

Veículo: site Mundo do Marketing.com.br

Data: 21/01/2009

Página: Mercado

Link: <http://www.mundodomarketing.com.br/materia.asp?codmateria=6882>

The screenshot shows the website 'Mundo do Marketing' with a navigation menu at the top containing 'BlogNews', 'Artigos', 'Cases', 'Entrevistas', 'Agenda', 'Blogs Mundo do Marketing', and 'Seminário Marketing 360°'. The main article is titled 'Novos profissionais de Marketing lutam para seguir atuais exigências do mercado' by Guilherme Neto. The article text discusses the challenges of the marketing profession in a consumer-driven market, mentioning that new professionals must have skills beyond what is taught in university. A specific sentence is highlighted in a red box: 'em cargos como gerentes ou Diretores de Marketing, percebemos que as novas gerações de profissionais não são muito pró-ativas, não quer responsabilidade ou muito trabalho. Por isso, aquele profissional que conseguir unir essas características fará um bom diferencial'. The right sidebar includes a 'Patrocínio' section for 'DINAMIZE', a 'Login' form, a 'Newsletter' sign-up form, and a 'BLOGS' section with two featured articles: 'As estratégias políticas não param...' and 'Consumidores não aceitam a crise!'. A 'FÓRUM SETORIAL DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE NO VAREJO' banner is visible on the left side of the page.

Novos profissionais de Marketing lutam para seguir atuais exigências do mercado **Por Guilherme Neto**

Com o mercado consumidor aquecido, muitos jovens estão vendo a profissão de Marketing como uma chance de seguir uma carreira de sucesso ao longo da vida. Para isso, muitos têm procurado formas de especializar-se na profissão através de estudos ou mesmo profissionalmente, de forma a adquirir uma bagagem profissional que fosse muito além daquilo aprendido na faculdade.

Não chega a ser surpreendente, já que cada vez mais o mercado vem sendo exigente com o profissional de Marketing. Atributos tidos como fortes diferenciais no passado, como conhecimento financeiro mínimo ou a habilidade de se comunicar com as mais diversas áreas de negócios hoje já são condições mínimas requeridas de um recém-formado.

O dinamismo, entendimento técnico de Marketing e a capacidade de acompanhar e avaliar indicadores do mercado também são algumas outras exigências básicas. “Em comparação com profissionais mais velhos, em cargos como gerentes ou Diretores de Marketing, percebemos que as novas gerações de profissionais não são muito pró-ativas, não quer responsabilidade ou muito trabalho. Por isso, aquele profissional que conseguir unir essas características fará um bom diferencial”, explica Daniela Sanchez, gerente da divisão de Marketing e Vendas da Page Personnel, empresa multinacional de recrutamento, em entrevista ao Mundo do Marketing.

Novo contexto do mercado exige novas especializações

A constante evolução desse mercado obriga o profissional de Marketing a se habilitar em áreas até então desconhecidas ou distantes. Hoje, por exemplo, o Marketing já está bastante ligado à internet, inclusive em ações de divulgação que usam a nova mídia como aliada ou mesmo elemento principal. Outra área que ganhou destaque nos últimos tempos é o ponto-de-venda, espaço sobre o qual o recém-formado deve buscar aprimorar seu conhecimento ainda mais.

“Atualmente, as estratégias também estão mais voltadas ao consumidor final e ao ponto-de-venda, o que exige um conhecimento de Trade Marketing”, explica Adriana Cambiaghi, especialista da Robert Half, concorrente da Page Personnel, em entrevista ao site.

Em uma profissão cuja posição mais alta paga até R\$ 1 milhão de reais anuais entre salários e bônus, segundo o Guia Salarial da Robert Half, são muitos os profissionais que veem na profissão uma chance de enriquecer. Hoje, o salário-médio inicial varia de R\$ 2,5 mil a R\$ 4 mil reais, enquanto que há apenas cinco anos não ultrapassava os R\$ 2,5 mil.

Busca de novos desafios

Para quem tem dúvida se a melhor forma de alavancar na carreira e atingir esses valores é mantendo-se numa mesma empresa ou buscando sempre um novo desafio em outras companhias, Adriana Cambiaghi afirma que não há uma fórmula certa. “O importante é conferir se você está ganhando espaço e exposição no mercado, um crescimento com estabilidade. Se é na mesma empresa, ótimo. Se mudou muito de emprego e não ganhou nada disso, não valeu a pena”, ressalta.

Já Daniela Sanchez, da Page Personnel, acredita que o profissional de Marketing deve sempre buscar novos desafios, uma vez que tenderia a desgostar de fazer o mesmo serviço por muito tempo. “Por isso, se a empresa deseja manter o profissional em sua empresa, deve buscar soluções que reservem ineditismo e desafio ao seu empregado”, explica.

Para quem quer especializar-se na profissão, dois caminhos são a matrícula em cursos de pós-graduação, como MBA, ou para estudos no exterior. Para quem deseja fazer uma pós, a recomendação das empresas de recrutamento é que o profissional recém-formado adquira experiência durante um ano ou mais na profissão. “As empresas valorizam o profissional que sai da faculdade e já embarca em um curso de MBA, mas acredito que aquele que esperar um pouco poderá tirar melhor proveito do curso”, explica Daniela.

A experiência com o mundo de negócios também é essencial para pessoas com carreiras em outras profissões que desejam se especializar em Marketing através de um curso de pós-graduação. “Eu enxergo alguém que graduou em administração e faz uma pós em Marketing com grande futuro, pois ele já tem uma visão de negócio muito importante”, ressalta Adriana.

Experiência no exterior

Uma das empresas que oferece esse serviço, a Intercâmbio Global, traz um novo pacote voltado aos profissionais de Marketing. O produto, em parceria com o Mundo do Marketing e a Universidade da Califórnia, partiu da análise de resultado de uma pesquisa feita pelo Mundo do Marketing com seus leitores. A partir da análise das respostas dos mais de 1500 participantes, os temas escolhidos para serem abordados no curso são Tendências e o Futuro Iminente; Inovações nas Ferramentas e no Arsenal de Marketing; e Visão Sistêmica e Específica. Todos eles baseiam-se no que acontece principalmente nos mercados dos Estados Unidos e a América Latina, sem deixar de focar em outras regiões.

“Essa é uma demanda do mercado: uma educação continuada para a vida inteira, enquanto que em outras gerações a conclusão da formação se dava no ensino superior. É importante sempre se reciclar profissionalmente, e a busca de uma atualização no exterior é um diferencial importante que nossa empresa busca dar”, diz Rafael Villas Bôas, diretor de Marketing e vendas da Intercâmbio Global.

Entre as áreas que mais estão empregando, estão a de serviços e de bens de consumo, seguida pelas empresas voltadas ao mercado corporativo (B2B). Para esse último segmento, Sanchez ressalta que os diferenciais entre profissionais são ainda mais valorizados, uma vez que a concorrência é menor. “A remuneração também é mais baixa, mas com o passar do tempo geralmente é maior do que aquele profissional que atua em outros setores da economia”, explica a gerente de recrutamento da divisão de Marketing e Vendas da PagePersonnel.

Mundo do Marketing: Publicado em 21/1/2009