



[Motivação]

O que os colaboradores têm a dizer?

Patrícia Bispo

Jornalista responsável pelo conteúdo da comunidade virtual RH.com.br.

Quando você recebe a incumbência de realizar uma atividade, é óbvio que para conduzir esse trabalho é preciso conhecer o assunto em questão e pesquisar sobre o mesmo, a fim de que o resultado final não corra o risco de ficar fora da realidade, ou seja, “caduque”. Processo semelhante acontece no dia-a-dia de uma organização, pois caso não tenha uma visão real do que ocorre em seus mais variados setores, certamente não destinará investimentos onde é preciso e tampouco conhecerá seus pontos fortes e aqueles que precisam ser melhorados ou completamente modificados.

Diante disso, a alternativa é saber realmente o que ocorre no cotidiano dos colaboradores e, ficar sentado em uma agradável poltrona não ajudará em nada. Por esse motivo, muitas organizações “arregaçam as mangas” e recorrem a uma ferramenta muito conhecida – a chamada Pesquisa de Clima Organizacional (PCO) – uma prática que identifica e avalia as atitudes e os padrões de comportamento dos colaboradores, e auxilia na elaboração de ações e soluções de problemas organizacionais.

Uma empresa que tem utilizado esse recurso é a Souza Cruz – organização fundada em de abril de 1903 e que lida diretamente com a produção de fumo. Atuando em todo o ciclo do produto, desde a produção e processamento de fumo até a fabricação e distribuição de cigarros, a Souza Cruz chega a contar com 7.500 colaboradores. Pertencente ao Grupo BAT – British American Tobacco, possui sua sede no Estado do Rio de Janeiro.

A pesquisa chamada “Your Voice” foi implantada pela empresa em 2004 e naquela época, a direção da companhia resolveu instituir a ferramenta para, além de monitorar o clima organizacional, elevar os indicadores de performance, a motivação e a retenção de talentos. De acordo com Diana Johnson, gerente de Desenvolvimento Organizacional e responsável pela “Your Voice” dentre os objetivos da empresa estava: tirar uma fotografia do clima, para que pudessem ser identificadas as fortalezas e os pontos da gestão que necessitavam de melhorias. A PCO da Souza Cruz é bienal.

A pesquisa possui uma sistemática fácil. O primeiro passo acontece quando a companhia recebe o questionário de seu *holding*, que fica localizado em Londres/Inglaterra. Na seqüência, a pesquisa é distribuída para todos os trabalhadores brasileiros, dando destaque à data de entrega das respostas e da devolutiva aos colaboradores. “Temos a preocupação de oferecer salas de reunião nas unidades que são adequadas, para que os colaboradores respondam o questionário em um local que permita calma e silêncio”, explica.

Para divulgar a realização da “Your Voice”, a Souza Cruz sempre recorre a uma campanha informativa em nível nacional e utiliza canais de comunicação interna como murais, revistas, folders, sistema de *Intranet*, além de apresentações que são feitas pelos gestores das unidades durante reuniões mensais. Vale ressaltar que a participação dos colaboradores na “Your Voice” é completamente voluntária, mas a organização sempre enfatiza a importância da participação dos funcionários e o interesse da empresa em conhecer a opinião deles sobre vários fatores relacionados ao meio corporativo. “Realizamos a pesquisa de clima através da área de Recursos Humanos com a ajuda de um grupo de mobilização local, pois essa foi a melhor forma que encontramos para atingir as unidades fabris e os centros de vendas e distribuição”, menciona a gerente de Desenvolvimento Organizacional, ao acrescentar que a última pesquisa contou com a participação efetiva de 98% dos profissionais.

Depois que os dados da pesquisa são analisados, os resultados são encaminhados para a

gerência e é realizada a condução de "Focus Group" (pesquisa quantitativa de caráter exploratório de um segmento do mercado, com vistas à obtenção de dados de opinião, comportamento, percepções, entre outros), para que seja feita uma avaliação profunda dos temas considerados mais relevantes. Dentre as temáticas abordadas na PCO encontram-se: adequação dos salários; desenvolvimento; processo de recrutamento interno; programas para liderança para reforçar competências funcionais; Gestão de Pessoas; segurança e bem-estar, Justiça do Trabalho; transparência e respeito, valores da companhia; *coach* e *feedback*; empregabilidade; trabalho em pares/equipes e subordinados; liderança; inovação; carga horária; qualidade de vida etc.

Segundo Diana Johnson, quando a "Your Voice" foi implantada observou-se certa resistência dos funcionários relacionada à confidencialidade das respostas. Essa questão foi resolvida através do processo de comunicação maciça junto aos colaboradores e também com o apoio dos gestores e dos esclarecimentos dados a todos pela área de Recursos Humanos.

Quando questionada sobre os benefícios que a pesquisa trouxe à organização, a gerente aponta que através dessa ferramenta, a companhia conseguiu um retrato consistente do clima interno e identificou os pontos que precisavam ser melhorados. Para os colaboradores, essa ação gerou a oportunidade deles darem as opiniões e oferecerem à empresa informações relevantes para a constante evolução e, conseqüentemente, tornar a Souza Cruz um excelente lugar para se trabalhar.

Na sua visão de profissional de RH, Diana Johnson diz que a aplicação em si da pesquisa não é a parte mais importante, mas sim o uso que se faz das informações coletadas. "O importante nesse caso é o quanto você comunica à organização de que tudo o que foi refletido será encaminhado e analisado. Os resultados servirão de base para a elaboração e a aplicação de planos de ação na empresa. Isso sim é relevante", conclui.

Publicado em 04/08/2008 no www.RH.com.br.

Os textos publicados não representam, necessariamente, a opinião dos responsáveis pelo site RH.com.br.
Todos os direitos reservados. É expressamente proibida qualquer reprodução.
© atodigital.com