



Outubro, mês de entregar o Planejamento Estratégico de RH

Por Maria Edna S. Lima

Atualmente, os profissionais de RH estão utilizando conceitos e ferramentas do Marketing para estabelecer suas diretrizes de gestão de talentos e conquistar seu espaço estratégico dentro das organizações.

Para iniciar este tema é importante conhecermos os tipos de planejamento:

1. O planejamento estratégico relaciona-se com os objetivos de longo prazo e com as estratégias e ações para alcançá-los, que afetam as empresas como um todo.
2. O planejamento tático está relacionado aos objetivos de curto prazo e com as estratégias e ações que, geralmente, afetam somente parte da empresa.
3. O planejamento operacional está relacionado aos objetivos de curto prazo e com as estratégias e ações que, geralmente, afetam uma determinada área da empresa.

Pensar no planejamento estratégico de RH é propor estratégias que atendam aos interesses da empresa e dos colaboradores e que, diretamente, terão impacto no crescimento organizacional nos próximos anos.

No mês de Outubro as empresas se debruçam para elaborar seu planejamento do próximo ano e os profissionais de RH, nesse momento, estão voltados para esse desafio: quais estratégias, ações, budget, ROI, etc. serão determinantes?

Pensar no planejamento estratégico de RH é encarar que os acionistas, os gestores e os membros das equipes são seus clientes internos e que podemos propor inovações que ampliem os índices de satisfação, como, por exemplo, a diminuição de tempo e custo de contratação, redução do tempo de aprendizagem na integração, diminuição de retrabalho, aumento de satisfação com modelo de gestão, redução de reclamações trabalhistas, aumento da taxa de aprovação dos benefícios oferecidos, índice positivo de imagem da marca nas entrevistas de desligamento, etc.

Essa abordagem de tratar os colaboradores como um cliente interno foi tratada de forma excelente na última edição da revista VocêRH, edição 51 de agosto/setembro 2017.

E como lidar como o cliente interno quando não podemos atender todas as suas expectativas?

Os profissionais de RH podem educar seus clientes internos daquilo que não poderão atender de imediato, pois cada empresa tem uma cultura organizacional, um modelo de gestão e estratégias organizacionais específicas ao seu core business. Aquilo que pode se apli-

car numa startup nem sempre pode ser aplicado a uma indústria química, por exemplo. Dois casos bem comuns são quando a empresa é muito rígida em suas normas, venceu, assim, por anos e anos e os colaboradores querem maior liberdade e interação. Ou quando os líderes sempre foram autocráticos e o mundo atual exige maior generosidade, interatividade e participação. O RH pode contribuir nessa transformação, mas de forma planejada, respeitosa e ao mesmo tempo inovadora.

Como mudar mentes e hábitos? Esse é o grande desafio dos profissionais de RH.

Outra dica importante ao pensar no planejamento estratégico de RH é fazer escolhas. Ao estudarmos o passado para projetar o futuro, muitas vezes encontramos tantas inovações para implementar que podemos nos perder. Por isso, escolha cinco diretrizes fundamentais para alicerçar as outras mudanças que possam ser implementadas em 2018 e nos anos seguintes.

Essa discussão será refletida na palestra “Planejamento Estratégico de RH” pela consultora Maria Edna S. Lima, profissional com expertise nas áreas de Marketing e Recursos Humanos.