

Millennials e mulheres colocam equilíbrio entre vida profissional e pessoal no topo das prioridades

Um bom equilíbrio entre a vida profissional e pessoal, assim como um ambiente laboral agradável é enumerado por um cada vez maior número de trabalhadores, particularmente *millennials* e mulheres, como fatores decisivos na hora de escolher a empresa onde trabalhar. De acordo com o abrangente estudo “Randstad Employer Brand Research 2017” promovido pela Randstad com a Kantar TNS, não basta um bom ordenado e segurança laboral para atrair os melhores colaboradores.

A nível global, os funcionários consideram que existir um equilíbrio entre a vida laboral e a privada é um fator cada vez mais relevante, tendo subido do 4º ao 3º lugar no ranking da lista de prioridades, comparativamente ao ano passado. São maioritariamente as mulheres e os *millennials* que tendem a olhar para além das qualidades de remuneração e da segurança laboral, preferindo um ambiente de trabalho positivo. “Com o objetivo de atrair funcionários motivados e envolvidos, as organizações não devem esquecer a importância de criar um bom equilíbrio entre o trabalho e a vida privada, promovendo uma atmosfera de trabalho agradável” explica José Miguel Leonardo, CEO da Randstad Portugal.

Não basta um bom salário

Receber um salário sólido e ter uma segurança no trabalho garantida a longo-prazo são mencionados por 58% e 46% dos inquiridos (respetivamente) como atributos importantes para o nível de atratividade de uma organização. Logo de seguida, 45% dos inquiridos aponta para um bom equilíbrio entre a vida

profissional e a privada e 43% um ambiente de trabalho agradável como elementos imprescindíveis para trabalhar numa empresa.

Tecnologia, ITs e Ciências da Vida são os setores mais atrativos

Segundo o “Randstad Employer Brand Research 2017”, o sector tecnológico, ITs e Ciências da Vida são considerados como tendo maior atratividade laboral.

Serviços Financeiros, Bens de Consumo Rápido (FMCG), Logística, Serviços e Hospitalidade apresentam, respetivamente, 41%, 40%, 40%, 38% e 33% das preferências dos inquiridos. Nestes setores, 8 em cada 10 trabalhadores considerariam a hipótese de mudar de área por diversas razões. 27% afirma não estar muito envolvido ao seu setor atual, 33% mudariam de emprego caso os salários e os benefícios fossem, pelo menos, semelhantes aos do seu trabalho atual.

Perceção em relação ao trabalho automático e à necessidade de formação

Um número significativo de entrevistados em todo o mundo afirma que a automação terá um efeito positivo no seu emprego atual. Apenas 40% considera que não.

Uma vez que o trabalho automático reduz as tarefas de rotina e liberta tempo para que os trabalhadores se dediquem a projetos mais desafiantes, também fará com que determinadas competências fiquem obsoletas. Como consequência, as empresas podem precisar de recorrer à formação. Quando questionados sobre a sua posição em relação à necessidade de formação, 58% dos funcionários em todo o mundo ficariam satisfeitos, desde que o salário se mantenha ou aumente.

Para obter downloads adicionais (fotografias e vídeos, infografias, apresentações, entre outros) e informações

detalhadas, por favor visite <https://www.randstad.com/workforce-insights/employer-brand-research/>

Sobre o “Randstad Employer Brand Research 2017”: O “Randstad Employer Brand Research 2017” é o estudo mais independente, abrangente e abrangente de *employer branding*, capaz de identificar os empregadores mais atrativos entre milhares de empresas. Mais do que um ranking ou uma eleição, o “Randstad Employer Brand Research 2017” fornece *insights* sobre as percepções e *drivers* de escolha de potenciais funcionários, tendo em conta as preferências dos indivíduos em relação a certa indústria ou empresa e as motivações individuais no que toca a procurar outro emprego ou a manter-se no mesmo.

Mais notícias de interesse:



[ArtigosAtualidade](#)

[A abordagem outside-in dos recursos humanos](#)

[23 Abril, 2018](#)

42 @

Antes de avançarmos para a temática específica dos recursos humanos é relevante explicar as diferenças entre uma estratégia outside-in e inside-out. Cada abordagem tem o seu respetivo fit. Estratégia Outside-in. ...

[READ MORE →](#)



[Ábaco Consultores desenvolve projeto para a Science4you](#)

23 [23 Abril, 2018](#)



[Volkswagen escolhe Lisboa para instalar centro de desenvolvimento de software](#)

23 [23 Abril, 2018](#)



[Universidade Católica lança nova edição do Programa Avançado de Gestão para Executivos](#)

24 [23 Abril, 2018](#)



[L'Oréal Portugal apresenta o seu novo Comité Executivo](#)

132 [19 Abril, 2018](#)