



Elnur_CANVA

RECRUTAMENTO

72% DOS CANDIDATOS INSATISFEITOS COMPARTILHAM EXPERIÊNCIAS RUINS QUE AFETAM A REPUTAÇÃO DAS EMPRESAS

Más condutas em recrutamento e seleção atingem diretamente a imagem e a atratividade da marca empregadora

Durante décadas, os processos seletivos foram conduzidos sob uma lógica antiga: cabia ao candidato provar seu valor, enquanto as empresas mantinham o papel de juízas absolutas dessa avaliação. Porém, essa visão, além de ultrapassada, tem custado caro à reputação das organizações, alerta o especialista em recrutamento Frederico Sieck.

“Hoje, em um mercado onde a disputa por talentos é acirrada em todos os setores — de vendas e marketing a operações e tecnologia —, a experiência do candidato se tornou um dos principais diferenciais competitivos. E não se trata só de atrair talentos, e sim de preservar a imagem da empresa no mercado. Afinal, não são apenas os candidatos que estão sendo avaliados em um processo seletivo. As empresas também estão. E muitas ainda não perceberam isso”, afirma Sieck, que também é CEO da KOUD, empresa que atua no recrutamento de profissionais no segmento de tecnologia.

Um levantamento da CareerArc reforça essa percepção: 60% dos candidatos a emprego relatam ter tido uma experiência ruim durante um processo seletivo e 72% compartilham essas experiências negativas online ou com outras pessoas. O impacto, portanto, vai muito além da vaga não preenchida — atinge diretamente a reputação e a atratividade da marca empregadora.

“Grande parte das organizações ainda acredita que uma má experiência é apenas um detalhe. Contudo, processos conduzidos com falta de comunicação, ausência de feedback ou desorganização comprometem não apenas a imagem da empresa, mas também seu poder de atrair talentos qualificados”, explica.

Segundo ele, “a experiência de um candidato nunca termina na última entrevista. Ela continua quando ele compartilha com colegas, em grupos profissionais ou até mesmo em fóruns públicos como o LinkedIn. Um deslize pode afastar dezenas de profissionais que sequer chegaram a participar do processo”, alerta.



Andrii_Zaitochinov_CANVA

O CEO da KOUD alerta que um processo seletivo mal conduzido pode fazer uma empresa parecer desorganizada, autoritária e pouco atraente. “As organizações precisam compreender que cada seleção também é uma ação de branding. A forma como tratam os candidatos reflete exatamente como o mercado acredita que tratam seus colaboradores”, destaca.

Para reverter esse cenário, Sieck recomenda que as empresas passem a encarar a experiência do candidato como parte de sua estratégia de negócios. Isso envolve transparência total sobre etapas, prazos e critérios de seleção; feedback claro e rápido, mesmo em caso de negativa; respeito ao tempo do candidato, com a eliminação de burocracias; e uma comunicação mais humanizada, tratando cada pessoa como alguém que pode se tornar colaborador, cliente ou parceiro.

“Grande parte das organizações ainda acredita que uma má experiência é apenas um detalhe. Contudo, processos conduzidos com falta de comunicação, ausência de feedback ou desorganização comprometem não apenas a imagem da empresa, mas também seu poder de atrair talentos qualificados”

Além disso, o impacto da experiência do candidato pode também resultar em um tempo de contratação maior, já que experiências negativas afastam indicações. Isso sem contar o impacto financeiro decorrente de contratações erradas ou da perda de bons candidatos.

anyberku_CANVA

“O respeito não está apenas em contratar. Está em como conduzimos cada interação. Um candidato bem tratado hoje pode não ser contratado, mas pode se tornar cliente ou até retornar em uma vaga futura”, destaca o CEO da KOUD. 69% dos candidatos têm pouca ou nenhuma probabilidade de se candidatarem novamente após uma experiência negativa, segundo o Relatório de Experiência do Candidato da Talentegy.

Frederico Sieck conclui: “O mercado de trabalho passa por uma transformação profunda, onde profissionais de diferentes áreas estão mais exigentes, conscientes de seu valor e atentos à cultura das empresas. Por isso, empresas que ignoram essa mudança correm o risco de se tornarem invisíveis para profissionais que buscam ambientes sérios e respeitosos. Em contrapartida, aquelas que investem em uma experiência positiva de recrutamento se consolidam como marcas empregadoras fortes e confiáveis.”

