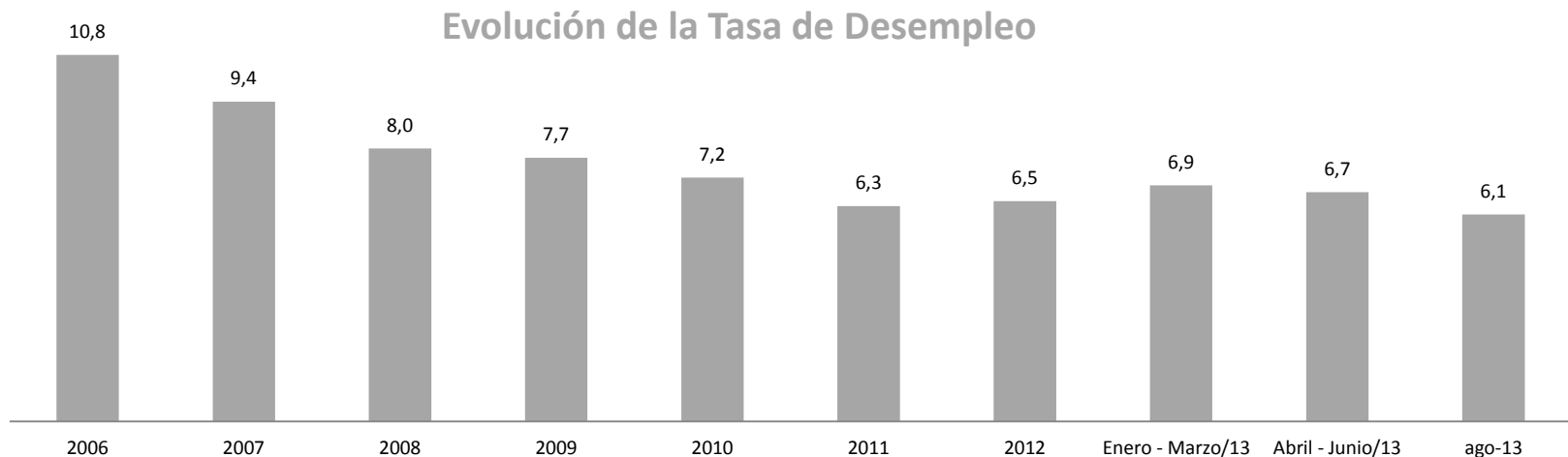

LIDERAZGO PARA EL CAMBIO. EL ROL DE LOS RECURSOS HUMANOS

FORO DE CAPITAL HUMANO
24 de octubre de 2013

LIC. LEONARDO PÉREZ ÁLVAREZ

CONTEXTO

- ❖ Tasas de Desempleo **próximas a desempleo friccional** con pocas tendencias de cambio.
- ❖ **Perfiles de los desocupados:** primera experiencia, recientemente desocupados o perfiles de difícil integración a la organización.
- ❖ Mayor **desocupación en individuos con bajos niveles formativos.**
- ❖ La cantidad de trabajo que **demanda el mercado, está aumentando a un ritmo mayor que la cantidad de personas en edad de trabajar (PET).**



CONTEXTO

- ❖ Los **Consejos de Salarios** equiparan las remuneraciones, impactan en el mercado y desafían a las empresas a ser creativas para retener.
- ❖ **Convivencia Generacional** dentro de las compañías, llegando a coexistir cuatro generaciones.
- ❖ En **2014 el 47% de la fuerza de trabajo en EEUU será Gen Y.** (HBR 11-2011)
- ❖ **Brechas educativas:** la tasa de repetición en bachillerato es de 44%.
- ❖ El **“robo de talentos”** se continuará acentuando en el mercado uruguayo (headhunters).
- ❖ Las empresas se están convirtiendo en **organizaciones globales**, lo que requiere compatibilizar culturas.

DESAFÍOS

Contar con **organizaciones flexibles y adaptables** a la nueva realidad, organizaciones que internalicen el cambio.

Contar con equipos preparados para **anticipar el cambio**, gestionando la demografía.

RRHH con mirada estratégica y transversal.

Crear una **organización en continuo aprendizaje.**

**ES NECESARIO CAMBIAR
LA GESTIÓN DE RECURSOS
HUMANOS**

1

ESTABLECER EL SENTIDO DE
URGENCIA. ¿POR QUÉ ES
NECESARIO CAMBIAR?

Las áreas de **RRHH** somos responsables de
advertir, monitorear y participar a tiempo.

2

MAPEAR LOS "LÍDERES" DE LA ORGANIZACIÓN.

Muchas veces se observa **abundancia de Ejecutivos y ausencia de Líderes.**

3

**EMPODERAR Y DESARROLLAR A
LOS LÍDERES, SUSTITUIR A
QUIENES NO LO SON.**

**Al principio la gente sigue al líder,
luego a la causa. (Ley de Apoyo)**

4

GENERAR Y CREAR UNA RED DE COALICIONES INTERNAS

Las posibilidades de éxito de una idea aumentan,
en la medida que **mostramos su valor a cada uno
de los involucrados en la decisión.**

5

HACER EVALUACIONES DE PERSONAL MÁS AMPLIAS Y ESTRATÉGICAS, EVALUAR LA CAPACIDAD DE INFLUENCIA.

La verdadera medida del liderazgo es la influencia .

6

TODA DECISIÓN EMPRESARIAL
IMPACTA EN LOS RRHH. POR
ELLO ES NECESARIO PARTICIPAR
DE LA DECISIÓN.

Antes de **Reclamar espacio**, pensemos si nos
lo hemos ganado.

7

**SI NO CONOCEMOS EL NEGOCIO,
NO TENEMOS LEGITIMIDAD PARA
OPINAR.**

Salir de la **zona de comodidad**
y desarrollarse en otras ramas.

8

**SI NO LOGRAMOS MEDIR Y
EVIDENCIAR NUESTRAS
AFIRMACIONES,
SÓLO SERÁN OPINIONES**

Es necesaria una mayor profesionalización de quienes trabajamos en RRHH en materia de **medición cuantitativa.**

9

REPOSICIONAR LAS ÁREAS DE
RRHH; NO LIMITARLAS A
ÁMBITOS DE ESCUCHA.

Encontrar el **equilibrio** entre los
roles.

10

REALIZAR UN MANEJO ADECUADO DE LAS TENDENCIAS.

Estar **informado y actualizado**, pero no ser
víctima de las tendencias.

11

TERCERIZAR LO QUE NO GENERE
VALOR PARA EL ÁREA.

Dejar de lado las tareas administrativas y de control, **pasar de lo operativo a lo estratégico**

12

CAMBIAR SISTEMAS Y ESTRUCTURAS DE ACUERDO AL CONCEPTO DE EFICIENCIA

Rediseñar los procesos actuales
mejorando su eficiencia.

13

QUIEN TENGA PERSONAL A
CARGO, QUE SE HAGA CARGO DE
SU PERSONAL.

RRHH brinda herramientas de gestión, **cada
área debe gestionar sus equipos.**

14

LOS EQUIPOS MAS
INTERESANTES SON LOS
LIDERADOS POR GENERALISTAS.

La demanda futura se focalizará en la
búsqueda de líderes **articuladores**.

15

"SIEMPRE SE HIZO ASÍ" ES LA
BASE DEL ERROR...CAMBIARLO
TODO TAMBIÉN.

Humildad y respeto por lo generado.

16

CREAR EQUIPOS COMPLEMENTARIOS (MULTIGENERACIONALES, MULTICULTURALES)

Los buenos líderes saben que uno de los
secretos del éxito, es **buscar personal que
compense sus puntos débiles.**

17

CUANDO CIERTAS NECESIDADES ESTÁN CUBIERTAS, EL SALARIO EMOCIONAL PESA TANTO COMO LA REMUNERACIÓN SALARIAL.

Compartir los valores de la empresa y visualizar posibilidades de desarrollo profesional, tienen **mayor impacto que el salario.**

18

DESAFIAR A LAS NUEVAS
GENERACIONES, EN LUGAR DE
CRITICARLAS.

Preocuparse por **comprender los perfiles** y
adaptar las tareas a esa realidad.

19

EL CONCEPTO DE "EMPLOYER
BRANDING" DEBE SER
TRABAJADO COMO MARCA DE
NUESTRA EMPRESA.

El posicionamiento como marca empleadora
hace la diferencia a la hora de elegir un
lugar de trabajo.

CONCLUSIÓN

❖ Los profesionales de RRHH:

- a) Tienen un rol activo en la **planificación estratégica**
- b) Se **involucran y aprenden** del negocio
- c) Poseen una **función más amplia** en la estructura organizacional
- d) Traducen la estrategia** de la organización en la estrategia de RRHH
- e) Desarrollan “**talentos**”
- f) Buscan el compromiso de los empleados mediante la **retribución emocional**.

MUCHAS GRACIAS

LIC. LEONARDO PÉREZ ÁLVAREZ

lperez@nuvo.com.uy