



GUIA RAPIDA

6 TIPS para gestionar la rotación

by Alejandra Clavel

Calcular

- Calcular la **rotación anual** de un período determinado. Ej: 1 de abril 2015 a 31 de marzo 2016.
- Calcular la **antigüedad** alcanzada por las personas que partieron y la antigüedad de quienes se encuentran en la organización.

Estos datos nos permitirán **armar una especie de semáforo** para actuar proactivamente con las personas que apuestan a la empresa feliz.

Algunas **consideraciones** relacionadas a las salidas:

- Repasar la descripción del puesto y actualizarla si es necesario.
- Validar el proceso de selección y el criterio de elección.
- Prestar atención a la dinámica cultural.
- Recolectar toda la información posible con respecto a la partida.
- Diseñar un proceso para el traspaso de conocimiento y su validación.



Identificar

- Identificar el **pico de rotación del período**. Al repetir este ejercicio con los períodos anteriores, podremos visualizar la **tendencia**.
- Identificar las áreas, puestos, jefes directos y jefe del jefe directo, tanto para las salidas como para las personas actuales. Agregar la mayor cantidad de información: edad, estudios, lugar de residencia, promociones, etc.
- Identificar dónde **se concentran las partidas**:
 - un área particular.
 - coinciden con la línea o referente de mando.
 - puestos.

Los datos identificados sobre el pasado **nos sirven de alerta para el presente y futuro**.

Algunas **sugerencias**:

- Prestar atención al clima organizacional, metodología y carga de trabajo.
- Asistir en términos de coaching y formación.
- Cuidar la competitividad de la estructura de compensación total.
- Actualizar planes de sucesión, capacitación y desarrollo.
- Promocionar la gestión del conocimiento.



GUIA RAPIDA

6 TIPS para gestionar la rotación

by Alejandra Clavel

Recolectar

- ❑ La **entrevista de egreso** es una herramienta sumamente útil. Es recomendable incluir **preguntas** tales como:
 - Motivo de egreso.
 - Calificación de la experiencia vivida.
 - Calificación del relacionamiento con pares, superiores y cultura organizacional.
 - Conocimiento crítico sobre el cual recomienda que se trabaje.
 - Sucesor "interino" recomendado.
 - Calificación de la empresa en términos de proveedor.
 - Calificación de la empresa como empleador.
 - Sugerencias.

El cara a cara sigue siendo el **método** más rico; aunque se puede considerar contacto telefónico, virtual o mail en formato de encuesta anónimo.

Respecto a **cuándo** realizarla, es preferible antes de la partida; pero no descartemos alternativas.



Clasificar

La **cantidad de información** fidedigna es directamente proporcional a las posibilidades de mejorar y accionar proactiva y asertivamente.

A esta altura deberíamos tener una foto bastante precisa de las partidas, que nos sirve para trabajar sobre el semáforo que mencionamos en el punto I.

Con lo cual nos vamos a **concentrar en quienes siguen apostando a encontrar una experiencia feliz en la organización**. Para ello **proponemos**:

- ❑ **Segmentar** la nómina en base a los criterios que consideremos adecuados para el negocio:
 - criticidad de conocimiento disponible.
 - criticidad de puesto, costo de reposición.
 - dificultad de reemplazo, etc.
 - las variables pueden ser tantas como acordemos interna y objetivamente.

Para sumar valor, recomendamos considerar el período de antigüedad promedio obtenido sobre la muestra de partidas del o los períodos que estamos trabajando y **clasificar el riesgo según el mismo**.



GUIA RAPIDA

6 TIPS para gestionar la rotación

by Alejandra Clavel

Analizar

El criterio analítico es una habilidad que toda persona dedicada a la gestión suele tener o al menos debería; con lo cual considerando toda la información que fuimos obteniendo, ahora es tiempo de analizar.

- Impacto de partidas.
- Impacto de posibles partidas.
- Disponibilidad de reemplazos.
- Acciones proactivas: Esta variable es clave y deberíamos asociarla a las expectativas de las personas que apuestan a la experiencia feliz.

Si usamos encuestas de clima y/o satisfacción esos datos nos pueden ayudar. Pero tengamos presente que si pedimos opinión tenemos que dar feedback. Caso contrario podría ser contraproducente.



Hasta acá deberías sentirnos conforme con todo lo que detectamos de la organización. Hay mucho más por trabajar aplicando este conocimiento.

Para determinar el plan de acción es recomendable considerar:

- Presupuesto (nos lo van a pedir).
- Impacto y resultados esperables (sirven para ir amoldando).
- Sponsors, embajadores y voceros. Identificar al bando opuesto también suma.

Refresquemos:

- "Siempre se puede estar mejor -si se quiere- "
- "Simple y bueno es dos veces bueno"
- Lo que no se comunica; se llena con supuestos y/o rumos.
- "La escucha activa sin acción, se convierte en pasiva"

Calcular

Identificar

Recolectar

Clasificar

Analizar

Accionar

Todo lo que leíste sale netamente de la experiencia. Espero que te sea útil a vos también. Cualquier duda o sugerencia que tengas me podés escribir a contacto@quartadimension.com.ar