

ilegra



TOP SER HUMANO 2026

CATEGORIA: Organização | MODALIDADE: Desenvolvimento

ATRAIR, INTEGRAR, PERTENCER

A Reinvenção da Experiência de Talentos da ilegra no Contexto Remoto

RESPONSÁVEIS PELO CASE

Andréia Zambon Braga
Isadora Bastiani Paranhos



ilegra

ÍNDICE

SINOPSE.....	1
1. INTRODUÇÃO.....	2
2. JUSTIFICATIVA.....	2
3. OBJETIVOS.....	4
3.1 Objetivo Geral.....	4
3.2 Objetivos Específicos.....	5
4. LOCAL E PÚBLICO-ALVO.....	5
5. REFERENCIAL TEÓRICO.....	6
6. AÇÕES REALIZADAS.....	9
6.1 Pilar I — Atração e Experiência do Candidato.....	9
6.2 Pilar II — A Jornada EX 360°.....	11
7. METODOLOGIA UTILIZADA.....	13
9. CONTINUIDADE.....	14
10. ORÇAMENTO.....	15
10.1 Recursos financeiros.....	15
10.2 Recursos humanos.....	16
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	19
BREVE APRESENTAÇÃO DA EMPRESA.....	20
INFORMAÇÕES DAS AUTORAS.....	21



SINOPSE

Como uma empresa gaúcha de tecnologia vem reinventando a forma de atrair e integrar talentos em um mercado 100% remoto e cada vez mais competitivo. A ilegra escolheu investir na construção de uma experiência verdadeiramente humana, acompanhando cada etapa da jornada das pessoas, seja do primeiro contato com a vaga até ao dia a dia de trabalho.

Entre 2021 e 2025, o time de People & Culture estruturou um macrociclo composto por employer branding com EVP cocriado, tecnologia proprietária de seleção (Recru), onboarding reformulado e a criação de um subsistema dedicado à experiência do colaborador. O projeto foi realizado em Porto Alegre (RS), impactando ~15.500 candidatos e ~300 colaboradores — 100% de ambos os públicos.

Os resultados: queda de 41% no SLA de contratação, taxa de aceite de propostas de 91%, nota de onboarding de 9,9/10 e 98% dos colaboradores que se sentem genuinamente bem-vindos (GPTW). Mais de 1.564 candidatos não selecionados receberam o Playbook de Evolução de Carreira, contribuindo para o desenvolvimento do ecossistema de TI gaúcho e reforçando o compromisso da ilegra com uma experiência de recrutamento mais humana, transparente e orientada ao crescimento profissional, independentemente do resultado do processo seletivo.

Contatos: /



1. INTRODUÇÃO

A ilegra é uma empresa gaúcha de estratégia, inovação e tecnologia fundada em Porto Alegre em 2002, que apoia grandes corporações nacionais e internacionais em suas jornadas de transformação digital. Hoje reúne cerca de 300 colaboradores distribuídos por todo o Brasil, orientados pelos valores de alegria, honestidade, coletividade e inovação.

Em 2020, a empresa adotou o modelo de trabalho 100% remoto — decisão estratégica que abriu novas possibilidades de atração de talentos, mas também trouxe um desafio real: como manter a cultura viva e garantir que cada novo colaborador, independentemente de onde estivesse, se sentisse verdadeiramente parte da ilegra? O cenário do setor amplificou a urgência. Em 2021, a demanda por profissionais de TI no Brasil cresceu 15%, com mais de 424 mil vagas abertas sem candidatos suficientes para preenchê-las (Brasscom, 2021). Empresas globais passaram a recrutar talentos brasileiros diretamente de suas cidades de origem — e a ilegra precisou se reinventar para competir. Diante desse quadro, a área de Pessoas & Cultura iniciou, em 2021, um macrociclo de evolução integrada — um conjunto de ações interdependentes que transformou progressivamente cada etapa da jornada do talento.

2. JUSTIFICATIVA

A decisão de estruturar este case surgiu da cultura da ilegra. Seus quatro fundadores deixaram organizações tradicionais exatamente por acreditar que era



possível construir um ambiente de trabalho motivador, humano e coletivo. Essa convicção é o propósito da empresa: cuidar da coletividade para inspirar pessoas a transformar o mundo.

O problema que surgiu entre 2020 e 2021 foi precisamente esse: a empresa que nasceu para cuidar das pessoas estava, na prática, oferecendo aos candidatos e novos colaboradores uma experiência que não refletia quem ela dizia ser. O onboarding apresentava oportunidades de melhoria na experiência das pessoas, o processo seletivo possuía etapas mais longas e a jornada de integração variava de acordo com a unidade de negócio em que cada profissional ingressava. A pandemia de COVID-19 acelerou a digitalização do trabalho e consolidou o modelo remoto como realidade permanente para o setor de tecnologia. Se antes o escritório físico funcionava como um instrumento de integração e construção de pertencimento, no modelo 100% remoto esse papel precisava ser ativamente assumido pelo design intencional dos processos.

Atração e integração de talentos não são desafios novos. Mas a combinação de três fenômenos simultâneos — a digitalização do trabalho, a globalização do mercado de tecnologia e a crescente importância da experiência humana nas decisões de carreira — criou um cenário que exigiu respostas inovadoras. Com o trabalho remoto consolidado, empresas internacionais passaram a disputar os mesmos talentos gaúchos sem exigir relocação, oferecendo remuneração em



moeda estrangeira. Uma empresa regional de tecnologia, sem ajustes estratégicos, simplesmente deixaria de ser competitiva. Os desafios na época se resumiam em:

Problema	Impacto observado
SLA médio de 33 dias (pico: 175 dias)	Perda de janelas estratégicas em projetos; desistência de candidatos pela demora no processo
Plataforma ATS de mercado (Gupy) gerando fricção	Cadastro extenso reduzia inscrições; time criava controles paralelos, gerando erros e perda de dados
Onboarding desestruturado	Novos colaboradores expostos a reuniões virtuais genéricas e leitura de manuais, sem conexão real com a cultura
Experiência desigual por unidade de negócio	Ausência de padrão centralizado resultava em vivências de acolhimento díspares entre equipes

Fonte: dados ilegra (2026)

Diante desse cenário, a ilegra fez uma escolha que este case se propõe a documentar: o time de Pessoas & Cultura decidiu redesenhar o sistema. Com cinco profissionais e orçamento reduzido, construiu um macrociclo de evolução integrada que transformou cada etapa da jornada do talento: da descoberta da vaga até a consolidação como colaborador. Os resultados provam que esse caminho é viável, replicável e estratégico.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Consolidar a jornada de atração, seleção e integração da ilegra por meio de um macrociclo de evolução centrado na experiência humana, eliminando processos



robotizados, otimizando a eficiência operacional e garantindo, no ambiente 100% remoto, um acolhimento genuíno e igualdade de vivências entre todos os colaboradores.

3.2 Objetivos Específicos

1. Reduzir o SLA médio de contratação em pelo menos 30%.
2. Superar os índices históricos de satisfação do onboarding, alcançando avaliações mínimas de 9,8/10.
3. Elevar a taxa de aceite de propostas a mais de 80%, comprovando a atratividade real do EVP junto ao mercado.
4. Reduzir em 50% o tempo de processamento admissional, com digitalização completa do fluxo.
5. Padronizar a experiência de integração em todas as unidades de negócio.
6. Contribuir para o desenvolvimento do mercado de TI no Rio Grande do Sul.

4. LOCAL E PÚBLICO-ALVO

4.1 Local

O projeto foi desenvolvido na ilegra, empresa sediada em Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Por operar em modelo 100% remoto desde 2020, as ações de atração alcançaram candidatos em todo o território gaúcho e nacional, enquanto as iniciativas de integração impactaram colaboradores distribuídos por múltiplos municípios do RS e do Brasil.



4.2 Público-alvo

Público	Descrição	Previsto	Atingido	% Atingimento
Pessoas Candidatas	Profissionais de tecnologia e áreas correlatas que passaram pelos processos seletivos entre 2021 e 2026	100%	~15.500 pessoas	100%
Pessoas Colaboradoras	Todos as pessoas colaboradoras ativas da ilegra	100%	~300 pessoas	100%

Fonte: dados ilegra (2026)

O projeto atendeu 100% do público-alvo: quem entrou viveu uma integração estruturada e humanizada; quem não foi selecionado recebeu o Playbook de Evolução de Carreira, com 1.564 exemplares enviados no período. O Playbook de Boas-vindas ao Processo foi enviado a todos os candidatos que entraram no processo seletivo.

5. REFERENCIAL TEÓRICO

A base teórica deste projeto parte de uma premissa fundamental defendida por Chiavenato (2020): colaboradores não são recursos passivos a serem gerenciados, mas parceiros ativos dotados de inteligência, criatividade e capacidade de contribuição estratégica. É essa visão que justifica a decisão da ilegra de investir



na construção de soluções proprietárias — como o Recru — em vez de simplesmente adaptar ferramentas genéricas de mercado.

Essa crença se conecta diretamente ao que Ulrich et al. (2017) definem como o novo papel estratégico da gestão de pessoas: a área de RH cria vantagem competitiva real quando atua alinhada aos objetivos do negócio, e não apenas como suporte operacional. No caso da ilegra, isso se traduz na decisão de tratar atração e integração como alavancas de crescimento — não como processos administrativos. Para que essa alavanca funcione, no entanto, é necessário que a organização saiba comunicar e entregar autenticamente o que a torna especial. Guimarães (2020) aponta que employer branding não é uma campanha de marketing — é o reflexo da cultura real da empresa percebido por quem está dentro e por quem ainda está de fora. O EVP da ilegra foi construído exatamente a partir desse princípio: antes de comunicar, escutar. Antes de atrair, entender o que genuinamente diferencia a empresa no mercado.

Atraído pelo EVP, o candidato entra em contato com a organização e começa a viver aquilo que Morgan (2017) conceitua como employee experience — a intersecção de três ambientes: cultural, tecnológico e físico ou virtual. O modelo da ilegra foi desenhado para cobrir os três: o cultural está presente na Welcome Week e nos rituais de acolhimento; o tecnológico, nas ferramentas digitais de seleção e integração; e o físico-virtual, nos kits enviados na casa de cada novo colaborador,



onde quer que esteja no Brasil. Em um modelo 100% remoto, ignorar qualquer um desses ambientes significa deixar lacunas que comprometem o pertencimento.

Esse pertencimento, por sua vez, depende de um elemento que Amy Edmondson (2020) identificou como central para o desempenho em equipes: a segurança psicológica — a crença coletiva de que o ambiente é seguro para correr riscos, fazer perguntas e cometer erros sem punição. A ilegra materializou esse conceito ao preparar candidatos com guias de entrevista e ao capacitar líderes para conduzir processos seletivos acolhedores, reduzindo barreiras e assimetrias desde o primeiro contato. Uma vez integrado, o que mantém um profissional de tecnologia engajado vai além do salário. Pink (2019) demonstra que, em trabalhos intelectualmente complexos, a motivação real é intrínseca — depende de autonomia para tomar decisões, domínio para crescer na expertise e propósito para encontrar sentido no que faz. Os cinco pilares do EVP da ilegra não são coincidência: foram construídos para endereçar exatamente essas três dimensões.

Por fim, todo esse sistema — da atração ao desenvolvimento — precisa ser desenhado com intenção em cada ponto de contato. A Randstad (2024) confirma que 86% dos profissionais pesquisam ativamente a reputação de uma empresa antes de se candidatar, o que significa que a experiência começa antes mesmo da inscrição na vaga e se estende muito além da contratação. É essa visão de jornada contínua e integrada que orienta o macrociclo da ilegra.



6. AÇÕES REALIZADAS

O macrociclo foi estruturado em etapas incrementais entre 2021 e 2025, organizado em duas frentes centrais: **a experiência do candidato** — cobrindo atração e seleção — e **a experiência do colaborador** — cobrindo integração e desenvolvimento contínuo. Conduzido por 5 profissionais de People & Culture, o projeto não foi executado de uma vez: cada solução foi lançada no momento em que o diagnóstico indicava maior necessidade, comunicada estruturadamente para lideranças e colaboradores, e revisada continuamente com base em dados.

6.1 Pilar I — Atração e Experiência do Candidato

Os cinco pilares do EVP

A construção do EVP foi o primeiro movimento — e o mais estratégico. Antes de qualquer ação de comunicação, o time mapeou o que tornava a ilegra especial a partir de múltiplas fontes: social listening no Glassdoor e LinkedIn, grupos focais com colaboradores ativos, entrevistas com ex-colaboradores e análise histórica de pesquisas de clima. O resultado foram cinco pilares autênticos:

Pilar	O que representa
Cultura	Clima organizacional diferenciado e forte senso de pertencimento — mesmo à distância
Flexibilidade	Liberdade para montar a própria rotina no modelo 100% remoto, com foco em entregas
Segurança Psicológica	Um espaço seguro para errar, aprender e se expressar, amparado por benefícios de qualidade de vida
Evolução Contínua	Acompanhamento de carreira, mentorias técnicas e acesso a plataformas



	de aprendizado
Cuidado Social	Compromisso com o desenvolvimento socioeconômico do Brasil — do programa Jovens Talentos ao apoio a grupos sub-representados

Fonte: ilegra (2026)

O Recru — tecnologia proprietária a serviço da experiência

Em janeiro de 2025, a ilegra descontinuou o ATS de mercado e desenvolveu o Recru, seu próprio sistema de seleção construído sobre a plataforma monday.com, com três princípios: simplicidade de inscrição, transparência do processo e experiência positiva desde o primeiro clique. O resultado foi imediato: mais de 3.000 acessos mensais, posicionando o Recru como o 2º maior canal de conversão de candidatos da empresa — superando a plataforma substituída. A economia gerada chegou a R\$ 22.000,00/ano.

A excelência da solução foi reconhecida externamente: na competição "Casos de Uso Replicáveis Brasil 2025" promovida pela monday.com, o Recru foi premiado como melhor case apresentado — validando seu potencial de replicação por outras organizações.

A jornada completa do candidato

Cada etapa do funil foi desenhada com intenção, com materiais e ações específicas:

Pilar	O que representa
Conhecimento	Publicações estratégicas em redes sociais; unificação de pautas internas e externas em parceria com o Marketing.



Consideração	Gestão ativa da presença no Glassdoor e plataformas de avaliação de empregadores.
Desejo	Página de carreiras redesenhada para inspirar — média de 1.500 visualizações mensais
Inscrição	Recru: processo simplificado e sem barreiras desnecessárias
Recrutamento	Playbook de boas-vindas ao candidato; e-book de dicas para entrevista técnica; Guia de Perguntas Comportamentais para líderes; avaliação de fit cultural (2025).
Feedback	Playbook de Evolução de Carreira enviado a 1.564 candidatos não aprovados.

Fonte: ilegra (2026)

Processo admissional: totalmente digital e com máxima agilidade

Após o aceite da proposta, o fluxo foi redesenhado para ser 100% digital: envio de documentos por formulário online, exame admissional em clínica parceira na cidade do candidato e assinatura eletrônica via DocuSign. Em um caso concreto, o exame foi agendado em outra cidade enquanto o candidato estava em viagem, sem nenhum atraso na contratação. Resultado: média de apenas 2 dias úteis para efetivar a admissão, ou seja, mais de 50% abaixo da meta estabelecida.

6.2 Pilar II — A Jornada EX 360°

Em 2023, a ilegra criou formalmente o subsistema de Employee Experience (EX) dentro do time de People & Culture, com 3 profissionais dedicados exclusivamente a desenhar e garantir a melhor jornada para todas as pessoas ilegranas, com equidade de vivências entre as unidades de negócio. O time opera



com rituais ágeis: weekly semanal, planejamento trimestral de quarter e reviews mensais com análise contínua de dados.

1. Onboarding e Welcome Week

O programa de integração foi reformulado na Welcome Week — equilibrando encontros síncronos e trilhas assíncronas individuais. Nos momentos ao vivo: boas-vindas com EX no primeiro dia (cultura, valores e benefícios), alinhamento individual com a liderança e, no segundo dia, integração de BU e recepção da People Partner. Nos momentos assíncronos: Playbook da Pessoa ilegrana entregue no primeiro dia, quatro treinamentos obrigatórios em formato digital (OKRs, Portfólio, Segurança da Informação e Prevenção ao Assédio) e kit físico de boas-vindas — moletom, caneca e cartão personalizados — enviado diretamente na casa de cada colaborador, em qualquer cidade do Brasil.

2. Engajamento

O time de EX atua em todos os marcos da jornada — profissionais e pessoais. Envio de mimos em casamentos, formaturas, nascimentos, afastamentos por saúde e momentos de luto. Reconhecimento de promoções, entregas e metas. Comunicação transparente por newsletter semanal, chat interno e portal sempre atualizado.

3. Desenvolvimento



Programa estruturado de acompanhamento nos marcos de 60, 180 e 365 dias. Plataforma Udemy for Business, mentorias técnicas, parcerias com instituições de ensino e incentivos a certificações que compõem o ecossistema de aprendizado contínuo.

4. Separação (offboarding)

Todo desligamento — voluntário ou involuntário — inclui encontro estruturado com time de Pessoas & Cultura, proporcionando um ambiente de escuta e acolhimento do colaborador, com análise dos dados coletados e organização de planos de ação quando necessário.

Programa Jovens Talentos

Canal estruturado de acesso para profissionais em início de carreira, com 80% dos participantes oriundos de grupos sub-representados — mulheres na tecnologia, pessoas pretas e pardas e grupo LGBTQIAP+. Taxa de efetivação de 42%, provando que a porta de entrada é genuína — não apenas simbólica.

7. METODOLOGIA UTILIZADA

A metodologia foi estruturada em cinco etapas sequenciais e interdependentes, conduzidas pelo time de Pessoas & Cultura:

- **Diagnóstico:** cruzamento de indicadores operacionais com percepções qualitativas via social listening, grupos focais, entrevistas de desligamento e pesquisas de clima.



- **Cocriação do EVP:** construção participativa e orientada por dados, com apoio de consultoria externa de employer branding.
- **Implantação faseada:** soluções implementadas incrementalmente entre 2021 e 2025, com comunicação estruturada para lideranças e colaboradores.
- **Monitoramento contínuo:** rituais ágeis do time de EX — weekly semanal, planejamento trimestral de quarter e reviews mensais com análise de dados.
- **Avaliação e melhoria:** a cada ciclo, práticas são classificadas em continuar, melhorar ou encerrar — garantindo evolução orientada a evidências.

8. APLICABILIDADE

O modelo desenvolvido pela Ilegra é replicável por qualquer organização que opere em modelo remoto ou híbrido. Seus pilares — escuta ativa para construção do EVP, digitalização admissional, padronização do onboarding e subsistema dedicado de EX — independem de porte ou setor.

A comprovação mais concreta veio de fora: o Recru foi reconhecido pela competição "Casos de Uso Replicáveis Brasil 2025" da monday.com como o melhor case apresentado. O Playbook de Evolução de Carreira é outro exemplo de prática de baixo custo e alto impacto social que qualquer empresa pode adotar imediatamente.

9. CONTINUIDADE

O macrociclo foi concebido como sistema vivo — não como projeto com data de encerramento. Os rituais ágeis do time de EX (weekly, planejamento de quarter e



reviews mensais) asseguram revisão contínua das práticas com decisões baseadas em dados. Além disso, o Recru segue em evolução, com novas funcionalidades incorporadas a partir do feedback de candidatos e do time de recrutamento. Como mencionado anteriormente, temos um programa de acompanhamento de 60/180/365 dias que está integrado ao ciclo de desenvolvimento e carreira, tornando a integração o início de uma trilha contínua. Esses fatores garantem a melhoria contínua do projeto.

10. ORÇAMENTO

10.1 Recursos financeiros

Investimento	Descrição	Valor
Consultoria de EVP	Pesquisa multicanal, grupos focais e diagnóstico	R\$ 10.000,00
Desenvolvimento do Recru	Horas de desenvolvimento e UX/UI design interno	R\$ 20.000,00
Kits de Onboarding	Camisetas, canecas, cartões e logística de frete	R\$ 40.000,00
Treinamento e Eventos	Capacitações de lideranças, desenvolvimento de treinamentos e campanhas EX	R\$ 15.000,00
TOTAL		R\$ 85.000,00

Fonte: dados da ilegra (2026)

Com a descontinuação da licença anual do ATS anterior, a ilegra passou a economizar R\$ 22.000,00 por ano. Somando essa economia à redução de 41% no tempo de fechamento de vagas, estima-se que o investimento total de R\$ 80.000,00 foi integralmente amortizado nos primeiros 24 meses de maturação do projeto.



10.2 Recursos humanos

Projeto conduzido por 5 profissionais do time de Pessoas & Cultura, em dedicação parcial ao longo de 2021–2025. A partir de 2023, 3 dessas pessoas passaram a atuar com dedicação integral ao subsistema de Employee Experience. Não houve contratações externas adicionais.

10.3 Parcerias

Parceiro	Forma de participação
Consultoria de Employer Branding	Pesquisa multicanal e cocriação do EVP
monday.com	Plataforma base para desenvolvimento do sistema Recru
Rede de clínicas parceiras (nacional)	Exames admissionais na cidade de residência de cada novo colaborador

Fonte: ilegra (2026)

11. INDICADORES, RESULTADO E AVALIAÇÃO

A validade dos resultados é sustentada pela triangulação de três fontes: (1) dados quantitativos coletados continuamente pelo time de EX e surveys periódicos; (2) pesquisa certificada GPTW, realizada anualmente por entidade externa independente; e (3) avaliação espontânea de candidatos e colaboradores em plataformas abertas (Glassdoor, LinkedIn), que não são influenciáveis pela empresa.

Indicadores quantitativos - consolidados de 2021 a 2026

Indicador	Antes	Depois	Variação
SLA médio de contratação	33 dias (pico: 175)	~19 dias	-41%



Taxa de aceite de propostas	< 80%	91% (2026)	+11 p.p.
eNPS de candidatos	58	75	+17 pontos
Nota de onboarding	9,7/10	9,9/10	+0,2
Satisfação Welcome Week (BUs)	-	9,9/10	Meta superada
GPTW — "fazem você se sentir bem-vindo"	93%	98%	+5p.p
Avaliação Glassdoor	4,1	4,3	+0,2
Processo admissional	5+ dias úteis	2 dias úteis	-60%

Fonte: ilegra (2026)

Avaliação qualitativa

"Tive um processo extremamente apaixonante de onboarding e de recrutamento/seleção. O processo inteiro foi respeitoso e permitiu a proximidade com a equipe, apoio nas dúvidas e tudo bem claro e explicado. Tenho apenas elogios." — Candidato, avaliação do processo seletivo.

"O ponto mais interessante foi padronizar as conduções das entrevistas, para que a pessoa candidata sinta a 'experiência ilegrana' desde o processo seletivo — entendendo assim que nossa cultura permeia todos os processos relacionados a talentos." — Liderança, sobre o Guia de Perguntas Comportamentais.

12. IMPACTOS E BENEFÍCIOS

Para a ilegra: agilidade para assumir novos contratos estratégicos sem depender de vagas abertas por meses; redução de custos de recrutamento ativo;



fortalecimento da cultura mesmo no modelo remoto; e posicionamento como referência de gestão de pessoas no ecossistema de TI brasileiro.

Para os colaboradores e candidatos: Experiência de chegada humanizada que reflete os valores da empresa; integração padronizada e equitativa em todas as BUs; acompanhamento estruturado ao longo do primeiro ano; e, mesmo para quem não foi selecionado, materiais concretos de desenvolvimento de carreira (1.564 playbooks distribuídos).

Para o Rio Grande do Sul:

- Retenção de talentos: profissionais gaúchos de TI trabalham para marcas globais sem precisar sair do estado, retendo capital intelectual e renda tributária em múltiplos municípios.
- Desenvolvimento do ecossistema: os 1.564 Playbooks de Evolução de Carreira enviados elevam o nível técnico do mercado gaúcho como um todo.
- Inclusão: o programa Jovens Talentos, com 80% de participantes de grupos sub-representados e 42% de efetivação, transforma ativamente o perfil do setor de TI no RS.

13. CONCLUSÃO

A jornada da ilegra mostra que é possível construir um processo de atração e integração que seja, ao mesmo tempo, eficiente, inovador e profundamente humano. Não por acaso — por escolha.



Ao longo de quatro anos, o time de Pessoas & Cultura construiu o próprio sistema de seleção quando o mercado oferecia plataformas prontas. Investiu em escuta antes de comunicar. Redesenhou a experiência do candidato em cada etapa — inclusive para quem não foi aprovado. Padronizou o acolhimento sem abrir mão da individualidade.

O que este case revela é que a Ilegria trata seu processo de atração e integração como reflexo direto da sua cultura: coletivo, honesto, alegre e comprometido com a evolução contínua. E que, quando eficiência e cuidado com as pessoas caminham juntos, eles não se contradizem — se potencializam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASSCOM. Relatório setorial de TIC 2021: demanda por talentos digitais no Brasil. São Paulo: Brasscom, 2021. Disponível em: <https://brasscom.org.br>. Acesso em: maio 2026.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

EDMONDSON, Amy C. A organização sem medo: criando segurança psicológica no local de trabalho. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.

GREAT PLACE TO WORK. Pesquisa de clima organizacional Ilegria 2024. Porto Alegre: GPTW, 2024.



GUIMARÃES, Suzie Clavery Pires. Isso é Employer Branding?! São Paulo: Editora Leader, 2020.

MORGAN, Jacob. The employee experience advantage. New Jersey: Wiley, 2017.

PINK, Daniel H. Motivação 3.0: os novos fatores motivacionais para a realização pessoal e profissional. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.

RANDSTAD. Employer Brand Research 2024: Global Report. Amsterdam: Randstad, 2024. Disponível em: <https://www.randstad.com/employer-brand-research>. Acesso em: maio 2026.

ULRICH, Dave et al. Victory Through Organization: Why the War for Talent is Failing Your Company and What You Can Do About It. New York: McGraw-Hill, 2017.

BREVE APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A ilegra é uma empresa gaúcha de estratégia, inovação e tecnologia fundada em 2002. Há mais de 20 anos no mercado, combina o poder da tecnologia com a paixão das pessoas para impulsionar a transformação digital de grandes corporações nacionais e internacionais. Seu portfólio é centrado em soluções end-to-end de estratégia e negócios, inovação, data, IA e cloud — acumulando mais de 540 clientes atendidos, aproximadamente 5 milhões de horas trabalhadas em projetos ao redor do mundo e presença em múltiplas localidades pelo globo. Hoje reúne cerca de 300 colaboradores no Brasil, operando em modelo 100% remoto.



A empresa nasceu da insatisfação de 4 fundadores da área de TI que queriam provar que era possível construir algo diferente: um ambiente horizontal e com espaço real para a singularidade de cada pessoa. Da garagem onde começaram, cresceram assumindo posições de liderança — e hoje atuam como consultoria interna estratégica, apoiando os vice-presidentes na tomada de decisão e antecipando as tendências que moldarão a ilegra dos próximos anos.

O propósito que orienta cada decisão é cuidar da coletividade para inspirar as pessoas a transformar o mundo. A missão é dar espaço e estímulo para que as pessoas, dentro e fora da empresa, possam se desenvolver, inovar e melhorar o mundo. A visão é a de que aceitar as diferenças e permitir que as pessoas alcancem sua plenitude tornará o mundo um lugar melhor. Esses três elementos são a razão pela qual este case existe. Os valores que os traduzem no dia a dia são coletividade, alegria, honestidade e inovação.

INFORMAÇÕES DAS AUTORAS

Andréia Zambon Braga, formação superior em Psicologia (PUC-RS), Master em Comunicação Empresarial Transmídia (ESPM). Líder de Equipe da Atração & Seleção e Employer Branding na ilegra.

Isadora Bastiani Paranhos, formação superior em Relações Públicas (PUC-RS), especialista em Big Data e Marketing (Uniritter) e MBA em Gestão de Equipes e Liderança (PUCRS). Líder de Equipe de Employee Experience e Business Partner na ilegra.

