

employer
brand research
2019



relatório do Brasil.

 randstad

Índice

- 1 introdução
- 2 resultados do país
- 3 percepções do setor
- 4 melhores empregadores
- 5 imersão
- 6 metodologia



introdução.



por que a promoção da identidade corporativa importa.



Empresas com marcas positivas recebem duas vezes mais candidatos do que empresas com marcas negativas, além de gastarem menos com empregados.¹

50%

dos candidatos afirmam que não trabalhariam em uma empresa com má reputação - nem com aumento salarial.¹

96%

concordam que o alinhamento de valores pessoais com a cultura da empresa é um fator essencial para sua satisfação profissional.³

80%

dos líderes de força de trabalho concordam que uma marca empregadora forte possui impacto significativo na capacidade de contratar bons profissionais.² Como pessoas trabalham por culturas, e não empresas, a percepção que elas têm de você como empregador é importantíssima. Ambos recrutadores e candidatos citam cultura corporativa como um dos fatores determinantes mais importantes na escolha do empregador. Além disso, se sua cultura for transparente: candidatos pesquisam ativamente a cultura de empresas para entender se enquadram-se nela. Quando veem experiências positivas de empregados e candidatos em páginas de avaliação, eles se sentem mais confiantes para enviar o currículo e darem um passo na carreira.

70%

das organizações que investem em experiência do candidato melhoram a qualidade da contratação em até 70%.⁸

62%

dos candidatos pesquisam sobre as empresas nas mídias sociais antes de se candidatarem.⁵



Empresas com má reputação pagam 10% a mais por contratação.⁴

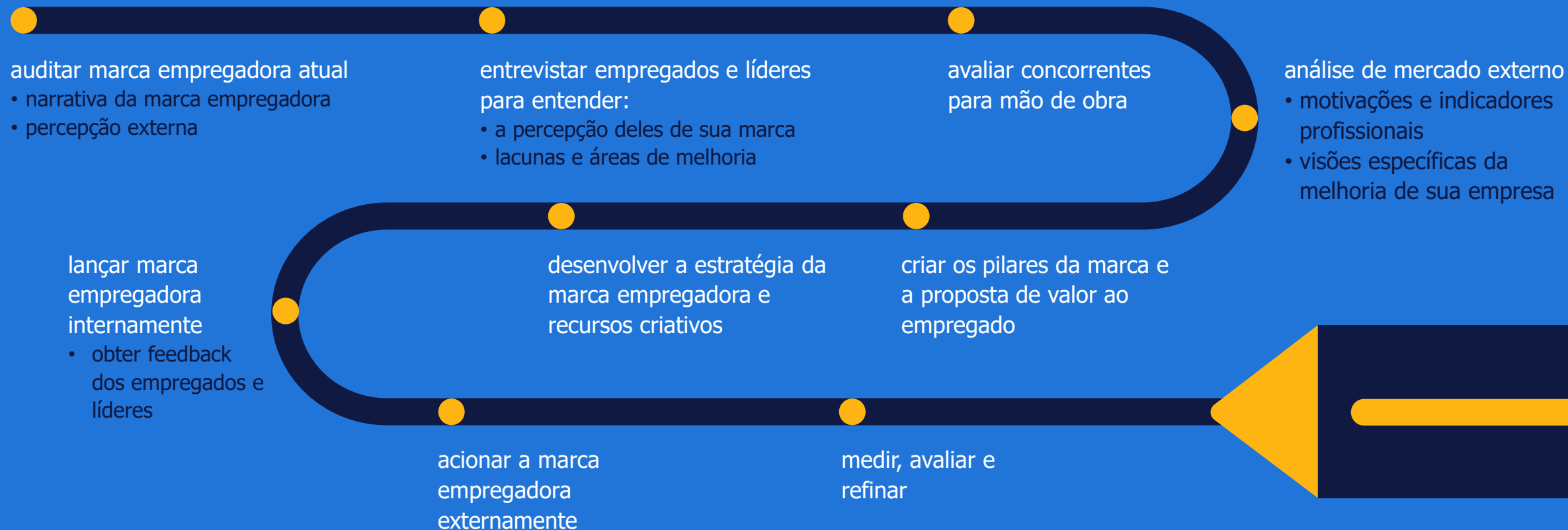
67%

Empresas com uma estratégia formal de contratação têm uma probabilidade 67% maior de melhorar o faturamento por equivalente a tempo integral anualmente.⁶

76%

dos empregados que vivenciam um forte alinhamento entre o que o empregador diz sobre si mesmo e sua experiência trabalhando lá tendem mais a recomendar o empregador como um bom lugar para trabalhar.⁷

rota da marca empregadora.



o que é a pesquisa de marca empregadora da Randstad?

- pesquisa representativa de marca empregadora fundamentada em percepções do público geral. Otimizar 19 anos de percepções bem-sucedidas sobre promoção de identidade corporativa.
- levantamento independente com mais de 200.000 entrevistados em 32 países do mundo inteiro.
- reflexo da atratividade do empregador para os 150 maiores empregadores do país conhecidos por pelo menos 10% da população.
- percepções importantes que ajudam os empregadores a moldarem sua marca empregadora.



32 países avaliados, cobrindo mais de 75% da economia mundial.

Áustria
Austrália
Argentina
Bélgica
Brasil
Canadá
China
República Checa
França
Alemanha
Grécia
Hong Kong
Hungria
Itália
Índia
Japão
Luxemburgo
Malásia
Nova Zelândia
Holanda
Noruega
Polônia
Portugal
Romênia
Rússia
Cingapura
Espanha
Suécia
Suíça
Reino Unido
Ucrânia
EUA



no mundo

- mais de 200.000 entrevistados
- 6.162 empresas avaliadas

amostra

- de 18 a 65 anos
- representativa dos sexos
- super-representação da faixa etária de 25 a 44 anos
- composta por estudantes, profissionais empregados e profissionais desempregados

país

- 4.073 entrevistados

trabalho de campo

- entrevistas pela internet
- entre 4 e 14 de dezembro de 2018

tempo de entrevista

- 16 minutos



estrutura da pesquisa de marca empregadora.

30 empresas por entrevistado

"você conhece essa empresa?":
determina a conscientização.

para cada empresa conhecida

"você gostaria de trabalhar
nessa empresa?":
determina a atratividade.

cada empresa conhecida

avaliação de vários indicadores:
determina o motivo da
atratividade.

amostragem inteligente

A cada entrevistado são apresentadas 30 empresas. Cada empresa é avaliada somente por entrevistados conscientes da marca em questão.

Para garantir que as marcas menos populares sejam avaliadas por um número suficiente de entrevistados, utilizamos um método de amostragem inteligente.

Esse método garante que empresas menos conhecidas sejam mostradas para mais entrevistados, possibilitando uma amostra suficiente robusta. Assim sendo, a Pesquisa de Marca Empregadora da Randstad promete percepções confiáveis tanto para marcas empregadoras populares quanto para marcas empregadoras menos conhecidas.

indicadores

avalia-se cada empresa por:

- 01 saúde financeira
- 02 uso de tecnologia moderna
- 03 ótima reputação
- 04 estabilidade profissional
- 05 progressão de carreira
- 06 retribuição à sociedade
- 07 bom conteúdo profissional
- 08 ambiente de trabalho agradável
- 09 equilíbrio profissional e pessoal
- 10 salário e benefícios atraentes

KANTAR TNS_®

Para essa pesquisa, a Randstad junta-se à Kantar TNS, uma das maiores redes mundiais de percepção, informação e consultoria.



composição da amostra no Brasil

dados sociodemográficos, empregabilidade, região.

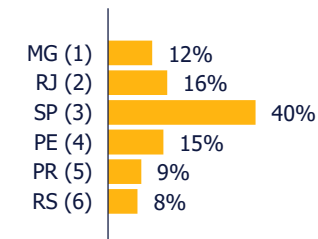
sexo



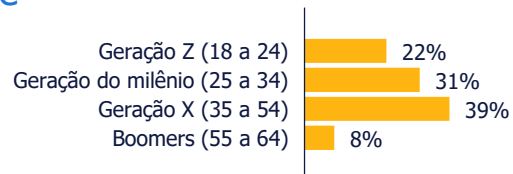
situação



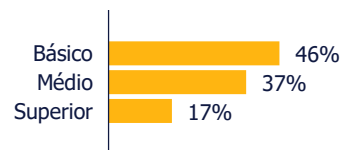
região



idade



formação



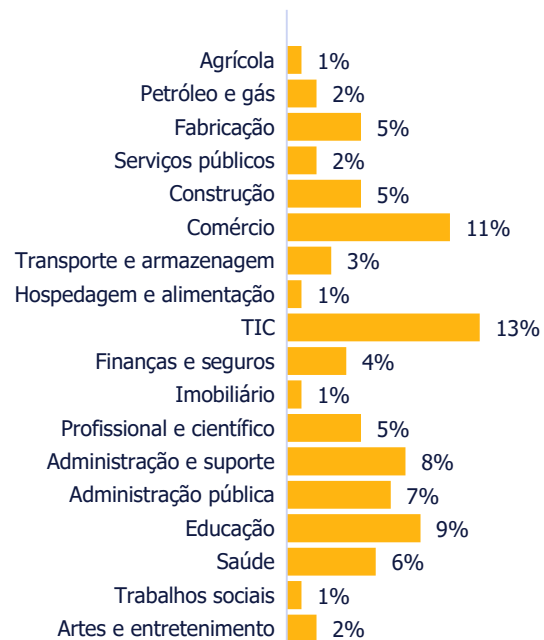
1. Belo Horizonte - MG, Betim - MG, Contagem - MG
2. Duque de Caxias - RJ, Nilópolis - RJ, Niterói - RJ, Nova Iguaçu - RJ, Rio de Janeiro - RJ, São Gonçalo - RJ, São João de Meriti - RJ
3. Diadema - SP, Guarulhos - SP, Mauá - SP, Osasco - SP, Santo André - SP, São Bernardo do Campo - SP, São Caetano do Sul - SP, São Paulo - SP, Campinas - SP, Ribeirão Preto - SP, São José do Rio Preto - SP
4. Jaboatão dos Guararapes - PE, Olinda - PE, Recife - PE
5. Curitiba - PR, São José dos Pinhais - PR
6. Cachoeirinha - RS, Canoas - RS, Porto Alegre - RS, São Leopoldo - RS

amostra total: 4.073
trabalho de campo: Entre 4 e 14 de dezembro de 2018

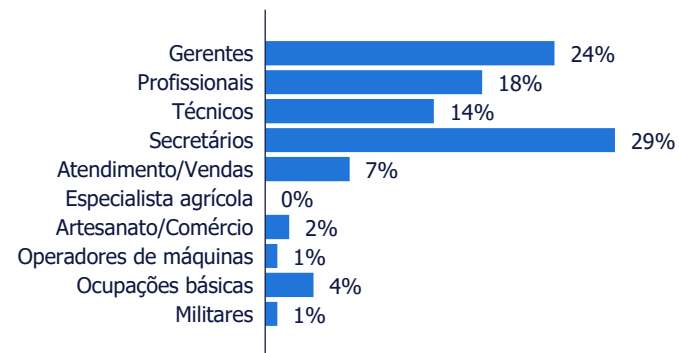


composição da amostra no Brasil.

setor



função

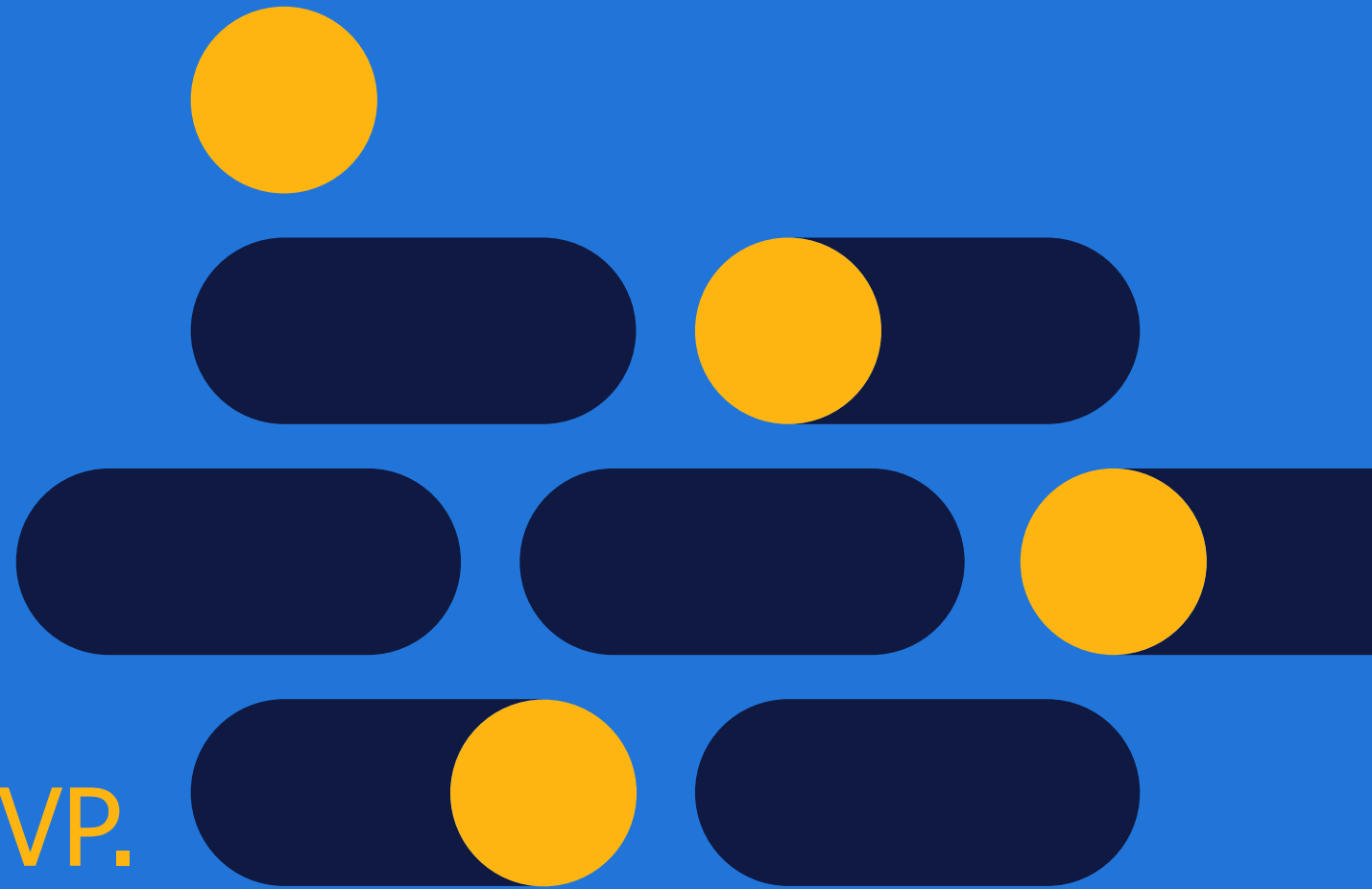


Base: Empregados atualmente (n = 3.149)



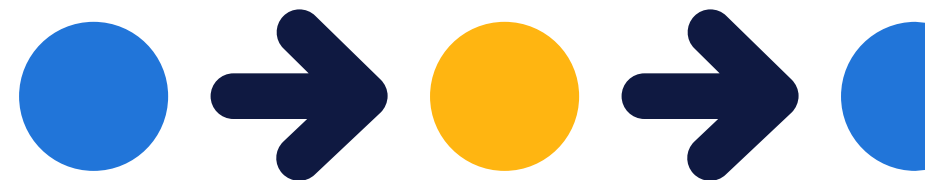
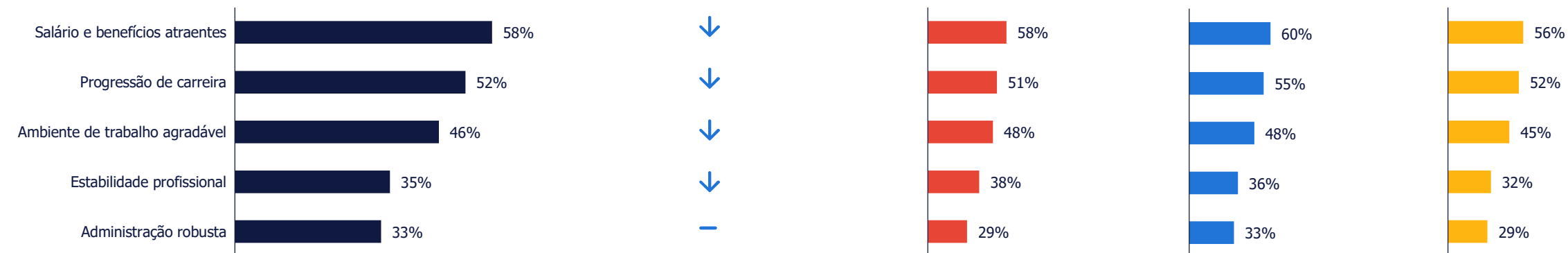
país

indicadores de EVP.

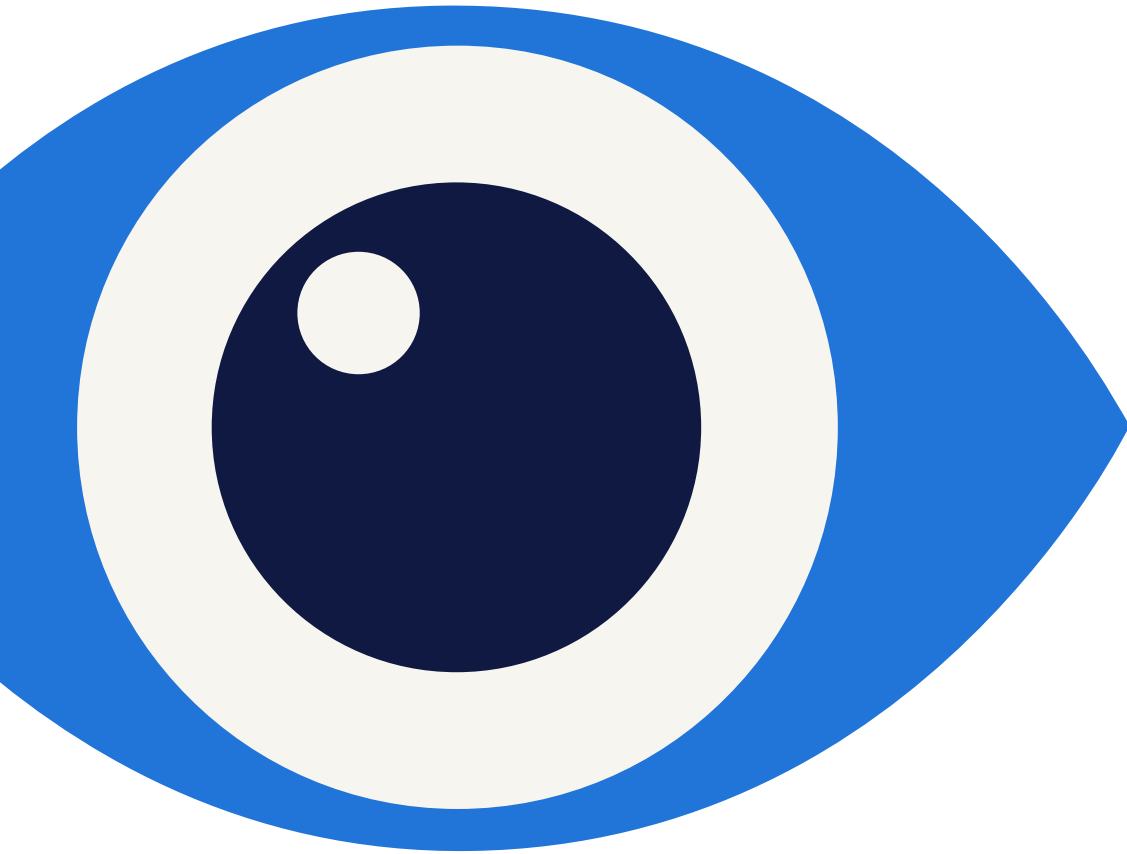


o que potenciais empregados querem ao escolher um empregador.

critérios mais importantes



percepção da oferta do empregador no Brasil e na região.



Entender a lacuna entre o que empregados querem e o que eles acham que empregadores oferecem no Brasil e na região possibilita percepções importantes sobre a construção de uma marca empregadora.

visão tida do empregador no Brasil

- 1 Tem saúde financeira
- 2 Utiliza as últimas tecnologias
- 3 Ótima reputação
- 4 Progressão de carreira
- 5 Bom conteúdo profissional
- 6 Salário e benefícios atraentes
- 7 Ambiente de trabalho agradável
- 8 Estabilidade profissional
- 9 Equilíbrio profissional e pessoal
- 10 Retribui à sociedade

visão tida do empregador na América Latina

- 1 Tem saúde financeira
- 2 Utiliza as últimas tecnologias
- 3 Ótima reputação
- 4 Progressão de carreira
- 5 Salário e benefícios atraentes
- 6 Bom conteúdo profissional
- 7 Ambiente de trabalho agradável
- 8 Estabilidade profissional
- 9 Equilíbrio profissional e pessoal
- 10 Retribui à sociedade

lacuna entre o que (potenciais) empregados buscam e o que empregados veem empregadores oferecendo no Brasil.

Nem sempre os empregadores de um país são vistos como oferecendo o que (potenciais) empregados estão buscando. Confira abaixo três atributos principais que os empregados buscam, mas que acreditam faltar nos empregadores.

Três principais lacunas

- 1 Salário e benefícios atraentes
 - 2 Progressão de carreira
 - 3 Ambiente de trabalho agradável
-



o que potenciais empregados querem por perfil geracional.

Geração Z (18 a 24)

37%

da geração Z busca boas oportunidades de treinamento no empregador. O número é maior em comparação a profissionais mais velhos.

Geração X (35 a 54)

32%

da geração X consideram regime flexível um fator importante no empregador. Na geração Z, esse fator é considerado menos importante.

Geração do milênio (25 a 34)

27%

da geração do milênio busca um empregador bem localizado. Outras gerações estão menos interessadas no que o empregador oferece nesse sentido.

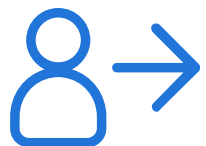
Boomers (55 a 64)

57%

dos *boomers* buscam oportunidades de carreira. Esse número é menor na geração do milênio e na geração X.



atributos importantes por tipo de contrato.



14%

da mão de obra atual
trabalha meio período



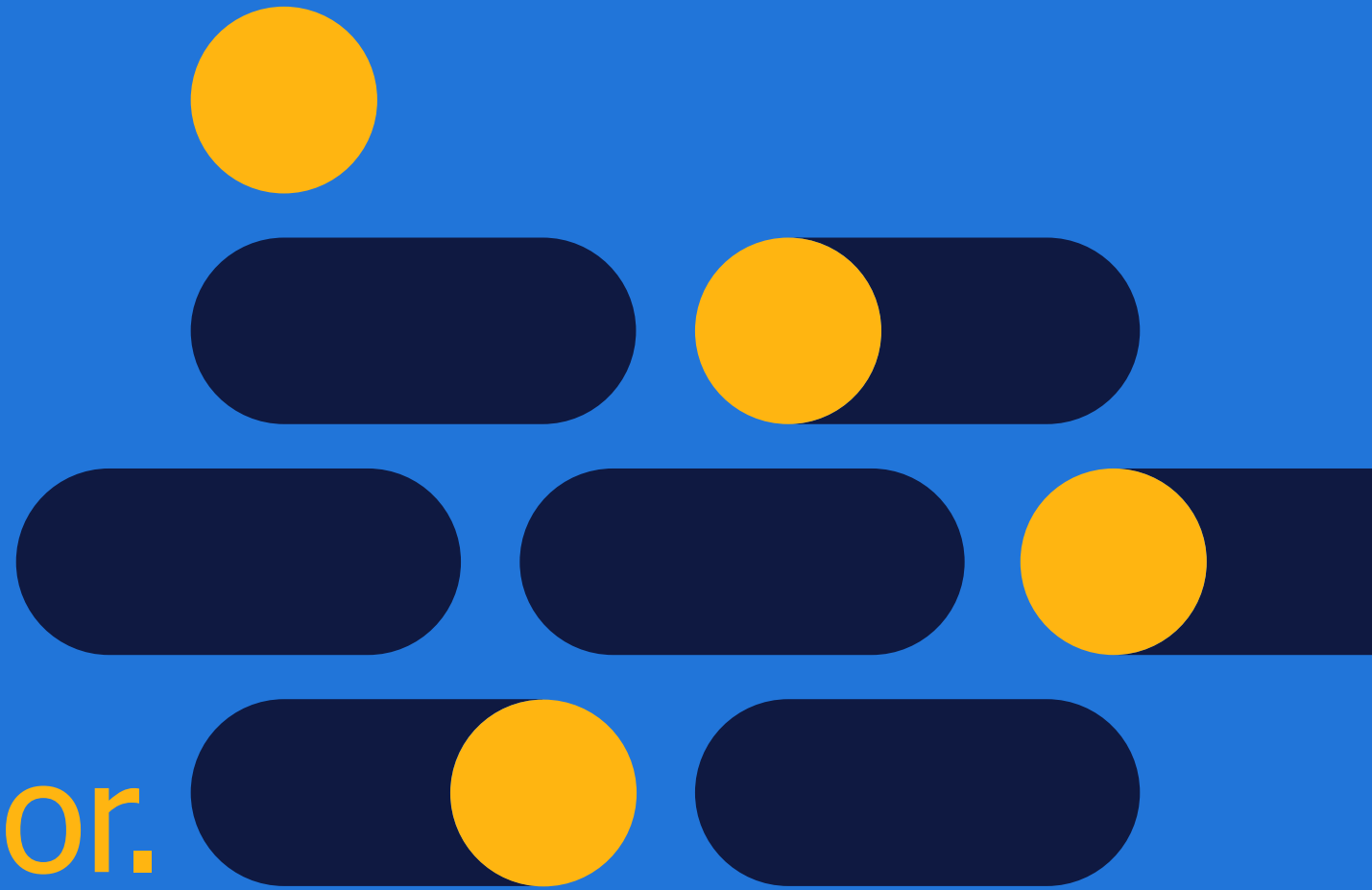
Atributos mais importantes



● Funcionários de meio período ● Funcionários de período integral

mudando ou
não mudando
de

empregador.



mudando de empregador Brasil vs. América Latina.

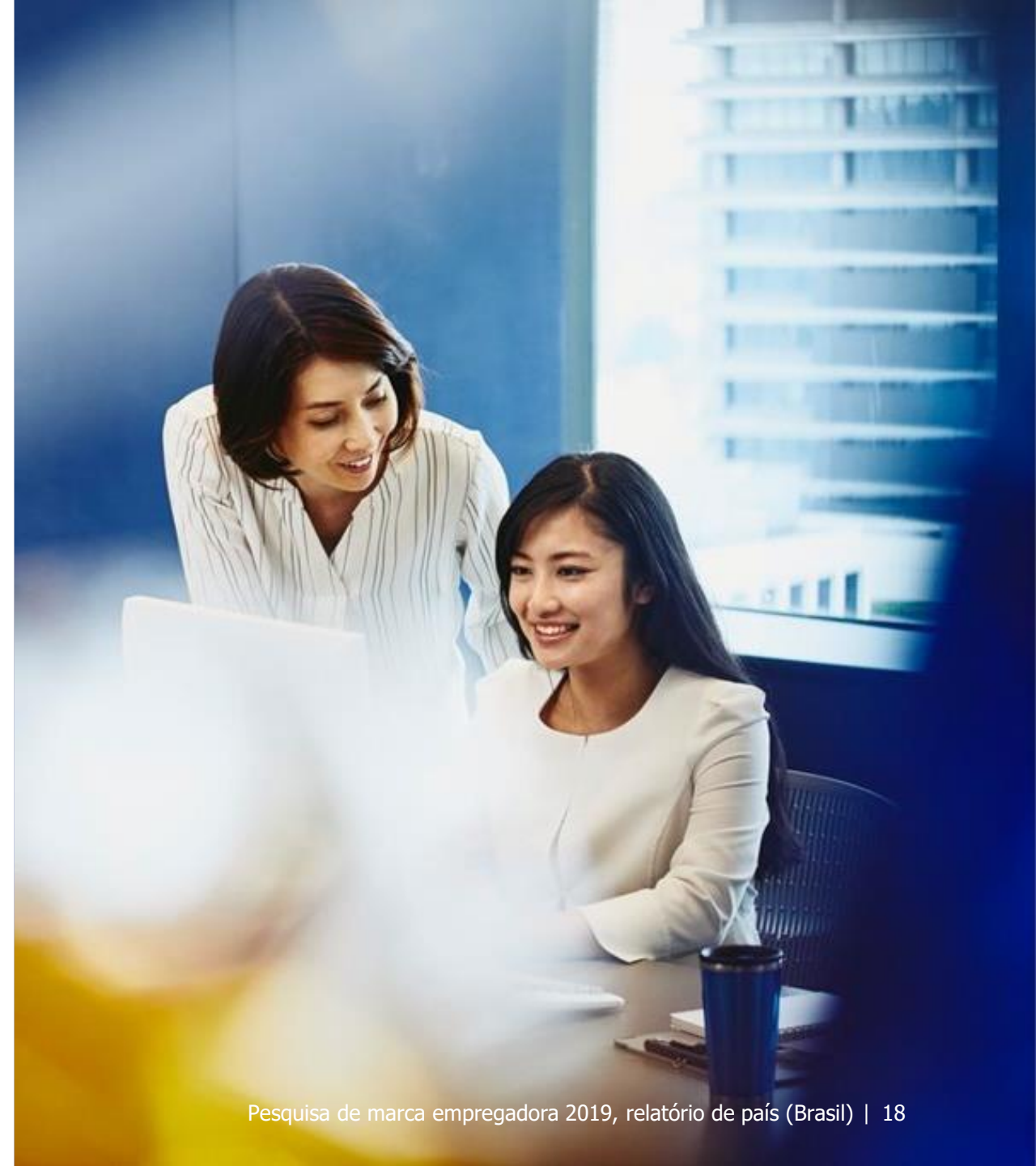
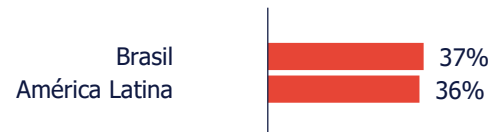
mudaram: de empregador no ano passado



ficaram: no empregador no ano passado

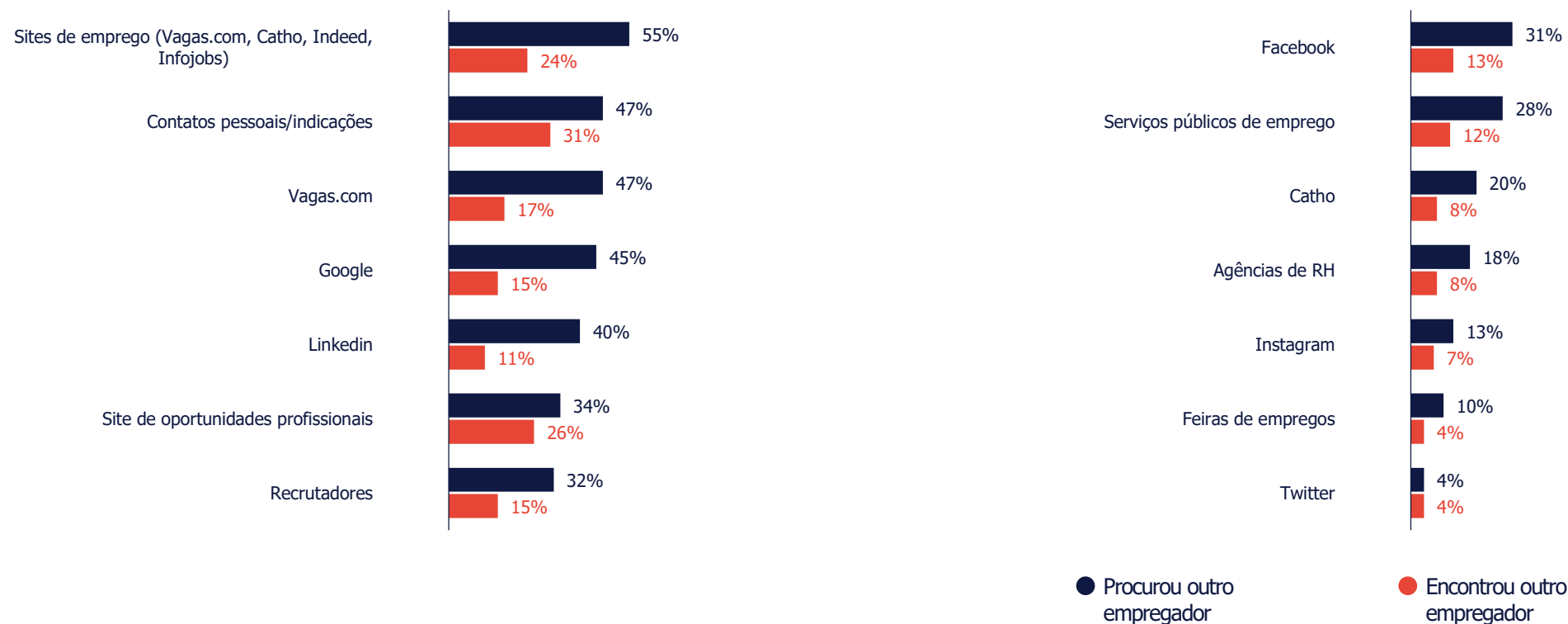


pretendentes: Pretendem mudar de empregador no próximo ano

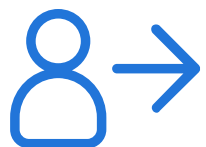


como trabalhadores brasileiros buscam e encontram empresas.

canais utilizados para buscar e encontrar empregadores



atributos mais importantes mudar *vs.* ficar.



20% (20%)*

mudaram de
empregador no
ano passado



80% (80%)*

ficaram no empregador
no ano passado

*em 2018



atributos mais importantes



● Mudadores

● Ficadores

atributos mais importantes pretendentes.



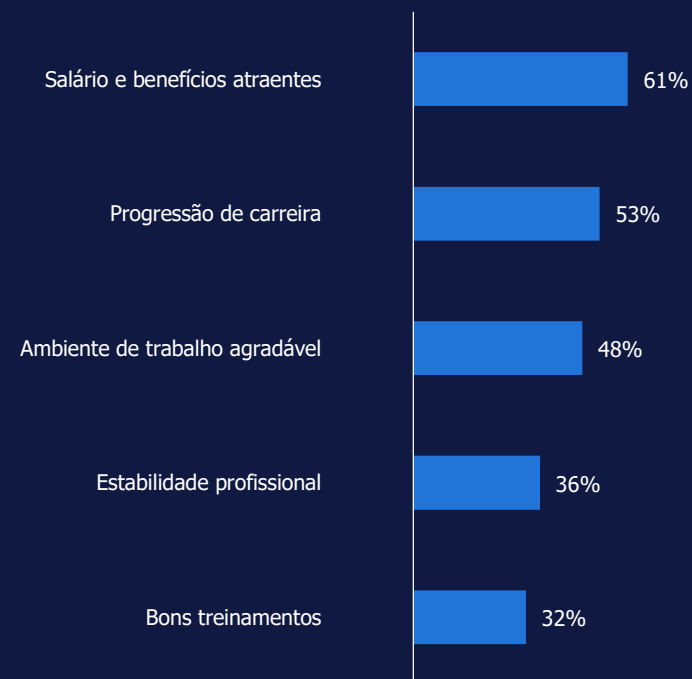
37% (36%)*

pretendem mudar de empregador no próximo ano.

*em 2018

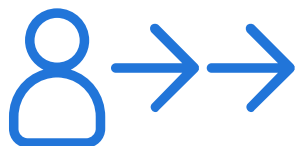


atributos mais importantes



● Pretendentes

canais para buscar empregadores pretendentes.



54% (49%)*

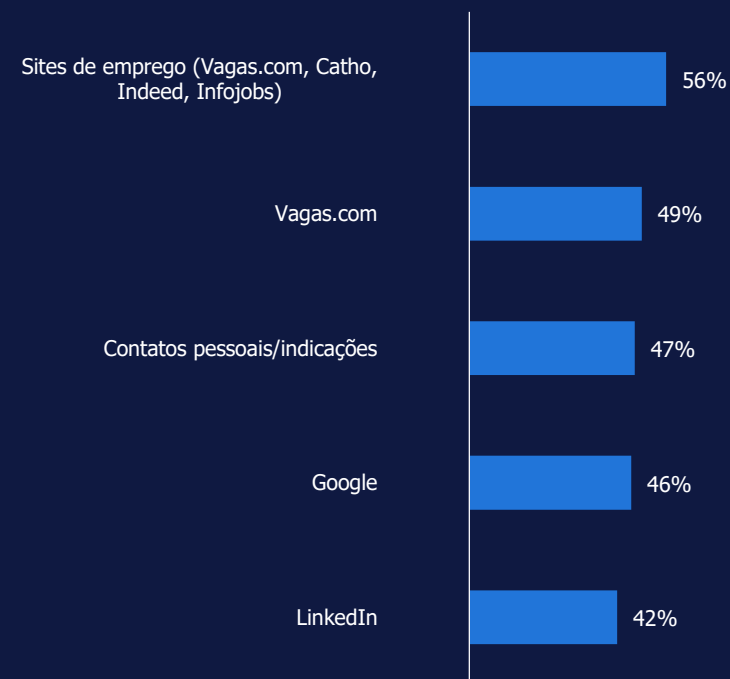
dos mudadores do ano passado** pretendem mudar novamente no próximo ano.

**n = 815 mudaram no ano passado

*em 2018



canais para buscar empregadores



● Pretendentes

por que brasileiros ficam ou saem.

principais motivos para ficar



principais motivos para sair



por quais fatores os brasileiros permanecem motivos para ficar, por perfil.



Geração Z (18 a 24)

34%

da geração Z permanece quando o empregador possui uma administração robusta. Esse número é maior em comparação à geração do milênio e à geração X.

Geração X (35 a 54)

52%

da geração X permanece no empregador por salário e benefícios atraentes. Esse fator é considerado menos importante na geração Z.

Geração do milênio (25 a 34)

32%

da geração do milênio permanece quando têm bom conteúdo profissional. Gerações mais velhas estão menos interessadas no que o empregador oferece nesse sentido.

Boomers (55 a 64)

38%

dos *boomers* permanecem quando o empregador tem saúde financeira ou promove um ambiente de trabalho agradável.

por quais fatores os brasileiros saem motivos para sair, por perfil.

Geração Z (18 a 24)

25%

da geração Z sai do empregador por falta de desafios suficientes no emprego. Esse número é maior em comparação à geração X.

Geração X (35 a 54)

37%

da geração X sai do empregador por falta de reconhecimento ou recompensas. A geração Z considera esse fator um motivo menos importante para sair.

Geração do milênio (25 a 34)

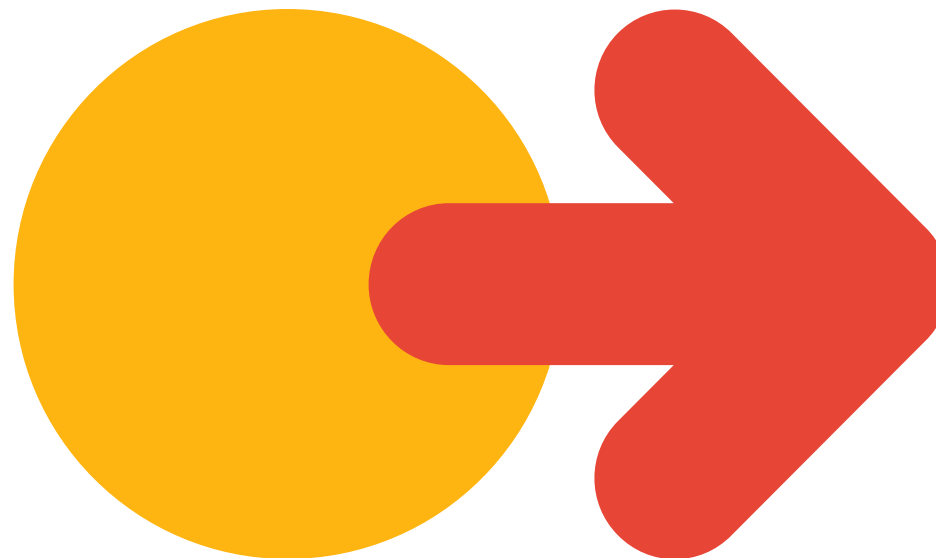
22%

da geração do milênio sai quando a organização oferece poucos benefícios ou nenhum. Outras gerações estão menos interessadas no que o empregador oferece nesse sentido.

Boomers (55 a 64)

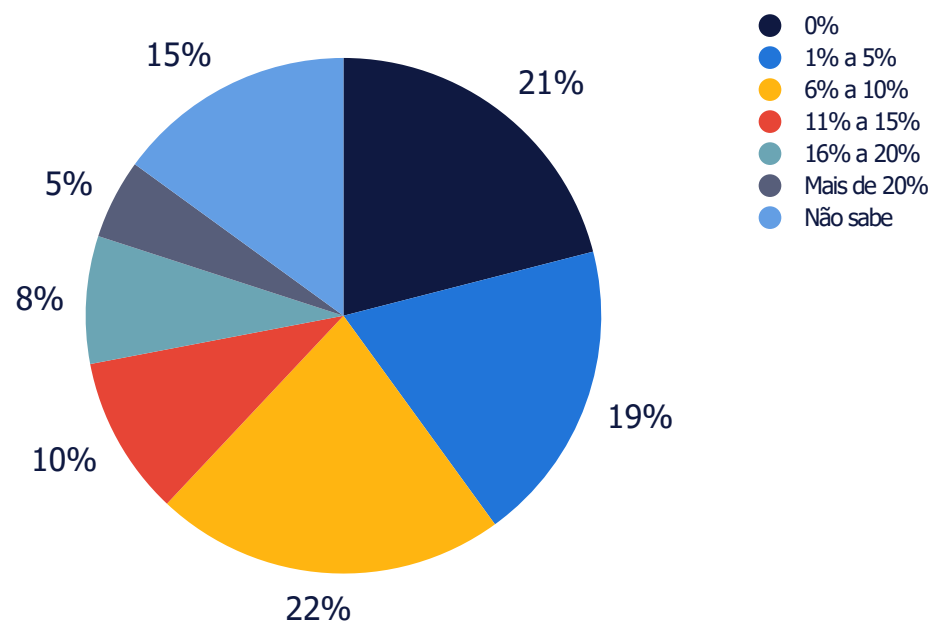
33%

dos *boomers* saem porque o empregador oferece poucas alternativas flexíveis de trabalho. A geração do milênio e a geração X tendem menos a sair por esse motivo.



disposição de abrir mão do salário por mais estabilidade profissional.

valor salarial do qual os empregados abririam mão



Brasil

23%

estão dispostos a abrir mão de mais de 10% do salário nessa troca

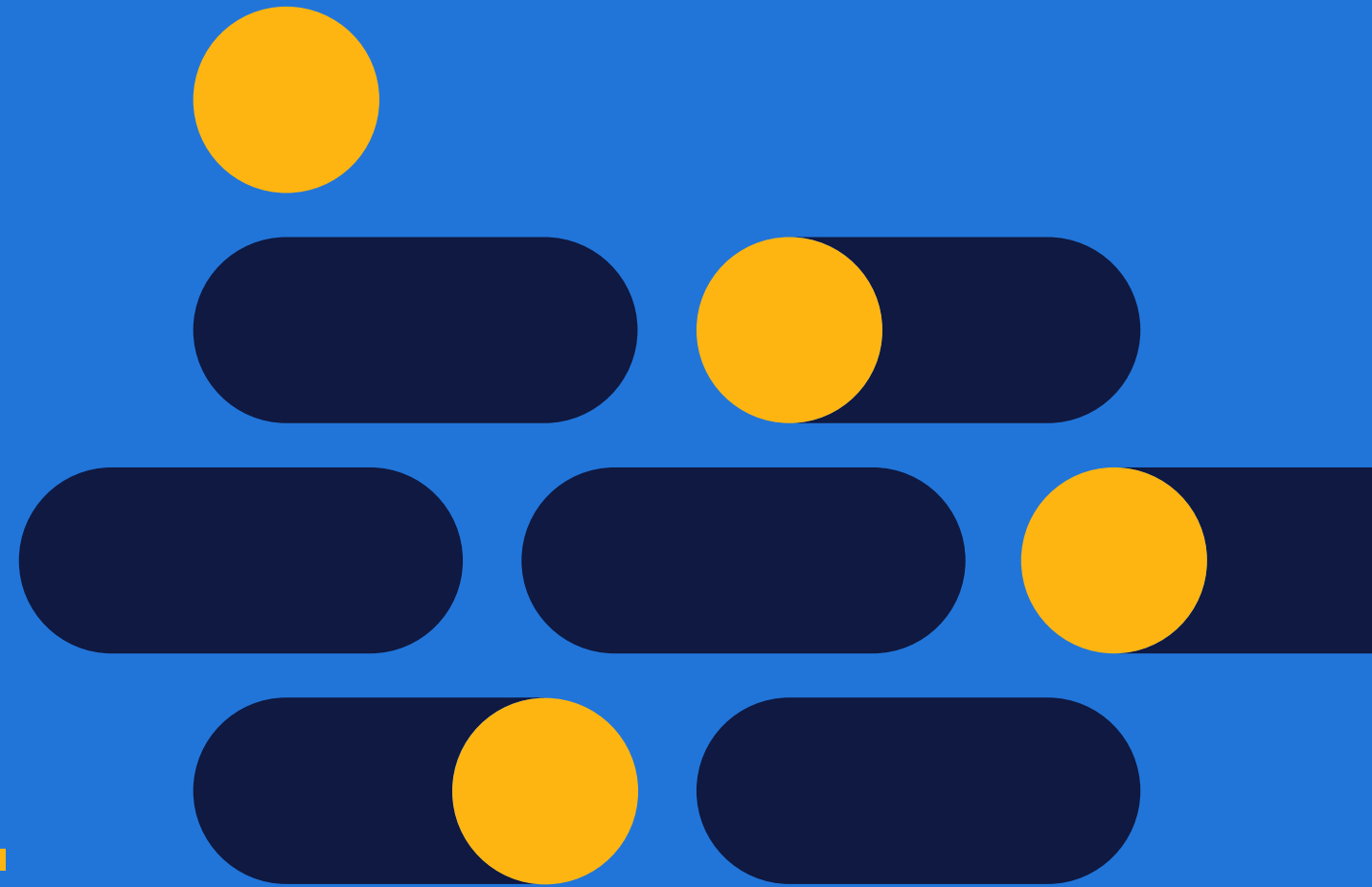
América Latina

24%

estão dispostos a abrir mão de mais de 10% do salário nessa troca



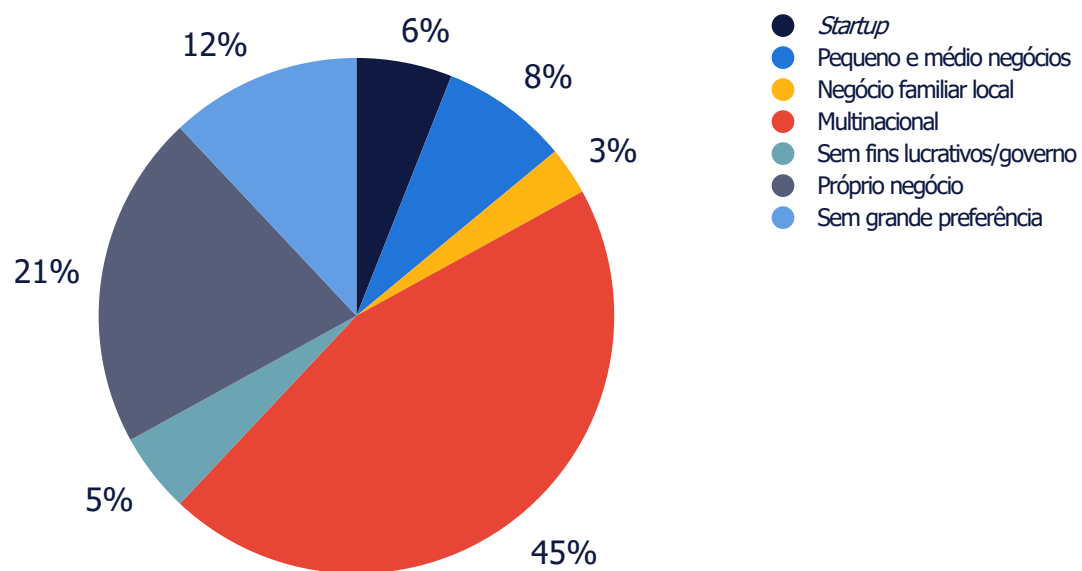
empresa ideal



em foco.

45% dos brasileiros preferem trabalhar em grandes empresas (multinacionais).

tipo preferido de empresa



- *Startup*
- Pequeno e médio negócios
- Negócio familiar local
- Multinacional
- Sem fins lucrativos/governo
- Próprio negócio
- Sem grande preferência

Geração Z (18 a 24)

45%

preferem trabalhar em uma empresa grande (multinacional)

Geração X (35 a 54)

14%

não têm grande preferência

Geração do milênio (25 a 34)

8%

preferem trabalhar em uma *startup*

Boomers (55 a 64)

28%

preferem ter o próprio negócio

tipo preferencial de empresa motivos.

Multinacional (45%)

Saúde financeira

Progressão de carreira

Salário e benefícios atraentes

Startup (6%)

Ambiente de trabalho agradável

Bom conteúdo profissional

Equilíbrio profissional e pessoal

Próprio negócio (21%)

Equilíbrio profissional e pessoal

Regime flexível

Saúde financeira

Sem fins lucrativos/governo (5%)

Equilíbrio profissional e pessoal

Estabilidade profissional

Retribui à sociedade

Pequeno e médio negócios (8%)

Ambiente de trabalho agradável

Equilíbrio profissional e pessoal

Progressão de carreira

Negócio familiar local (3%)

Equilíbrio profissional e pessoal

Saúde financeira

Estabilidade profissional



tipo preferencial de empresa mudar *vs.* ficar.



11%

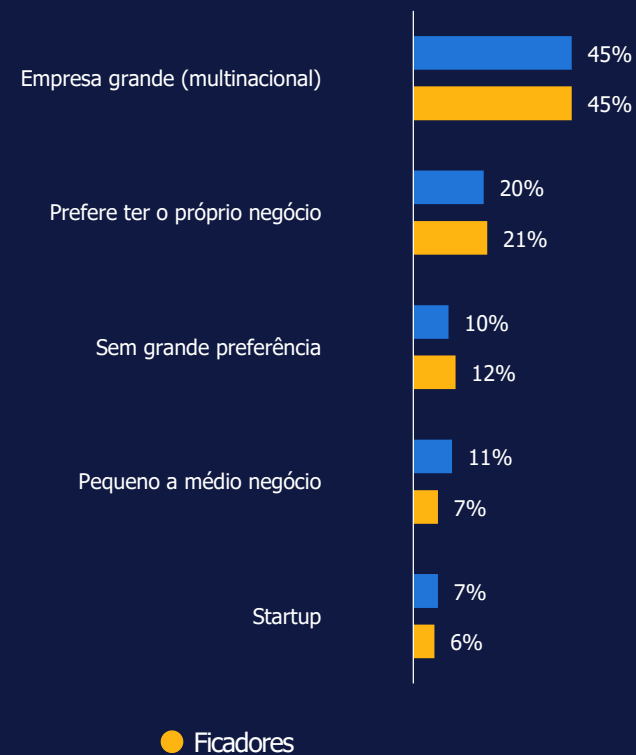
dos mudadores
preferem trabalhar em
pequenos ou médios
negócios



12%

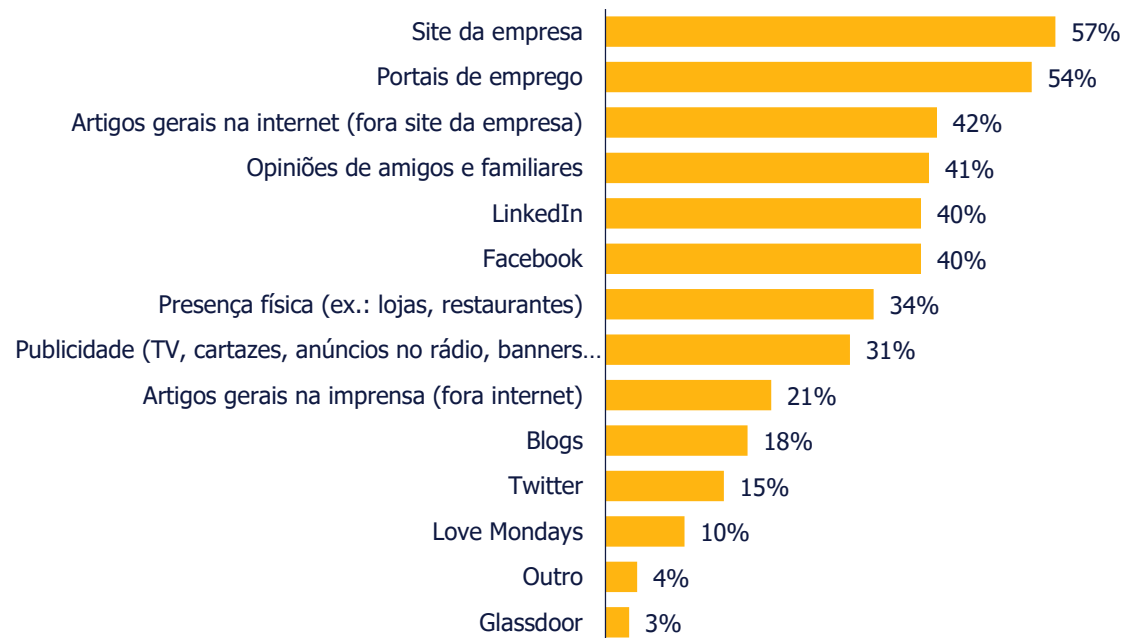
dos ficadores não têm
grande preferência

tipo preferencial de empresa



94% dos brasileiros verificam a reputação do empregador em potencial.

Canais para verificação de reputação



Mais utilizados

Geração Z (18 a 24)

64%

Portais de emprego

Geração X (35 a 54)

55%

Site da empresa

Geração do milênio (25 a 34)

45%

LinkedIn

Boomers (55 a 64)

36%

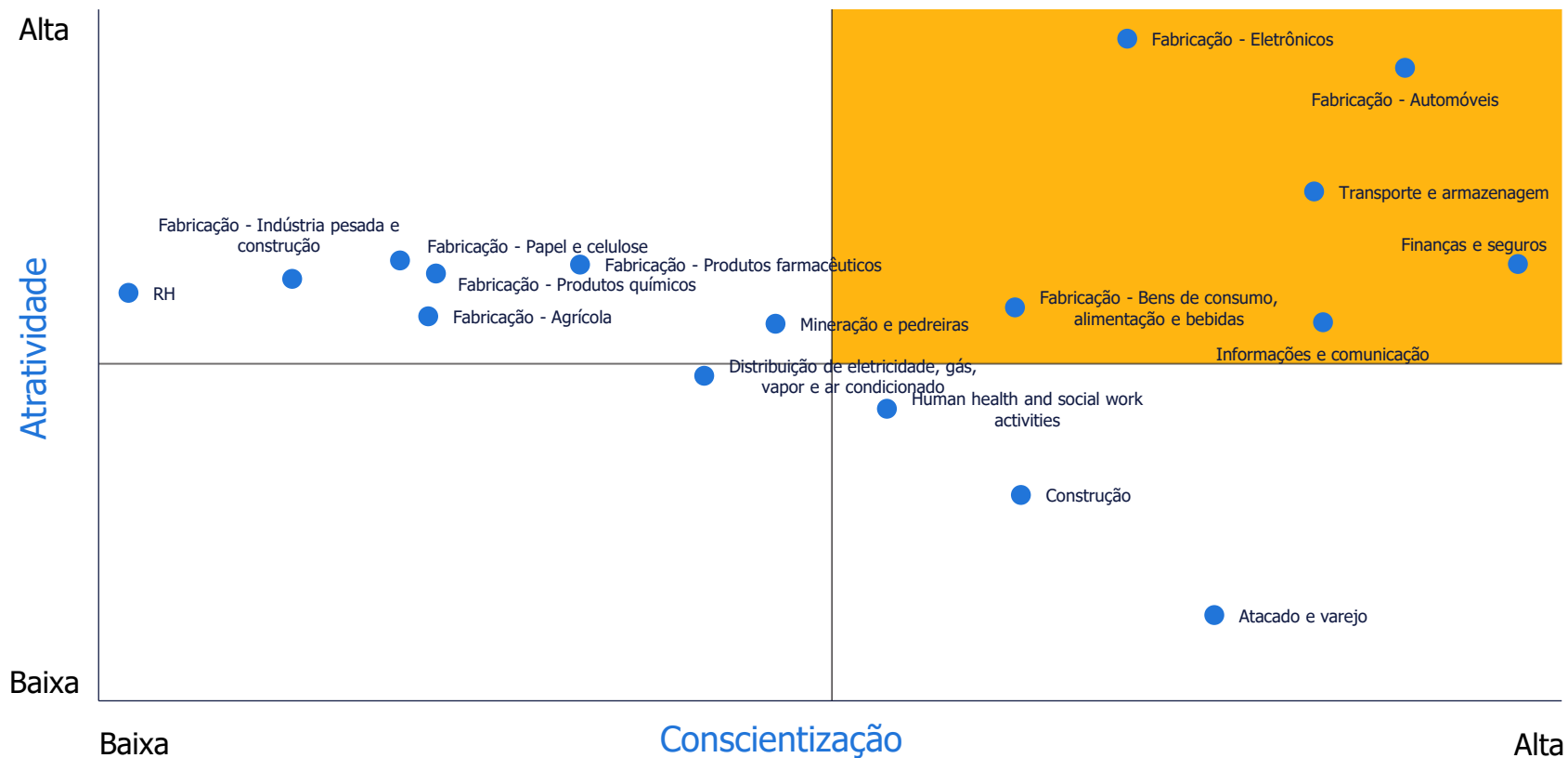
Artigos gerais na imprensa (fora internet)

percepções



do setor.

setores com melhor desempenho no Brasil por conscientização e atratividade.



Alta conscientização

Ter alta conscientização significa que empregadores do setor são bem conhecidos.

Alta atratividade

Um setor com alta atratividade possui empresas mais atrativas do que outros setores.



os setores brasileiros pontuam melhor nesses três indicadores de EVP

1/2.

Três principais indicadores de EVP

Setor	1	2	3
01 Fabricação - Eletrônicos	Utiliza as últimas tecnologias	Tem saúde financeira	Ótima reputação
02 Fabricação - Automóveis	Utiliza as últimas tecnologias	Tem saúde financeira	Ótima reputação
03 Transporte e armazenagem	Utiliza as últimas tecnologias	Tem saúde financeira	Ótima reputação
04 Fabricação - Papel e celulose	Tem saúde financeira	Utiliza as últimas tecnologias	Ótima reputação
05 Finanças e seguros	Tem saúde financeira	Utiliza as últimas tecnologias	Progressão de carreira
06 Fabricação - Produtos farmacêuticos	Tem saúde financeira	Utiliza as últimas tecnologias	Ótima reputação
07 Fabricação - Produtos químicos	Tem saúde financeira	Utiliza as últimas tecnologias	Ótima reputação
08 Fabricação - Indústria pesada e construção	Tem saúde financeira	Utiliza as últimas tecnologias	Ótima reputação
09 RH	Tem saúde financeira	Ótima reputação	Utiliza as últimas tecnologias
10 Fabricação - Bens de consumo, alimentação e bebidas	Tem saúde financeira	Ótima reputação	Utiliza as últimas tecnologias



os setores brasileiros pontuam melhor nesses três indicadores de EVP

2/2.

Setor	Três principais indicadores de EVP		
	1	2	3
11 Fabricação - Agrícola	Tem saúde financeira	Utiliza as últimas tecnologias	Ótima reputação
12 Informações e comunicação	Utiliza as últimas tecnologias	Tem saúde financeira	Ótima reputação
13 Mineração e pedreiras	Utiliza as últimas tecnologias	Tem saúde financeira	Salário e benefícios atraentes
14 Distribuição de eletricidade, gás, vapor e ar condicionado	Tem saúde financeira	Utiliza as últimas tecnologias	Ótima reputação
15 Saúde humana e trabalhos sociais	Ótima reputação	Utiliza as últimas tecnologias	Tem saúde financeira
16 Construção	Utiliza as últimas tecnologias	Tem saúde financeira	Progressão de carreira
17 Atacado e varejo	Tem saúde financeira	Ótima reputação	Utiliza as últimas tecnologias

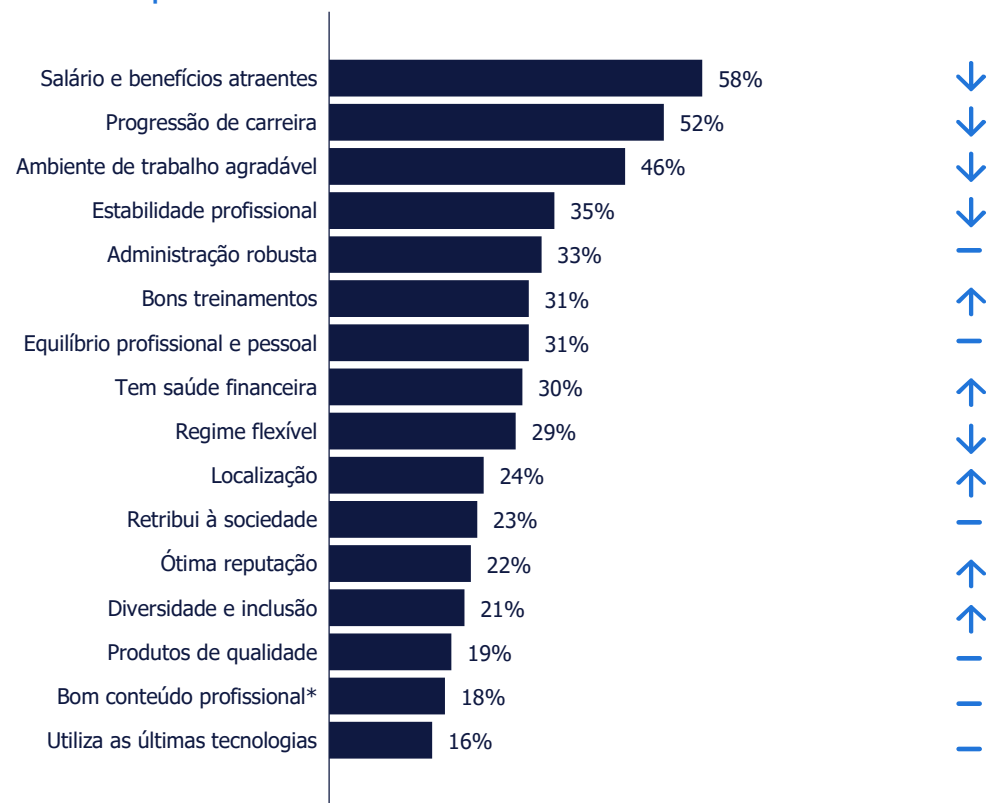
imersão

anexo 1.



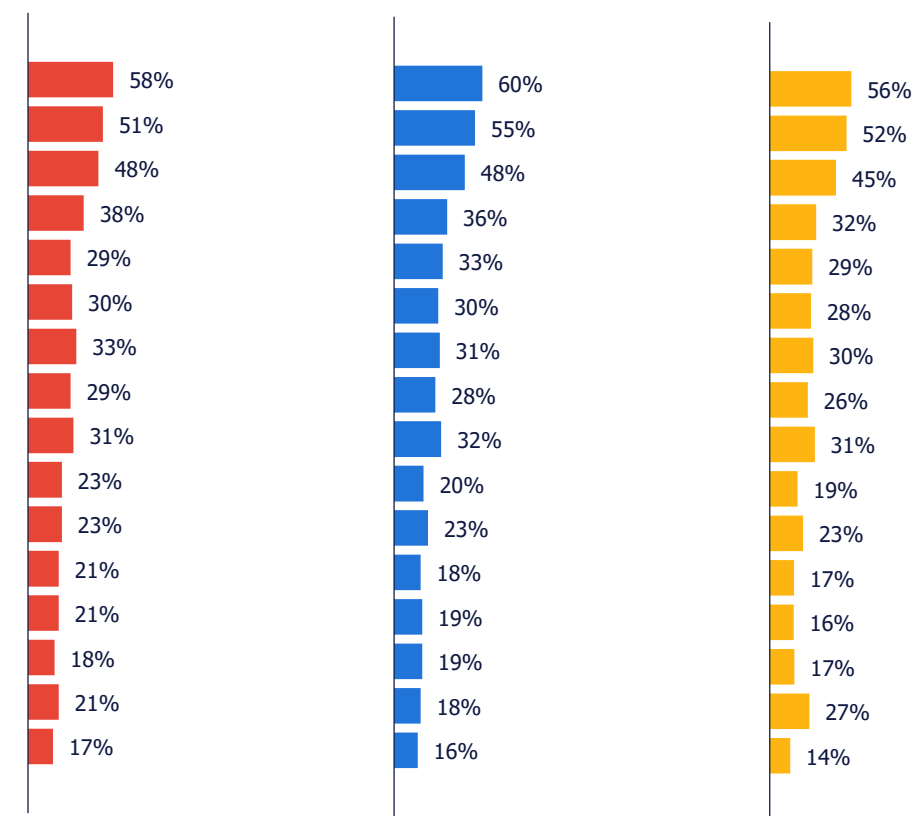
o que potenciais empregados querem critérios mais importantes na escolha do empregador.

Critérios importantes



Em comparação a 2018

América Latina

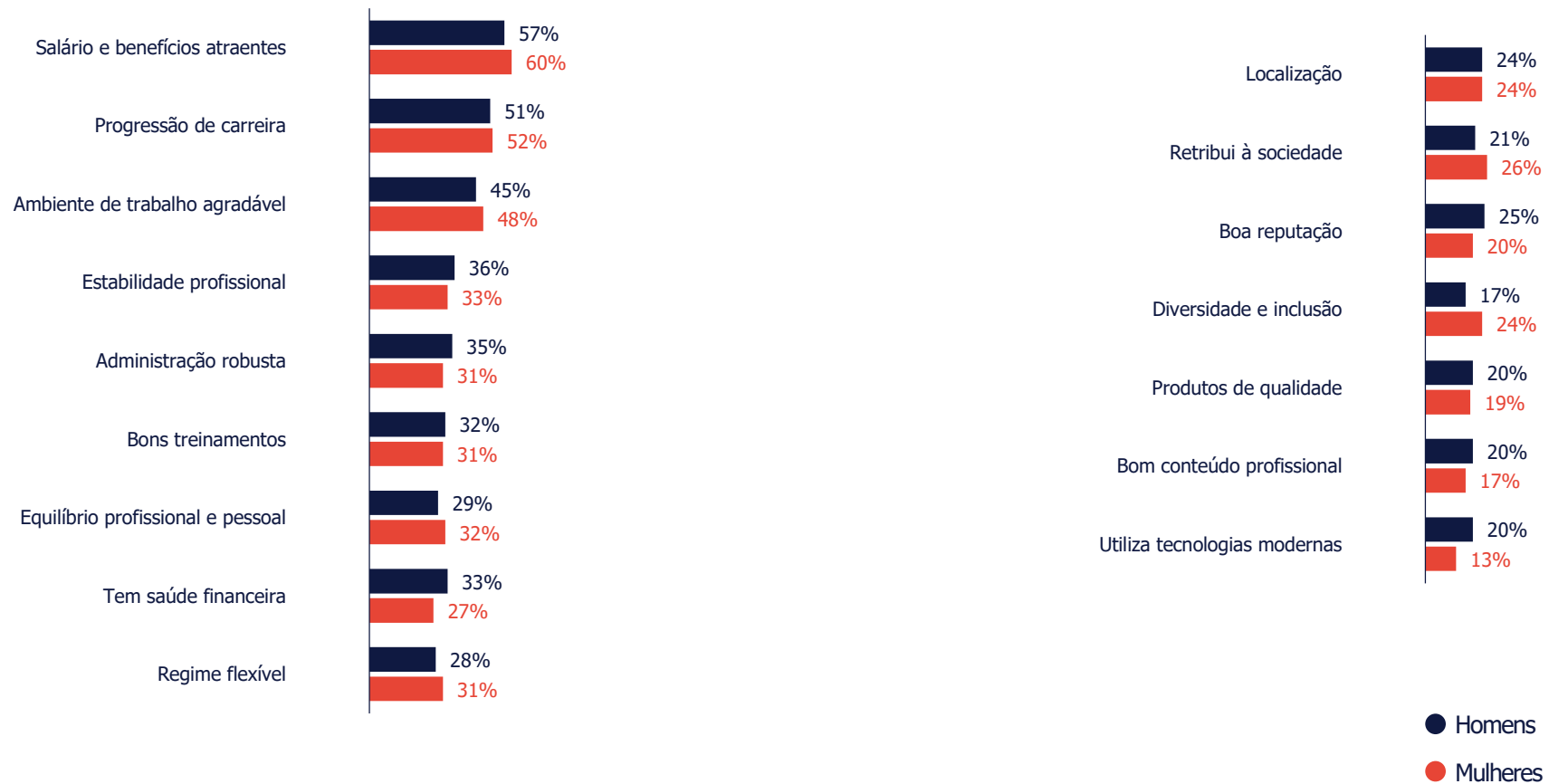


*2017: Trabalho estimulante e desafiador

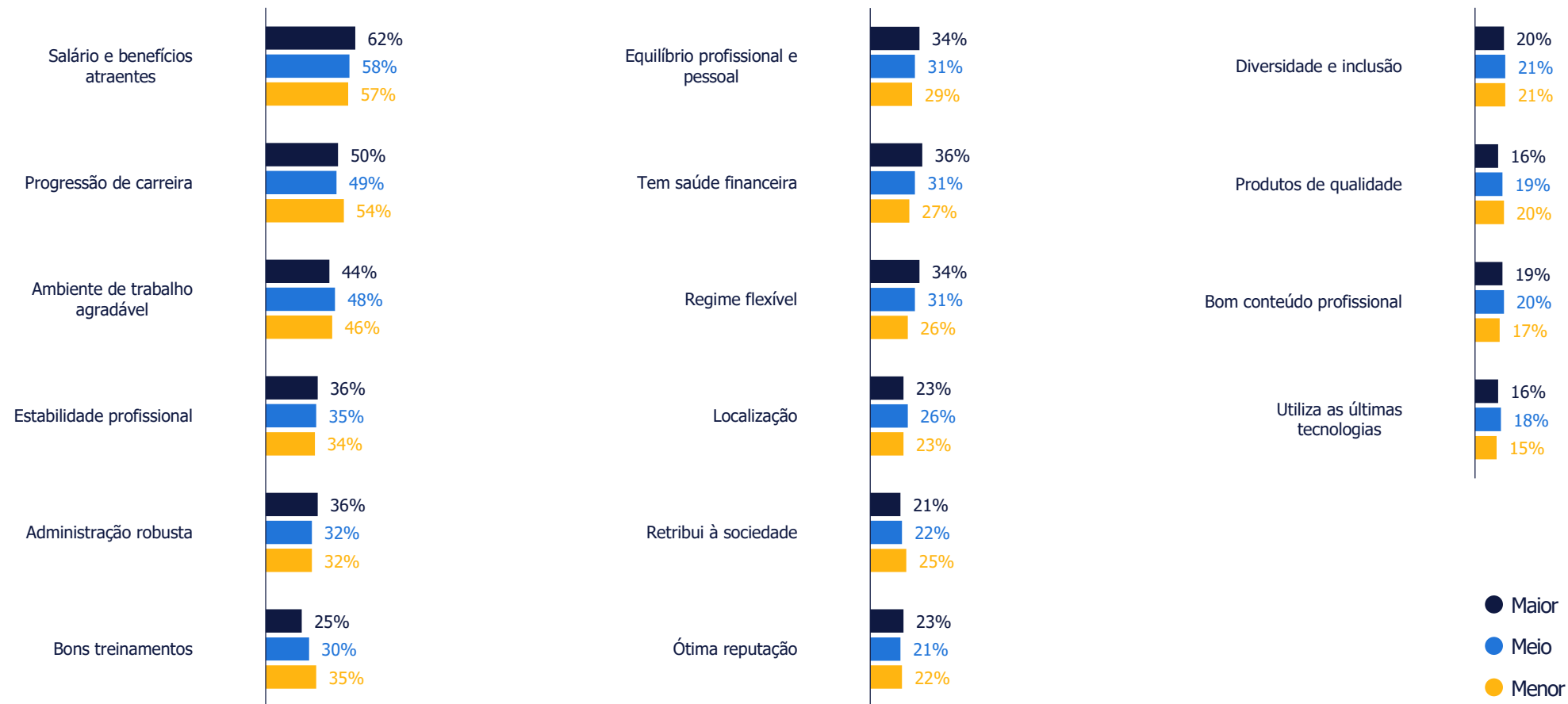
Características mais bem avaliadas pela mão de obra. Enfatizar ou melhorar esses elementos é essencial para sua EVP, pois eles contribuem muito com a força de sua marca empregadora.



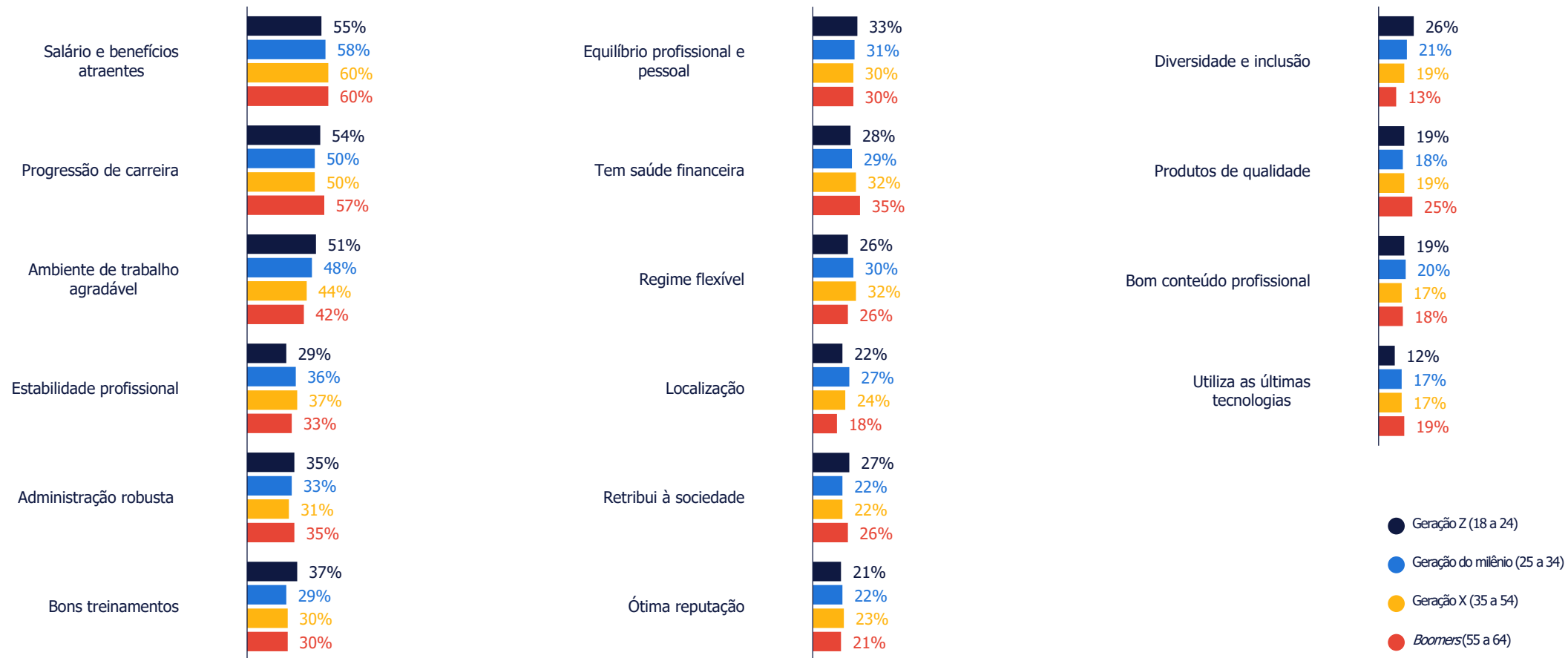
importância do indicador de EVP por sexo.



importância do indicador de EVP por formação.



importância do indicador de EVP por idade.

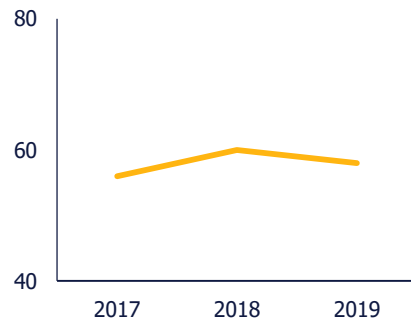


importância do indicador de EVP

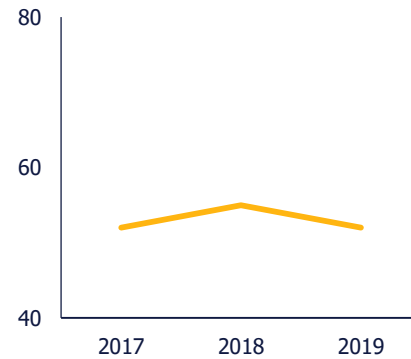
tendências, total.

1/2

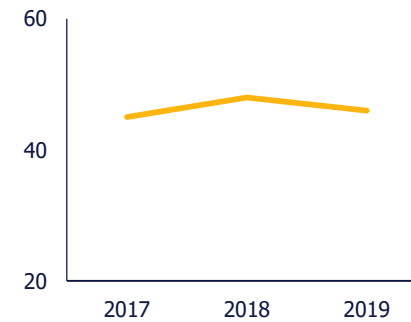
Salário e benefícios atraentes



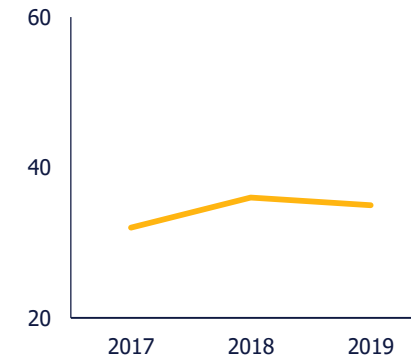
Progressão de carreira



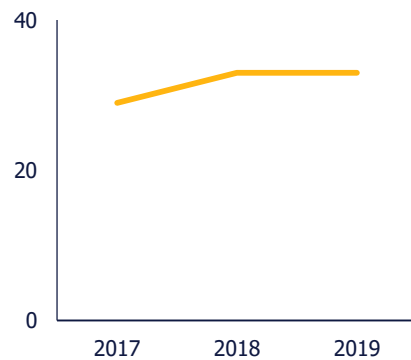
Ambiente de trabalho agradável



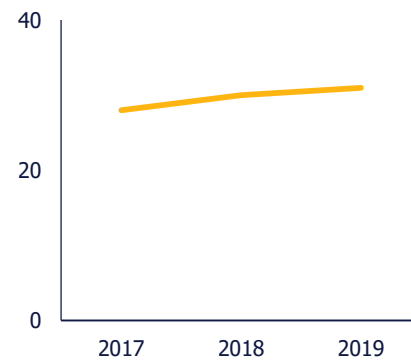
Estabilidade profissional



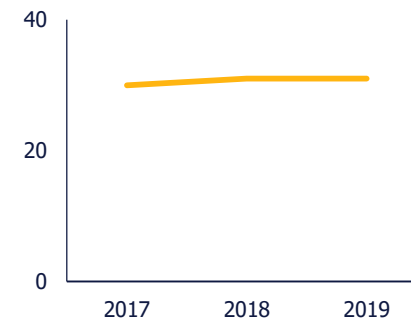
Administração robusta



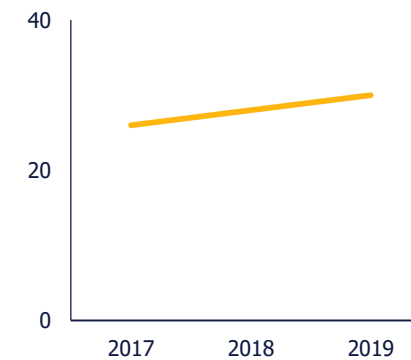
Bons treinamentos



Equilíbrio profissional e pessoal



Tem saúde financeira

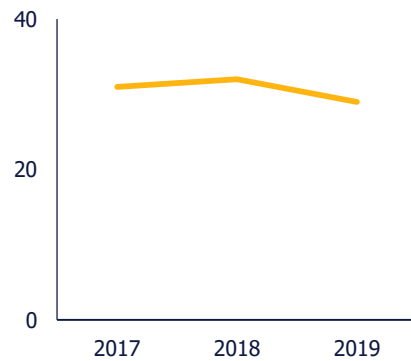


importância do indicador de EVP

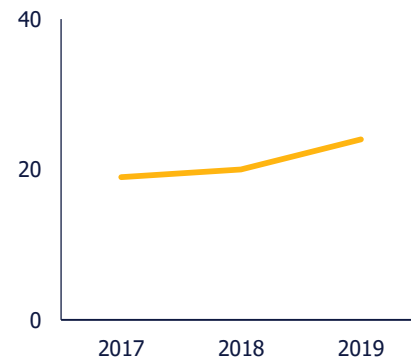
tendências, total.

2/2

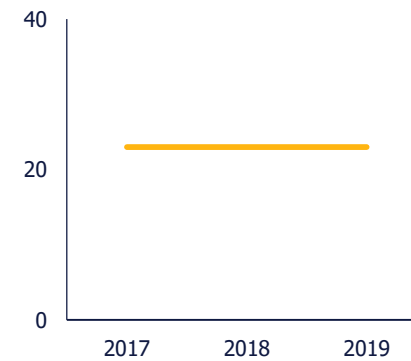
Regime flexível



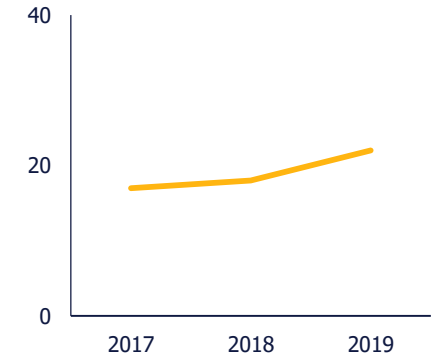
Localização



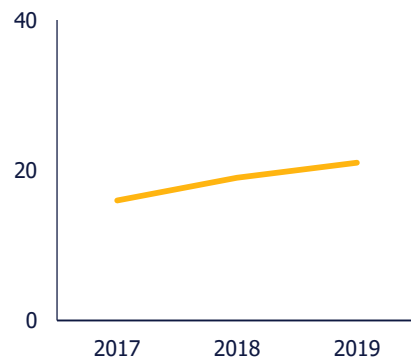
Retribui à sociedade



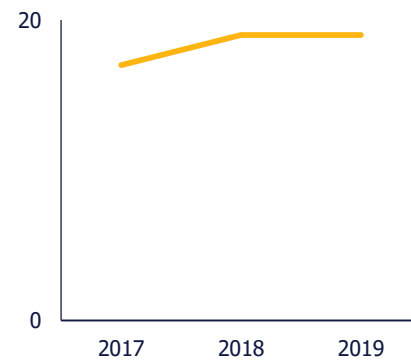
Ótima reputação



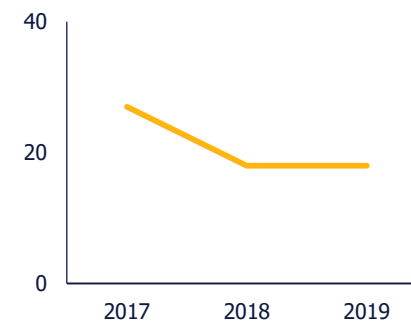
Diversidade e inclusão



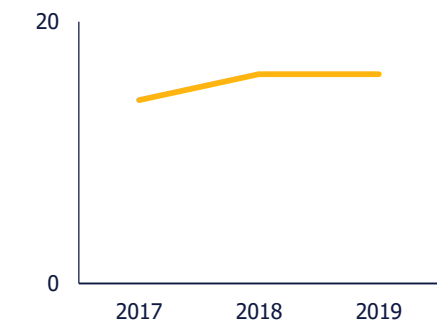
Produtos de qualidade



Bom conteúdo profissional*



Utiliza as últimas tecnologias

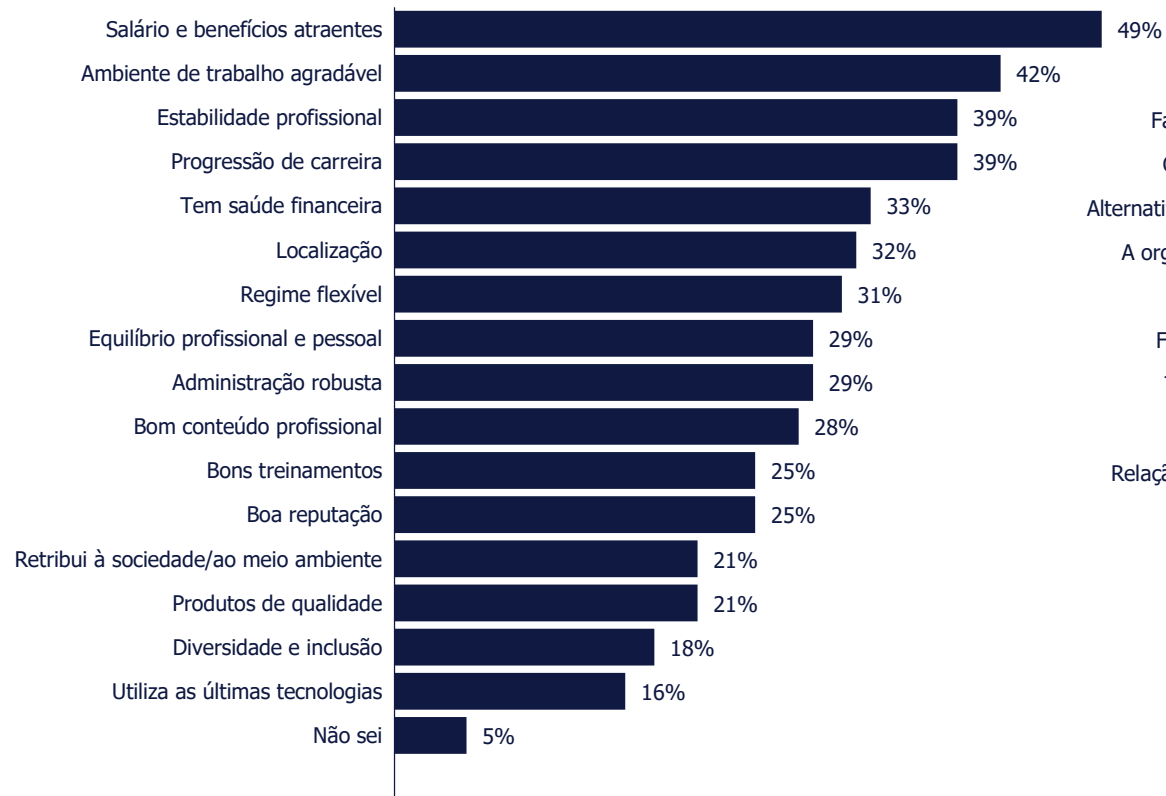


*2017: Trabalho estimulante e desafiador

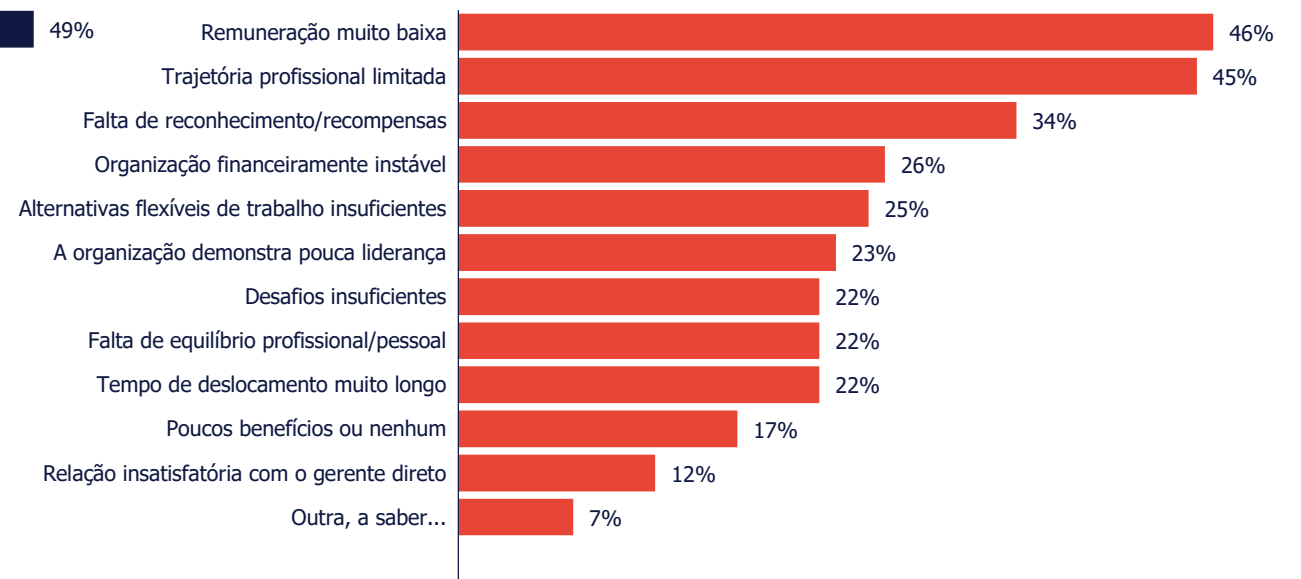


por quais fatores os brasileiros permanecem ou saem.

Motivos para ficar



Motivos para sair



randstad

human forward.

