



ManpowerGroup®
Solutions

Siri,[®] encontre-me um novo emprego



Por que os empregadores devem
adotar uma abordagem de alta
interação / alta tecnologia para
atrair candidatos



“Alexa®, mostre novas vagas de emprego.”

“E aí, Siri®, estou procurando um emprego...”

Como especialistas globais em força de trabalho, o **ManpowerGroup** encontra empregos para mais de dois milhões de pessoas todos os anos em 80 países e territórios, ajudando centenas de milhares de empresas a atrair, avaliar, desenvolver e reter talentos com as habilidades certas.

- Como e **onde** você procura emprego?
- Quais **tecnologias** você **usa**?
- Quais **tecnologias** você **prefere**?



- 1 | Introdução p. 3
- 2 | O surgimento dos pioneiros tecnológicos p. 4-5
- 3 | Anúncios em mídias sociais lideram o caminho p. 5
- 4 | A tecnologia de RH certa para cada mercado p. 6-7
- 5 | Pioneiros no uso de tecnologias de RH enviam mais candidaturas p. 8
- 6 | Candidatos valorizam a conexão humana p. 8
- 7 | A melhor combinação p. 9-10
- 8 | Obtendo ajuda para a sua estratégia de talentos p. 11
- 9 | Mais informações sobre os participantes p. 12

Índice

Introdução

PESQUISA GLOBAL DE PREFERÊNCIAS DOS CANDIDATOS



Entrevistamos
aproximadamente
18.000

candidatos que
estão trabalhando
atualmente

com idades entre
18-65 anos

em **24** países influentes
no mercado de trabalho em todo o mundo

Os candidatos revelaram o que é mais
importante para eles no processo de busca
por um emprego

CANDIDATO: alguém que atualmente faz parte da força de trabalho e que
busca por um emprego

As empresas enfrentam uma escassez sem precedentes de trabalhadores. A escassez de talentos global está em alta há 12 anos, com 45% dos empregadores no mundo relatando dificuldades para encontrar as habilidades necessárias. Está cada vez mais difícil encontrar candidatos qualificados, e os empregadores estão lidando com esse desafio investindo em uma variedade de ferramentas tecnológicas projetadas para ajudá-los a buscar, selecionar e contratar candidatos.

Ainda assim, apesar de todas as mais recentes tecnologias quase que obrigatórias, de publicação automática de vagas e chat bots ao uso de inteligência artificial (IA) para analisar currículos, perguntas fundamentais geralmente ficam de

fora: Quais são os problemas específicos de recrutamento e contratação que a organização está tentando solucionar? Quais tecnologias os candidatos preferem? Qual é o papel da interação humana? Os investimentos em tecnologia estão aprimorando a experiência dos candidatos?

Desde clicar em anúncios de vagas em mídias sociais a pedir ajuda a Siri®, Cortana® e Alexa®, os candidatos foram claros: a tecnologia tem o potencial de oferecer uma experiência aprimorada, mas ela não substitui a interação humana. As empresas que buscam contratar os candidatos certos precisam combinar alta tecnologia com uma abordagem de alta interação.

Muitos empregadores querem ser inovadores, mas não têm certeza sobre qual problema estão tentando resolver com novas tecnologias de RH. No entanto, a tecnologia não pode agregar valor à experiência do candidato sem seres humanos criativos que possam utilizar as novas ferramentas para resolver problemas, otimizar seu uso e garantir o ROI.

Elizabeth Theodore, Diretora Administrativa, ManpowerGroup Solutions, América do Norte

¹ ManpowerGroup, Resolvendo a Escassez de Talentos: Formar, Comprar, Pegar Emprestado e Migrar www.manpowergroup.com/talent-shortage-2018

² Siri® é uma marca registrada da Apple Inc.

³ Cortana® é uma marca registrada da Microsoft

⁴ Alexa® é uma marca registrada da Amazon.com, Inc.

O surgimento dos pioneiros tecnológicos: um grupo pequeno, porém significativo



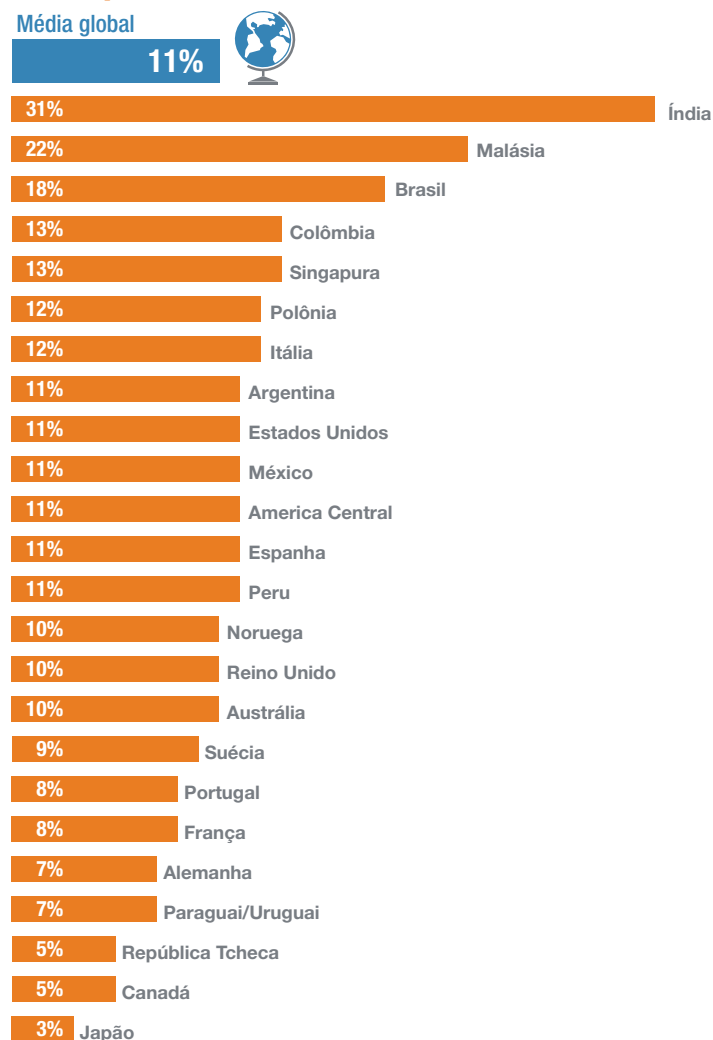
A ManpowerGroup Solutions identificou um novo grupo de candidatos conhecido como Pioneiros das Tecnologias de RH, ou seja, indivíduos que já usaram pelo menos três ou mais tecnologias em suas buscas por um emprego durante os últimos seis meses, incluindo um aplicativo de smartphone, anúncios em mídias sociais, feiras de empregos virtuais, mensagens de texto recebidas ou enviadas a empresas, entrevistas por vídeo, chat em sites de empregadores, jogo ou teste de desafio de habilidades, ou ainda busca por voz por meio de um assistente virtual. Esse novo grupo de candidatos oferece novos insights em relação à taxa de adoção de tecnologias de RH e funciona para prever as tecnologias específicas mais desejadas no mercado.

Os pioneiros no uso das tecnologias de RH têm um perfil específico como candidatos. Eles tendem a ser jovens, urbanos, fortemente adeptos às tecnologias móveis, estudantes, igualmente divididos entre homens e mulheres. Vinte e nove por cento fazem parte da Geração Z (com idades entre 18-21 anos) e 35% fazem parte da Geração Y/Millennials (com idades entre 22-34 anos). Oitenta e seis por cento estão dispostos a se mudar para uma nova cidade, região ou país. Para eles, a tecnologia é, em grande parte, vista como algo que possibilita a mobilidade.

Onze por cento dos candidatos em todo o mundo estão na categoria de pioneiros no uso de tecnologias de RH, porém, sua presença varia significativamente por mercado. Os candidatos na Índia (31%), Malásia (22%) e no Brasil (18%) têm de duas a três vezes mais probabilidade de serem pioneiros no uso de tecnologias de RH. Em contrapartida, a maioria dos países europeus está ligeiramente abaixo da média. A República Checa (5%), o Canadá (5%) e o Japão (3%) ocupam os últimos lugares no ranking em relação à porcentagem de pioneiros no uso de tecnologias de RH.

As diferenças entre mercados são o resultado de diversos fatores: a idade da força de trabalho, o número de usuários de smartphones e as regras culturais.

Comparação global: Candidatos pioneiros no uso de tecnologias de RH por mercado



O Brasil mudou significativamente nos últimos cinco anos; agora há um número significativo de startups de tecnologia e esforços empreendedores. A educação tecnológica também aumentou. Os candidatos, especialmente aqueles em grandes centros urbanos, agora conhecem bastante sobre tecnologia.

Danielle Alfieri, Gerente Executiva de RPO, ManpowerGroup Brasil

A Índia e o Brasil, que abrigam as maiores porcentagens de pioneiros no uso de tecnologias de RH, têm uma alta penetração de smartphones, com mais de 300 milhões e 79 milhões de usuários de smartphones, respectivamente. Em comparação, o Japão tem 63 milhões de usuários de smartphones e, ainda assim, está posicionado no último lugar no ranking de adoção de tecnologias de RH dentre os mercados pesquisados. Os candidatos japoneses assumem uma abordagem tradicional durante a busca de empregos, e o resultado é um papel menos disruptivo da tecnologia. A cultura jovem da Índia e da Malásia impulsiona o interesse em smartphones e em novas tecnologias que reinventam o processo de busca por emprego.

Os empregadores devem avaliar que esses pioneiros provavelmente serão predominantes no pool de talentos para recrutamento e adaptar sua estratégia de acordo com o cenário. Aqueles que querem contratar colaboradores de TI no México, por exemplo, precisarão aprimorar o elemento alta tecnologia em sua abordagem, enquanto que os trabalhadores blue collar na República Tcheca exigirão uma estratégia de mais alta interação.

O conjunto de candidatos na Malásia é jovem; eles nasceram para a tecnologia. Em 2018, os candidatos querem poder utilizar aplicativos de celular para se candidatar a empregos. É um mercado maduro para o uso de tecnologias de RH.

Mohammad Kashif, Executivo Sênior de Marketing, ManpowerGroup Malásia

Anúncios em mídias sociais são uma das principais escolhas dos candidatos

Nem todas as tecnologias de RH são criadas da mesma forma. Os anúncios em mídias sociais estão mais à frente na curva de adoção por parte dos candidatos. Embora apenas 17% dos candidatos globais já tenham utilizado aplicativos de smartphone para buscar ou se candidatar para uma vaga e somente 11% tenham participado de feiras de empregos virtuais, enviado mensagens de textos a empresas ou conversado por chat no site de um empregador, **31% dos candidatos já clicaram em um anúncio em mídias sociais relacionado a empregos**. A alta taxa de engajamento com anúncios em mídias sociais sugere que até mesmo candidatos passivos podem ser atraídos para clicar em anúncios de emprego direcionados, mesmo que não estejam ativamente buscando um novo emprego.

Se os pioneiros no uso de tecnologias de RH servem para prever novos comportamentos entre os candidatos, **os anúncios em mídias sociais e os aplicativos de smartphone serão as tecnologias de RH mais utilizadas no futuro**. Entre os pioneiros no uso de tecnologias de RH, anúncios em mídias sociais relacionados a vagas são duas vezes mais populares: 73% dos pioneiros já clicaram em algum anúncio versus apenas 31% dos outros candidatos. Os pioneiros no uso de tecnologias de RH utilizam três vezes e meia mais aplicativos de smartphone para buscar e se candidatar a vagas (61% versus 17% da média global).

Com tanto tempo sendo passado em mídias sociais e seu crescente uso como uma plataforma de notícias e outras informações, não é de se surpreender que os anúncios em mídias sociais se tornaram uma nova maneira fundamental de alcançar os candidatos. Tecnologias como o redirecionamento de sites (exibição de anúncios com base no histórico de busca de um usuário) e o redirecionamento contextual (exibição de anúncios com base em artigos online lidos) estão tornando os algoritmos preditivos mais eficazes e eficientes. Os usuários agora veem mais anúncios direcionados às suas habilidades e interesses. Essas tecnologias também podem oferecer às organizações dados e análises que permitem a elas aprimorar as estratégias de recrutamento.

73% dos pioneiros no uso de tecnologias de RH clicam em anúncios em mídias sociais

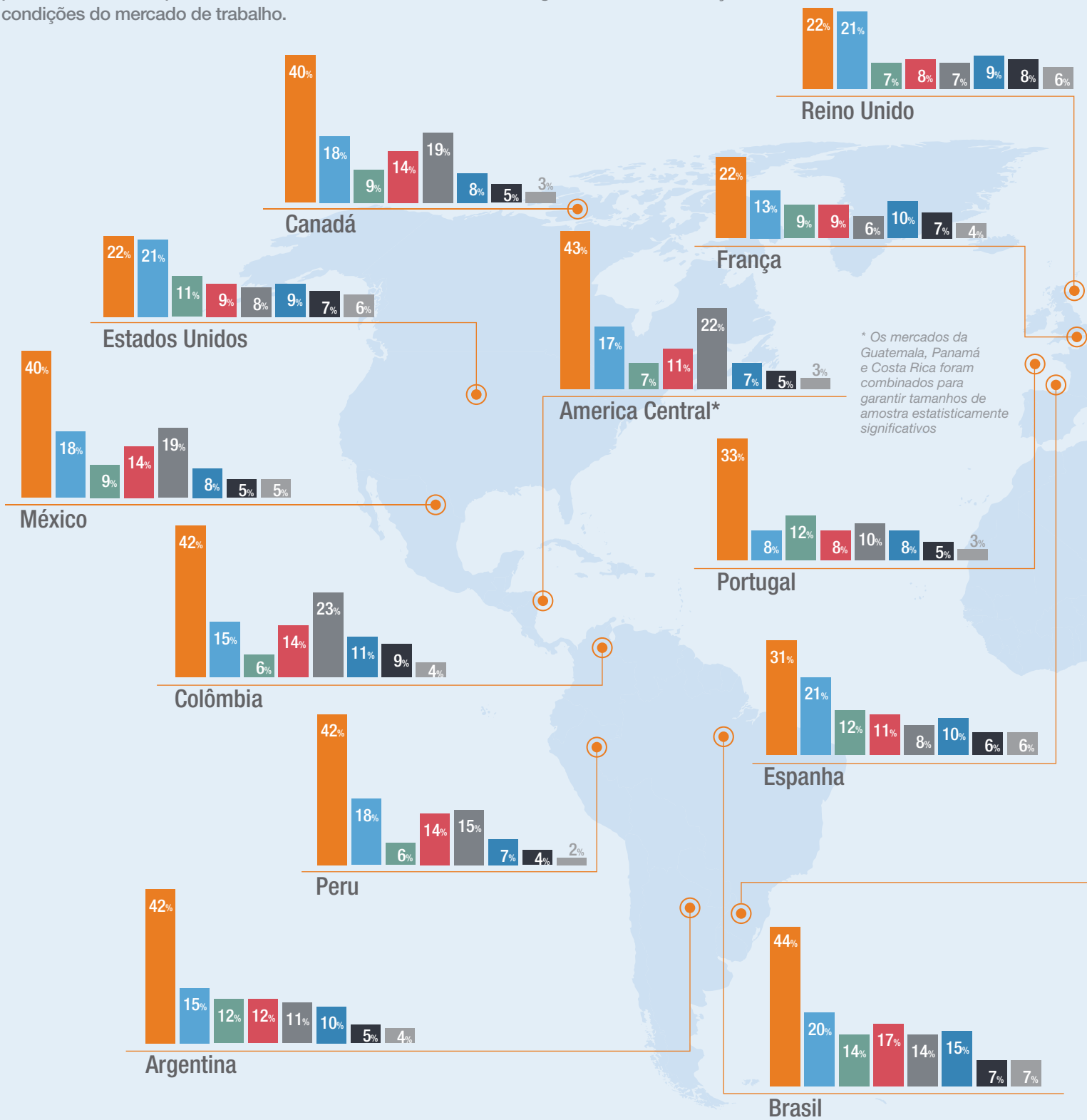


Combinar a tecnologia ao candidato é fundamental. A maior parte dos cargos de nível júnior a nível médio é quase que exclusivamente anunciada por meio de mídias online. Isso raramente ocorre para posições de nível sênior que, na maioria das vezes, são ocupadas por meio de indicações ou recrutamento realizado por terceiros.

Sam Haggag, Diretor de MSP e Vendas, ManpowerGroup Malásia e Indonésia

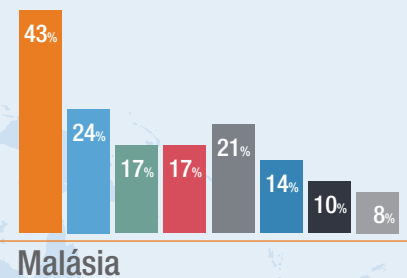
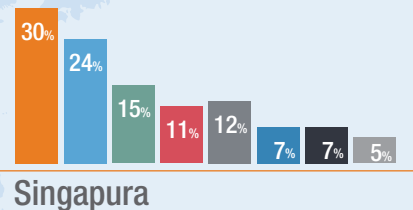
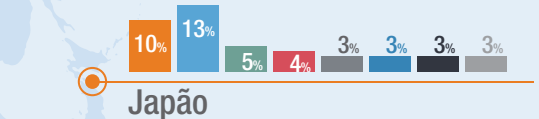
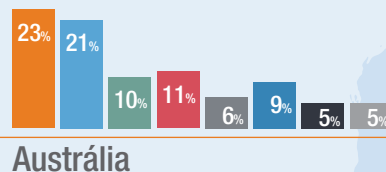
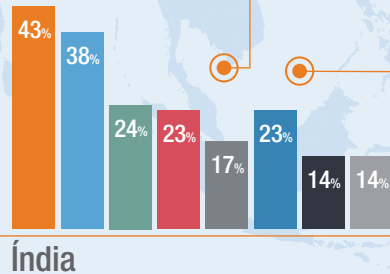
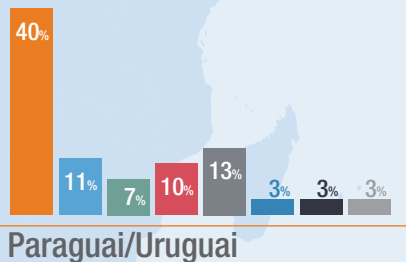
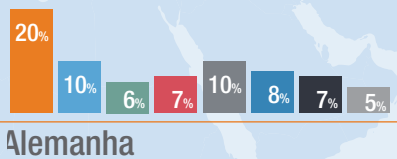
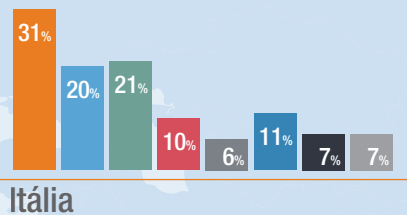
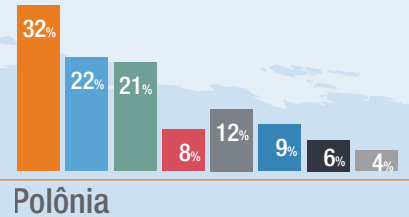
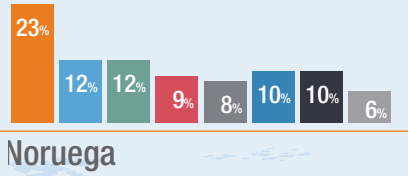
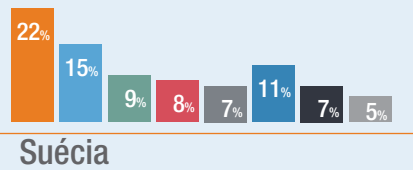
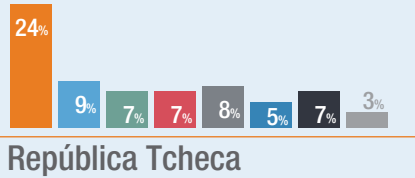
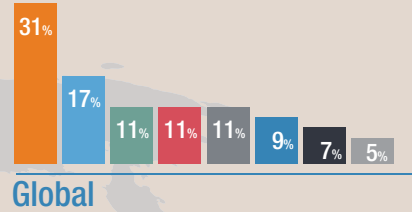
A tecnologia de RH certa para cada mercado: é complicado

O uso de tecnologias varia significativamente por mercado. Os candidatos têm percepções, pensamentos e comportamentos diferentes de acordo com suas regras culturais, localização e condições do mercado de trabalho.



Uso de tecnologias de RH por parte dos candidatos

- Anúncios em mídias sociais
- Aplicativos de smartphone
- Mensagens de texto enviadas ou recebidas de empresas
- Chat em sites de empregadores
- Feiras de emprego virtuais
- Entrevistas por vídeo
- Jogos ou testes de habilidades de empregadores
- Busca por voz usando um assistente virtual



Os aplicativos de smartphone são mais utilizados nos Estados Unidos, na Austrália, Índia, Polônia e Malásia. Os anúncios em mídias sociais são mais prováveis de serem usados na Argentina, no Brasil, na Colômbia, Índia, México, Peru, América Central, Malásia e Paraguai/Uruguai. A comunicação por meio de mensagens de texto com empresas é popular na Índia, Itália, Malásia e Polônia. Os candidatos indianos têm duas vezes mais probabilidade do que a média global de utilizarem chats em sites de empregadores e jogos ou testes de habilidades de um empregador. Feiras de emprego virtuais são especialmente populares na Colômbia, América Central e Malásia, onde o transporte pode ser um desafio. Países europeus são mais tradicionais nos métodos de busca de empregos; eles tendem a estar dentro da média ou ligeiramente acima dela quanto à participação em feiras de empregos presenciais ou no uso de recrutadores.

É tão conveniente candidatar-se por meio de um aplicativo que os candidatos podem se candidatar a sete ou oito vagas em poucos segundos, mesmo que a experiência do candidato não seja relevante para aquela vaga.

Juan Lizarraga, Diretor, ManpowerGroup Peru



A tecnologia impulsiona o aumento no uso de aplicativos

Os empregadores devem estar cientes de que a facilidade em se candidatar por meio da tecnologia pode abrir caminho para um excesso de candidaturas. Os pioneiros no uso de tecnologias de RH se candidatam ao dobro de vagas que os demais — 18,3 versus 9,9 vagas. Esse aumento nas candidaturas aumenta a demanda por tecnologias de back-end que auxiliam os executivos de RH e os gerentes de contratação a priorizar os candidatos mais qualificados. No entanto, as novas regras do Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) na Europa podem limitar o papel da triagem e do processamento automatizados, uma vez que os candidatos exercem os novos direitos de que as decisões de contratação não se baseiem exclusivamente no processamento automatizado.

Os clientes sabem que uma grande quantidade de candidaturas não é uma garantia de qualidade dos candidatos. Os empregadores querem aproveitar o poder dos aplicativos móveis, porém convertendo-os em candidatos qualificados.

Victoria Bombas, Soluções de RPO e Diretora de Operações, ManpowerGroup Solutions Europa

Os candidatos valorizam a conexão humana

Os candidatos em todo o mundo ainda valorizam muito a interação humana e entrevistas presenciais. Quando perguntados sobre quais tecnologias eles preferiam usar durante sua experiência, **26% dos candidatos escolheram entrevistas presenciais de alta interação** como sua principal preferência. Até mesmo os pioneiros no uso de tecnologias de RH concordam.

O contato humano sempre será uma parte importante da experiência dos candidatos. Ainda assim, atrair e reter os talentos certos não deve ser uma batalha entre humanos e robôs. Com a combinação certa de habilidades, a interação pessoal deve aumentar ao invés de competir com a tecnologia. Na verdade, com a maior parte do contato inicial entre candidatos e empregadores sendo automatizada, a necessidade por interação humana pode apenas aumentar em importância. Há pistas não verbais valiosas de que tanto empregadores quanto candidatos se beneficiam das reuniões presenciais. Embora os empregadores devam encontrar maneiras de transmitir a cultura da empresa e a marca empregadora por meio da tecnologia, não há um substituto para ver e sentir a conexão (ou a falta dela) entre o candidato e uma empresa e sua cultura.

Tecnologias preferidas na busca de empregos

■ Global ■ Pioneiros no uso de tecnologias de RH





A melhor combinação: como selecionar e implementar tecnologias de RH

Embora o papel da Siri no processo de busca por empregos possa estar aumentando, ela não pode oferecer a experiência de alta interação e alta tecnologia desejada pelos candidatos.

A seguir há cinco passos que os empregadores devem dar para superar a escassez de talentos por meio da tecnologia e aprimorar a experiência dos candidatos:

- ✓ Definir o problema
- ✓ Conhecer seu público
- ✓ Diversificar os canais
- ✓ Transformar a quantidade em qualidade
- ✓ Incorporar a interação humana

1 Definir o problema

A implementação de qualquer nova tecnologia de RH deve solucionar um problema existente, e não existir por si só. É uma prioridade ter candidatos Millennials ou da Geração Z? Aprimorar a triagem dos candidatos que você recebe atualmente? Contratar candidatos passivos para cargos de nível sênior? Ou aprimorar a marca empregadora por meio de uma experiência aos candidatos que seja divertida e que reflita seus valores e sua cultura? Definir o problema é essencial para encontrar a solução. Depois que o problema relativo aos talentos é definido, as tecnologias podem ser avaliadas quanto à sua eficácia e custos.

A análise do custo-benefício das tecnologias pode ser mais difícil na América Latina. Muitas dessas tecnologias são desenvolvidas nos EUA e pagas em dólares americanos. A taxa de câmbio pode desempenhar um papel importante na taxa de adoção de tecnologias de RH por parte dos empregadores.

Juan Lizarraga, Diretor, ManpowerGroup, Peru



2 Conhecer seu público

A atenção de muitos executivos de RH é atraída por esse objeto de desejo. Se você quiser novos talentos jovens, então, invista em tecnologia. Mas se você quiser contratar candidatos experientes, considere todas as opções. Combine as tecnologias certas aos candidatos de que precisa, que podem variar até mesmo dependendo da função em uma determinada empresa. Anúncios em mídias sociais, por exemplo, podem alcançar candidatos passivos e/ou experientes que não apareceriam de outra forma no radar de um recrutador. Programar cegamente um algoritmo com base nos colaboradores atuais pode resultar em um viés inconsciente ou deixar de considerar novas habilidades importantes em um ambiente de trabalho em transformação.

Teoricamente, as tecnologias são imparciais. No entanto, é sempre importante observar a metodologia de acordo com a qual ela foi desenvolvida. A tecnologia é tão neutra quanto a perspectiva do indivíduo que desenvolveu o algoritmo.

Dominika Winograd, Gerente de Soluções Tecnológicas de RPO, ManpowerGroup Solutions, Polônia





Diversificar os canais

Não há uma solução tecnológica única. Geralmente, a melhor estratégia tecnológica é empregar uma variedade de ferramentas e soluções. Nossa pesquisa indica claramente como isso pode variar de um mercado para o outro. Por exemplo, mensagens de texto podem ser restritas em um mercado e, em outro, não. As regras culturais e as restrições podem afetar a escolha pelo WhatsApp ou pelo Viber em um determinado mercado. Teste e refine a combinação de ferramentas para obter melhores resultados.



As empresas estão oferecendo aos candidatos opções sobre como desejam ser contatados. Os participantes de feiras de empregos podem escolher se conectar com a empresa por meio de um número de WhatsApp, uma mensagem de texto, pelo LinkedIn, ou ainda criar um perfil no site de oportunidades de carreira da empresa. Muitas empresas não aceitam mais currículos em papel.

Cynthia Gokhale, Diretora Associada de Marketing, ManpowerGroup Índia

Transformar a quantidade em qualidade

Os aplicativos de smartphone e outras tecnologias podem resultar em um alto número de candidatos, dentre os quais, nem todos serão qualificados. A Inteligência Artificial (IA), a aprendizagem de máquina e as análises preditivas podem ajudar a identificar os candidatos qualificados e garantir o sucesso no ambiente de trabalho com base nas características e qualificações dos colaboradores atuais. A importância de um *loop* de *feedback* não deve ser subestimada. Dados de campanhas bem-sucedidas de anúncios de vagas em mídias sociais podem ser analisados para refinar o alcance futuro.

Incorporar a interação humana

Os resultados de busca mostram que a maioria dos candidatos ainda prefere a interação humana; qualquer tecnologia que intencionalmente ou não desumanize a experiência do candidato gera o risco de oferecer mais danos do que benefícios. A tecnologia facilita o caminho, porém, passar uma mensagem personalizada e sob medida ainda é fundamental. Na verdade, as tecnologias sofisticadas apenas tornaram o alcance impessoal ou não direcionado mais transparente. As novas regras de GDPR na Europa oferecem aos candidatos a oportunidade de exercer seus direitos de interação humana durante a decisão de contratação. O contato pessoal pode diferenciar positivamente um empregador do outro em uma experiência de seleção de candidatos cada vez mais orientada pelo uso de tecnologias.



Embora os candidatos no México prefiram se candidatar por meio de um aplicativo de smartphone, eles preferem o contato cara a cara durante o processo de triagem e entrevista. Eles acreditam que podem mostrar melhor suas qualificações por meio da interação pessoal.

Francisco Javier Diaz Ortega, Diretor Administrativo Regional, ManpowerGroup Solutions, América Latina



**Para obter mais informações sobre como
atrair os melhores candidatos, acesse
manpowergroupsolutions.com.**



Sobre a ManpowerGroup Solutions

ManpowerGroup Solutions é líder global em serviços de Outsourcing para recrutamento em grande escala. A nossa vasta gama de serviços inclui Recruiting Process Outsourcing (RPO), TAPFIN Managed Service Provider (MSP) e Talent Based Outsourcing (TBO). Com um portfólio de produtos completo, ajudamos nossos clientes a vencerem os seus desafios de RH diariamente. É assim que o ManpowerGroup entrega resultados sustentáveis e garante o sucesso nos negócios de nossos clientes.

Mais sobre os candidatos

De maneira geral, os candidatos pesquisados tinham entre 18 e 65 anos e faziam parte atualmente da força de trabalho disponível. Houve um total de 17.994 entrevistados em todo o mundo. As divisões de mercado foram as seguintes: Argentina (n=747), Austrália (n=756), Brasil (n=753), Canadá (n=750), América Central (Guatemala, Panamá e Costa Rica, n=742), Colômbia (n=742), República Tcheca (n=747), França (n=751), Alemanha (n=749), Índia (n=751), Itália (n=761), Japão (N=751), Malásia (n=756), México (n=755), Noruega (N=75), Peru (n=747), Polônia (n=748), Portugal (n=755), Singapura (N=752), Espanha (n=740), Suécia (n=755), Paraguai/Uruguai (n=752), Reino Unido (n=740) e Estados Unidos (n=745).

Os entrevistados representam uma seção transversal de idades, rendas, formas de trabalho (isto é, período integral, meio período, contratos), níveis de carreira e setores.

Colaboradores experientes não gerentes responderam pelo maior grupo, com 28%, seguidos pelos gerentes (18%), colaboradores de nível de entrada (16%), estudantes de graduação/pós-graduação (20%), executivos (6%) e executivos de nível sênior (4%).

Siga a ManpowerGroup Solutions nas mídias sociais:



manpowergroupsolutions.com/candidatepreferences

©2018 ManpowerGroup Solutions. Todos os direitos reservados.