

Anuário de Benefícios Corporativos

20
23

swile

 Leme

- 1.** Mensagem da Leme
- 2.** Mensagem da Swile
- 3.** Parceiros do Anuário
- 4.** Introdução
- 5.** Rumo ao futuro do trabalho
 - 5.1** A experiência do colaborador
 - 5.2** A IA chegou para ficar?
- 6.** Abertura do mercado
 - 6.1** Fim dos Rebates e pós-pagamentos

PESQUISA

- 8.** Números

- 9.** Timeline
- 10.** Metodologia
- 11.** Dados Coletados
- 12.** Os queridinhos
 - 12.1** Top 5
 - 12.2** Benefícios Flexíveis Corporativos
- 13.** Ranking Nacional de Benefícios
 - 13.1** Vale Refeição
 - 13.2** Assistência Médica
 - 13.3** Seguro de Vida
 - 13.4** Assistência Odontológica
 - 13.5** Vale Alimentação
 - 13.6** Descontos em Academias
 - 13.7** Auxílio Educação
 - 13.8** Benefícios Flexíveis
 - 13.9** Home Office

- 13.10** Assistência Psicológica
- 13.11** Automóvel
- 13.12** Vale Combustível
- 13.13** Auxílio Farmácia
- 13.14** Previdência Privada
- 13.15** Vale Cultura
- 13.16** Assistência Pet

- 14.** A Visão do Beneficiário

- 15.** Boas Práticas de RH

PALAVRA DO ESPECIALISTA

- 15.1** - Tiago Mavichian: CEO Cia de Estágios
- 15.2** - Angélica Madalosso: CEO I Love My Job
- 15.3** - Jhenyffer Coutinho: CEO Plure
- 15.4** - Wesley Barreto: General Management Vagas.com

- 16.** Recapitulando

1. Mensagem da Leme



Em 2019, se nos perguntassem o que aconteceria de 2020 para cá, nós certamente teríamos errado na futurologia! Vejamos por essa perspectiva: passamos por uma pandemia global, pivotamos de um espectro político a outro oposto no Brasil e em vários outros países, observamos o layoff no segmento de tecnologia em 2022 e 2023, conflitos bélicos e tensões políticas na Eurásia impactaram nas cadeias de logística e, ainda, constatamos uma desaceleração econômica na China, depois de décadas de crescimento robusto. Agora, não bastasse tudo isso, convivemos com as “ansiedades” da Inteligência Artificial e seus desdobramentos, que suscitam perguntas e inquietações naturais em fases de mudanças desta magnitude.

Diante de todo este cenário, como as empresas deveriam se posicionar?
Existe uma tendência de postura no ambiente dos negócios?
Como se proteger diante de uma possível crise?
Como surfar a próxima onda?

Se qualquer um pudesse responder a todas essas perguntas com convicção e se a nossa capacidade de abstração fosse totalmente confiável e certa... essa pesquisa não seria necessária! É exatamente para suprir este gap que lançamos a nova edição do **Anuário de Benefícios Corporativos 2023**, uma iniciativa da **Leme Consultoria** e da **Swile**.

Em quase 30 anos de mercado, vivenciamos inúmeras experiências pela Leme. Passamos por muitos desafios inesperados, sempre respeitando a incerteza com humildade, porém, confiando na nossa agilidade e na nossa capacidade de antecipação, na proteção contra os eventos de cauda e principalmente, no aproveitamento de oportunidades para os RHs. Afinal, o passado não se repete, mas rima com o presente!



Assim, podemos afirmar, com muita convicção, que as instabilidades vividas recentemente são apenas parte de um processo inercial de evolução do Brasil e do mercado. E tem mais: vai passar. Aliás, as respostas da pesquisa que você lerá a seguir dão pistas de que a fase preocupante está ficando no passado e que dias melhores virão, no seu e em outros nichos - em especial para os segmentos que foram “muito machucados” como, por exemplo, Tecnologia, Varejo e o Setor de Saúde como um todo.

Nas páginas a seguir, você terá acesso a um estudo detalhado da oferta de benefícios feita pelas empresas, das intenções das pessoas físicas e o que elas gostariam de receber. Será que as organizações entregam o valor esperado pelos profissionais ou apenas seguem algumas “trends”, que não necessariamente refletem o que seus colaboradores e candidatos anseiam?

Bom, a proxy aqui é de que existe um **gap enorme** entre o que as empresas disponibilizam em termos de benefícios, de boas práticas de Gente & Cultura, e o que as pessoas realmente esperam e desejam receber!

Explore o estudo do início ao fim. Além de robusto e repleto de dados valiosos, ele é muito rico em ideias e insights práticos, para você começar as correções estratégicas em seu RH agora mesmo. Conte com a gente!



RENAN SINACHI
CSO da Leme Consultoria



PROF. ROGÉRIO LEME
CEO e Founder da Leme Consultoria

2. Mensagem da Swile



É com entusiasmo e imenso prazer que apresentamos a vocês o Anuário de Benefícios Corporativos 2023, um passo audacioso e significativo que sucede o prestigiado Guia Nacional de Benefícios, publicado em 2021 e 2022. Como pioneira da mudança no mercado de benefícios, é uma honra para a Swile conduzir você por essa jornada repleta de descobertas, insights e dados inéditos.

A parceria entre Swile e a Leme tem sido marcada pelo comprometimento em oferecer conhecimentos relevantes sobre o mercado de benefícios no Brasil. Esta edição representa um ponto crucial na evolução dessa missão, onde convergiram a experiência de grandes marcas, a inovação em pesquisa e o desejo de mudar para melhor o mundo do trabalho.

O Anuário de Benefícios Corporativos distingue-se pelo fato de que, pela primeira vez, traz à tona a voz mais autêntica e importante do mercado de trabalho: a dos colaboradores. Nossa abordagem, que tradicionalmente envolve coletar dados de departamentos de Recursos Humanos, evoluiu para abranger percepções diretas e inéditas de mais de 1 milhão de colaboradores. Agora, podemos compreender os benefícios que realmente ressoam com eles, o que os motiva a permanecer e prosperar em uma empresa, e o impacto crucial dos benefícios na hora de aceitar uma oferta.

Com um espectro mais amplo de dados, mergulhamos fundo na realidade do mercado, colhendo informações sobre a oferta de benefícios em mais de 1.000 empresas ao redor do país, abrangendo 26 setores econômicos. Essa análise, combinada com as perspectivas dos colaboradores e o insight dos especialistas, pavimenta o caminho para o aperfeiçoamento da sua estratégia de benefícios.

Neste Anuário, você encontrará informações precisas e análises criteriosas sobre os benefícios mais oferecidos no Brasil, desde os pilares tradicionais até as inovações e tendências que não param de surgir. Essa visão detalhada fornecerá os ingredientes necessários para suas tomadas de decisões, contribuindo para a criação de um ambiente de trabalho mais atrativo e competitivo.

Este material reflete nosso compromisso em fornecer informações sólidas e atuais que impulsionem o RH como parte estratégica da empresa. Aproveite ao máximo os insights compartilhados aqui, esteja preparado para antecipar tendências e, acima de tudo, saiba que estamos ao seu lado, buscando fortalecer o ambiente de trabalho e ajudando você a colocar em prática a mudança que, acredite, já está em suas mãos.

Atenciosamente,



JÚLIO BRITO
General Manager da Swile

3. Parceiros do Anuário

Infojobs



Page
Group

plur=

vagas



4. Introdução

Bem-vindo ao Anuário de Benefícios Corporativos 2023 – um mergulho profundo na realidade dos benefícios empresariais no Brasil. Esta edição, que sucede o respeitado Guia Nacional de Benefícios, é uma jornada inestimável por insights que moldarão seu entendimento sobre a gestão de benefícios no cenário contemporâneo.

Aqui, mergulharemos nas complexidades da gestão de benefícios, fornecendo uma visão panorâmica de um mercado em constante transformação. Dos benefícios tradicionais aos mais inovadores, cada página deste anuário é um convite para explorar a fundo as práticas que estão redefinindo a forma como as empresas atraem, retêm e motivam os talentos do século 21.

Mais do que uma mera compilação de dados, este anuário é um guia estratégico. Exploraremos as vozes dos colaboradores, trazendo à tona suas percepções sobre os benefícios que impulsionam o engajamento e influenciam as decisões de carreira. Ao entender essas nuances, você terá em mãos a capacidade de ajustar sua abordagem para atrair e reter os melhores profissionais. Nossa análise abrange uma ampla gama de setores econômicos, oferecendo uma compreensão holística das tendências e oportunidades que moldam o cenário atual. Com base em dados concretos e análises especializadas, este anuário capacita líderes e profissionais de RH a tomarem decisões fundamentadas para o crescimento sustentável de suas organizações.

Ao mergulhar no Anuário de Benefícios Corporativos 2023, você se tornará um protagonista da revolução em gestão de benefícios. Prepare-se para desvendar os segredos que impulsionam o sucesso das empresas modernas e descubra as estratégias para se destacar na construção de equipes de alto desempenho.

5. Rumo ao futuro do trabalho



O ano de 2023 revelou-se um marco importante na caminhada rumo ao novo mundo do trabalho. Nesse período de transição, testemunhamos uma série de mudanças transformadoras que moldaram a maneira como trabalhamos, interagimos e entendemos as dinâmicas empresariais. Essa etapa não apenas trouxe avanços notáveis, mas também estabeleceu um terreno fértil para a exploração de novos horizontes no cenário corporativo.

As transformações dos últimos anos pavimentaram o caminho para uma abordagem mais abrangente e centrada nas pessoas. A experiência do colaborador se consolidou como um fator fundamental, redefinindo o valor dos benefícios tradicionais e exigindo uma abordagem holística para nutrir um ambiente que inspire satisfação e engajamento autêntico.

Em um cenário no qual os colaboradores são os protagonistas, o papel estratégico do RH expandiu-se, enraizado na compreensão de que a gestão de recursos humanos é o alicerce para o crescimento e a inovação organizacional.

5.1 A experiência do colaborador

“A experiência do colaborador”. Quantas vezes você já ouviu esse termo nos últimos anos? Não é por acaso: o employee experience emerge como o epicentro das transformações do novo mundo do trabalho. Não se trata apenas de um termo da moda, mas sim de um dos pilares mais importantes para o sucesso empresarial.

Um estudo realizado pela Gallup examinou empresas com altos níveis de engajamento e revelou resultados notáveis:



Diante disso, como podemos aprimorar essa experiência? Como construir um ambiente onde as pessoas colaboradoras se sintam encorajadas, engajadas e parte vital da empresa? O passo mais importante você já deu: reconhecer a relevância do assunto. Agora, para encontrar as ações práticas, é crucial ficar de olho nos movimentos e tendências do mercado.

5.2 A IA chegou para ficar?

Na vanguarda da revolução tecnológica no mundo corporativo está a Inteligência Artificial (IA), uma ferramenta que promete ser nada menos do que transformadora. A pergunta não é mais se a IA tem um lugar no setor de Recursos Humanos, mas sim como e onde ela será mais eficaz. Se antes era apenas um conceito futurista, hoje já vemos suas aplicações práticas em inúmeros aspectos do RH.

No recrutamento, softwares inteligentes estão mudando o jogo ao automatizar a triagem de currículos e identificar candidatos que se alinham melhor com a cultura e necessidades da empresa. A IA também está otimizando o desenvolvimento de talentos ao criar programas de treinamento personalizados às necessidades de cada colaborador.

2023 destaca-se como o ano em que a IA se consolidou como uma ferramenta essencial em várias indústrias, inclusive no RH. Para profissionais que querem se preparar para o futuro, entender a IA não é mais uma opção, mas uma necessidade. A tendência é que seu uso no RH continue crescendo, tornando-se ainda mais indispensável.



6. Abertura do mercado



swile

Leme

O ano de 2023 marcou um ponto de virada significativo no mercado de benefícios de empresas brasileiras. Até então, o setor estava dominado por práticas que muitas vezes não favoreciam a transparência e a concorrência saudável. No entanto, a implementação completa do Decreto 10.854/21 no mês de maio de 2023 e posteriores esclarecimentos trazidos pelo Decreto 11.678/23, transformaram radicalmente o cenário.

Posteriormente, com a publicação da edição da Medida Provisória 1.108/22, posteriormente convertida em Lei 14.442/22, a proibição de rebate e pós-pagamento passou a ser generalizada: não só se aplicava a benefícios concedidos dentro do PAT (Programa de Alimentação do Trabalhador), mas fora dele também.

Esses marcos regulatórios não apenas impuseram novas regras, mas também acabaram servindo como um catalisador para uma gestão de benefícios mais eficiente, transparente e centrada no funcionário.

Essa nova regulamentação trouxe mudanças tão significativas que podemos falar em um “antes” e “depois” na forma como os benefícios, como o Vale Alimentação e Vale Refeição, são gerenciados. Os Recursos Humanos das empresas, que já tinham a responsabilidade de manter tudo em conformidade com as leis, tiveram que se adaptar rapidamente a essas transformações, sob pena de enfrentar multas e complicações legais.

6.1 Fim dos Rebates e pós-pagamentos

A proibição do “rebate” foi uma das alterações mais significativas trazidas pelo Decreto 10.854/21, e merece destaque para uma compreensão mais aprofundada. Em uma prática comum antes da nova regulamentação, empresas que forneciam benefícios ofereciam um desconto na hora de carregar os cartões dos colaboradores.

Para ilustrar: se sua empresa planejava creditar R\$50,000 em benefícios PAT para os colaboradores, um desconto de, digamos, 5% era aplicado, e a empresa efetivamente pagava apenas R\$47,500. Parecia um negócio mágico, mas havia mais do que aparentava.

Como Funcionava o Sistema de Rebate Disfarçado

Com a proibição trazida pelo Decreto 10.854/21, algumas fornecedoras aproveitavam sua própria criatividade para seguir praticando o rebate de forma indireta ou disfarçada, subsidiando festas de fim de ano para o cliente, produtos de Natal, créditos em carteiras diversas de comida, reembolsos de plano de saúde, criação de programas de pontos, pagamento de outros boletos, entre outras vantagens. Com a edição do Decreto 11.678/23, o Governo deixou bem claro que as tentativas de “disfarçar” o rebate.

O segredo por trás dessa “mágica” era uma cadeia de taxas e cobranças que acabavam recaindo sobre os estabelecimentos credenciados pelos fornecedores de benefícios.

Por exemplo, sempre que um colaborador usava um desses vales para almoçar em um restaurante credenciado, o estabelecimento era submetido a uma taxa que muitas vezes era considerada abusiva. Essas taxas inflacionadas tornavam possível para a empresa de benefícios oferecer descontos (rebates) às empresas contratantes.

Quem Pagava a Conta?

Essas taxas abusivas prejudicavam especialmente os pequenos estabelecimentos, como restaurantes e mercados, que muitas vezes têm margens de lucro mais apertadas. Os fornecedores de benefícios podiam cobrar taxas que variavam de 6% a 13% desses estabelecimentos para financiar os rebates de 2-3% que ofereciam às empresas. No final, a conta era paga pelos colaboradores, que pagavam mais caro por suas refeições nesses locais.

O Novo Cenário Pós-Decreto

Com a entrada em vigor da nova regulamentação, a prática do rebate direto ou disfarçado foi oficialmente proibida. Contratos novos ou aditivos com cláusulas de rebate não podem mais ser assinados.

Por que o Fim do Rebate é Positivo?

O fim desta prática promete trazer uma série de benefícios. Primeiramente, os estabelecimentos credenciados deveriam a partir de agora pedir a revisão das taxas exorbitantes cobradas. Além disso, o fim do rebate deve incentivar uma revisão no processo de escolha de fornecedores de benefícios. O foco agora não será somente nas questões financeiras, mas também em aspectos como a eficiência na gestão mensal dos benefícios e o alcance da rede de aceitação.

Em resumo, a proibição do rebate torna o mercado mais equilibrado e transparente, beneficiando não apenas os RHs na gestão dos benefícios, mas também os colaboradores, que usufruem desses serviços no dia a dia.

E o pós-pagamento?

O decreto 10.854/21 e a Lei 14.442 especificam que todos os benefícios devem ser pré-pagos, o que exige maior atenção nas operações e na dinâmica de fluxo de caixa das empresas.

Essa obrigatoriedade impõe que o empregador realize o pagamento à operadora do plano de benefícios antes que qualquer valor seja creditado nos cartões dos colaboradores. A antecedência no pagamento serve como uma garantia de que os fundos estarão disponíveis quando os colaboradores necessitarem, eliminando a incerteza que poderia existir com sistemas de pós-pagamento.

A criatividade de algumas fornecedoras também atuou no ponto do pós-pagamento. Algumas dessas empresas passaram a oferecer cartões corporativos vinculados a bancos parceiros para que as empresas efetuassem o pagamento por meio desse cartão, ganhando prazo para isso. Essa prática é uma tentativa de burlar a legislação e é constitui uma forma de pós-pagamento.

A nova exigência de pré-pagamento vem com o intuito de introduzir mais equilíbrio, segurança e transparência nas relações contratuais entre os empregadores e as empresas fornecedoras de benefícios.

A medida atua como um mecanismo de prevenção contra práticas empresariais que poderiam ser consideradas abusivas. Por exemplo, no sistema de pós-pagamento, há riscos de cobranças excessivas, atrasos ou até mesmo a não entrega dos benefícios prometidos. Com a obrigatoriedade do pré-pagamento, tais práticas podem ser neutralizadas.

7. O RH na vanguarda

swile

Leme



A primeira definição de Employer Branding, publicada em dezembro de 1996 por Simon Barrow e Tim Ambler, na publicação Journal of Brand Management, sublinha a complexidade e a abrangência do conceito.

“O pacote de benefícios funcionais, psicológicos e econômicos fornecidos pelo empregador e associados à marca empregadora.”

Não se trata simplesmente de um pacote de benefícios ou de ações isoladas; é uma estratégia contínua que considera a vida profissional e pessoal do colaborador. A meta, além de cuidar do bem-estar do profissional, é criar uma experiência positiva que fortaleça laços emocionais, transformando-o em um defensor orgânico da marca.

O impacto de uma estratégia de Employer Branding bem-sucedida é profundo e multifacetado. Ele não apenas ajuda a atrair talentos de alta qualidade durante os processos de recrutamento, mas também é crucial para a retenção desses profissionais. Colaboradores satisfeitos e engajados são menos propensos a buscar novas oportunidades e mais propensos a se dedicar de forma construtiva ao seu trabalho, o que, por sua vez, tem um efeito positivo nos resultados financeiros e operacionais da empresa.

O Employer Branding a partir dos benefícios

Parte crucial do Employer Branding envolve a montagem de um pacote de benefícios que seja não só generoso, mas também cuidadosamente alinhado às necessidades e desejos específicos dos colaboradores. Aqui reside a importância da pesquisa detalhada apresentada neste anuário. Ao entender

o que realmente importa para os colaboradores, as empresas podem oferecer benefícios mais direcionados que atendam às suas expectativas e necessidades, fortalecendo ainda mais a sua marca empregadora.

É importante reconhecer que o pacote de benefícios não está isolado em sua influência sobre a marca empregadora. Ele é parte de um ecossistema maior que inclui cultura organizacional, oportunidades de desenvolvimento profissional, equilíbrio entre vida profissional e pessoal e muito mais. Entretanto, os benefícios são uma das formas mais tangíveis e imediatas de demonstrar o valor que uma empresa atribui a seus colaboradores, tornando-os um elemento-chave na estratégia de Employer Branding.

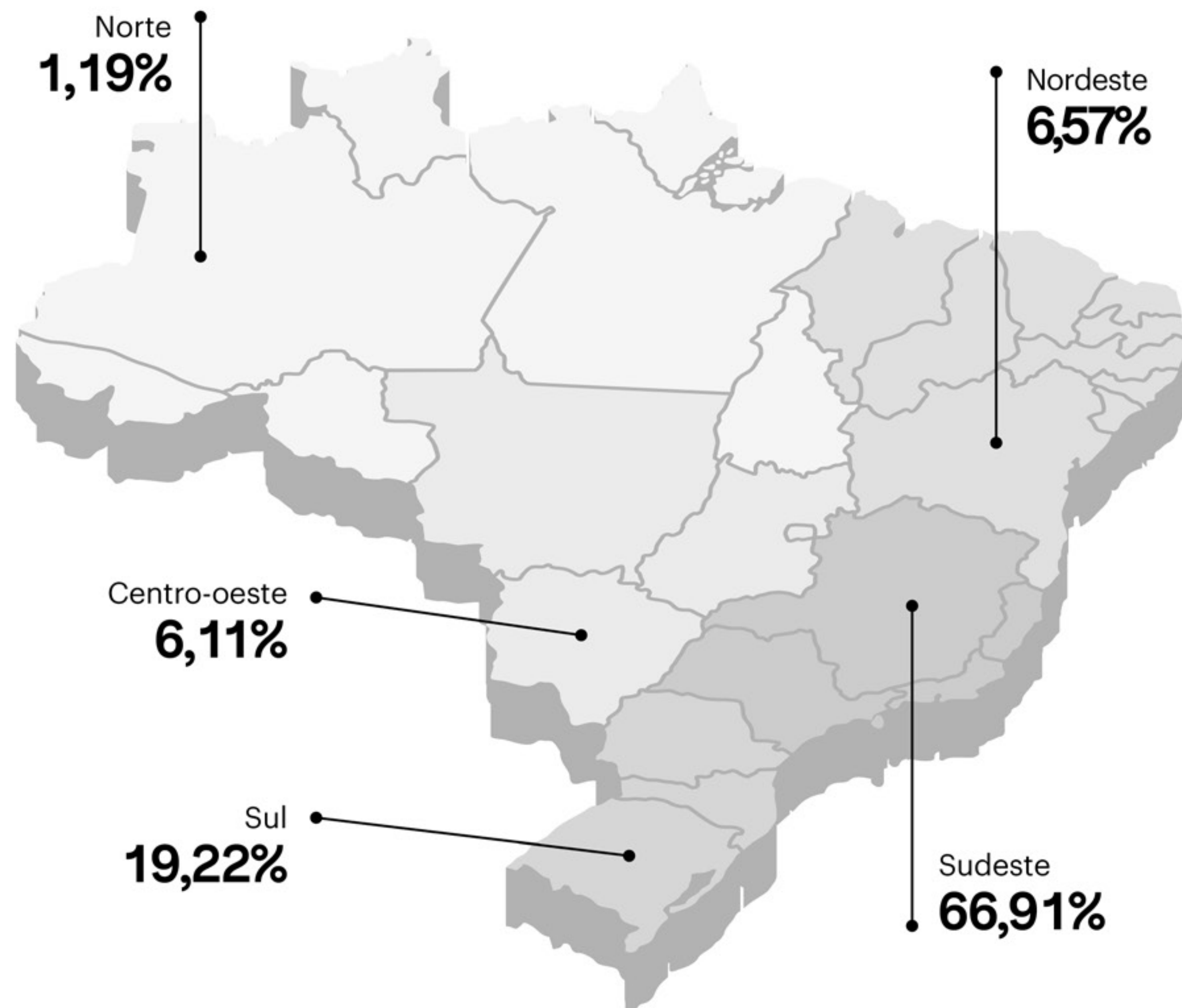
Portanto, o RH está na vanguarda deste esforço, agindo como o arquiteto da experiência do colaborador, desde o primeiro contato durante o processo de recrutamento até o dia a dia no ambiente de trabalho. No mundo competitivo de hoje, onde talentos podem ser escassos e as expectativas dos colaboradores estão em constante evolução, o papel do RH em construir e manter um Employer Branding forte nunca foi tão crítico.

Convidamos você a se aprofundar nos dados e insights deste estudo para entender melhor como um pacote de benefícios eficaz pode enriquecer sua estratégia de Employer Branding. Ao adaptar-se às necessidades e desejos de seus colaboradores, você não apenas fortalecerá sua marca, mas também construirá uma força de trabalho mais engajada, produtiva e, em última análise, mais feliz.

8. Números



Participação por região | Ano 2023



1044

Empresas inscritas na pesquisa

1.161.534

Total de colaboradores das empresas inscritas

26

Segmentos econômicos

16

Benefícios

13

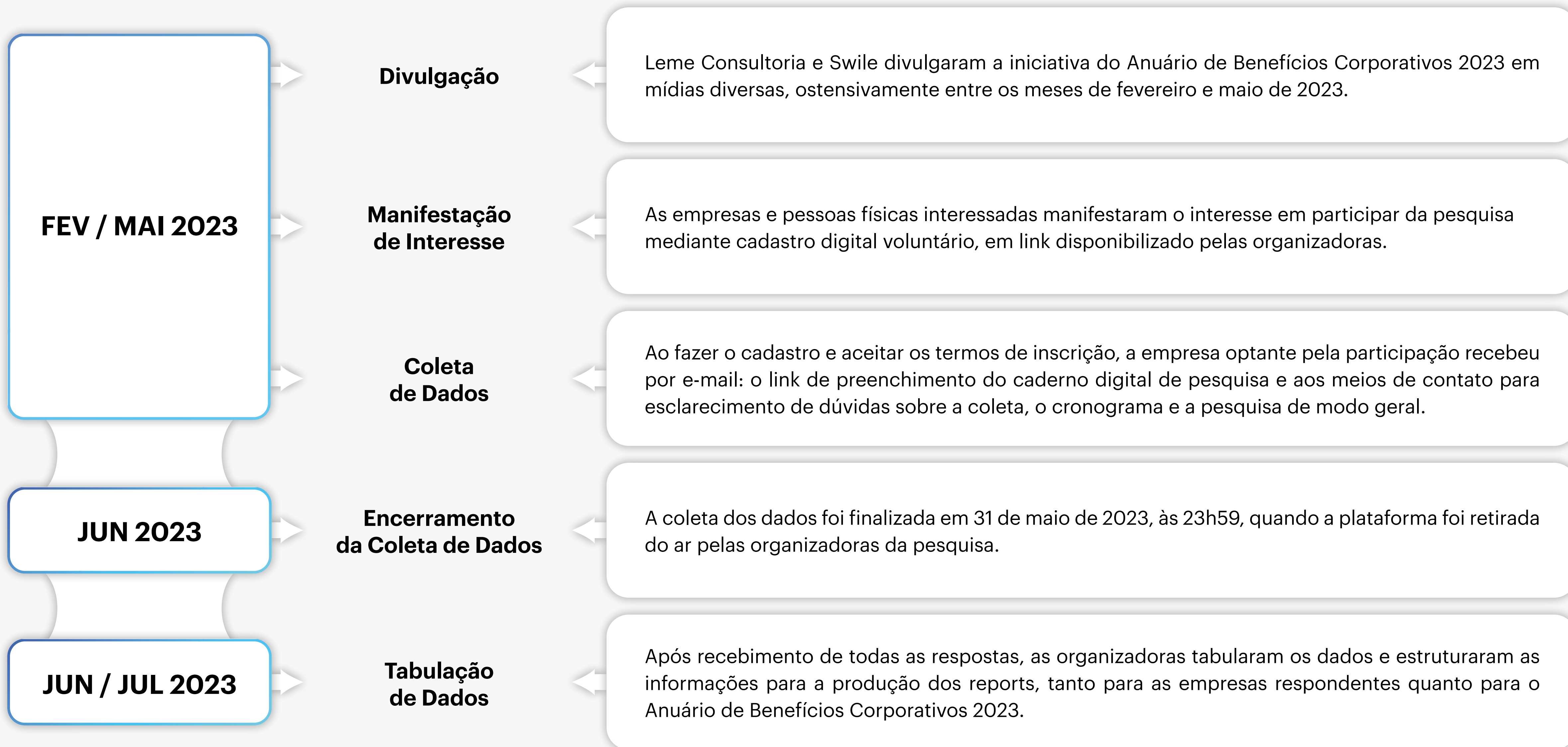
Boas práticas de Gente e Cultura (RH)

swile

Leme

9. Timeline





10. Metodologia



A pesquisa foi formada por perguntas de múltipla escolha, bem como, foi composta por campos para o preenchimento pelo representante da empresa participante. Todas as questões eram obrigatórias, podendo a empresa respondente informar:

A

A concessão completa do benefício, os níveis hierárquicos abrangidos, suas práticas de RH, os valores e coberturas praticadas;

B

A concessão parcial do benefício, os níveis hierárquicos abrangidos, suas práticas de RH, os valores e coberturas praticadas;

C

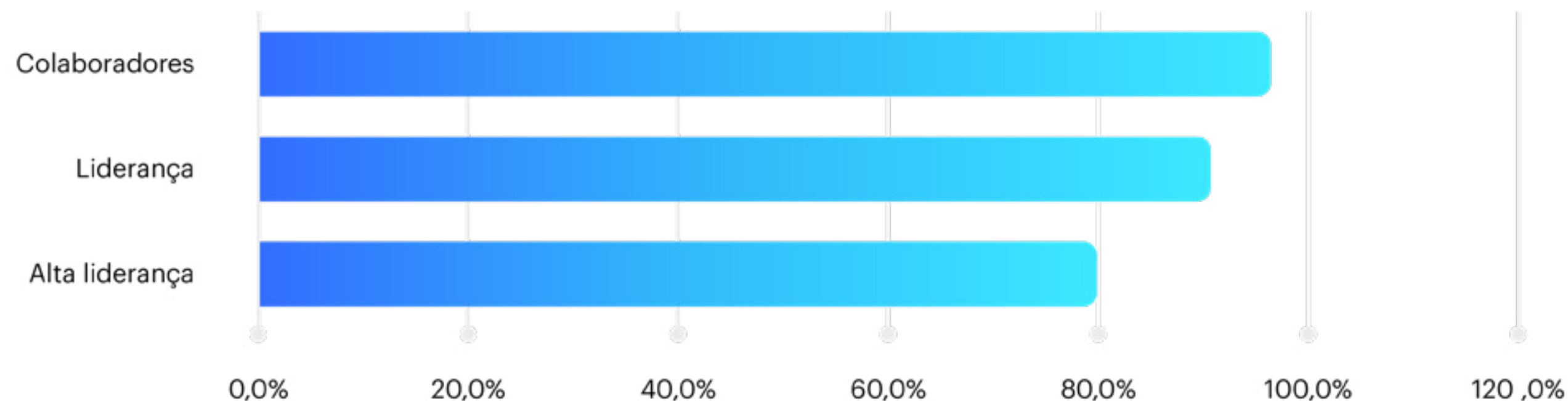
A não concessão do benefício e a inexistência da boa prática de RH em sua empresa/instituição.



■ Sim
■ Não

Prevalência do Benefício

Os dados globais foram tabulados por benefício e por boa prática de RH, contendo as informações de todas as empresas participantes em nível nacional; 26 segmentos econômicos; todos os portes de faturamento; as 5 regiões do Brasil e quantidades de colaboradores, representando percentualmente a prevalência de cada benefício, sempre no início de cada benefício.



Prevalência do Benefício por nível hierárquico

Os dados foram tabulados em 3 (três) diferentes níveis hierárquicos, sendo: Alta Liderança, representando a prevalência do benefício para a maior hierarquia comparável das empresas. Liderança, representando a prevalência do benefício para os níveis intermediários de hierarquia comparável das empresas. Colaboradores, representando a prevalência do benefício para os integrantes das equipes que não ocupam posição gerencial.

Sistema adotado	Vale Refeição	Restaurante
Alta liderança	85,40%	14,60%
Liderança	88,1%	11,9%
Colaboradores	100,0%	0%

Sistema adotado

Para benefícios com diferentes sistemas de concessão, por exemplo, a refeição, que pode ser concedida mediante Vale Refeição ou Restaurante, os dados de prevalência de cada sistema adotado são demonstrados em percentual de adesão por nível hierárquico.

Sistema adotado	Menor valor	Maior valor	MAP
Alta liderança	R\$ 25,12	R\$ 39,35	R\$ 33,61
Liderança	R\$ 22,44	R\$ 39,95	R\$ 30,86
Colaboradores	R\$ 17,73	R\$ 38,40	R\$ 29,49

Menor Valor, Map e Maior Valor

Os dados financeiros e quantificáveis em Real (moeda brasileira) foram tabulados sempre demonstrando o Menor Valor a Map - Média Aritmética Ponderada - e o Maior Valor da amostra, por nível hierárquico e com o corte de até 2 (dois) desvios-padrão.

11. Dados Coletados



Benefícios Corporativos

Foram pesquisadas as prevalências de concessão de cada um dos 16 (dezesesseis) benefícios alvo da coleta de dados, sendo eles:

- Vale Refeição
- Vale Alimentação
- Assistência Médica
- Assistência Odontológica
- Assistência Psicológica-Mental
- Assistência Pet
- Benefícios Flexíveis
- Descontos em Academia
- Seguro de Vida
- Auxílio Educação
- Auxílio Farmácia
- Auxílio Home Office
- Automóvel
- Vale Combustível
- Previdência Privada
- Vale Cultura

Boas práticas de Gente e Cultura (RH)

Foram pesquisadas as boas práticas de Gente e Cultura para um total de 13 (treze) ações estratégicas para os subsistemas de RH, sendo elas:

- Plano de Cargos, Carreiras e Salários
- PPR/PLR e/ou PL
- Programa de Remuneração Variável
- Programa de Trainee
- Programa de Estágio
- Programa Jovem Aprendiz
- Pesquisa de Clima/Pulse
- Certificada GPTW
- Avaliação de Desempenho
- Home Office/Teletrabalho
- Day off
- Programa de qualidade de vida
- Programa de diversidade

12. Os queridinhos



Examinar os benefícios oferecidos pelas empresas aos seus colaboradores pode não ser o único indicativo de que as necessidades e expectativas dessas pessoas estão sendo atendidas. No entanto, proporcionar ao menos os benefícios padrão do mercado é crucial para não deixar a empresa em desvantagem competitiva, incapaz de oferecer sequer o básico aos seus colaboradores.

O cenário tornou-se ainda mais complexo com o aumento significativo da inflação no setor de alimentos e dos custos de saúde em 2022. Esses fatores contribuíram para que benefícios como Vale Refeição e Assistência Médica se mantivessem no topo do ranking de prevalência. Isso evidencia que em um ambiente econômico desafiador, com elevação de preços e custos para as famílias, esses benefícios não são apenas luxos, mas necessidades essenciais.

Em um mundo de tendências passageiras, fica claro que o básico ainda tem seu valor incontestável.

Outro ponto que merece atenção na lista de benefícios é a concessão de Descontos em Academia, que atualmente ocupa a sexta colocação. Este benefício tem mostrado uma clara tendência de crescimento e poderá ganhar mais posições nos rankings nos próximos anos. Olho nele!

Para uma análise mais aprofundada e mais resultados do estudo, convidamos você a continuar explorando os dados e insights que temos a oferecer.

12.1 Top 5

O top 2 é tri! Pelo terceiro ano consecutivo, **Vale Refeição** e **Assistência Médica** figuram nas duas primeiras colocações do ranking nacional de Benefícios Corporativos. A disputa é acirrada: em 2021, deu Refeição; em 2022, Assistência Médica. Em 2023, o benefício que garante a refeição das pessoas colaboradoras está de volta na primeira colocação.

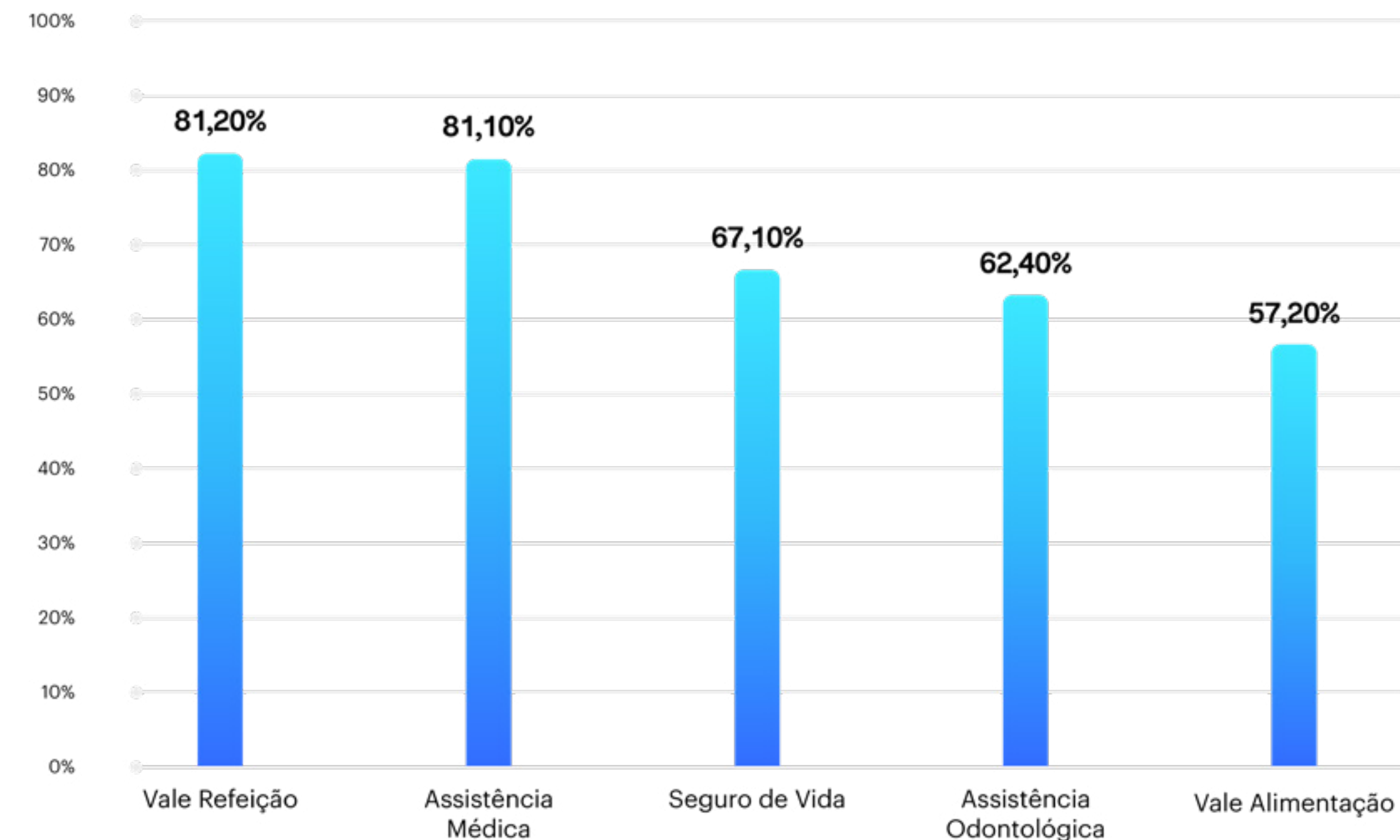
Benefício	Percentual	Posição
Vale Refeição	81,20%	1º
Assistência Médica	81,10%	2º

Ambos apresentaram um crescimento superior a 10% na prevalência em relação ao ano passado. Não dá nem para dizer que é uma surpresa. Com base no que discutimos até aqui, já é claro que cuidar do bem-estar dos colaboradores é uma preocupação cada vez mais frequente nas empresas. Garantir a refeição diária é um bom primeiro passo.

O terceiro lugar é um benefício que ninguém quer que seja utilizado. Mas a verdade é que um **seguro de vida** proporciona uma estabilidade importante em momentos de situações inesperadas. Sua importância é reconhecida e, não à toa, o Seguro de Vida se mantém forte no ranking pelo terceiro ano consecutivo.

Em quarto lugar mais um benefício de saúde, embora com muito menos apelo que a Assistência Médica. A **Assistência Odontológica** é uma opção interessante para complementar um pacote de benefícios que já oferece outras alternativas mais básicas.

E se abrimos com Vale Refeição, fechamos com **Vale Alimentação**. O quinto colocado do ranking de benefícios mais oferecidos é uma opção muito valiosa para os colaboradores, que têm maior facilidade para garantir a própria saúde alimentar. Ainda assim, com 57% de prevalência, o vale evidencia um gap de oportunidade no mercado.



12.2 Benefícios Corporativos Flexíveis

Como você já sabe, a evolução do mercado de Benefícios Corporativos tem sido marcada por uma valorização contínua da experiência do colaborador. Esta tendência coincide perfeitamente com o momento atual, onde a abertura do mercado, consolidada em maio de 2023, simboliza a oportunidade ideal para os RHs repensarem suas estratégias e adotarem soluções mais inovadoras e atrativas para suas equipes.

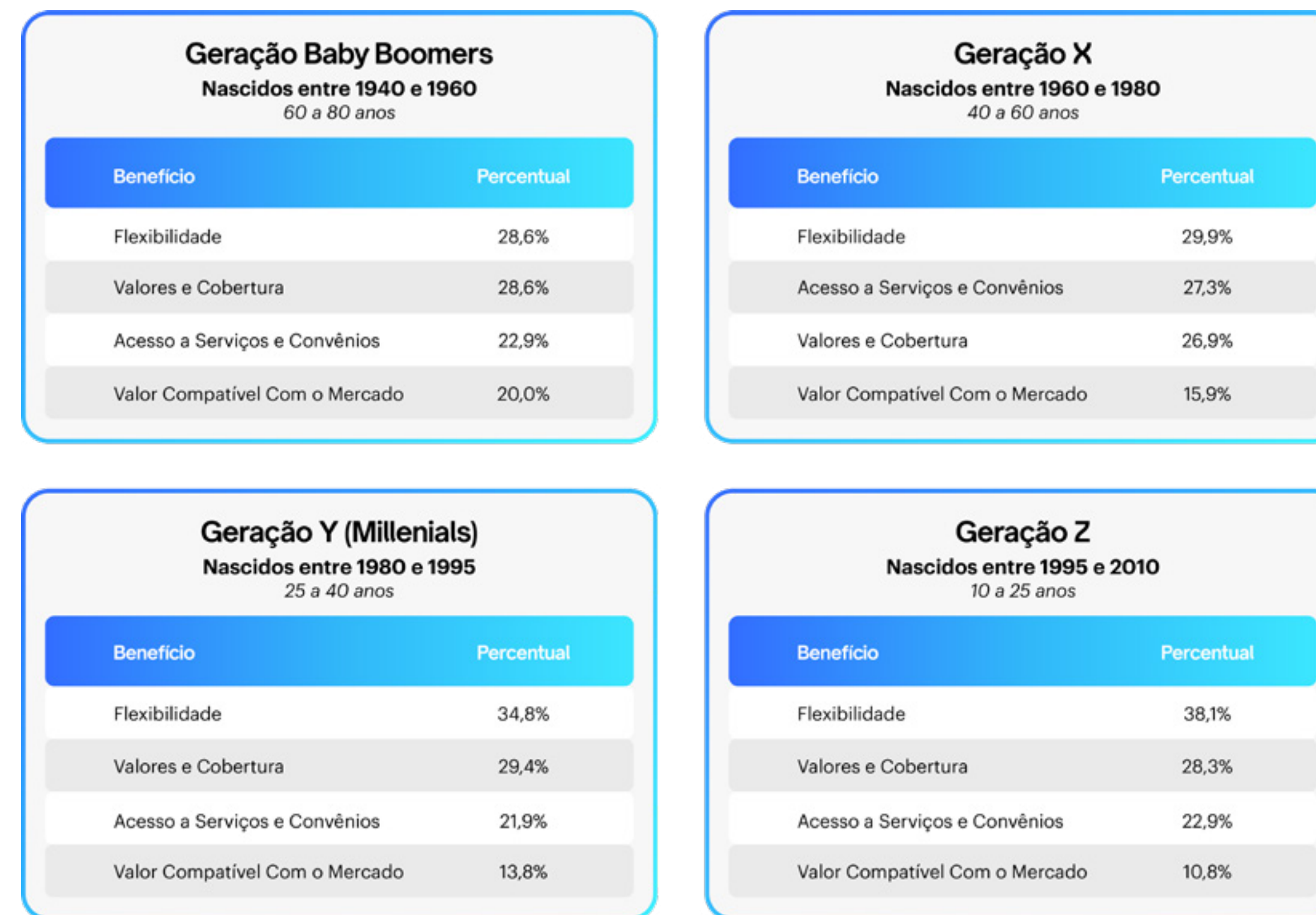
A movimentação recente do mercado é uma chamada para a ação que ressoa ainda mais alto hoje. A flexibilidade nos benefícios permite que empregadores atendam às necessidades diversificadas de seus colaboradores, oferecendo uma série de vantagens que vão muito além da remuneração básica e dos ultrapassados benefícios tradicionais.

O impacto da flexibilidade é transversal, atingindo desde o bem-estar do colaborador até a produtividade e retenção de talentos. Empresas que adotaram essa abordagem já perceberam um aumento na satisfação dos colaboradores e uma melhora nos indicadores de engajamento.

Além disso, ao permitir que os colaboradores escolham benefícios que são mais relevantes para suas necessidades individuais, as empresas demonstram um comprometimento com o bem-estar de sua equipe que vai além do ambiente de trabalho. Isso contribui, inclusive, para o Employer Branding.

Novo Perfil de Colaborador: Flexibilidade é a Chave

O novo perfil do colaborador, moldado especialmente nos cenários pós-pandemia de COVID-19, prioriza intensamente os conceitos de bem-estar no trabalho e flexibilidade. E se engana quem pensa que essa mudança se restringe apenas às novas gerações. Para a surpresa de alguns, a pesquisa revelada neste Anuário mostra que a flexibilidade no pacote de benefícios é a característica mais valorizada por todas as faixas etárias.



O clamor por flexibilidade é uníssono, rompendo barreiras geracionais e hierárquicas e se mostrando como um pilar fundamental na construção de uma estratégia de benefícios eficaz e inclusiva. Esta constatação reforça a urgência para as empresas adotarem pacotes de benefícios flexíveis.

Os colaboradores querem ter mais autonomia e controle sobre os aspectos que afetam diretamente sua qualidade de vida e bem-estar. Ignorar essa voz coletiva seria um equívoco estratégico que pode resultar em talentos desmotivados e, em última instância, em maior rotatividade.

Tecnologia e Gestão: Aliados do RH

Falou em Benefícios Flexíveis, falou em tecnologia. Soluções qualificadas, como a da Swile, possibilitam que gestores de RH administrem todos os benefícios por meio de um painel intuitivo, simplificando tarefas como o cadastro de novos colaboradores, a solicitação de cartões e a adição de saldo nas carteiras de benefícios. Esta facilidade tecnológica cria uma rotina de trabalho muito mais produtiva e descomplicada para o RH, permitindo que o foco seja mantido na estratégia e na gestão de pessoas.

A tecnologia também oferece a possibilidade de acompanhamento em tempo real do uso dos benefícios pelos colaboradores. Este monitoramento permite uma análise mais aprofundada e a identificação de padrões que podem ser usados para futuras melhorias ou ajustes no pacote de benefícios. Em outras palavras, a tecnologia não apenas facilita a administração dos benefícios, mas também torna possível uma gestão mais simples e estratégica. Tudo isso respeitando a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Desafios e Oportunidades na Adoção de Benefícios Flexíveis

Sim, ainda há resistência de algumas empresas em adotar Benefícios Flexíveis, o que se traduz em uma significativa lacuna de oportunidade. Se a flexibilidade é o que mais encanta os colaboradores e muitas empresas ainda não oferecem essa opção, quem sair na frente ganhará uma vantagem competitiva inquestionável. Muitas dessas empresas resistem devido a receios infundados como medo de mudanças, falta de informação, ou preocupações de compliance.

No entanto, é fundamental entender que os benefícios flexíveis estão plenamente alinhados à legislação vigente, especialmente quando se trabalha com fornecedores confiáveis, como a Swile. As barreiras, embora ainda existam, estão caindo e a tendência é que desapareçam nos anos que estão por vir. Isso abre um campo vasto de possibilidades para as empresas que estão dispostas a inovar e se adaptarem às novas demandas do mercado e dos colaboradores.

O futuro é flexível?

Para a elaboração de um pacote de benefícios realmente eficaz e alinhado às necessidades dos colaboradores, é fundamental um profundo conhecimento não apenas das tendências do mercado, mas também dos desejos e necessidades de seus colaboradores. E para isso, você precisa de dados e insights, que servirão como o alicerce para a criação de um pacote de benefícios verdadeiramente competitivo.

Não oferecer benefícios que são padrão no mercado, como assistência médica, pode ser um tiro no pé na batalha por talentos. Por outro lado, oferecer algo que é pouco comum, mas muito desejado, pode ser seu diferencial.

Então, o que nos espera à frente? Se as tendências atuais são qualquer indicação, o futuro será cada vez mais flexível. Mas como formar um pacote flexível que contenha vantagens de real valor para os colaboradores?

Prepare-se para a próxima etapa de nossa discussão. No próximo capítulo, você encontrará gráficos e dados detalhados sobre os benefícios mais comuns no mercado, além de insights valiosos de especialistas na área.



13. Ranking Nacional de Benefícios

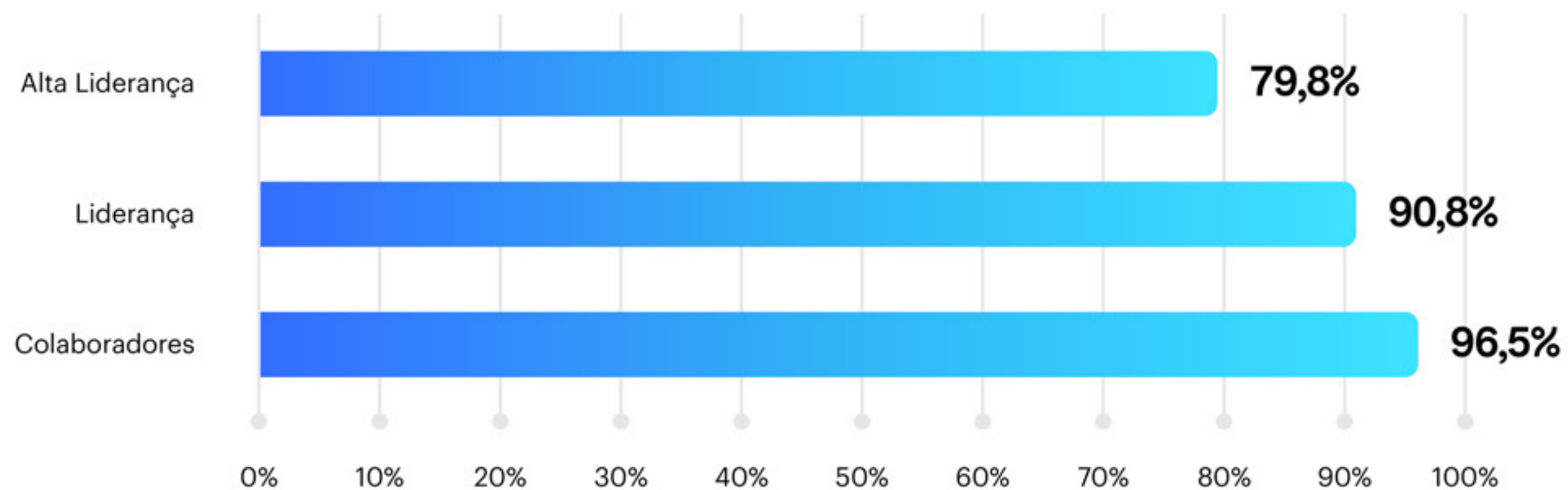
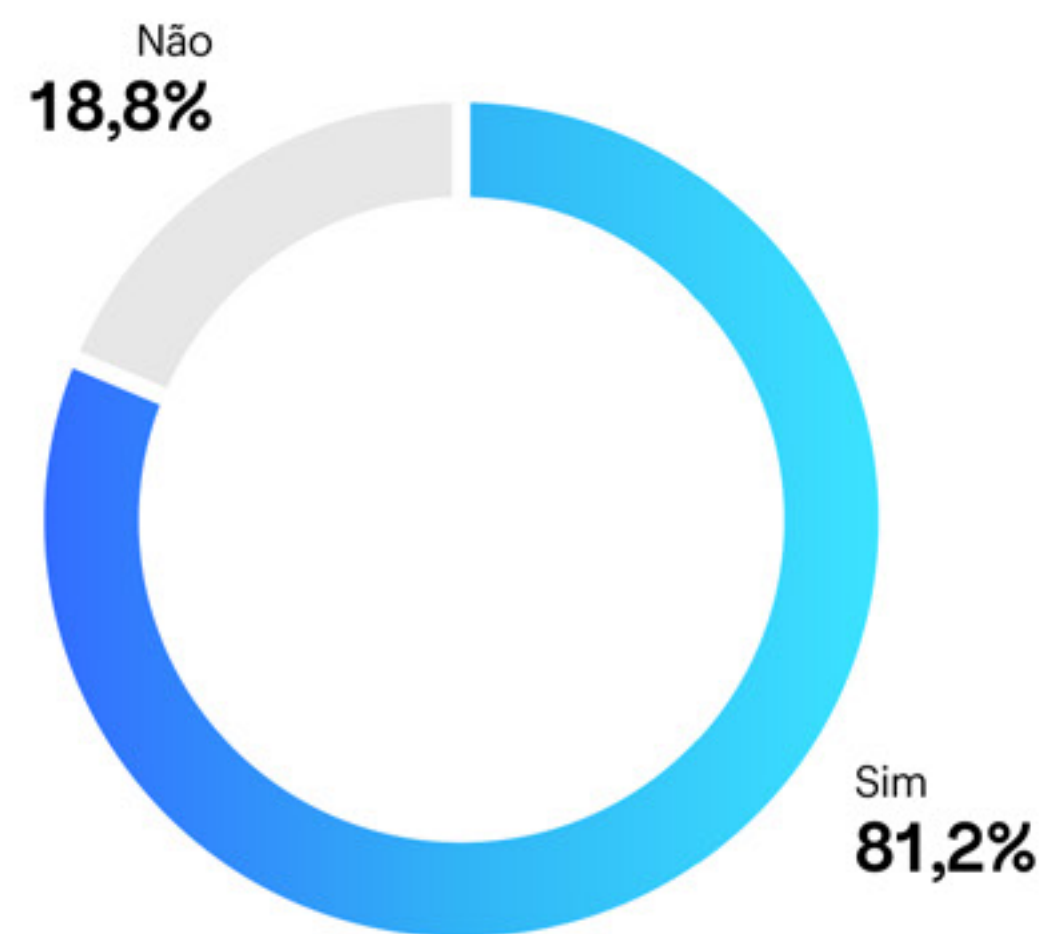


swile

Leme

Benefício	Percentual	Posição
Vale Refeição	81,20%	1º
Assistência Médica	81,10%	2º
Seguro de Vida	67,10%	3º
Assistência Odontológica	62,40%	4º
Vale Alimentação	57,20%	5º
Desconto em Academias	44,30%	6º
Auxílio Educação	41,60%	7º
Benefícios Flexíveis	37,30%	8º
Home Office	34,60%	9º
Assistência Psicológica-Mental	29,20%	10º
Automóvel	27,40%	11º
Vale Combustível	27,40%	12º
Auxílio Farmácia	26,80%	13º
Previdência Privada	14,50%	14º
Vale Cultura	3,60%	15º
Assistência Pet	3,30%	16º

13.1 Vale Refeição



Nível Hierárquico	Vale Refeição	Restaurante
Alta Liderança	90,1%	9,9%
Liderança	91,1%	8,9%
Colaboradores	89,7%	10,3%

Vale Refeição	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 18,22	R\$ 34,43	R\$ 50,64
Liderança	R\$ 19,58	R\$ 31,47	R\$ 43,36
Colaboradores	R\$ 19,02	R\$ 30,21	R\$ 41,39

Restaurante	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 11,50	R\$ 25,37	R\$ 39,24
Liderança	R\$ 10,78	R\$ 22,60	R\$ 34,41
Colaboradores	R\$ 10,06	R\$ 21,62	R\$ 33,19

Vale Refeição

Palavra do Especialista

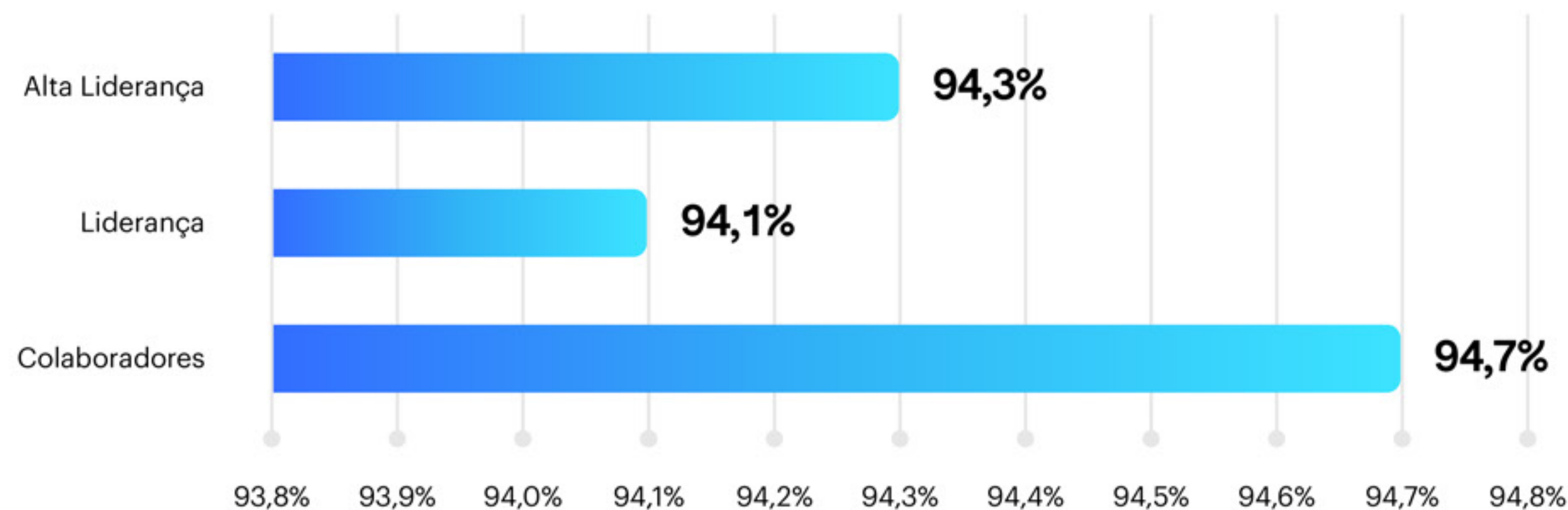
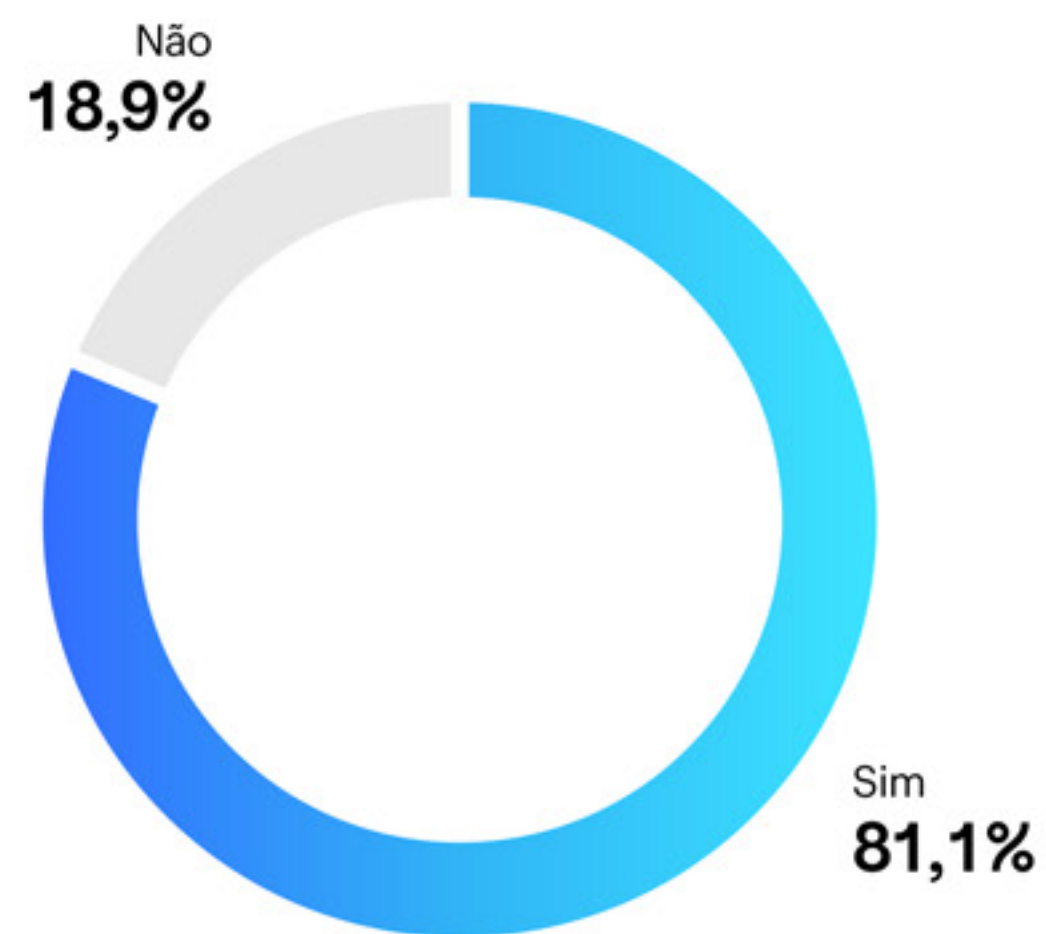
Quando o PAT (Programa de Alimentação do Trabalhador) foi instituído pela Lei 6.321/1971 e posteriormente regulamentado pelo Decreto 05/1991, os comentários de mercado (para os mais jovens) eram de que as empresas não seguiriam esta diretriz. Ledo engano!

Quase 32 anos depois deste Decreto, podemos afirmar que a pessoa colaboradora bem alimentada realmente trabalha melhor e dá valor para isso. Não fosse este o caso, as empresas não enfatizaram tanto essa despesa que não é barata, mas é significativamente importante na estratégia do RH.

A trend do mercado é: uma contínua elevação da concessão do benefício.

Curiosidade: Cerca de 30% das empresas respondentes desta pesquisa informaram que contam com cargos PJ e, dessas, quase 70% oferecem algum tipo de auxílio voltado para a refeição ou alimentação aos PJ.

13.2 Assistência Médica



Nível Hierárquico	Exige coparticipação
Alta Liderança	52,8%
Liderança	61,5%
Colaboradores	61,7%

Beneficiários	Nível Hierárquico	Prevalência
Concede Para Filhos e Cônjuges	Alta Liderança	81,1%
	Liderança	78,3%
	Colaboradores	76,9%
Concede Apenas Para Filhos	Alta Liderança	3,9%
	Liderança	4,1%
	Colaboradores	4,9%

Nível Hierárquico	Sistema Adotado	Prevalência
Alta Liderança	Standard	21,6%
	Executivo	30,0%
	Especial	48,3%
Liderança	Standard	32,0%
	Executivo	55,5%
	Especial	12,5%
Colaboradores	Standard	62,1%
	Executivo	32,0%
	Especial	5,8%

13.2 Assistência Médica

Plano ESPECIAL	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 480,52	R\$ 1.172,02	R\$ 1.863,53
Liderança	R\$ 236,99	R\$ 586,71	R\$ 936,43
Colaboradores	R\$ 150,93	R\$ 325,21	R\$ 499,49

Plano EXECUTIVO	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 201,79	R\$ 711,10	R\$ 1.220,40
Liderança	R\$ 233,52	R\$ 518,60	R\$ 803,68
Colaboradores	R\$ 123,33	R\$ 278,51	R\$ 433,70

Plano STANDARD	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	*	R\$ 488,90	R\$ 1.002,18
Liderança	R\$ 136,91	R\$ 353,93	R\$ 570,95
Colaboradores	R\$ 90,62	R\$ 245,78	R\$ 400,94

Assistência Médica

Palavra do Especialista

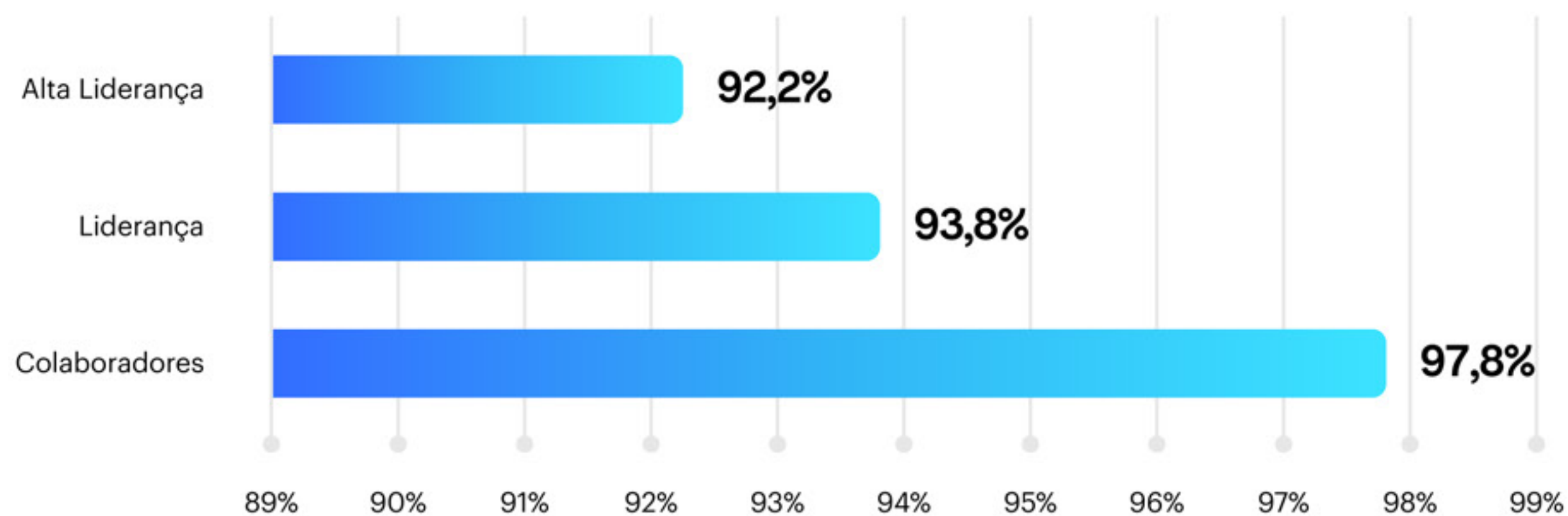
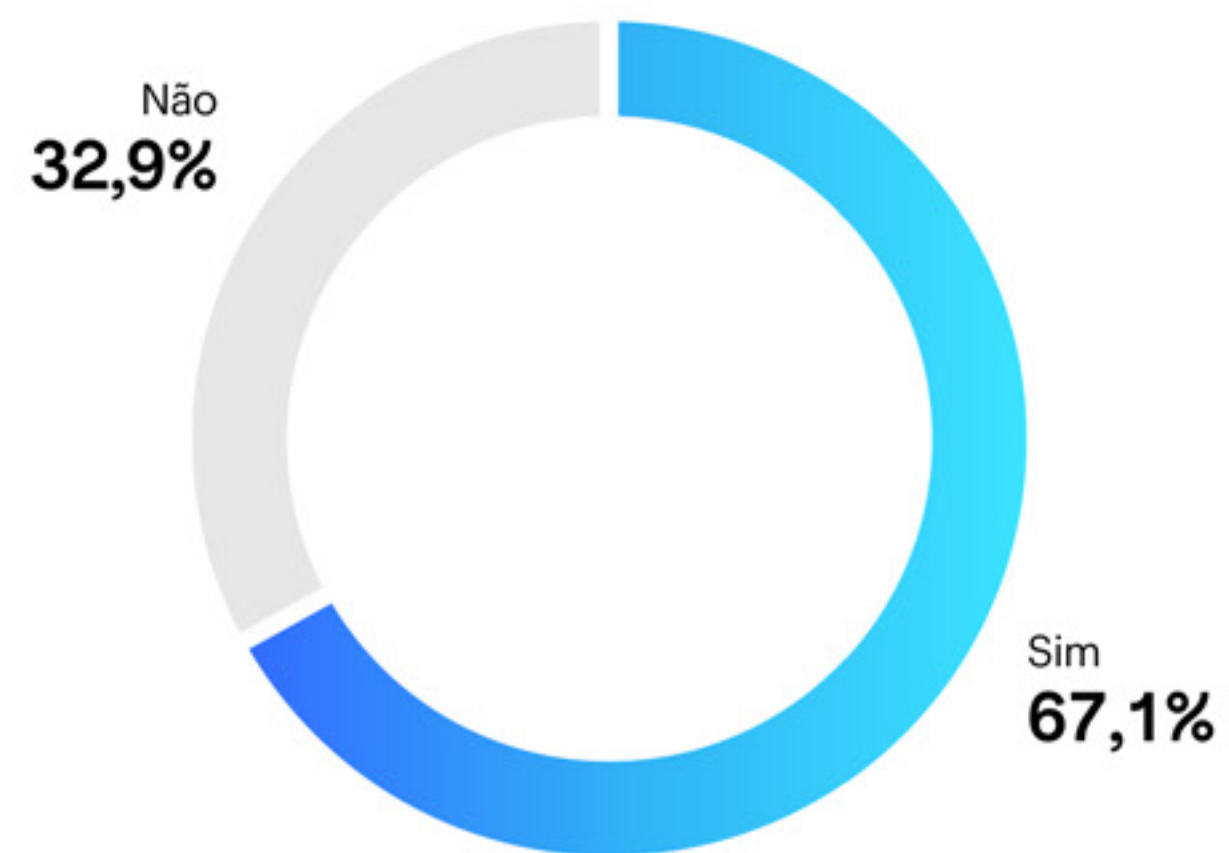
Quem já tentou contratar um plano de saúde individual sabe a dificuldade e o custo que isso representa no orçamento individual ou familiar.

Tendo em vista as premissas de encarecimento dos cuidados com a saúde, envelhecimento da população e praticamente a impossibilidade de contratação de planos individuais, é possível dizer com grande convicção: este benefício é um dos mais importantes na estratégia de remuneração de uma empresa, não apenas pelo viés de atração e retenção de talentos, mas pelo seu papel social.

A trend de mercado é: a adesão aos novos planos que oferecem o bom e velho programa de saúde da família, com maior foco em prevenção para evitar programas mais graves.

Curiosidade: as operadoras de saúde possuem uma pontuação estabelecida pela ANS e esta pontuação deixa claro que, quando falamos em plano de saúde, preço alto não quer dizer qualidade. Fique de olho!

13.3 Seguro de Vida



Benefício	Alta Liderança	Liderança	Colaboradores
Auxílio Funeral	90,1%	89,6%	88,9%
Extensivo para Dependentes	44,8%	43,6%	42,5%

Seguro de Vida

Palavra do Especialista

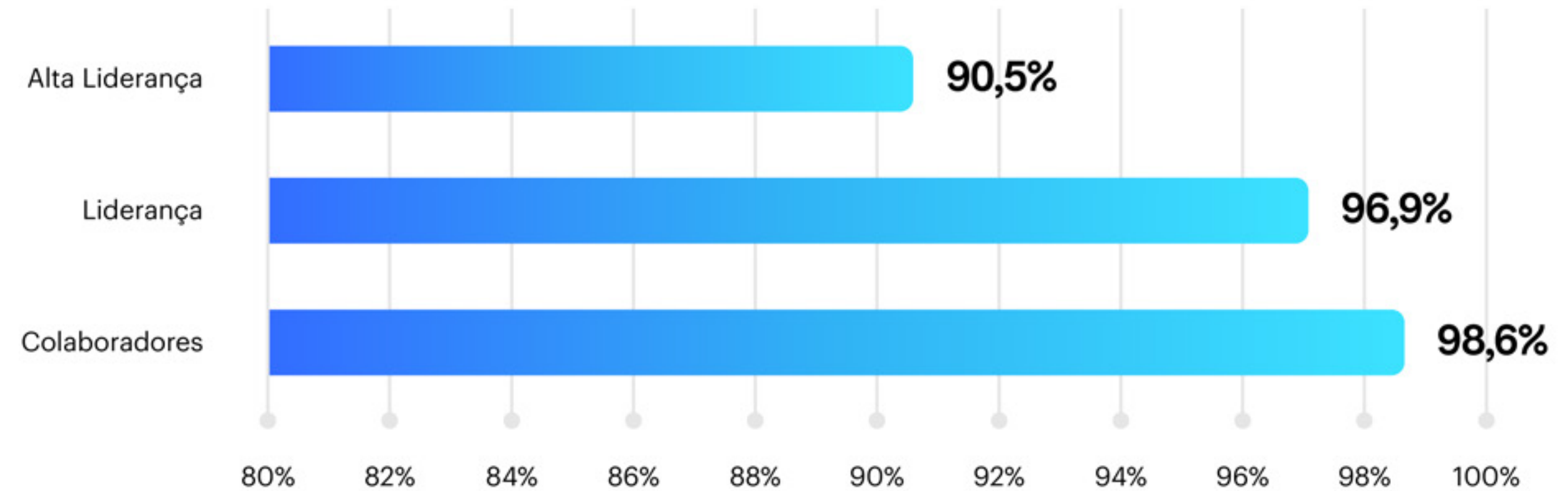
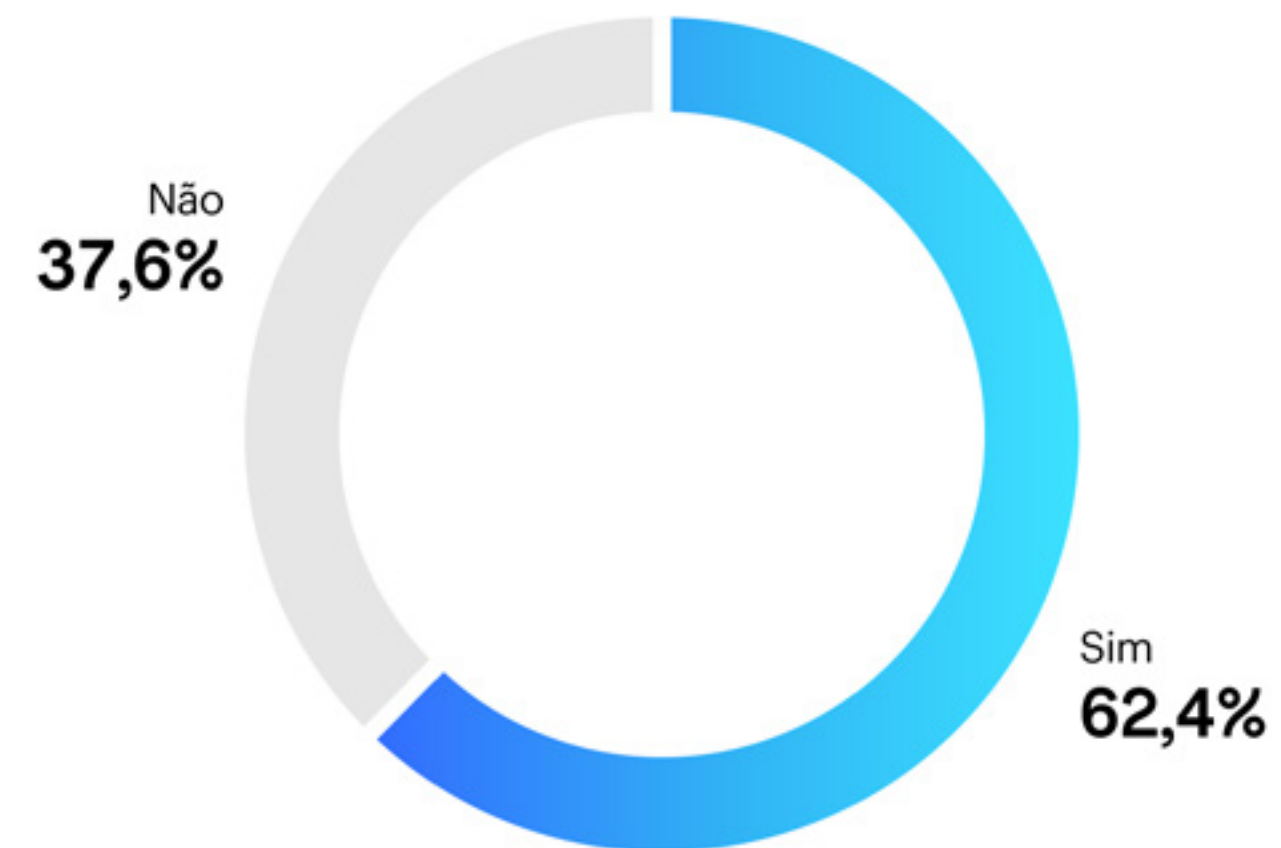
Quem quer usar o seguro (de qualquer coisa)? Ninguém! Seguro a gente torce para não usar, mas quando o sinistro acontece é ele que amortece os impactos financeiros e em alguns casos, até mesmo emocionais.

É possível observar que a prevalência na concessão de seguros de vida tem sido uma constante nos guias de 2021, 2022. Neste anuário de 2023, apresenta percentual próximo de 70% de concessão. Não é destaque, concordamos, mas faz parte do arroz com feijão bem feito!

A trend de mercado é: a extensão de cobertura para dependentes, cônjuges e para os pais da pessoa colaboradora.

Curiosidade: até pouco tempo atrás, esse era o tipo de benefício que só aparecia nas empresas mediante ACT ou CCT. Atualmente, tem sido cada vez maior a concessão espontânea pelas empresas, como é o caso de 50% das empresas que responderam essa pesquisa.

13.4.1 Assistência Odontológica



Nível Hierárquico	Sistema Adotado	Prevalência
Alta Liderança	Standard	58,0%
	Executivo	21,4%
	Especial	19,3%
Liderança	Standard	64,3%
	Executivo	25,1%
	Especial	9,9%
Colaboradores	Standard	73,1%
	Executivo	18,4%
	Especial	7,3%

13.4.2 Assistência Odontológica

Plano ESPECIAL	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 4,46	R\$ 71,27	R\$ 138,09
Liderança	R\$ 9,12	R\$ 58,49	R\$ 107,86
Colaboradores	R\$ 13,78	R\$ 49,78	R\$ 85,79

Plano EXECUTIVO	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 6,13	R\$ 38,84	R\$ 71,55
Liderança	R\$ 5,43	R\$ 41,13	R\$ 82,28
Colaboradores	R\$ 5,62	R\$ 29,93	R\$ 54,24

Plano STANDARD	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	*	R\$ 29,11	R\$ 64,97
Liderança	*	R\$ 25,49	R\$ 49,57
Colaboradores	R\$ 5,21	R\$ 23,68	R\$ 42,15

Assistência Odontológica

Palavra do Especialista

Apesar de figurar entre os Top 5 Benefícios mais concedidos pelas empresas na pesquisa que deu origem ao Anuário de Benefícios Corporativos 2023, é importante registrar que a Assistência Odontológica não tem o mesmo apelo e atratividade que a Assistência Médica, por exemplo.

É um benefício muito interessante desde que a base do pacote de benefícios da empresa esteja bem estruturada e contemple mais profissionais da geração Y e X, gerações que comumente valorizam esta vantagem.

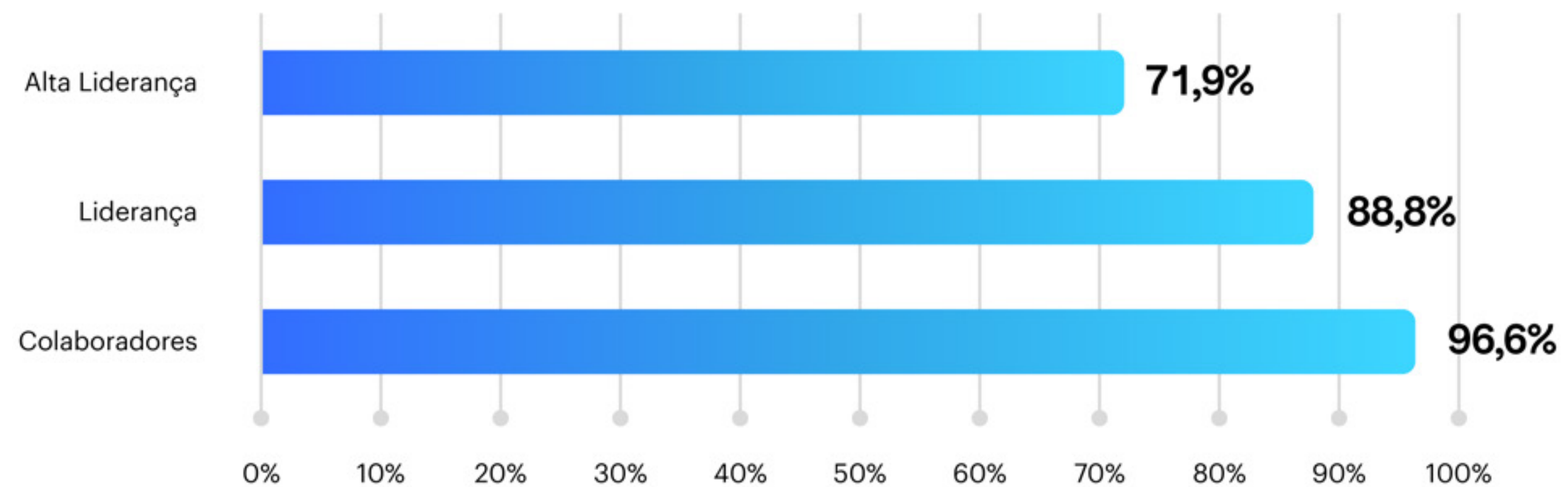
A trend de mercado é: a adesão de empresas nos planos que abrangem também questões estéticas.

Curiosidade: aderir ao plano de assistência odontológica em integração ao plano de assistência médica gera uma economia significativa para as empresas e a concessão de benefícios melhores, principalmente aquelas com maior quantidade de vidas.

swile

Leme

13.5 Vale Alimentação



	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 235,25	R\$ 574,60	R\$ 913,95
Liderança	R\$ 236,33	R\$ 544,05	R\$ 851,78
Colaboradores	R\$ 213,85	R\$ 514,19	R\$ 814,54

Vale Alimentação

Palavra do Especialista

A verdade é que as empresas ainda não descobriram o Vale Alimentação!

Sim, é polêmico, mas o fato é que o percentual de prevalência deste benefício no range de 57% das empresas pesquisadas indica um mar de oportunidade para essas organizações.

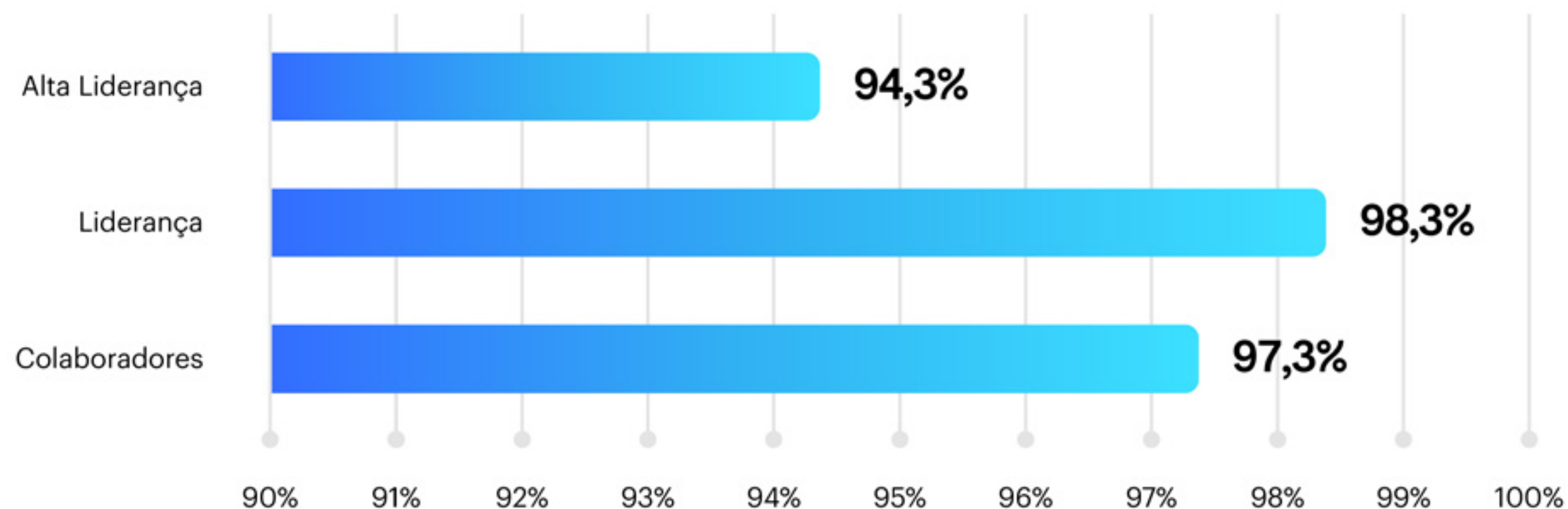
Enquanto o olhar estiver irredutível apenas para o salário, as empresas continuarão perdendo gente importante, gastando mais do que podem e sendo ineficientes.

O Vale Alimentação é um importante componente da remuneração e entrega uma liquidez que nenhum aumento salarial é capaz de entregar!

A trend de mercado é: a flexibilização de benefícios, mas ainda pouco olhar para a cesta “alimentação”.

Curiosidade: se a reforma tributária for aprovada no Brasil e a tributação passar a ocorrer no consumo, a vantagem do Vale Alimentação passará a ser ainda maior do que é hoje.

13.6 Descontos em Academias



Nível Hierárquico	Sistema Adotado	Prevalência
Alta Liderança	Convênio Próprio	7,9%
	Gympass	57,1%
	Totalpass	23,2%
	Outros	12,1%
Liderança	Convênio Próprio	7,9%
	Gympass	56,2%
	Totalpass	23,3%
	Outros	11,3%
Colaboradores	Convênio Próprio	7,6%
	Gympass	56,4%
	Totalpass	24,6%
	Outros	11,4%

Descontos em Academias

Palavra do Especialista

O Brasil é o segundo país no mundo com a maior quantidade de academias de ginástica, tendo quase 30 mil unidades e perdendo apenas para os Estados Unidos, com pouco mais de 40 mil unidades.

Isso é o reflexo de uma cultura de saúde, qualidade de vida, estética e esporte cada vez mais difundida, além dos influencers e empresas de suplementos que inundam as redes sociais com informações e dicas de alimentação e treinamento.

Levando em conta este cenário, as empresas que hoje não oferecem algum tipo de convênio para descontos em academia, estão fadadas a serem rotuladas como antiquadas e terem menor atratividade como marca empregadora.

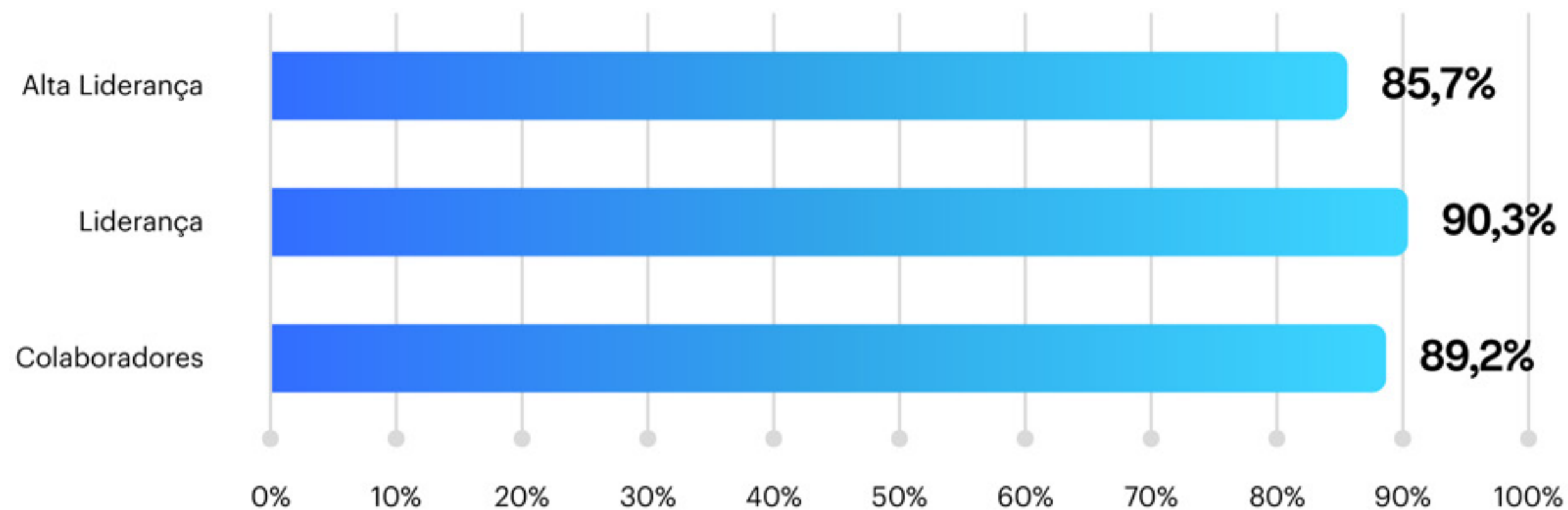
A trend de mercado é: a oferta de planos nacionais com perfil de multi modalidades esportivas.

Curiosidade: não oferecer esse benefício é escolher pagar mais caro, só que em outra conta. Neste caso, na perda de atratividade como marca empregadora e no turnover.

swile

|  Leme

13.7 Auxílio Educação



Tipo de Auxílio	Nível Hierárquico	Prevalência	Tipo de Auxílio	Nível Hierárquico	Prevalência
Idioma	Alta Liderança	64,9%	Graduação	Alta Liderança	58,6%
	Liderança	62,7%		Liderança	60,7%
	Colaboradores	60,6%		Colaboradores	60,2%
Cursos Livres	Alta Liderança	74,9%	Pós-Graduação	Alta Liderança	72,0%
	Liderança	74,2%		Liderança	73,0%
	Colaboradores	74,7%		Colaboradores	67,5%
Cursos Técnicos	Alta Liderança	71,5%			
	Liderança	72,2%			
	Colaboradores	73,1%			

Auxílio Educação

Palavra do Especialista

A solução para a melhora da produtividade no Brasil e qualidade de vida da população passa pela Educação? A Resposta é sim!

As empresas podem ajudar a destravar valor por meio do RH? A resposta é outro retumbante SIM!

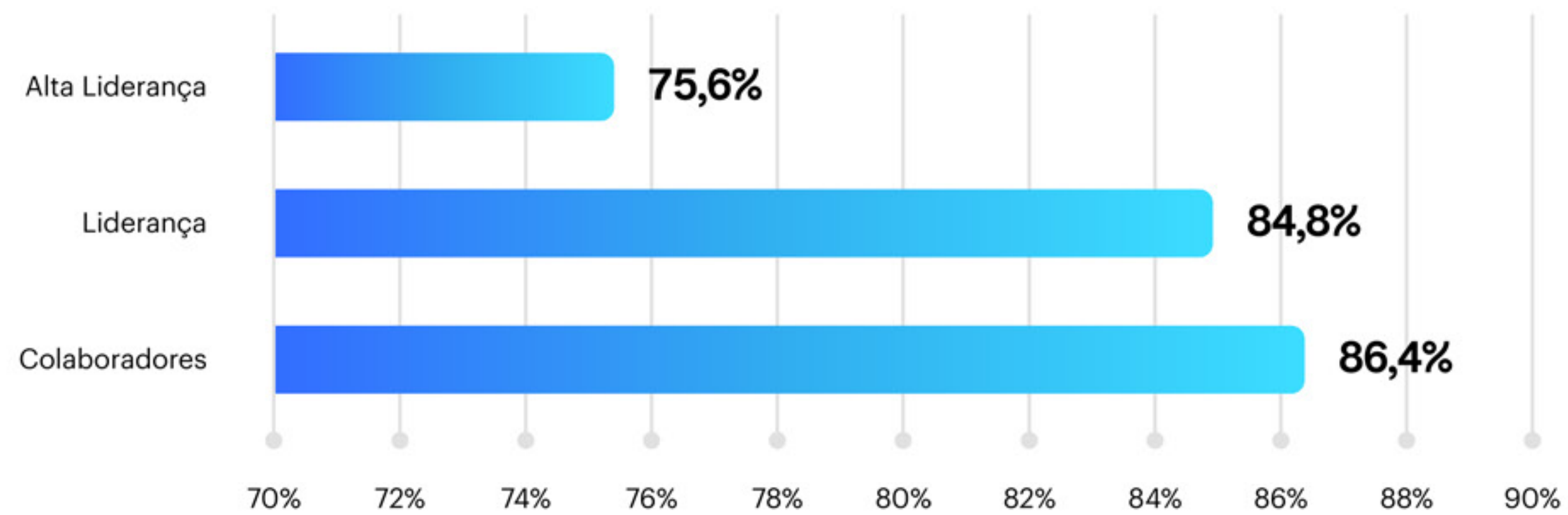
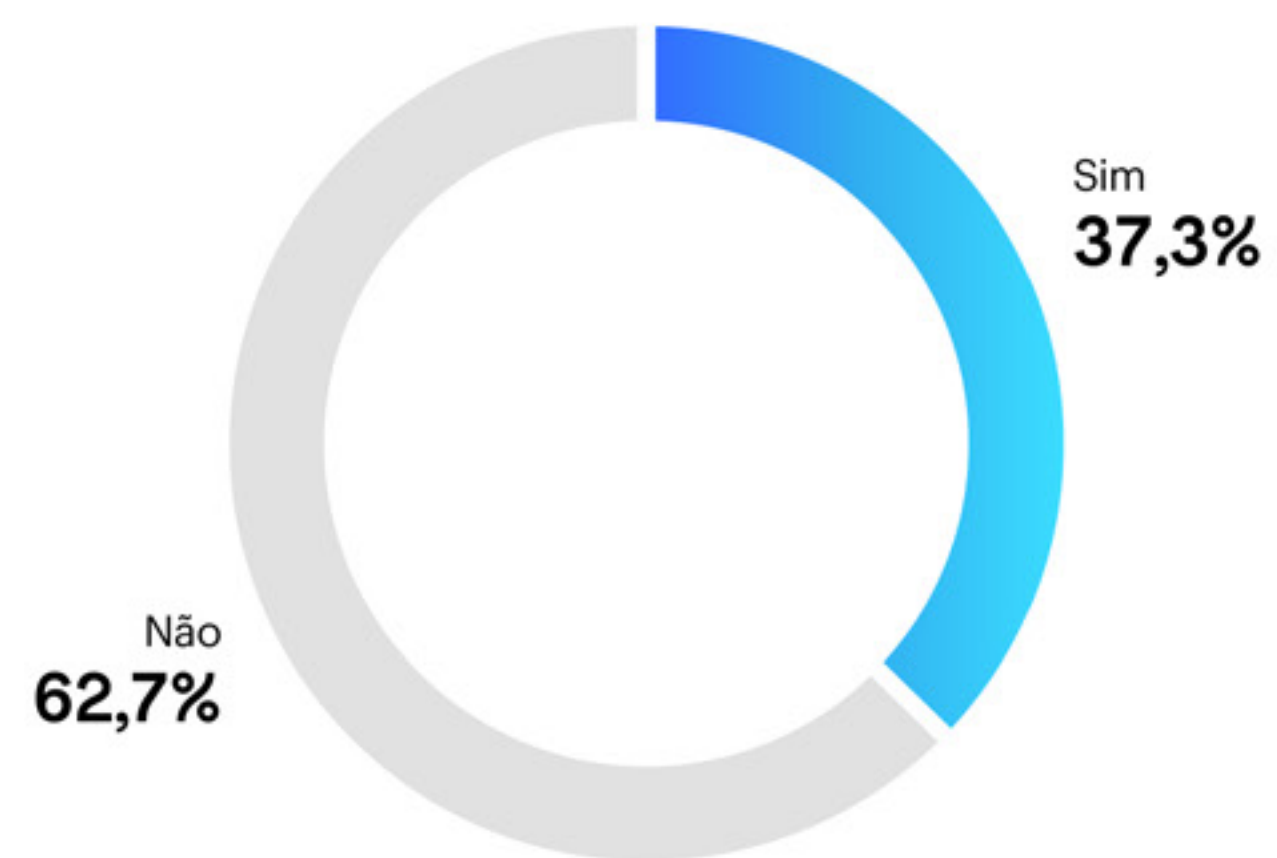
É interessante ver que mais de 40% da amostra de empresas participantes desta pesquisa concedem o Auxílio Educação, embora tenhamos constatado que o resultado foi mais concentrado nos setores industrial e tecnologia.

Claro, ainda assim é um número interessante, mas ainda é muito distante do ideal.

A trend de mercado é: o foco no aperfeiçoamento do colaborador por meio de plataformas de universidade corporativa, em adição ao incentivo educacional com coparticipação financeira nas áreas de interesse mútuo, ou seja, do colaborador e da empresa.

Curiosidade: o crescimento na concessão de cursos livres saltou de 44,2% em 2022 para 74,7% nesta pesquisa de 2023 para o nível de Colaborador. Demonstra que as empresas estão apostando no “como fazer” e em programas mais práticos e de curto prazo.

13.8 Benefícios Flexíveis



Benefícios Flexíveis

Palavra do Especialista

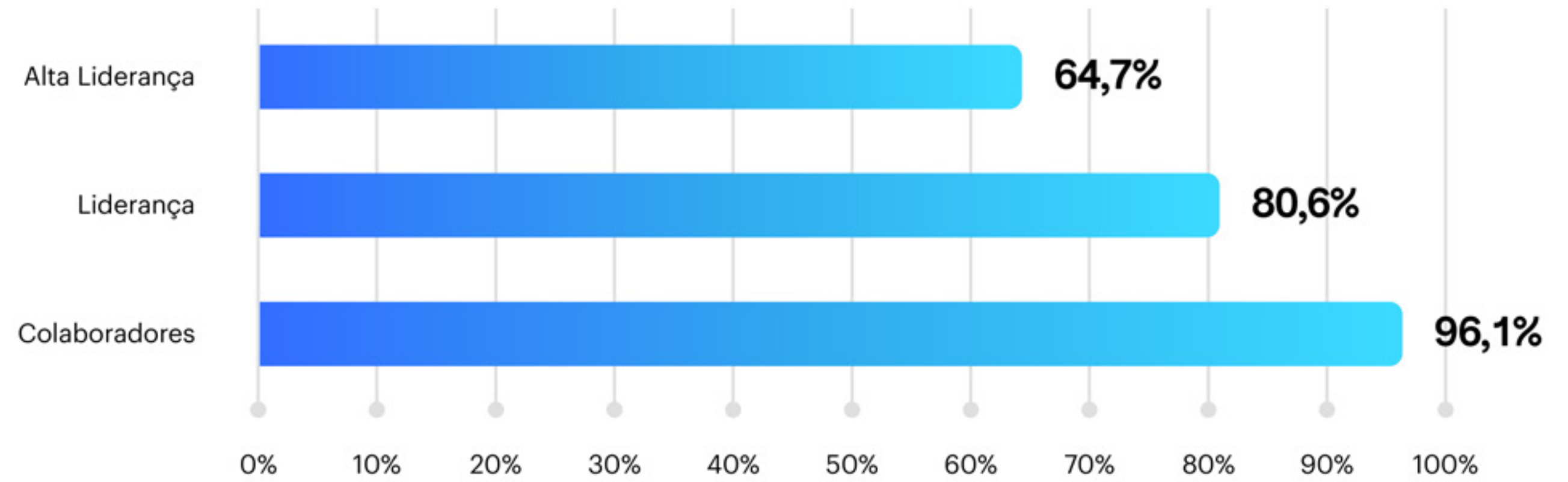
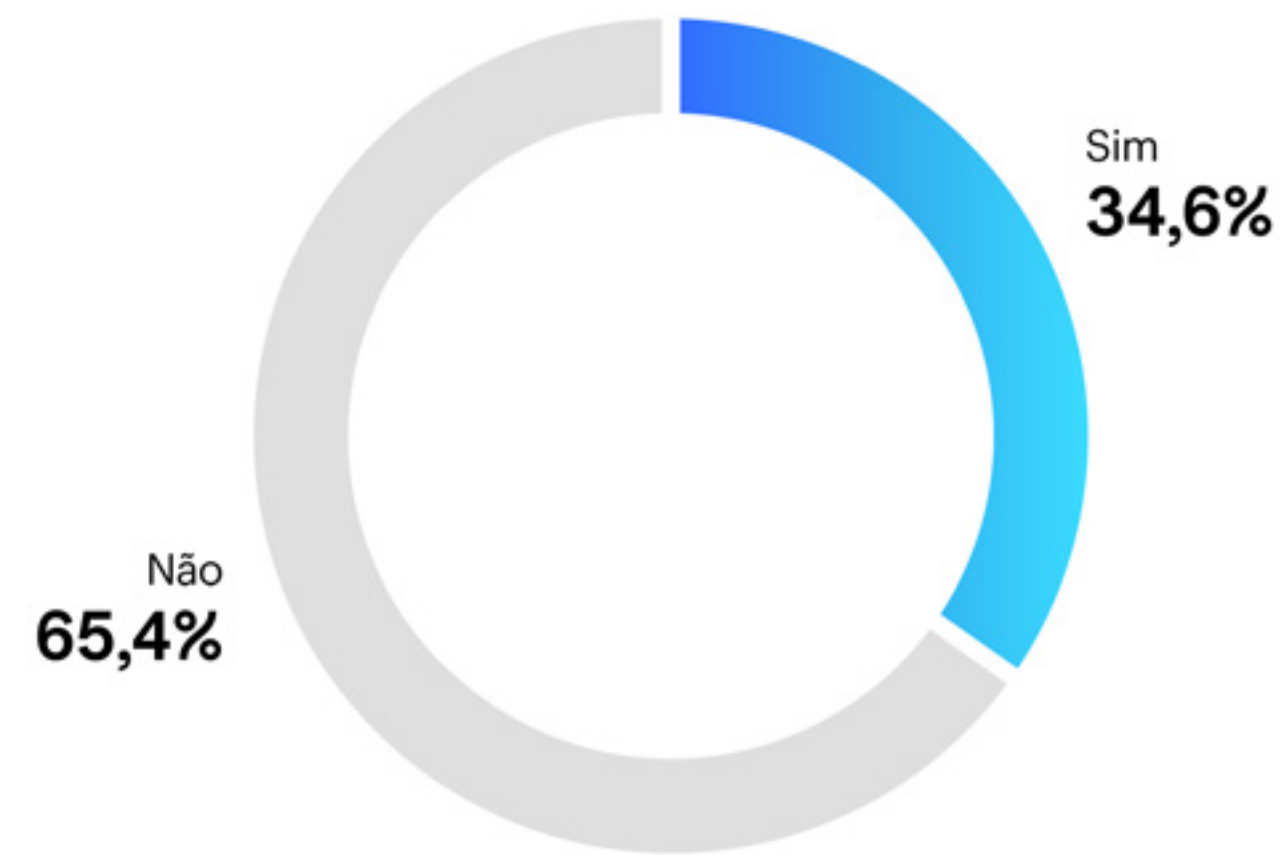
Ahhh, como cresceu!

Desde a primeira edição do estudo em parceria entre Leme Consultoria e a Swile, a prevalência de Benefícios Flexíveis aumentou de 20% em 2021 para 38% em 2023.

A trend do mercado é: a oferta de benefícios inovadores que podem ser utilizados via cartão físico, aplicativo ou carteiras digitais. Tudo para facilitar a vida do colaborador e do RH.

Curiosidade: Benefícios Flexíveis, como o da Swile, oferecem praticidade que vai além do pagamento do consumo e aquisição de produtos e serviços: permitem até o pagamento de boletos correlatos, desde que dentro da configuração de cada empresa e de acordo com a legislação.

13.9 Home Office



Sistema Adotado	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 40,00	R\$ 226,13	R\$ 662,57
Liderança	R\$ 40,00	R\$ 189,22	R\$ 415,64
Colaboradores	R\$ 52,07	R\$ 133,46	R\$ 214,86

Home Office

Palavra do Especialista

O home office já não é o modelo de trabalho mais praticado atualmente. Grande parte das empresas têm adotado modelo híbrido, ou até mesmo totalmente presencial, em razão de preocupações com o processo de formação de novas gerações, assincronia de comunicação, produtividade, performance e cultura.

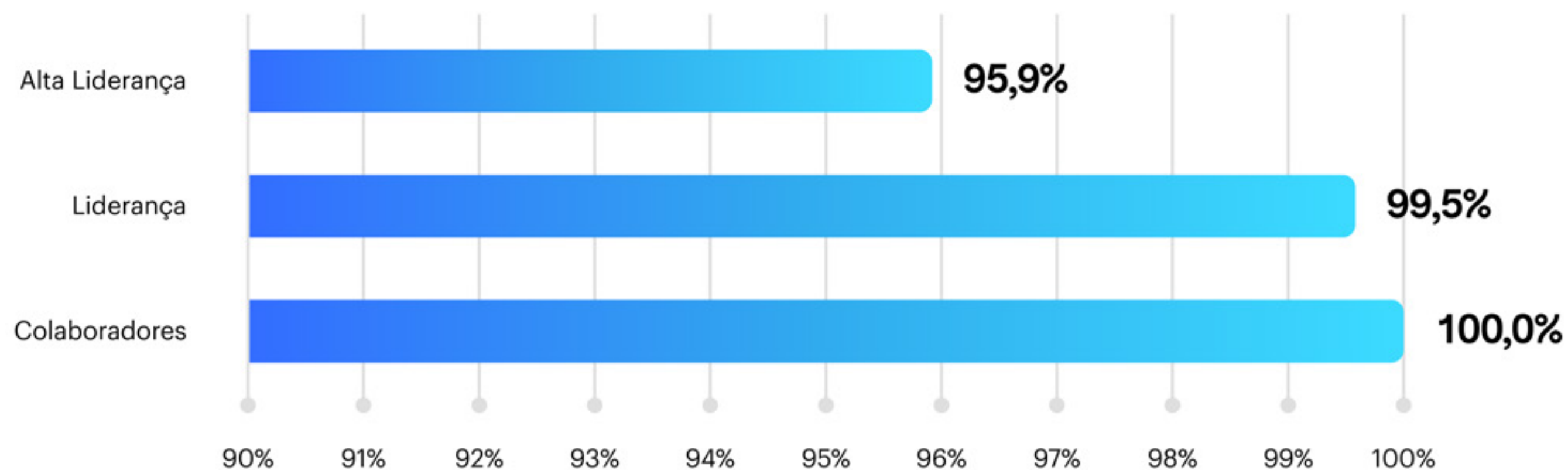
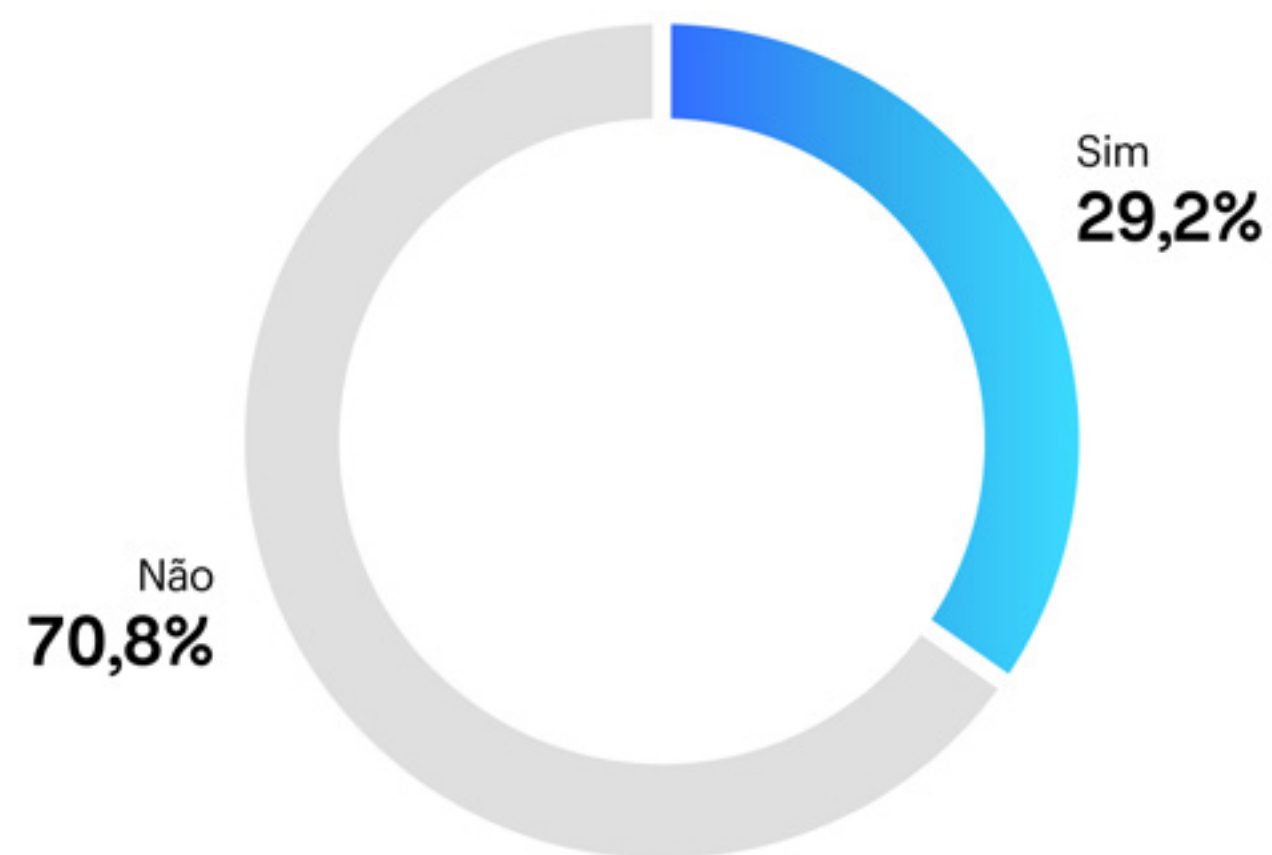
Claro, existem empresas mais e menos maduras para esse cenário, além de áreas com maior aderência ao modelo remoto.

No entanto, o mais provável é que o trabalho híbrido se perpetue no cenário geral.

A trend do mercado é: alocar o auxílio home office no cartão de Benefícios Flexíveis e simplificar a vida de todo mundo.

Curiosidade: Oferecer um auxílio home office é mais do que um benefício, é um sinal de cuidado e preocupação com o ser humano que trabalha na empresa. Pega bem e as pessoas valorizam muito!

13.10.1 Assistência Psicológica



Nível Hierárquico	Sistema Adotado	Prevalência
Alta Liderança	Outros meios	40,4%
	Prestador de Serviços Cadastrados	53,2%
	Reembolso	7,4%
Liderança	Outros meios	41,0%
	Prestador de Serviços Cadastrados	52,8%
	Reembolso	6,2%
Colaboradores	Outros meios	42,3%
	Prestador de Serviços Cadastrados	52,0%
	Reembolso	5,6%

Beneficiários	Nível Hierárquico	Prevalência
Concede Para Filhos e Cônjuges	Alta Liderança	47,9%
	Liderança	46,2%
	Colaboradores	45,4%
Concede Apenas Para Filhos	Alta Liderança	0,0%
	Liderança	0,5%
	Colaboradores	1,0%

13.10.2 Assistência Psicológica

Beneficiários	Nível Hierárquico	Prevalência
Concede Para Filhos e Cônjuges	Alta Liderança	47,9%
	Liderança	46,2%
	Colaboradores	45,4%
Concede Apenas Para Filhos	Alta Liderança	0,0%
	Liderança	0,5%
	Colaboradores	1,0%

Exige Coparticipação	Nível Hierárquico	Prevalência
Possui Coparticipação	Alta Liderança	28,2%
	Liderança	29,2%
	Colaboradores	29,6%

Reembolso	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 61,38	R\$ 286,02	R\$ 510,66
Liderança	R\$ 69,03	R\$ 299,36	R\$ 529,68
Colaboradores	R\$ 58,21	R\$ 258,29	R\$ 458,37

Prestador de Serviços	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 3,10	R\$ 129,78	R\$ 279,46
Liderança	R\$ 3,10	R\$ 114,96	R\$ 238,81
Colaboradores	R\$ 3,10	R\$ 127,87	R\$ 268,38

Outros Meios	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	*	R\$ 89,64	R\$ 224,48
Liderança	*	R\$ 77,32	R\$ 195,36
Colaboradores	*	R\$ 79,39	R\$ 197,54

Assistência Psicológica

Palavra do Especialista

A saúde psicológica como tema central de preocupação dos RHs é algo bastante recente e um movimento de autocompreensão da nossa sociedade como um todo.

Considerando o grau de maturidade crescente e gradativo que vem sendo demonstrado pelo mercado sobre este assunto, é interessante observar uma prevalência de quase 30% das empresas da amostra deste anuário concedendo benefícios relacionados aos cuidados com a saúde psicológica. Ponto para o RH!

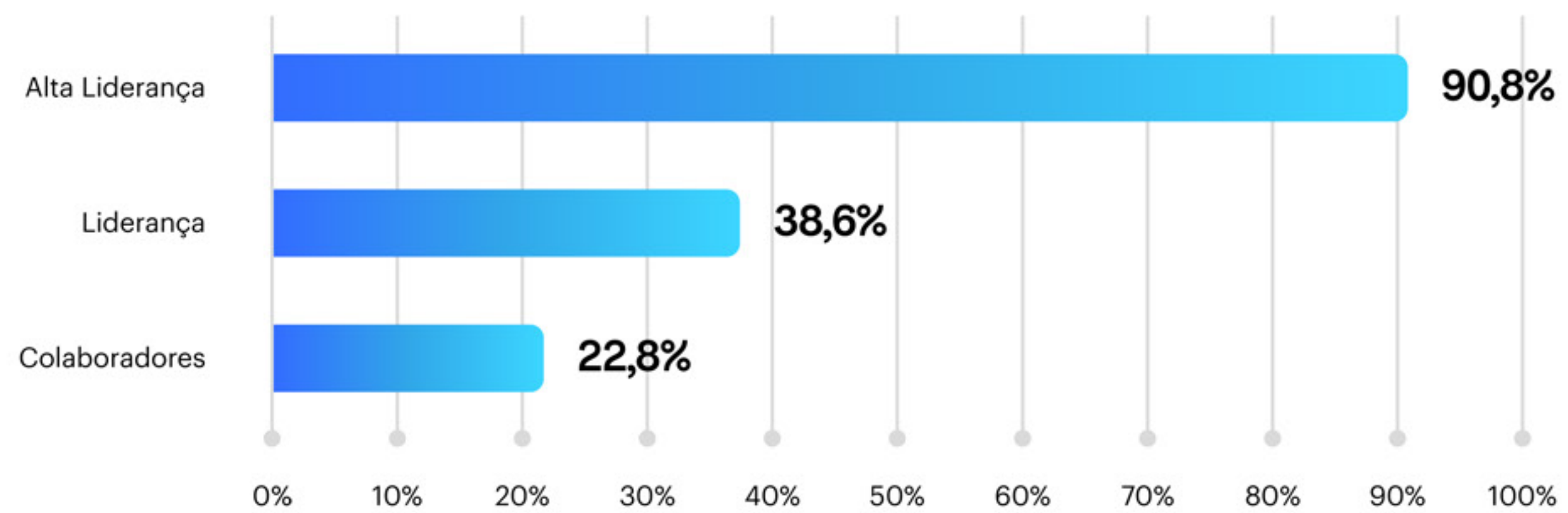
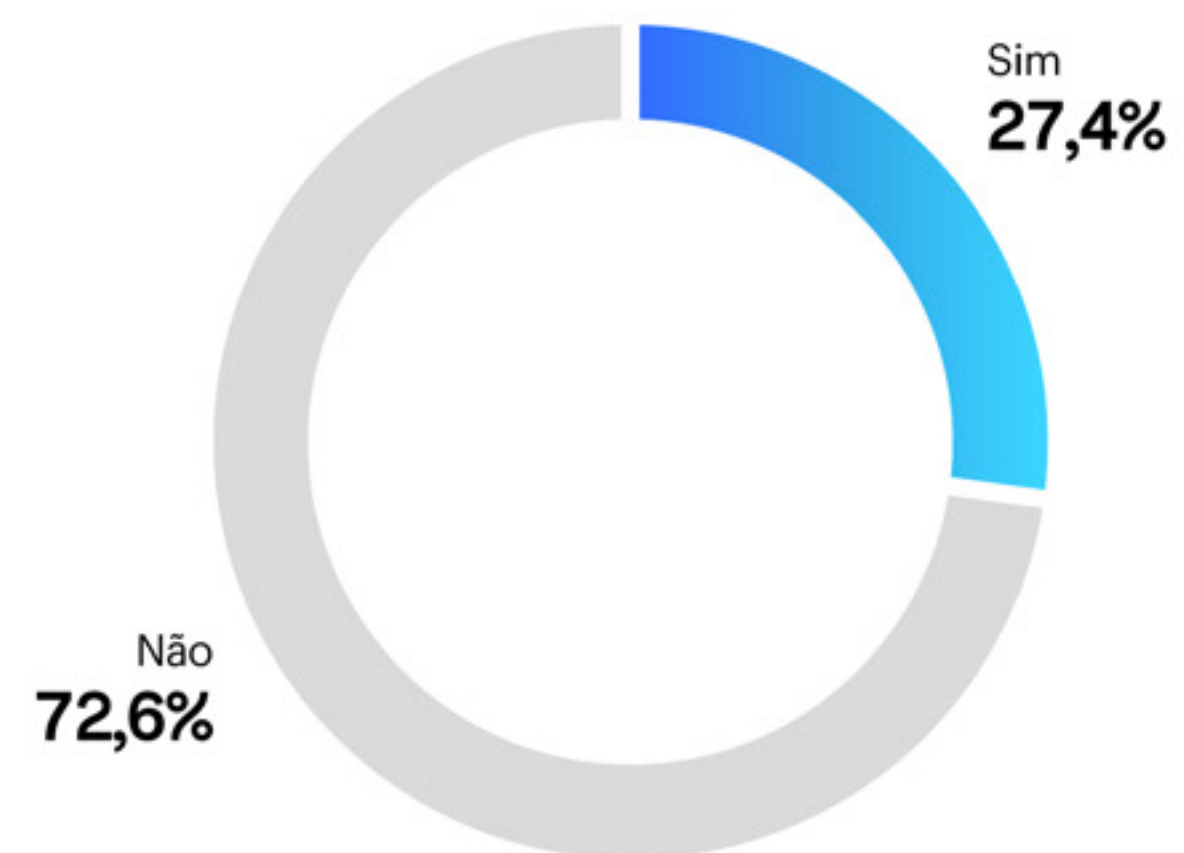
A trend de mercado é: clubes de serviços e terapias de apoio à saúde psicológica e emocional podem ser contratados pelos RHs, utilizando a tecnologia como meio de popularizar e capilarizar os cuidados com a saúde mental.

Curiosidade: a nossa sociedade se habituou com o trabalho remoto, possibilitando que a terapia online se popularizasse, o que gerou preços mais acessíveis e diversidade de perfis profissionais.

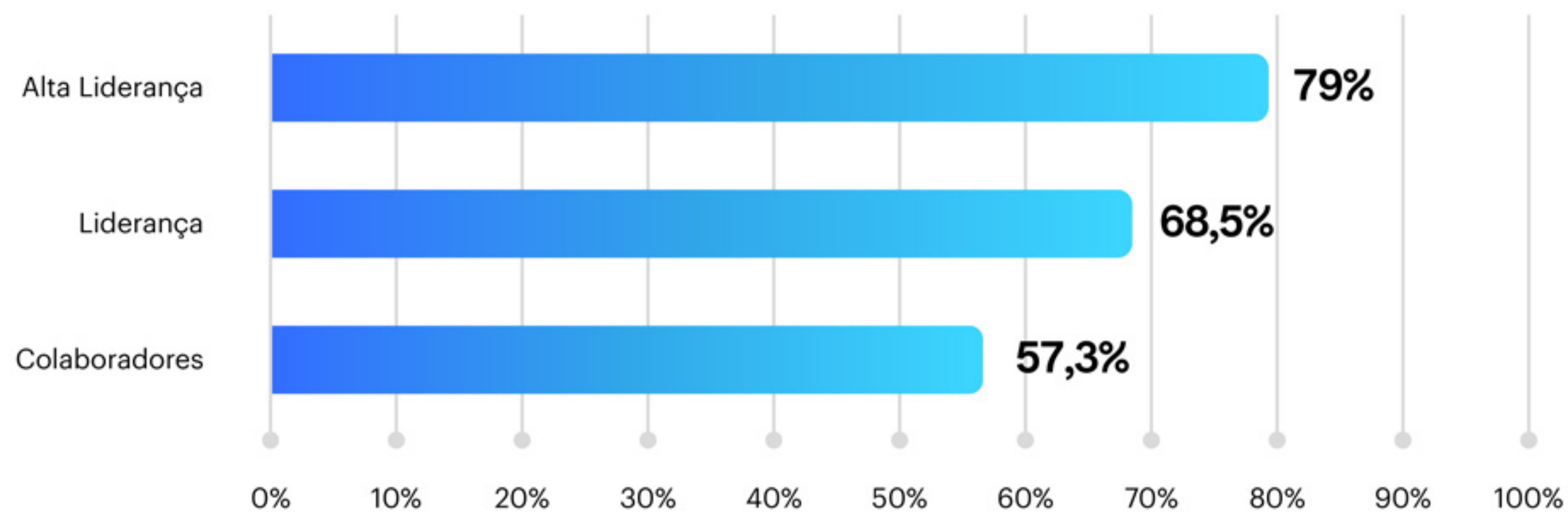
swile

Leme

13.11 Automóvel



13.12 Vale Combustível



Sistema Adotado	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 169,15	R\$ 681,46	R\$ 1.193,78
Liderança	R\$ 144,06	R\$ 505,69	R\$ 867,31
Colaboradores	R\$ 83,11	R\$ 366,49	R\$ 649,87

Automóvel e Vale Combustível

Palavra do Especialista

Símbolo de independência e status para gerações anteriores, o automóvel como benefício tem “sex appeal” bem menor para as gerações atuais.

É possível observar que os jovens de hoje, ao fazerem 18 anos, não sonham mais em ter a sua carteira de motorista, mas provavelmente sonham em ter estabilidade financeira, qualidade de vida, liberdade e experiências diversificadas, além de uma boa quantidade de seguidores nas redes sociais, é claro.

Em alguns segmentos, o automóvel ainda figura como um benefício realmente importante, principalmente nas áreas técnicas e comerciais em que existe atendimento descentralizado, mas estatisticamente falando, é um benefício que diminui a participação anualmente nas empresas.

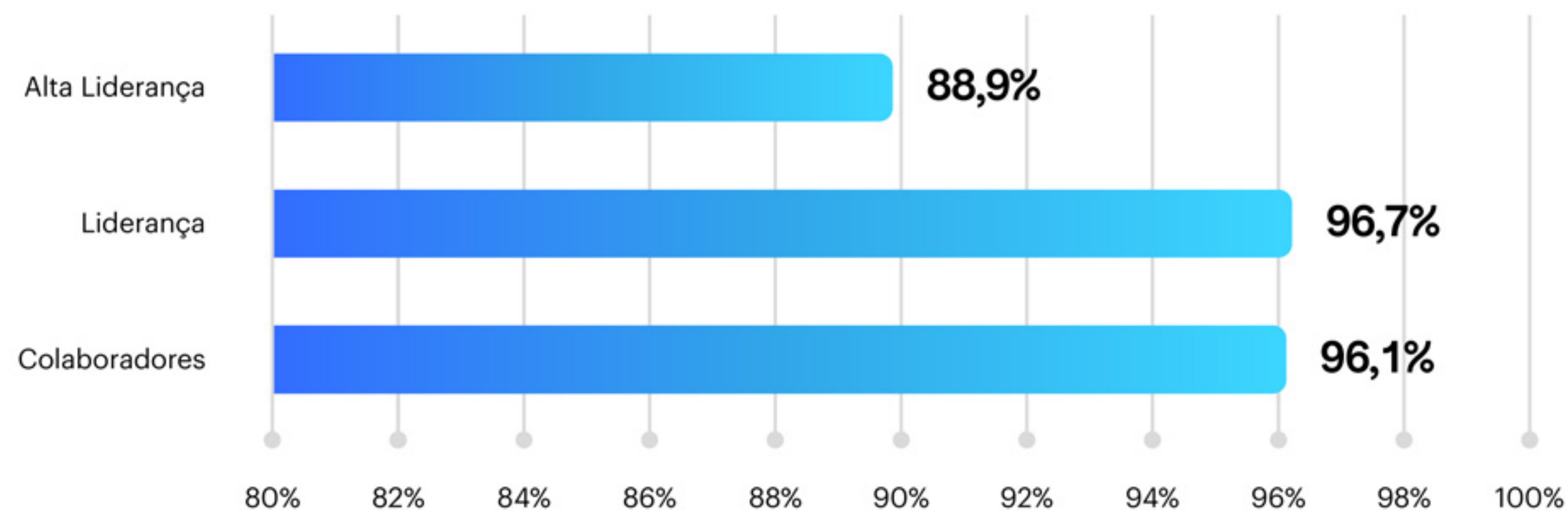
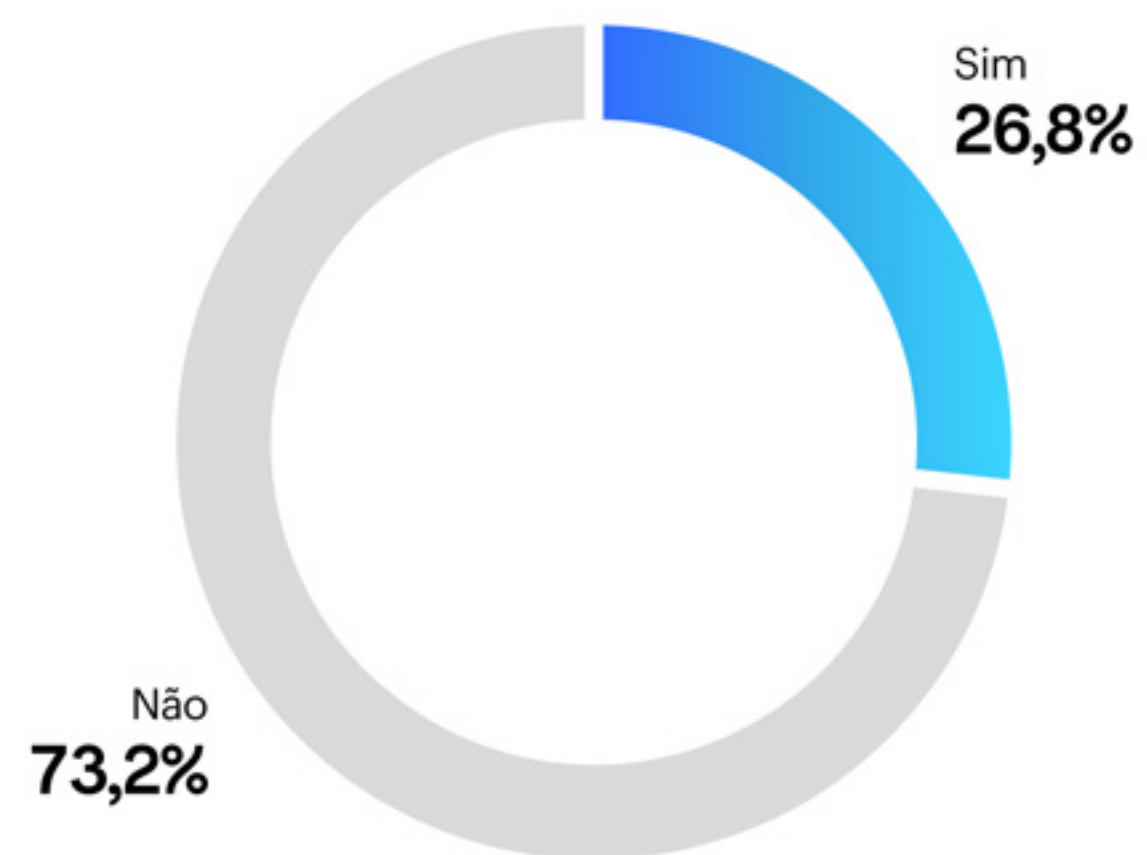
A trend de mercado é: para empresas que realmente precisam oferecer o automóvel, optar pelos contratos de carro por assinatura.

Curiosidade: entre 2021 e 2023, a modalidade de carro por assinatura cresceu mais de 35% nas empresas que oferecem o benefício automóvel.

swile

Leme

13.13 Auxílio Farmácia



Em R\$	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 150,89	R\$ 628,11	R\$ 1.105,33
Liderança	R\$ 99,38	R\$ 491,85	R\$ 884,32
Colaboradores	R\$ 100,27	R\$ 283,29	R\$ 466,32

Em %	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	8%	25%	42%
Liderança	8,2%	25,1%	42%
Colaboradores	2%	24%	46%

Auxílio Farmácia

Palavra do Especialista

O auxílio farmácia caiu posições de forma significativa no comparativo entre o Guia Nacional de Benefícios 2022 e o Anuário de Benefícios Corporativos 2023!

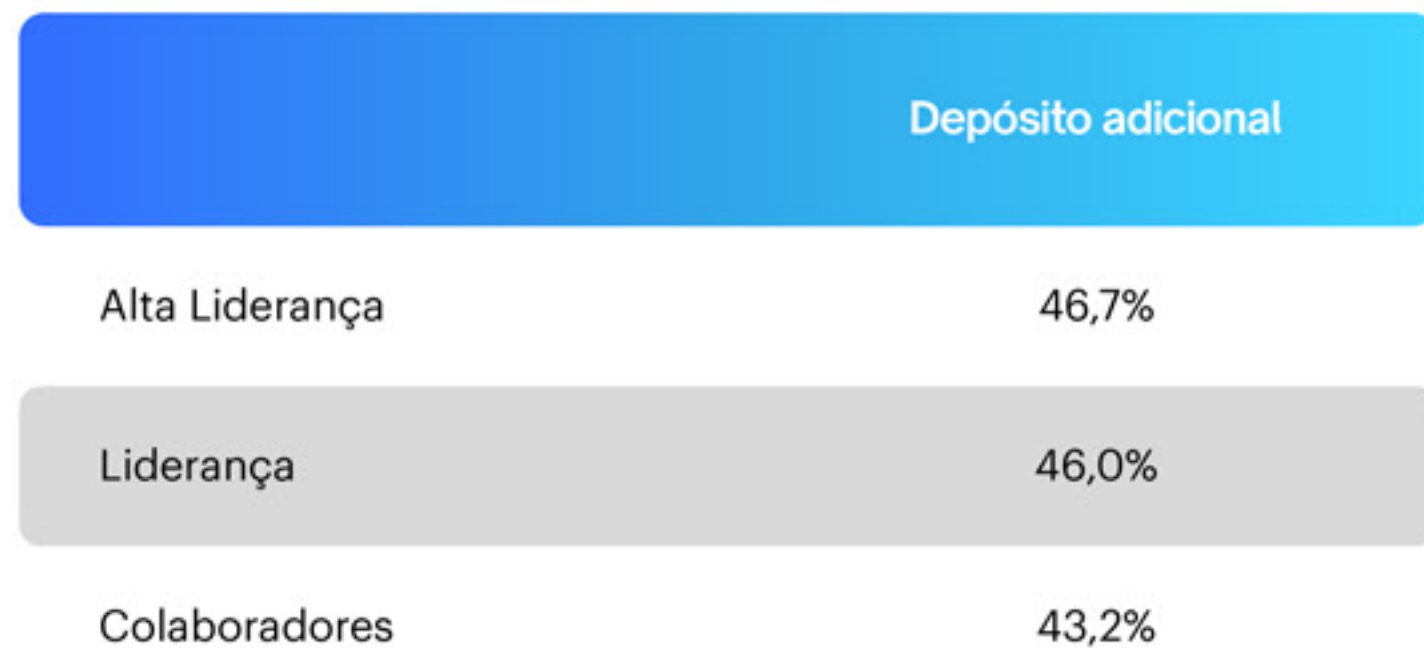
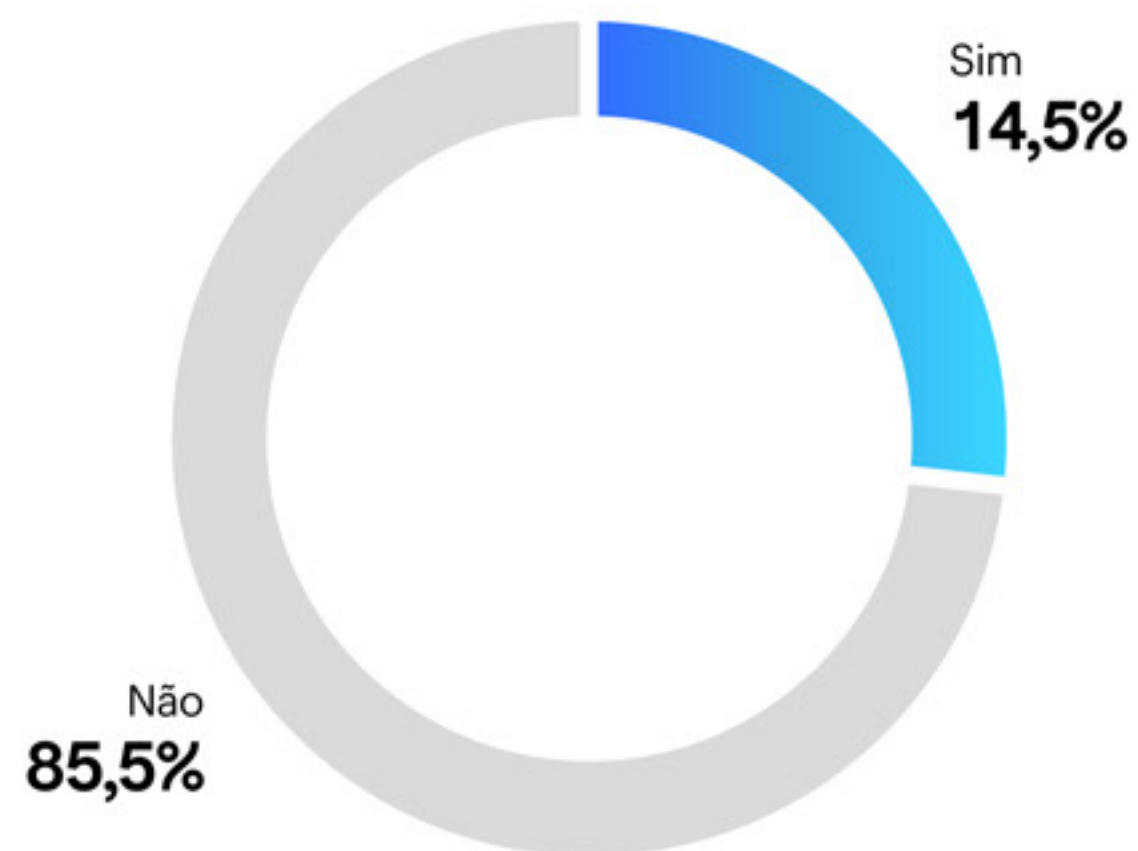
Ainda é cedo para afirmar que ele acabou, mas uma prevalência de menos de 30% de concessão em uma amostra tão grande quanto a desta pesquisa, pode significar uma mudança de tendência importante.

É preciso observar se este é um pivô de mudança dos “ventos” ou se foi apenas um efeito estatístico pontual desta pesquisa. Estamos de olho!

A trend de mercado é: adesão aos cartões de Benefícios Flexíveis que facilitam a vida do colaborador e de programas com vantagens ao colaborador, como produtos mais baratos e vendidos com desconto em folha de pagamentos.

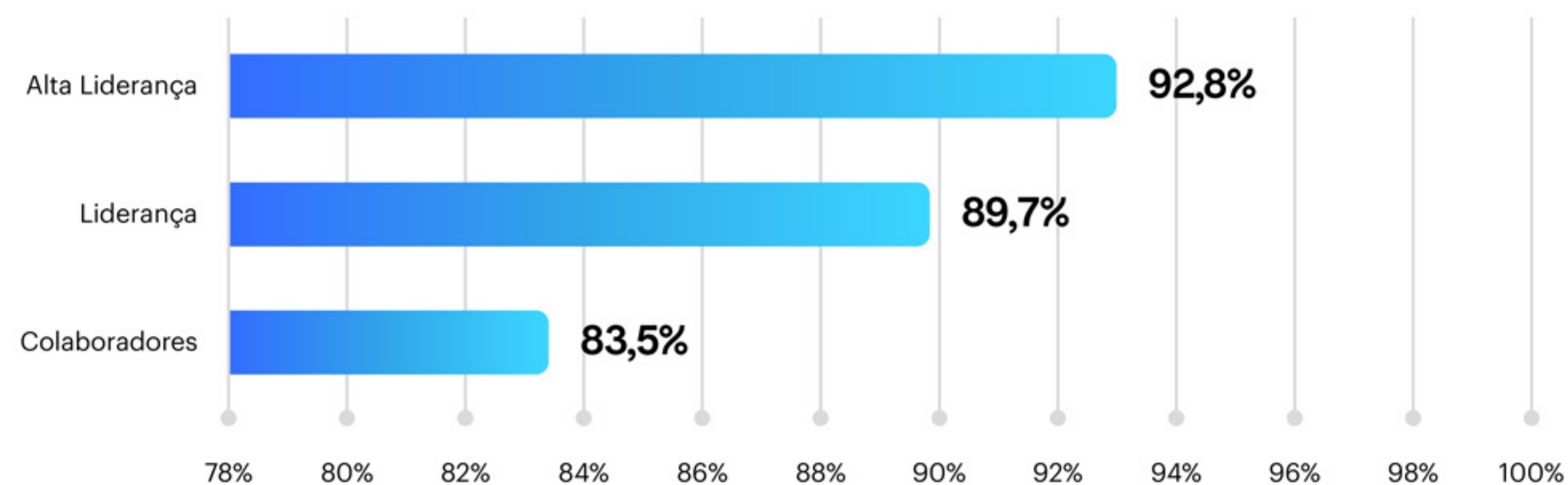
Curiosidade: os colaboradores ocupantes de cargos de menor remuneração são os que habitualmente mais utilizam este benefício, em decorrência da vantagem do desconto em folha de pagamentos, funcionando como uma espécie de “adiantamento salarial”.

13.14 Previdência Privada



Nível Hierárquico	Range de Contribuição MÍNIMA por Nível Hierárquico				
	Entre 1% e 5%	Entre 5% e 10%	Entre 10% e 15%	Entre 15% e 20%	Acima de 20%
Alta Liderança	70,0%	16,7%	4,4%	0,0%	8,9%
Liderança	74,7%	14,9%	2,3%	0,0%	9,2%
Colaboradores	80,2%	12,3%	4,9%	0,0%	4,9%

Nível Hierárquico	Range de Contribuição MÁXIMA por Nível Hierárquico				
	Entre 1% e 5%	Entre 5% e 10%	Entre 10% e 15%	Entre 15% e 20%	Acima de 20%
Alta Liderança	40,0%	33,3%	7,8%	1,1%	17,8%
Liderança	46,0%	32,2%	5,7%	2,3%	14,9%
Colaboradores	44,4%	37,0%	8,6%	1,2%	19,8%



Previdência Privada

Palavra do Especialista

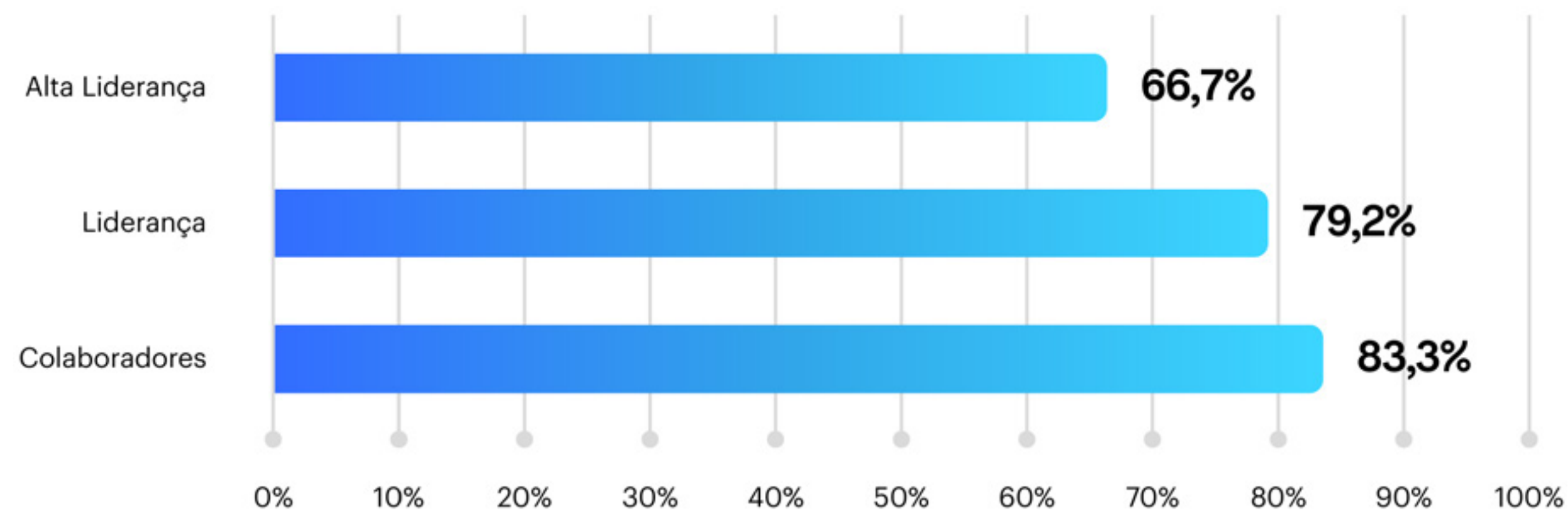
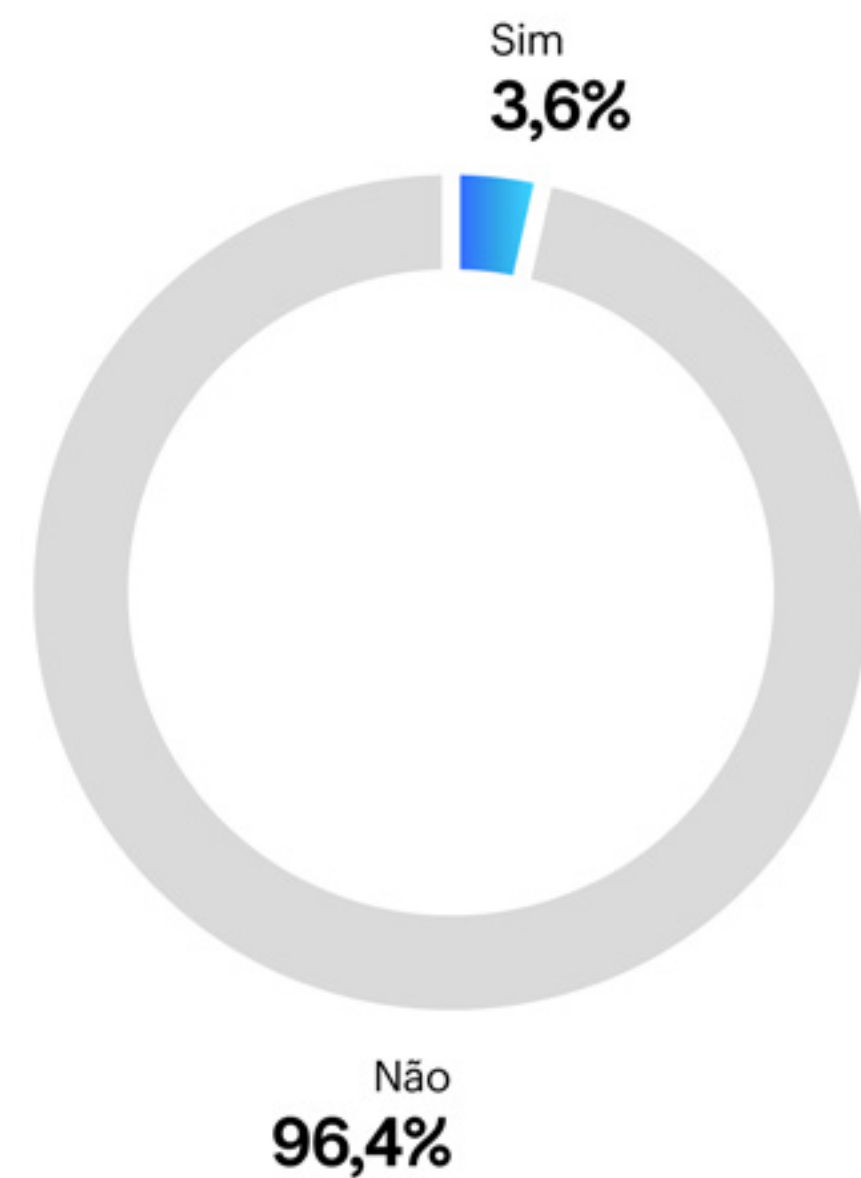
Infelizmente a concessão da Previdência Privada ainda tem baixa prevalência nas empresas brasileiras.

Em geral, isso é o reflexo de uma forma da sociedade pensar, já que muitas empresas que concedem o benefício relatam baixa adesão, ou seja, a visão de curto prazo ainda pode ser mais decisiva para o colaborador do que o plano de fazer uma reserva complementar para o longo prazo, algo que, em regra, cria um desestímulo das empresas para a concessão.

A trend de mercado é: utilizar o RH como um braço de educação financeira nas empresas, ou seja, como um incentivador do pensamento de longo prazo e da importância da reserva financeira pessoal.

Curiosidade: desde a edição de 2021 desta ampla pesquisa realizada em parceria entre Leme e Swile, o benefício de previdência privada está praticamente estagnado, sem crescimento na concessão pelas empresas. Ou seja, nem mesmo a reforma da previdência de 2020 foi suficiente para estimular um crescimento significativo.

13.15 Vale Cultura



Sistema Adotado	Menor Valor	Média	Maior Valor
Alta Liderança	R\$ 50,00	R\$ 270,63	R\$ 623,70
Liderança	R\$ 50,00	R\$ 177,89	R\$ 391,15
Colaboradores	R\$ 50,00	R\$ 119,00	R\$ 260,20

Vale Cultura

Palavra do Especialista

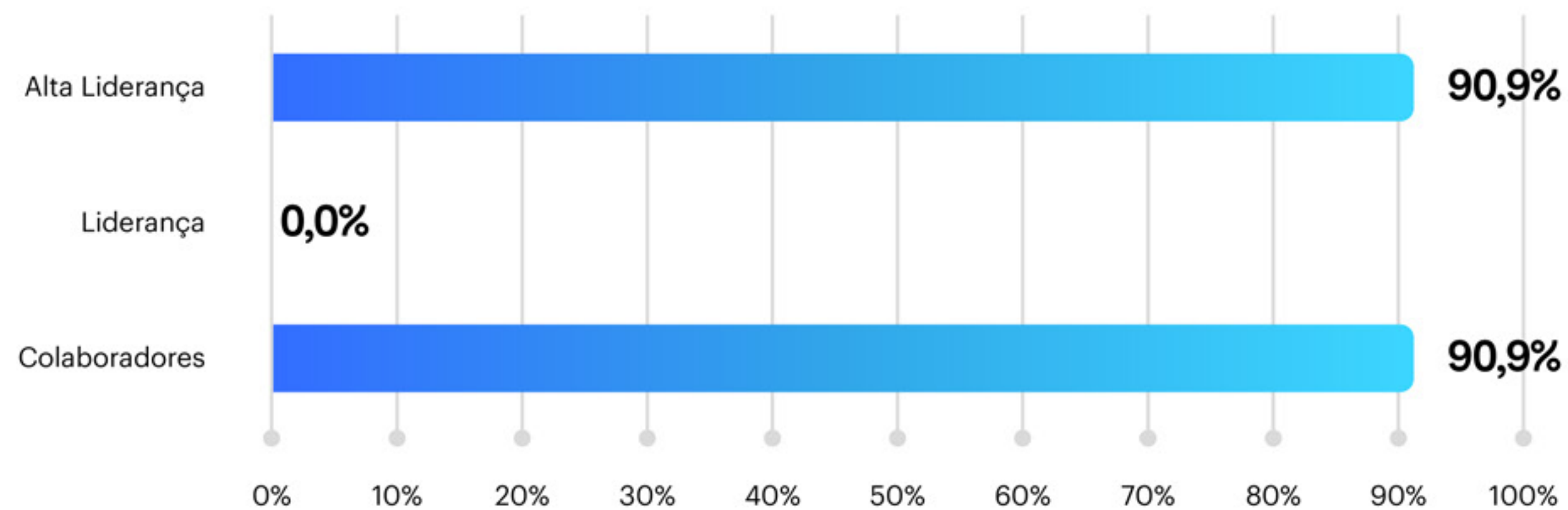
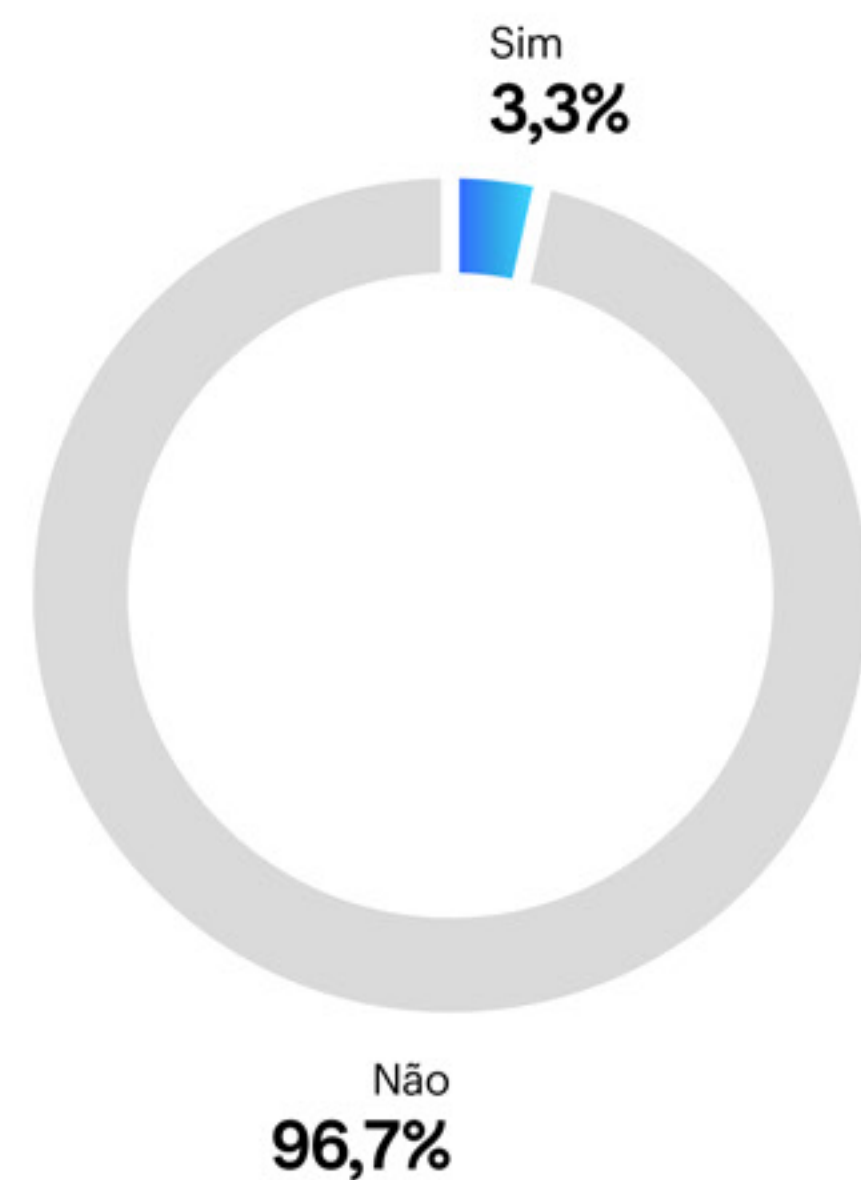
A Lei 12.721/2012 instituiu o Programa de Cultura ao Trabalhador como uma forma de fomento ao ecossistema cultural do Brasil, porém, as limitações legais são tantas que as empresas não se sentem estimuladas a oferecer.

Outro limitador importante é o valor de R\$ 50,00 que não teve correção desde a concepção da Lei em 2012, ou seja, a empresa tem grande mobilização operacional para o cumprimento das regras de concessão e na prática oferece um benefício pouco significativo ao colaborador.

Atrend de mercado é: explorar programas de premiação, que possam promover o reconhecimento do desempenho excepcional com uma recompensa desvinculada do salário.

Curiosidade: a taxa de concessão deste benefício nas empresas pesquisadas teve o seu pico em 2020, quando alcançou 6,15% de concessão, durante a pandemia da Covid 19.

13.16 Assistência Pet



Sistema Adotado	Fornecedores cadastrados/ Parcerias	Plano Pet	Outros meios
Alta Liderança	55,0%	35,0%	0,0%
Liderança	55,0%	35,0%	0,0%
Colaboradores	55,0%	35,0%	0,0%

Assistência Pet

Palavra do Especialista

Apesar do expressivo ganho de espaço dos pets no cotidiano das famílias, é fato que o benefício de Assistência Pet ainda não tem prevalência significativa nas empresas.

Seja pelo custo em coparticipação para o colaborador ou pela falta de costume do brasileiro em contratar um “plano de saúde” para o seu animalzinho, a Assistência Pet ainda encontra barreiras para deslanchar e não tem sido diferencial para quem concede, conforme entrevistas em profundidade que a Leme fez com as empresas respondentes deste Anuário.

A trend de mercado é: empresas que aceitam o atestado de acompanhante do pet em consultas e emergências veterinárias para o abono de horas ou abono do dia de trabalho.

Curiosidade: é importante saber que a maior reclamação dos colaboradores costuma ser o custo mensal por vida (pet) e o fato de que muitas assistências não aceitam animais com mais de 14 anos.

14. A Visão do Beneficiário



Perfil do Respondente

Nível de Cargo	Percentual
Diretoria / Presidência	4,06%
Alta gerência	5,63%
Média gerência	7,38%
Líder de equipe	14,31%
Colaborador	68,62%
Total:	100%

Geração	Percentual
Baby Boomers (1940 a 1960)	1,44%
X (1960 a 1980)	28,31%
Y (1980 a 1995)	50,94%
Z (1995 a 2010)	19,31%
Total:	100%

Sexo	Percentual
Feminino	46,69%
Masculino	53%
Transgênero	0,19%
Não-binário	0,06%
Outro	0,06%
Total:	100%

Estado Civil	Percentual
Casado	44,81%
Divorciado	5,69%
Separado	1,88%
Solteiro	47,25%
Viúvo	0,38%
Total:	100%

Predominância no Perfil do Respondente

Predominantemente por Colaboradores	68,62% da amostra
Predominantemente da geração Y (1980 a 1995)	50,94% da amostra
Equilibrados entre o sexo masculino e feminino	99,69% da amostra ——— (46,69% feminino/ 53% masculino)
Equilibrados entre o casados e solteiro	92,06% da amostra ——— (44,81% casado/ 47,25% solteiro)

Metodologia de Tabulação e Margem de Confiança

O Anuário de Benefícios Corporativos 2023, considerou o método de cálculo amostral como mecanismo de confiabilidade estatística.

Este método é o mesmo utilizado por órgãos oficiais do governo brasileiro e pelas maiores entidades e empresas de pesquisa do país para obterem dados de opinião, como as pesquisas nacionais de intenção de voto, por exemplo.

Esta pesquisa foi feita levando em conta a População Economicamente Ativa (PEA) do Brasil e possui um nível de confiança de 99%, com uma margem de erro de menos de 4% (mais especificamente, 3,3%)!

Levando em conta essa magnitude de margem de confiança e margem de erro, é possível afirmar com alto grau de segurança que os dados apresentados a seguir representam os desejos e atributos de valor pelo olhar da população economicamente ativa presente nos cortes amostrais predominantes.



Pesquisa

Para você, quais são os benefícios mais importantes?

Público geral por geração

Geração Baby Boomers	
Nascidos entre 1940 e 1959 64 a 83 anos	
Benefício	Percentual
Assistência Médica	18,1%
Vale Alimentação	12,6%
Assistência Odontológica	11,0%
Auxílio Educação	9,4%
Assistência Psicológica	7,9%

Geração X	
Nascidos entre 1960 e 1980 43 a 63 anos	
Benefício	Percentual
Assistência Médica	15,8%
Vale Alimentação	15,4%
Assistência Odontológica	9,1%
Auxílio Educação	8,1%
Assistência Psicológica	8,0%

Geração Y (Millenials)	
Nascidos entre 1981 e 1994 29 a 42 anos	
Benefício	Percentual
Assistência Médica	15,6%
Vale Alimentação	14,7%
Assistência Odontológica	8,7%
Auxílio Educação	8,6%
Assistência Psicológica	8,3%

Geração Z	
Nascidos entre 1995 e 2010 13 a 28 anos	
Benefício	Percentual
Assistência Médica	15,4%
Vale Alimentação	13,6%
Assistência Odontológica	8,3%
Auxílio Educação	8,0%
Assistência Psicológica	7,7%

Público geral por hierarquia

★★★★★ Diretoria / Presidência

Benefício	Percentual
Médica	16,6%
Alimentação	12,0%
Educação	8,6%
Previdência	8,3%
Refeição	7,7%
Benefícios Flexíveis	6,6%
Odontológica	6,3%
Seguro de Vida	6,0%
Automóvel	5,7%
Combustível	4,9%
Psicológica	4,6%
Farmácia	4,3%
Academia	3,7%
Home Office	2,9%
Cultura	1,1%
Pet	0,6%

★★★★ Alta Gerência

Benefício	Percentual
Médica	15,2%
Alimentação	13,0%
Benefícios Flexíveis	8,8%
Educação	7,8%
Previdência	7,8%
Odontológica	7,2%
Automóvel	6,4%
Refeição	5,2%
Seguro de Vida	5,0%
Psicológica	5,0%
Combustível	4,8%
Home Office	4,6%
Farmácia	3,8%
Academia	3,6%
Cultura	1,4%
Pet	0,4%

★★★ Média Gerência

Benefício	Percentual
Médica	15,3%
Alimentação	13,5%
Educação	8,9%
Benefícios Flexíveis	8,6%
Odontológica	7,4%
Refeição	6,9%
Previdência	6,0%
Psicológica	5,9%
Combustível	5,0%
Seguro de Vida	4,7%
Automóvel	4,2%
Home Office	3,8%
Farmácia	3,8%
Academia	3,6%
Pet	1,7%
Cultura	0,9%

★★ Líder de Equipe

Benefício	Percentual
Médica	15,5%
Alimentação	14,9%
Educação	8,7%
Odontológica	8,6%
Benefícios Flexíveis	8,0%
Refeição	7,3%
Psicológica	5,3%
Previdência	4,6%
Home Office	4,3%
Farmácia	4,3%
Combustível	4,2%
Automóvel	3,9%
Academia	3,8%
Seguro de Vida	3,6%
Pet	1,5%
Cultura	1,4%

★ Colaboradores

Benefício	Percentual
Alimentação	16,2%
Médica	14,5%
Odontológica	8,7%
Educação	8,0%
Benefícios Flexíveis	7,8%
Refeição	7,5%
Psicológica	5,7%
Farmácia	5,1%
Home Office	5,1%
Academia	4,1%
Combustível	3,9%
Seguro de Vida	3,5%
Previdência	3,5%
Automóvel	3,5%
Cultura	1,5%
Pet	1,4%

Palavra do Especialista

1. Apesar do Vale Alimentação e da Assistência Médica estarem no topo das prioridades do público geral da pesquisa, isso não é indicativo de que conceder esses benefícios seja suficiente para o preenchimento completo dos desejos e necessidades das pessoas, sendo necessário explorar possibilidades e ofertar benefícios em linha com as demandas dos diferentes grupos e camadas existentes na sua empresa, já que cada uma dessas camadas tem prioridades distintas.

2. Nos dias atuais, é comum que profissionais na faixa de 30/35 anos de idade assumam posições de Diretoria nas empresas, mas observa-se pela pesquisa, que a necessidade deste grupo é fortemente prevalente no Benefício Assistência Médica, por conta do avanço gradativo de faixa etária e composição familiar, assim como o Auxílio Alimentação, que traz maior liquidez do que o salário para consumos habituais que terão que ser feitos de qualquer maneira, ainda mais nas fases mais consolidadas da vida em sociedade moderna.

3. Nunca se esqueça que, apesar da preferência predominante por alguns benefícios para cada “persona”, oferecer opções flexíveis e adequadas ao momento de vida das pessoas é sempre mais estratégico do que pressupor as necessidades e intenções do colaborador e oferecer pacotes rígidos. RH estratégico é RH flexível e humanizado!

Pesquisa

O pacote de benefícios oferecido pelas empresas é algo determinante para você optar por aceitar uma oportunidade de emprego?

Palavra do Especialista

1. A curva de impacto não mente! Os benefícios não são determinantes em mesmo grau para ocupantes de diferentes níveis de Cargo e a empresa deve ficar atenta a isso. Quanto menor a renda líquida, mais determinante o benefício será para que uma pessoa escolha por uma vaga ao invés de outra, por isso, no nível de Colaborador a prevalência de importância dos benefícios é muito maior do que para outros níveis de cargos.

2. O Estrategista de RH deve ser voltado para a remuneração total e não um mero operador de benefícios na empresa, tendo uma visão global sobre as necessidades, demandas e estágio de carreira dos diversos grupos de cargos existentes na estrutura da organização.

3. Empresas que separam a análise de benefícios, salários e remuneração variável, perdem a capacidade de compreender como são vistas pelos membros de seu time e podem tomar decisões equivocadas. O colaborador é como o cliente de uma empresa qualquer, ele não olha para a empresa de forma departamentalizada e pensa: nossa, como o produto é bom e como a logística é ruim! O cliente, assim como o seu colaborador, tem uma visão global sobre a empresa e não uma visão fatiada. A experiência é uma só!

Pesquisa

**O que você mais valoriza/
acha importante no pacote
de benefícios oferecido
pela empresa?**

Palavra do Especialista

1. Acabe com o ultrapassado “pacote de benefícios”! Na verdade isso já acabou na prática em sua empresa, você apenas não se deu conta!

2. A palavra de ordem para todos os níveis de cargo e gerações é flexibilidade! Todas as gerações e níveis de cargo valorizam a liberdade de escolha e assim que mais pessoas da geração Y e geração Z alcançarem as posições de maior influência e “poder” nas organizações, este movimento deverá se intensificar.

3. Não adianta ser flexível com cobertura ruim ou valores defasados. A flexibilidade não substitui um valor defasado de benefício ou um benefício ruim. Cuidado para não utilizar a flexibilidade como uma “muleta” ou justificativa para opções desinteressantes aos colaboradores. Se a ideia é ser uma empresa de ponta, também deverão ser tomadas as decisões de ponta!

Pesquisa

Você mudaria de emprego se a vaga ofertada pela outra empresa tivesse salário similar ao que você já ganha, mas um pacote de benefícios melhor?

Público Geral por geração

Público Geral

Benefício	Percentual
Sim, eu mudaria se os benefícios fossem flexíveis e adequados ao meu contexto de vida e necessidades	43,7%
Não mudaria, para mim, o clima, a cultura e as oportunidades de crescimento de carreira são mais importantes	24,2%
Sim, eu mudaria sem pensar duas vezes	18,0%
Não mudaria, para mim, o pacote de benefícios não é algo determinante para trocar de emprego quando o salário é similar	14,1%

Diretoria / Presidência

Benefício	Percentual
Sim, eu mudaria se os benefícios fossem flexíveis e adequados ao meu contexto de vida e necessidades	40,0%
Não mudaria, para mim, o clima, a cultura e as oportunidades de crescimento de carreira são mais importantes	35,4%
Não mudaria, para mim, o pacote de benefícios não é algo determinante para trocar de emprego quando o salário é similar	12,3%
Sim, eu mudaria sem pensar duas vezes	12,3%

Alta Gerência

Benefício	Percentual
Sim, eu mudaria se os benefícios fossem flexíveis e adequados ao meu contexto de vida e necessidades	37,8%
Não mudaria, para mim, o clima, a cultura e as oportunidades de crescimento de carreira são mais importantes	32,2%
Não mudaria, para mim, o pacote de benefícios não é algo determinante para trocar de emprego quando o salário é similar	15,6%
Sim, eu mudaria sem pensar duas vezes	14,4%

Público por hierarquia

★★★★ Média Gerência

Benefício	Percentual
Sim, eu mudaria se os benefícios fossem flexíveis e adequados ao meu contexto de vida e necessidades	46,6%
Não mudaria, para mim, o clima, a cultura e as oportunidades de crescimento de carreira são mais importantes	24,6%
Sim, eu mudaria sem pensar duas vezes	21,2%
Não mudaria, para mim, o pacote de benefícios não é algo determinante para trocar de emprego quando o salário é similar	7,6%

★★★ Líder de Equipe

Benefício	Percentual
Sim, eu mudaria se os benefícios fossem flexíveis e adequados ao meu contexto de vida e necessidades	41,0%
Não mudaria, para mim, o clima, a cultura e as oportunidades de crescimento de carreira são mais importantes	29,3%
Sim, eu mudaria sem pensar duas vezes	15,7%
Não mudaria, para mim, o pacote de benefícios não é algo determinante para trocar de emprego quando o salário é similar	14,0%

★ Colaboradores

Benefício	Percentual
Sim, eu mudaria se os benefícios fossem flexíveis e adequados ao meu contexto de vida e necessidades	44,6%
Não mudaria, para mim, o clima, a cultura e as oportunidades de crescimento de carreira são mais importantes	21,8%
Sim, eu mudaria sem pensar duas vezes	18,8%
Não mudaria, para mim, o pacote de benefícios não é algo determinante para trocar de emprego quando o salário é similar	14,8%

Palavra do Especialista

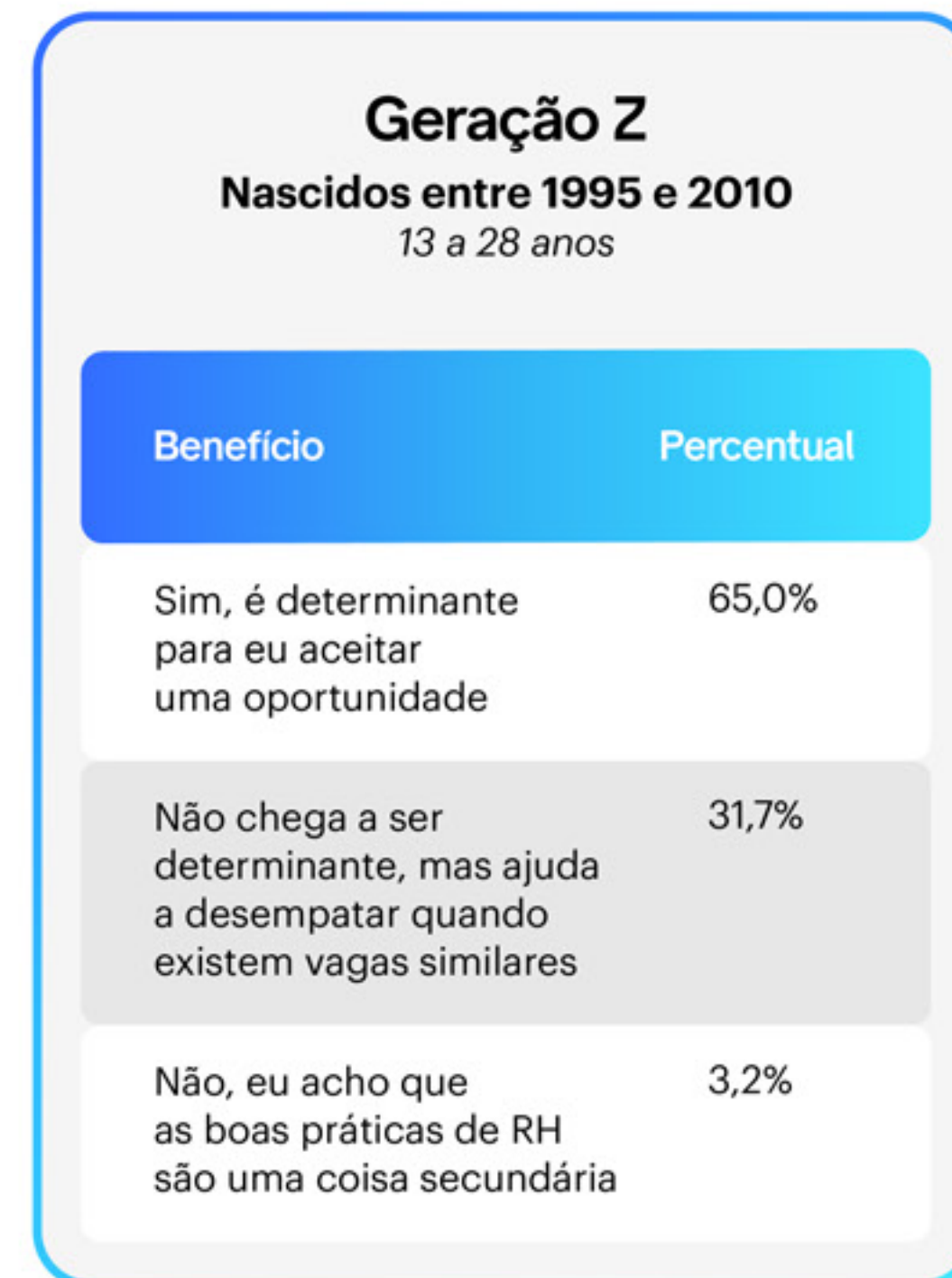
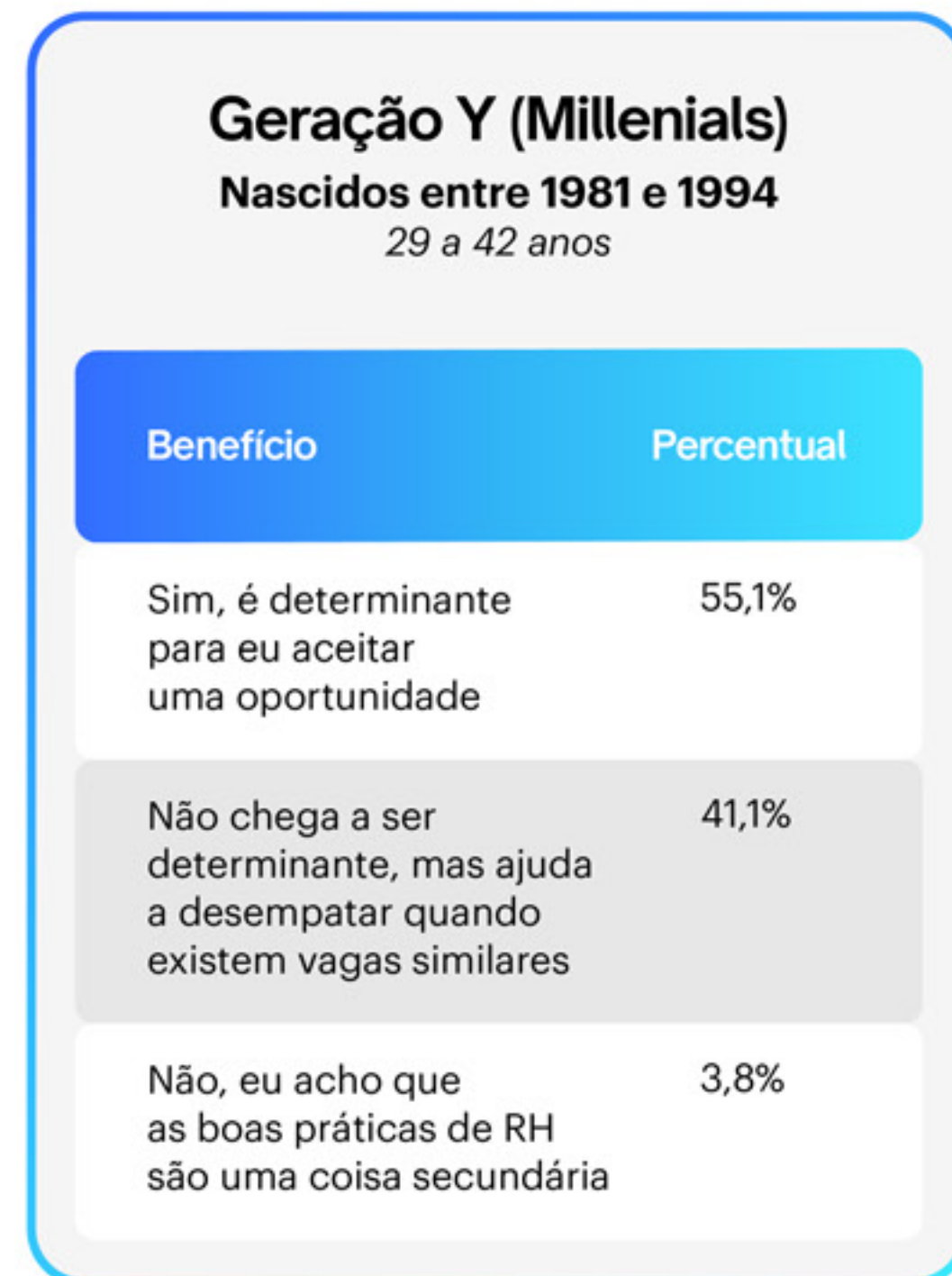
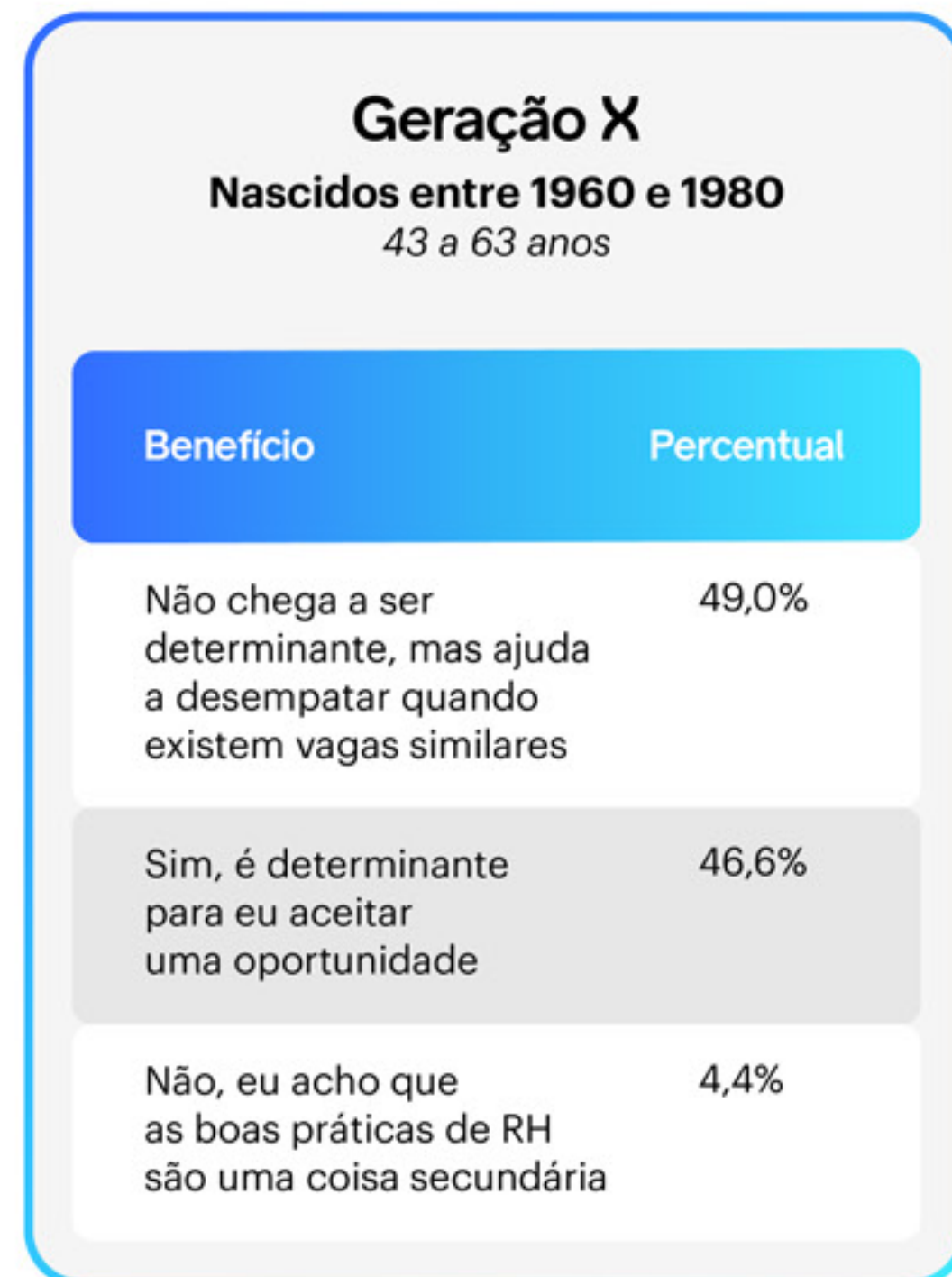
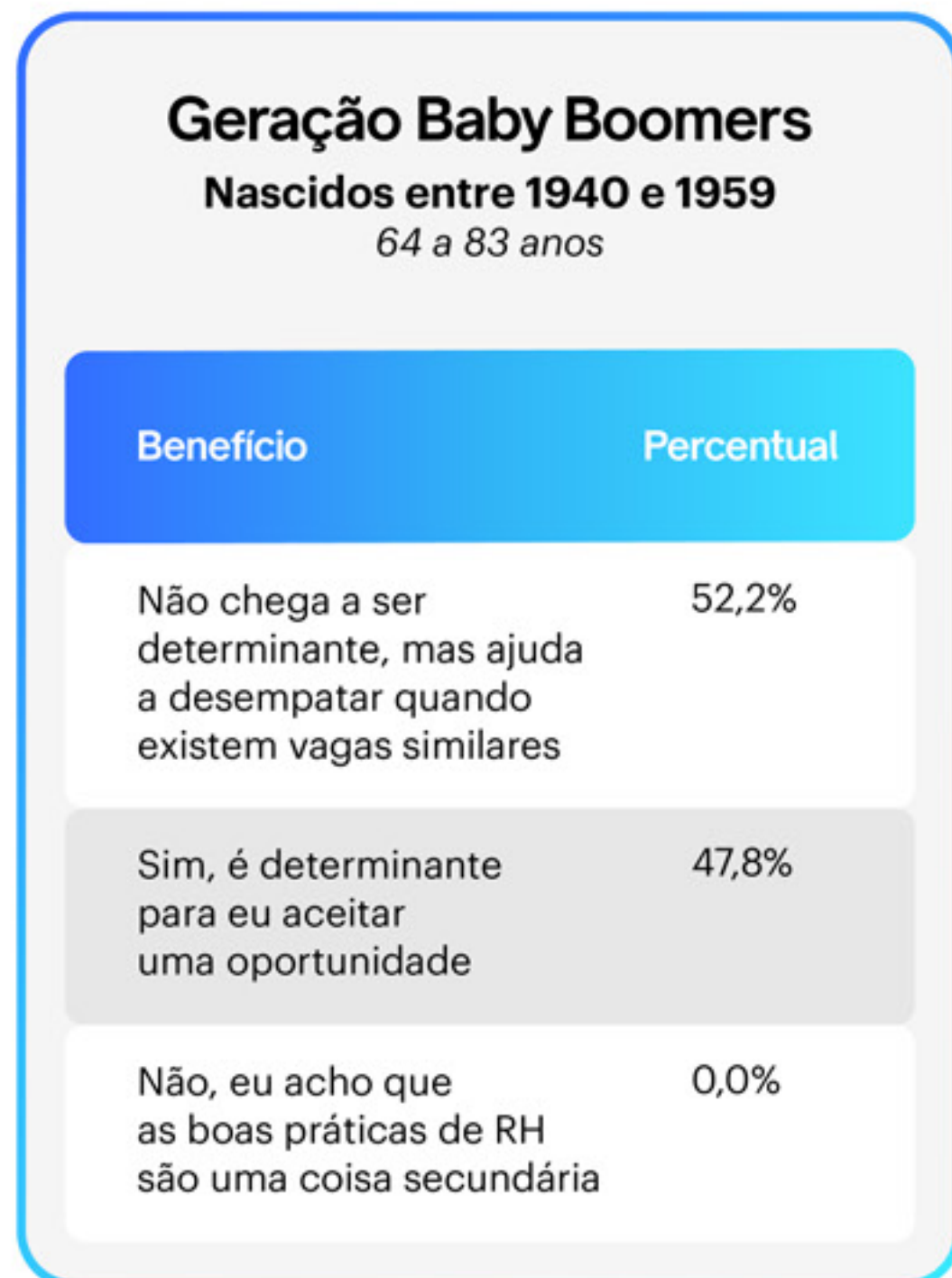
1. Olha que legal: as pessoas dizem que mudariam de emprego se receberem uma oferta interessante de benefícios. Ótimo saber disso, mas fique ligado no que se pode chamar de oferta flexível e adequada ao seu momento de vida. Meramente permitir que alimentação e refeição sejam intercambiáveis é obviamente insuficiente!

2. Não menos importante, o clima e a cultura organizacional têm peso importante na escolha das pessoas por um emprego. Salário bom, bônus interessante, benefícios com boa cobertura, valores adequados e flexíveis, mas clima ruim, não seguram ninguém no emprego! É importante pensar em promover um ambiente favorável para a produtividade das pessoas na empresa porque definitivamente um ambiente de insegurança psicológica joga contra a saúde das pessoas e o resultado das empresas.

Pesquisa

Saber que a empresa tem um RH forte e com práticas atualizadas em gestão de pessoas, é determinante para você aceitar uma oportunidade de emprego?

Público geral por geração



Público por hierarquia

★★★★★

Diretoria / Presidência

Benefício	Percentual
Não chega a ser determinante, mas ajuda a desempatar quando existem vagas similares	58,5%
Sim, é determinante para eu aceitar uma oportunidade	38,5%
Não, eu acho que as boas práticas de RH são uma coisa secundária	3,1%

★★★★★

Alta Gerência

Benefício	Percentual
Sim, é determinante para eu aceitar uma oportunidade	50,0%
Não chega a ser determinante, mas ajuda a desempatar quando existem vagas similares	47,8%
Não, eu acho que as boas práticas de RH são uma coisa secundária	2,2%

★★★

Média Gerência

Benefício	Percentual
Não chega a ser determinante, mas ajuda a desempatar quando existem vagas similares	51,7%
Sim, é determinante para eu aceitar uma oportunidade	46,6%
Não, eu acho que as boas práticas de RH são uma coisa secundária	1,7%

★★

Líder de Equipe

Benefício	Percentual
Sim, é determinante para eu aceitar uma oportunidade	52,4%
Não chega a ser determinante, mas ajuda a desempatar quando existem vagas similares	42,4%
Não, eu acho que as boas práticas de RH são uma coisa secundária	5,2%

★

Colaboradores

Benefício	Percentual
Sim, é determinante para eu aceitar uma oportunidade	57,1%
Não chega a ser determinante, mas ajuda a desempatar quando existem vagas similares	39,0%
Não, eu acho que as boas práticas de RH são uma coisa secundária	3,9%

Palavra do Especialista

1. A área de Gente e Gestão nunca foi tão determinante: estamos em uma fase muito positiva para o RH, a fase em que as pessoas valorizam empresas com área de People forte e querem estar nessas empresas, querem brigar por aquilo que acreditam, querem vivenciar o seu propósito e querem fazer realmente a diferença, compreendendo a relação entre o seu trabalho e os resultados da empresa.

2. RH forte não quer dizer assistencialismo: não se pode e não se deve confundir área de Gente e Gestão determinante e estratégica, com RH assistencialista. Empresas precisam ter foco no cliente, na entrega do que prometem ao mercado, na experiência ao cliente, na sua sobrevivência e no lucro. Fazer isso tudo não é fácil e demanda engajamento constante do time, por isso, nunca devemos nos esquecer que, em larga medida, o RH também cuida da performance humana!

3. Todos os grupos amostrais e diferentes gerações da pesquisa reconhecem o RH e a sua importância: não é preciso dormir em berço esplêndido para perceber a sua grandeza, mas é fato que as melhores performances empresariais de nossa era são marcadas por empresas com RH diferenciado, estratégico, determinante e marcante.

15. Boas Práticas de RH



Palavra do Especialista

15.1 Aposte na experiência do candidato e saia na frente na disputa por talentos

Definitivamente a era da experiência chegou ao recrutamento e seleção. Antes a preocupação em garantir uma boa experiência ficava restrita ao marketing, quando a ideia era garantir uma ótima experiência para fechar uma venda. Mas tudo mudou. Com as transformações aceleradas e mais tecnologia disponível, os candidatos não aceitam nada menos do que algo parecido com o que vivenciam na contratação de um streaming, na compra de um market place ou quando pedem um carro de aplicativo. Já imaginou alguém não ser aprovado e ainda sair falando bem da sua empresa?

Confira a seguir algumas dicas para garantir uma experiência incrível para os candidatos dos processos seletivos da sua empresa e para posicioná-la em lugar de destaque na disputa pelos melhores talentos do mercado.

1 - Invista em uma comunicação clara e transparente

Apresente todos os requisitos técnicos e comportamentais buscados antes da etapa de candidatura. Aponte se é necessário ter conhecimento em idiomas ou ferramentas específicas, descreva as atividades que irão executar, a área em que os contratados vão trabalhar e o modelo de trabalho. Depoimentos de colaboradores são bem vindos e criam conexão. Prêmios e reconhecimentos que a empresa recebeu também devem ser citados.

2 - Flexibilize requisitos técnicos

Ao definir o perfil dos candidatos, uma dica é avaliar mais as soft skills do que requisitos técnicos. Essa é uma dica importante também para fomentar a diversidade e inclusão numa empresa. De acordo com a última edição da pesquisa “A Visão do RH - Panorama do Mercado de Estágio no Brasil”, realizada pela Companhia de Estágios, as empresas têm flexibilizado alguns pré-requisitos para aumentar a inclusão, como idade do candidato (58%), faculdade de primeira linha (56%) e inglês (52%). O foco passa a ser no potencial do candidato.

3 - Foque na qualidade ao invés de quantidade

Mais do que atrair um grande volume de inscritos, um programa de estágio ou trainee deve despertar o interesse dos estudantes que têm mais chances de dar um match perfeito com a empresa. Buscar candidatos que tenham alinhamento com a cultura e os valores da organização é essencial!

4 - Apresente as etapas e os prazos (e cumpra-os!)

Disponibilizar uma linha do tempo com todas as etapas e prazos do processo seletivo é essencial para que os inscritos se organizem para participar. Se alguma data inevitavelmente precisar ser adiada, informe-os com a maior antecedência possível.

5 - Use a tecnologia à favor do processo seletivo

Aposte em soluções digitais para que os talentos possam consultar e verificar o status do programa em tempo real. Tenha em mente que uma boa experiência é aquela que transmite empatia e cuidado.

Quanto mais simples um processo seletivo for, melhor será a percepção dos participantes. Busque otimizar testes online e avaliar diversos aspectos de uma única vez.

6 - Valorize as etapas presenciais

Promova a interação dos candidatos com estagiários ou trainees já contratados e outras formas que permitam mergulhar mais na cultura e na área de atuação da empresa. Dê leveza às entrevistas, abordando inicialmente assuntos mais descontraídos como hobbies e rotina da empresa.

Se o estagiário for atuar em uma fábrica, inclua uma visita no roteiro para que sintam como funciona. Incentive que vistam um macacão, coloquem um capacete, ouçam o som das máquinas e assim por diante. Essa experiência realista transmite sensações mais reais do que dinâmicas e apresentações.

7 - Monitore a experiência do candidato

Procure monitorar a experiência do candidato ao longo do processo seletivo. Assim será mais fácil mensurar o volume de inscrições e desistências em cada etapa. E também é um bom indicador para aperfeiçoar a experiência em futuros processos seletivos.

8 - Comunique a aprovação com empatia

O momento de convidar um profissional para fazer parte do time de uma empresa é uma chance de fechar o ciclo com chave de ouro. Dê preferência por compartilhar a boa notícia por telefone, de uma maneira calorosa e impactante.

Se um gestor puder participar ativamente desse comunicado, o momento será ainda mais especial. Hoje em dia, algumas empresas enviam até kits surpresa para a casa dos candidatos aprovados ou anunciam a aprovação presencialmente na empresa.

9 - Dê atenção especial ao pacote de benefícios

O tempo de pacotes de benefícios básicos como vale-refeição e vale-transporte está chegando ao fim. A geração Z quer benefícios flexíveis, que permitam decidir onde alocar o dinheiro, folga no dia do aniversário, dress code livre, mentoria e cursos de idiomas são diferenciais para atrair e engajar esses profissionais.

Tiago Mavichian | CEO & Fonder Companhia de Estágios



15.2 Benefícios diferenciados são fortes catalisadores do EVP.

Os benefícios são uma forma bastante eficiente de tornar tangíveis as suas iniciativas de employer branding. Contudo, eles podem ter um papel ainda mais estratégico se utilizarmos esses diferenciais atrelados ao nosso EVP (ou Employee Value Proposition, que, em português, significa proposta de Valor a Pessoa Colaboradora)

Na ILoveMyJob, costumamos conceituar essa estratégia como uma escolha intencional de atributos reais que passam a representar uma empresa enquanto local de trabalho. James Ellis, uma das maiores referências globais em employer branding, define o EVP como a promessa única e convincente que uma organização oferece aos seus funcionários em troca de seu desempenho e comprometimento. Ele enfatiza que o EVP não se trata apenas de aspectos tangíveis, como salário e benefícios, mas também de aspectos intangíveis, como cultura, oportunidades de desenvolvimento, missão da empresa e ambiente de trabalho.

Todavia, a questão que quero provocar aqui é que os benefícios não necessariamente representam apenas um atributo ou território de uma marca empregadora. Ao longo da minha jornada profissional, vi muitas empresas questionarem se benefícios não deveriam ser um dos pilares do seu EVP. A verdade é que podem ser sim, mas percebemos que as empresas com uma marca empregadora mais relevante e atrativa utilizam benefícios

para catalisar seus pilares de marca empregadora.

E como isso funciona na prática? Segundo uma pesquisa do LinkedIn sobre o mercado de talentos no Brasil, quase 40% dos profissionais querem mudar de emprego em 2023 para buscar mais equilíbrio entre vida pessoal e profissional. Logo, ter um pilar que representa qualidade de vida e bem-estar pode ir além de proporcionar uma jornada de trabalho mais tranquila ou flexibilidade para ir ao dentista, elementos esses que são mais intangíveis para a pessoa colaboradora. Por isso, ao incluir em seu pacote de benefícios um apoio ou incentivo à saúde mental ou até mesmo um incentivo financeiro à atividade física, ações mais tangíveis, a empresa oferece um complemento bastante impactante para fazer com que o seu talento perceba ainda mais esse atributo ao longo da sua carreira dentro da empresa. Afinal, a marca empregadora e a experiência do talento precisam andar juntas para que a organização colha bons resultados.

Segundo relatório da Deloitte, as empresas que possuem uma proposta de valor a pessoa colaboradora mais atrativa e estratégica tem 3,5 vezes mais chances de contratar colaboradores com mais habilidades. Portanto, para as empresas que buscam sucesso e crescimento duradouro, a combinação eficaz entre benefícios diferenciados e um EVP autêntico é a chave para atrair, engajar e fidelizar os melhores talentos.

Angélica Madalosso
CEO e Co-founder da ILoveMyJob

15.3 Atração de Talentos: O Desafio de Criar a Ponte entre Empresas e Profissionais

Se para as empresas de todos os tamanhos encontrar talentos é um desafio, para as pessoas em busca de emprego a dor pela falta desse match é maior ainda.

Como CEO de uma startup de RH que nasceu de uma comunidade de mulheres plurais em busca de emprego, digo sem rodeios: o problema não é somente onde o talento está, mas também o que ele enxerga sobre a oportunidade ofertada.

Atração de Talentos começa no processo seletivo

Você pode ter uma marca forte e selos que comprovem o quão incrível é trabalhar aí, mas uma descrição de vaga incompleta não vai gerar as candidaturas ideais.

Os principais erros que vemos em job descriptions são não diferenciar pré-requisitos de requisitos desejáveis, não ser transparente e não destacar benefícios importantes para aquele nicho profissional.

E se for uma vaga afirmativa, o cuidado na descrição deve ser maior ainda!

De acordo com o LinkedIn, as mulheres se inscrevem para vagas quando têm quase 100% dos requisitos, enquanto os homens se candidatam a partir de 60% do que é pedido. E se forem mulheres negras ou PcD, por exemplo, a especificação desse recorte como prioritário para a oportunidade é necessária para encorajá-las.

Nem todo talento sabe contar sua história

Um candidato com as competências para uma oportunidade pode não expressá-las bem no currículo, no LinkedIn ou até mesmo nas entrevistas do processo seletivo.

Esse é um problema de mercado e o porquê da Se Candidate, Mulher! (agora Plure) ter surgido e crescido tão rapidamente: talentos que treinam soft-skills que impactam na empregabilidade, aumentam em 4x sua chance de contratação.

Como você atrai candidatos pode ser uma barreira à diversidade

Talentos plurais, especialmente as mulheres, precisam se ver representados nas ações da sua marca empregadora.

Fotos reais de pessoas desses grupos e clareza sobre a cultura de diversidade nos anúncios de vagas e na página de carreiras são essenciais.

Empresas precisam dissolver vieses inconscientes

O talento ideal é aquele que tem as competências desejadas para o trabalho. Mesmo entendendo isso, empresas acabam contratando por afinidade ou o famoso “passou mais confiança”.

Fato é que todos nós temos vieses inconscientes que precisam ser compreendidos e quebrados para a geração de um mercado plural.

Entender e fazer algo por esses 4 pontos é a chave para aumentarmos a disponibilidade de talentos e, é claro, a equidade de gênero no mercado de trabalho.

Jhenyffer Coutinho | CEO Plure



15.4 Como a cultura centrada nas pessoas impacta o bem-estar dos colaboradores

A cultura centrada nas pessoas surge como nossa filosofia de gestão, onde priorizamos colocar as pessoas no centro das estratégias e ações da empresa. Entendemos que ao tomar decisões empresariais, é fundamental considerar uma perspectiva mais humanística, visando o desenvolvimento e bem-estar de nossos colaboradores. Nosso objetivo é aumentar a satisfação e o engajamento, o que, por sua vez, gera resultados positivos para a organização como um todo, especialmente para o setor de Recursos Humanos.

Acreditamos que uma cultura centrada nas pessoas estimula a inovação e a criatividade, fomenta o trabalho em equipe, cria um ambiente de trabalho mais saudável e produtivo, e eleva a satisfação e o engajamento dos colaboradores. Além disso, contribui para o compartilhamento de conhecimentos e experiências, o que pode resultar em melhores desempenhos para a organização.

Apoiamos a ideia de que uma cultura que valoriza as pessoas é essencial para construir uma imagem positiva da empresa e fortalecer a marca empregadora. Assim, a cultura centrada nas pessoas é fundamental para o sucesso de nossa organização e para impulsionar o crescimento do setor de Recursos Humanos. Implementar essa cultura pode trazer diversas vantagens para nós e outras organizações, tais como:

- Melhoria do engajamento dos colaboradores;
- Atração e retenção de talentos;
- Estímulo à inovação e criatividade;
- Melhoria da imagem da empresa;
- Aprimoramento da qualidade de vida dos colaboradores.

Para implementar uma cultura centrada nas pessoas, nós definimos valores e princípios, estimulamos uma comunicação aberta, oferecemos benefícios e políticas que promovam a saúde, bem-estar e equilíbrio entre vida profissional e pessoal dos colaboradores, e incentivamos a participação de todos até mesmo pelo nosso modelo de gestão horizontal. Acreditamos que é fundamental que nossos profissionais se sintam ouvidos, valorizados e que possam contribuir com ideias e soluções para melhorar nossa empresa.

Wesley Barreto | General Management Vagas.com



Público Geral

Benefício	Percentual
PCCS	23,4%
Remuneração Variável	19,7%
Home Office / Teletrabalho	13,8%
Avaliação de Desempenho / Competência	12,9%
Programa de Talento / Sucessão	9,9%
Programa de Qualidade de Vida	8,9%
Pesquisa de Clima / Cultura / Engajamento	6,7%
Programa de Diversidade / ESG	4,7%



Média Gerência

Benefício	Percentual
PCCS	21,9%
Remuneração Variável	20,1%
Home Office / Teletrabalho	14,8%
Avaliação de Desempenho / Competência	11,9%
Programa de Talento / Sucessão	10,1%
Programa de Qualidade de Vida	9,6%
Pesquisa de Clima / Cultura / Engajamento	7,4%
Programa de Diversidade / ESG	4,3%



Diretoria / Presidência

Benefício	Percentual
Remuneração Variável	22,1%
PCCS	19,1%
Avaliação de Desempenho / Competência	17,4%
Programa de Talento / Sucessão	10,6%
Home Office / Teletrabalho	10,2%
Pesquisa de Clima / Cultura / Engajamento	7,7%
Programa de Qualidade de Vida	7,2%
Programa de Diversidade / ESG	5,5%



Líder de Equipe

Benefício	Percentual
PCCS	24,2%
Remuneração Variável	19,1%
Home Office / Teletrabalho	13,0%
Avaliação de Desempenho / Competência	12,9%
Programa de Talento / Sucessão	9,2%
Programa de Qualidade de Vida	9,9%
Pesquisa de Clima / Cultura / Engajamento	6,9%
Programa de Diversidade / ESG	4,8%



Alta Gerência

Benefício	Percentual
PCCS	22,7%
Remuneração Variável	21,8%
Home Office / Teletrabalho	16,7%
Avaliação de Desempenho / Competência	12,5%
Programa de Talento / Sucessão	9,9%
Programa de Qualidade de Vida	7,5%
Pesquisa de Clima / Cultura / Engajamento	6,6%
Programa de Diversidade / ESG	2,4%



Colaboradores

Benefício	Percentual
PCCS	23,7%
Remuneração Variável	19,5%
Home Office / Teletrabalho	13,8%
Avaliação de Desempenho / Competência	12,8%
Programa de Talento / Sucessão	9,9%
Programa de Qualidade de Vida	8,8%
Pesquisa de Clima / Cultura / Engajamento	6,5%
Programa de Diversidade / ESG	4,9%

Palavra do Especialista

1. O básico bem feito: ter um adequado plano de cargos, carreiras e salários com oportunidades reais de crescimento na carreira, um Programa de remuneração Variável e uma Política de home office/teletrabalho, são boas práticas muito mais valorizadas pelas pessoas do que o quitute na geladeira ou o escorregador do escritório.

2. Sim, eu quero saber sobre o meu desempenho e as minhas competências: a despeito do que se ventila no mercado, as pessoas valorizam o fato de serem avaliadas e de avaliarem o seu desempenho e as suas competências. Sem essa prática, existem pessoas que podem ficar anos sem o adequado tratamento, feedback, 1:1, PDI e tudo mais. Esqueça as “modinhas” e paute as escolhas em fatores objetivos, como essa ampla pesquisa.

3. Programas de Talentos e sucessão sempre estarão na moda: a empresa é um organismo que precisa de retroalimentação! Novos riscos, novos sonhos, novas jornadas e novas histórias! As pessoas sabem disso e reconhecem a importância desta prática nesta pesquisa.

O que os talentos querem vs o que as empresas oferecem

A única paridade nos interesses fica em torno dos Programas de Remuneração Variável, que figuram na segunda posição, tanto nas práticas mais comuns nas empresas quanto nas práticas mais valorizadas pelos colaboradores.

Iniciativa comum nas empresas, o Programa de Diversidade e ESG aparece em último lugar no ranking das preferências dos candidatos, seguido pela pesquisa de Clima/Cultura, que fica em 7º lugar.

Práticas mais comuns nas empresas

Boas Práticas	Posição
Programa de Trainee	1º
Programa de Remuneração Variável	2º
Certificada GPTW	3º
Programa de Diversidade	4º
Programa de Qualidade de Vida	5º
Programa Jovem Aprendiz	6º
Day Off	7º
PPR / PLR / PL	8º

Amostra de 1044 empresas inscritas

Práticas mais valorizadas pelos colaboradores

Boas Práticas	Posição
Plano de Cargos e Carreiras	1º
Programa de Remuneração Variável	2º
Home Office / Teletrabalho	3º
Avaliação de Desempenho / Competências	4º
Programa de Talento / Sucessão	5º
Programa de Qualidade de Vida	6º
Pesquisa de Clima / Cultura / Engajamento	7º
Programa de Diversidade / ESG	8º

Amostra de 2096 pessoas físicas

Palavra do Especialista

Há uma desconexão entre as práticas de RH que as empresas priorizam e o que colaboradores realmente querem e precisam!

O feedback é uma das ferramentas mais importantes para calibrarmos as nossas iniciativas e aqui vai um feedback para todo o ecossistema de RH: precisamos alinhar o que oferecemos ao nosso time sem cair em “ações de prateleira” que não têm significado para o colaborador.

Esta análise comparativa de boas práticas **desejadas vs ofertadas** é ilustrativa para reafirmar que carreira e salário importam. E muito!

Das 8 (oito) maiores prioridades das empresas, apenas 2 (duas), ou seja, 25% tem aderência ao que a pessoa colaboradora realmente espera! É como se disséssemos que apenas um quarto do que era esperado pelo seu cliente foi atendido e, sim, é neste nível de gravidade.

Não é apenas o colaborador que sai prejudicado com essa desconexão, mas a sua empresa também. Investindo em práticas que, na realidade, não são valorizadas pela maioria dos colaboradores, você está desperdiçando recursos que poderiam ser usados de forma mais eficaz. Em outras palavras,

isso resulta em mais gastos para as empresas e menos satisfação para os colaboradores.

A partir de 2020, devido à pandemia, fomos forçados a nos adaptar à realidade do home office. No entanto, mesmo depois da “tempestade passar”, muitos colaboradores mostraram grande apreço por essa modalidade de trabalho. O home office não só pode aumentar a qualidade de vida como também pode potencializar a produtividade da empresa, desde que seja bem implementado, gerido e incentivado.

De maneira enfática, as empresas devem priorizar as demandas reais de suas equipes, em detrimento de ideias que possam parecer inovadoras e atraentes, mas que não trazem resultados práticos na elevação da satisfação do grupo.

É realista dizer que a estratégia mais adequada para os departamentos de RH seja a combinação de práticas tradicionais, já apreciadas pelos colaboradores, com a adição de benefícios modernos e inovadores que melhorem a qualidade de vida, como é o caso dos Benefícios Flexíveis da Swile.

O longo prazo é o verdadeiro indicador de sucesso, e as recentes demissões no setor de tecnologia deixaram claro que mimos como “escorregadores e lanches gratuitos” não tornam nenhuma empresa mais produtiva, nem deixam os colaboradores mais felizes.

Mantenha o foco no que é crucialmente importante, RH!

16. Recapitulando



O cenário corporativo brasileiro tem passado por transformações significativas, especialmente no que tange aos benefícios oferecidos aos colaboradores. O Anuário de Benefícios Corporativos 2023, uma pesquisa realizada pela Leme Consultoria e Swile, traz insights valiosos sobre as tendências e práticas adotadas pelas empresas nacionais.

O Anuário de Benefícios Corporativos 2023 reúne informações essenciais para a construção e a revisão de políticas de benefícios corporativos que sejam realmente úteis e satisfatórias para empresas e colaboradores.

Com a participação de 1044 empresas, o estudo teve a colaboração de marcas como Plure (anteriormente Se Candidate, Mulher!), Companhia de Estágios, ILoveMyJob, Vagas.com e Page Group, e abrangeu dados de mais de 1 milhão de colaboradores.

A pesquisa considerou 26 segmentos econômicos nas 5 regiões do Brasil e revelou as tendências de 16 diferentes benefícios, além de 13 Boas Práticas de Gente e Cultura.

A participação por região foi bastante representativa, com destaque para a região Sudeste, que contabilizou 66,91% das respostas, seguida pelo Sul com 19,22%, Centro-Oeste com 6,11%, Nordeste com 6,57% e Norte com 1,19%.

O estudo apontou os benefícios corporativos mais valorizados pelos colaboradores brasileiros, sendo o TOP 5:

Vale Refeição: 81,20%

Assistência Médica: 81,10%

Seguro de Vida: 67,10%

Assistência Odontológica: 62,40%

Vale Alimentação: 57,20%

O estudo também revelou algumas tendências emergentes, como a valorização do auxílio educação, com mais de 40% das empresas oferecendo este benefício, e um crescimento na concessão de cursos livres de 44,2% em 2022 para 74,7% em 2023. A modalidade de carro por assinatura também apresentou crescimento significativo, com um aumento de mais de 35% entre 2021 e 2023 nas empresas que oferecem o benefício automóvel.

A saúde mental ganhou destaque, com cerca de 30% das empresas concedendo benefícios relacionados à assistência psicológica. O trabalho híbrido e o auxílio home office também foram pontos de atenção, refletindo as mudanças no ambiente de trabalho impulsionadas pela pandemia.

Em suma, para além do Ranking Nacional de Benefícios, o anuário traz reflexões importantes sobre as necessidades e desejos dos colaboradores, assim como as práticas mais comuns das empresas em todo território nacional. Um prato cheio para quem quer fazer mais e melhor para as pessoas e corporações, nas relações de trabalho.

Esperamos que o estudo seja útil para um melhor futuro do trabalho por aí!
Um abraço Equipe Swile e Leme Consultoria

swile
swile.com.br

 **Leme**
lemeconsultoria.com.br