

 trampos.co &

ALMA/
/BETA

O RAIO X
DOS PROFISSIONAIS

DE MÍDIAS SOCIAIS

parceiro

Share MARKETING
DIGITAL
NA PRÁTICA

índice



03

sobre a pesquisa



30

tá tudo bem?



04

perfil geral



35

meu ídolo, meu herói



18

grana, dimdim



52

expediente

sobre a pesquisa

Luiz Yassuda

No ano de 2014, a pesquisa “O Raio-x dos profissionais de mídias sociais no Brasil” foi organizada pelo [tramos.co](#) e pela Alma Beta para entender em que ponto estávamos nos quase dez anos de disciplina no país.

Foi a maior pesquisa feita até então no país para entender este particular mercado, com 1.037 entrevistas com profissionais de todo o Brasil, que responderam pesquisas sobre a escolaridade, a faixa salarial, o nível de satisfação com o mercado de trabalho e com as empresas onde estão, as influências, as referências e as expectativas para o futuro.

Em 2015, quisemos entender algumas coisas: os dados que obtivemos em 2014 eram consistentes ou mudariam com uma nova amostra? Os alertas

que fizemos em 2014 sobre a disparidade salarial entre homens e mulheres, a falta de referência dos novos profissionais e o fato de que um terço do mercado deseja trocar de emprego nos próximos

os dados que obtivemos em 2014 eram consistentes ou mudariam com uma nova amostra?

três meses se mantém? Para isso, realizamos entrevistas com mais de 1.000 pessoas de todos os cantos do país.

Mais do que apenas atualizar números, a pesquisa 2015 aprofunda algumas destas questões e deixa novos apontamentos para os próximos

anos. Apresentamos novamente aqui os dados obtidos, de maneira gratuita.

Sobre o [tramos.co](#): O [tramos.co](#) é uma plataforma que conecta pessoas incríveis através de oportunidades de emprego para profissionais e recrutadores na área de comunicação e tecnologia. O projeto iniciou em maio de 2008 e hoje atende mais de 2.700 empresas em todo o Brasil.

Sobre a Alma Beta: Alma Beta é uma *boutique* de comunicação de serviços especializados em digital. Fundada em 2012 por profissionais que trabalham há mais de 10 anos exclusivamente com meios digitais e sociais, a Alma Beta já acumula trabalhos realizados para empresas e organizações do Brasil e dos Estados Unidos, além das principais agências de publicidade do país.



perfil geral

QUEM SÃO
ESTES PROFISSIONAIS

5 quem são estes profissionais?

quem é o profissional de Mídias Sociais?

Na pesquisa de 2014, descobrimos que o perfil do profissional de mídia social, se criássemos uma *persona*, provavelmente mora na cidade de São Paulo, tem entre vinte e trinta anos, trabalha oito horas por dia, realizou cursos sobre mídias sociais em renomadas instituições, possui perfil e página no Facebook, realiza trabalhos voluntários, está estudando ou é recém-diplomado numa instituição de Ensino Superior e trabalha há menos de quatro anos dentro de uma agência de comunicação, que pode ser uma das grandes ou uma pequena e menos conhecida.

continuamos a ver um profissional bem preparado do ponto de vista acadêmico, com expressivo número de pessoas buscando pós-graduação ou mestrado/doutorado.

Ao compararmos a amostra de 2015, continuamos a ver um profissional bem preparado do ponto de vista acadêmico, com expressivo número de pessoas buscando pós-graduação ou mestrado/doutorado.

O estado de São Paulo (e em particular a sua capital) continua concentrando quase metade

da mão de obra. Entretanto, apenas dois estados não tiveram respondentes na edição 2015: Acre e Roraima.

Veja um pouco mais sobre quem é o profissional de mídias sociais nas próximas páginas.

6 quem são estes profissionais?

gênero

elas são maioria:

aproximadamente **6 em cada 10 profissionais** são mulheres.



2014

2015

7 quem são estes profissionais?

faixa etária

2014

idade média

26 anos

18-24 anos

35%

25-30 anos

46%

31-35 anos

12%

36-40 anos

4%

40+ anos

2%

2015

idade média

27 anos

18-24 anos

36%

25-30 anos

44%

31-35 anos

14%

36-40 anos

4%

40+ anos

2%

8 quem são estes profissionais?

onde vivem

São Paulo continua empregando metade da mão de obra de mídias sociais do país.

São Paulo



▼ queda de 5% em relação à 2014

Rio de Janeiro



Rio Grande do Sul



Minas Gerais



Paraná



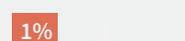
Distrito Federal



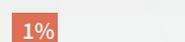
Santa Catarina



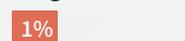
Goiás



Amazonas



Alagoas



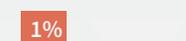
Bahia



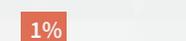
Pernambuco



Rio Grande do Norte



Pará



outros



9 | quem são estes profissionais?

o mercado se concentra no estado de sp

sozinha, a cidade de São Paulo é responsável por **34%** de toda a mão de obra de Mídias Sociais do país.

10 quem são estes profissionais?

🕒 jornada de trampo

em média os profissionais de Mídias Sociais
trampam 8 horas e 15 minutos por dia.

total de horas por semana

30 horas

12,7%

35 horas

2,7%

40 horas

45%

45 horas

17,2%

50 horas

11,4%

55 horas ou mais

4,5%

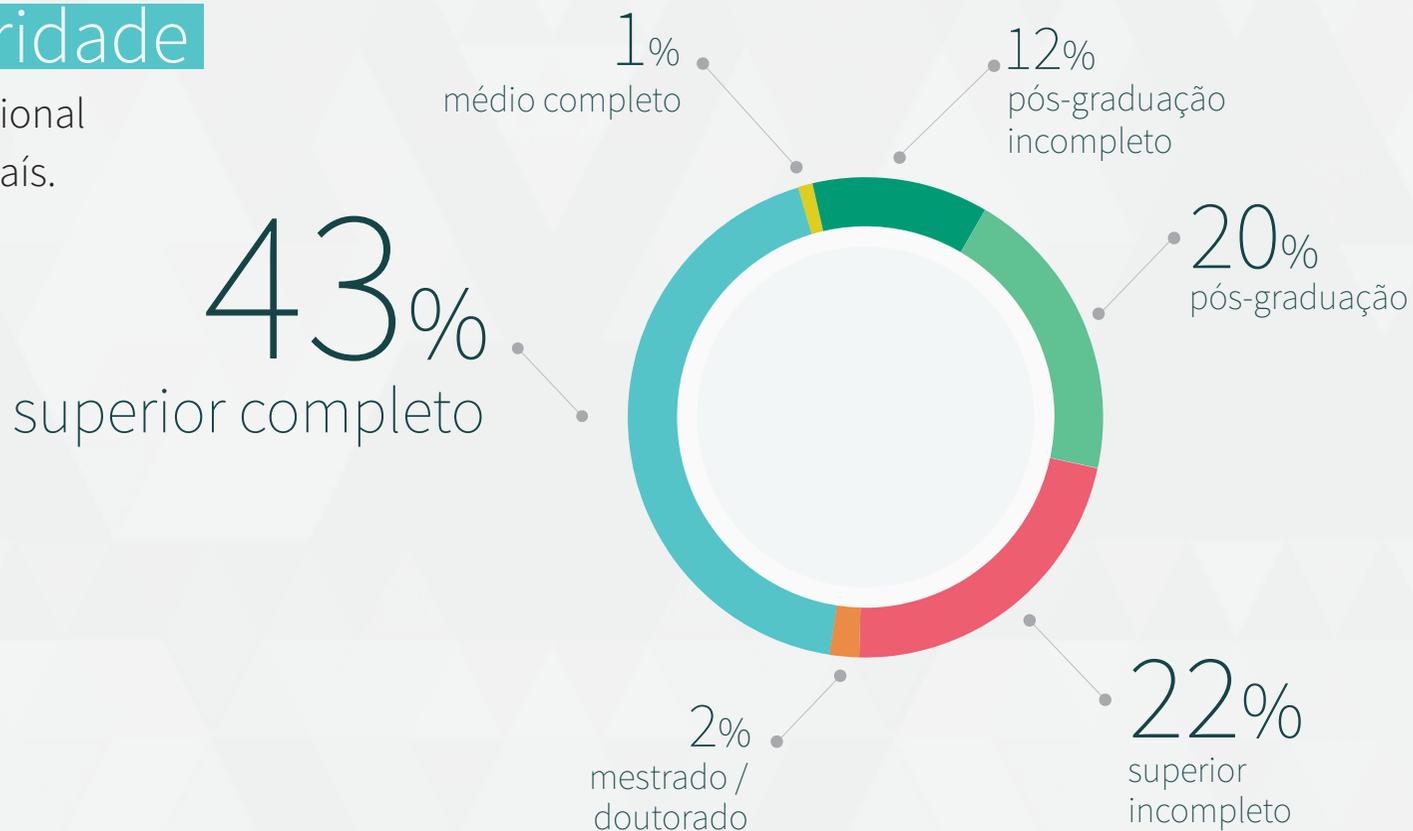
11 quem são estes profissionais?



nível educacional

alta escolaridade

é a marca do profissional de Mídia Social no país.



12 quem são estes profissionais?



cursos especializados

de 493 correspondentes, somente 14 que fizeram um curso na área o realizaram no exterior.

os cursos mais mencionados são no Brasil, em instituições de ensino ou workshops profissionais.

2014

43,4%

fizeram algum tipo de curso, treinamento ou workshop

2015

48,2%

fizeram algum tipo de curso, treinamento ou workshop

13 quem são estes profissionais?

atividades extracurriculares desempenhadas

criou um trabalho próprio em Mídias Sociais (exemplo: blog, canal próprio no YouTube, comunidades populares no Orkut)

43%

trabalho voluntário

42%

abriu o próprio negócio relacionado a Mídias Sociais (agência/produtora própria, serviços e outras startups)

25%

criou um trabalho próprio em produção de conteúdo (documentário, curta metragem, longa metragem, fotografia profissional, produção musical etc.)

24%

trabalhou em startups como freelancer ou funcionário

22%

intercâmbio de estudos (acima de um mês)

15%

intercâmbio de trabalho (ex.: Work & Travel, Au Pair, voluntariado no exterior)

7%

outros

5%

14 quem são estes profissionais?



onde trabalham

quase metade da força de trabalho está em agências digitais e full service

agência digital

30%

▲ aumento de 4% em relação à 2014

agência full service

17%

cliente

10%

agência/produtora especializada em Mídias Sociais

6%

desempregado

6%

freelancer

6%

agência/produtora especializada em outros canais

5%

veículos de mídia

4%

startup

3%

outros

13%

15 quem são estes profissionais?



em que departamento

a maioria desses profissionais está alocada em departamentos dedicados exclusivamente a disciplina de Mídias Sociais.

departamento de Mídias Sociais ou equivalente

46%

▲ aumento de 5% em relação à 2014

marketing

criação

8%

planejamento

7%

mídia

3%

atendimento

3%

relacionamento com o consumidor

3%

produção

2%

tecnologia

1%

vendas

1%

gerência de produtos

1%

autor de blog/canal do youtube

1%

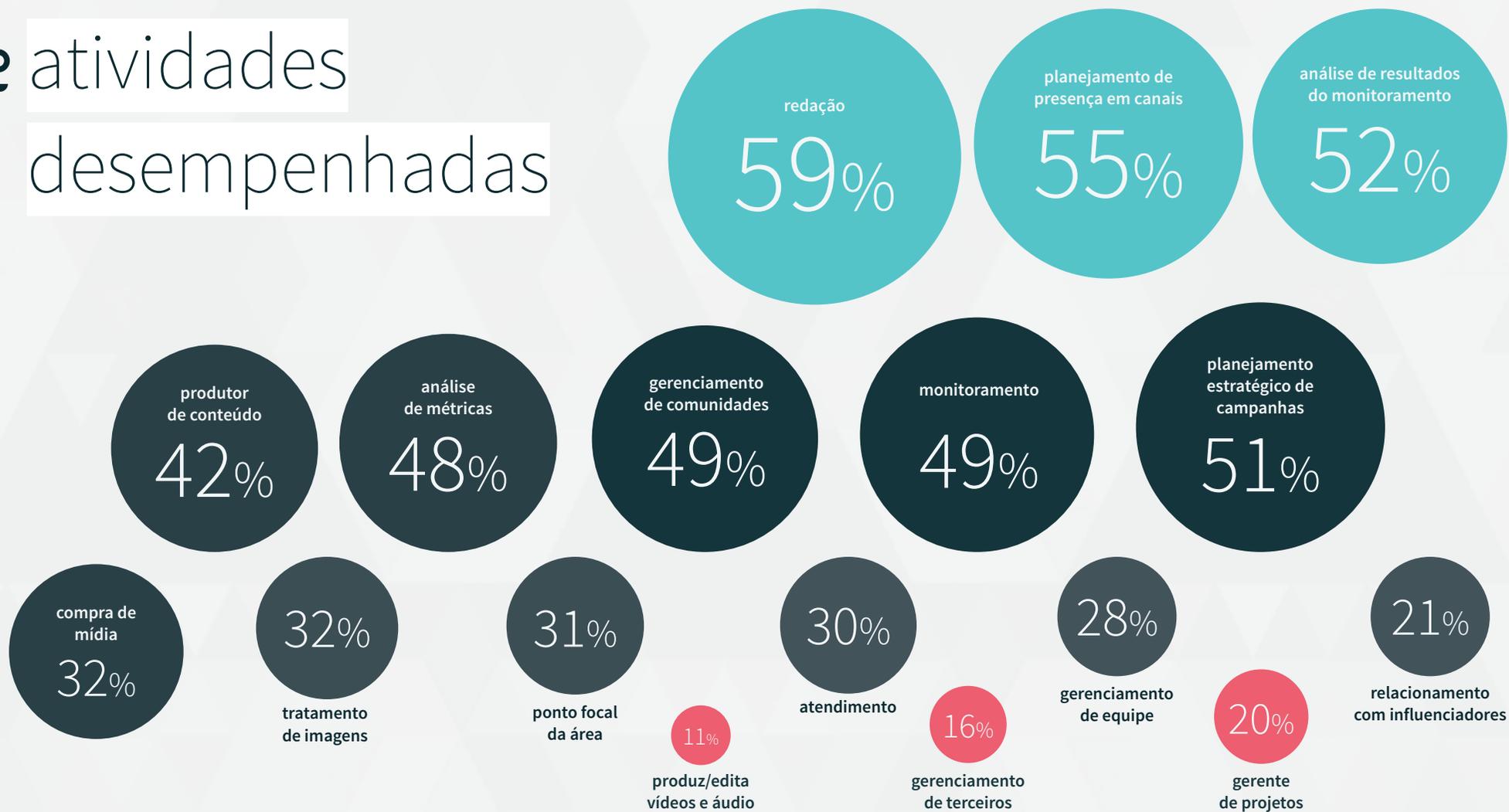
outros

7%



atividades

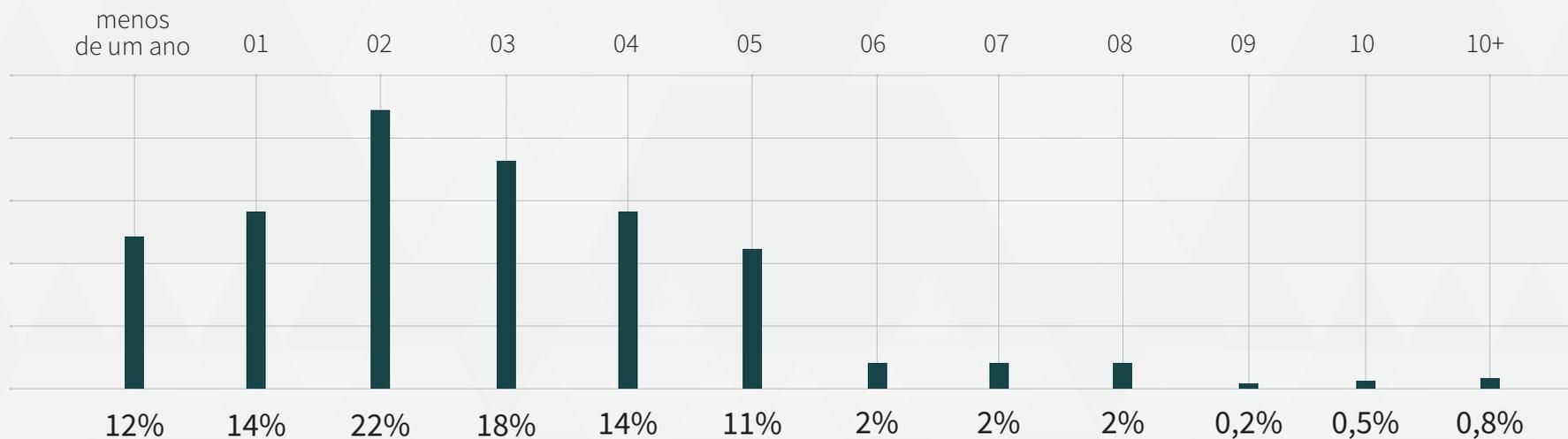
desempenhadas



17 quem são estes profissionais?

≡ experiência

80.6% dos profissionais possuem 4 anos ou menos de experiência. mais de 12% sequer trabalhavam na área quando fizemos a pesquisa 2014.



A background image of Leonardo DiCaprio in a tuxedo, smiling and holding a camera up to his eye. The image is overlaid with a dark green circular graphic and a semi-transparent dark green circle. The text is overlaid on the left side of the image.

grana, dindim, bufunfa

A REMUNERAÇÃO DO PROFISSIONAL DE MÍDIAS SOCIAIS

de novo, a questão salarial

Em 2014, criamos alguma polêmica ao afirmar que os homens acabam tendo uma média salarial superior à das mulheres. Isso acontecia também em quase todas as faixas e hierarquias.

Em pesquisa anterior do [tramos.co](#), em homenagem ao Dia Internacional da Mulher, constatou-se também a discrepância de pretensão salarial em outras áreas mais consolidadas da comunicação e da tecnologia.

Em 2015, demos uma atenção especial a este tópico. Antes, os profissionais poderiam responder apenas em que faixa salarial estavam (exemplo: se

A discrepância entre salários de homens e mulheres, no entanto, se mantém ou se acentua.

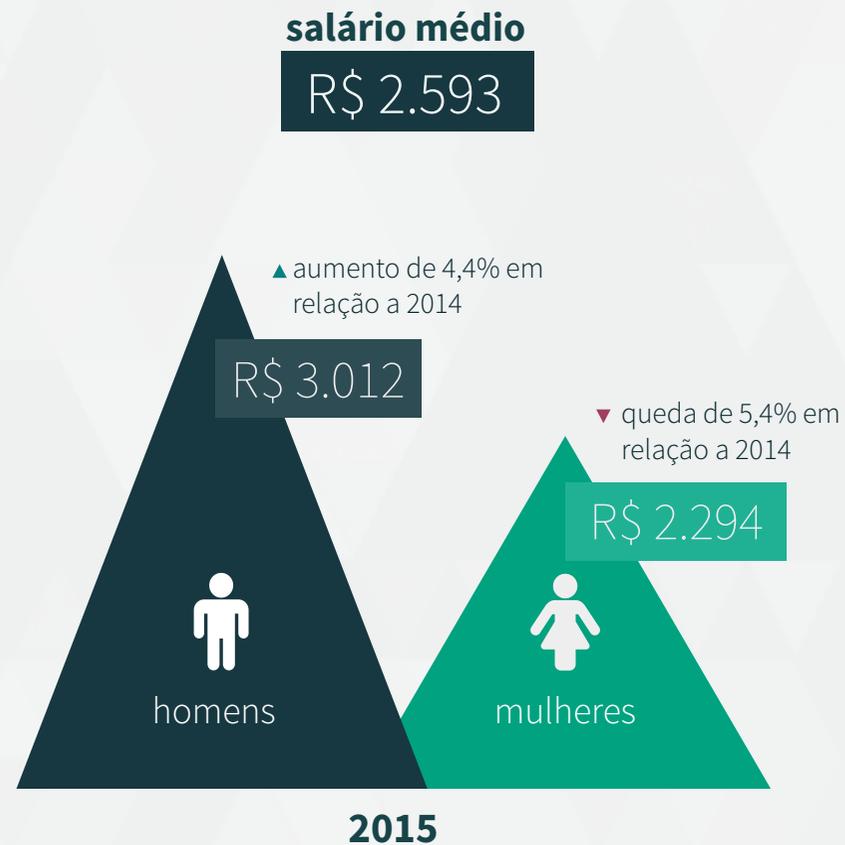
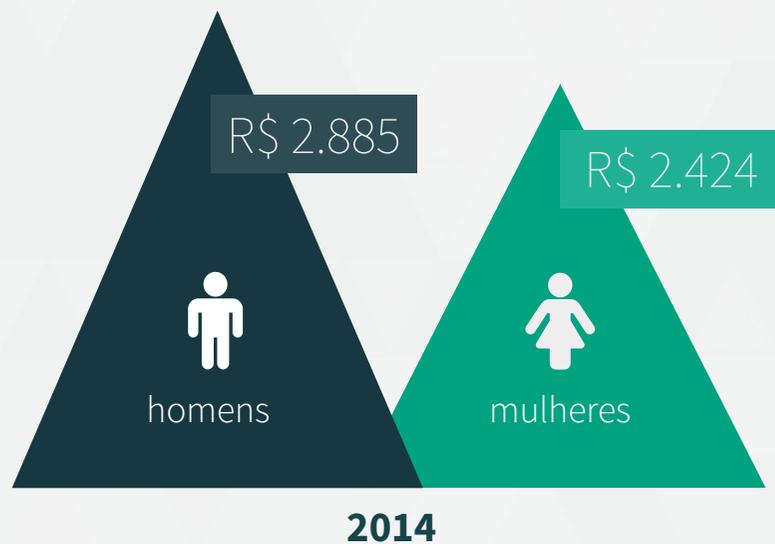
ganha R\$ 2.400, o profissional poderia responder apenas que ganha entre R\$ 2.000 e R\$ 3.000). Na nova metodologia de coleta, o campo tornou-se livre para os valores. Isso trouxe as seguintes correções: permitir valores bem maiores que R\$ 11.000 mensais (valor máximo na última pesquisa) e também menores que um salário mínimo para obter uma média salarial (principalmente quando comparamos cargos iguais) mais consistente.

A nossa aposta é que haveria uma sacudida profunda nas médias, mas a diferença entre o que obtivemos em 2014 (R\$ 2.432,19) e 2015 (R\$ 2.593,22) é pequena. A discrepância entre salários de homens e mulheres, no entanto, se mantém ou se acentua.

Listamos também em cada média o maior salário mencionado e o menor, que evidencia que há muita gente no mercado ganhando menos que um salário mínimo mesmo quando não a relação de trabalho não é mais o estágio. Para quem precisa de boas notícias, a faixa salarial máxima mostra que é possível sonhar com salários bem altos.

\$ média salarial

apesar de serem maioria na força de trabalho, as **mulheres ganham salários abaixo da média masculina**.

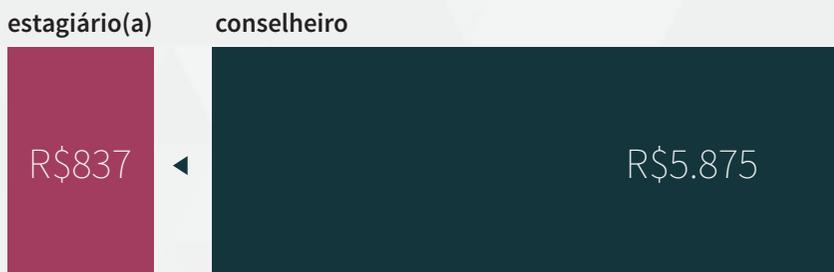




média salarial por hierarquia

homens e mulheres

os níveis hierárquicos muitas vezes não são bem percebidos pelos profissionais. há muitas pessoas com faixas salariais de **estágio acumulando funções.**



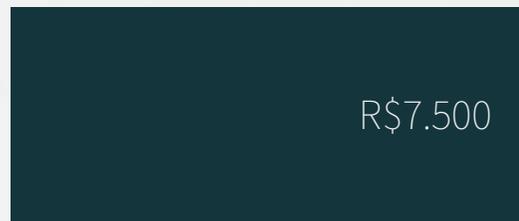
| | min. | máx. | média 2015 | média 2014 |
|----------------|----------|-----------|------------|------------|
| conselheiro(a) | R\$3.000 | R\$9.000 | R\$5.875 | - |
| CEO | R\$1.000 | R\$18.000 | R\$4.812 | R\$3.478 |
| diretor(a) | R\$700 | R\$26.000 | R\$4.768 | R\$4.345 |
| head | R\$1.200 | R\$12.000 | R\$4.084 | R\$3.917 |
| gerente | R\$350 | R\$22.500 | R\$3.978 | R\$3.971 |
| coordenador(a) | R\$500 | R\$15.000 | R\$3.244 | R\$3.119 |
| supervisor(a) | R\$1.000 | R\$8.000 | R\$3.139 | R\$3.537 |
| analista | R\$575 | R\$10.000 | R\$2.183 | R\$2.302 |
| assistente | R\$750 | R\$3.500 | R\$1.428 | R\$1.720 |
| estagiário(a) | R\$250 | R\$1.700 | R\$837 | R\$1.400 |
| outros | R\$400 | R\$10.000 | R\$2.000 | R\$837 |

 média salarial
por hierarquia
homens

estagiário



conselheiro



| | min. | máx. | média 2015 |
|-------------|----------|-----------|------------|
| conselheiro | R\$7.500 | R\$7.500 | R\$7.500 |
| CEO | R\$1.000 | R\$18.000 | R\$5.515 |
| diretor | R\$1.300 | R\$26.000 | R\$5.031 |
| head | R\$900 | R\$11.000 | R\$3.410 |
| gerente | R\$666 | R\$22.500 | R\$4.432 |
| coordenador | R\$1.000 | R\$15.000 | R\$3.394 |
| supervisor | R\$1.800 | R\$8.000 | R\$3.725 |
| analista | R\$600 | R\$10.000 | R\$2.262 |
| assistente | R\$750 | R\$3.500 | R\$1.526 |
| estagiário | R\$300 | R\$1.600 | R\$963 |
| outros | R\$500 | R\$7.000 | R\$1.872 |

média salarial por hierarquia

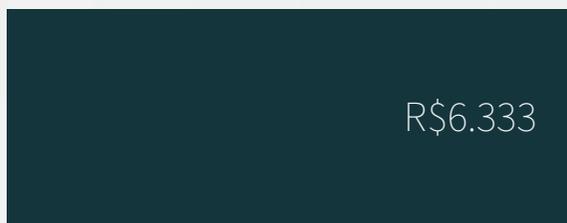
mulheres

head e outros são os únicos níveis hierárquicos em que mulheres ganham mais.

estagiária



head



| | min. | máx. | média 2015 |
|--------------|----------|-----------|------------|
| conselheira | R\$3.000 | R\$9.000 | R\$5.333 |
| CEO | R\$1.000 | R\$3.000 | R\$2.000 |
| diretora | R\$700 | R\$20.000 | R\$4.214 |
| head | R\$7.000 | R\$12.000 | R\$6.333 |
| gerente | R\$350 | R\$10.000 | R\$3.559 |
| coordenadora | R\$500 | R\$8.000 | R\$3.101 |
| supervisora | R\$1.000 | R\$5.200 | R\$2.726 |
| analista | R\$575 | R\$8.000 | R\$2.143 |
| assistente | R\$760 | R\$3.000 | R\$1.384 |
| estagiária | R\$250 | R\$1.700 | R\$769 |
| outros | R\$400 | R\$10.000 | R\$2.119 |



média salarial por nível educacional

homens e mulheres

as maiores faixas salariais continuam com aqueles que realizam pós-graduação ou mestrado/doutorado.

| | | |
|----------------------------|----------|---------------------------------|
| ensino médio completo | R\$1.976 | máx. R\$10.000 min. R\$760 |
| ensino superior incompleto | R\$1.766 | máx. R\$15.000 min. R\$250 |
| ensino superior completo | R\$2.530 | máx. R\$26.000 min. R\$600 |
| pós graduação incompleto | R\$2.452 | máx. R\$20.000 min. R\$300 |
| pós graduação completo | R\$3.684 | máx. R\$22.500 min. R\$600 |
| mestrado doutorado | R\$3.516 | máx. R\$11.000 min. R\$1.000 |



média salarial por nível educacional

homens

| | | |
|----------------------------|----------|---------------------------------|
| ensino médio completo | R\$3.340 | máx. R\$10.000 mín. R\$2.000 |
| ensino superior incompleto | R\$2.134 | máx. R\$15.000 mín. R\$500 |
| ensino superior completo | R\$3.036 | máx. R\$26.000 mín. R\$750 |
| pós graduação incompleto | R\$2.589 | máx. R\$10.000 mín. R\$300 |
| pós graduação completo | R\$4.403 | máx. R\$22.500 mín. R\$666 |
| mestrado doutorado | R\$4.191 | máx. R\$11.000 mín. R\$1.000 |



média salarial por nível educacional

mulheres

| | | |
|----------------------------|----------|---------------------------------|
| ensino médio completo | R\$1.001 | máx. R\$1.500 min. R\$760 |
| ensino superior incompleto | R\$1.414 | máx. R\$12.000 min. R\$250 |
| ensino superior completo | R\$2.210 | máx. R\$10.000 min. R\$600 |
| pós graduação incompleto | R\$2.335 | máx. R\$20.000 min. R\$860 |
| pós graduação completo | R\$3.276 | máx. R\$15.000 min. R\$600 |
| mestrado doutorado | R\$2.841 | máx. R\$10.000 min. R\$1.300 |



média salarial por regime de contratação

homens e mulheres

a média de estágio muda, pois alguns estagiários acabam enquadrados em outros regimes, como acordo verbal.

| | | |
|---------------------------------|----------|-------------------------------|
| estágio | R\$845 | máx. R\$1.700 min. R\$300 |
| acordo verbal | R\$2.335 | máx. R\$22.500 min. R\$250 |
| CLT | R\$2.651 | máx. R\$26.000 min. R\$666 |
| pessoa jurídica (emite nota) | R\$4.257 | máx. R\$15.000 min. R\$600 |
| pessoa jurídica (dono ou sócio) | R\$4007 | máx. R\$18.000 min. R\$700 |



média salarial por regime de contratação

homens

| | | |
|---------------------------------|----------|---------------------------------|
| estágio | R\$940 | máx. R\$1.600 min. R\$300 |
| acordo verbal | R\$2.736 | máx. R\$22.500 min. R\$800 |
| CLT | R\$3.013 | máx. R\$26.000 min. R\$666 |
| pessoa jurídica (emite nota) | R\$4.771 | máx. R\$15.000 min. R\$1.000 |
| pessoa jurídica (dono ou sócio) | R\$4.227 | máx. R\$18.000 min. R\$900 |



média salarial por regime de contratação

mulheres

| | | |
|---------------------------------|----------|-------------------------------|
| estágio | R\$800 | máx. R\$1.700 min. R\$400 |
| acordo verbal | R\$2.034 | máx. R\$20.000 min. R\$250 |
| CLT | R\$2.421 | máx. R\$10.000 min. R\$700 |
| pessoa jurídica (emite nota) | R\$3.813 | máx. R\$10.000 min. R\$600 |
| pessoa jurídica (dono ou sócio) | R\$3.649 | máx. R\$15.000 min. R\$700 |



tá tudo bem?

SATISFAÇÃO COM O EMPREGO

o que quer o profissional de Mídias Sociais?

Em 2015, fomos um pouco além no tópico de satisfação dos profissionais com a área e seus atuais empregos e empregadores.

Sim, ainda constatamos que as pessoas estão felizes em ter uma carreira no mercado de comunicação (89%), estão felizes em seus atuais empregos (66%) e felizes com as empresas que lhe empregam ou que lhe pertencem (62%). Ainda valorizam o aprendizado gerado, o ambiente de trabalho e, em muitos casos, os resultados obtidos por seus projetos.

Também encontramos um número alto de

as principais demandas, além do salário e do aprendizado, são o reconhecimento pelo trabalho, a flexibilidade de horários e maior liberdade criativa.

pessoas que, apesar de toda essa felicidade, deseja trocar de emprego nos próximos três meses (40%), em busca de melhores salários, aprendizado e outros benefícios.

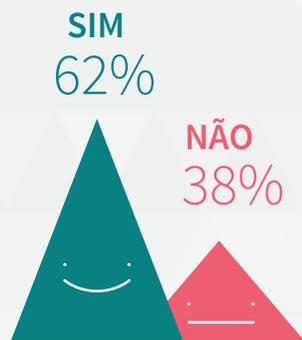
Sobre a expectativa em relação ao restante do ano, mais de 75% dos respondentes acreditam

que trabalharão mais do que em 2014. E para 70% dos respondentes, há também a expectativa de ganhar mais que em 2014.

Nas perguntas abertas, em que permitimos aos profissionais explicar as suas principais reivindicações, as principais demandas, além da questão salarial e do aprendizado, são o reconhecimento pelo trabalho que desempenham, a flexibilidade de horários e regimes de trabalho e maior liberdade criativa.

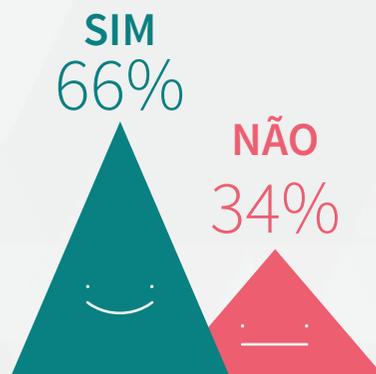
panorama de satisfação profissional

“você está feliz com a empresa que lhe emprega ou é dono?”



▼ queda de 5% em relação à 2014

“você está feliz com o seu atual trabalho?”



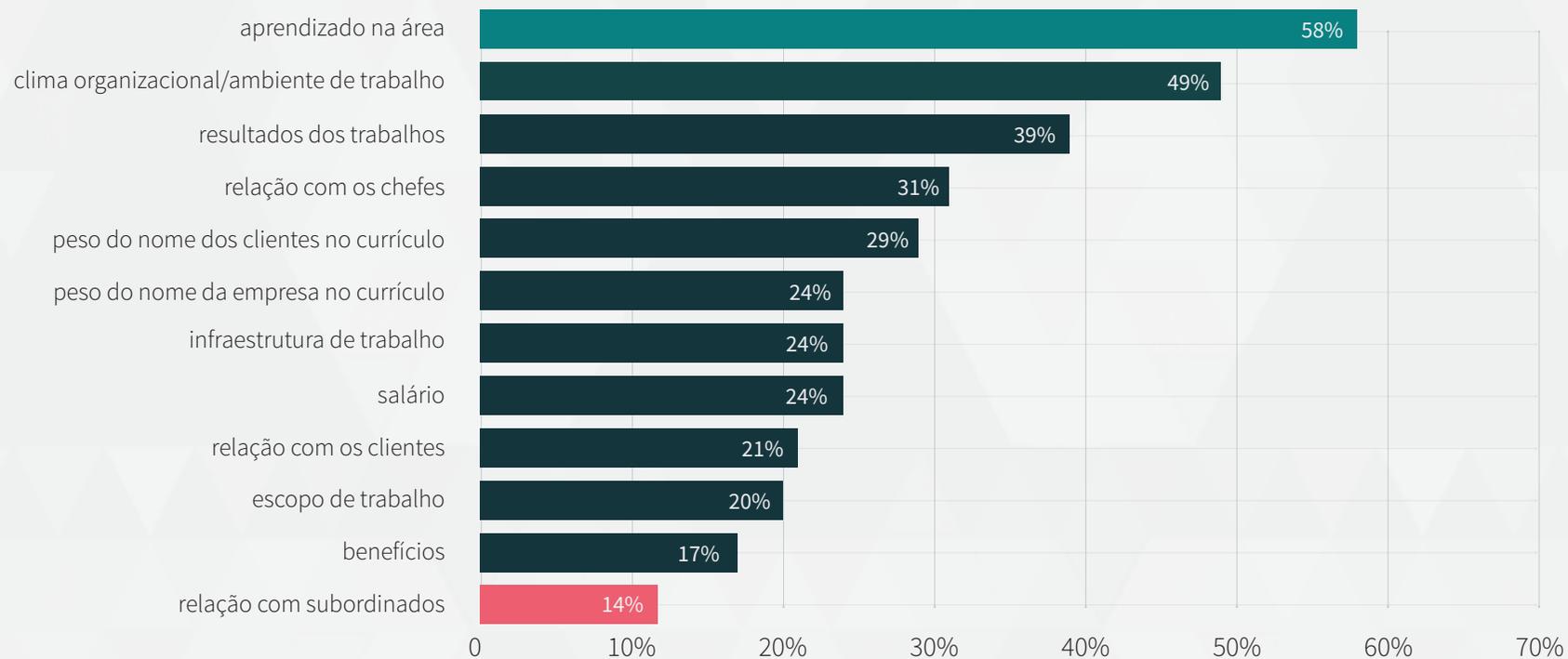
▼ queda de 4% em relação à 2014

“você está feliz em ter uma carreira na área de comunicação e marketing?”

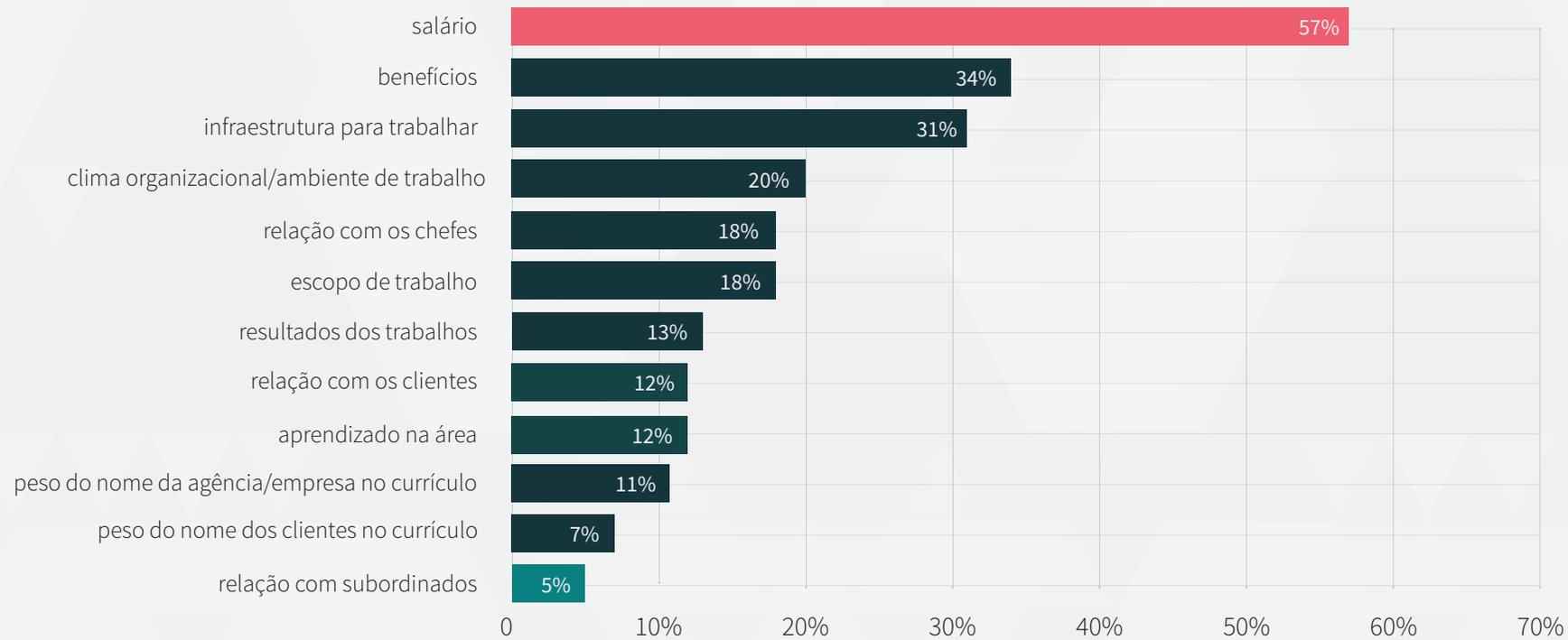


▼ queda de 1% em relação à 2014

o que mais valorizam



o que menos gostam



objetivos de carreira no curto prazo

“deseja trocar de
trabalho nos próximos
3 meses?”



▲ aumento de 2% em relação à 2014

tipo de empresa que desejam ir

agência digital

23%

agência/produtora especializada em Mídias Sociais

12%

cliente

12%

outra disciplina do marketing/comunicação

11%

agência full service

8%

abrir próprio negócio

8%

mudar de carreira

6%

veículos de mídia

5%

freelancer

4%

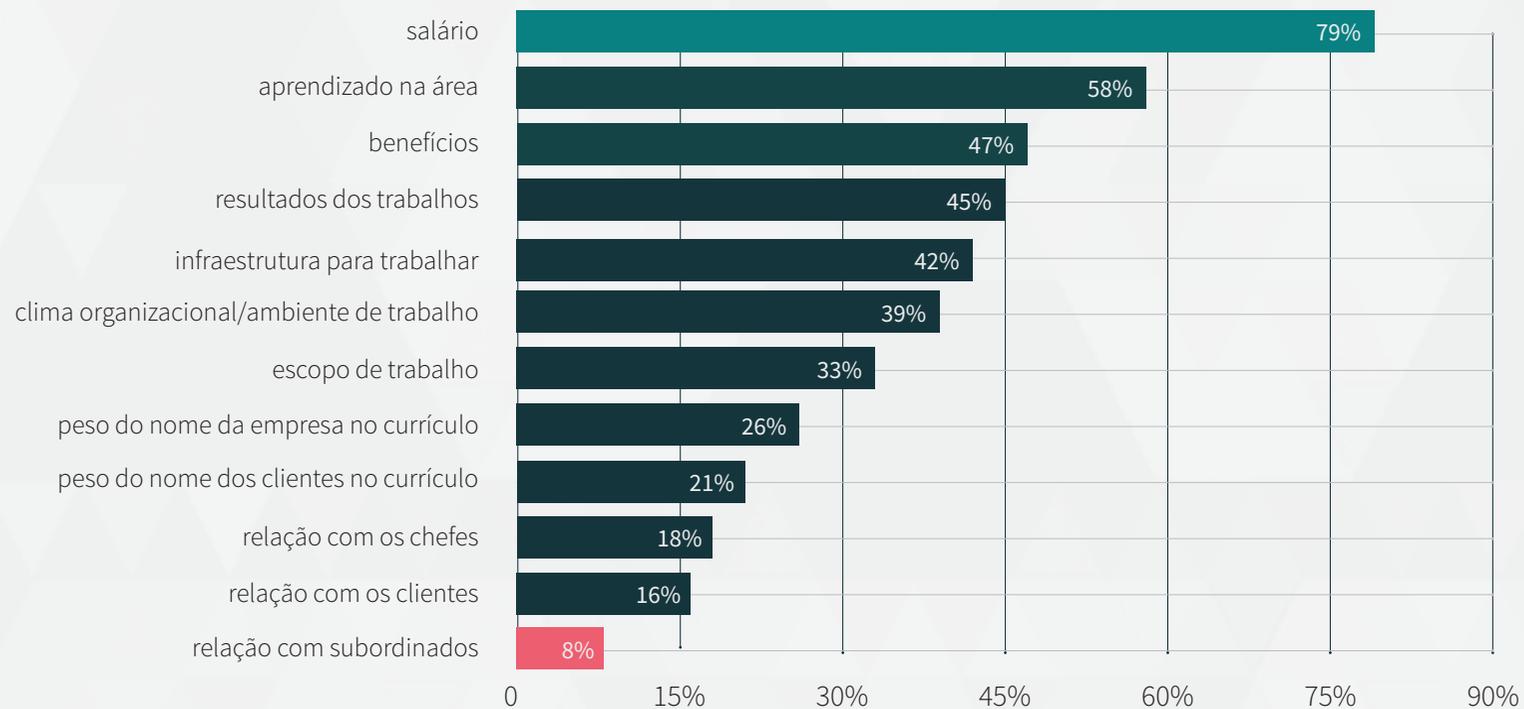
agência/produtora especializada em outros canais

3%

outros

8%

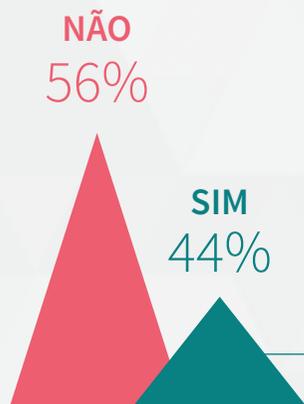
o que procuram no novo emprego?



* somente respondentes que afirmaram desejarem trocar de emprego

empresas onde gostaria de trabalhar

“há alguma empresa onde
gostaria de trabalhar?”



▲ aumento de 6% em relação à 2014

empresas mais citadas



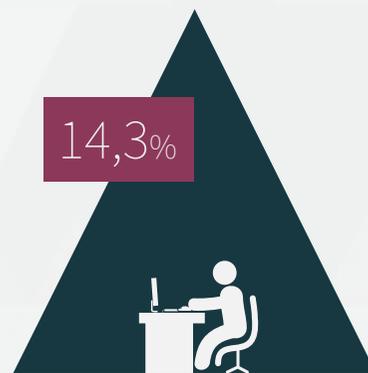
DM9



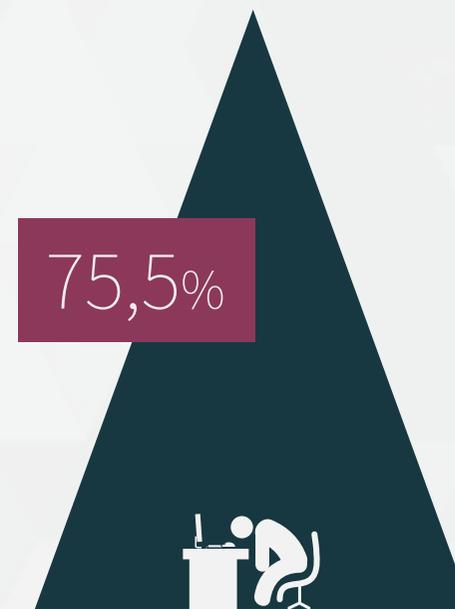
quais são as suas expectativas para o seu trabalho em 2015?



vou trabalhar menos
que em 2014



vou trabalhar o mesmo
que em 2014



vou trabalhar mais
que em 2014

quais são as suas expectativas para o seu trabalho em 2015?

trabalho e recompensa

os profissionais acham que trabalharão mais, mas serão recompensados



vou ganhar menos que em 2014



vou ganhar o mesmo que em 2014



vou ganhar mais que em 2014

o que querem do emprego ideal?

ambiente bom,
boa infraestrutura

com mais
liberdade criativa

que eu possa ter
reconhecimento

flexibilidade de
horário/home office

bem remunerado

clientes dispostos

o que querem para eles?

aprender mais.
dinheiro é consequência

aumento salarial,
por favor!

crescimento e
desenvolvimento
profissional

oportunidades para
mostrar meu valor

maior reconhecimento

maior profissionalização
do mercado



meu ídolo, meu herói

QUEM SERVE DE INSPIRAÇÃO PARA
OS PROFISSIONAIS DE MÍDIAS
SOCIAIS?

como se informa o profissional de Mídias Sociais?

No ano passado, lançamos um alerta sobre as referências do profissional de Mídias Sociais: metade do mercado não teria quaisquer cases ou profissionais para se espelhar e poderia reproduzir os mesmos erros da área no passado.

Resolvemos expandir as perguntas sobre ele consome informação. E há uma constatação importante a ser feita: as fontes de informação familiares a mais da metade dos profissionais são apenas o Facebook,

o Twitter, os portais e os blogs. Se olharmos mais atentamente, vemos que apenas o Facebook (90,6%) e os portais (85,9%) possuem tal cobertura - acima dos 80% - o que é novamente preocupante. Será que a única fonte de informação de uma boa parcela dos profissionais são os links que aparecem na timeline?

Ao perguntarmos sobre como se informa especificamente sobre Mídias Sociais, os profissionais listaram os sites brasileiros como principal fonte

de informação (82,37%), destacando as seguintes publicações: AdNews, Brainstorm9 e Meio & Mensagem.

Entre os profissionais e cases nacionais que poderiam ser referência, há pouca alteração em relação ao último ano. O alerta continua válido: a demanda por uma área mais profissional passa por pessoas com boa formação (como já têm) e bem informadas. E nesse quesito, há muito o que melhorar.

como você se informa diariamente sobre assuntos gerais?

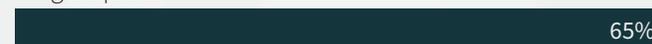
timeline do Facebook



portais



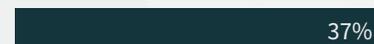
blogs específicos



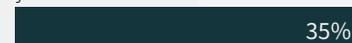
timeline do Twitter



televisão



jornais



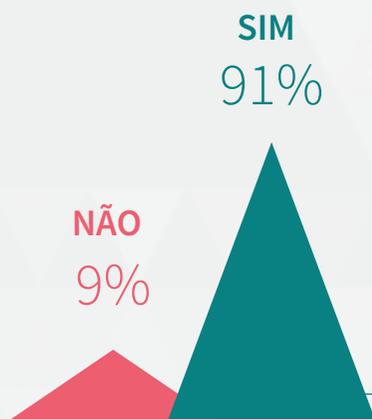
revistas



outros



você se informa diariamente ou semanalmente sobre Mídias Sociais?



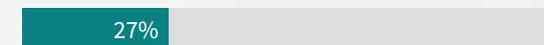
sites brasileiros?



mais citados



segue perfis específicos no Twitter ou no Facebook?



mais citados



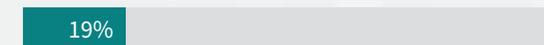
sites estrangeiros?



mais citados



revistas especializadas



mais citados



você se informa diariamente ou semanalmente sobre Mídias Sociais?

jornais especializados

7%

mais citados

FOLHA DE S. PAULO | *meio&mensagem*

ESTADÃO

programa especializado de TV

11%

mais citados

OLHAR DIGITAL | RECLAMEI | Navegador

portais

52%

mais citados

UOL | EXAME | terra

eventos

48%

mais citados

SOCIAL MEDIA WEEK | Campus Party™ | Share MARKETING DIGITAL NA PRÁTICA | youpix

quem são as referências do mercado



38% responderam
sim em 2014

nomes mais mencionados



Martha Gabriel



Ian Black



Tarcizio Silva



Camila Porto



Marcel Bely

cases nacionais que servem de inspiração

“há um case brasileiro que seja considerado inspiração?”



cases mais citados



Prefeitura
de Curitiba



Ponto
Frio



Netflix



Bradesco



Coca-cola

agências brasileiras fazendo bom trabalho em Mídias Sociais

“há alguma agência brasileira
fazendo um trabalho muito
bom em Mídias Sociais?”



▲ aumento de 6% em relação à 2014

agências mais citadas



cases estrangeiros que servem de inspiração

“há um case estrangeiro que
seja considerado inspiração?”



cases mais citados



Oreo



Heineken



Coca-Cola



Dove



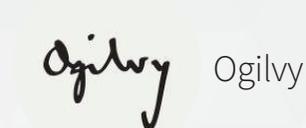
Starbucks

agências estrangeiras fazendo bom trabalho em Mídias Sociais

“há alguma agência estrangeira fazendo um trabalho muito bom em Mídias Sociais?”



agências mais citadas



expediente



O tramos.co é um site de empregos focado na área de comunicação e TI. nascemos para fazer a ponte entre as pessoas que precisavam contratar e a galera que precisava trabalhar.

Desde 2008, já passaram pelo tramos.co mais de 2 mil empresas, que publicaram mais de 40 mil oportunidades. 40 mil oportunidades para mudar vidas.



ALMA/
/BETA

Alma Beta é uma boutique de comunicação de serviços especializados em digital.

Fundada em 2012 por profissionais que trabalham há quase uma década exclusivamente com meios digitais e sociais, a Alma Beta já acumula trabalhos realizados para empresas e organizações do Brasil e dos Estados Unidos, além das principais agências de publicidade do país.