

"Fala, Sodexo!"

TENDÊNCIAS |

"FALA, SODEXO!"

Por Luiza Vincioni

Conheça
uma bem-
sucedida
experiência
com um
canal de
comunicação
vivo,
contínuo e
verdadeiro

Que a comunicação é importante em qualquer organização, todos nós sabemos. Quantos de nós, gestores, investiram em cursos de comunicação? Quantos canais de comunicação implementados? Quantas dinâmicas realizadas para poder dizer que o processo de comunicação é importante? Quantas pesquisas de satisfação realizadas? Efetivamente, que resultados temos obtido?

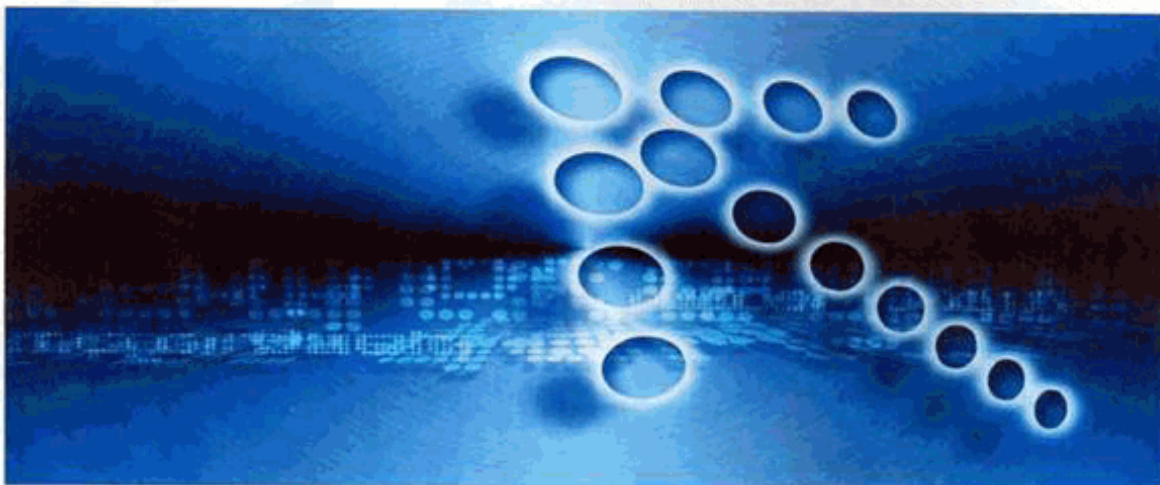
Essas questões sempre estiveram presentes nas diferentes organizações em que atuei e hoje, trabalhando na Sodexo, quero compartilhar uma experiência de sucesso. Trata-se do "Fala, Sodexo!", uma pesquisa contínua baseada na ferramenta Feedback 24/7, desenvolvida em setembro de 2006 pela Novacia / UmaCentral, consultoria de endomarketing.

No início de 2007, tínhamos o diagnóstico da pesquisa "Pulse", conduzida pela Hewitt, com um índice de engajamento de 72%, nível inferior ao grupo de melhores empresas para trabalhar. Naquele momento, a Sodexo possuía 380 colaboradores, dos quais 54% estavam sediados na matriz, em São Paulo, e 46% distribuídos em 13 unidades comerciais. Durante o período de execução da campanha, a empresa adquiriu a carteira de clientes da VR e aumentou para 505 a sua base de funcionários.

Além da visão comum de que havia um abismo entre a percepção dos colaboradores e os objetivos da empresa – diagnóstico apresentado pela Novacia / UmaCentral e pela pesquisa "Pulse", assim como pelo próprio sentimento da direção da empresa –, estávamos falando de um retrato tirado em um determinado momento, dentro de determinado contexto.

Relação com o trabalho

Mais do que um projeto de pesquisa, o "Fala, Sodexo!" é um canal de comunicação continuada, um instrumento no qual um lado fala para o outro o que pensa e o que sente em sua relação com a empresa. E quando mencionamos empresa, nos referimos a um sentido mais amplo, que inclui o clima, o engajamento, a aplicação da visão de negócios e a maneira



"Fala, Sodexo!"



Luiza Vincioni e Diretoria Sodexo.

como cada um vê e se relaciona com o colega, com o supervisor, com a diretoria. A pesquisa nos ajuda a discutir nossa relação com todos esses agentes, nos convida a refletir sobre o nosso lugar no mundo, baseados na relação com o ambiente de trabalho, no qual, provavelmente, passamos a maior parte do tempo. Esse tempo-espaço, portanto, acaba tendo importância enorme dentro de nosso projeto de vida.

Um princípio básico do "Fala, Sodexo!" é o anonimato dos funcionários participantes. Aliás, a ferramenta foi desenvolvida para que nem mesmo seus criadores consigam identificar a origem das respostas. Existe um campo no qual o funcionário pode, se desejar, tornar conhecida apenas a localidade onde ele trabalha. Esse recurso é uma maneira de refinar os resultados da pesquisa, ajudando a identificar possíveis problemas em áreas específicas.

Melhoria contínua

No decorrer do levantamento são descobertos e implementados novos pontos de melhoria, num processo contínuo e sem fim. A

metodologia utilizada permite que cada uma das quatro respostas possíveis de cada questão gere um impacto na Dimensão (Clima, Engajamento e Aplicação da Visão de Negócios) na qual está inserida. Da mesma forma, o grau de impacto (positivo ou negativo) faz a curva de cada Dimensão "subir" ou "descer". Uma vez que os indicadores de Clima, Engajamento e Aplicação da Visão de Negócios acabam funcionando como uma espécie de termômetro, os índices também podem ser interpretados na forma de "diagnóstico".

"A ferramenta foi desenvolvida para que nem mesmo seus criadores consigam identificar a origem das respostas"

O "Fala, Sodexo!" tem contribuído para que a empresa desenvolva uma gestão estratégica de seu público interno. Isso já está demonstrado pelas opiniões positivas dos executivos, que vêem a pesquisa como uma ferramenta fundamental para

conhecer seus funcionários, suas expectativas, seus sentimentos, seus anseios em relação à empresa como um todo. Eles concordam com o fato de que a pesquisa oferece direções para que eles possam entender o que acontece em todas as áreas da companhia, sob a ótica dos funcionários, ajudando-os a identificar oportunidades para construir um ambiente melhor.

Perante esse contexto, podemos concluir que, com o "Fala, Sodexo!", temos descoberto coisas incríveis sobre nós mesmos. Principalmente, como somos interessantes e diversos. Cada resultado provoca uma nova reflexão. Outros resultados importantes obtidos por meio da ferramenta, como a identificação de necessidades específicas de treinamento e o levantamento do que poderia ser chamado de "perfil Sodexo", estimulam, mais do que percepções, um conjunto de pensamentos e idéias que contribuem para um aprendizado permanente e coletivo.

Luiza Vincioni é pedagoga, orientadora educacional e diretora de Recursos Humanos da Sodexo Cheques e Cartões de Serviços.