



Beneficência Nipo-Brasileira de São Paulo  
**Hospital Nipo-Brasileiro**

# ESTRATÉGIA DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO FRENTE A CARÊNCIA DE PROFISSIONAIS QUALIFICADOS

## Missão

Prover ao paciente o melhor resultado na área da saúde com qualidade, segurança e tecnologia em um ambiente acolhedor, harmônico e humano.

## Visão

Ser reconhecido como um dos melhores hospitais do país, por excelência em saúde, pelos pacientes, profissionais e empresas.

## Valores

- Hospitalidade “omotenashi”
- Cuidado com o meio ambiente
- Atenção ao desperdício “mottainai”
- Reverência às origens “Nipo-Brasileiro”
- Reconhecimento ao colaborador
- Respeito à diversidade

# CENÁRIO

O momento é desafiador para a Gestão de Pessoas, que mesmo enfrentando escassez de profissionais e de competências, é convidado a **formar, atrair, reter, suceder e incluir.**

4% da força total de trabalho em saúde decidiu se **aposentar** ou **migrar** para outras carreiras após dois anos de pandemia.

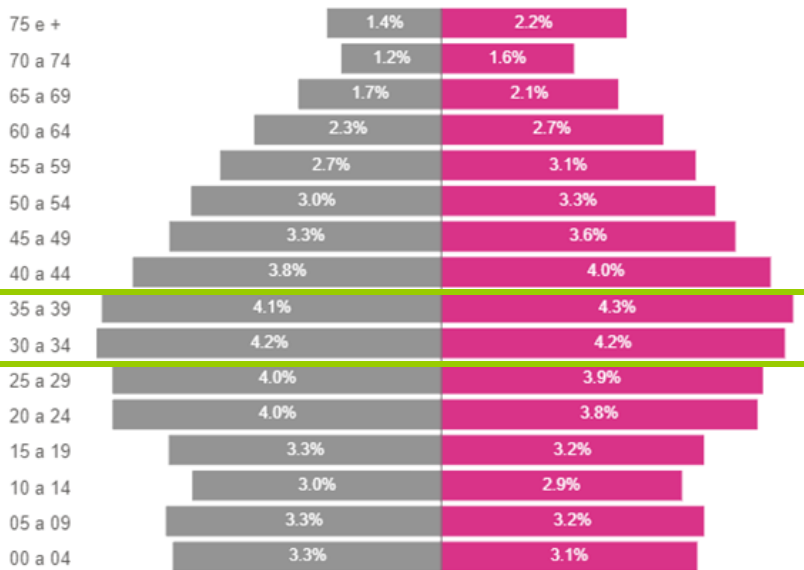
Até 2030, a saúde vai enfrentar um **déficit** de dez milhões de **profissionais** em todo o mundo.

Estamos experienciando pela primeira vez “quatro gerações trabalhando juntas”, inclusive com **chefes** bem **mais novos** do que os **subordinados.**

# CENÁRIO – ESTADO SÃO PAULO

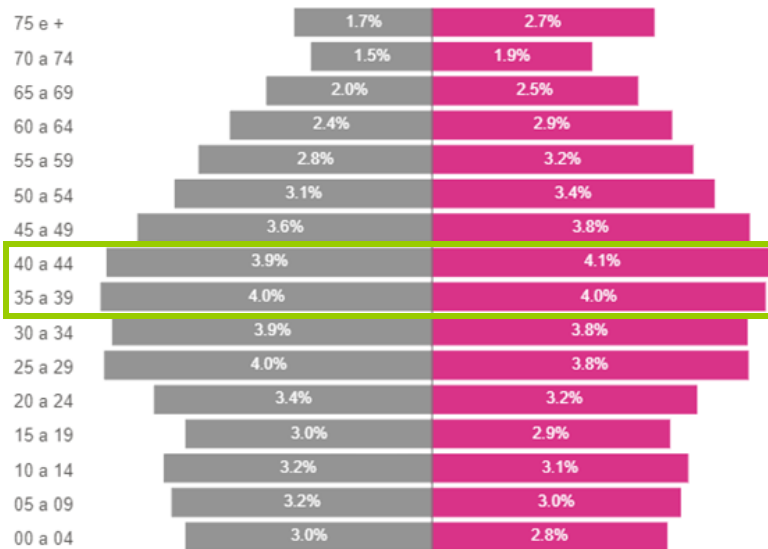
População por sexo e idade  
2020

● Homens ● Mulheres



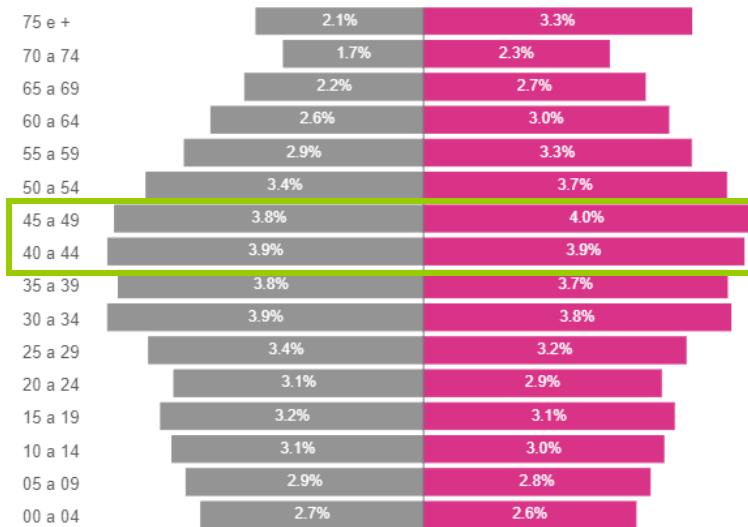
População por sexo e idade  
2025

● Homens ● Mulheres



População por sexo e idade  
2030

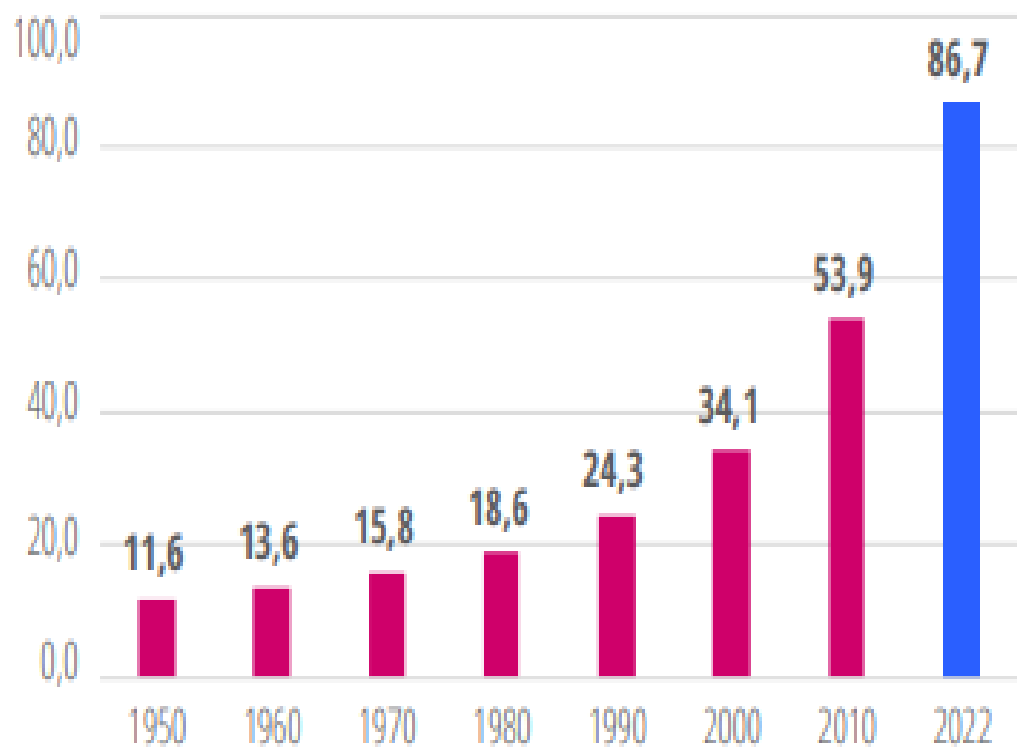
● Homens ● Mulheres





# ENVELHECIMENTO DEMOGRÁFICO AVANÇA NO TERRITÓRIO PAULISTA

Evolução do índice de envelhecimento demográfico, 1950-2022, em %



- Segundo projeções do Seade para 2022, há 86,7 idosos (60 anos ou mais) para cada 100 crianças e jovens (0 a 14 anos) no estado.
- Na metade do século passado, esse índice de envelhecimento era de 11,6%, crescendo lentamente até o início do século XXI, quando registrou 34,1%.
- Nos últimos 22 anos, essa relação se ampliou 2,5 vezes devido, principalmente, à queda da fecundidade e maior sobrevivência da população.
- A expectativa é de que, em 2026, essas duas parcelas se aproximem, com 8,3 milhões de pessoas.

**O QUE TEM  
ACONTECIDO COM A  
ÁREA DE SELEÇÃO NOS  
ÚLTIMOS ANOS?**



# RECRUTAR

- Incluir no recrutamento, alistar, arrolar para o serviço militar. Fazer recrutas, angariar, aliciar para uma seita, partido, associação.



X

# ATRAIR

- Chamar a si. Encantar, seduzir







O processo seletivo é altamente orientado pelo candidato



A entrevista remota veio para ficar



Melhores propostas de valor para os funcionários, melhores contratações



Diversidade e inclusão são grandes prioridades



A Geração Z está entrando no mercado de trabalho



A atração nas mídias sociais é mais eficaz



Diversos modelos de trabalho ganham maior espaço

TENDÊNCIAS PARA O FUTURO DO TRABALHO NO BRASIL

Em um mercado orientado por **candidatos**, é importante estar a par das tecnologias mais recentes, desenvolver **estratégias** de atração eficazes e divulgar-se como a organização para a qual os candidatos **desejam trabalhar**.

# EM RESUMO TEMOS...



Mudanças nas taxas demográficas com aumento significativo de idosos na cidade de São Paulo



Idade média do cidadão paulista é de 36 anos



Até 2050 os idosos serão 50% da população brasileira.



Mudanças no estilo de vida da população voltadas para a qualidade de vida (tendência a desistência silenciosa)



Aumento dos relacionamentos digitais e opções por serviços on-line.



Mudanças nas atitudes e opiniões dos consumidores.



Maior consciência social gerando novos hábitos alimentares e ambientais.



Maior tendência ao encasulamento (Home office full time).



Candidatos mais exigentes e com opiniões de influência em mídias sociais.



Maior necessidade de ser reconhecido por sua individualidade.



Menor fidelidade a empresas / marcas.



Diversos papéis sociais exercidos concomitantemente / carreiras múltiplas.



# ESTRATÉGIAS DO NEGÓCIO



Investir na Marca Empregadora



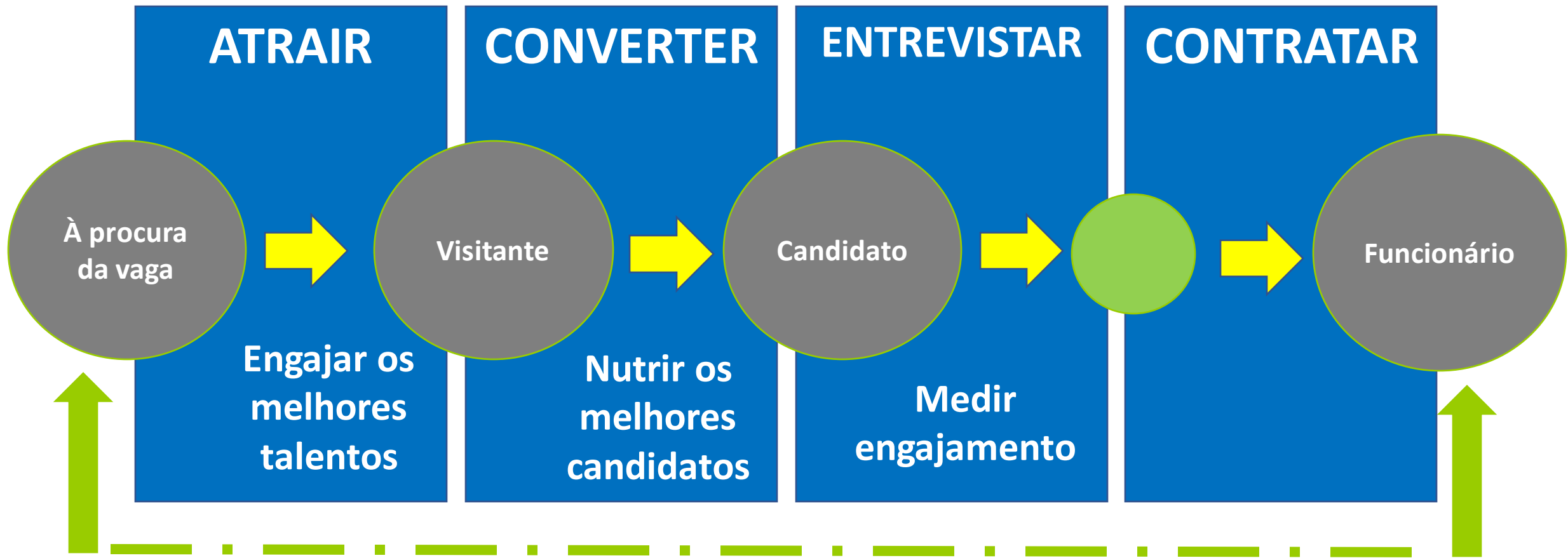
Criar proposta de valor (EVP) – Cultura Organizacional



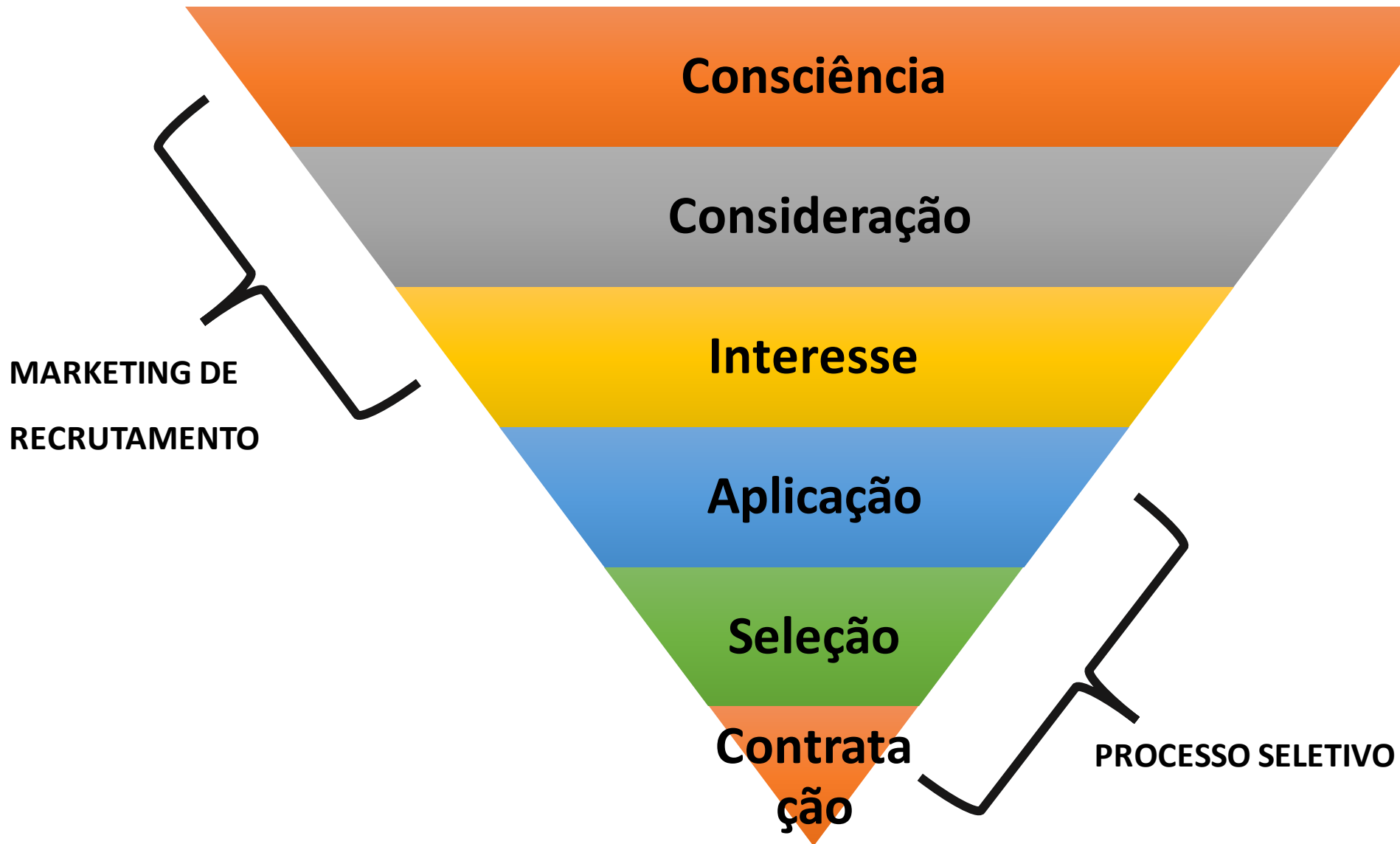
Criar um Marketing de Recrutamento



# JORNADA DO CANDIDATO



# Contratação Social x Recrutamento Tradicional





TÃO IMPORTANTE QUANTO CONTRATAR É RETER O COLABORADOR



**DESAFIOS DO  
DESENVOLVIMENTO  
HUMANO**

---

Baixa qualidade  
do ensino  
Técnico /  
Graduação

Menor  
exigência na  
Avaliação  
Técnica

Empresa  
assume papel  
educador



# OS SEGREDOS DO ONBOARDING



O Onboarding não deve começar no primeiro dia de trabalho do novo colaborador, mas desde o início do **processo seletivo** e atração de talentos. Nessa etapa, a partir do anúncio da vaga, é possível enfatizar a **cultura** e os **valores da empresa**, bem como os **desafios da oportunidade**.



Um onboarding estratégico pode melhorar em até **82% a retenção dos funcionários**, aumentando em até **70% a produtividade**, além de melhorar a integração social, performance e comportamento pautados na cultura organizacional da empresa. Mas, apenas **12% dos funcionários** acreditam que sua empresa tenha um programa de integração eficiente para novos contratados.



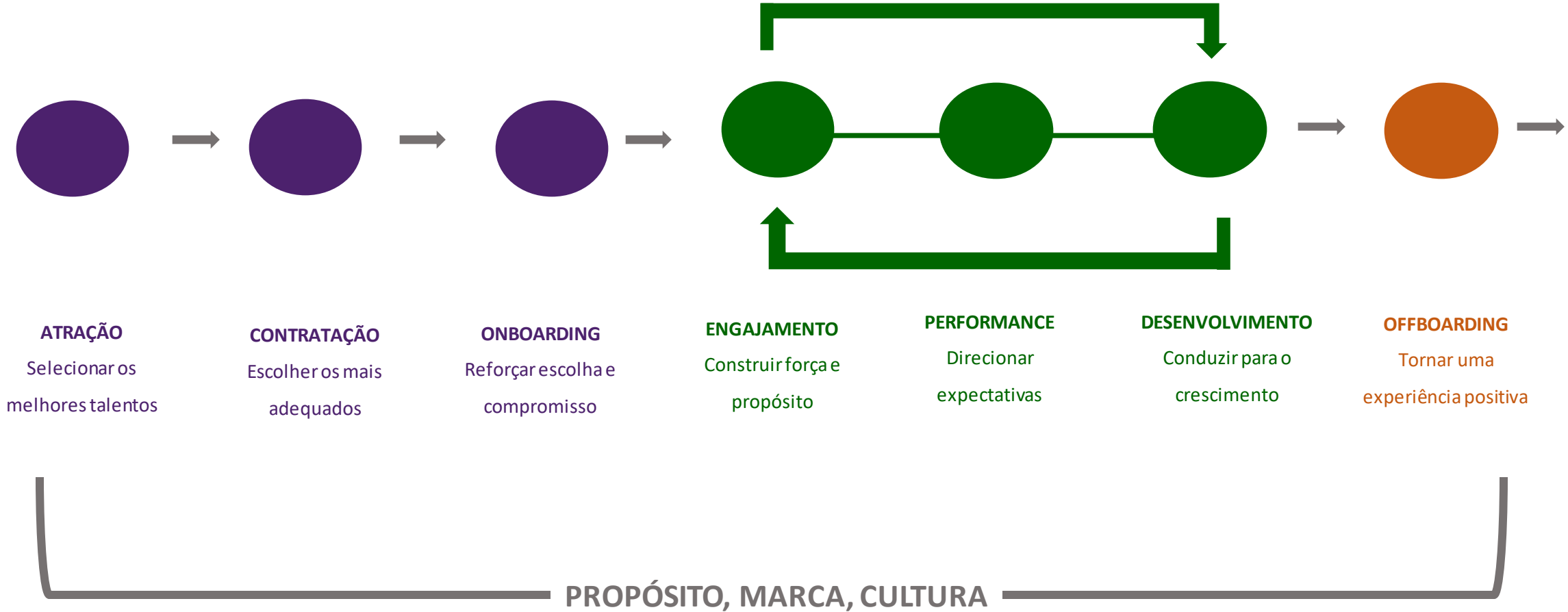
Não existe um prazo estabelecido para a duração desse acompanhamento, mas é certo que deve perdurar, pelo menos, **pelos primeiros 90 dias**, mesmo porque são nos primeiros 45 dias que acontecem **22% da rotatividade nas empresas**.



A **modernização do RH** não envolve apenas as tarefas operacionais do departamento, mas a **gestão de competências** e comportamentos inerentes ao capital humano. Assim, o que se espera da competitividade do mercado é que as empresas enxerguem nos **colaboradores** um novo **cliente**, que precisa ser cuidado e lapidado durante toda sua jornada.

# CUIDE DA EXPERIÊNCIA DO COLABORADOR

## CICLO DE VIDA DO COLABORADOR





# 7 PILARES DO PEOPLE ANALYTICS



**TOMADA DE DECISÃO BASEADA EM DADOS**

# CONTATOS



[flavia.oliveira@hnipo.org.br](mailto:flavia.oliveira@hnipo.org.br)



(11) 99432-4940



Flávia Oliveira

# Obrigada!!



Beneficência Nipo-Brasileira de São Paulo  
**Hospital Nipo-Brasileiro**

[hnipo.org.br](http://hnipo.org.br)