

MRINETWORK

Para se ser consultor de *head hunting* na MRINetwork (recrutamento por pesquisa direta no mercado) é preciso ter “perfil de empresário”, mas não é necessário vir do setor ou ter experiência na área dos recursos humanos. A marca providencia formação inicial e contínua “em técnicas de gestão do negócio, de recrutamento e avaliação de candidatos, de marketing e captação de clientes, de gestão e liderança, entre outras”, garante a master da rede em Portugal.

Ana Luísa Teixeira adianta que a MRINetwork Portugal “introduziu de forma pioneira o *coaching* em grupo e o *coaching* de equipa CIGA – Coaching de inspiração Grupanalítica. Este serviço tem tido enorme receptividade por parte do mercado”. A marca inglesa está presente em Portugal desde 2008 e possui três unidades (uma própria),

que se somam aos cerca de 950 da rede em mais de 35 países.

“Em Portugal estamos sempre receptivos a encontrar ou integrar mais um parceiro/franchisado em qualquer região do país, ainda que em Portugal Lisboa seja a nossa zona de eleição e fora de Portugal Angola um País alvo. A nossa rede em Portugal não se caracteriza por muitos escritórios mas sim por escritórios sólidos e com oportunidades de crescer. Uma vez que não temos limites geográficos cada escritório pode trabalhar o país todo. Assim preferimos desenvolver e apoiar a crescer os escritórios, ajudando-os a contratar e formar consultores”, salienta a master para Portugal, Angola e Moçambique.

Ana Luísa Teixeira está otimista em



relação ao comportamento da cadeia este ano: “pre vemos crescer em 2011, na área de *head hunting* mas também muito na área de *coaching* de grupo e de equipa”.

Atividade: executive search, coaching executivo, coaching de grupo
Investimento inicial: entre €25 000 e €55 000 (inclui o direito de entrada)
Royalties: 9%
Taxa de publicidade: 1%
Área de loja: não aplicável

O franchising é uma das formas de negócio mais escolhidas para esta área dos serviços para as empresas porque tem vantagens notórias ao oferecer um serviço testado, profissional e que tem vindo a tornar-se cada vez mais completo.

Quais as principais dificuldades e obstáculos a esta atividade?



AMÂNDIO ANTUNES
Diretor-geral da Finaccount

As principais dificuldades da atividade é o número de empresas e marcas que apostam em serviços de fraca qualidade e baixo preço, que muitas vezes criam uma má imagem para o setor.

Uma dificuldade adicional é a pequena dimensão da nossa economia e do tecido empresarial e o excesso de serviços detidos pelo Estado. Estas variáveis dificultam as economias de escala na prestação de serviços para empresas.

Considera que em 2011 haverá um aumento da procura destes serviços, mesmo com o quadro económico desfavorável ou até por causa dele?



ANA LUÍSA TEIXEIRA
Master da MRINetwork

Sim, se forem diferenciadores e de qualidade, com uma marca de referência na retaguarda e com preços competitivos.



TEODORICO PEREIRA
Marketing manager da My Best Franchising

Sim, pode haver um aumento da procura destes serviços, visto infelizmente as empresas estarem a reduzir postos de trabalho tendo necessariamente que recorrer a empresas para a prestação de serviços pontuais que necessitem.