem bartenders profissionais vai estar presente na maior feira de cultura e empreendedorismo negro da América Latina.

INSCRIÇÕES ATÉ 08/05

APRECIE COM MODERAÇÃO. NÃO COMPARTILHE COM MENORES DE 18 ANOS.

INSCRIÇÕES ABERTAS!!!

@learningforlife_br



SERVINDO ORGULHO NO CARNAVAL



Nosso objetivo é formar

100 jovens
LGBTQIA+

os 30 bolsistas que se destacarem durante a primeira etapa serão selecionados para essa imersão de 7 dias onde irão aprofundar os conhecimentos presencialmente

Em parceria:



Observatório
Internacional
da Juventude



OBRIGADO!

CONTATO:

***LINKEDIN: Gabriel Marin Prudlik**

