

Emprego Workub é uma bússula de recrutamento

O engenheiro Álvaro Sardinha criou uma plataforma que filtra competências e aptidões para encontrar o candidato ideal para qualquer trabalho. Uma base de dados profissional para todo o mundo

Texto: Mariana de Araújo Barbosa



nova secção
EMPREGO



ONLINE Leia os melhores artigos e conselhos sobre emprego na nova secção do Dinheiro Vivo. Veja tudo em www.dinheirovivo.pt/Emprego

“Às vezes, pensamos que temos uma boa ideia, mas isso não vale de nada. O mercado é que decide o sucesso: adere ou não”

— Álvaro Sardinha
Fundador da plataforma
online Workub

Álvaro Sardinha não é alfaiate mas faz fatos à medida dos clientes. Há dois anos, enquanto preparava um manual de competências para melhorar a interação com os trabalhadores na empresa de *software* de engenharia e arquitetura que criou em 2003, a Tecad, o engenheiro de máquinas percebeu que o material que estava a recolher e a organizar podia facilitar a vida a muitas empresas.

“Podia ajudar as empresas se o partilhasse à escala global”, explica. Começou então a pensar num sistema que juntasse pessoas disponíveis para trabalhar e empresas interessadas nestes perfis, sem que o processo dependesse dos elementos que fazem parte dos habituais processos de recrutamento. Em julho de 2011 criou a Workub, uma plataforma *online* de competências e uma forma inovadora de oferecer e procurar trabalhadores, parcerias e negócios. “São perfis de competências, fatos à medida dos utilizadores que não colocam na plataforma um currículo nem portfólio. Em vez disso, através de um registo gratuito, a pessoa responde a um questionário só com cruzes. O facto de não escrever torna a plataforma global: é uma base de dados que funciona segundo critérios standardizados universalmente”, esclarece, acrescentando a essência do projeto. “As empresas que procuram trabalhadores na Workub não pedem currículos. Pedem pessoas com determinadas características, inscritas a partir de todo o mundo. Isto é um acelerador e traz uma agilidade incomparável a pessoas e empresas. É uma base de dados mundial.”

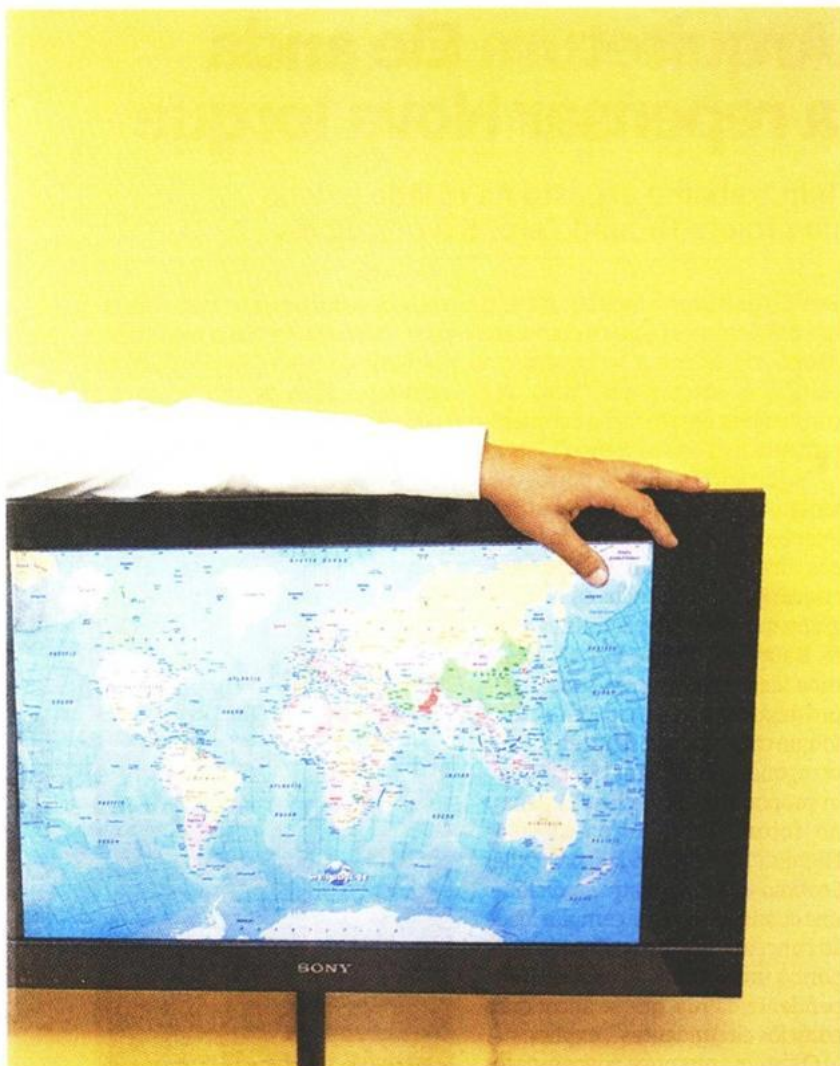
A plataforma tem duas áreas distintas – trabalhadores e empresas – e os trabalhadores preenchem um inquérito com competências de três tipos: Saber, que tem que ver com os idiomas que a pessoa fala, os *softwares* que domina, onde estudou; Saber Fazer, uma dimensão muito específica que, no caso de um arquiteto, por exemplo, questiona acerca da participação em projetos de edifícios espe-



Álvaro criou um método que permite às empresas encontrar o candidato ideal

cíficos, como centros comerciais, pontes, hospitais; e Saber Ser, que define as competências transversais e está relacionada com aspetos pessoais, como a capacidade de trabalhar sob pressão. As dimensões Saber e Saber Fazer são preenchidas pelo próprio utilizador. “Quando se chega ao Saber Ser, a plataforma manda o convite para cinco pessoas recomendadas pelo utilizador responderem a questões. A média é depois divulgada e anexada ao perfil. Só assim o processo fica concluído e o perfil é finalmente disponibilizado *online*.”

Menos de um ano depois de ter começado a funcionar, a Workub conta com mais de 5 mil perfis disponíveis, enquadrados em 14 grandes categorias de profissões, e quase 300 empresas, sobretudo portuguesas (mas também brasileiras, angolanas, espanholas, argentinas e até zimbabwianas). Para criar os diferentes perfis profissionais, Álvaro pesquisa os currículos das universidades e cruza informação com profissionais da área, que validam as categorias das competências em cada caso. O engenheiro, que tem trabalhado no proje-



para um lugar, cruzando competências pessoais e profissionais. FOTO: DIANA QUINTELA

to em conjunto com a empresa informática Seara, quer chegar ao final do ano com 50 mil perfis disponíveis. Investiu “vários milhares de euros” no projeto que, além de ser uma base de dados de prestadores de serviços a nível mundial, é também um local de troca de competências empresariais.

A ideia é que a Workub se transforme numa plataforma global de aproximação entre pessoas e empresas, facilitando os processos de recrutamento. “As pessoas só tardam em perceber que o que está naquele *e-mail* que recebem é uma demons-

tração de interesse ao mais alto nível dos decisores das empresas. Só eles poderão enviar essa proposta.” Mas se esta foi a ideia do início, o conceito foi evoluindo. “As pessoas entram e começa a haver esta comunicação, surgem sugestões: porque não também de empresas com outras empresas? Aqui está mais uma oportunidade: a maioria do tecido empresarial português são PME e não é comum terem departamentos de *marketing* e recursos humanos. Outras pessoas precisam de ferramentas mais imediatas. A Workub facilita a comunica-

ção entre as que já estão na plataforma.” De que forma? Criando oportunidades. “As empresas podem usar a plataforma para, por exemplo, estabelecer parcerias com outras que já trabalhem noutros países e possam com a sua experiência orientá-las nesse mercado.” É só preencher os campos e a plataforma faz a apresentação, por escrito, e envia-a à empresa destinatária. “À distância de um clique e na língua de quem a recebe. O grau de automatismo é muito alto: digo o que quero fazer e a plataforma comunica. Podem ser ofertas de parcerias ou coisas mais diretas como propostas de negócios. Neste momento já há negócios de pessoas que não se conheciam a custo zero.”

Porém, para crescer, um projeto precisa de ser sustentável e rentável. “Às vezes, pensamos que temos uma boa ideia, mas isso não vale nada. O mercado é que decide o sucesso: adere ou não.” As empresas à procura de trabalhadores com características específicas pagam um euro por perfil e podem fazer publicidade – que é incluída no público-alvo definido e enviada por *e-mail*, com as propostas de negócio e/ou parcerias. Os anúncios custam 50€/mês. A ideia é que a estas duas valências se junte, dentro de um ou dois meses, a categoria de “oportunidades” com ofertas específicas de parcerias e negócios.

“Esta crise está a revelar-se um mar de oportunidades. As pessoas estão a repensar o que faziam, a pensar no que podem fazer. Muita gente procura novos caminhos, ser mais criativa e sair de casa, que é muito importante. As pessoas andavam muito fechadas nas suas empresas: os telefones tocavam, elas vinham, passavam referências e as coisas aconteciam. Agora é preciso sair, ir à procura, estar com outras empresas, fazer parcerias. Esse processo é fantástico porque desperta a inovação, faz faísca. Quando começamos a reunir com outras empresas, as experiências são diferentes e a troca de ideias gera oportunidades.”