

R&S summit

TRANSCRIÇÃO

Recrutamento em alto volume: os bastidores da operação da Localiza

Boa tarde a todos.

Estou aqui falando... Que bom, chegou ao final, para a gente tomar caipirinha daqui a pouco. Prometo que não vou demorar muito. Então, vamos lá, gente.

Falar um pouquinho aqui sobre os bastidores da Localiz. Eu conversei com alguns aqui, poucos conhecem a magnitude e o tamanho da operação dessa companhia. Então, nesses primeiros slides, eu vou falar um pouquinho.

Mas, para quem não sabe, a Localiz já tem 24 mil colaboradores, só aqui no Brasil. Mas, antes, falando um pouquinho de mim, além do LinkedIn, porque no LinkedIn vocês podem entrar e visualizar e ver um pouquinho sobre o meu profissional. Mas esse sotaque, eu sou natural de Uberlândia, nascida e criada na cidade do Alexandre Pires, gosto muito.

E sou mãe, casada há 21 anos com o Tiago. Tenho a Luísa Vitória, que, de acordo com o médico, era um cisto, ela fez 21 anos dia 8 de junho. E o Miguelzinho, que vai fazer 12 anos.

Sou filha de pai caminhoneiro e mãe do lar. A primeira da família que fez superior, então, para o meu pai é muito orgulho. E escolhi Psicologia porque, para mim, sempre foi... Eu sempre quis entender um pouco mais do comportamento humano.

Hoje, na Localiz, lá em Belo Horizonte, a Matriz fica lá. Na Localiz, eu atuo não só com... o meu time não atua só com o volume de vagas, nós atuamos muito mais do que com o volume, também atuamos com o time de tecnologia, nós temos um laboratório de tecnologia e também com as vagas e posições executivas. E o que eu me trouxe aqui hoje foi para responder essa pergunta, como a gente escala sem esquecer o lado humano? Até porque eu acredito que a IA não é sobre

substituir gente, ela é mais sobre devolver tempo para que a gente possa cuidar do lado humano, de tomadas de decisões, da escuta e da conexão.

E nós chegamos em um volume de vagas tão grande e um dos nossos valores é cuidado genuíno. E a gente estava perdendo esse cuidado genuíno com os nossos candidatos. Quem aqui faz recrutamento, eu acredito que a maioria, deve ter perdido alguns candidatos por demora no processo seletivo.

Imagina isso em um volume de 2 mil vagas. Então, a gente precisou atuar de forma muito proativa e entender o que estava acontecendo para a gente evoluir e voltar nos nossos pilares, que é cuidado genuíno. Mas, antes, eu vou trazer um pouquinho para vocês aqui a visão geral da Localiza, como são os nossos bastidores, o dia a dia e da área de atração e seleção, como que surgiu esse dilema, quando o volume explodiu, qual foi a virada, o que a gente transformou em seleção, trazendo aí o case que aumentou significativamente a produtividade do nosso time, utilizando a inteligência artificial.

A Localiza é uma empresa mineira, uma das maiores empresas no segmento do setor. A Localiza já é a maior locadora da América Latina e a segunda maior locadora do mundo. Ela começou em 1970, com seis Fuscas financiados, e hoje nós já estamos com mais de 640 mil carros na nossa frota.

A nossa meta é chegar a um milhão de carros na frota, tanto aí no aluguel quanto nos seminovos. Para quem não conhece, a Localiza é mais do que uma agência de aluguel de carros, ela tem agência de seminovos e nós temos o maior centro de desativação da América Latina. Como que funciona? A Localiza compra um carro novo, então, ela é a maior compradora de carros hoje, de mais de 11% de participação nas vendas das montadoras.

Ela compra o carro, deu em torno de 25 mil quilômetros, 30 mil, porque quem quer alugar carro, quer alugar carro? Zero. Mais novo. Ele chegou a mais ou menos 20 mil quilômetros, 25 mil, nós mandamos para o nosso centro de desativação, o maior centro de desativação da América Latina, fica em Barueri, onde desmobilizamos em torno de 10 mil carros por mês.

Temos mecânico, funileiro, martelo e indiro e não terceirizamos ninguém. Desde o lavador de carros, da agência de aluguel de carros, até os nossos gerentes divisionais, técnico, mecânico, são funcionários da companhia. Estou um pouco gripada, então, espero que vocês tenham.

É só chegar em São Paulo nesse tempinho. Depois que o carro é desmobilizado, ele vai para as nossas agências de seminovos. Hoje, só reforçando, mais de 640 mil carros na frota, 590 agências espalhadas no Brasil de aluguel de carros, 95 mil carros vendidos nesse primeiro TRI.

Isso aqui já saiu no mercado, então, por isso que estou trazendo aqui para vocês. Mais de 82 mil carros comprados esse ano, no primeiro TRI. 265 lojas de seminovos, e continuamos crescendo.

E mais de 24 mil colaboradores aqui na América Latina. E, mais do que isso, nós contribuimos dos nossos valores, contribuimos para um mundo mais sustentável, diverso, inclusivo. Trouxe aqui para vocês quais foram os motivos para celebrar o ano passado.

A Localiza é a GPTW, melhor empresa étnico-racial. Prêmios Melhores Empresas e Pessoas LGBTI+, trabalham pelo quarto ano consecutivo. Estamos entre as 50 empresas líderes em inclusão de pessoas com deficiência pela empresa ISAMO.

Diversidade e inclusão como fator de maior nota da pesquisa de clima. Iniciativas de letramento e conscientização, com mais de 600 pessoas em grupos de afinidade. A Localiza investe muito em desenvolvimento dos seus colaboradores.

No ano passado, nós investimos mais de 6 milhões em desenvolvimento de todo o time. E falando, quando eu falo em desenvolvimento, não é só inteligência artificial, é também letramento de equidade, conscientização, de diversidade. Mas vamos lá, vamos agora ao que interessa, ao que todo mundo está esperando.

Como tem sido o nosso dia a dia na área de atração e seleção? Estamos com mais de 2 mil vagas neste mês. Para ser bem precisa, 2.197 vagas nossos times estão trabalhando. Estamos com mais de 50 recrutadores.

E pensando nessas vagas, das 590 agências espalhadas aqui no Brasil, mais de 100 em Latin América, e espalhadas nas 363 cidades brasileiras. E essas vagas, quando falamos, são vagas, desde o lavador de carros, que eu trouxe para vocês, até gerente executivo. E é interessante trazer que, no ano passado, nós estávamos com um desafio gigante de mil lavadores de carros.

Hoje, para quem não sabe, em uma agência de aluguel de carro, eu consigo ficar sem um supervisor, mas eu não consigo ficar sem um lavador de carros. Um lavador de carros é uma vaga estratégica tanto quanto de um gerente executivo. Por quê? Você vai alugar carro, você não quer um carro sujo.

Você não quer saber se tem supervisor, você quer saber se o seu carro está limpo. Então, contratar mil lavadores de carros, no ano passado, porque nós não terceirizamos, foi um desafio. Eu falo que nós voltamos à era mesozoica, voltamos a pegar currículo de papel, porque os lavadores de carros não estão no LinkedIn, não estão no nosso ATS, eles estão nas ruas, normalmente não conseguem, têm dificuldade de subir currículo no ATS.

E nós começamos com esse desafio. E nos bastidores, está lá a Lini D'Angelo cobrando o time. Produtividade, contratar pelo menos 20 por mês, porque tem meta, índice de experiência, NPS do gestor e do cliente e candidato.

Então, a gente avalia o NPS do recrutador e do candidato. De zero a 10, o quanto ele avalia o nosso processo seletivo, de zero a 10, o quanto ele avalia o nosso recrutador. O turnover, nossos colaboradores contratados saíram com menos de seis meses, impactam o nosso contrato de gestão, que é o pagamento da participação no lucro dos resultados.

O SLA estava estourando bastante dessas vagas operacionais estratégicas. Pensa uma agência em Sinop, em Bonito, que são cidades turísticas, em Recife, sem lavador de carros em uma alta temporada. Em julho, imagina agora com a Copa, sem lavador de carros.

As lideranças ligando para a Lini, as lideranças ligando para os recrutadores. Um SLA de 30 dias para ele é muito. 30 dias sem um lavador de carros, está faltando receita, estou perdendo receita, porque estou deixando de alugar um carro.

E o CAC, que acompanhamos mensalmente, que aqui é o custo do recrutador. Começamos a aprovar para a companhia, por isso que tenho um time desse tamanho, que é um time efetivo, ele contrata mais rápido, ele entende da cultura e é mais eficiente. Então, eu mostro mensalmente para a liderança, minha liderança executiva.

E os desafios durante a jornada continuavam. Escassez de talentos qualificados, então, encontramos os candidatos, mas nem sempre eles tinham as qualificações que buscávamos. E, quando falo de qualificação, é de todas as posições. Então, estávamos com muita evasão também de candidatos, alta quantidade de tempo investida em triagem. Pense em uma companhia do tamanho da Localiza, nós temos um banco de talentos de mais de 5 milhões de candidatos. Para o nosso recrutador fazer uma triagem para uma vaga, seja operacional ou mais estratégica, demora muito, estava demorando muito.

A gente demorava. Uma vaga administrativa tem mais de 10 mil currículos. Baixa escalabilidade na entrevista, porque, quando começávamos a fazer as triagens, e acompanhar, tinha uma evasão muito grande no final, seja por benefícios, seja pela escala de trabalho, porque trabalha sábado, domingo, feriado.

Uma pressão da liderança para reduzir essa SLA, porque a gente tinha muitas vagas, e continuamos com muitas vagas. Candidato mais exigente, e no controle da tomada de decisão, e está tudo bem. Hoje, quando eu vou... Eu comecei a entrar em algumas entrevistas para entender por que a gente estava com dificuldade em contratar um lavador de carros, e alguns falavam.

Eu prefiro trabalhar com Uber do que trabalhar no sábado ou no domingo. Eu faço o meu horário. Ou, então, em casos, por exemplo, uma cidade como Bonito.

Eu cheguei a ouvir, vocês pagam isso? Durante a alta temporada, eu cobro 150 reais para tirar uma foto de mergulho. E está tudo bem. Então, a gente começou a entender que a gente não poderia demorar demais, principalmente em uma alta temporada, porque a gente perdia candidatos para vender coco na praia, literalmente.

E o uso de IA com qualidade e governança. Nós começamos a utilizar a IA, mas a gente não estava tendo essa qualidade e essa governança. E a gente percebeu, alguns aqui, alguns palestrantes falaram do cuidado genuíno, com diversidade. Então, a gente precisa ter um controle da IA. Não adianta a gente só incluir a IA no processo seletivo. A gente começou a notar, por exemplo, que, para cargos de lavador de carros, a IA começou a reprovar currículos de mulheres, porque ela foi notando que a gente contratava mais homens com mais de 30 anos e casados. Mas isso não quer dizer que a gente não contrata mulheres. Então, a gente começou a ter que tratar essa IA e tomar cuidado com essa governança. Porque é importante essa conexão com capilaridade.

Então, o que foi o dilema? O que foi surgindo para nós? Quando o volume explode, o risco não é somente operacional, é a gente deixar de tratar as pessoas como deveriam ser, tratá-las como pessoas. E aí veio o paradoxo. Quanto mais a gente utilizava a tecnologia a nosso favor, mais humana a gente precisava ser. Porque a gente começou a ver muito mais reclamação nas redes sociais, nos nossos processos seletivos. O nosso desafio foi usar a IA para devolver tempo para o nosso humano. A gente estava com um time com mais de 50 recrutadores, com um volume gigante de hora extra, e a conta não fechava. Muita hora extra, muita vaga, SLA estourando, IA disponibilizada. Então, essas imagens do lado esquerdo são iniciativas que nós fizemos com a liberação da IA para todo o time de atração e seleção, principalmente para esses 50 recrutadores. E a gente começou a treiná-los, a desenvolvê-los, a utilizar a IA a nosso favor, a ajudar na produtividade, a ensinar.

Hoje, os nossos recrutadores conseguem criar agentes que fazem a triagem de forma automatizada lá atrás, na triagem, quando eu falei para vocês. A gente tem uma vaga, mais de 10, 15 mil inscritos, o agente já faz a triagem e algumas ações repetitivas que eu vou trazer para vocês. Então, é isso. A gente percebeu que escalar não era sobre trabalhar mais, era sobre trabalhar diferente. Foi como a gente começou a transformação em seleção. A virada veio quando a gente fez quatro coisas.

A gente parou de tratar tudo como prioridade. Se a gente continuasse tratando todas as duas mil vagas como prioridade, meu time ia chegar a 100 recrutadores,

mais de 10 consultorias em paralelo fazendo vagas e estava começando a ficar insustentável. Criamos padrão para o que antes era improvisado.

O que a gente foi notando? Nós temos várias vagas de consultor de vendas. 50 recrutadores, alguns fazendo consultor de vendas. Se eu estou fazendo a vaga de consultor de vendas, fazia o processo seletivo de uma forma, a outra analista fazia de outra.

Então, se a liderança estava fazendo processo seletivo comigo, eu saí de férias e outra recrutadora assumiu, ele falava, Aline, está confuso, não entendo mais. Cada um faz de um jeito. Então, nós criamos um padrão para o que antes era mais improvisado.

Usamos a IA para tirar esse peso operacional com a criação de agentes, criação de outras formas para utilizar nessa parte repetitiva e colocamos os dados para guiar a nossa decisão e não uma opinião. A gente começa a notar que os dados que nos guiam, a gente tira o achismo e a gente aumenta a conexão humana. Devolvemos o tempo para a tomada de decisão.

Qual foi o case? Nosso principal objetivo era tratar o tripé, a visão do candidato, a visão do recrutador e a visão do cliente. Nós queríamos tanto que o candidato, ele tornasse, ele visse o processo mais ágil e mais intuitivo. Eles reclamavam muito dos nossos processos serem longos, morosos.

Eles também reclamavam muito da experiência, que ela tinha muita fricção, cada hora ele estava com um recrutador diferente. E ele pedia muito mais personalização, tanto nas redes sociais quanto nos feedbacks dos NPS. Qual era a visão do recrutador? Nós ouvimos muito os nossos recrutadores.

Aumentar essa eficiência operacional, porque eles estavam muito voltados para essa parte muito mais morosa, repetitiva e deixando o cuidado genuíno com os nossos candidatos, reduzindo essa atividade operacional, elevando a assertividade na triagem e melhorar a qualidade das nossas entrevistas e das tomadas de decisões. E a visão do nosso cliente interno? Aumentar, acelerar esse tempo da contratação, fechar mais vagas em menos tempo, reduzir os custos operacionais, tanto do nosso recrutador quanto esse retrabalho, porque

estava aumentando bastante o turnover, e padronização dos processos. Nós queríamos maximizar a experiência e gerar valor.

Como que nós fizemos? Nós temos a visão tanto do candidato quanto do recrutador, quanto da liderança. Mas eu trouxe para vocês, até pelo tempo, a visão do candidato. A visão do candidato no passado era uma jornada com nove contatos que o recrutador tinha com o candidato.

Ele recebia a mensagem do recrutamento de seleção com o link da inscrição, depois ele preenchia a inscrição, depois ele recebia um e-mail para validar os requisitos da vaga, depois ele realizava esses testes. Pense assim, tinha várias trocas. Eu ligava para o candidato para marcar uma agenda e ele poder ver um horário de disponibilidade.

Depois disso, tinha entrevista com o recrutamento de seleção. Depois tinha outra troca de e-mail para agendamento, para entrevista com o líder. E aí, por fim, o candidato ia para o e-mail de proposta.

Mas até ele chegar lá, principalmente para essas vagas operacionais, nós já tínhamos perdido uma evasão gigante desses candidatos. O que nós fizemos? Nós reduzimos uma jornada de nove contatos com os candidatos para uma jornada de quatro contatos com os candidatos. Como que nós fizemos isso? Treinamos o time, disponibilizando a inteligência artificial para todo o time de seleção, reforçando.

E o time, ele está sendo treinado o tempo todo. E hoje, o próprio time, ele criou agentes que fazem esses huntings automáticos conectados via TS. O agente do Copilot vai lá, faz o hunting, por exemplo.

Eu tenho uma vaga divulgada de consultor de vendas. Nós criamos o agente, ele devolve a quantidade de candidatos que estão em um match, dizendo de um a dez quais são os que têm mais aderência ao perfil daquela vaga. E, além disso, nós criamos uma candidatura rápida com essa triagem automática via WhatsApp. Aqui, nós contratamos uma plataforma de IA, principalmente para esses candidatos que tinham mais dificuldade de subir os currículos na plataforma, até

por causa da lei de proteção de dados. O candidato precisa subir o currículo dele, nós não podemos subir. E, quando nós falamos de candidatos de lavador de carros que têm dificuldade de subir o currículo em uma plataforma, nós perdíamos esse candidato.

Então, nós contratamos uma plataforma que utiliza a inteligência artificial e ajuda ele a fazer a inscrição. Se o candidato tem dificuldade de escrever, que é natural, pode ser, ele manda o áudio, a IA responde com o áudio. Se ele escreve, a IA responde escrito.

E a IA ajudou ele a subir esse currículo. Depois disso, nós criamos também a ajuda com a IA, esses agendamentos automáticos via Booking, onde o próprio candidato vai lá e escolhe, ele olha a agenda do recrutador e marca o horário que ele tem disponibilidade para seguir com a entrevista. Logo em seguida, depois, se ele foi passado, passou da etapa de entrevista, desse agendamento automático, vai para a entrevista com o líder, e os que estão finalistas já fazem os testes de forma automática e nós seguimos com a proposta.

Nós criamos uma jornada self-service por IA em um único canal. Isso facilitou muito. Aline, você está falando um monte de coisinhas aqui que eu já entendo, de processo seletivo.

Reduziu a jornada de nove contatos para quatro, na visão do candidato. Mas me traga isso em números, até porque nós estamos falando de uma área que é importante a gente mostrar resultados para a companhia. O investimento foi alto. Nós tivemos mais de 20 mil entrevistas realizadas por IA, sendo mais de 110 mil minutos gravados. Mais de 7 mil candidatos avaliados por recrutadores em cinco estados diferentes, de forma simultânea. Mais de 2 mil horas economizadas. Uma média de 26 minutos por entrevista. E mais de 300 contratações com SLA de 32 dias. Aline, esse é o melhor SLA? Não.

Mas a gente conseguiu sair de um SLA de 56 dias para 32 dias. Para quem é da área de recrutamento e seleção, sabe que essa economia é gigante. Imagine a liderança.

Então a gente começa a trazer resultado, receita na veia para a companhia. Isso aqui é o resultado da performance operacional. E quando a gente ouve o cliente, tanto o cliente interno quanto o candidato, nós temos 64% de taxa de resposta, sendo 85% promotores desse novo modelo de atuação, utilizando a inteligência artificial no processo seletivo.

De novo, eu acredito muito no recrutamento e seleção que preocupa-se com esse lado humano. A gente devolveu o lado humano para os nossos recrutadores. O cuidado genuíno, o tete a tete, o olho no olho.

Isso a gente não abre mão. O que a gente fez no nosso processo seletivo? Nós deixamos o que é operacional e repetitivo para ir a fazer. Então nós investimos em tecnologia para deixar com que o nosso time de recrutamento cuide genuinamente dos nossos candidatos.

Afinal, eles não são só nossos candidatos, eles também são nossos clientes. Eles podem estar lá alugando um carro da companhia. Então a gente cuida muito, tanto desse candidato quanto do nosso cliente.

Nós começamos isso em 6 de novembro, testamos com vagas pilotos, que são vagas operacionais, testamos com vagas de lavador de carros e consultor de vendas. Hoje nós já estamos utilizando essa metodologia nas vagas de tecnologia e nós já estamos testando uma nova inteligência artificial que também faz entrevista. E a gente acredita que talvez ela possa nos ajudar nas vagas de tecnologia, no topo de funil.

Com algumas perguntas técnicas, nosso time está testando ainda para ver se tem essa eficácia. É claro que quando a gente fala em uma inteligência artificial entrevistando, está muito robotizado, está aquela coisa... Por isso que a gente acredita que talvez vai ser muito mais com o time de tecnologia, que tem mais paciência e até gosta, e para o topo de funil. Já faz aquelas perguntas mais técnicas.

Então nosso time está testando agora com algumas vagas de .NET, front-end, para a gente ver se faz sentido contratar essa inteligência artificial. Nós escalamos e melhoramos a experiência dos candidatos. Então a gente conseguiu as duas coisas.

Escalamos, contratamos mais e melhoramos a nossa experiência. Então, o que a gente traz aqui? Um playbook de sete passos para a gente escalar sem perder a conexão. Quais são os principais aprendizados que nós tivemos e a gente continua tendo, gente? Isso aqui a gente ainda está aprendendo o tempo todo. O que a gente não abre mais mão? Padronizar o básico. O básico bem feito, ele precisa acontecer, ele precisa ser feito. Então, se hoje eu tenho um time que faz vagas exclusivas de consultor de vendas, todos precisam ter o mesmo padrão. Porque se amanhã uma sair de férias ou então for assumir vagas de gerência, o outro precisa seguir o mesmo padrão. Crie personas. Defina frentes, personas e metas por frentes.

O que nós fizemos? Nós fizemos um estudo por que os lavadores de carros estavam saindo da companhia com menos de seis meses e quais são os que ficam. A gente fez esse estudo em parceria com o Business Partner, com a liderança, com todas as frentes do negócio. Tanto para lavador de carros, que era o maior turnover nosso, quanto consultor de vendas.

E a gente começou a entender e estudar as personas que ficam. Se a gente descobriu que existe uma persona que fica, faz sentido insistir com aquela persona que não fica? Claro que a gente tem que tomar cuidado para também não criar um estigma. Mas a gente começou a notar alguns diferenciais. Então, a gente definiu frentes, personas e metas por frente. O nosso time hoje de atração e seleção, ele tem meta de fechamento de vagas. A gente acompanha essas metas, a gente entende.

Se eu tenho um recrutador que fecha mais vaga que o outro, o que ele está fazendo de diferente? O que ele está fechando mais? Vamos trazê-lo para treinar os outros? Se ele faz o mesmo tipo de vaga na mesma região e eu tenho dois com a mesma experiência, por que um está fechando mais? Então, a gente aprendeu muito ouvindo e sentando do lado do recrutador. O nosso time de transformação acompanhou muito. A gente tem um time de transformação com PO, PM, acompanhando e medindo.

Tudo isso que eu estou trazendo para vocês foi medido. Então, nós tivemos times sentando do lado dos recrutadores, medindo hora, tempo, o tempo gasto. O que

aquela... Por exemplo, a gente tem uma recrutadora que contrata mais de 30 consultores por mês de seminovos.

O que ela estava fazendo de diferente? Então, o time de PM, PO, sentou do lado dela, entendeu. Nós sabemos que algumas regiões são mais difíceis de contratar. Então, contratar um lavador de carros em Florianópolis, que é a menor taxa de desemprego do país, é muito mais difícil do que contratar um lavador de carros em Belo Horizonte.

Eu cheguei em um nível que eu chegava, eu estava no semáforo, alguém estava com uma placa pedindo comida, eu falava, você não quer trabalhar na Localism e dar o seu telefone? Nós estamos contratando. Estamos mesmo, e ainda estou assim. Porque, em algumas regiões, é mais fácil, mas você não encontra. E é o que as lideranças de Florianópolis falavam para nós. Então, nós estamos falando de uma empresa que está em todos os estados. E o nosso Brasil é maravilhoso.

Eu estou aqui falando o sotaque mineiro, vou para o sul, é outro sotaque, outra realidade, outro tipo de conversa. Eu vou para Recife, é outra realidade. Nós vamos para Sinop, Manaus, Amazonas.

Então, no centro-oeste, é a maior dificuldade de contratar, porque tem muitas indústrias, e as indústrias contratam por safra. E é o que o pessoal lá fala. Ali, a safra paga bem.

Ele trabalha cinco meses na safra, ganha, por exemplo, 20 mil reais, e os outros meses do ano ele deixa, ele não quer trabalhar, ele quer ficar na parte de turismo. Então, começamos a estudar também as regiões do Brasil e entender. E, quando começamos a fazer isso, começamos a tratar também diferente o nosso recrutamento.

A recrutadora que faz vaga de higienizador do sul, se ela tem dez vagas de higienizador na carteira, eu não posso compará-la com uma recrutadora que faz dez vagas de higienizador Minas, porque é muito mais difícil contratar no sul. E começamos a provar com dados. Aquela região é assim.

E, quando uma recrutadora faz vagas de higienizador no sul, ela vale... Vamos supor, começamos a colocar meta de pontuação. Fechar uma vaga de lavador no sul vale dois, fechar uma vaga de lavador em Minas vale um. Então, começamos a definir essas frentes, a estudar com mais profundidade tanto as regiões do Brasil quanto qualquer esforço para fechar aquele tipo de vaga.

Devisibilidade de área. Então, começamos a mostrar com dados, não só para a diretora executiva, mas para o recrutador. Então, criamos um BI.

E, nesse BI, os 50 recrutadores têm acesso, acompanhando como estão as metas, quem está fechando mais. E eles mesmos podem entrar em contato uns com os outros, entender a realidade. Automatizamos o repetitivo.

Então, triagem, agendamento, esses resumos. Com o time utilizando o Copilot, ele está fazendo a entrevista, ele está com o foco no teste a teste, olho no olho. Ele não precisa mais ficar transcrevendo, escrevendo.

Então, assim, eu sou da época em que eu tinha que escrever quando eu estava fazendo entrevista, e eu até hoje ainda escrevo. Eu esqueço que o Copilot está transcrevendo, eu ainda gosto. Criamos regras e controles de checkpoint que limitam o uso da IA.

Porque é isso, a gente precisa evitar o erro. Porque a IA, ela também, se ela não tiver um bom prompt, um bom comando, ela começou a trazer e a dificultar aquilo que a localiza tem de melhor, que é a diversidade. Então, ela começou a barrar algumas coisas.

Então, a gente precisou acompanhar e continuamos acompanhando, para que a gente não barre a diversidade nos nossos processos seletivos. Continuamos treinando e acompanhando a adesão do time nesses treinamentos. Então, nós temos os profissionais da Microsoft treinando o time semanalmente ou quinzenalmente em como criar agentes, em como eles podem acelerar a produtividade.

E hoje, teve um dia essa semana que o Copilot saiu do ar, o time já entra em desespero. O que antes eles não gostavam, tinham medo do uso da IA, hoje a

gente já não consegue mais ficar sem a IA. E fechamos o ciclo com a experiência, com o acompanhamento, o NPS, o SLA, o Turnover, que são os indicadores de performance que a gente acompanha com a nossa diretoria executiva nas reuniões mensais de resultados.

Todos os meses, uma vez por mês, a gente tem que levar esses resultados. Mas, para eu levar esse resultado, a gente envolve o time. Então, o time sabe se a gente está ou não está atingindo hoje essas experiências.

Dentro do BI, ele tem lá acesso ao NPS, ao resultado do NPS dele, a visibilidade do SLA, das vagas que ele está conduzindo, se as pessoas que ele está contratando estão saindo ou se estão ficando. Então, o time tem essa visibilidade. Não fica só com a liderança.

Porque, no final do dia, o recrutamento nunca foi sobre vagas. Sempre foi e sempre será sobre pessoas. Porque escalar processo, qualquer um escala.

Mas escalar com conexão, isso é uma escolha. E nós escolhemos escalar com conexão. Ali são todos os times nossos sendo treinados em inteligência artificial desde novembro do ano passado.

A Localiza escolheu e quer ser referência em IA na América Latina. Então, ela está investindo muito em inteligência artificial. Para quem já é cliente da Localiza, sabe que consegue alugar o carro sem precisar ir em uma agência de aluguel de carros com FAST.

Então, você consegue ir lá, a chave já está lá, o carro está lá, é só retirar. Quem cria isso é o nosso time de tecnologia, do nosso laboratório de tecnologia. Então, a Localiza quer ser referência em IA.

E, para ela ser referência em IA, o time precisa entender de IA. Para que, cada vez mais, a gente possa estar conectado com o lado humano, entendendo o que o nosso cliente interno ou nosso cliente externo precisa. Porque a gente acredita muito nas pessoas e a gente acredita muito nesse lado humano.

Então, para finalizar, só reforçando, que a gente tem, cada vez mais, utilizado a inteligência artificial para atuar no que é operacional. Nós temos aqui o GDG IA

para desenvolvimento de software com mais de 180 participantes. Rumo a Intec com 1.900 mulheres impactadas por ações dentro e fora do Labs, com encontros bimensais.

Então, a gente abre para a comunidade participar também desses treinamentos. Lovable Day, com 480 pessoas focadas em vencer desafios utilizando a inteligência artificial. E todas essas pessoas que estão passando por esse treinamento, seja interno ou externo, que a gente abre meetups para a comunidade, eles também participam do nosso processo seletivo.

Sempre estão abertos para entrar e participar. Black Home Office, ação afirmativa com 400 profissionais negros impactados com três trilhas de captação simultânea e esse meetup de IA, o que esperar da IA para 2025. Nós já estamos em 2026. No início do ano passado, a gente já estava discutindo, na verdade, no fim de 2024, nós já estávamos discutindo o que esperar para a IA em 2025. É isso. Agradeço a oportunidade de estar aqui.

Eu sei que eu falo rápido. Gente de recrutamento não consegue falar devagar. Pensa em um volume de 2 mil vagas.

Então, apesar de ser mineira, estou aqui falando rápida e agitada, mas tem uns minutos aqui, nós temos em torno de oito minutos para tirar dúvidas. Esse é o meu LinkedIn. Podem me seguir, podem me chamar lá. Eu sempre respondo às pessoas. Meu time fica maluco, porque eu encaminho os currículos de todo mundo que me chama. Eu acho que a gente tem que aproveitar esse momento.

Nós temos que cuidar das pessoas, eu acredito muito nisso. E é por isso que nós estamos aqui. Quando nós contratamos alguém, nós contratamos uma família. Nós não estamos contratando só aquela pessoa. Muitas pessoas que nós contratamos choram bastante. Por quê? Porque nós estamos contratando famílias.

Hoje nós temos 24 mil famílias sendo impactadas pela companhia, que é a companhia que eu estou hoje, que a localiza. Aqui estão as nossas redes sociais. Nos sigam, nos dêem retorno, feedbacks.

Espero poder encontrar vocês aí, buzinando um dos nossos carros na rua.

Obrigada. Eu não sei se alguém quer fazer algum...