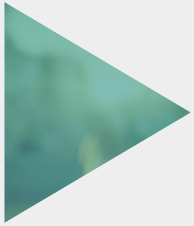
o raio-x dos

profissionais de mídias sociais no Brasil

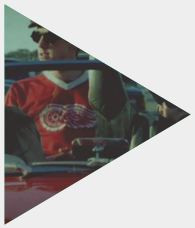
trampos.co & ALMA/BETA

índice

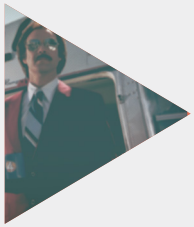
03
sobre a pesquisa



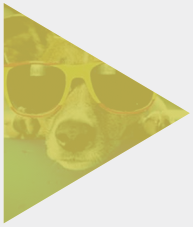
05
perfil geral



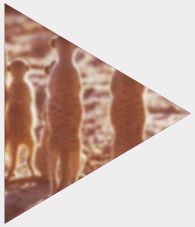
19
grana, dimdim



27
tá tudo bem?



35
meu ídolo, meu herói



43
fauna xoxomidiática

64
expediente

sobre a pesquisa

Luiz Yassuda

A pesquisa “O Raio X dos profissionais de Mídias Sociais no Brasil” foi organizada pelo trampos.co e pela Alma Beta para entender em que ponto estamos nos quase dez anos de disciplina no país.

Com toda a expertise como maior site de empregos para as áreas de comunicação e tecnologia, o trampos.co queria entender melhor como se comporta o profissional, quem está entrando na área e quem está se consolidando. Encontrou na Alma Beta o parceiro ideal para o desenvolvimento da pesquisa, uma empresa que conta com profissionais que atuam no mercado de mídias digitais e sociais há quase dez anos.

a pesquisa é a maior do gênero já realizada no país:

Foram 1037 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.

Apresentamos aqui organizadamente os dados obtidos, de maneira gratuita.

perfil geral

quem são estes profissionais

01

quem é o profissional de Mídias Sociais?

Se precisássemos ilustrar a pesquisa com a foto de um(a) profissional, como ele ou ela seria? A primeira sugestão talvez fosse uma pessoa jovem, com vinte e poucos anos, sem muita experiência de mercado, mas muito conectada às novidades da Internet, certo?

Mas vamos um pouco mais fundo na questão. Descobrimos que este perfil, esta pessoa, 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.

se precisássemos ilustrar a pesquisa com a foto de um(a) profissional, como ele ou ela seria?

Este perfil diz respeito a metade dos profissionais, mas não fala sobre o todo. Há profissionais de Mídias Sociais em diversos tipos de empresa, respondendo a departamentos que podem nem estar tão próximos do marketing. Há profissionais, ainda que poucos, que atuam há mais de dez anos e que ajudaram a formatar a disciplina, a área ou o produto que hoje diversas empresas vendem. Há profissionais com mais de 50 anos de idade atuando com tais modernidades. E sim, há espaço para profissionais de mídia social em todo o país.

Veja um pouco mais sobre quem é o profissional de Mídias Sociais nas próximas páginas.

gênero

elas são maioria

aproximadamente 6 em cada 10 profissionais são mulheres.

mulheres

56,5%

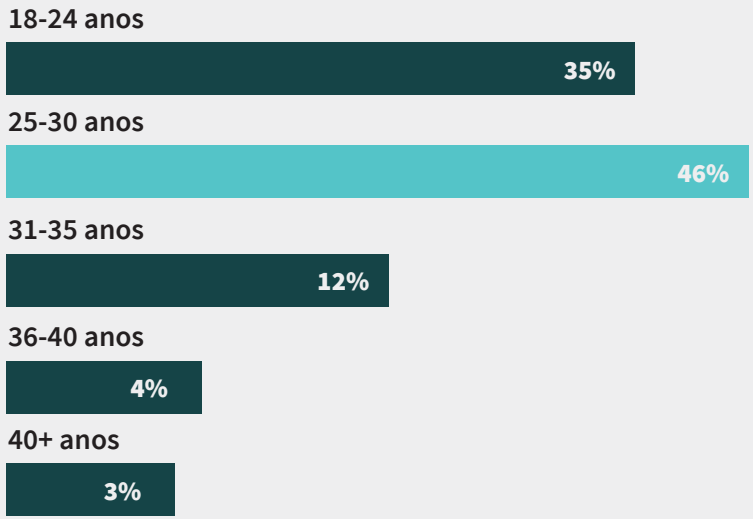
homens

43,5%

faixa etária

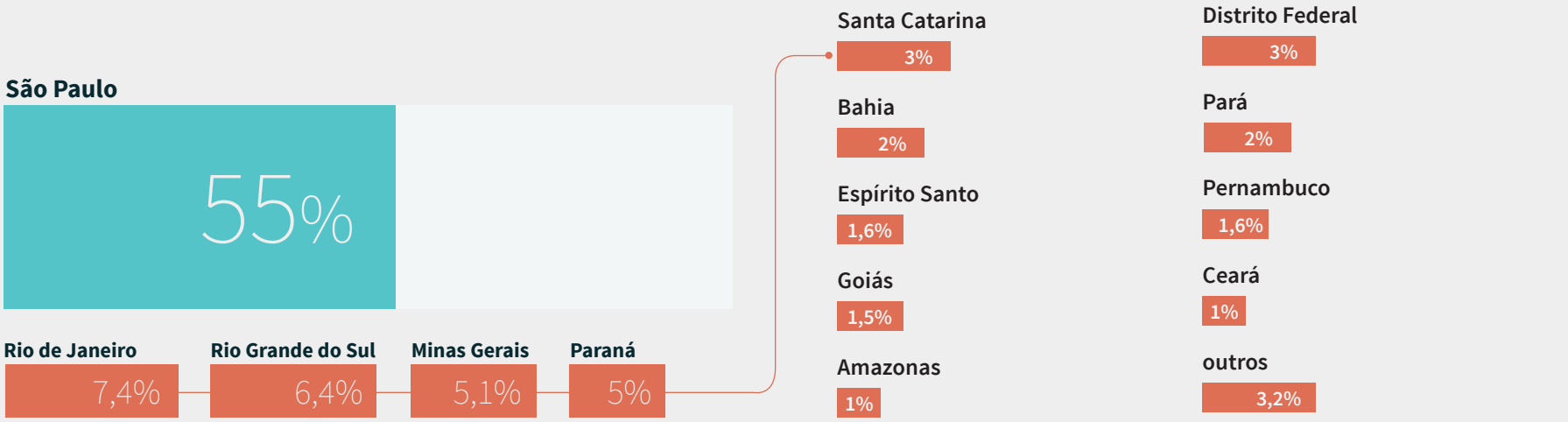
idade média

26,2 anos



onde vivem

São Paulo é o estado brasileiro que abriga mais de 55% da mão de obra de Mídias Sociais.



o mercado se concentra no estado de sp

sozinha, a cidade de São Paulo é responsável por 38% de toda a mão de obra de Mídias sociais do país.

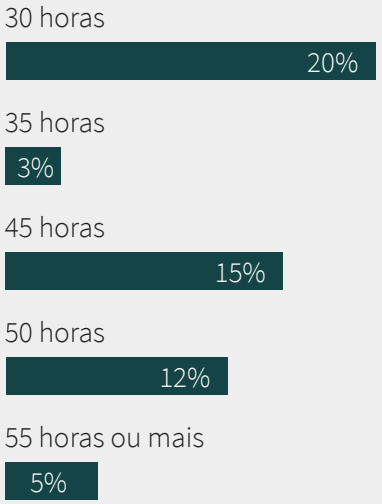
jornada de trampo

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

total de horas por semana

40 horas

45%

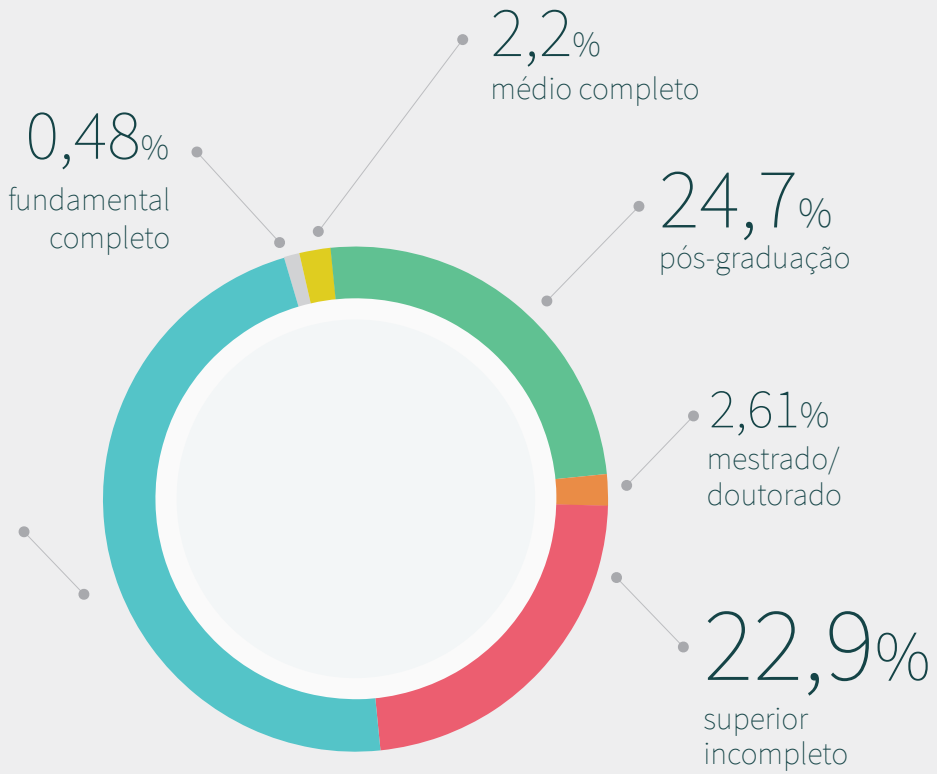


nível educacional

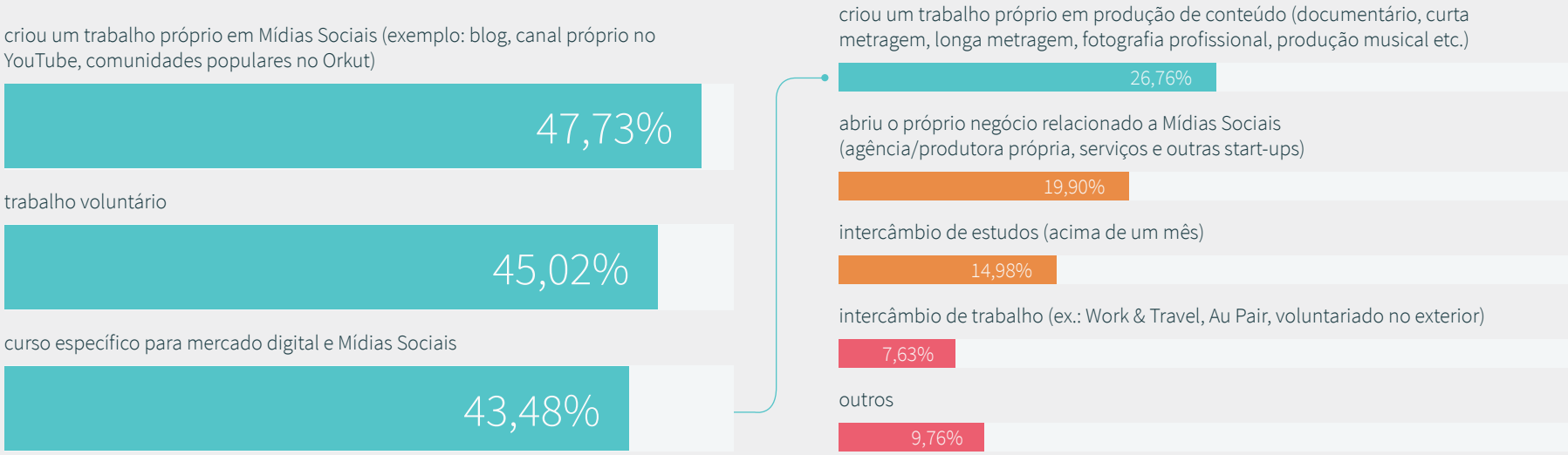
alta escolaridade

é a marca do profissional de Mídia Social no país.

47%
superior completo



atividades extracurriculares desempenhadas



cursos especializados

de 450 correspondentes, somente 15 que fizeram um curso na área o realizaram no exterior.

fizeram algum tipo de curso, treinamento ou workshop

43,4%

instituições mais mencionadas

espm ▸ 74 vezes

faap ▸ 14 vezes

escola são paulo ▸ 12 vezes

são paulo digital school (spds) ▸ 11 vezes

perestroika ▸ 11 vezes

senac ▸ 8 vezes

miami ad school ▸ 6 vezes

workshop trampos.co ▸ 6 vezes

impacta buscapé ▸ 6 vezes

google training day ▸ 6 vezes

e-commerce school ▸ 4 vezes

fgv ▸ 3 vezes

puc ▸ 3 vezes

facebook training ▸ 2 vezes

onde trabalham

mais de um quarto das pessoas está empregada em agências digitais ou especializadas em Mídias Sociais.

agência digital

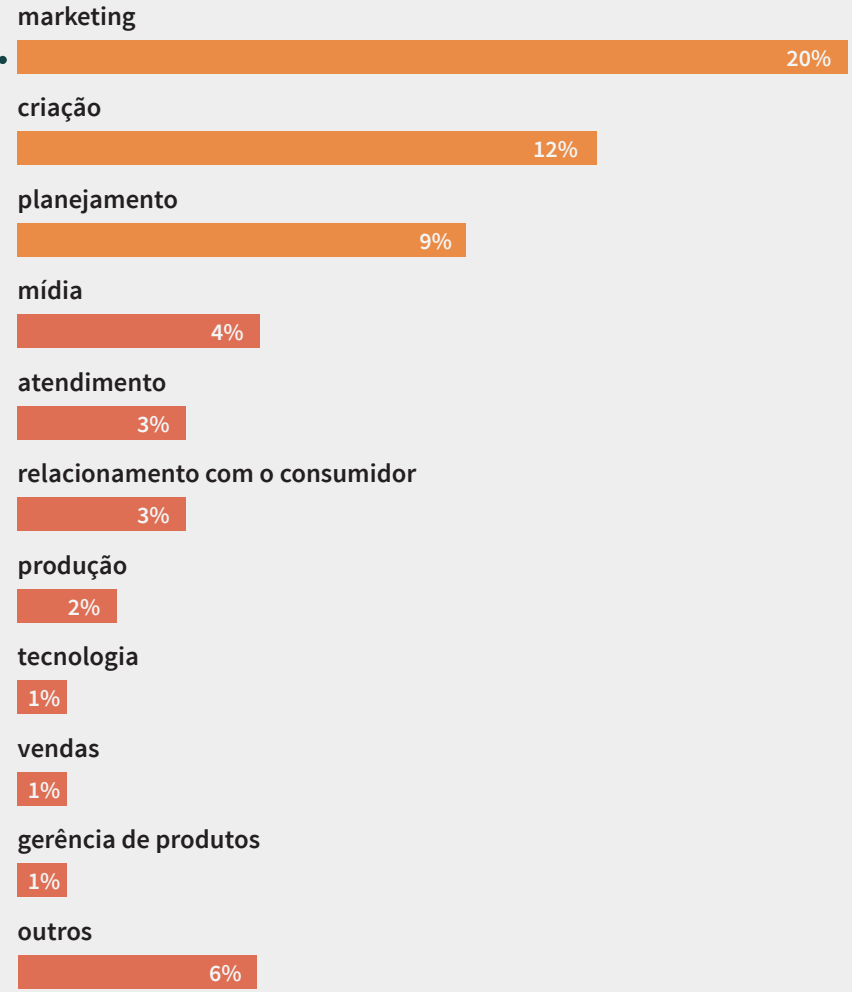
26%

em que departamento

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

departamento de Mídias Sociais ou equivalente

38%

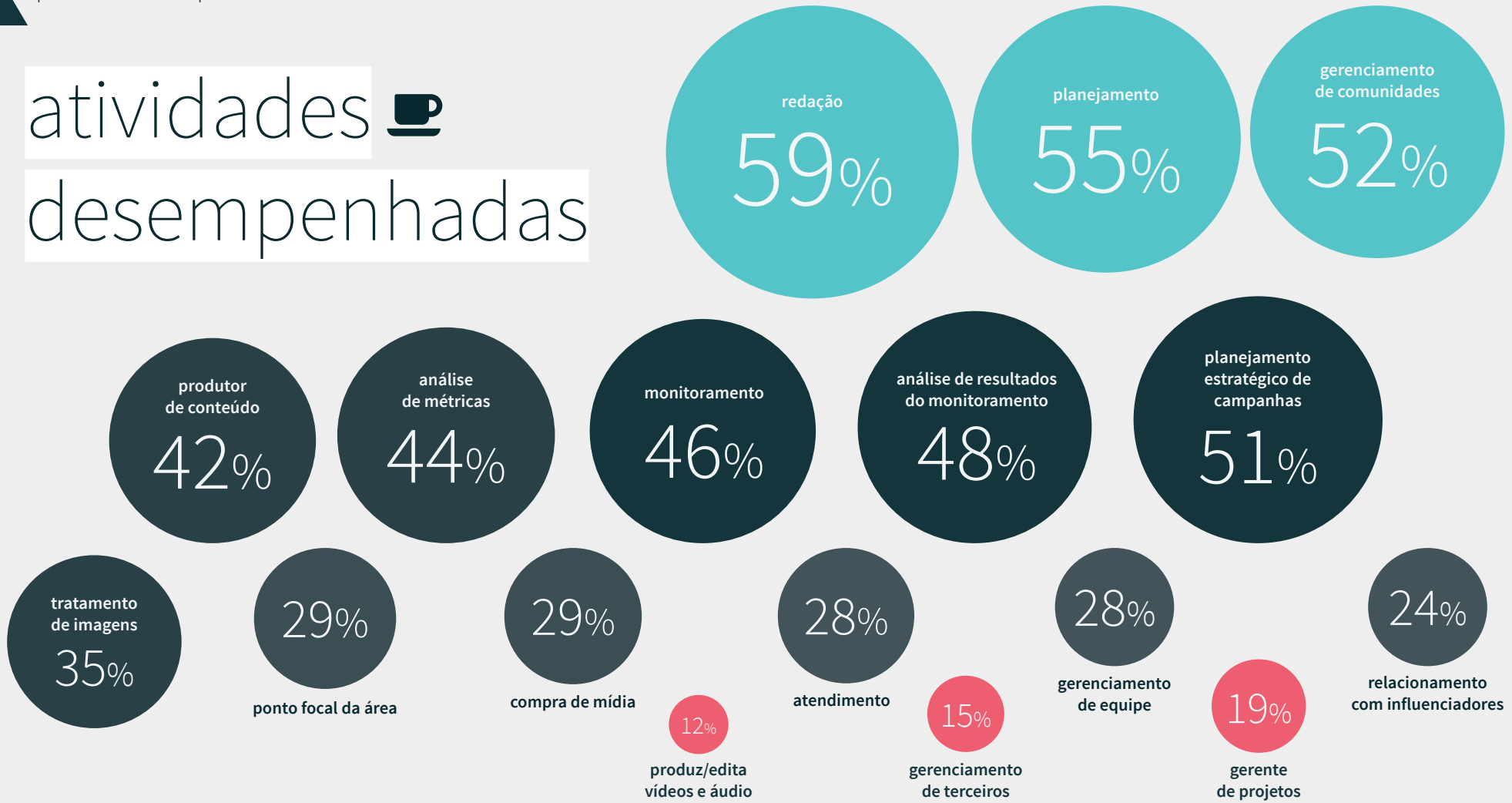


para quem respondem

a maioria das equipes de Mídias Sociais é coordenada pelos departamentos de planejamento das agências.

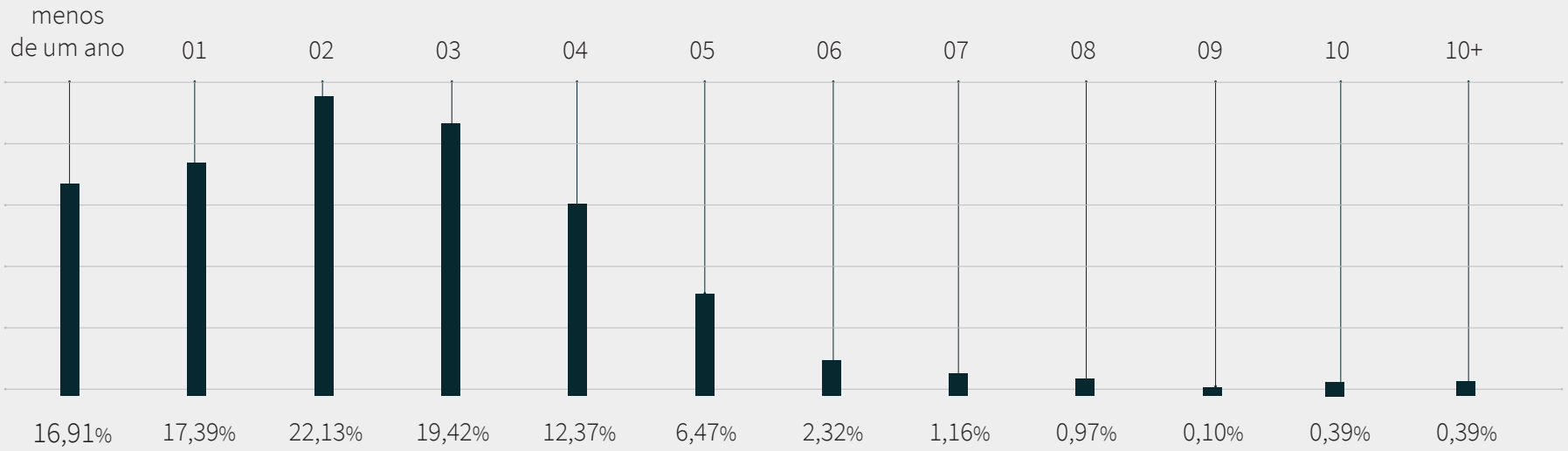
*somente quem respondeu que trabalha em departamento de Mídias Sociais ou equivalente

atividades desempenhadas



experiência

88.2% dos profissionais possuem 4 anos ou menos de experiência.
Isso é reflexo de uma disciplina que ainda é nova, somada a dependência do mercado por mão de obra mais jovem e barata.



grana, dindim, bufunfa

a remuneração do profissional de Mídias Sociais

02

mercado novo, problemas velhos

As mulheres são maioria no mercado de Mídias Sociais do Brasil: 56%, aproximadamente. Mas o que acontece se olhamos mais atentamente para os salários?

A média nacional de remuneração de um profissional de Mídias Sociais é R$ 2.432,19. Em média, homens acabam tendo uma média (R$ 2.885,66) superior à das mulheres (R$2.424,81). Isso também acontece em quase todas as faixas e hierarquias, exceto nos casos de estágio e diretoria.

a pergunta que fica é: por que mulheres continuam a receber menos?

Um reflexo de um problema já comentado em pesquisa anterior do trampos.co, em homenagem ao Dia Internacional da Mulher, que constatou a mesma discrepância em outras áreas mais consolidadas da comunicação e da tecnologia. A pergunta que fica é: por que mulheres continuam a receber menos?

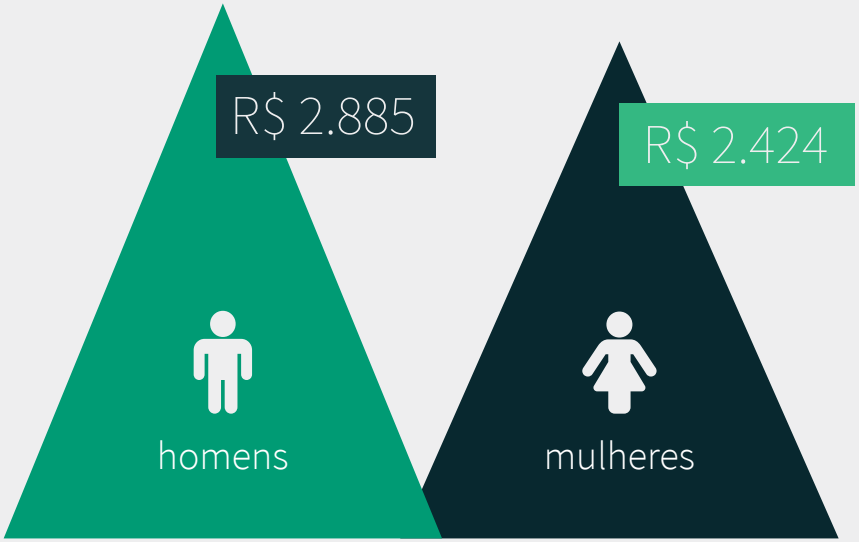
A boa notícia é que, apesar da média, é possível sonhar com salários e cargos mais altos para quem investe em educação e em tempo de mercado. Um(a) diretor(a) de Mídias Sociais ganha, em média, R$ 4.345,00, valor achatado por profissionais alçados ao cargo com menos de quatro anos de experiência profissional ou por falta de faixas intermediárias entre o estágio e a diretoria da área - muito comum em empresas menores. Em casos individuais, constatamos salários acima dos R$10.000,00.

$

média salarial

R$ 2.432 é o salário médio dos profissionais de Mídias Sociais no Brasil

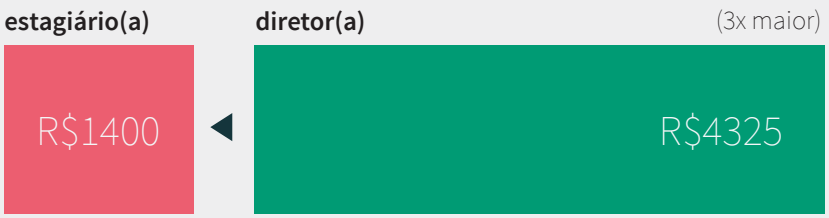
apesar de serem maioria na força de trabalho, as mulheres ganham salários abaixo da média masculina.

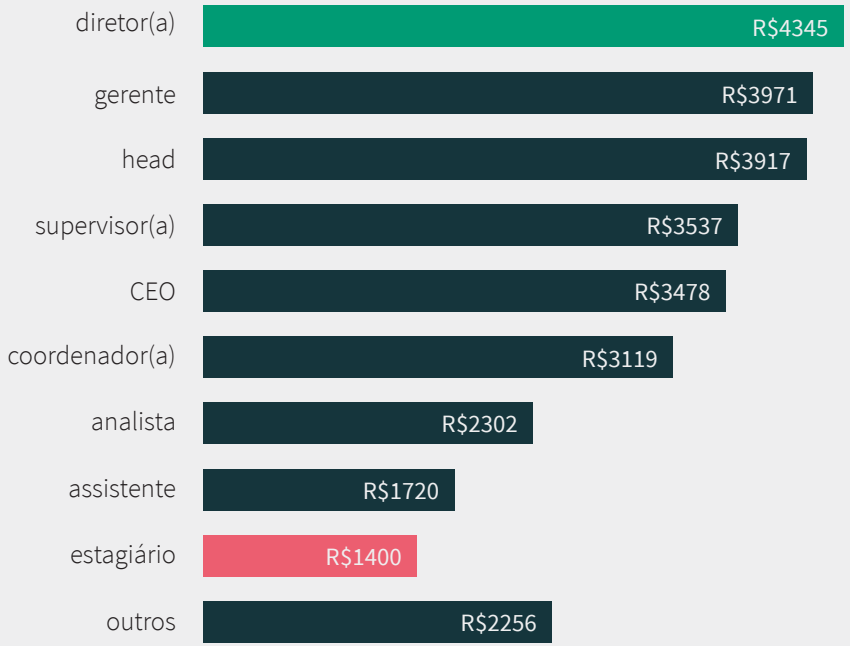


homens e mulheres

média salarial por hierarquia

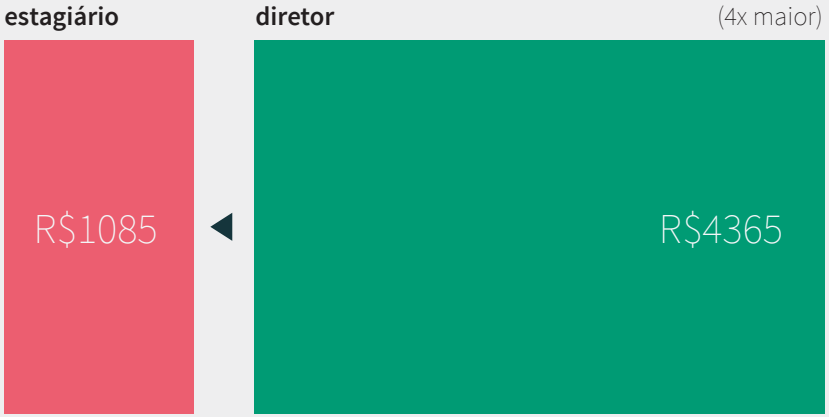
a diferença salarial entre os cargos entrantes e os mais altos é baixa, sugerindo uma juniorização do talento e achatamento das remunerações.

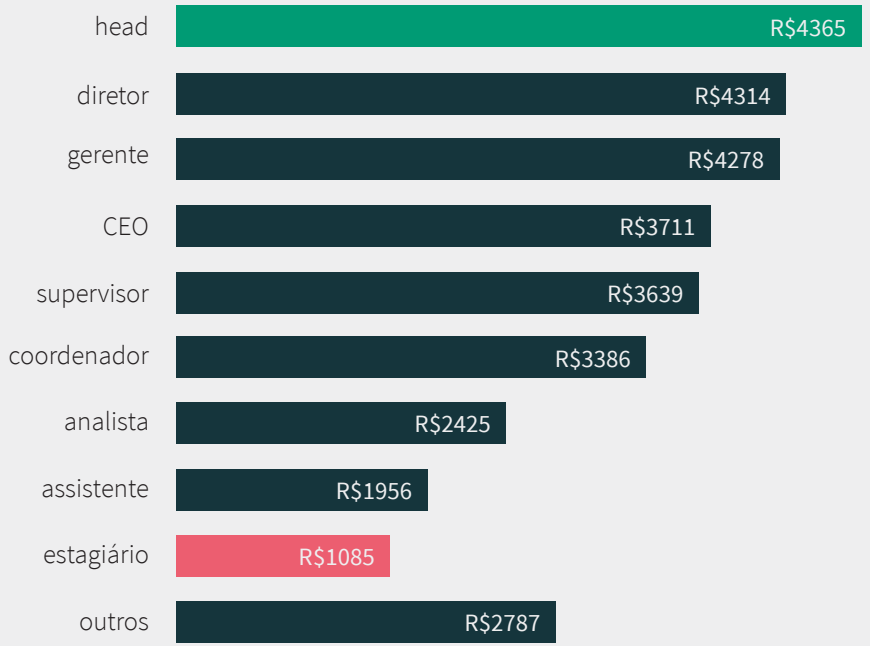




homens

média salarial por hierarquia





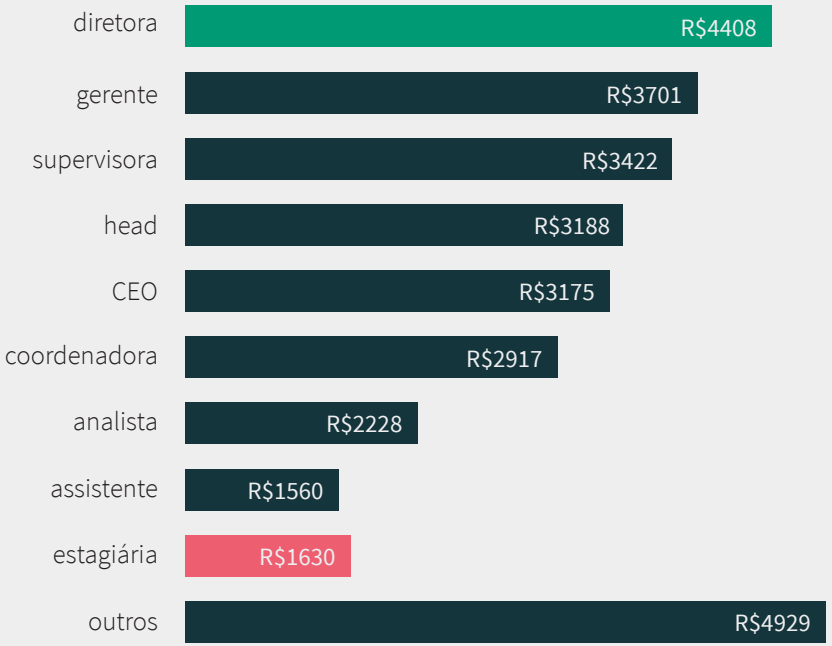
mulheres

média salarial por hierarquia

estagiária e diretora são os únicos níveis hierárquicos em que as mulheres ganham acima da média dos homens.

estagiária R$1630 ◀ **diretora** R$4408 (2.7x maior)

estagiário R$1085 ◀ **diretor** R$4314 (4x maior)



média salarial

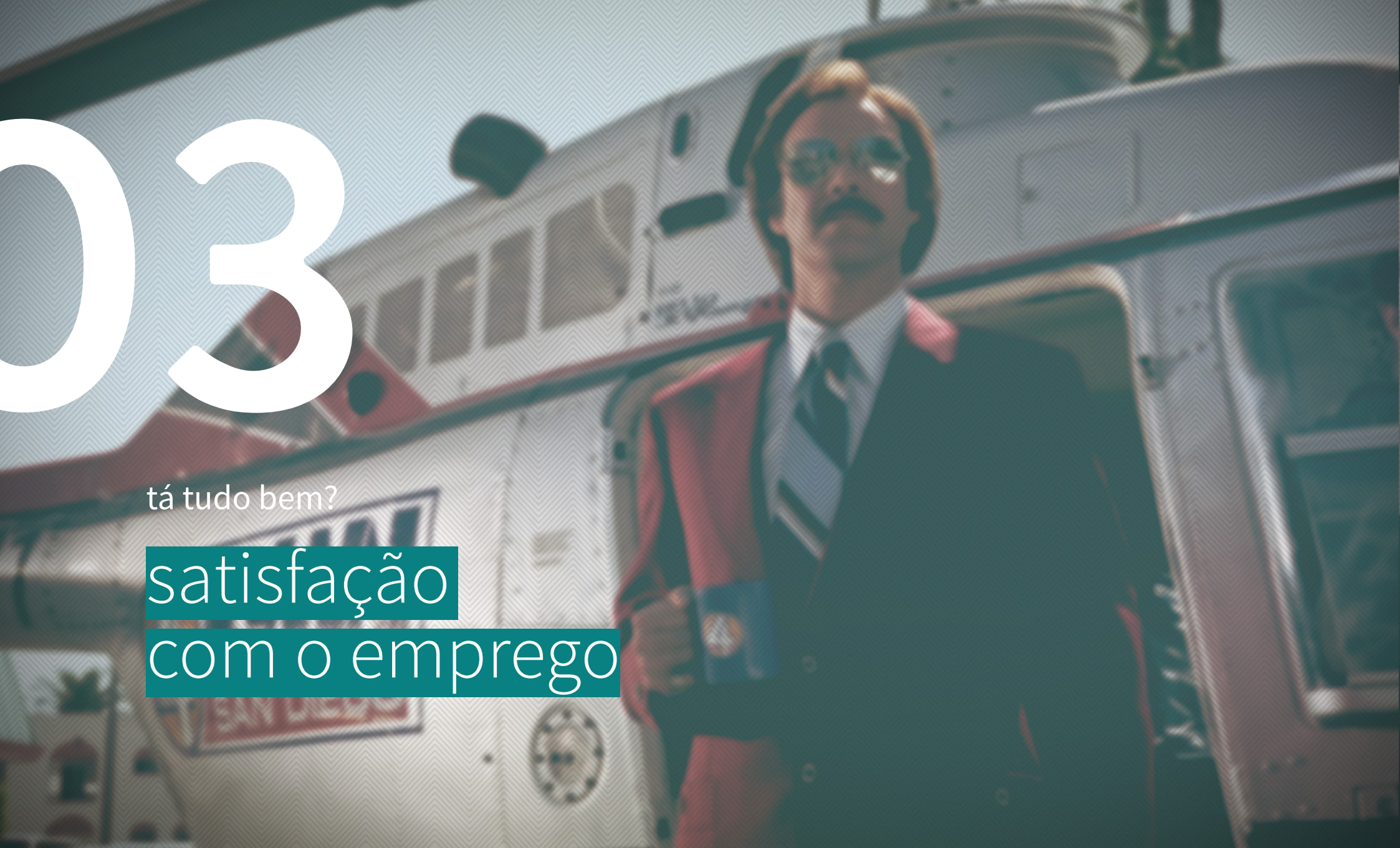
ainda que matérias sobre Mídias Sociais sejam novidade nas escolas e faculdades, o preparo acadêmico mostra-se fundamental para alcançar maiores salários.

por nível educacional

mestrado / doutorado	**R$ 4.433**
pós-graduação	R$ 3.232
ensino superior completo	R$ 2.582
ensino superior incompleto	R$ 1.824

por regime de contratação

pessoa jurídica (sou dono ou sócio)	**R$ 3.993**
pessoa jurídica (emito nota fiscal)	R$ 3.589
CLT	R$ 2.613
acordo verbal	R$ 1.842
estágio	R$ 1.393



03

tá tudo bem?

satisfação com o emprego

tá tudo bem?

O mercado de Mídias Sociais possui profissionais muito satisfeitos. Uma certa contradição se compararmos com as correntes discussões sobre a geração de “millennials descontentes e sem foco”.

Em geral, as pessoas estão felizes em ter uma carreira no mercado de comunicação (90%), estão felizes em seus atuais empregos (70%) e felizes com as empresas que lhe empregam ou que lhe pertencem (67%). Valorizam o aprendizado gerado, o ambiente de trabalho e, em muitos casos, os resultados obtidos por seus projetos.

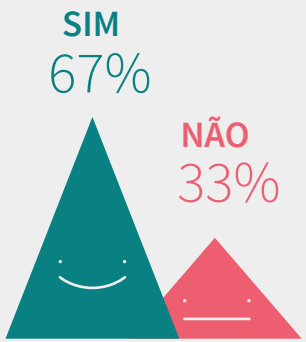
e mesmo com toda a felicidade apontada, 38% pensam em trocar de emprego nos três próximos meses.

Apesar de toda a felicidade, salários parecem ser uma reclamação geral, indicado como ponto negativo de seus atuais empregos por mais da metade dos profissionais. E mesmo com toda a felicidade apontada, 38% pensam em trocar de emprego nos três próximos meses, em busca de mais aprendizado e melhores salários e infraestrutura.

Metade dos que desejam trocar de emprego apontam agências em geral como destino favorito, mas quando perguntados qual seria uma empresa ideal para se trabalhar, os nomes mais comentados, espontaneamente, foram Facebook e Google. A lista ainda traz o Grupo Globo e as agências DM9, Africa, Ogilvy e Riot.

panorama de satisfação profissional

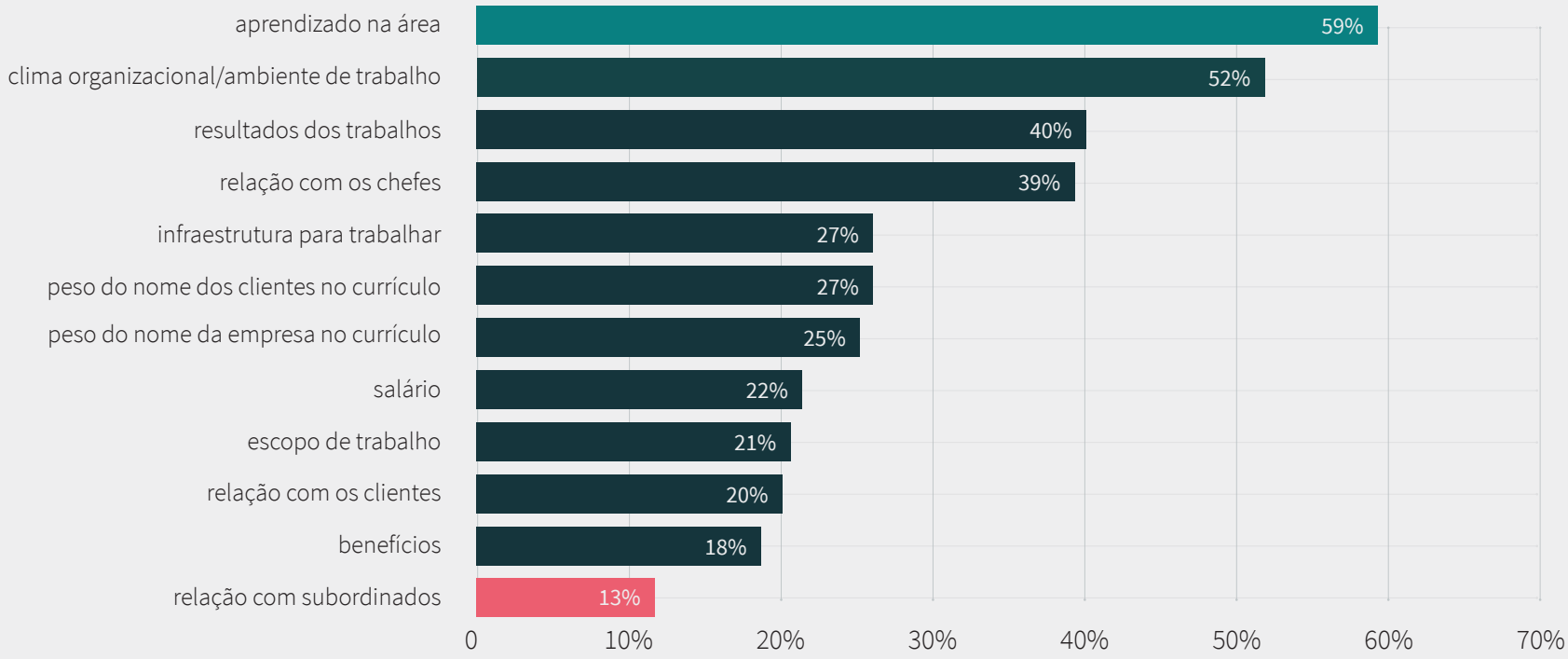
"você está feliz com a empresa que lhe emprega ou é dono?"



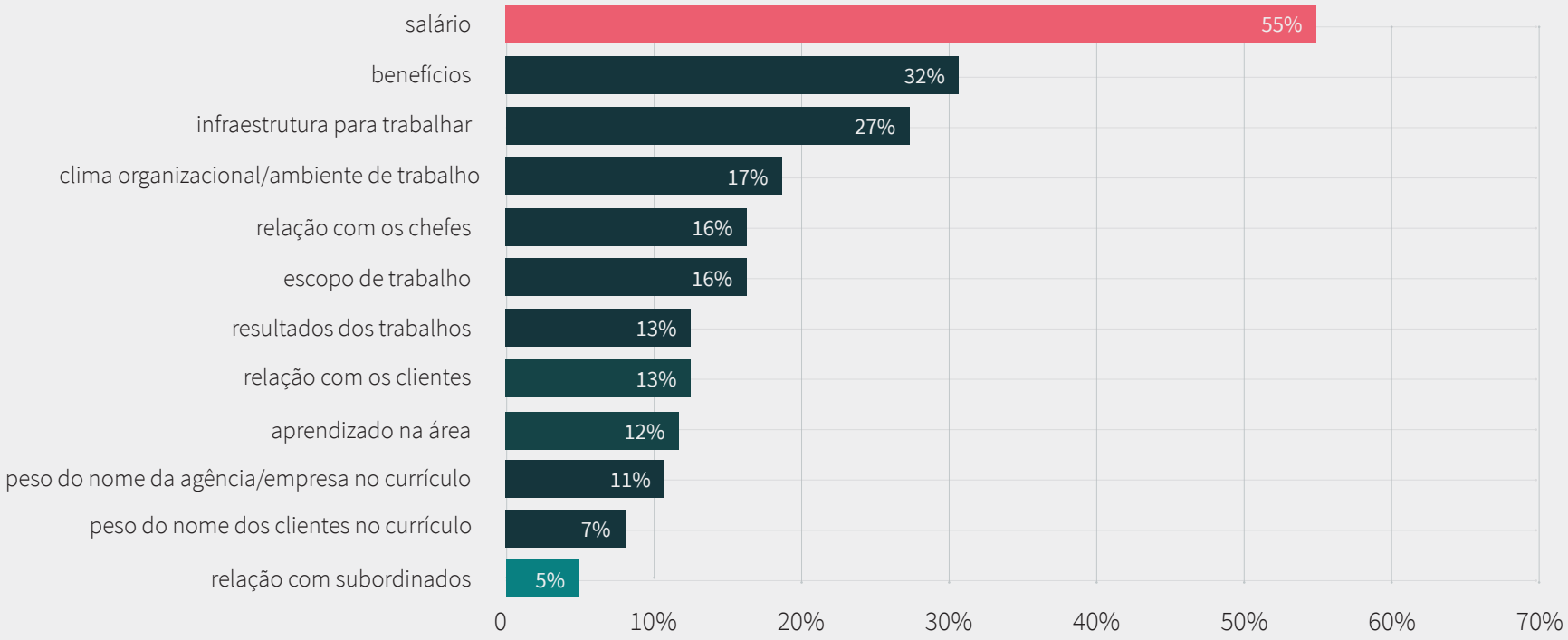
"você está feliz com o seu atual trabalho?"

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

o que mais valorizam

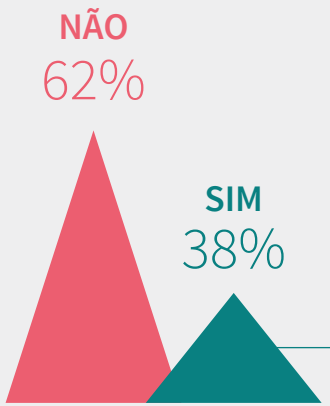


o que menos valorizam



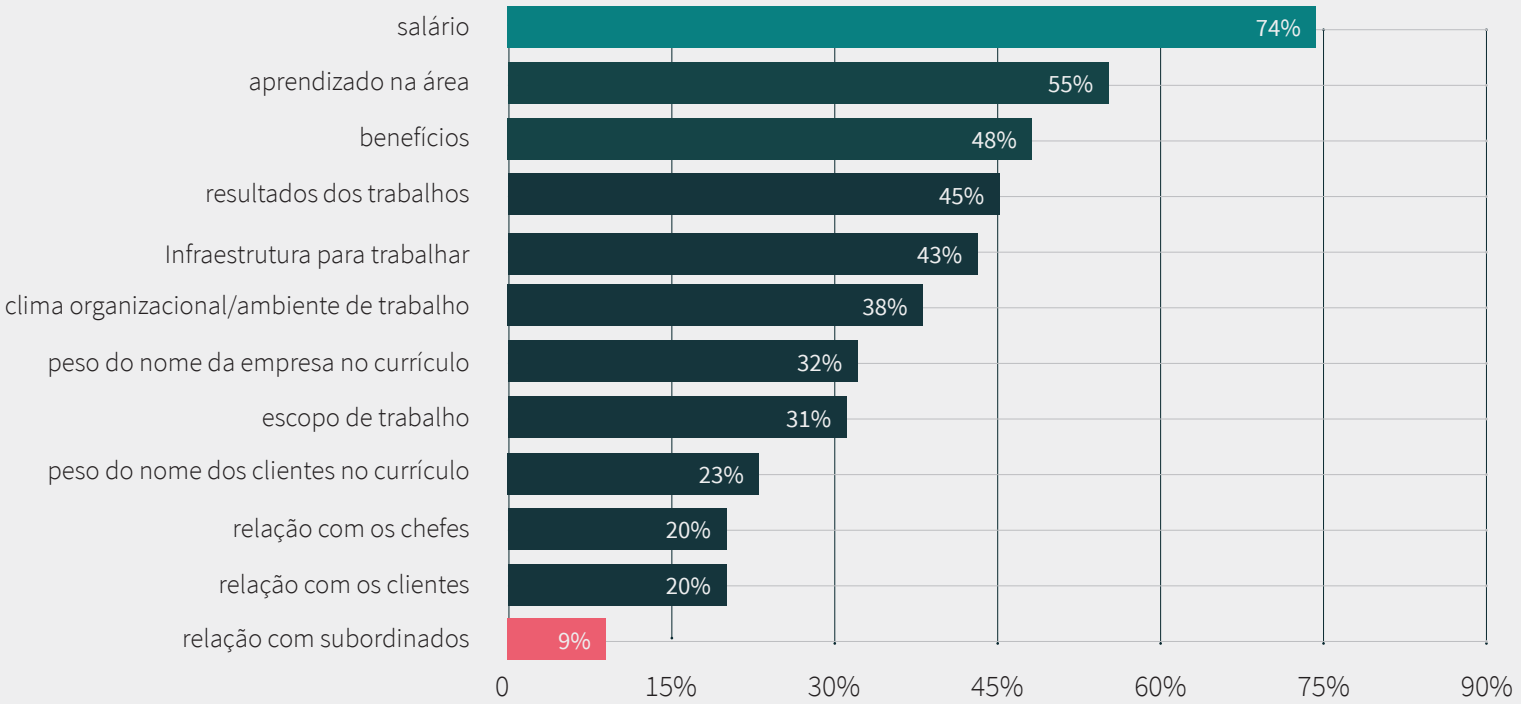
objetivos de carreira no curto prazo

"deseja trocar de trabalho nos próximos 3 meses?"



tipo de empresa que desejam ir

o que procuram no novo emprego?



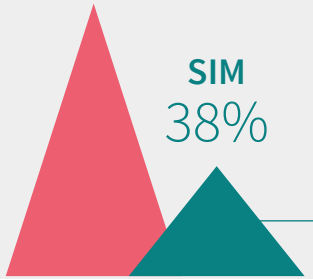
* somente respondentes que afirmaram desejarem trocar de emprego

empresas onde gostaria de trabalhar

"há alguma empresa onde gostaria de trabalhar?"

NÃO
62%

SIM
38%



empresas mais citadas

1. Facebook
2. Google
3. DM9
4. Africa
5. Ogilvy
6. Globo
7. RIOT

04

parte 4. meu ídolo, meu herói

quem serve de inspiração para os nossos profissionais de Mídias Sociais?

faltam referências para os profissionais de Mídias Sociais?

Reservamos uma seção desta pesquisa para verificar as referências de quem entra na área de Mídias Sociais. Os resultados, contudo, foram bastante contundentes e ajudam a explicar diversos aspectos característicos da área.

Não que houvesse na equipe a expectativa de encontrar unanimidades. De fato, há uma série de profissionais e cases de sucesso. Dificilmente um se destacaria tanto dos demais. Pela amostra, a verdade é que há diversos empates técnicos entre os profissionais-referência e cases-referência mais citados pelos respondentes.

O buraco é um pouco mais embaixo.

Mais da metade dos respondentes - 62%, precisamente - dizem não ter ou conhecer um profissional brasileiro que possa ser chamado de inspiração ou referência. Entre os cases brasileiros, quase a metade (47%) também não indicou referências, tampouco agências que estão fazendo bons trabalhos (56%). Com maior destaque, só o relacionamento que Ponto Frio oferece via Twitter, sendo o case mais citado entre os trabalhos nacionais e o "profissional" mais citado.

a realidade é que um a cada dois profissionais de Mídias Sociais do país está trabalhando no escuro

A realidade é que um a cada dois profissionais de Mídias Sociais do país está trabalhando no escuro, sem grandes referências do que pode fazer ou até onde pode chegar. Há uma parte positiva, que poderia supor a chegada de ideias novas com gente nova. Mas a falta de referências acarreta também em repetição de erros.

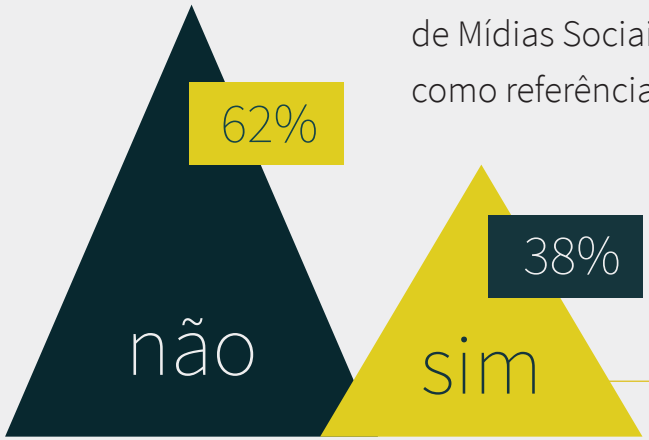
A área de comunicação como um todo é problemática em sua repetição de erros, sendo raras as agências, tanto full service como as especializadas em Mídias

Sociais, que realizam uma competente gestão de conhecimento. Em uma área que engatinha, completando seu primeiro decênio no país, seria um passo importante das empresas para construir um mercado melhor.

Do lado do profissional, também é imprescindível se interessar mais pela curta, mas existente história sobre o mercado de Mídias Sociais brasileiro e internacional. Buscar cases e melhores práticas contribui com um trabalho mais assertivo, o que torna a área mais respeitada e acaba contribuindo até nas questões salariais tão reclamadas nesta pesquisa. Pronto para fazer a sua parte?

quem são as referências do mercado

"você tem algum profissional de Mídias Sociais que toma como referência?"

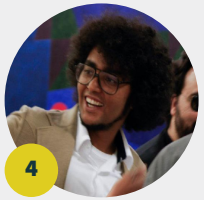


nomes mais mencionados

1 equipe do Ponto Frio

2 Martha Gabriel

3 Edney Souza


4 Ian Black

5 Bia Granja

6 Pedro Porto

7 Tarcizio Silva

8 Marcel Bely

cases nacionais que servem de inspiração

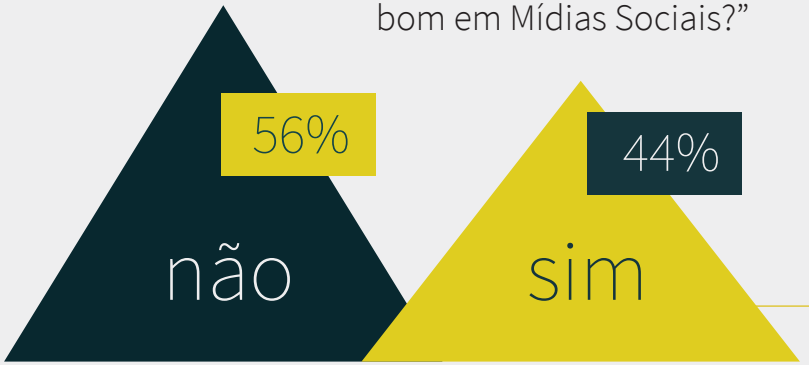
"há um case brasileiro que seja considerado inspiração?"

cases mais citados

1. Ponto Frio
2. Guaraná Antarctica
3. Prefeitura de Curitiba
4. Itaú
5. Netflix

agências brasileiras fazendo bom trabalho em Mídias Sociais

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



agências mais citadas

1. w3haus
2. New Vegas
3. Ogilvy
4. Isobar
5. DM9

cases estrangeiros que servem de inspiração

"há um case estrangeiro que seja considerado inspiração?"

cases mais citados

1. Oreo
2. Heineken
3. Coca-Cola
4. Old Spice
5. Nike
6. Barack Obama

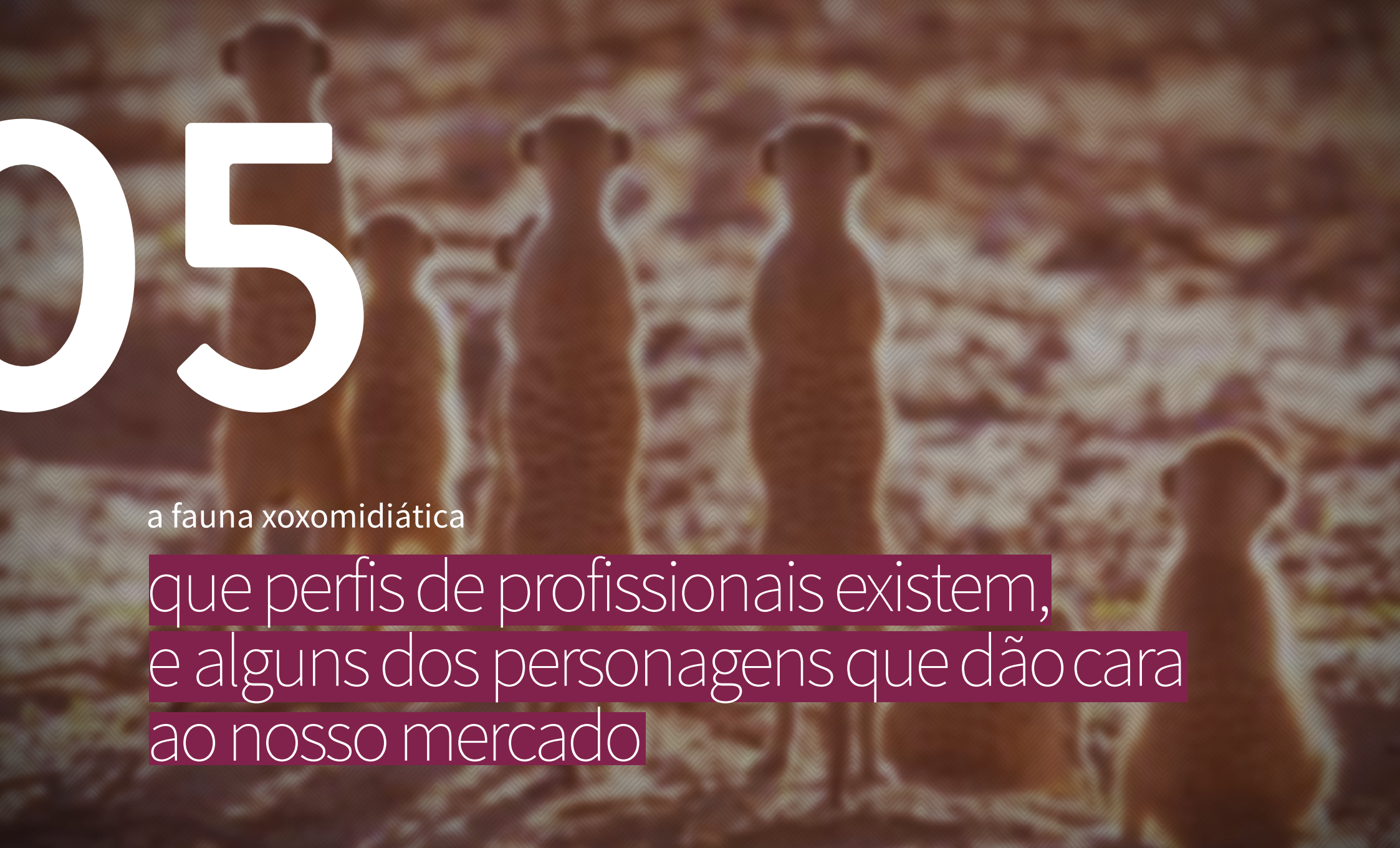
agências estrangeiras fazendo bom trabalho em Mídias Sociais

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

agências mais citadas

1 Wieden+Kennedy

2 Ogilvy



05

a fauna xoxomidiática

que perfis de profissionais existem, e alguns dos personagens que dão cara ao nosso mercado

A Fauna

Voltamos à primeira questão que levantamos nesta pesquisa: se precisássemos ilustrar a pesquisa com a foto de um(a) profissional, como ele ou ela seria? Em nossa melhor proposta para resumir o tema, agrupamos os profissionais em cinco grupos bem distintos:

O primeiro é o grupo de Novatos, com até dois anos de carreira, em suas primeiras experiências com o mercado. Ainda que esteja próximo da média de troca de emprego (quatro a cada dez entrantes desejam trocar de emprego nos próximos três meses), é o público que mais anseia a ida para agências de comunicação.

Os grupos dos Juniores (entre três e cinco anos de mercado) é o que mais deseja trocar de emprego, e o dos Seniores (seis ou mais anos de mercado) é o que deseja menos. Interessante notar que, mesmo com uma amostra bem menor (são poucos os profissionais de Mídias Sociais no Brasil com mais de seis anos de mercado), é aquele que mais evidenciou uma vontade de troca total de carreira.

Ainda destacamos duas práticas que respondem por pouco mais de 10% do mercado: os Freelancers (profissionais liberais), os profissionais menos felizes com seus atuais trabalhos; e os Empreendedores, os que menos trocariam de emprego (somente 6,7% pensam em troca nos próximos três meses) e os que estão mais felizes (95,9% de satisfação com a carreira e 90,5% de satisfação com o atual trabalho).

Veja mais alguns dados sobre a interessante fauna do mercado de Mídias Sociais a seguir:

novato
56,5%

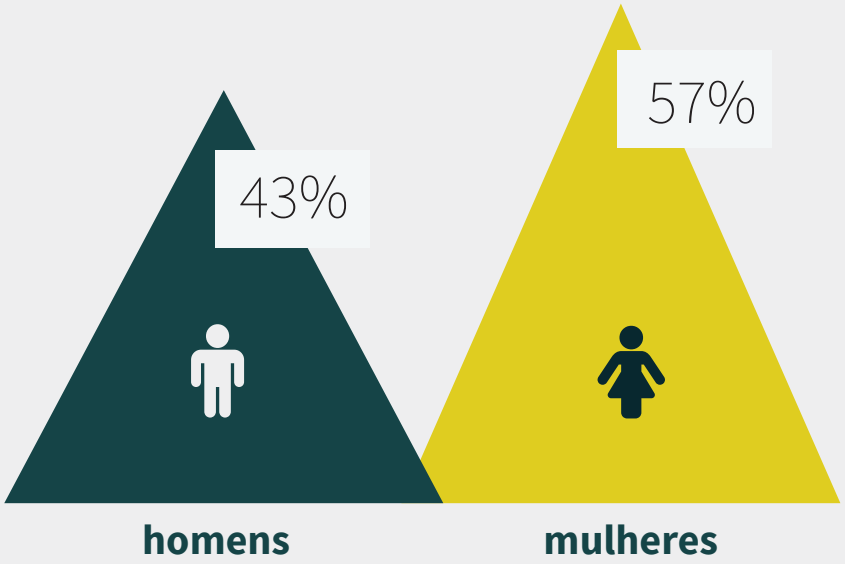
júnior
38,2%

empreendedor
7,1%

sênior
5,3%

freelancer
5,99%

novato 56,5% do mercado



você possui no máximo 2 anos de carreira, ou seja, é uma criança ainda, um bebê. inocente e maravilhado com tudo ao seu redor, até agora você vive uma lua de mel com seu curso e profissão. a única coisa que não vai bem e te incomoda é esse salário mixuruco, por isso você não vê a hora de mudar de trampo para ganhar melhor.

nível hierárquico

- 38% analista
- 16,9% estágio
- 15,7% assistente
- 8,5% coordenador
- 5,3% gerente
- 3,5% diretor
- 2,5% supervisor
- 5,4% outros

regime de trabalho

- 59,3% CLT
- 17,3% estágio
- 11,7% acordo verbal
- 7,3% pj - nota fiscal
- 4,2% pj - proprietário

novato

média de jornada

7h 48m

idade média

25 anos

média salarial

R$ 1.850,17

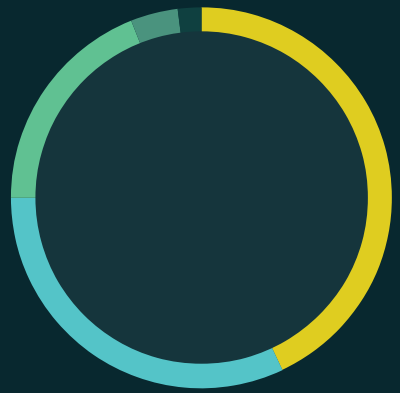
área de formação

- 84,7% humanas
- 6,1% exatas
- 4,2% interdisciplinar
- 0,3% biológicas

38,4%
realizaram um curso profissionalizante especializado em Mídias Sociais

novato

17%
fizeram Intercâmbio estudantil e/ou de trabalho no exterior



nível de formação

- 43,2% superior completo
- 31,6% superior incompleto
- 19,6% pós-graduação
- 3,2% médio completo
- 1,5% mestrado/doutorado

novato

90%
estão felizes com a carreira na área de comunicação e marketing

68%
estão felizes com o atual emprego em social media

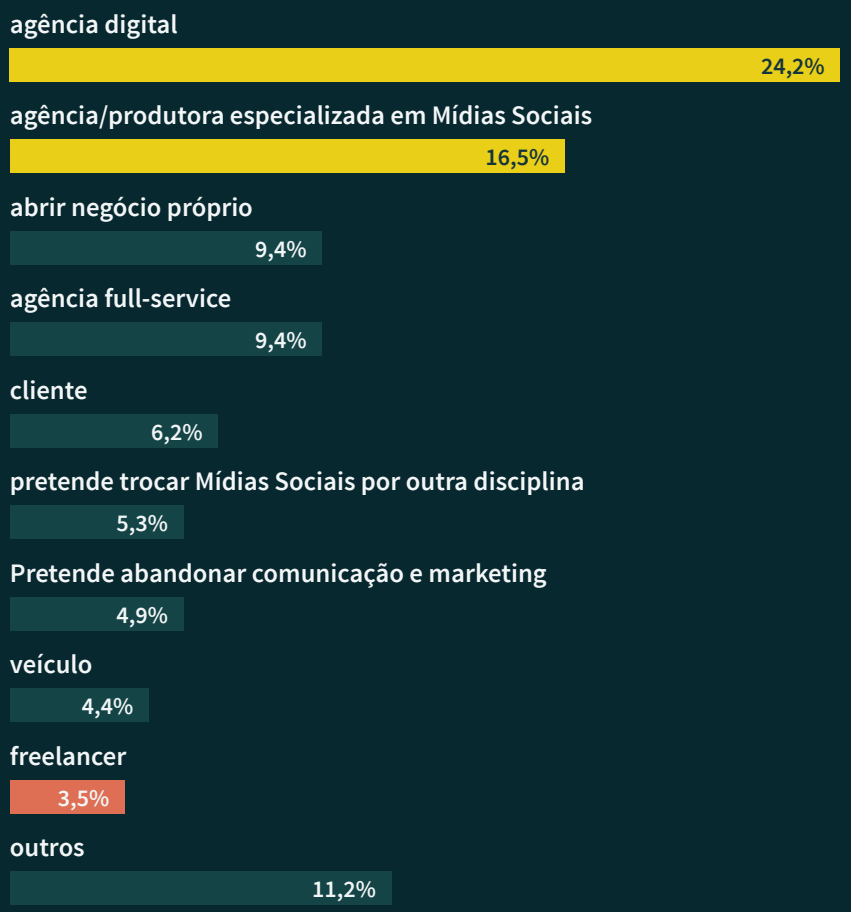
66%
estão felizes com a empresa que lhes emprega ou que são donos atualmente

38%
pensam em sair do emprego atual nos próximos 3 meses

71%
deles querem um salário melhor

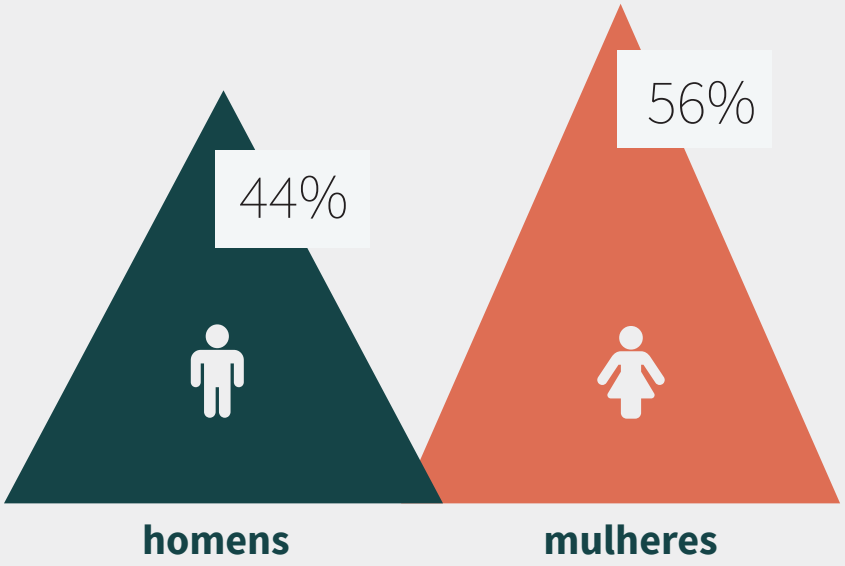
55%
deles estão em busca de mais aprendizado na área

empresa para o qual pretendem ir



júnior

38,2% do mercado



acabou a vida mansa do estágio! agora sua carga horária aumentou (às vezes até demais) e as responsabilidades também. você já percebeu que o diploma não é suficiente. então, para continuar competitivo você já está começando uma pós-graduação, curso de férias, profissionalizante ou intercâmbio.

nível hierárquico

- 43,9% analista
- 17,1% coordenador
- 10,1% gerente
- 8,5% diretor
- 5% supervisor
- 4% assistente
- 3,5% CEO
- 2,7% estágio
- 2% head
- 2,7% outros

regime de trabalho

- 59,1% CLT
- 10,9% acordo verbal
- 15,9% pj - nota fiscal
- 11,2% pj - proprietário
- 2,6% estágio

júnior

média de jornada

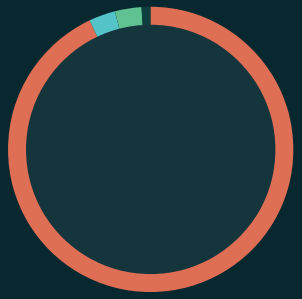
8h 44m

idade média

27 anos

média salarial

R$ 3.051,77



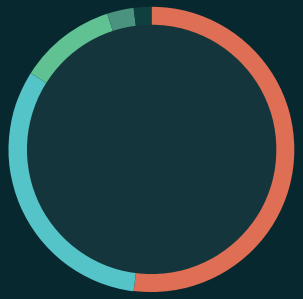
área de formação

- 93,3% humanas
- 3,5% interdisciplinar
- 2,8% exatas
- 0,25% biológicas

52%
realizaram um curso profissionalizante especializado em Mídias Sociais

júnior

22,2%
fizeram Intercâmbio estudantil e/ou de trabalho no exterior



nível de formação

- 52,2% superior completo
- 31,5% pós-graduação
- 11,6% superior incompleto
- 3,5% mestrado / doutorado
- 0,5% médio completo

júnior

90%
estão felizes com a carreira na área de comunicação e marketing

70%
estão felizes com o atual emprego em social media

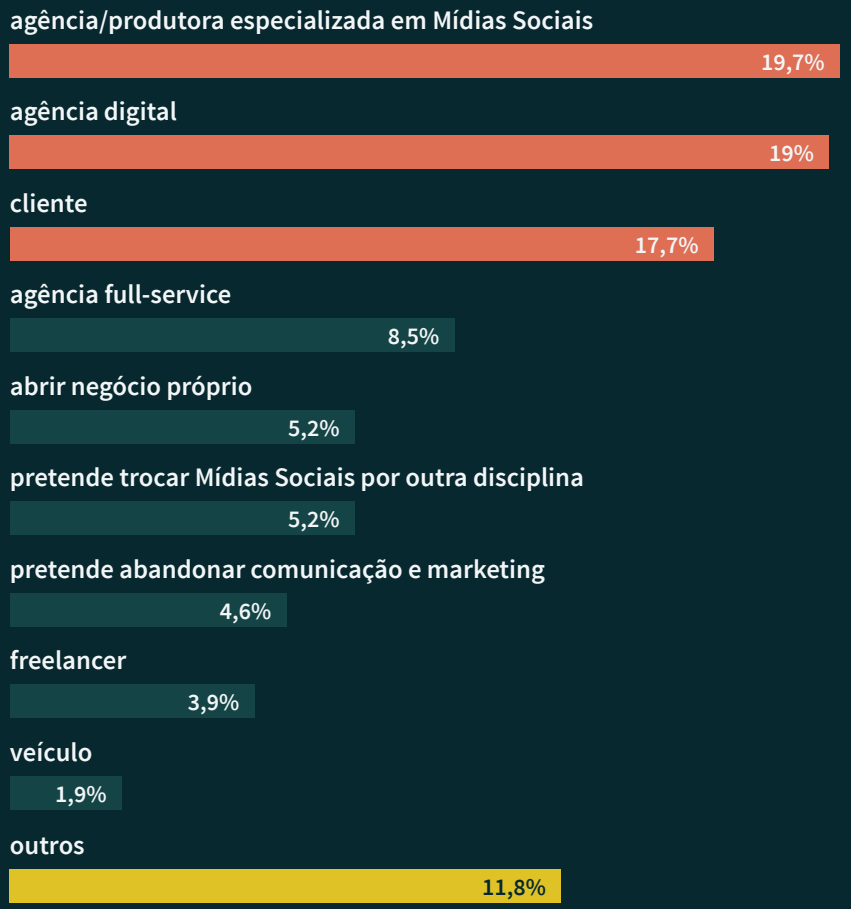
65%
estão felizes com a empresa que lhes emprega ou que são donos atualmente

38%
pensam em sair do emprego atual nos próximos 3 meses

76%
deles querem um salário melhor

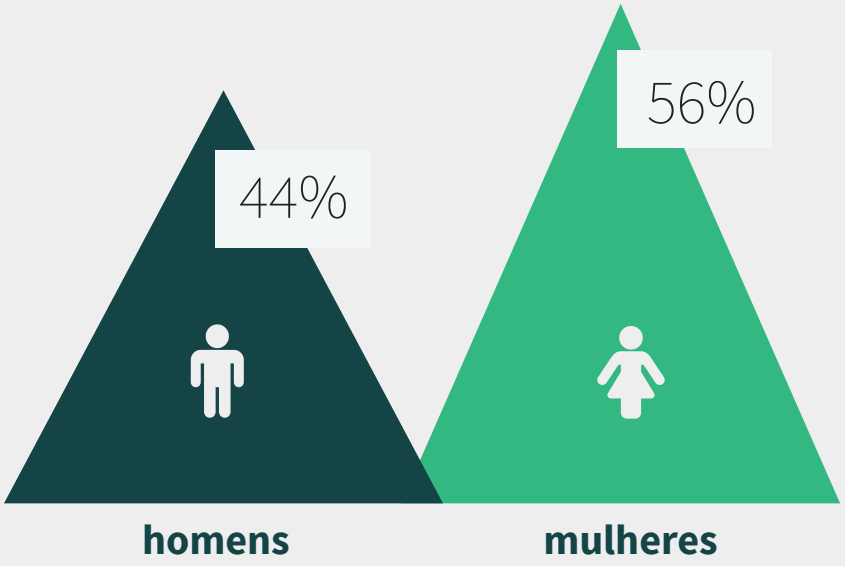
55%
deles estão em busca de mais aprendizado na área

empresa para o qual pretendem ir



sênior

5,3% do mercado



parabéns, você conseguiu sobreviver até aqui! você realmente gosta de social media, e tem paixão pelo que faz apesar de todos os desaforos de clientes, funcionários e chefes. com estabilidade adquirida e mais de 6 anos de experiência nas costas, o que você mais deseja agora são novos aprendizados, desafios e a possibilidade de fazer aquele trabalho do c***lho que seu emprego atual não permite.

nível hierárquico

- 32,7% coordenador
- 21,8% gerente
- 10,9% analista
- 9% head
- 7,2% diretor
- 5,5% CEO
- 3,6% assistente
- 1,8% supervisor
- 7,2% outros

regime de trabalho

- 43,6% CLT
- 34,5% pj - nota fiscal
- 14,5% pj - proprietário
- 3,6% acordo verbal

sênior

média de jornada

8h 50m

idade média

30 anos

média salarial

R$ 4.659,09

área de formação

- 88,6% humanas
- 7,5% exatas
- 3,7% interdisciplinar

34,5%
realizaram um curso profissionalizante especializado em Mídias Sociais

sênior

23,6%
fizeram Intercâmbio estudantil e/ou de trabalho no exterior

nível de formação

- 49% superior completo
- 29% pós-graduação
- 10,9% superior incompleto
- 7,2% mestrado / doutorado
- 3,6% médio completo

sênior

84%
estão felizes com a carreira na área de comunicação e marketing

80%
estão felizes com o atual emprego em social media

80%
estão felizes com a empresa que lhes emprega ou que são donos atualmente

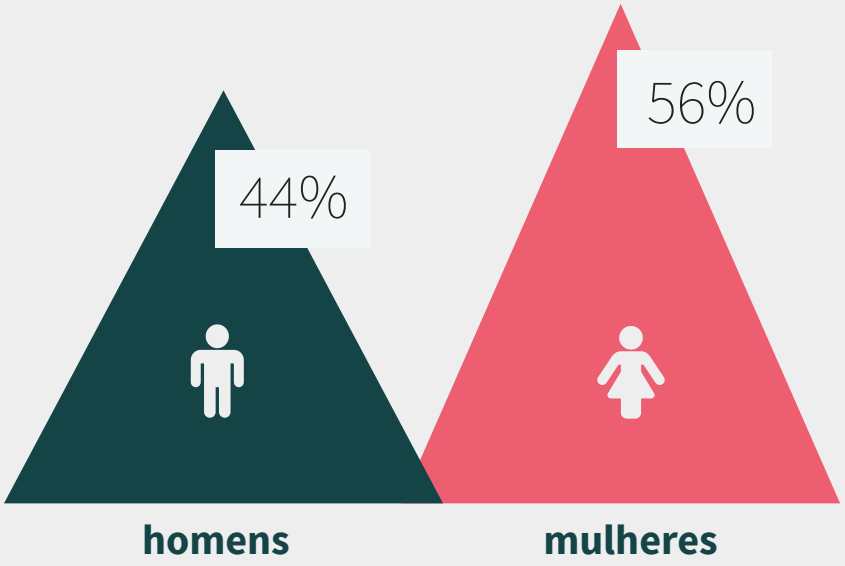
29%
pensam em sair do emprego atual nos próximos 3 meses

68,7%
deles querem um salário melhor

56,2%
deles estão em busca de mais aprendizado na área

empresa para o qual pretendem ir

freelancer 5,99% do mercado



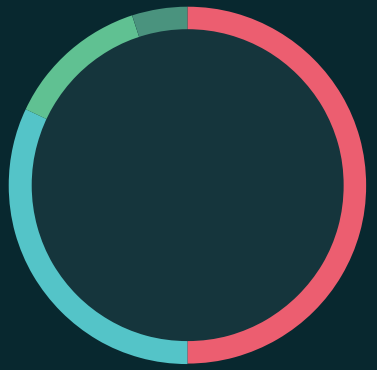
talvez tudo começou por necessidade após uma demissão ou quando você tinha tempo livre, mas de repente esse negócio passou a compensar financeiramente. mesmo com a liberdade de fazer os seus próprios horários e trabalhar de casa, viver como freelancer é algo muito inconstante, portanto você não vê a hora de arrumar um cliente vaca-leiteira ou um emprego que te pague bem.

freelancer

nível hierárquico

- 27,4% analista
- 12,9% coordenador
- 9,6% gerente
- 8,5% diretor
- 8% head
- 8% CEO
- 6,4% supervisor
- 4,8% assistente
- 14,6% outros

regime de trabalho



- 50% acordo verbal
- 32,2% pj - nota fiscal
- 12,9% pj - proprietário
- 1,6% carteira de trabalho

média de jornada

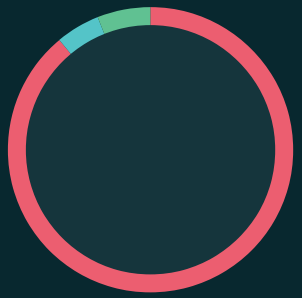
7h 30m

idade média

28 anos

média salarial

R$ 2.286,29



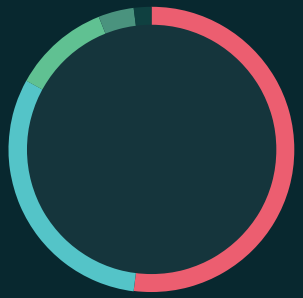
área de formação

- 89,2% humanas
- 5,3% exatas
- 5,3% interdisciplinar

42%
realizaram um curso profissionalizante especializado em Mídias Sociais

freelancer

26%
fizeram Intercâmbio estudantil e/ou de trabalho no exterior



nível de formação

- 52,2% superior completo
- 31,5% pós-graduação
- 11,6% superior incompleto
- 3,5% mestrado / doutorado
- 0,5% médio completo

freelancer

87%
estão felizes com a carreira na área de comunicação e marketing

68%
estão felizes com o atual emprego em social media

61%
estão felizes com a empresa que lhes emprega ou que são donos atualmente

38,7%
pensam em sair do emprego atual nos próximos 3 meses

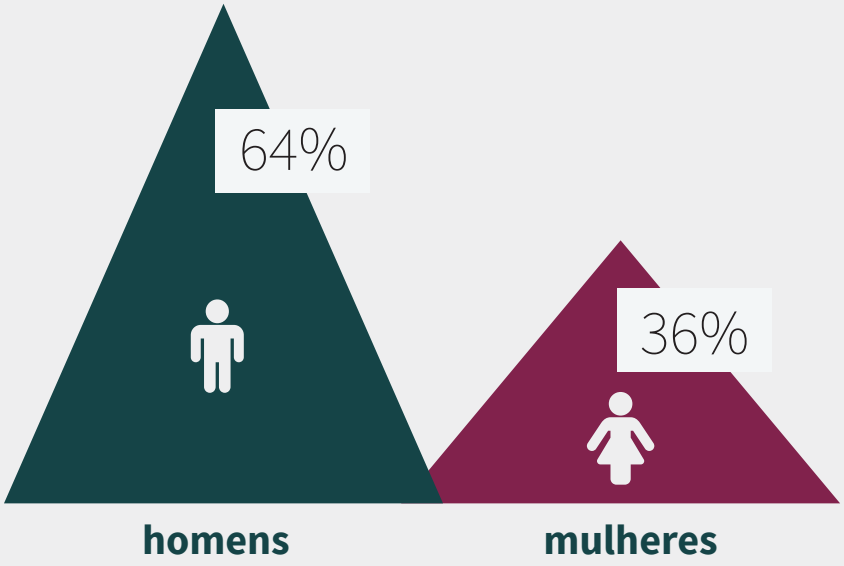
75%
deles querem um salário melhor

58,3%
deles estão em busca de mais aprendizado na área

empresa para o qual pretendem ir

empreendedor

7,14% do mercado



você viu uma oportunidade e agarrou, ou finalmente tomou vergonha na cara pra seguir seu sonho. ser dono de uma empresa não é tão simples e maravilhoso quanto parecia. mas apesar dos desafios, você persevera e aproveita para criar um ambiente de trabalho e projetos do jeito que você sempre achou que eles deveriam ser feitos.

nível hierárquico

- 44,5% diretor
- 24,3% CEO
- 12,1% head
- 5,4% coordenador
- 4% gerente
- 4% supervisor
- 1,3% analista
- 1,3% conselheiro
- 2,7% outros

regime de trabalho

dah!

- 100% pj - proprietário

empreendedor

média de jornada

9h 30m

idade média

29 anos

média salarial

R$ 3.962,32

área de formação

- 86% humanas
- 11,2% exatas
- 2,8% interdisciplinar

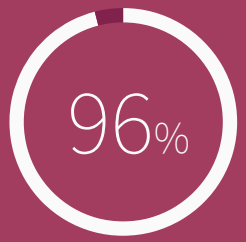
47%
realizaram um curso profissionalizante especializado em Mídias Sociais

empreendedor

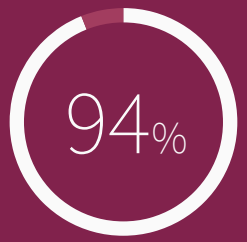
19%
fizeram Intercâmbio estudantil e/ou de trabalho no exterior

nível de formação

- 41,8% superior completo
- 31% pós-graduação
- 18,9% superior incompleto
- 4% mestrado / doutorado
- 4% médio completo



estão felizes com a carreira na área de comunicação e marketing



estão felizes com o atual emprego em social media

estão felizes com a empresa que lhes emprega ou que são donos atualmente

empreendedor

71,6%
mencionaram o resultado do trabalho como o que mais os satisfazem.

60,8%
disseram-se satisfeitos com o ambiente e clima organizacional

52,7%
se disseram felizes com o aprendizado na área

6,7%
pensam em sair do emprego atual nos próximos 3 meses

expediente

o trampos.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 trampos.co mais de 2 mil empresas, que publicaram mais de 40 mil oportunidades. 40 mil oportunidades para mudar vidas.

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.