



## **SUGESTÃO DE PAUTA**

### **Profissional de eventos: cada vez mais exigido por um mercado muito competitivo**

Com um setor de eventos que, nos últimos 12 anos, cresceu cerca de 14% ao ano, o Brasil vem ganhando destaque no mercado internacional, especialmente após sediar a Copa do Mundo e, agora, já se preparar para organizar as Olimpíadas de 2016, no Rio de Janeiro (RJ). Neste contexto, emerge uma questão à qual nem todos os empresários estão aptos a responder: quem é, hoje, o bom profissional de eventos? O mais capaz para contribuir com soluções criativas que encantem clientes num mercado crescente, mas também cada vez mais disputado?

De acordo com Walter Cavalheiro, presidente da agência The Front, uma das mais importantes do País, encontrar profissionais habilitados para lidar com a atual demanda do mercado tem sido um desafio. “Este profissional precisa estar comprometido com a vanguarda do setor, no qual os eventos ganharam funções muito mais importantes do que somente a comemorativa. Hoje, ao investir num evento, os clientes esperam aumentar as vendas, melhorar a imagem da marca, entre outros resultados tangíveis. Por isso, há qualidades nesse profissional das quais não se pode abrir mão”, explica o empresário.

Por se tratar de uma agência criadora e produtora de eventos artesanais, ou seja, pensados caso a caso, exige-se mais dos seus profissionais. “Busco os multitarefas, que exerçam suas funções atendendo a outras demandas. Quando contratado para o atendimento, por exemplo, o colaborador também precisa estar familiarizado (ou disposto a se familiarizar) com as atividades e recursos de planejamento e de produção. E mais: os profissionais envolvidos precisam ser dinâmicos, flexíveis e trabalhar o tempo todo comprometidos com a entrega”, diz Cavalheiro.

Mirar no resultado e na qualidade: esta é a receita de sucesso da The Front ao longo dos anos e, conseqüentemente, um “guia básico” para buscar no mercado seus profissionais. Outro ponto fundamental que compõe o perfil do profissional de eventos dos dias atuais é a criatividade. É uma característica imprescindível não apenas para quem atua com planejamento, criação, direção de arte, cenografia ou conceituação de eventos, mas também para todos os demais profissionais da área.

No que diz respeito à formação, há outro desafio para os profissionais do setor: a falta de cursos de graduação na área. Não há, no mercado, profissionais formados



especificamente em *live marketing*, que é a especialidade da The Front, embora exista algo aproximado em cursos de marketing, publicidade e relações públicas. Colaborando para suprir esta lacuna, a agência oferece oportunidades para que jovens produtores se formem lá dentro. “Somos uma grande escola, muitos de nossos colabores efetivados aprenderam conosco”, orgulha-se Cavalheiro.

De acordo com um estudo realizado pela Associação Brasileira das Empresas de Eventos (Abeoc) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), as empresas de produção de eventos movimentaram, no ano passado, R\$ 209,2 bilhões, o que representa uma participação do setor de 4,32% do PIB do País. A receita deste segmento cresceu 465% na comparação entre 2013 e 2001, ano em que foi realizado o primeiro estudo. O levantamento ainda situa esta fatia do mercado como geradora de 7,5 milhões de empregos diretos, indiretos e terceirizados na economia nacional, contribuindo com R\$ 48,69 bilhões de impostos.

### **SOBRE A THE FRONT**

Desde 2003, a The Front já entregou mais de 500 projetos a clientes de diferentes segmentos e hoje está consolidada como uma das agências que mais cresce no País. O posicionamento da agência “Diferente de Tudo e Tudo Diferente” é a premissa básica para criar projetos inovadores e encontrar as soluções mais criativas para os desafios de cada cliente. A empresa oferece ao mercado soluções criativas para lançamentos de produtos, convenções, ações promocionais e de marketing esportivo, premiações e eventos empresariais, entre outros. O leque de clientes recentes da agência, com sede em São Paulo (SP), inclui marcas de prestígio e atuação mundiais, como Triumph, Iveco, ZF, VW, Mercedes-Benz e Voith, entre muitas outras.

### **MAIS INFORMAÇÕES**

g6 Comunicação Corporativa

Eduardo Sanches

[eduardo@g6comunicacao.com.br](mailto:eduardo@g6comunicacao.com.br)

Fones: (11) 5042-0287 e 99305-3328

[www.g6comunicacao.com](http://www.g6comunicacao.com)

[www.facebook.com/g6comunicacaocorporativa](http://www.facebook.com/g6comunicacaocorporativa)

Outubro de 2014

