



Associação Brasileira de Recursos Humanos



2018



Experience: ABRH Chicago

2018



O evento :



- Congresso reuniu 22 mil congressistas
- 5ª. maior delegação presente no evento, dentre os 1400 congressistas internacionais



A VISITA TÉCNICA

✓ ACCENTURE Digital



**A CERIMÔNIA DE POSSE – LEYLA
NASCIMENTO
PRESIDENTE DA WFPMA**





A Experiência

Aprendizagem que foi muito
além das palestras oferecidas

Experiência – ampliando a visão



Experiência Única

Aprendizagem que foi muito além das palestras oferecidas

Contato e **troca** com
fornecedores e diretores de
RH de grandes empresas,
multinacionais e brasileiras.

**Compartilhamento de
sucessos e dores.**



Cultura americana:
eficiência em processos.
Consciência das **diferenças
culturais** do Brasil .



Quais as principais mensagens?

“ Nossa profissão tem fome de **transformação...** precisamos **eleva**r nossa **profissão** ... como temos nos **apresentado** ao mundo? ”

JOHNNY C. TAYLOR JR – CEO da SHRM

Desafio de **individualizar o coletivo**;

As **entrevistas para seleção** são mais importantes do que a de saída.

A **força do propósito** está no reconhecimento pelos outros desta força e significado. O quanto o RH tem clareza disto. Empresas do bem.

Você conseguiria falar das **mudanças que o RH** da sua empresa viveu no ultimo ano? Elas são em mesmo número e profundidade das que o negócio para o qual você trabalha passou?

O **cliente é o cliente** do RH?

Como temos tratado e dado **oportunidades** para pessoas de maior idade?

Ambiência digital, temos uma responsabilidade ou somos responsáveis alavancar esta competência na empresa? Nos a temos no RH?

Quais foram os temas mais relevantes?:

1) Pesquisa: [HR Open Source Future of Work Report 2018.](#)

“ 75% dos profissionais dizem que é importante a **análise de dados**, mas 80% dizem que não se aprofundam nas análises.”

O RH compartilha dados históricos, retrospectiva, e não de oportunidades e tendências.

KPMG – lojas com pessoas de mais de 60 anos eram mais lucrativas – **diversidade** e engajamento.

Necessidade de trabalhar com ondas de melhoria.

Importância do PA na área de GP para contribuir com o desempenho da organização. Investir na robotização nos serviços de atendimento RH.

2) Investimento em **liderança** intermediária e constante;

3) Forte valorização do **Home Office**

4) **Gestão por projetos e perfil empreendedor** competências essenciais

Quais foram os temas mais relevantes?:

5) Cultura da generosidade e do compartilhamento: uma a cada cinco pessoas não contam suas ideias –receio;

- Caminhos:

- **Fit cultural** ;
- **Valores individuais** como alavancador do negócio x causar danos no negócio (doadores e tomadores);
- **Líderes** como formadores de uma **rede desafiadora de trabalho** que gere engajamento (**caixa de problemas e não de solução**);
- **Acessar boas ideias e aceitar feedback´s** (medir adoção e não número de ideias).
- 10% dos colaboradores não vão **engajar** (impacto e decisão) e 90% terão níveis de engajamento diferentes (trabalhar sentido, propósito);
- **Feedback constante e escuta genuína**, conversas difíceis e necessárias;

Qual legado você quer deixar nesta empresa?

6) Papel da mulher: pesquisas menores salários, maior empenho e entrega, empoderamento; mentoria para executivas. Curiosidade: EUA não tem licença maternidade remunerada. Empresas com mais mulheres tem lucratividade 21% acima da média.

Quais foram os temas mais relevantes?:

7) Metodologia 70/20/10 – aprendizado não tem relação direta com grandes programas, mas sim com continuidade e disponibilidade, papel do GP de curadoria.

8) Competência de fazer escolhas – o que é necessário e vamos fazer bem? Pergunta estruturante.

9) 2 entre 3 americanos dizem que seu trabalho vai ser substituído por robôs. O quanto nós do RH estamos investindo no desenvolvimento de **competências para o presente e para o futuro?** O que abandonar e o que priorizar?

10) Relação de ajuda – voluntariedade e vulnerabilidade

Reflexões





1

Atividades Estratégicas X Transacionais

Processos e atividades transacionais suportados pela tecnologia. O RH se torna estratégico na promoção de uma visão de desenvolvimento e governança da empresa, sustentada pelo desenvolvimento de uma cultura aberta às necessidades dos clientes.



2 Tecnologia: Tendência/Sobrevivência

O que se confirma é que cada vez mais o RH também recorre à tecnologia e ao “digital”, BPO, RPAs para os seus serviços transacionais e a IA para alguns serviços estratégicos. Plataformas colaborativas, promovendo a interação e a gestão do conhecimento. Convicção de que estes, assim como o desenvolvimento das pessoas para o “digital”, serão fundamentais para contribuirmos ao crescimento da empresa.

3

Cultura e Propósito

O RH precisa criar programas que gerem uma visão compartilhada do propósito da empresa e essa visão precisa estar vinculada aos valores e princípios da companhia.



3

Cultura e Propósito

A cultura precisa apoiar os princípios, gerando coerência entre o propósito comunicado e a prática do dia a dia. O foco no cliente precisa ser algo que permeia toda a experiência do colaborador na empresa, desde a atração, integração, relação com os líderes e executivos, à saída da empresa.



3

Cultura e Propósito

A estrutura da empresa precisa apoiar e refletir a cultura desejada.



3

Cultura e Propósito

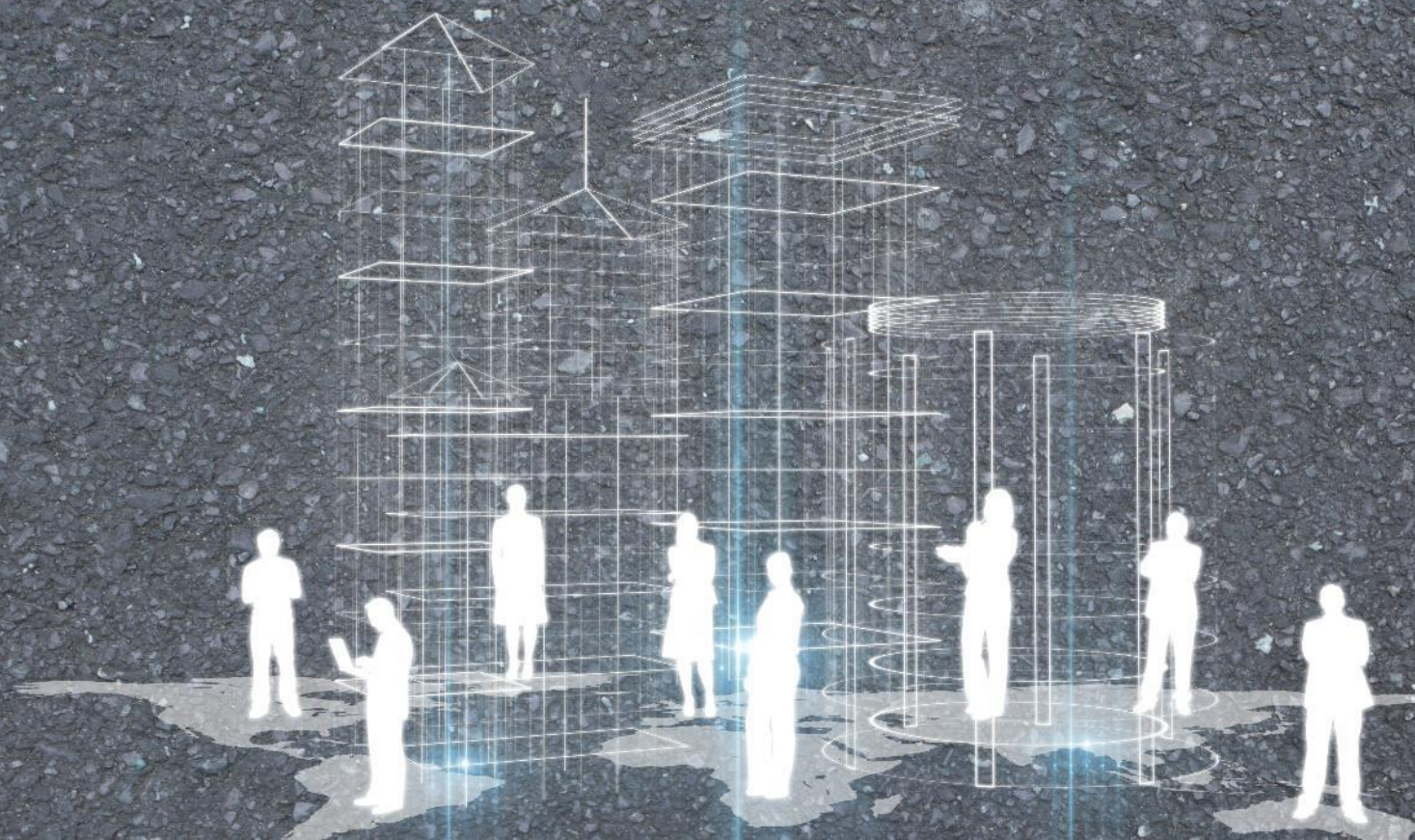
As empresas precisam estar mais abertas para falar dos erros e precisam ter cuidado com a cultura do “me traga apenas soluções” pois essa prática pode não permitir as oportunidades que encontramos ao analisar os “problemas”. A abertura ao erro deve existir, mas não ao erro intencional.



4

Liderança

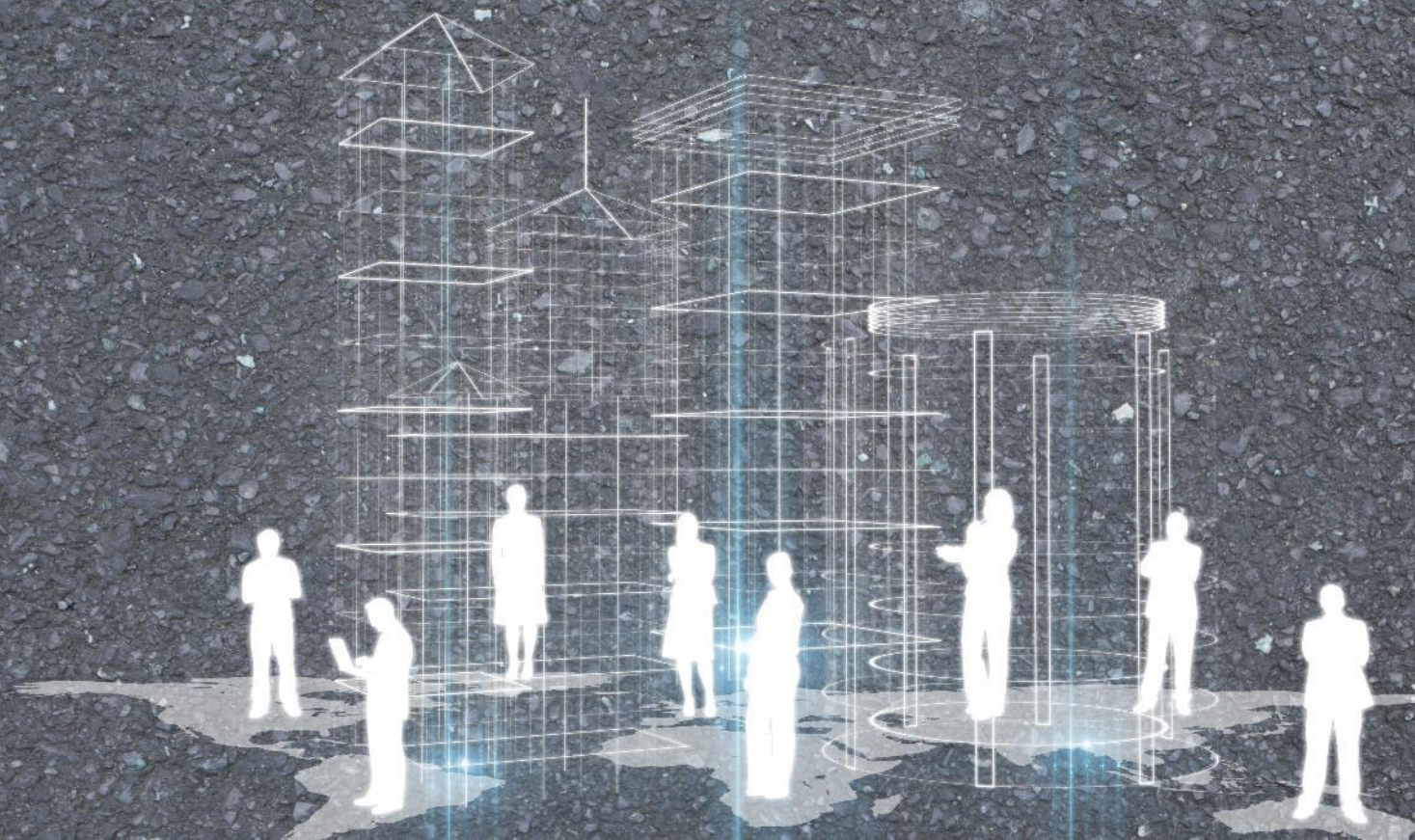
Os líderes são os grandes sustentadores da cultura e da gestão de pessoas desejada.



4

Liderança

O investimento nas lideranças é algo contínuo e o principal investimento das áreas de treinamento, seguido dos programas de novos talentos e integração.



5

Educação Corporativa

A grande tendência em treinamento, sustentando a estratégia de desenvolvimento e unindo os desafios de cultura e foco no cliente estão integradas em algo como o Netflix do desenvolvimento, trazendo aos colaboradores e líderes a liberdade de criarem sua própria trilha de desenvolvimento, considerando os seus desafios do dia a dia e os interesses de carreira. Conteúdos também alinhados à estratégia do negócio.

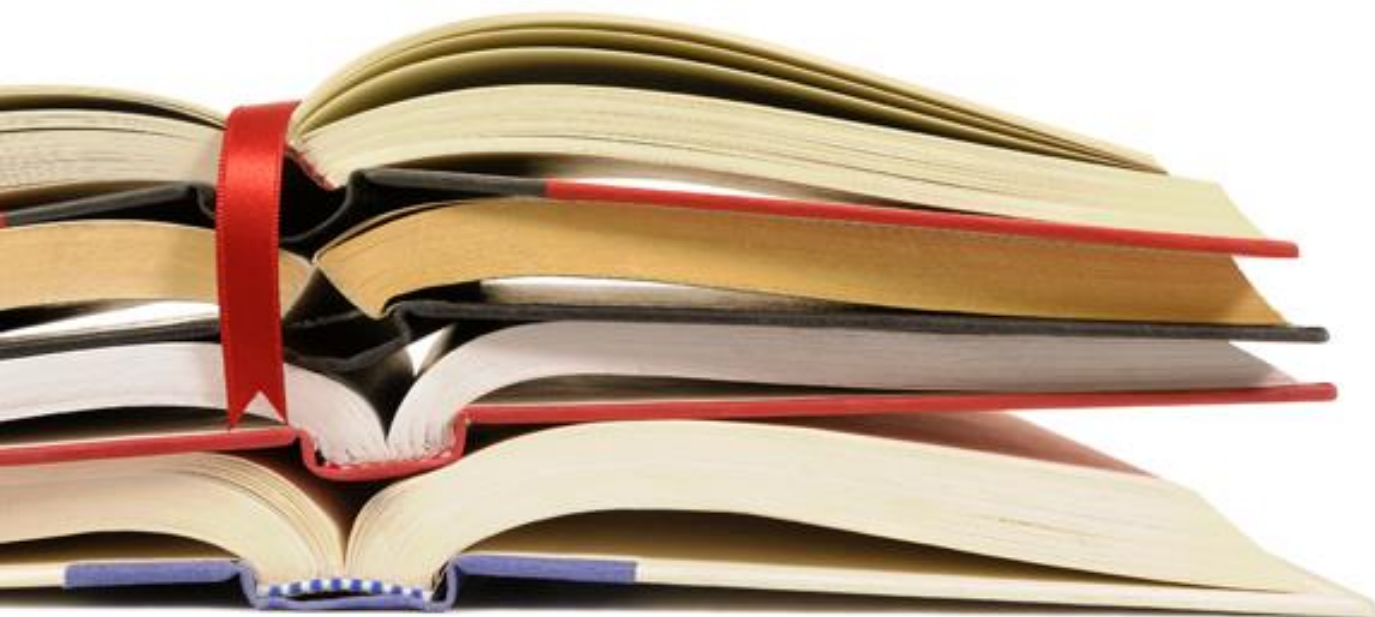


5

Educação Corporativa

Os programas técnicos, de atendimento e vinculados à produção são importantes porém, mais aderentes a modelos replicáveis, inseridos em modelos híbridos, que incluem o presencial, o e-learning com gamificação e os vídeos curtos para aprendizagem.





6

Políticas

São necessárias e importantes para a transparência e diretrizes aos colaboradores, mas não devem ser engessadas, principalmente para culturas globais, que devem considerar as particularidades locais.



7 Avaliações de competências

Foco nas fortalezas e não nos pontos de desenvolvimento.

Workshop

MODELO DE TREINAMENTO

70-20-10



Workshop: Modelo de Treinamento 70-20-10

Provocações e novo olhar para o modelo - vinculado aos recursos tecnológicos e desafios nas empresas.

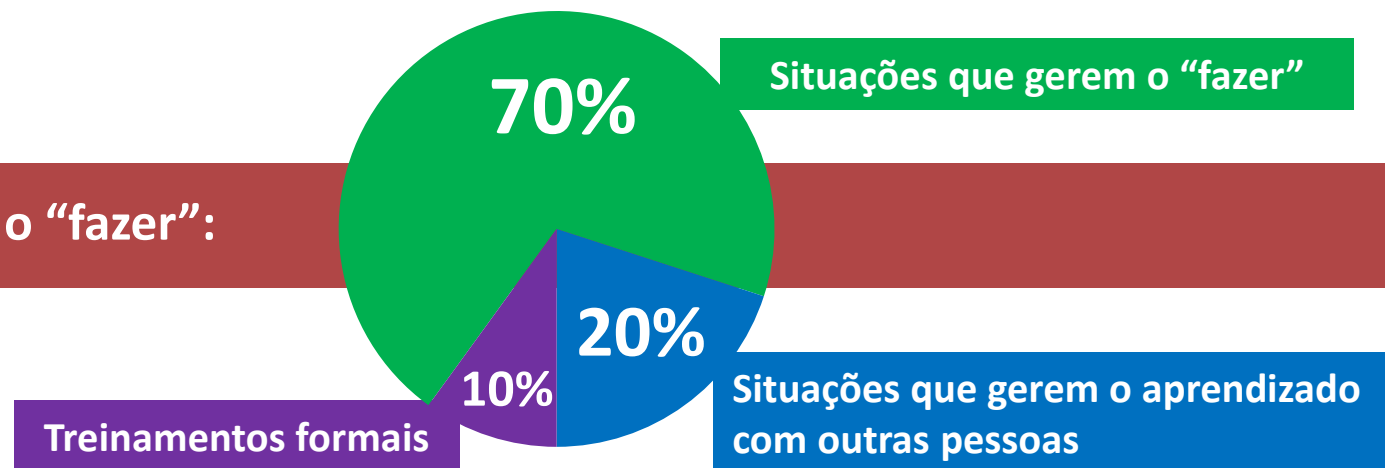
Desmistificação

A primeira afirmativa: “Programas de Treinamento melhoram o desempenho.”

MENTIRA

Só **aprendemos fazendo**. O que as áreas de treinamento precisam proporcionar é o **trabalhar para aprender**. É **o criar a aprendizagem contínua** via simulações com situações para se resolver.

O modelo 70-20-10 deve fortalecer o “fazer”:



Workshop: Modelo de Treinamento 70-20-10

Provocações e novo olhar para o modelo - vinculado aos recursos tecnológicos e desafios nas empresas.



Recursos

Necessidade de **plataformas tecnológicas** e **colaborativas** que permitam o acesso e a interação com o conhecimento.

Momento de deixar para trás os currículos rígidos dos programas para os modelos de aprendizagem informais e contínuos.

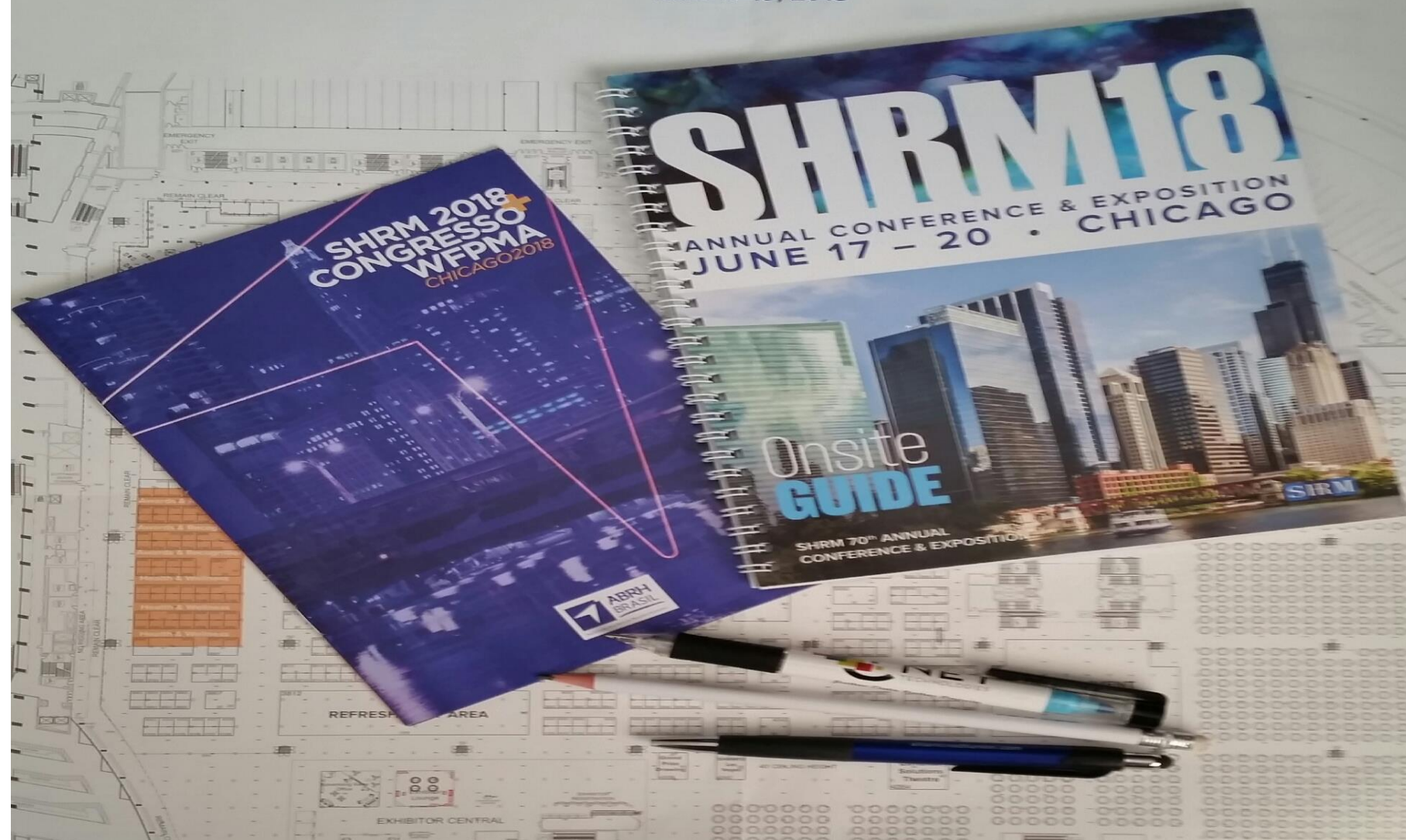
Desafios efetivamente melhoram a performance.

SHRM 2018 Annual Conference & Exposition

McCormick Place Convention Center

Chicago, IL

June 17-19, 2018



POR DENTRO DA SHRM18 CHICAGO

SHRM18

ANNUAL CONFERENCE & EXPOSITION
JUNE 17 – 20 • CHICAGO

Apresentação: Glória R V Meireles

SHRM18

O papel do RH na criação de uma cultura de alta confiança: Dicas, Ferramentas e Técnicas para aumentar seu “*fator de confiança*”.

RICHARD FAGERLIN

SHRM18

O QUE É CULTURA?

Cultura é a soma do que você

“PERMITE” e o que você “PROMOVE”

PERMITE + PROMOVE = CULTURA

SHRM18

TRUST – OL – O – GY

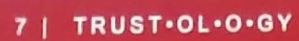
Estudo da Confiança

SHRM18

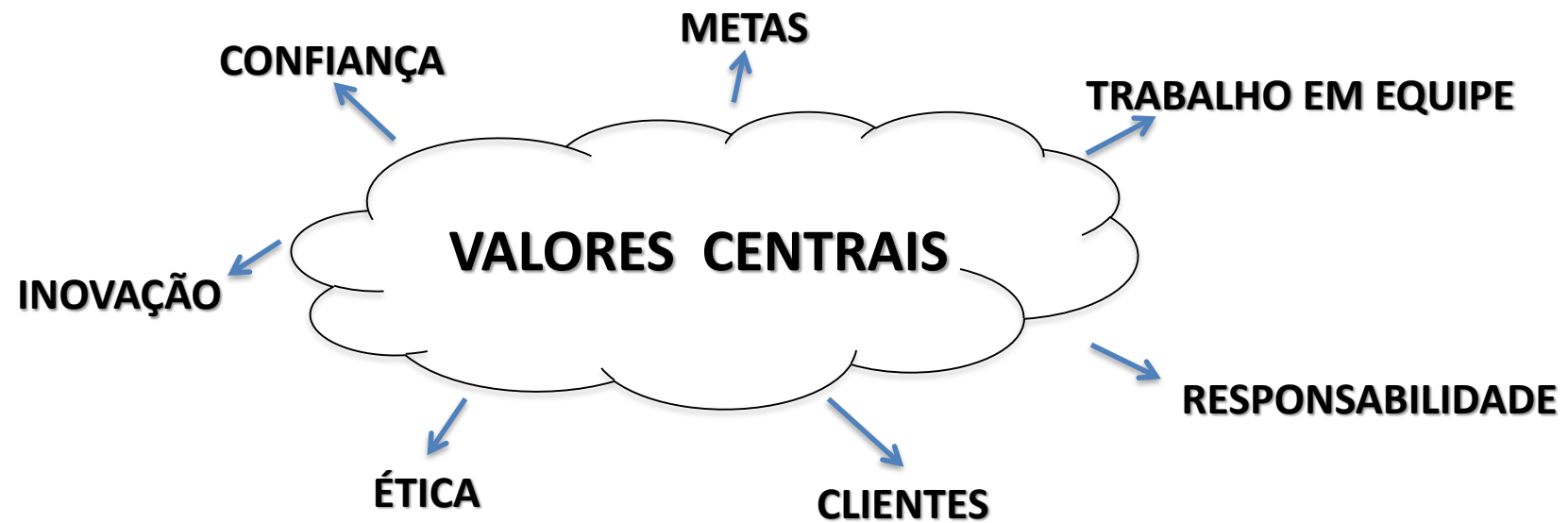
“A chave para uma cultura saudável é ser capaz de contratar pessoas que sejam CRAZY ...”

“The key to healthy culture is not hiring people that aren’t CRAZY ...”

William Vanderbloemen – Source: Culture Wins



SHRM18



SHRM18

**Não é porque você rebocou sua parede
significa que ela está pronta ...**

{ ou que ela é SUA. }

SHRM18

Reforçada desde o TOPO



Identificada pela BASE

SHRM18

TRUST – OL – O - GY



Em qual nível está seu “tanque” de CONFIANÇA?

SHRM18

Trust barometer – Anual Global Study - Edelman

2017: Confiança em crise

- 80% Preferem comprar de empresas que eles confiam.
- 63% Se recusam a comprar de empresas que eles desconfiam.

2018: A batalha pela confiança

SHRM18

Resultados das Instituições menos confiáveis 1ª vez na história do Trust Barometer

- 7/10 dos respondentes se preocupam com as *fake news* ou notícias falsas e as consideram uma arma perigosa.
 - 59% dizem que é cada vez mais difícil afirmar se uma notícia foi produzida por uma mídia respeitável.
-

SHRM18

Harvard Business Review

Empresas de alta confiança

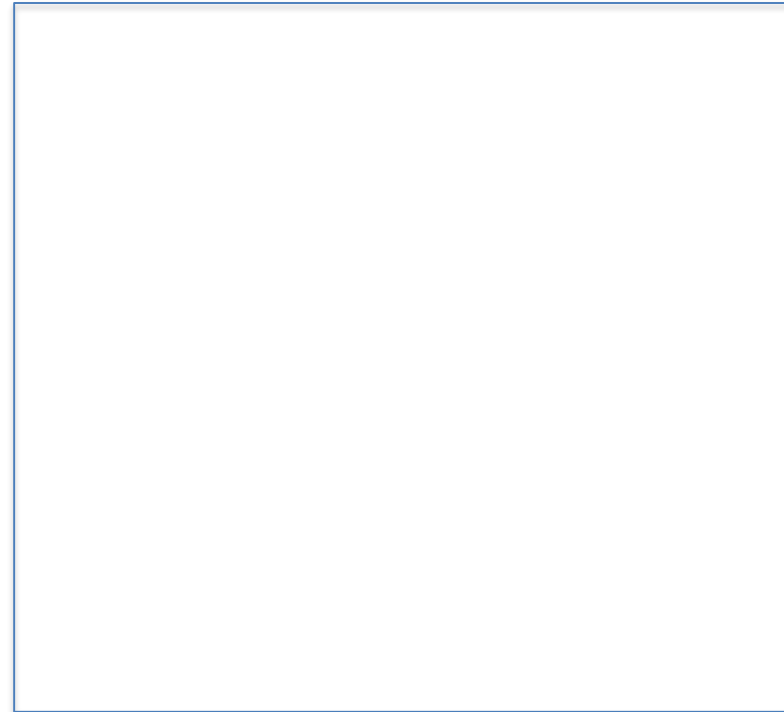
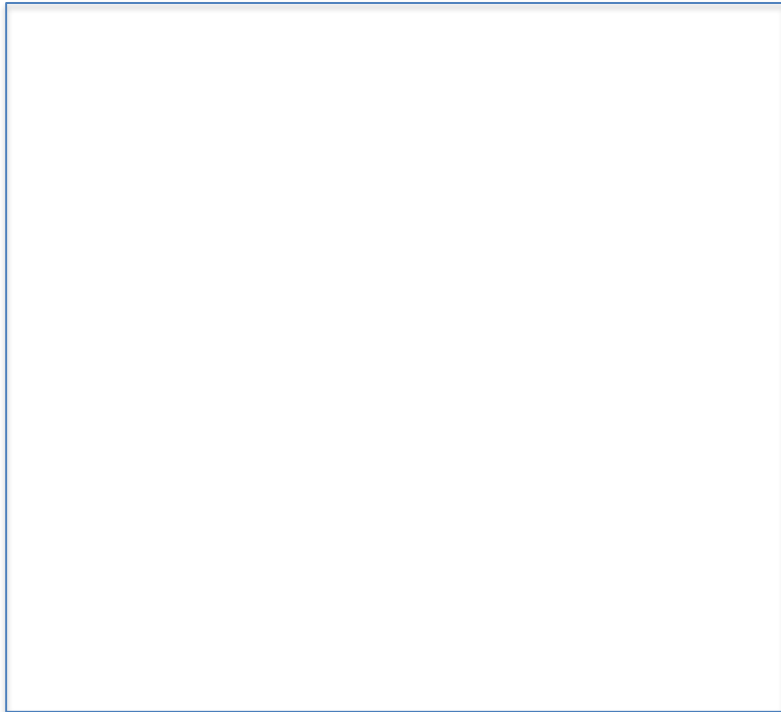
- 74% menos stress
- 50% alta produtividade
- 76% mais engajamento

Empresas de baixa confiança

- 100% mais energia para trabalhar
 - 13% de absenteísmo
 - 29% satisfação com a vida
-

SHRM18

Cultura Alta Confiança vs Cultura Baixa Confiança



SHRM18

**EU NÃO
CONFIO
NELES**



LISA



PEDRO



MÁRIO

SHRM18

AS GRANDES MENTIRAS

SHRM18

AS GRANDES MENTIRAS

*A confiança é conquistada ao longo do tempo.
Leva-se uma vida inteira para conquistar e um segundo para perder.*

SHRM18

NEGAÇÃO

SHRM18

MODELO DE CONFIANÇA



Integridade

Compaixão

SHRM18

**Definição
de
CONFIANÇA**

**A confiança tem como
base o relacionamento
com o outro.**

SHRM18

MODELO DE CONFIANÇA

FATOR DE
CONFIANÇA



SHRM18



E DAÍ ?

SHRM18

Apoie os LÍDERES na LIDERANÇA

- 70% dos gestores sentem desconforto ao falar com os empregados.
- Parar de promover o próximo na fila de promoção.
- Compromisso de colocar a melhor pessoa no cargo certo.

SHRM18

Demonstre sua FORÇA

- **Assuma seu LUGAR.**
- **A maneira como você se vê é a maneira como você se mostra para o outro.**
- **Para se adaptar ao outro você precisa ser um PAR do outro.**

SHRM18

Redefina FRACASSO

- **Você está com medo de cometer um ERRO ?**
ou
- **Você está com medo de não fazer a coisa CERTA ?**

SHRM18

**Pense
ESTRATEGICAMENTE
Atue
OPERACIONALMENTE**

- Entre no compasso do **PENSAMENTO** estratégico.
- Incline-se para a **AÇÃO**.
- Faça **PERGUNTAS** poderosas.
- Busque **RESULTADOS**.

SHRM18

PERGUNTAS ESTRATÉGICAS

1. O que é CERTO ?
 2. O que é ERRADO ?
 3. O que está PERDIDO ?
 4. O que está CONFUSO ?
-

SHRM18



SHRM18

**Foco em QUEM
tem a
CHAVE
para alavancar
o negócio**

- Valorizar a VANGUARDA ou a RETAGUARDA?
 - Supervisão direta
- # RELACIONAMENTO**

SHRM18

VALORIZE a Gestão

- Fale em termos que ELES entendam.
- Crie na sua empresa um ***BUSINESS CASE***

SHRM18

**GERENCIAR
é vencer
uma
GUERRA**

- Conheça sua CULTURA.
- Conheça a SI MESMO.
- Foco em UMA COISA por vez.
- A chave: APRENDIZAGEM

DELEGAÇÃO BRASILEIRA
SHRM 19
ANNUAL CONFERENCE & EXPOSITION

LAS VEGAS
23 a 26/06
2019

Participe do maior evento
de Gestão de Pessoas

DO MUNDO

e aproveite as vantagens
exclusivas da delegação ABRH

Aproveite os valores especiais de
pré lançamento do evento

US\$ 1.095 para inscrições realizadas
até **24/08/2018**

Saiba mais e increva-se!
delegacaobrasileira@abrhbrasil.org.br
(11) 3124-8850



Rúbia Spindola

Gerente Executiva de DHO – Hermes Pardini

rubia.spindola@grupopardini.com.br



HERMES PARDINI
Medicina, Saúde e Bem-estar

Cristiane de Ávila Fernandes

Educadora

Diretoria de Pessoas

31 99804-0700

cristiane.avila@animaeducacao.com.br

www.animaeducacao.com.br

anima
EDUCAÇÃO

una unimonte

unibh

unisociesc

sãojudas

universidade

hsm

EBRADI



LE CORDON BLEU

Glória Meireles

Vice Presidente do Conselho Deliberativo da ABRH Brasil





OBRIGADA !