
Actual responsável pela implementação da marca em Portugal

THOMAS MARRA

Country Manager da **Gi Group em Portugal**



Thomas Marra iniciou o seu percurso profissional na GI Group em 2003 em Itália, como Sales Account e no decorrer da sua experiência e percurso no grupo, acumulou funções de Regional Sales Account em 2005 e Area Manager em 2008.

Em 2010 rumou ao Brasil como National Sales Director, tendo em 2013 assumido a função de Business Director. Em 2015 é eleito para dar continuidade à internacionalização da marca com o projeto de implementação em Portugal, como Country Manager.

Fundada em 1998 em Itália, o grupo tem registado um crescimento gradual e sustentado, assente num plano de internacionalização que permitiu à empresa chegar em 2014 a um volume de negócios anual superior a 1 350 milhões de euros, estando presente em mais de 40 países e operando com mais de 12 mil empresas clientes. Em 2015, os resultados apurados e em encerramento apontam para um total de faturação superior a 1 597 milhões de euros considerando os resultados totais do grupo e agregado. Em 2016, a empresa perspectiva consolidar o crescimento.

O Grupo iniciou actividade em Portugal com três linhas de negócio: Trabalho Temporário (**GI Group**), Search & Selection Middle Up Management (**Wyser**) e Outsourcing na área das tecnologias de informação e comunicação (**QiBit**), dado que o objetivo visa garantir uma resposta mais ampla mas eficiente às necessidades das empresas clientes. O grupo entrou no mercado português apostando em profissionais seniores com energia e motivação para integrar um projeto, que tem como objectivo edificar a GI Group como uma referência no mercado de empresas de consultoria e Recursos Humanos em Portugal.

A empresa apresenta como missão o compromisso social de foco nas pessoas e na sua satisfação, dada a consciência do seu papel no mercado e na sociedade: «Acreditamos que é no trabalho que o ser humano se realiza: *Your job,*

Fundada em 1998 em Itália, o grupo tem registado um crescimento gradual e sustentado, assente num plano de internacionalização que permitiu à empresa chegar em 2014 a um volume de negócios anual superior a 1 350 milhões de euros, estando presente em mais de 40 países e operando com mais de 12 mil empresas clientes.

our work». O compromisso social passa também por atuar de forma distinta na criação de valor, bem como pela relação de parceria com clientes e candidatos. O desenvolvimento de soluções à medida para cada cliente, propondo um projeto específico, dada a individualidade de cada negócio e pessoas que o compõem, é uma premissa sustentada pelo grupo.

A GI Group acredita e encara com optimismo as parcerias que serão estabelecidas ao longo do ano de 2016 e que a relação criada com clientes e candidatos será reforçada pelas máximas e valores que defendem e trabalham diariamente.