

POTENCIALIDADES E DESAFIOS PARA A FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL DE EVENTOS NO MERCADO BRASILEIRO

POTENTIAL AND CHALLENGES FOR THE EVENT'S PROFESSIONAL TRAINING IN THE BRAZILIAN MARKET

Sandra Helena Vieira Maia¹

Resumo

O presente artigo trata do aquecimento do mercado de eventos e o crescimento de sua adoção pelas empresas como estratégia de comunicação e marketing. Analisa o impacto desta eclosão econômica setorial nas áreas do turismo e da hospitalidade. Trazendo dados de pesquisas, a autora aborda a oportunidade única e importância do Brasil, como "a bola da vez", ao sediar os grandes eventos da Copa do Mundo e as Olimpíadas. Em seguida ressalta os desafios existentes, como a infraestrutura e a formação de mão de obra de excelência, aprofundando neste último tema, a partir da experiência de grade curricular do Curso Superior de Tecnologia em Eventos do Senac.

Palavras-chave: eventos; marketing; economia; formação profissional.

Abstract

This article discusses the growth of market events and their adoption by companies as marketing and communication strategy. Analyzes the economic impact of this outbreak sector in the tourism and hospitality. Bringing research data, the author addresses the unique opportunity and importance of Brazil as "the flavor of the month", to host the major events World Cup and the Olympics. Then highlights existing challenges such as infrastructure and the formation of

¹ Escritora e coordenadora do curso de graduação em Tecnologia em eventos do Centro Universitário Senac. Email: sandra.hvmaia@sp.senac.br Website da escritora: <http://www.coisasdoamor.com.br>

specialized labor, deepening this last theme based from the experience of the curriculum of the Course of Technology in Events Senac.

Keywords: events; marketing; economics; vocational training.

Introdução

O mercado de eventos está aquecido e contribuindo com o desenvolvimento social e econômico do país. As variáveis que contribuem para este cenário são muitas, dentre elas, as grandes empresas passaram a entender a atividade como parte da estratégia de comunicação e marketing para estreitar o relacionamento com o público formador de opinião e, oferecer ao cliente experiência de marca. (FERREIRA; WADA, 2010)

Os setores de turismo e hospitalidade, também fortalecidos, são fatores chave para o desenvolvimento de eventos nos segmentos de incentivo e viagens. O mercado corporativo, promocional, técnico científico, de feiras e negócios, sem citar as oportunidades nas áreas cultural, social, de lazer e entretenimento, dos eventos esportivos e dos eventos globais projetam inúmeras possibilidades de atuação para os profissionais da área. (PAIVA, 2008)

Os dados do setor ainda não estão consolidados pela complexidade e dimensão das tipologias que caracterizam este segmento.

Só para exemplificar, segundo dados da AMPRO – Associação de Marketing Promocional², o setor deve fechar 2013 com crescimento médio de 8% e faturamento bruto, de US\$ 22,323 bilhões.

Os resultados do 1º Barômetro da Indústria de Eventos³, realizado em 2012 pela Expo Editora, (amostra 1.219 empresas de seu próprio cadastro e também de outras entidades, como Abeoc

² AMPRO divulga pesquisa sobre dados do mercado de promoções.
<http://www.portaldapropaganda.com/promocao/2011/07/0001>

³ BAROMETRO ANUAL, pesquisa desenvolvida pela EXPO EDITORA, publicada na Revista dos Eventos, Ano XV, número 67, 2013.

Brasil, Abrafec, Abrace, Ampro, Sindiprom e Ubrafe), aponta que 74,6% das empresas consultadas aumentou seus investimentos em 2012 e 67% delas confirmou que pretendem investir mais ainda em 2013. No mesmo estudo, o mercado de eventos corporativo foi apontado como o maior responsável pela melhoria dos negócios para 64,7% das empresas. O Estudo, apesar dos excelentes indicadores, aponta preocupação com escassez e encarecimento da mão de obra. Para complementar, pesquisa realizada pelo Instituto Alatur, aponta, no setor de eventos e exposições um crescimento de 43% no Brasil, em 2011. Pesquisa encomendada pelo Instituto Alatur e o Meeting Professionals International (MPI)⁴ mostra que o budget para eventos corporativos irá aumentar em 2013 12%, alcançando o valor médio aproximado por empresa de R\$ 23 milhões. Segundo dados do Fórum Permanente de Entidades do Setor de Eventos o ForEventos⁵, criado em julho de 2011 para discutir assuntos de interesse comum do mercado de eventos, como Licitações, Trabalho Temporário e Articulação Política e Institucional, composto por entidades de representatividade nacional como ABEOC – ABEVT – ABGEV – ABIH – ABRACCEF – ABR – AMPRO – CBC&VB – FBHA – SKAL BR – UBRAFE e SPC&VB, o setor hoje é representado por cerca de 4.000 empresas e gera 5,1 milhões de empregos diretos e indiretos.

E se o mercado corporativo dá sinais de crescimento acelerado nos próximos anos, o setor de eventos sociais também. De acordo com a Abrafesta⁶, o brasileiro gastou R\$ 14,8 bilhões com cerimônias e festas de casamento em 2012, 8% a mais do que o desembolsado em 2011 e, as perspectivas para 2013 continuam positivas. A economia brasileira mudou e a nova classe C vem desempenhando papel importante no segmento de eventos social, cultural e de lazer e entretenimento.

Em resumo: mercado de eventos cresce a dois dígitos em praticamente todos os setores.

Segundo dados do Visite São Paulo, eventos é a segunda principal motivação para visitas na cidade, com 18,7%. Aqui são realizados um evento a cada 6 minutos, ou seja, 90 mil eventos por ano.

E se no cenário nacional há muito espaço para o desenvolvimento do setor, no cenário

4 Instituto Alatur e MPI divulgam pesquisa 2012 sobre o setor de eventos no Brasil. Pesquisa publicada em agosto de 2012. <http://www.abeoc.org.br/2012/08/instituto-alatur-e-mpi-divulgam-pesquisa-2012-sobre-o-setor-de-eventos-no-brasil/>

⁵ ForEventos, discute os problemas do setor de Eventos. <http://www.abeoc.org.br/2012/10/foreventos-discute-sobre-licitacoes-e-legislacao-trabalhista-do-mercado-de-eventos-e-turismo-no-proximo-dia-15/>

⁶ Pesquisa Abrafesta aponta crescimento do setor <http://www.canaldoempresario.com.br/lenoticia.php?id=197>

internacional, o Brasil ocupa posição de destaque. Segundo relatório da International Association Meetings Market 2002-2011, publicado pela ICCA - International Congress and Convention Association⁷, o Brasil está em 7º lugar com 304 eventos ano atrás dos Estados Unidos, Alemanha, Espanha, Inglaterra, França e Itália.

Nesse contexto, investir no setor pode ser uma opção sustentável e acertada. O Brasil é a bola da vez. Palco de grandes eventos e de mega shows nacionais e internacionais sedia a Copa das Confederações, a Copa do Mundo e as Olimpíadas, em 2016, o que deve contribuir para a profissionalização do setor e por colocar o país em outro patamar de serviços e acolhimento.

“Brasil, bola da vez. Os megaeventos esportivos mundiais, que passaram a integrar a agenda de grande parte dos governos ao redor do mundo, constituem-se em elementos catalisadores de oportunidades tanto para empresas quanto para investidores ao influenciar diretamente o desempenho econômico, político e social de um país. O Brasil sediará esses megaeventos nos próximos anos – Copa do Mundo da FIFA em 2014 e Jogos Olímpicos em 2016.”⁸

Para tanto, a demanda passa por infra-estrutura na formação de destinos, serviços, tecnologia e, o mais importante, formação de mão de obra excelente.

Jovem, o setor de eventos, abre espaço para criatividade, inovação e para o uso crescente de tecnologia e conectividade. Demanda responsabilidade e avanços em questões como segurança e excelência em serviços.

Existem afinal muitas frentes de atuação em eventos desde a concepção passando pelo planejamento, captação de recursos, promoção, organização e produção, até, a avaliação e mensuração de resultados visando à maximização de recursos. (ZANELLA, 2010)

⁷ <http://iccwORLD.com/>

⁸ Pesquisa Deloitte “Brasil, bola da vez” retrata o papel estratégico do profissional de RI como agente catalisador das oportunidades decorrentes dos megaeventos esportivos, assim como agrega a visão dos investidores sobre o futuro do País nesse novo contexto. Leia na íntegra: <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Brazil/Local%20Assets/Documents/Estudos%20e%20pesquisas/Pesquisa%20Brasil%20bola%20da%20vez%20-%20Deloitte%20e%20IBRI.PDF>

O setor envolve atividades de diferentes áreas da hospitalidade – receptivo, hotelaria, gastronomia, traslados etc., além de iluminação, sonorização, fotografia, audiovisual, locação de espaços, impressos, mídia, publicidade, atrações, etc. E de profissionais capazes de atuar na gestão de diferentes parceiros e fornecedores que movimentam o evento: equipamentos, alimentos e bebidas, músicos, artistas e conferencistas, representantes de empresas, comunidades, entidades de classe, voluntários, advogados, contadores, imprensa, patrocinadores, apoiadores, etc., etc..

O universo de eventos não tem limites se imaginarmos que um único café da manhã ou almoço, pode ser visto como uma possibilidade e então – traslados, acomodação, reserva de espaço, definição do conceito criativo, decoração, definição de cardápio, recepção, acompanhamento, sonorização, iluminação, desenvolvimento de materiais / peças de apoio, brindes, etc., podem fazer parte. Isto é, um mercado especial para quem gosta e quer lidar com o público.

Só para os setores de infra-estrutura, como aeroportos e estádios, no turismo e em serviços como saúde e hotelaria serão criados mais de 700 mil empregos até 2014, divulgou esta semana o Ministério do Turismo que afirma, desse montante, só a indústria hoteleira vai concentrar 92% das ofertas das vagas temporárias e, os eventos, uma grande parcela dentro da hospitalidade.

Para os eventos das Copas, 240 mil novos profissionais serão formados. Meta também revelada pelo Ministério que atuará a partir da PRONATEC – Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico para as atividades de base.

E esse é o desafio. Formar profissionais para um mercado carente de mão de obra especializada e em franco desenvolvimento.

Um profissional apto a atuar como empreendedor e/ou como intra-empendedor, dentro de empresas que organizam ou fornecem para eventos; ou ainda, em empresas que possuem a área de eventos estruturada para atender a demanda interna. (CORPORATIVO, MKT, VENDAS, COMUNICAÇÃO, RELAÇÕES PÚBLICAS ETC..) Pode desenvolver atividades diversas no pré, trans e pós evento.

No Curso Superior de Tecnologia em Eventos do Senac estamos alinhados com o movimento do mercado. Formamos profissionais para atender o setor em constante evolução. Muitos dos

nossos alunos já atuam na área como empreendedores na organização, prestação de serviços na área de entretenimento ou animação, catering, decoração, assessoria para eventos sociais, (ex. casamentos, debutantes, festas infantis etc.) e/ou como intra-empreendedores em departamentos ou áreas de eventos.

Muitos estão conhecendo o setor e são desafiados ao longo do curso a praticar de eventos. Aqui no Campus Santo Amaro o aluno do Curso Superior de Tecnologia em Eventos mergulha no setor e, num processo de aprofundamento do conhecimento, que inclui as áreas de empreendedorismo, eventos, planejamento, organização, operação, comunicação, marketing, finanças e formação geral, vai se preparando para o mercado. Disciplinas como Fundamentação e tipologia de eventos; Ética e Legislação em eventos; Negociação e formação de preços; Produção cultural, esportiva e leis de incentivo; Tecnologia e Inovação em Eventos; Planejamento Estratégico em Eventos; Qualidade e Segurança em Eventos; Responsabilidade Social e Ambiental; Avaliação e Mensuração de Resultados; somadas aos 4 projetos integradores, um a cada final de semestre, preparam o egresso para criar, produzir e avaliar eventos. Os projetos integradores são:

Projeto Integrador I – Desenvolvimento de Negócios em Eventos; Projeto Integrador II – Organização de Eventos Temáticos, Institucionais e Sociais; Projeto Integrador III – Desenvolvimento de Projetos em Eventos; Projeto Integrador IV – Organização Profissional de Eventos.

Nosso objetivo? Formar um profissional com atitude empreendedora capaz de ouvir as expectativas do cliente e propor a este uma solução única, criativa e viável, dentro de sua necessidade, budget, prazo. Um profissional que possa atuar em empresas especializadas ou de outros segmentos que adotem a organização de eventos como ferramenta corporativa e estratégica na experiência de marca. Um profissional capacitado para conceber, planejar, organizar, executar e avaliar diversos tipos de eventos, apto a liderar projetos inovadores.

E para tanto, oferecemos ao aluno uma plataforma única. O Projeto pedagógico tem como estratégia formar o melhor profissional de Eventos. Corpo docente com experiência no mercado. E as instalações do Campus Santo Amaro que funcionam como um enorme laboratório - para que o aluno desenvolva eventos e, dessa forma, experimente na prática o que aprende em sala de aula. Ambiente virtual interativo, biblioteca com mais de 150 mil itens;

centro esportivo, centro de convenções, centros de inovação e laboratórios, salas de aula equipadas, e mais, os alunos organizam cerca de 20 eventos em dois anos – dos esportivos ao gastronômico, passando pelos corporativos e sociais. Eventos de conteúdo ou eventos de entretenimento e lazer entre outros.

Depois de tudo pronto, o aluno é estimulado a também, avaliar e mensurar os resultados desses eventos para que, dessa maneira, possa compreender a linguagem e necessidades do mercado e, particularidades do setor.

Nossa proposta? Estimular o aluno a conquistar uma visão abrangente do mercado: contexto e formas de atuação, para que possa, assim, eleger o caminho a seguir. E para tanto, ele faz acontecer: REALIZA!

E se são muitas as possibilidades e demandas do mercado de eventos, que colocam o Brasil dentro do cenário internacional dos eventos globais, são inúmeras as oportunidades para o egresso que, temos a certeza, vai reinventar o setor.

Referências

ANDRADE, R.B. **Manual de Eventos**. 2. Ed. Porto Alegre: Educs, 2002.

FERREIRA, Ricardo Souto; WADA, Elizabeth Kyoko. **Eventos: uma alavanca de negócios: como e por que implantar pege**. São Paulo: Aleph, 2010.

GIACAGLIA, M. C. **Organização de eventos: Teoria e Prática**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

MATIAS, M. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. 2. Ed. São Paulo: Manole, 2002.

PAIVA, Hélio Afonso Braga de Paiva; NEVES, Marcos Fava. **Planejamento estratégico de eventos**. São Paulo: Atlas, 2008.

PIPOLO, Igor de Mesquita. **Segurança de Eventos novas perspectivas e desafios para produção**. São Paulo: Editora Pipolo, 2010.

MAIA, Sandra. **O negócio da Comunicação**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2011.

ZANELLA, L.C. **Manual de Organização de Eventos**. 3ed. São Paulo: Atlas, 2006.