



AGAP2IT

MOSTRAR A IDENTIDADE HUMANA

Em 2020, a agap2IT criou um programa interno de Employer Brand, formalizando o que já era uma constante: inserir o colaborador num todo que é a equipa, numa cultura muito própria.

A celebrar 15 anos no próximo mês de Setembro, agap2IT aposta cada vez mais no Employer Branding, que considera essencial numa empresa que tem um percurso sempre em crescendo, seja em número de colaboradores, de parceiros ou de facturação. «Estamos inseridos num mercado que compete muito pelo talento, facto que acarreta uma maior dificuldade na sua atracção e retenção. Assim, a nossa evolução é, sobretudo, uma aventura humana», compara Filipe Esteves, director-geral da agap2IT.

Já este ano a empresa criou um programa interno de Employer Branding, mais não estando do que a formalizar algo que tem sido uma constante desde a sua criação: inserir o colaborador num todo que é a equipa, numa cultura muito própria, avaliando as suas necessidades e trabalhando em conjunto para que se sinta valorizado, e valorize a própria agap2IT. Filipe Esteves acredita «poder vir a aumentar o sentido de pertença dos

colaboradores, o “espírito agapiano”, bem como a cativar novos talentos e a melhorar taxa de retenção».

Para aumentar a atractividade da empresa enquanto entidade empregadora tem sido desenvolvido um trabalho conjunto de várias áreas da agap2IT, «pois todos têm o seu papel na construção de cultura da empresa», que se traduz depois numa imagem externa apelativa.

«A marca deve representar os nossos valores», defende o director-geral. «É o resultado de um processo criativo que levou cerca de 12 meses, processo esse de investigação sobre o que o representa a empresa para cada um de nós. Agora é-nos mais fácil demonstrar ao mercado quem somos, o que nos representa e quais os valores pelos quais nos regemos.»

ESTRATÉGIA E OBJECTIVOS

O objectivo principal da organização é envolver os colaboradores e criar uma plataforma para a atracção e retenção de talento. A abordagem partiu de um inquérito interno e dos valores que constituem o

“espírito agapiano” para potenciar a identidade e a ligação à cultura da empresa.

Nas palavras de Filipe Esteves «o programa de Employer Branding da agap2IT tem o objectivo de construir uma marca de talentos a nível global, de dar relevância ao employer value proposition, de medir os principais key performance indicators internos».

No âmbito do Employer Branding são várias as iniciativas implementadas pela empresa, sendo a mais recente a “agap2 Give You A Wish”, na qual é realizado um desejo de um colaborador e que visa satisfazer uma necessidade familiar ou pessoal premente.

Para o director-geral da agap2IT, o tema prioritário é o de mostrar a identidade humana da organização. «Além da inovação e da tecnologia, queremos mostrar o carácter social, a união e a relação humana dos colaboradores. A nossa prioridade é sermos reconhecidos pelo mercado como um grupo coeso, identificado pelo mesmo conjunto de valores e que trabalha pelo sucesso da organização.» ✓