

Site - Clipping



Menos "Recursos Humanos", mais "Valorização Humana"

Reuniões de vendas com a participação do "RH" é possível? Não é só possível, mas também inteligente como uma forma de captar, de primeira mão, o que está acontecendo no mercado e como a força de venda está se posicionando diante das oportunidades e ameaças. O RH precisa conhecer o negócio da empresa e seu mercado de atuação, para contribuir no desenho do perfil "ideal" dos profissionais com os quais a empresa quer trabalhar. Sendo assim, RH também precisa participar ativamente já na definição das principais estratégias da companhia. Quantas empresas usam a nomenclatura "RH estratégico" para se referir à atuação da área de recursos humanos, sendo que, na realidade, sequer existe RH na empresa, no máximo um DP – Departamento de Pessoal. Atuar em recrutamento e seleção, treinamento, remuneração, benefícios e carreira não representa, necessariamente, uma atuação estratégica; existem empresas com todas essas áreas, mas a atuação do RH não visa resultados, ficando apenas na esfera "humanista".

Toda empresa precisa de resultado. Lucro não é algo condenável, mas uma questão essencial para a perpetuação da empresa. São as pessoas que devem ter as ações voltadas para tal resultado; portanto, alguém precisa conduzi-las para este fim. Quem deve conduzir as pessoas de modo a fazer com que as metas sejam atingidas é a Gestão Humana como área corporativa e os Gestores das áreas funcionais, como Marketing/Vendas, Suprimento, Produção, Financeiro, etc.

Ter e ser um RH estratégico, portanto, é liderar os gestores em prol do objetivo maior da empresa, prover gestores com as ferramentas que viabilizam a gestão humana de suas equipes competentes e comprometidas. Para isso, o perfil do profissional de recursos humanos precisa lidar com números, indicadores, estatísticas, com a lógica, com argumentos e com visão sistêmica e estratégica. Somente com esse perfil de atuação, a Gestão Humana passará a conduzir as pessoas rumo à multiplicação do potencial produtivo individual e corporativo.

O potencial produtivo do colaborador é a mais poderosa ferramenta dentro de uma organização. Para ganhar foco nesta direção, estou advogando menos por um RH tradicional, mas por uma Gestão Humana moderna, ou seja, pela terceirização do tradicional RH operacional (Recrutamento, Seleção, Folha de Pagamento, Segurança e Medicina do Trabalho) e a concentração em uma avançada "VH" – Valorização Humana.

Vale ressaltar que o termo "Recursos" soa banal, para não dizer pejorativo demais, em se tratando do "Capital Humano" - o capital mais importante da Empresa; seres humanos não são equiparáveis com recursos, tais como financeiros, minerais, florestais, materiais, etc., mas com valores, aliás, com os valores mais preciosos de uma organização.

Segundo pesquisa publicada na CONARH em 2002, que avaliou questões relacionadas ao outsourcing em RH, os principais motivos que levam à terceirização destes processos são a redução de custos (51%) e o redirecionamento do RH para ações mais estratégicas (49%).

As empresas que já desenvolvem a Gestão Humana com o atributo Valorização apontam, como principal vantagem na adoção do outsourcing, o fato de que a empresa tem mais tempo para focar nas estratégias que valorizam de fato as Pessoas. O segredo está na seleção da empresa do outsourcing, para minimizar uma possível desvantagem de perder detalhes dos processos que poderiam ser oportunidades de melhoria.

Uma Valorização Humana (VH) estratégica permite a liberação dos colaboradores de Gestão Humana de desempenhar tarefas operacionais, abrindo para elas possibilidades de se concentrarem em tarefas menos mecânicas e mais analíticas, contribuindo na formulação da estratégia humana da organização, na definição de novas competências, no desenvolvimento de novos talentos e líderes, na elaboração de planos de incentivos, na avaliação de desempenho, no desenho de carreiras e no mapeamento do clima organizacional. De forma natural, estas empresas passam a ter grandes diferenciais competitivos baseados na valorização real das Pessoas.

Para que isso aconteça efetivamente, é importante que a própria empresa tenha bem definidas as diretrizes voltadas para o potencial humano da organização. No passado, o diferencial de uma empresa para outra era basicamente a tecnologia. Hoje, ela só serve para equalizar uma companhia com a outra, devido à facilidade de copiá-la. O diferencial mesmo é o capital intelectual, praticamente impossível de ser copiado. Por outro lado, nem fábricas avançadas, equipamentos sofisticados, robôs ou tecnologia de

ponta alteram a necessidade de adquirir, manter e reter colaboradores de desempenho superior.

A valorização estratégica de Pessoas implica na elaboração de um plano de trabalho para os próximos seis meses, 12 meses e 36 meses, considerando as tendências de mercado, as práticas das melhores empresas para se trabalhar e da crença de que o trabalho produtivo é, em princípio, gerador de saúde individual e corporativa. A Valorização Humana - VH contribui para minimizar os efeitos de crises naturais nas empresas – pessoas talentosas e incentivadas tiram o “s” da palavra “crise” e criam.... A VH pode potencializar o sentimento de orgulho/auto-estima da empresa como um ser vivo. A VH não hesita em se envolver com as pessoas; pelo contrário, sabe que nelas residem o diagnóstico de problemas e as sugestões de melhorias contínuas.

Então, por que não menos “Recursos Humanos” e mais “Valorização Humana”?

Werner Kugelmeier é Diretor da WK PRISMA - EDUCAÇÃO CORPORATIVA MODULAR, Empresa de Treinamentos Empresariais, de Campinas – SP, www.wkprisma.com.br, Autor do Livro “PRISMA – girando a pirâmide corporativa”, wkprisma@wkprisma.com.br - (19) 3296 4341/ 3256 8534