



portishead1_CANVA

IMPACTAR

RH COMO PROTAGONISTA NA TRANSFORMAÇÃO ORGANIZACIONAL

Especialista da Humand aponta que o Recursos Humanos deve ser mais analítico para gerar ROI e impactar diretamente o negócio

Em um mundo corporativo onde a agilidade e a inteligência de dados definem quem sai na frente, o departamento de Recursos Humanos se encontra em um ponto de inflexão crítico: evoluir de um centro de custo operacional para um motor de crescimento estratégico ou se tornar obsoleto. Segundo pesquisas globais da Deloitte e da Gartner, mais de 70% dos CEOs esperam que a área de pessoas seja protagonista na agenda de transformação das empresas.

Segundo Leandro Oliveira, diretor da Humand no Brasil, plataforma global voltada à centralização da comunicação interna, processos de RH e cultura organizacional, esse movimento é uma resposta direta à necessidade do RH falar a linguagem do alto escalão: dados, ROI e impacto direto nos resultados. “A nova performance do setor é medida pela capacidade de responder a perguntas críticas para o negócio com base em dados concretos. A área que ainda se mede somente por volume de contratações ou eventos de confraternização está fadada à irrelevância”, ressalta ele.

Para o diretor, o setor de recursos humanos verdadeiramente estratégico é aquele capaz de responder a perguntas como: 'qual é o impacto do desenvolvimento dos colaboradores em termos de produtividade e receita para a empresa?', 'qual o custo real do nosso turnover para a linha de frente?', ou 'o que as novas soluções geram de eficiência para o RH e o que isso representa em números financeiros?

Pensando em orientar executivos nessa jornada, o especialista destaca cinco práticas fundamentais:

1 Transforme o RH em um centro de lucro – “Exija que cada iniciativa de RH seja apresentada com um business case claro, calculando o Retorno sobre o Investimento (ROI)”, defende o diretor. Segundo ele, um programa de bem-estar deve demonstrar redução nos custos com saúde



Marcos Freitas

“A nova performance do setor é medida pela capacidade de responder a perguntas críticas para o negócio com base em dados concretos. A área que ainda se mede somente por volume de contratações ou eventos de confraternização está fadada à irrelevância.

e absenteísmo, assim como um novo projeto de onboarding, por exemplo, não deve ser medido pelo engajamento, mas pela redução do tempo de rampeamento de um novo vendedor e o impacto disso na receita.

“Sabemos que é um processo desafiador, por isso, criamos na Humand um Planejamento Estratégico do RH. Ou seja, um documento detalhado e que contempla etapas fundamentais para apoiar líderes da área a estruturar um plano para 2026 de forma prática e alinhada às prioridades do negócio”, aponta Oliveira.

2 Estratégia de negócios e de pessoas andam juntas – O primeiro passo é garantir que cada meta do setor seja um reflexo direto de um objetivo de negócio. “Se a empresa planeja expandir para um novo mercado, o RH deve traduzir isso em um plano de aquisição de talentos com as competências necessárias, definindo KPIs claros de tempo e custo por contratação”, enfatiza o gestor. Ainda assim, para ele, o planejamento de pessoas não pode ser somente um documento isolado, mas sim um capítulo humano do plano de negócios da companhia.

3 Tecnologia para humanizar, não apenas automatizar – Segundo o especialista, a tecnologia não substitui a empatia, e sim ajuda a criar espaços para que ela floresça. Ao automatizar tarefas repetitivas, o RH ganha tempo para o que nenhuma IA faz melhor: escutar, compreender contextos individuais e construir conexões significativas.

“Quando investir em tecnologia, o gestor deve ter em mente que uma área mais tecnológica tem como objetivo liberar os profissionais para que possam se dedicar a atividades de alto valor: coaching de lideranças, desenvolvimento de planos de sucessão e fortalecimento da cultura. A tecnologia deve capacitar o contato humano, não substituí-lo”, reforça ele.

4 Seja analítico e utilize os dados para geração de valor – Oliveira destaca que o RH moderno deve atuar de forma estratégica, utilizando dados como base para decisões que impactam diretamente o negócio. Com um viés mais analítico, é possível identificar quais competências estão mais alinhadas às metas futuras da empresa e direcionar investimentos em capacitação de forma mais inteligente, garantindo o desenvolvimento certo para cada área, por exemplo. “A tecnologia nos deu os dados; então a liderança precisa ter a coragem de usá-los para transformar o RH com um planejamento estruturado, objetivos, metas e impacto definido”, diz o executivo.

5 RH deve ser o arquiteto da experiência – O papel do líder de RH evoluiu. Ele deve ser o arquiteto de toda a jornada do colaborador, desde a atração até o desligamento, garantindo uma experiência coesa e alinhada à marca. “Isso significa mapear todos os pontos de contato, coletar feedback contínuo e usar esses dados para otimizar o ambiente de trabalho, tornando a empresa um verdadeiro ímã de talentos”, conclui Oliveira.



Blue_Planet_Studio_CANVA