



Cia de Talentos

EMPRESA DOS SONHOS DOS JOVENS

2015



nextview
It's all about people.

Brasil

A pesquisa em 2015

	Brasil	<i>14ª edição</i>
	Argentina	<i>8ª edição</i>
	México	<i>7ª edição</i>
	Colômbia	<i>5ª edição</i>
	Chile	<i>4ª edição</i>
	Peru	<i>4ª edição</i>
	América Central	<i>3ª edição</i>
	Paraguai	<i>1ª edição</i>
	Uruguai	<i>1ª edição</i>
	Reino Unido	<i>1ª edição</i>



Identificar o que pensam os universitários e recém-formados sobre carreira

- ✓ Empresas dos Sonhos
- ✓ Motivos de Escolha
- ✓ Fontes de Informação
- ✓ Liderança
- ✓ O início no mercado de trabalho
- ✓ Experiências que desejam viver
- ✓ O que esperam das empresas
- ✓ Informações para tomada de decisão

Legenda



Pergunta Inédita



Conteúdo de
etapa qualitativa



Pergunta Aberta



Nossas
recomendações

Metodologia


nextview
It's all about people.



Quantitativo

QUESTIONÁRIO ONLINE

Qualitativo

GRUPOS FOCAIS
ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

Coleta de dados:
Janeiro a Abril
de 2015

tabulação e auditoria
TNS Research International

realização e análise dos dados
Nextview People

Divulgação **+ de 650** *parceiros*

Agência B2, AIESEC, Battle of Concepts, Blog Vida de Trainee, Blog Chega Mais, Catraca Livre, Empresas Juniores, Geração de Valor, IEL/CNI, Ismart, Jovens Parceiros, MeuSucesso.com, Papo Universitário, Por Vir, redes sociais, TCCendo, Universidades, Universitários acima da média, entre outros

Metodologia



111.432

respostas na
América Latina

67.896

respostas no Brasil

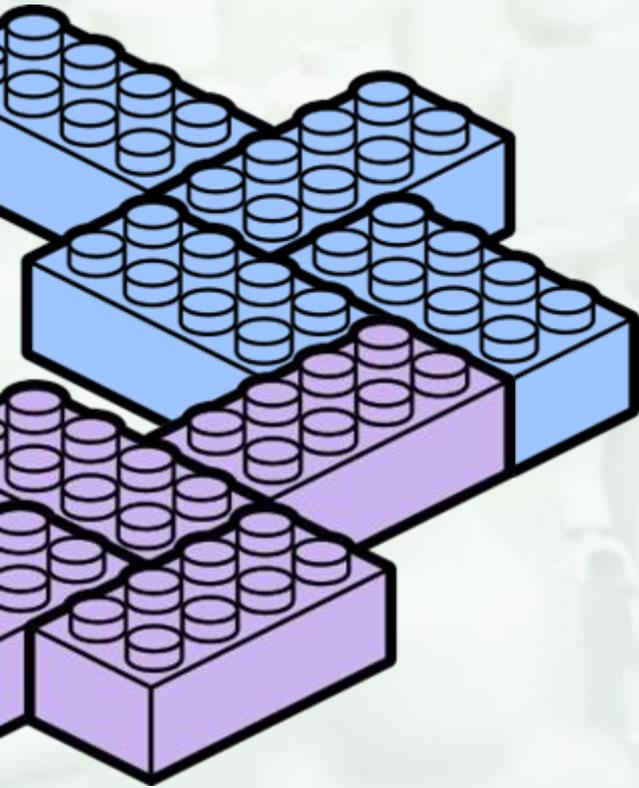
0,5%

Margem
de erro

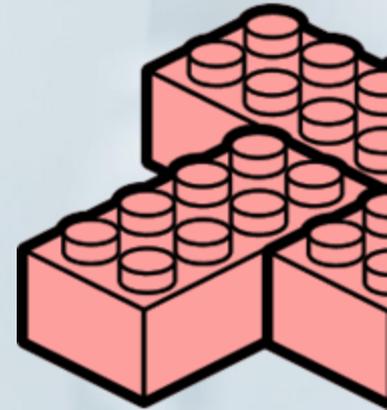


* A pesquisa no Uruguai ainda está em fase de coleta de dados. Assim, não incluímos o total de respostas na soma da América Latina.

** A pesquisa no Reino Unido ainda está em fase de coleta de dados. Assim não consta aqui o número total de respondentes.

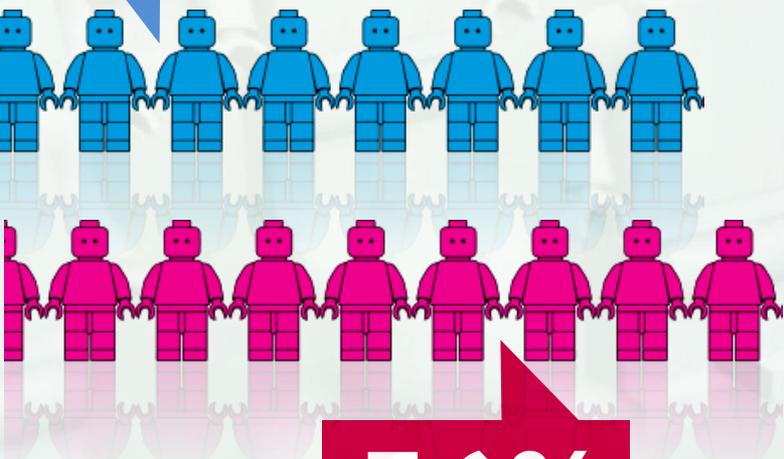


Perfil dos participantes



Perfil

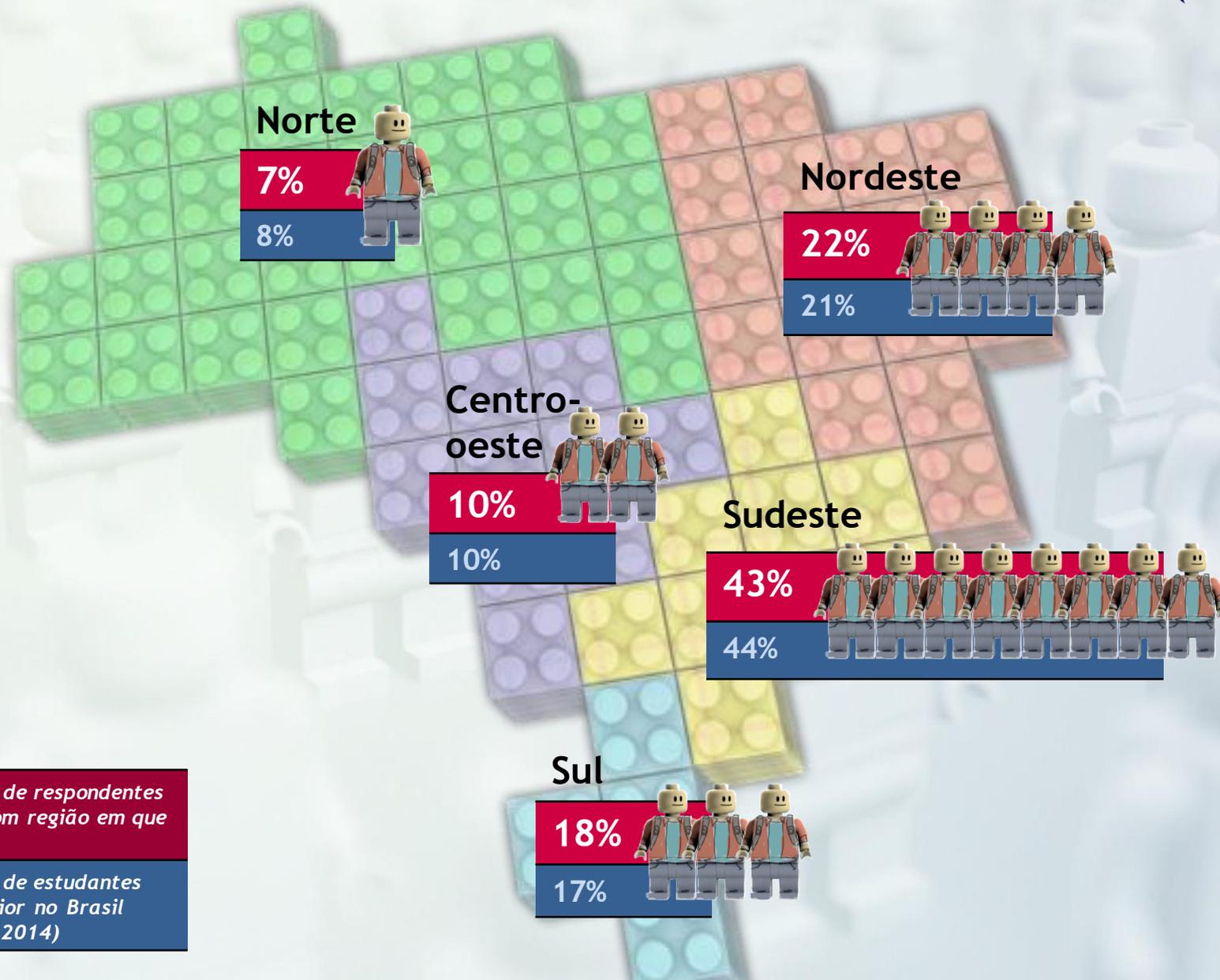
44%
homens



56%
mulheres



Perfil



Distribuição de respondentes de acordo com região em que residem

Distribuição de estudantes ensino superior no Brasil (Fonte: MEC 2014)

Trabalhando
e estudando

32%

Apenas
estudando

26%

Estagiando e
estudando

21%

Estudando e
buscando
colocação

12%

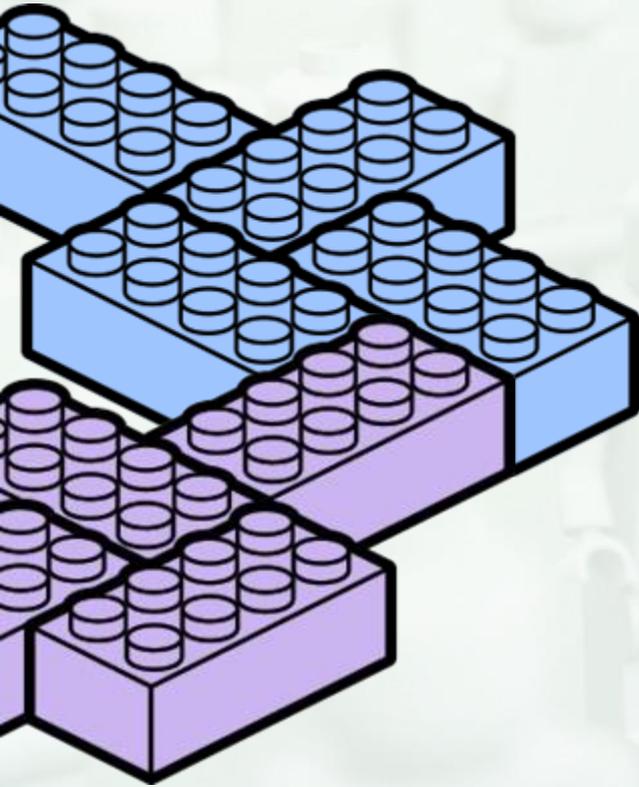
Apenas
trabalhando

5%

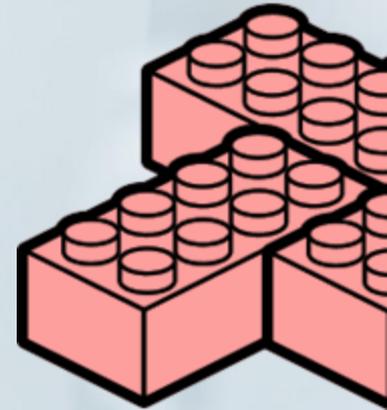
Buscando
colocação

4%





Tudo começa com o significado do trabalho...





Trabalhar é, acima de tudo, ocupar um **lugar no mundo**. Também é fonte de **sobrevivência** e **independência**. E, a cada dia mais, tem que ser fonte de **prazer** e **satisfação**.

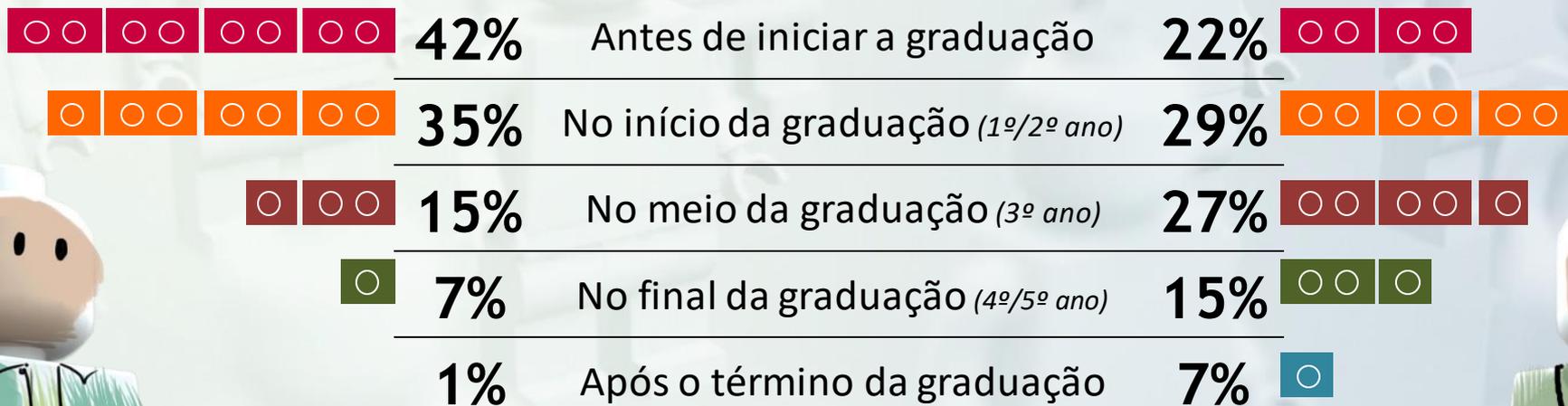
As melhores oportunidades são para profissionais com **habilidades** e comportamentos necessários **para os dias atuais**.

O bom trabalho é aquele que proporciona **autonomia**, **crescimento** profissional e **desenvolvimento** de potencialidades.

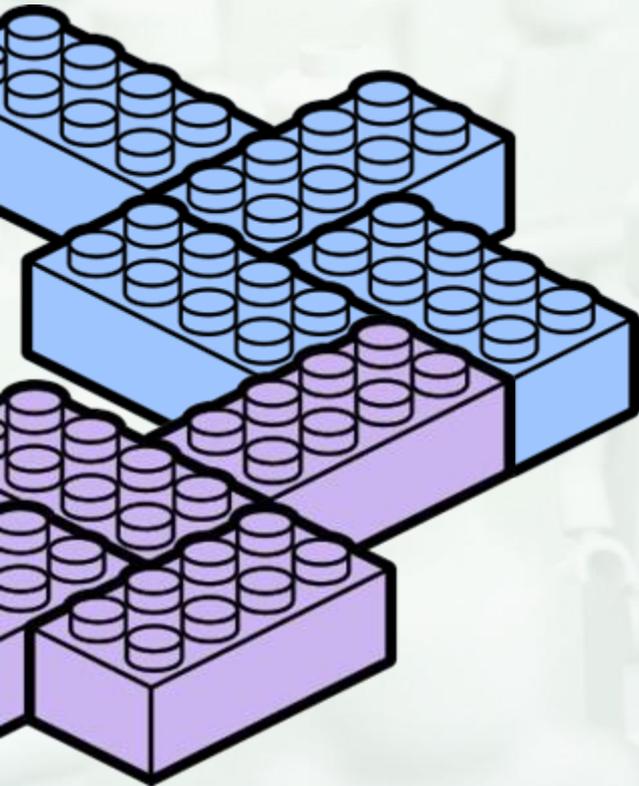


Melhor momento para acompanhar o mercado...

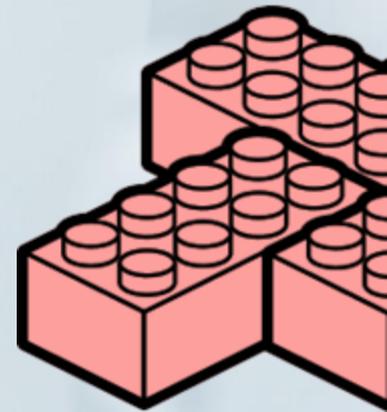
Melhor momento para iniciar no mercado...



Em qual momento da graduação você começará (começou) a ACOMPANHAR o mercado de trabalho?
Quando seria o melhor momento para INICIAR no mercado de trabalho?



O que falam sobre carreira...





89%

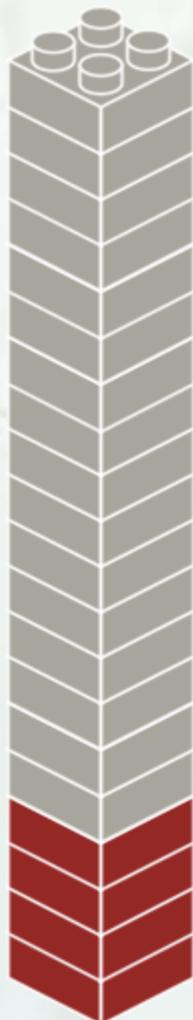
*Sabem o que querem para
carreira e quais são os próximos
passos que precisam dar*

*Encontrar informações é tarefa fácil para estes
jovens. A grande questão envolve a tomada de
decisão:*

- ✓ *Quais informações são **confiáveis**?*
- ✓ *Quais informações **considerar** para tomar a decisão?*
- ✓ *Como tomar decisão neste cenário em que **mudanças**
ocorrem a todo momento e em que é necessário estar
sempre **reaprendendo**?*

O quanto você concorda ou discorda das frases abaixo:
Eu sei o que quero para minha carreira e quais são os próximos passos que tenho que dar.





*Conduzem suas carreiras
sem considerar a
necessidade de seus
empregadores*

28%

*Consideram importante a
forma com que as outras
pessoas percebem sua carreira*

90%



Ou seja, desejam envolver as empresas no planejamento de suas carreiras. Há um espaço importante para as organizações ocuparem!



O quanto você concorda ou discorda das frases abaixo:

Eu conduzo minha própria carreira baseado(a) em minhas prioridades pessoais e não nas prioridades de meu empregador

A forma com que as outras pessoas percebem minha carreira é muito importante para mim



67%

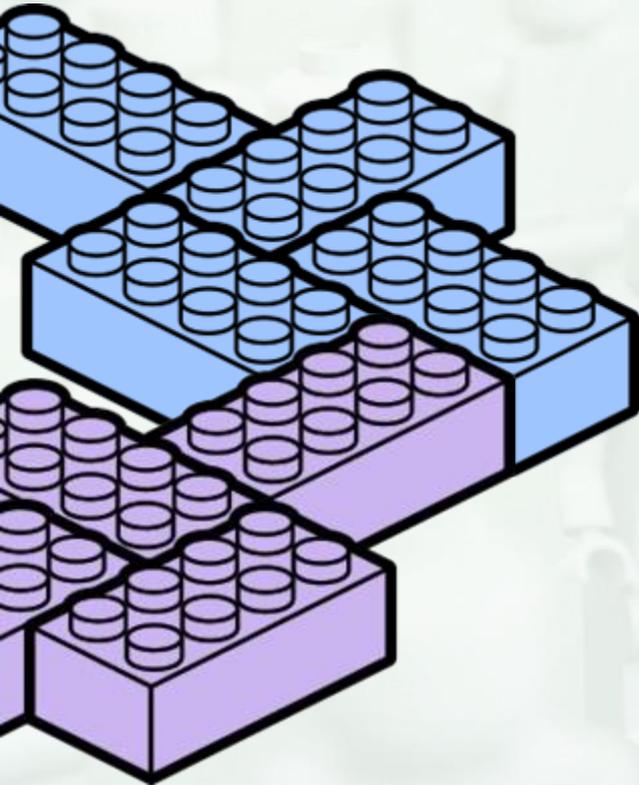
Querem conquistar um cargo de liderança
Eram 87% em 2010

Hoje liderança continua importante, porém:

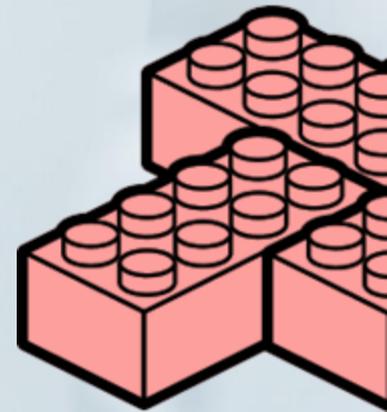
- ✓ *Desenvolvimento é prioridade, além de ser um meio para conquistar cargos de gestão;*
- ✓ *Modelos de gestão horizontal ganharam força entre esse público.*

O quanto você concorda ou discorda das frases abaixo:
Meu grande objetivo é conquistar um cargo de liderança





***Experiências que
desejam ter...***





As práticas ajudam no paradoxo **permanecer no lugar conhecido x migrar e enfrentar o desconhecido** (tão almejado e tão temido ao mesmo tempo).

As novas experimentações possibilitam desenvolvimento, crescimento, fortalecimento, descobrimento de potencialidades e ampliam perspectivas e possibilidades de ganhos.

Em sua trajetória profissional gostariam muito de...

Programas de
aceleração de
desenvolvimento

49%



Experiência
internacional

47%



Participar
de projetos
inovadores

36%





Participar de programa de aceleração de desenvolvimento...

Aumenta a empregabilidade
(mercado valoriza esta experiência)



Dá clareza sobre os possíveis caminhos
para crescer dentro da empresa



Proporciona uma visão
ampla/diferenciada do negócio



Contribui para o desenvolvimento de
competências comportamentais



Proporciona contato com diferentes
áreas/níveis hierárquicos



*As relações de trabalho mudaram - e vão continuar a mudar. O foco não é mais o trabalho em si, mas sim a **empregabilidade**.*

Participar de programa de aceleração de desenvolvimento...



Brasil	17-20	21-24	25-26
Aumenta a empregabilidade	Aumenta a empregabilidade	Aumenta a empregabilidade	Visão ampla/diferenciada do negócio
Clareza sobre os possíveis caminhos para crescer dentro da empresa	Clareza sobre os possíveis caminhos para crescer dentro da empresa	Clareza sobre os possíveis caminhos para crescer dentro da empresa	Aumenta a empregabilidade
Visão ampla/diferenciada do negócio	Visão ampla/diferenciada do negócio	Visão ampla/diferenciada do negócio	Clareza sobre os possíveis caminhos para crescer dentro da empresa
Desenvolvimento de competências comportamentais	Desenvolvimento de competências comportamentais	Desenvolvimento de competências comportamentais	Contato com diferentes áreas/níveis hierárquicos
Contato com diferentes áreas/níveis hierárquicos	Contato com diferentes áreas/níveis hierárquicos	Contato com diferentes áreas/níveis hierárquicos	Desenvolvimento de competências comportamentais



Participar de programa de aceleração de desenvolvimento...



Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Aumenta a empregabilidade	Visão ampla/diferenciada do negócio				
Clareza sobre os possíveis caminhos para crescer dentro da empresa	Clareza sobre os possíveis caminhos para crescer dentro da empresa	Visão ampla/diferenciada do negócio	Clareza sobre os possíveis caminhos para crescer dentro da empresa	Clareza sobre os possíveis caminhos para crescer dentro da empresa	Aumenta a empregabilidade
Visão ampla/diferenciada do negócio	Visão ampla/diferenciada do negócio	Clareza sobre os possíveis caminhos para crescer dentro da empresa	Visão ampla/diferenciada do negócio	Visão ampla/diferenciada do negócio	Clareza sobre os possíveis caminhos para crescer dentro da empresa
Desenvolvimento de competências comportamentais	Contato com diferentes áreas/níveis hierárquicos				
Contato com diferentes áreas/níveis hierárquicos	Desenvolvimento de competências comportamentais				



Gostariam que o plano de desenvolvimento contasse com...



Sessões de Coaching

78%



Ano de conclusão

2013	80%
2014	81%
2015	79%
2016	78%
2017	78%
2018	77%
2019	77%

Palestras/ Workshops

68%

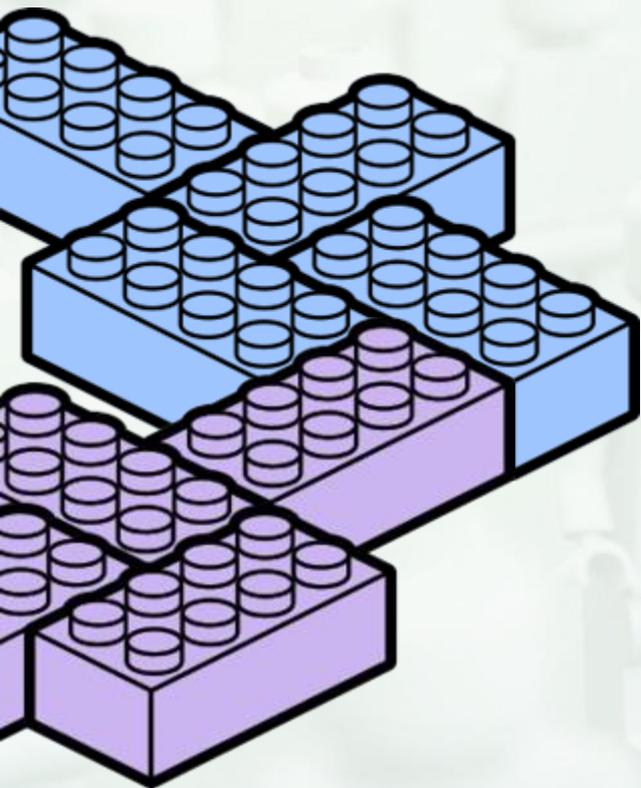


Sessões de Mentoring

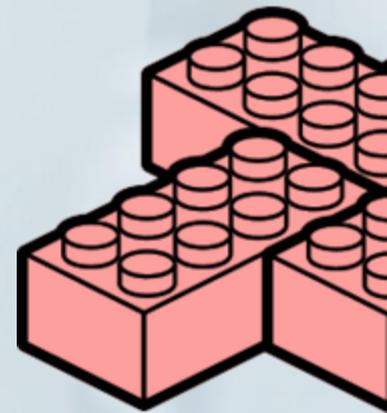
44%



A velocidade com a qual novas competências são exigidas despertam o desejo por um olhar individualizado! Cresce a expectativa por **personalização**.



***O que esperam
das empresas?***





84%

*Esperam empresas com
olhar inovador para
processos e produtos*



Empresas inovadoras...

- ✓ *Acompanham as tendências*
- ✓ *Adaptam-se*
- ✓ *Renovam-se*
- ✓ *Estão abertas para mudanças*
- ✓ *Preocupam-se com qualidade*
- ✓ *Olham para fora (cliente)*
- ✓ *Olham para dentro (colaborador)*

*Faixa
etária*

17-20	21-24	25-26
81%	86%	87%

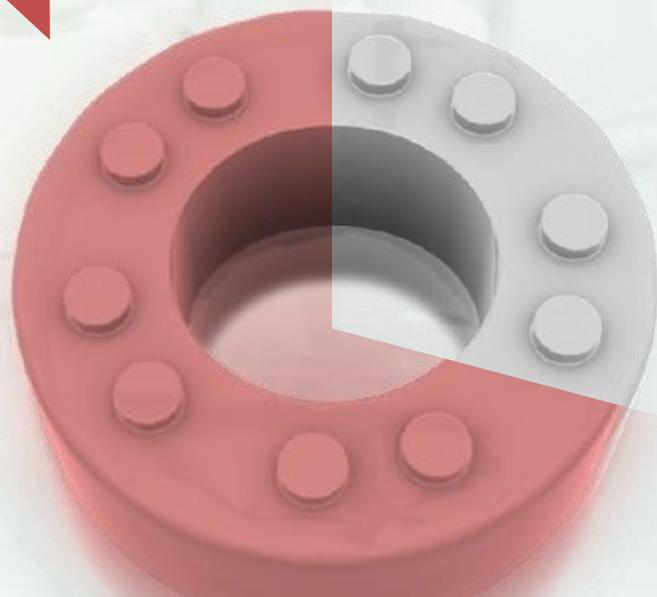
*Ano de
conclusão*

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
88%	88%	87%	86%	84%	81%	81%



71%

Esperam espaço para experimentar e testar novas coisas e ideias



Ano de conclusão	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	64%	67%	69%	72%	72%	72%	75%

Espaços para experimentar e testar têm...

- ✓ *Atividades desafiadoras (não rotineiras)*
- ✓ *Estímulo para fazer diferente*
- ✓ *Autonomia com suporte*
- ✓ *Abertura para algum risco*
- ✓ *Tolerância ao erro*



94%

Sairiam da empresa caso seus gestores não estivessem preparados para desenvolver pessoas, mesmo que tivessem um bom salário



Renda familiar em R\$	até 1.575,99	1.576 a 3.151,99	3.152 a 7.879,99	7.880 a 15.759,99	15.760 ou mais
	92%	93%	94%	94%	94%

Gestores preparados...

- ✓ *Tem conhecimento técnico*
- ✓ *Estimulam a autonomia*
- ✓ *Oferecem feedback*
- ✓ *Conhecem bem sua equipe*
- ✓ *Delegam atividades condizentes com a capacidade de cada um*
- ✓ *Fazem o que falam (liderança pelo exemplo)*
- ✓ *Acreditam no que fazem*



74%

Esperam que seus gestores conversem frequentemente sobre desenvolvimento profissional



As conversas frequentes com gestores podem ser...

***Formais:** feitas 2 ou 3 vezes ao ano, no mesmo momento da avaliação de desempenho;*

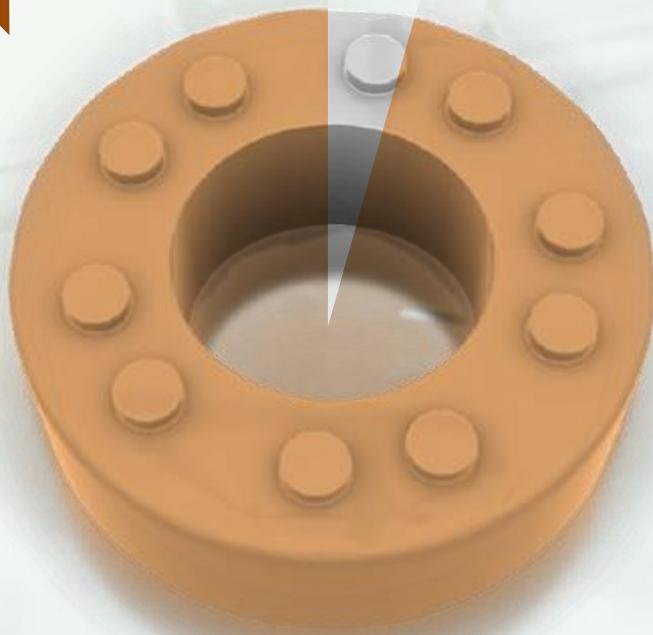
***Informais:** feitas sempre que acontecer algo bom ou ruim. O gestor precisa falar na hora ;*

Independente do formato e do conteúdo, as conversas precisam ser transparentes e francas. O gestor precisa tomar uma posição clara.



95%

Esperam que a empresa cumpra os principais combinados feitos. Imprevistos acontecem, mas a empresa não pode mudar o que já estava combinado.



Cumprir combinados significa...

- ✓ *Transparência*
- ✓ *Prometer o que pode cumprir*
- ✓ *Coerência entre o que fala e faz*
- ✓ *Cumprir prazos*

O quanto você concorda ou discorda das frases abaixo:

Espero que a empresa em que eu trabalho/trabalho cumpra os principais combinados feitos comigo. Imprevistos acontecem, mas a empresa não pode mudar o que já estava combinado.



69%

*Preferem as
recompensas imediatas
às de longo prazo*



Recompensas imediatas envolvem...

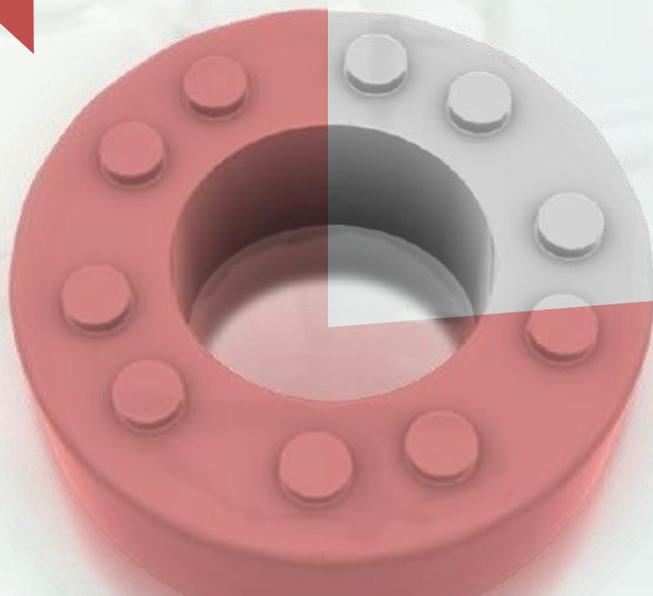
Remuneração/Recompensa Financeira:
a remuneração competitiva é um benefício importante e esperado. O dinheiro é resultado do trabalho. Portanto, sempre precisa vir logo após uma entrega (seja como salário, bônus ou premiação);

Recompensa não financeira:
demonstra a relação de parceria entre empresa e colaborador e explicita o reconhecimento do profissional por sua entrega diferenciada.



76%

*Esperam que a empresa os
ajude a atingir seus
objetivos de carreira*



Ano de conclusão	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	80%	78%	74%	75%	77%	75%	75%

Objetivos de carreira

Muitos dizem saber o que querem para a vida profissional e quais são os próximos passos, mas poucos sabem informar o que a empresa pensa para eles e como pode ajudá-los a atingirem seus objetivos.

Existe grande expectativa em relação ao papel da empresa no desenvolvimento e formação.



92%

Esperam que a empresa tenha um plano de carreira claro

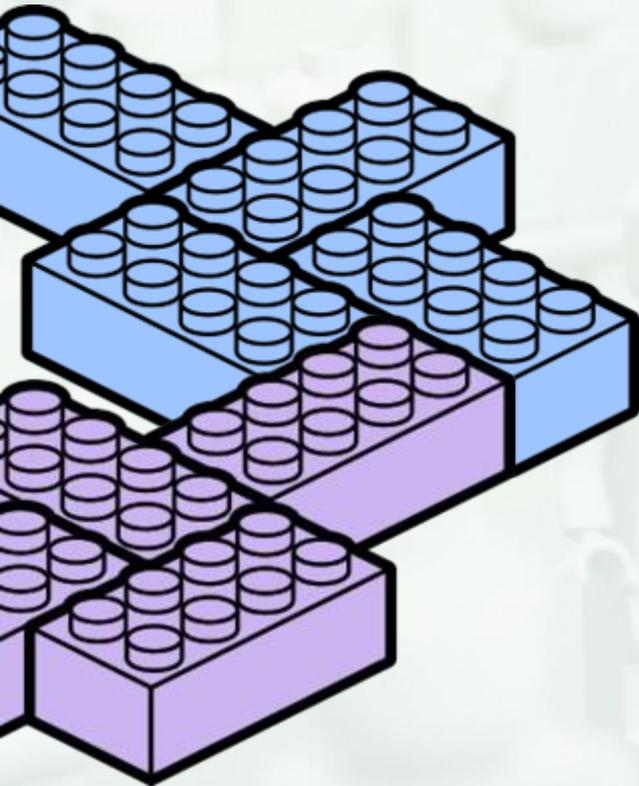


Objetivos de carreira

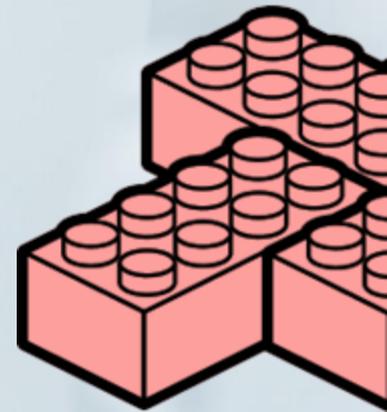
O desejo (quase uma obrigação) de não errar em suas escolhas carrega consigo a crença que existe em um caminho único, linear e que levará à opção mais exata e legítima possível.

Assim, o plano de carreira é um mapa que os ajudará a encontrar este caminho e os afastará de escolhas equivocadas.

É também o compromisso da empresa com o desenvolvimento de seu colaborador.



***E como escolhem
as empresas?***





**Possibilidades de
carreira e de mudança de
área dentro da empresa**



**Perfil profissional
que a empresa espera
(técnico e
comportamental)**



**Tempo médio de
crescimento dos
profissionais da
empresa**



Muitas vezes a escolha ocorre por comparação e “vence” quem passar informações que materializem o futuro



O que os jovens falam sobre política?

Acompanham parcialmente as informações sobre política e economia pois são temas que geram desconforto (pela quantidade de notícias ruins que os envolvem e questões relacionadas a corrupção).

As redes sociais iniciaram uma abertura do público para o tema, mas as polarizações antes, durante e depois das eleições presidenciais acabaram os afastando novamente. Comparam a situação com a mesma rivalidade vivida no futebol e não enxergam agregação nesse tipo de discussão.

Sentem falta de fontes confiáveis e imparciais sobre o tema, bem como de referências políticas que os representem.



O que os jovens falam sobre os impactos da crise?

Demonstram preocupação, principalmente no que diz respeito a geração/manutenção de empregos, estagnação salarial e tempo de crescimento profissional. Apontam que, diante do cenário atual, é fundamental que os profissionais ampliem seus conhecimentos e habilidades para garantir relevância no mercado de trabalho já que algumas profissões ou cargos não são fundamentais para o negócio ou podem ser substituídos por novas tecnologias.

Acreditam que a crise é passageira e que o país voltará aos eixos. Mesmo sendo um momento difícil, existem oportunidades para aqueles que não se acomodam e têm coragem de fazer diferente.



O que os jovens falam sobre corrupção?

- 1) A corrupção é vista como algo cultural. Está presente em nosso dia a dia de diferentes formas e escalas: desde pessoas utilizando recursos do escritório para fins particulares até executivos e políticos desviando verbas.*
- 2) É fortemente relacionada a instituições públicas e aos políticos (independente do partido a que são filiados).*
- 3) Empresas que prestam serviço para o governo têm maior probabilidade de praticar atos corruptos. As chances aumentam também em empresas com foco excessivo em resultados financeiros.*
- 4) A corrupção é uma escolha do profissional e não necessariamente uma decisão corporativa.*

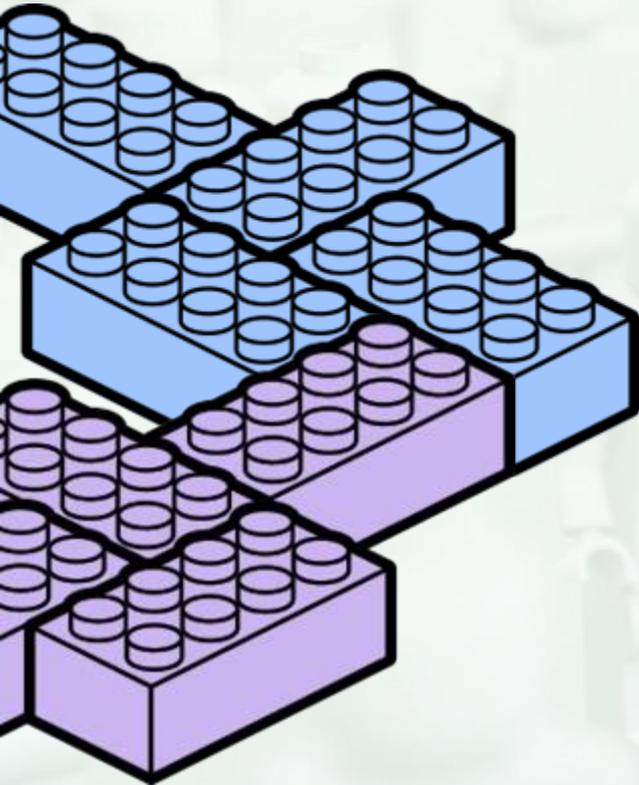


E trabalhariam em empresas que tiveram sua ética questionada?

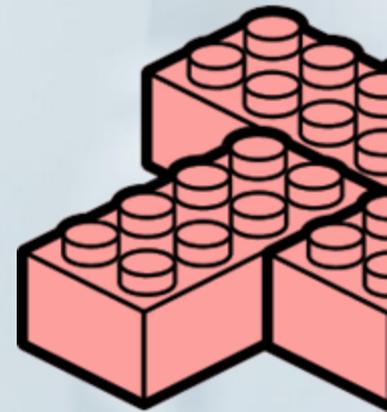
Não existe uma única resposta para esta pergunta.

Alguns jovens disseram que sim, desde que não fosse em cargos de gestão, pois estes profissionais respondem pelas ações da empresa (sendo ou não os responsáveis diretos pelos erros cometidos). Os jovens que disseram que não trabalhariam apontaram o medo de “mancharem” seu currículo e, conseqüentemente, prejudicarem seu desenvolvimento profissional como principais motivadores.

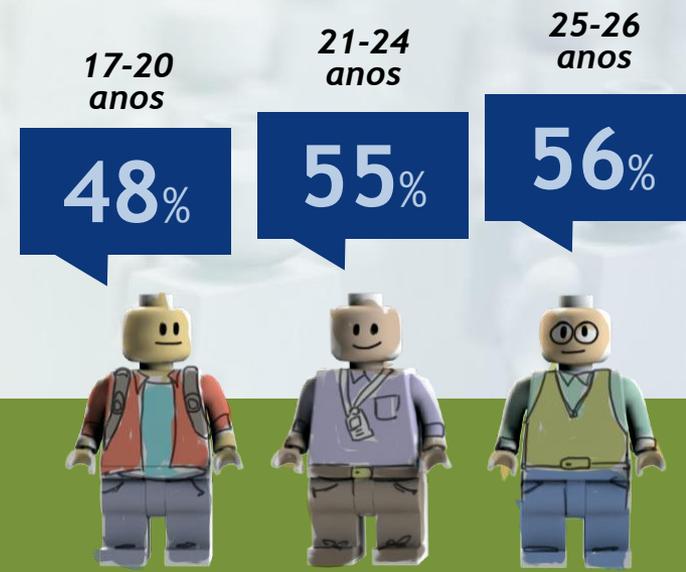
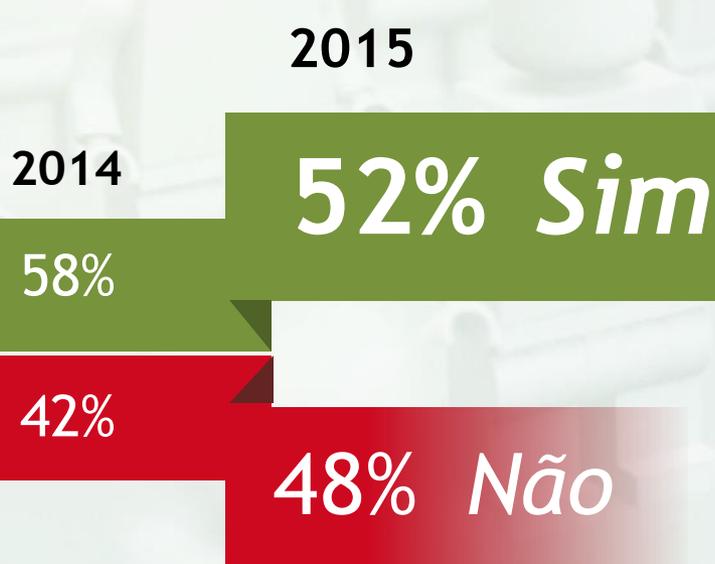
Mas e se já atuassem na empresa e então ficassem sabendo sobre tais desconfianças éticas? Grande parte dos jovens tentaria ajudar a organização a tomar decisões corretas, dentro do que é esperado pelo mercado de trabalho. Apenas sairiam da empresa se os problemas éticos envolvessem todos os processos do dia a dia e não percebessem a intenção dos executivos em mudar a forma de atuar.



Empresa dos Sonhos



Tem uma empresa dos sonhos?



Renda familiar em R\$	até 1.575,99	1.576 a 3.151,99	3.152 a 7.879,99	7.880 a 15.759,99	15.760 ou mais
	50%	54%	57%	56%	58%

Tem uma empresa dos sonhos?

2015

2014

52% *Sim*

58%

42%

48% *Não*

Motivo?

5 em cada 10 entrevistados ainda não definiram o que caracteriza sua Empresa dos Sonhos.



Motivos de escolha 2015

Desenvolvimento
Profissional

Boa imagem no
mercado

Fazer o que gosta/
realização

Desafios
constantes

Possibilidade
de Inovar

Motivos de escolha

2011	2012	2013	2014	2015
Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional
Desafios constantes	Fazer o que gosta/ realização	Boa imagem no mercado	Boa imagem no mercado	Boa imagem no Mercado
Boa imagem no mercado	Boa imagem no mercado	Fazer o que gosta/ realização	Possibilidade de Inovar	Fazer o que gosta/ realização
Ambiente de trabalho agradável	Desafios constantes	Salário e benefício diferenciado	Desafios constantes	Desafios constantes
Carreira Internacional	Qualidade de vida/ Salário e benefício diferenciado*	Possibilidade de Inovar	Fazer o que gosta/ realização	Possibilidade de Inovar

Motivos de escolha

2015

Homens

Mulheres

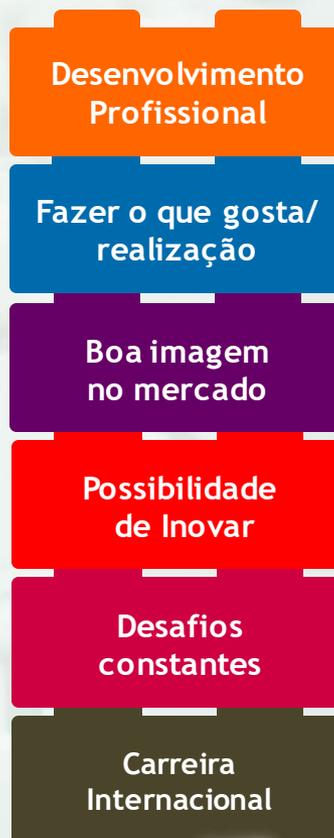
Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional
Boa imagem no mercado	Possibilidade de Inovar	Boa imagem no mercado
Fazer o que gosta/realização	Desafios constantes	Fazer o que gosta/realização
Desafios constantes	Carreira Internacional	Desafios constantes
Possibilidade de Inovar	Boa imagem no mercado	Possibilidade de Inovar

Motivos de escolha

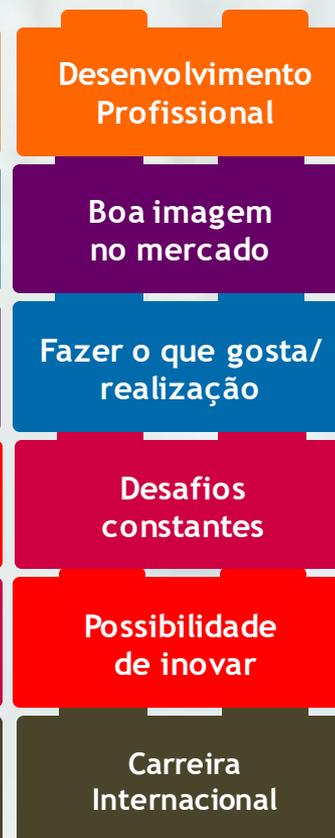
2015



17 a 20 anos



21 a 24 anos



25-26 anos



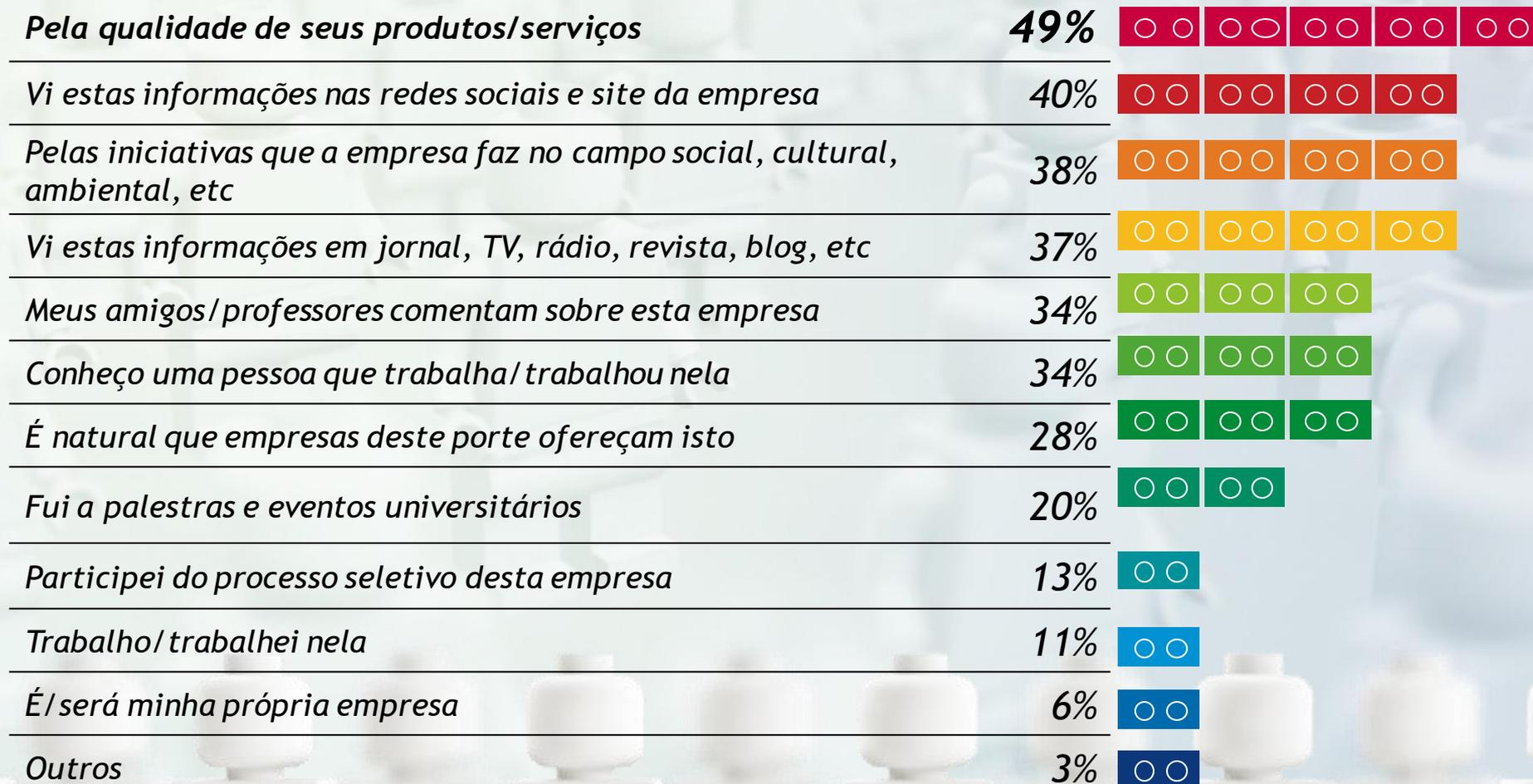
Motivos de escolha

Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional	Desenvolvimento Profissional
Boa imagem no mercado	Fazer o que gosta/realização	Boa imagem no mercado	Fazer o que gosta/realização	Boa imagem no mercado	Fazer o que gosta/realização
Fazer o que gosta/realização	Possibilidade de Inovar	Desafios constantes	Boa imagem no mercado	Fazer o que gosta/realização	Possibilidade de Inovar
Desafios constantes	Boa imagem no mercado	Fazer o que gosta/realização	Desafios constantes	Carreira Internacional	Desafios constantes
Possibilidade de Inovar	Desafios constantes	Possibilidade de Inovar	Possibilidade de Inovar	Desafios constantes	Boa imagem no mercado
			Conciliar vida pessoal e profissional	Possibilidade de Inovar	Carreira Internacional

Motivos de escolha

Brasil	Até 1.575,99	De 1.576,00 a 3.151,99	De 3.152,00 a 7.879,99	De 7.880,00 a 15.759,99	15.760,00 ou mais
Desenvolvimento Profissional	Desafios constantes				
Boa imagem no mercado	Carreira Internacional	Carreira Internacional			
Fazer o que gosta/realização	Fazer o que gosta/realização	Fazer o que gosta/realização	Desafios constantes	Desafios constantes	Desenvolvimento Profissional
Desafios constantes	Possibilidade de Inovar	Desafios constantes	Possibilidade de Inovar	Boa imagem no mercado	Boa imagem no mercado
Possibilidade de Inovar	Desafios constantes	Possibilidade de Inovar	Carreira Internacional	Fazer o que gosta/realização	Possibilidade de Inovar
			Fazer o que gosta/realização	Possibilidade de Inovar	

Como **você** sabe que a empresa **oferece** as opções que escolheu?



Principais fontes de informação

2013	2014	2015
Conhece uma pessoa que trabalha/trabalhou	Conhece uma pessoa que trabalha/trabalhou	Qualidade de produtos/serviços
Informações em jornal, TV, rádio, revista, blog etc	Informações em jornal, TV, rádio, revista, blog etc	Informações nas redes sociais/site da empresa
Qualidade de produtos/serviços	Informações nas redes sociais/site da empresa	Iniciativas que faz no campo social, cultural, ambiental etc
Informações nas redes sociais/site da empresa	Qualidade de produtos/serviços	Informações em jornal, TV, rádio, revista, blog etc
Palestras e eventos universitários	Trabalha/Trabalhou na empresa	Amigos/professores comentam sobre a empresa
Trabalha/Trabalhou na empresa		Conhece uma pessoa que trabalha/trabalhou

Principais fontes de informação

Brasil	Feminino	Masculino
Qualidade de produtos/serviços	Qualidade de produtos/serviços	Qualidade de produtos/serviços
Informações nas redes sociais/site da empresa	Informações nas redes sociais/site da empresa	Informações nas redes sociais/site da empresa
Iniciativas que faz no campo social, cultural, ambiental etc	Iniciativas que faz no campo social, cultural, ambiental etc	Informações em jornal, TV, rádio, revista, blog etc

Brasil	17-20 anos	21-24 anos	25-26 anos
Qualidade de produtos/serviços	Qualidade de seus produtos/serviços	Qualidade de seus produtos/serviços	Qualidade de seus produtos/serviços
Informações nas redes sociais/site da empresa	Informações nas redes sociais/site da empresa	Informações nas redes sociais/site da empresa	Conhece pessoa que trabalha/trabalhou nela
Iniciativas que faz no campo social, cultural, ambiental etc	Informações em jornal, TV, rádio, revista, blog etc	Iniciativas que faz no campo social, cultural, ambiental	Informações nas redes sociais/site da empresa

Principais fontes de informação

Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Qualidade de produtos/serviços	Qualidade de seus produtos/serviços	Qualidade de seus produtos/serviços	Qualidade de seus produtos/serviços	Qualidade de seus produtos/serviços	Qualidade de seus produtos/serviços
Informações nas redes sociais/site da empresa	Iniciativas que faz no campo social, cultural, ambiental	Iniciativas que faz no campo social, cultural, ambiental	Informações nas redes sociais/site da empresa	Informações nas redes sociais/site da empresa	Informações nas redes sociais/site da empresa
Iniciativas que faz no campo social, cultural, ambiental etc	Informações nas redes sociais/site da empresa	Informações nas redes sociais/site da empresa	Informações em jornal, TV, rádio, revista, blog etc	Iniciativas que faz no campo social, cultural, ambiental	Iniciativas que faz no campo social, cultural, ambiental

Valores e crenças

*Identifica-se com
valores/crenças
da empresa*

46%



*Não sabe
dizer*

37%



*Nenhum
em específico*

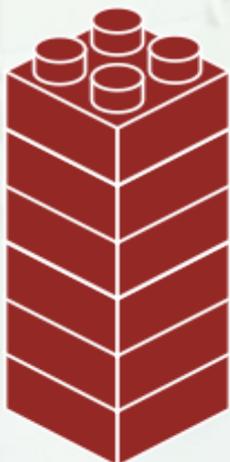
17%



Valores e crenças

Identifica-se com
valores/crenças
da empresa

46%



Ano de conclusão

2013	57%
2014	57%
2015	52%
2016	49%
2017	42%
2018	39%
2019	36%

Não sabe
dizer

37%



Nenhum
em específico

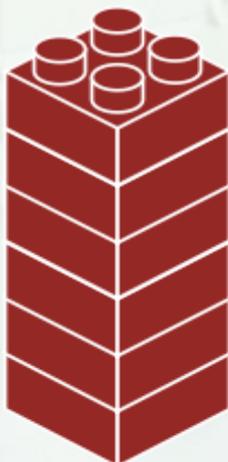
17%



Valores e crenças com os quais se identifica

Identifica-se com valores/crenças da empresa

46%



Renda familiar em R\$

até 1.575,99	40%
1.576 a 3.151,99	44%
3.152 a 7.879,99	52%
7.880 a 15.759,99	54%
15.760 ou mais	62%

Não sabe dizer

37%



Nenhum em específico

17%





Comprometimento
com cliente

Ética

Valorização de pessoas

Inovação

Qualidade de
produtos e serviços

Compromisso com sustentabilidade

Responsabilidade
socioambiental

Valorização dos
colaboradores





#1

Google



#2

BR



#3

ODEBRECHT



#4

VALE



#5

pwc



AmBev



#6



Nestlé
Faz Bem



#7

Itaú



#8



#9



#10



Novidade no ranking de 2015

Empresa dos sonhos gênero

	Brasil	Homens	Mulheres
#1	Google	Google	Google
#2	Petrobras	Petrobras	Petrobras
#3	Odebrecht	Odebrecht	Odebrecht
#4	Vale	PwC	Vale
#5	PwC	Ambev	Nestlé
#6	Ambev	Vale	PwC
#7	Nestlé	Microsoft	Ambev
#8	Itaú	Apple	Itaú
#9	Apple	Itaú	Globo
#10	Globo	Globo	Natura

Empresa dos sonhos faixa etária

	Brasil	17-20 anos	21-24 anos	25-26 anos
#1	Google	Google	Google	Google
#2	Petrobras	Petrobras	Petrobras	Petrobras
#3	Odebrecht	Vale	Odebrecht	Odebrecht
#4	Vale	Apple	PwC	Vale
#5	PwC	Odebrecht	Ambev	PwC
#6	Ambev	Microsoft	Vale	Ambev
#7	Nestlé	Globo	Itaú	Nestlé
#8	Itaú	Banco do Brasil	Nestlé	Itaú
#9	Apple	Nestlé	Unilever	Natura
#10	Globo	Itaú	Globo	P&G

Empresa dos sonhos

ano de conclusão



	Brasil	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
#1	Google	Google	Google	Google	Google	Google	Google	Google
#2	Petrobras	Petrobras	PwC	Petrobras	Petrobras	Petrobras	Petrobras	Petrobras
#3	Odebrecht	PwC	Petrobras	PwC	Odebrecht	Odebrecht	Vale	Vale
#4	Vale	Nestlé	Ambev	Ambev	Vale	PwC	Odebrecht	Odebrecht
#5	PwC	Ambev	Unilever	Odebrecht	PwC	Vale	Apple	Apple
#6	Ambev	Unilever	Itaú	Vale	Itaú	Itaú	Banco do Brasil	Microsoft
#7	Nestlé	Vale	Nestlé	Nestlé	Ambev	Nestlé	Microsoft	Nestlé
#8	Itaú	Natura	Odebrecht	Itaú	Nestlé	Banco do Brasil	Nestlé	Banco do Brasil
#9	Apple	Globo	Natura	P&G	P&G	Ambev	Globo	Polícia Federal
#10	Globo	Odebrecht	Vale	Globo	Globo	Apple	Ambev	Ambev

Empresa dos sonhos por região



	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
#1	Google	Google	Google	Google	Google	Google
#2	Petrobras	Vale	Petrobras	Petrobras	Petrobras	Petrobras
#3	Odebrecht	Petrobras	Odebrecht	PwC	PwC	Ambev
#4	Vale	P&G	Vale	Odebrecht	Nestlé	PwC
#5	PwC	Banco do Brasil	Ambev	Banco do Brasil	Itaú	BMW
#6	Ambev	Ambev	Braskem	Ambev	Odebrecht	Apple
#7	Nestlé	Itaú	PwC	Plaenge	Vale	Volvo
#8	Itaú	Apple	Nestlé	Microsoft	Ambev	O Boticário
#9	Apple	Odebrecht	Globo	Itaú	Unilever	Itaú
#10	Globo	Natura	Banco do Brasil	Vale	Globo	Banco do Brasil

Empresa dos sonhos por renda (R\$)



	Brasil	Até 1.575,99	De 1.576,00 a 3.151,99	De 3152,00 a 7.879,99	De 7.880,00 a 15.759,99	15.760,00 ou mais
#1	Google	Google	Google	Google	Google	Google
#2	Petrobras	Petrobras	Petrobras	Petrobras	Petrobras	Ambev
#3	Odebrecht	Vale	Odebrecht	PwC	Ambev	PwC
#4	Vale	Odebrecht	Vale	Odebrecht	PwC	Odebrecht
#5	PwC	Banco do Brasil	PwC	Ambev	Odebrecht	Apple
#6	Ambev	Nestlé	Itaú	Vale	P&G	P&G
#7	Nestlé	Itaú	Nestlé	Itaú	Itaú	Petrobras
#8	Itaú	Ambev	Ambev	Nestlé	Unilever	Disney
#9	Apple	Globo	Globo	Apple	Apple	Unilever
#10	Globo	Apple	Microsoft	Unilever	Nestlé	Nestlé

As que estão próximas...



Microsoft

#11



BANCO DO BRASIL

#12



P&G

#13



Unilever

#14



natura

#15



Braskem

#16



Coca-Cola

#17



Bradesco

#18



EMBRAER

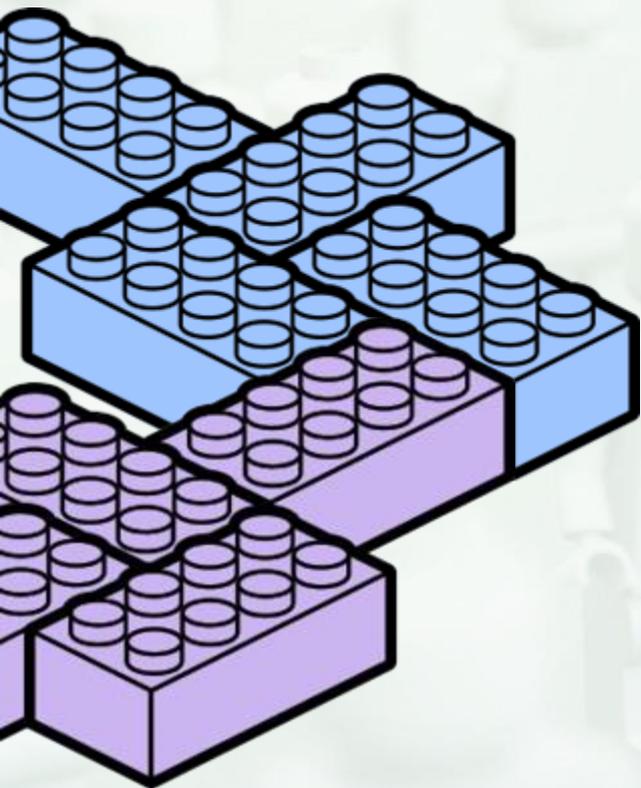
#19



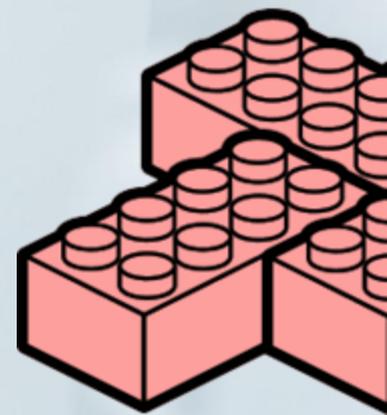
CAIXA

#20





Em síntese...



Os jovens buscam...

Apoio para não se tornarem obsoletos!

Suporte para fazer escolhas de carreira

Possibilidades de carreira dentro da empresa

Participar da construção do futuro (seu e da empresa)





A Cia de Talentos, com 25 anos de existência, é uma empresa do Grupo DMRH. É a maior consultoria em Recursos Humanos da América Latina em atração, recrutamento, seleção e desenvolvimento de profissionais em início de carreira.

Maira Habimorad
CEO Cia de Talentos
(+5511) 5112-3317
maira.habimorad@ciadetalentos.com.br

A Nextview People é uma empresa de pesquisa focada em gerar e organizar conhecimento sobre gestão e desenvolvimento de pessoas por meio de estudos produzidos a partir da necessidade do cliente e da Inteligência de Mercado.

Danilca Galdini
Diretora Nextview People
(+5511) 2050-3130
danilca@nextviewpeople.com.br





Já pensou em entender como a sua empresa e os seus concorrentes são vistos pelos universitários e recém-formados? Com mais informações você consegue tomar decisões assertivas sobre como atrair, fidelizar e desenvolver os jovens que deseja ter em sua organização.

Entre em contato conosco para conhecer os diferentes relatórios existentes.

Danilca Galdini
Diretora Nextview People
(+5511) 2050-3130
Danilca@nextviewpeople.com.br