

"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?

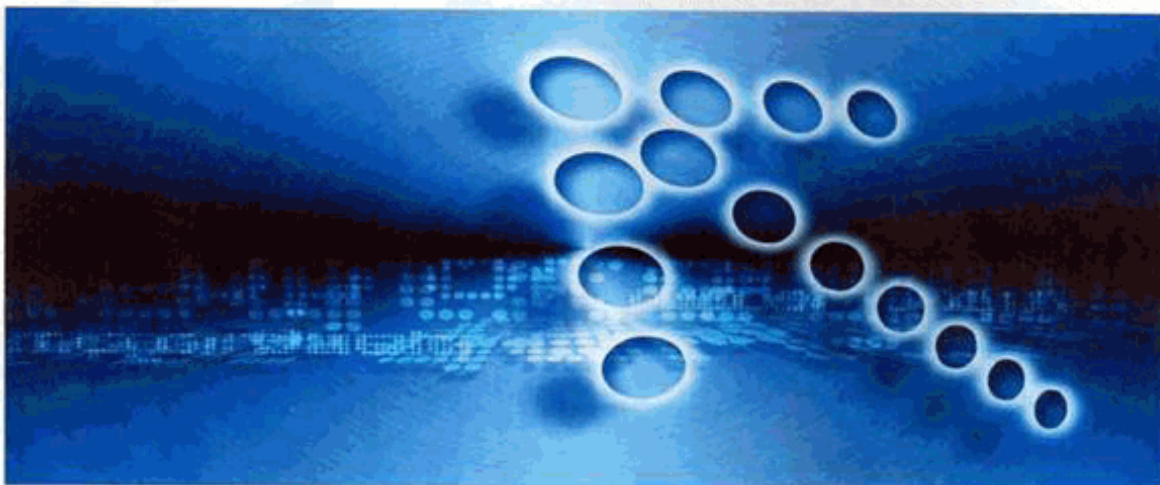
Essas questões sempre estiveram presentes nas diferentes organizações em que atuei e hoje, trabalhando na Sodexo, quero compartilhar uma experiência de sucesso. Trata-se do "Fala, Sodexo!", uma pesquisa contínua baseada na ferramenta Feedback 24/7, desenvolvida em setembro de 2006 pela Novacia / UmaCentral,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