

 tramos.co &

ALMA/
BETA

O RAIO X
DOS PROFISSIONAIS

DE MÍDIAS SOCIAIS

parceiro

Share

índice



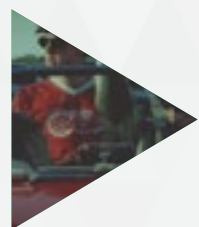
03

sobre a pesquisa



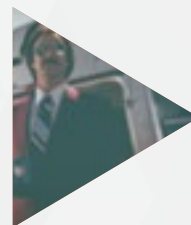
04

perfil geral



18

grana, dimdim



30

tá tudo bem?



35

meu ídolo, meu herói



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.

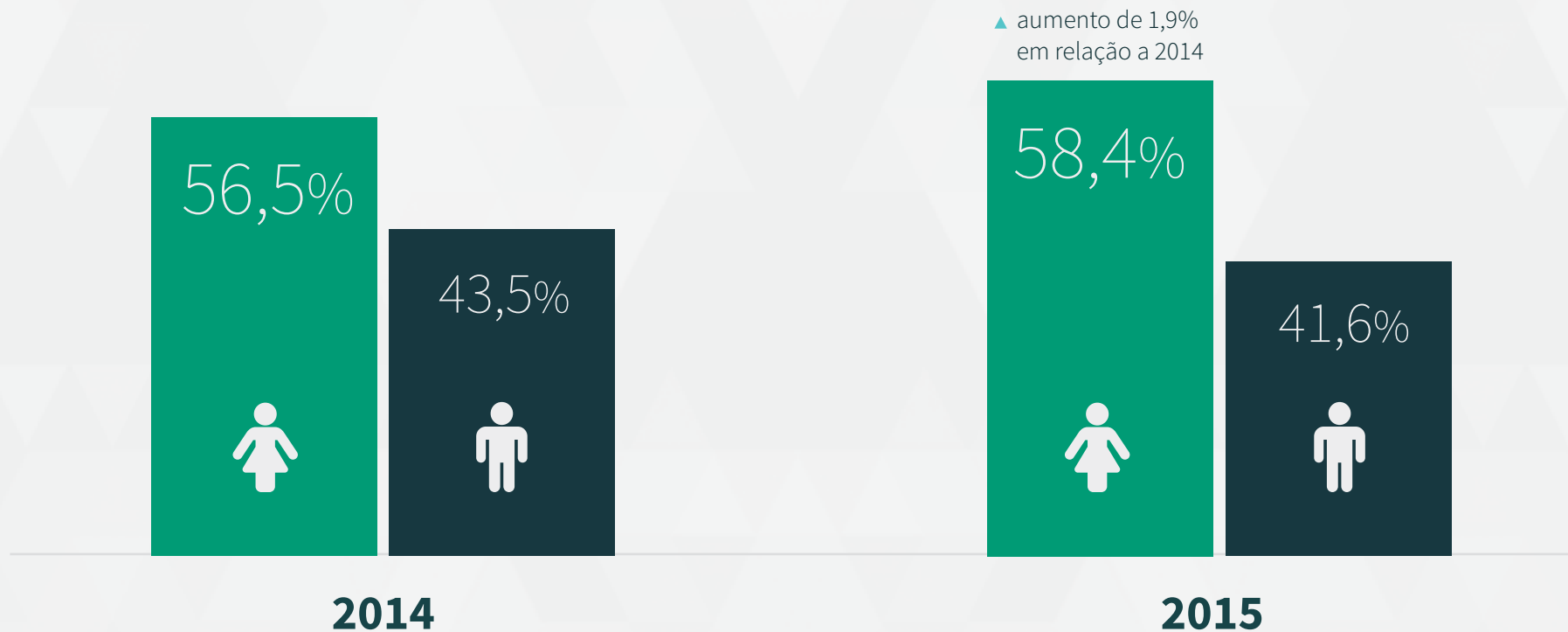
Veja um pouco mais sobre quem é o profissional de mídias sociais nas próximas páginas.

6 quem são estes profissionais?

gênero

elas são maioria:

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



7 quem são estes profissionais?

faixa etária

2014

idade média

26,2 anos

18-24 anos

35%

25-30 anos

46%

31-35 anos

12%

36-40 anos

4%

40+ anos

2%

2015

idade média

26,9 anos

18-24 anos

36%

25-30 anos

44%

31-35 anos

14%

36-40 anos

4%

40+ anos

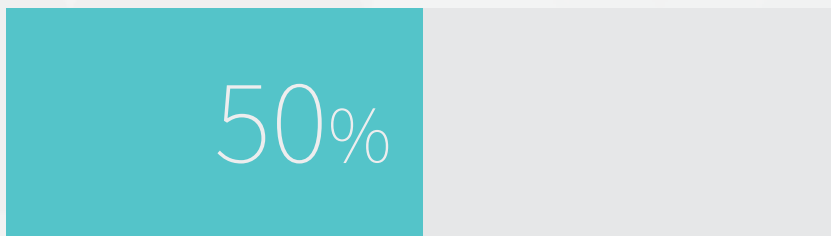
2%

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



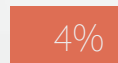
Rio Grande do Sul



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.

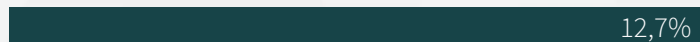
10 quem são estes profissionais?

jornada de trampo

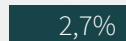
em média os profissionais de Mídias Sociais
trampam 8 horas e 15 minutos por dia.

total de horas por semana

30 horas



35 horas



40 horas



45 horas



50 horas



55 horas ou mais



11 quem são estes profissionais?

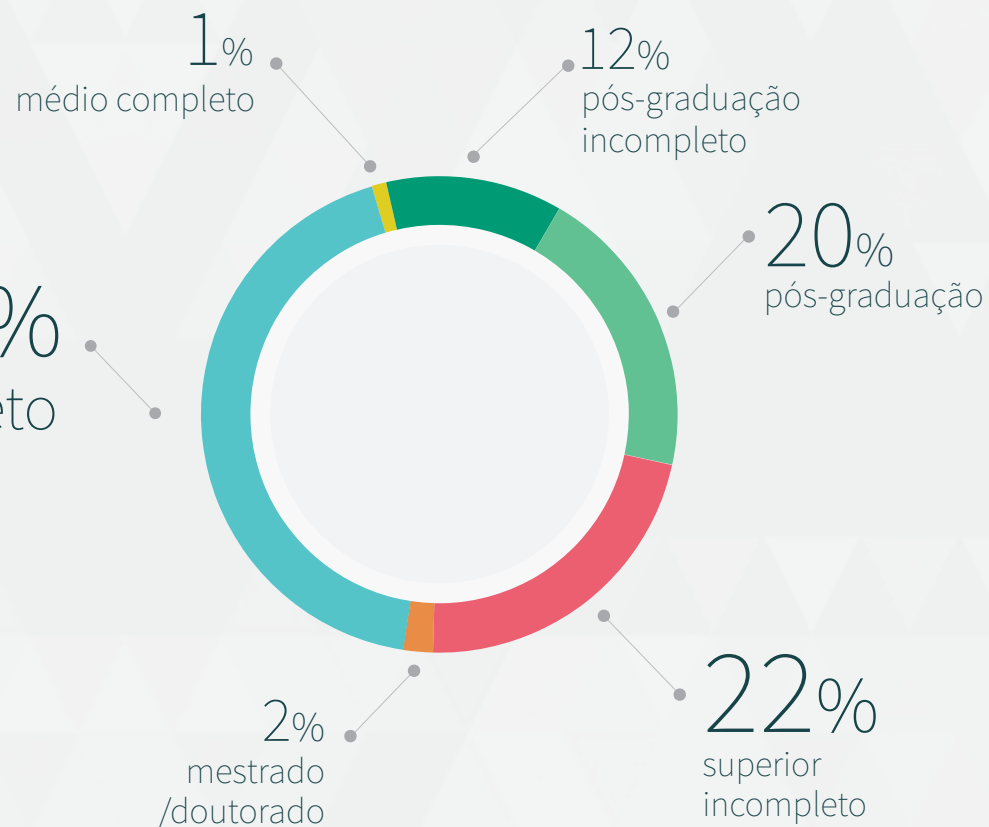


nível educacional

alta escolaridade

é a marca do profissional de Mídia Social no país.

43%
superior completo



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 start-ups)

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%

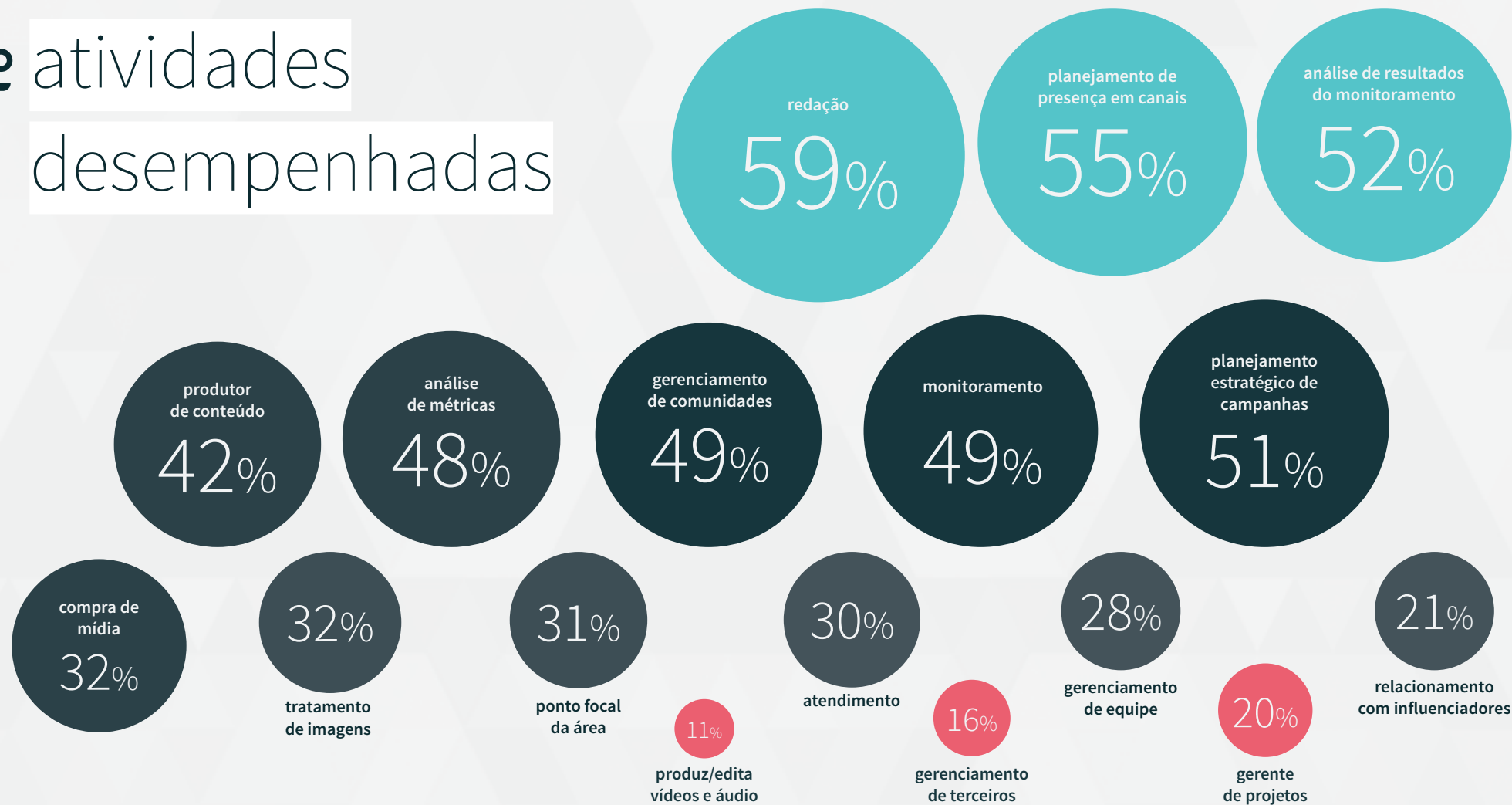
outros

7%



atividades

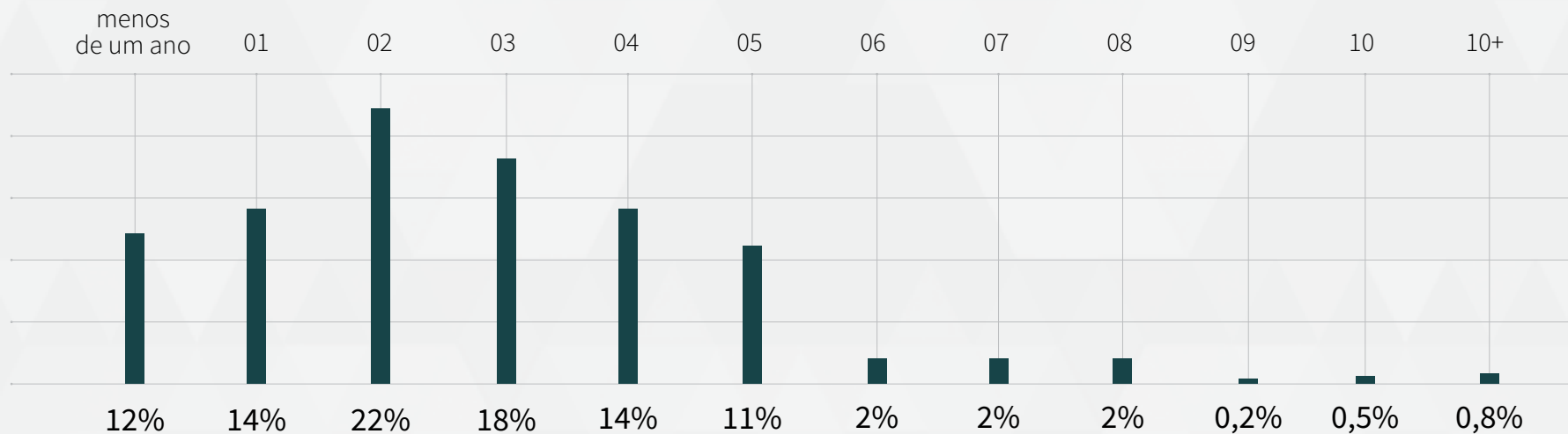
desempenhadas



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 glass of champagne. The image is darkened and has a circular vignette effect. Overlaid on the left side is a white rectangular box containing the text 'grana, dindim, bufunfa'.

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.

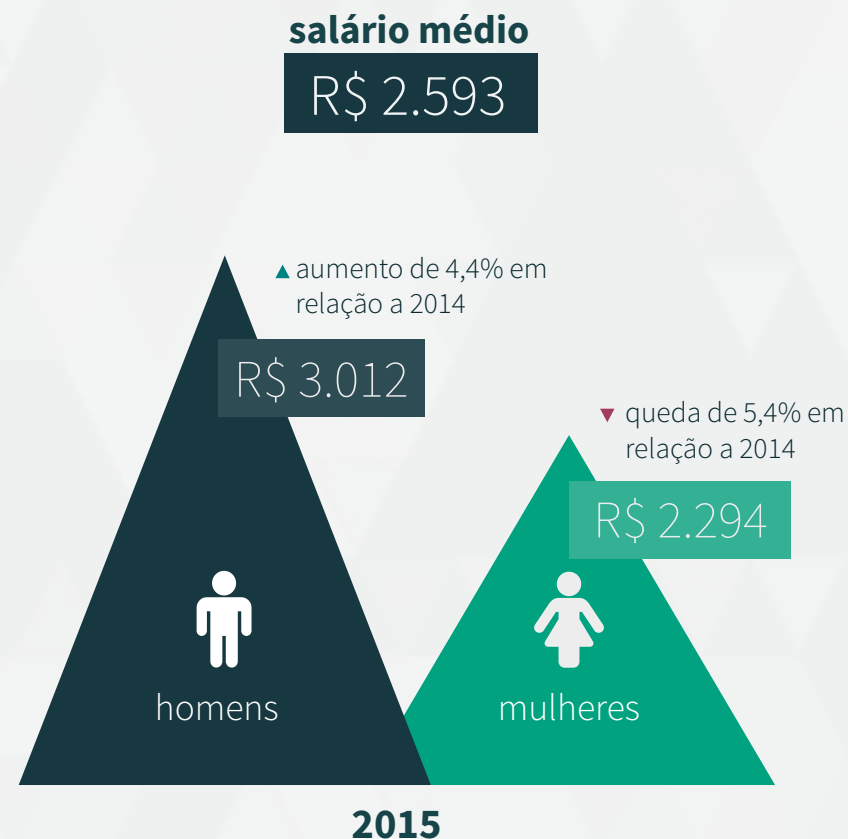
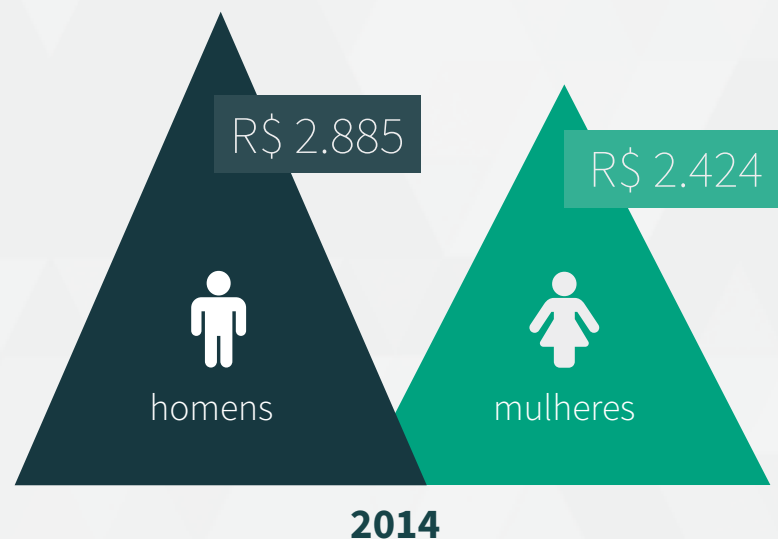
ganha R\$ 2.400, o profissional poderia responder apenas que ganha entre R\$ 2.000 e R\$ 3.000). Na nova metodologia de coleta, o campo tornou-se livre para os valores. Isso trouxe as seguintes correções: permitir valores bem maiores que R\$ 11.000 mensais (valor máximo na última pesquisa) e também menores 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\$ 2.608,31) 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**.

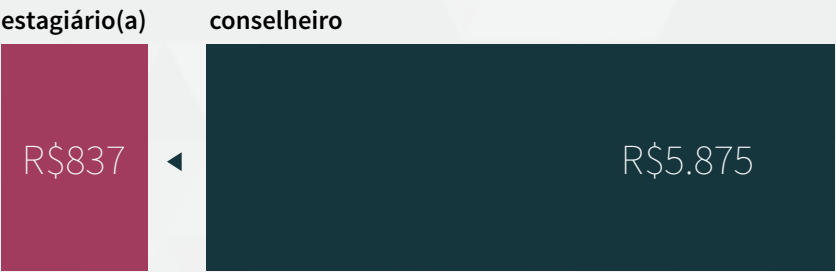




média salarial por hierarquia

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



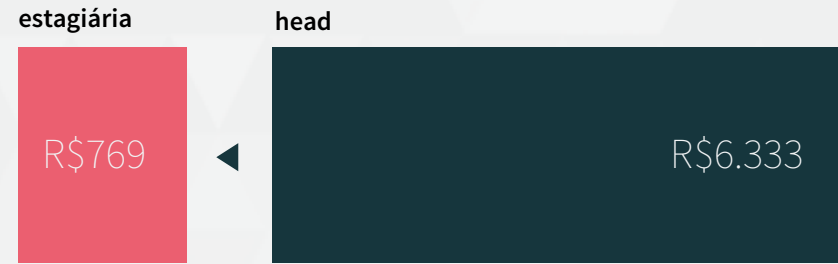
	min.	máx.	média 2015
conselheiro	R\$7.500	R\$7.500	R\$7.500
CEO	R\$1.000	R\$18.000	R\$5.515
diretor	R\$1.300	R\$26.000	R\$5.031
head	R\$900	R\$11.000	R\$3.410
gerente	R\$666	R\$22.500	R\$4.432
coordenador	R\$1.000	R\$15.000	R\$3.394
supervisor	R\$1.800	R\$8.000	R\$3.725
analista	R\$600	R\$10.000	R\$2.262
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.



	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

A group of people, including men and women of various ages, are gathered around a table in a formal setting, likely a restaurant or banquet hall. They are all smiling and holding glasses, suggesting a celebratory occasion. The image has a warm, slightly vintage feel with a teal and red color overlay. Large, semi-transparent circular shapes are overlaid on the image, framing the text.

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.

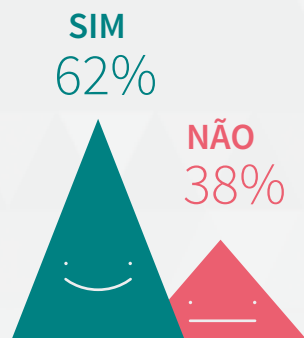
Sobre a expectativa em relação ao restante do ano, mais de 75% dos respondentes acreditam

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.

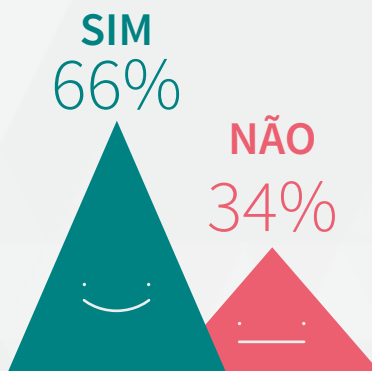
panorama de satisfação profissional

“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?”



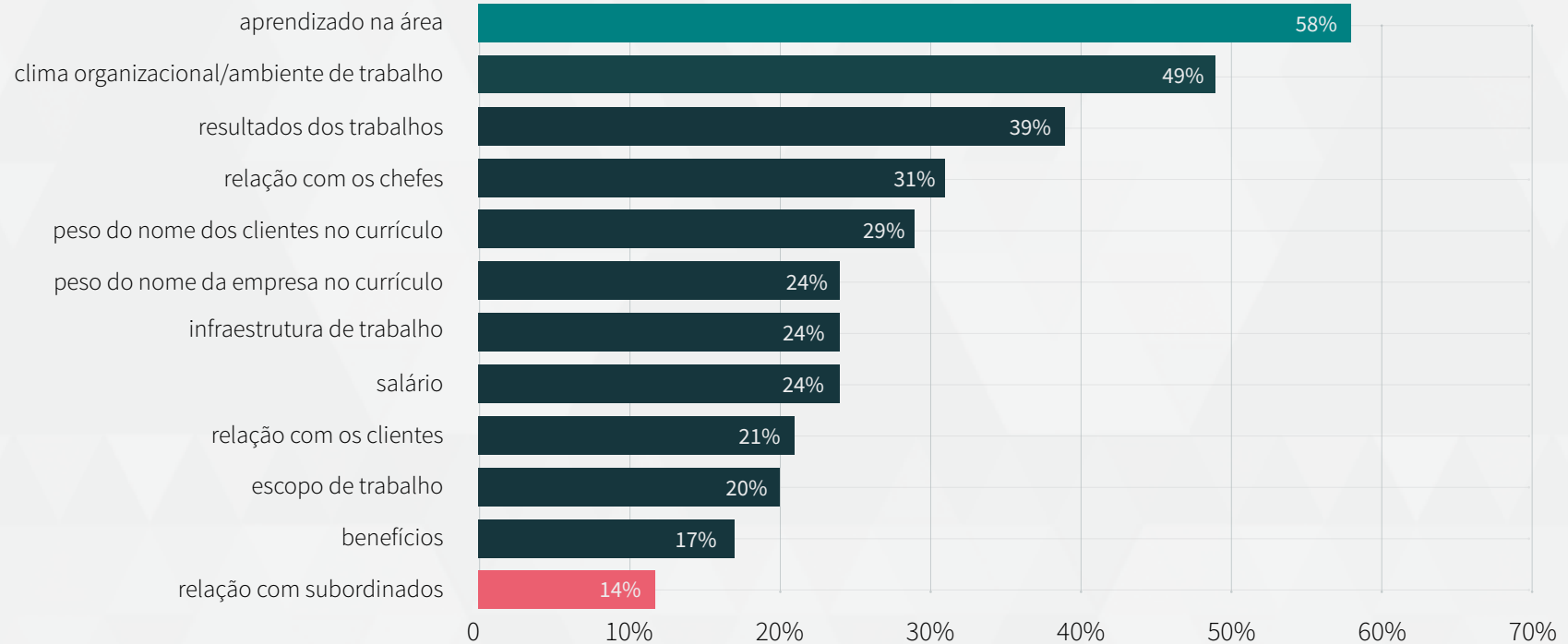
▼ queda de 4% em relação à 2014

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

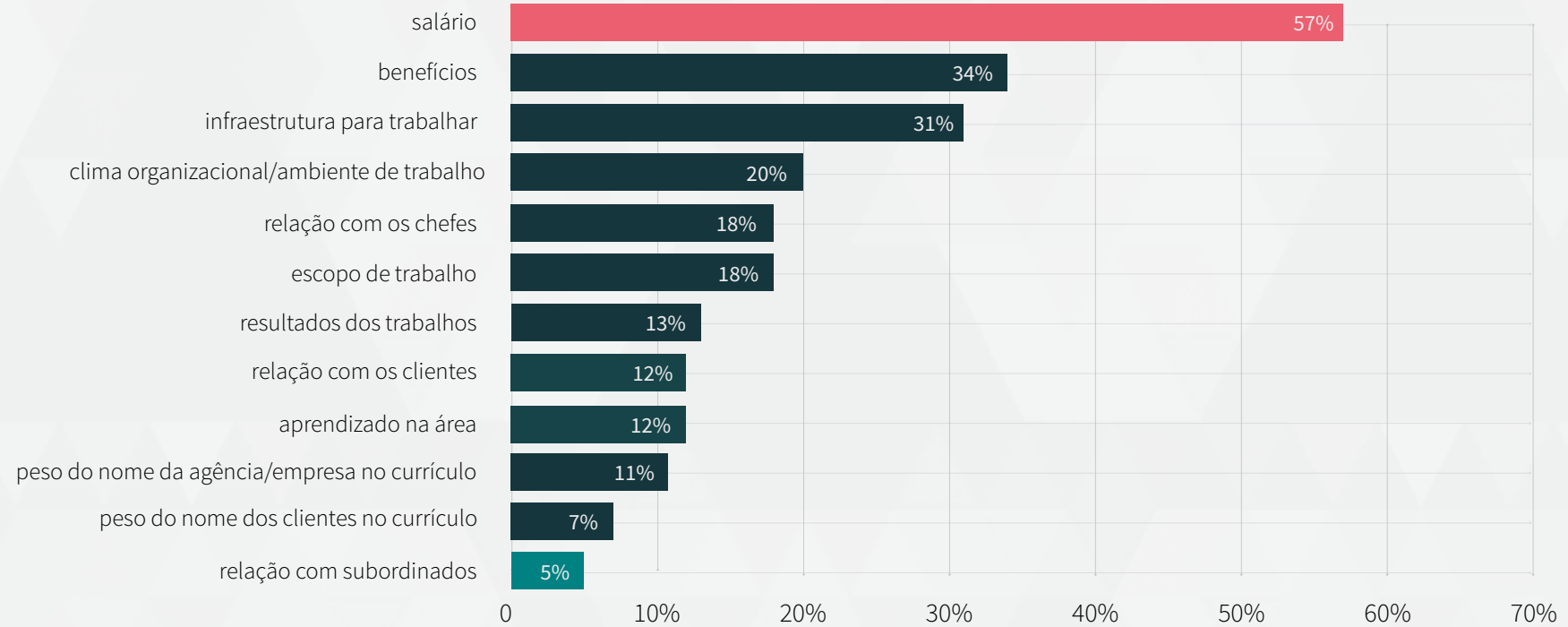


▼ queda de 1% em relação à 2014

o que mais valorizam

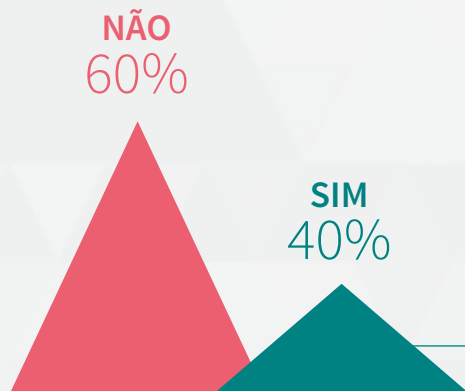


o que menos gostam



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%

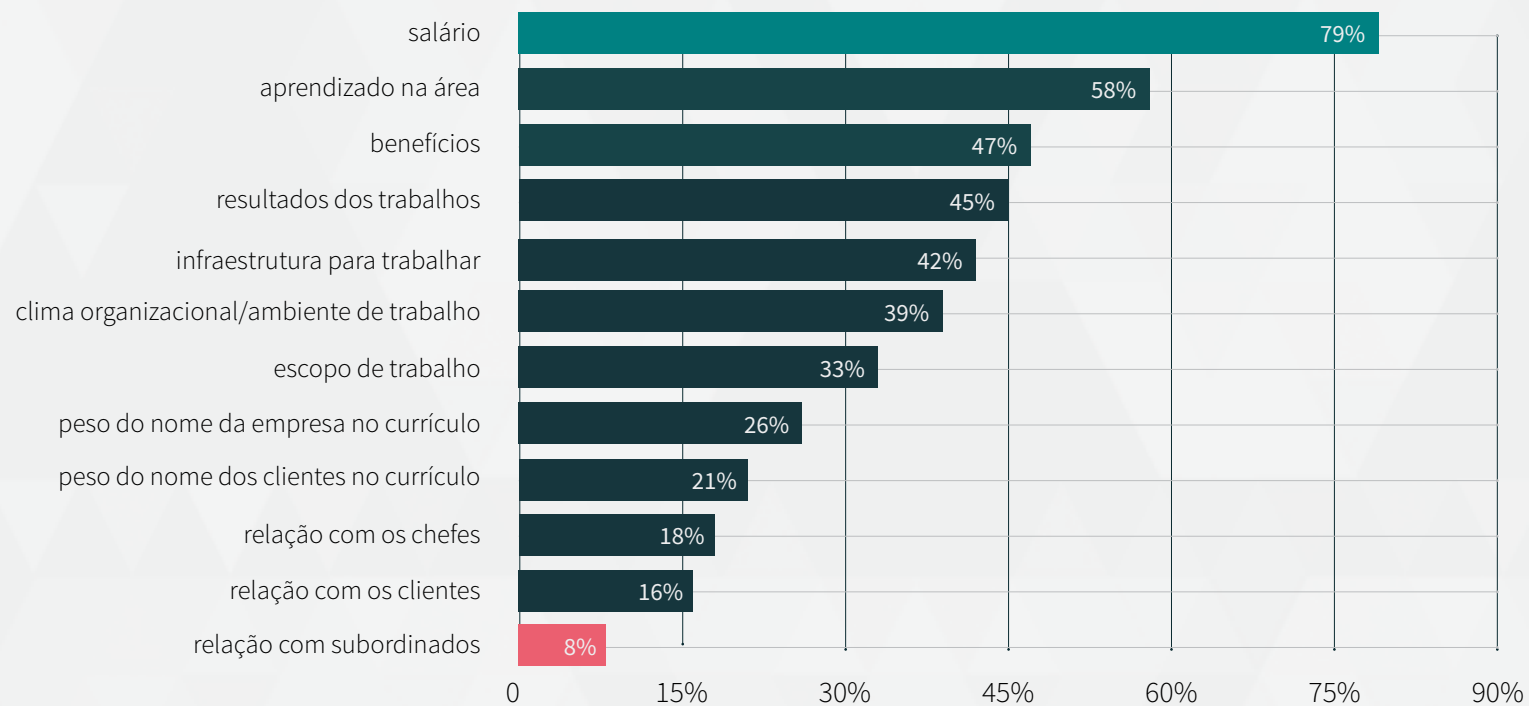
agência/produtora especializada em outros canais

3%

outros

8%

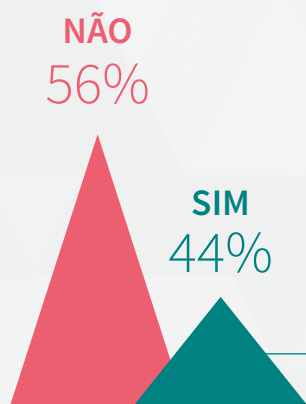
o que procuram no novo emprego?



* somente respondentes que afirmaram desejarem trocar de emprego

empresas onde gostaria de trabalhar

“há alguma empresa onde
gostaria de trabalhar?”

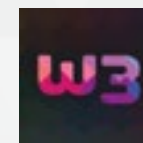


▲ aumento de 6% em relação à 2014

empresas mais citadas



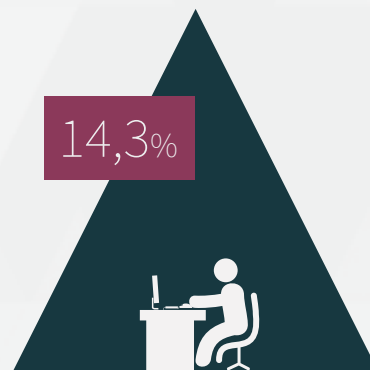
DM9



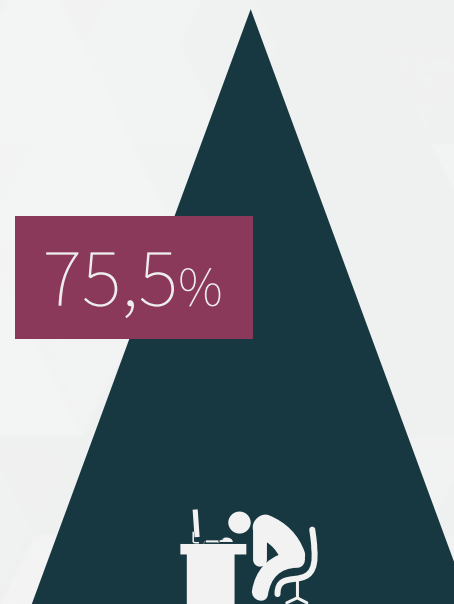
quais são as suas expectativas para o seu trabalho em 2015?



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 NOSSOS 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

91%

portais

86%

blogs específicos

65%

timeline do Twitter

59%

televisão

37%

jornais

35%

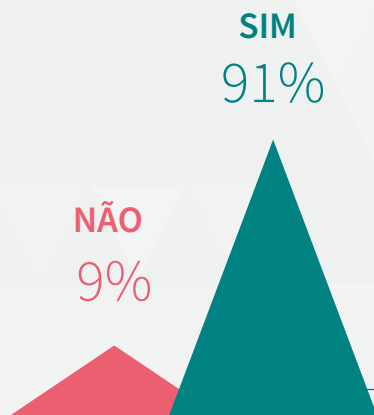
revistas

32%

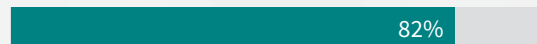
outros

4%

você se informa diariamente ou semanalmente sobre Mídias Sociais?



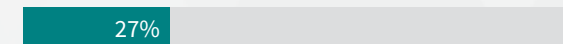
sites brasileiros?



mais citados



segue perfis específicos no
Twitter ou no Facebook?



mais citados



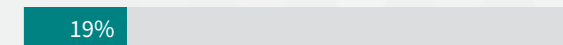
sites estrangeiros?



mais citados



revistas especializadas



mais citados



you se informa diariamente ou
semanalmente sobre Mídias Sociais?

jornais especializados

7%

mais citados

FOLHA DE S.PAULO | *melo&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 | youpix

quem são as referências do mercado



38% responderam
sim em 2014

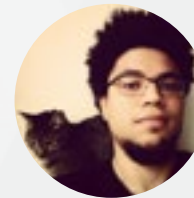
nomes mais mencionados



**Martha
Gabriel**



Ian
Black



Tarcizio
Silva



Camila
Porto



Marcel
Bely

cases nacionais que servem de inspiração

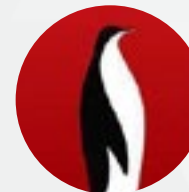
“há um case brasileiro que seja
considerado inspiração?”



cases mais citados



Prefeitura
de Curitiba



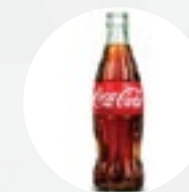
Ponto
Frio



Bradesco



Netflix



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

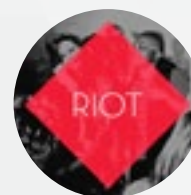
agências mais citadas



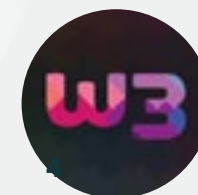
DM9



Africa



Riot



W3 Haus

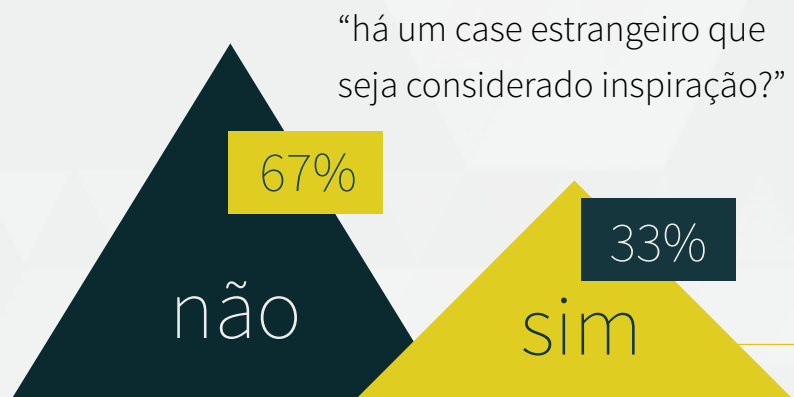


Isobar

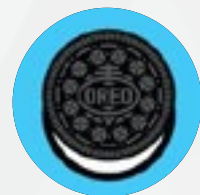


Ogilvy

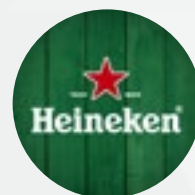
cases estrangeiros que servem de inspiração



cases mais citados



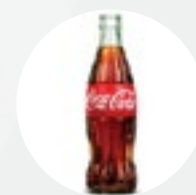
Oreo



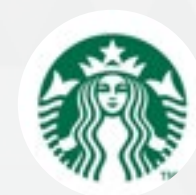
Heineken



Dove



Coca-Cola

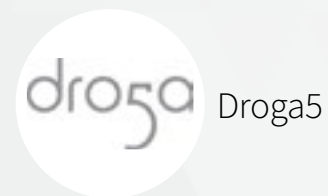


Starbucks

agências estrangeiras fazendo bom trabalho em Mídias Sociais



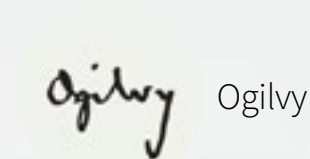
agências mais citadas



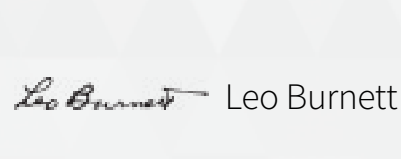
Droga5



Wieden+Kennedy



Ogilvy



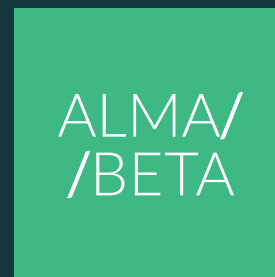
Leo Burnett

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 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.