

Digital Skills

O mapa de habilidades para carreiras digitais

Tera

+



MINDMINERS



Sumário

Introdução

Mensagem da Tera

Key findings

1. Zoom out: retratos do mercado de tecnologia

2. Diversidade: estamos mais perto?

3. Presente e futuro das empresas e profissionais

4. A busca pelo emprego dos sonhos

5. Desemprego no mercado tradicional e digital

6. Qualificação: aprendendo a aprender

7. Raio X de Salários

8. Zoom in: carreiras do futuro

Product Managers

Digital Marketers

Profissionais de Dados

UX Designers

Profissionais de Desenvolvimento de Software

Conclusão

Introdução

A Digital Skills 2021 nasceu de um pensamento sobre como podemos ajudar cada vez mais pessoas a acessar e permanecer evoluindo no mercado digital, que está em constante transformação e com cada vez mais espaços a serem ocupados. Nossa intenção é que este relatório seja um **mapa de habilidades** para quem deseja conhecer os caminhos de desenvolvimento na carreira.

O impacto da tecnologia nos negócios, com a adoção de ferramentas de Inteligência Artificial e automação, está criando um cenário em que **85 milhões de empregos estão sujeitos a sumir** do mercado até 2025. Com isso, o World Economic Forum estima que 50% da força de trabalho mundial precisará de **requalificação profissional** para exercer novas profissões – um processo conhecido como **reskilling**.

No entanto, profissionais em carreiras consideradas estáveis para os próximos anos não devem se acomodar. Isso porque 40% das habilidades requeridas para ocupar essas funções irão mudar, exigindo atualização e flexibilidade – esse é o movimento de **upskilling**.

Para as lideranças de negócios, surge o desafio de compreender quais skills são essenciais para um ambiente corporativo saudável e inovador. Além disso, há a responsabilidade de oferecer oportunidades de atualização e requalificação para as equipes, aumentando os níveis de engajamento em programas de treinamento. Atualmente, apenas 42% de profissionais abraçam essas iniciativas.

Esses fatos podem deixar algumas pessoas com certo receio do que está por vir, mas nós da Tera acreditamos que existem formas de superar esses desafios. Afinal, também existem previsões de que **97 milhões de novas oportunidades** serão

criadas nos próximos anos. Por isso, **queremos contribuir para que o maior número de pessoas consiga ter uma visão clara** tanto sobre essas transformações quanto sobre as possibilidades de participar desse mercado.

A pesquisa Digital Skills recebeu respostas de **mais de duas mil pessoas** que estão atuando em áreas como Product Management, UX Design, Marketing Digital, Dados e Desenvolvimento de Software ou que estão em transição de carreira para o mercado digital.

Ao longo das próximas páginas, você vai encontrar dados e insights sobre quais skills técnicas e comportamentais são requisitadas no mercado, quais ferramentas são usadas no dia a dia de cada área, quais caminhos profissionais de sucesso usaram para se desenvolver e quais os principais desafios para atuar.

Boa leitura!

METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada com metodologia quantitativa e foi distribuída entre os meses de março e maio de 2021, por meios digitais, recebendo respostas de 2.233 profissionais de carreiras digitais e de áreas tradicionais. A coleta de dados foi feita pela Mindminers, empresa de tecnologia e human analytics. Ainda que a pesquisa trate principalmente de áreas ligadas à tecnologia, profissionais de outras áreas também responderam às perguntas.

As áreas de atuação das pessoas que responderam a pesquisa se desdobrou de forma:



EDITORIAL

Mensagem da Tera



Depois das inúmeras mudanças a que fomos submetidos como profissionais nos últimos anos, eu espero que você não tenha mais medo do futuro do trabalho.

É claro que ele gera inúmeras reflexões e até alguns incômodos. Estamos descobrindo que aprender novas habilidades não é uma opção, mas sim **um fator decisivo para nossa permanência no mercado**. A questão é se decidimos ver isso como um fardo ou com a leveza de quem estará em constante evolução.

Mas não basta apenas ter a mentalidade de **lifelong learning**. Evoluir exige disposição, mas também conhecimento sobre os caminhos possíveis e as skills técnicas e comportamentais que realmente são necessárias.

Se você é líder em uma empresa, tem um duplo papel: trabalhar seu próprio desenvolvimento e garantir que sua organização contribua para os ciclos periódicos de capacitação profissional que veremos nos próximos anos.

Nosso desejo com este material é fornecer insumos que guiem as decisões de profissionais que não param nem se conformam, mas entendem que **aprender a aprender** é a habilidade chave para o futuro.

Leandro Herrera
CEO E FUNDADOR DA TERA



KEY FINDINGS



IGUALDADE DE GÊNERO EM UX, PRODUTO E MARKETING DIGITAL

Em Product Management, UX Design e Marketing Digital o número de mulheres respondentes **é igual ou maior que o de homens**. Essa igualdade ainda parece estar distante principalmente nas áreas de Dados e Desenvolvimento de Software, com 33,1% e 30,8% de mulheres respectivamente.



SALÁRIOS MAIS ALTOS EM PRODUTO E DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE

50,8% de product managers afirmaram ganhar **mais de R\$ 10 mil**, assim como 49,1% de profissionais de Desenvolvimento de Software. A área que concentra maior número de respondentes com salários de até R\$ 3,3 mil é Marketing Digital (31,8%), mostrando a necessidade de especialização para se diferenciar nesse contexto e chegar a posições com remuneração mais alta.



TRANSIÇÃO DE CARREIRA COMO O NOVO NORMAL

No contexto das carreiras digitais, a maioria de profissionais **não começou atuando na função**. Entre product managers (PM) e product owners (PO), sete em cada 10 profissionais (69,6%) não começaram a carreira em funções relacionadas à área. A tendência é similar na área de User Experience, com 62,9% vindas de outras áreas para UX Design.



PROFISSIONAIS SEGUEM EM BUSCA DO EMPREGO DOS SONHOS

Potencial de crescimento na carreira, potencial de aprendizado e salários altos são os três fatores mais importantes para profissionais quando o assunto é escolher uma empresa para trabalhar. Em busca dessas e outras características para um emprego dos sonhos, profissionais de Marketing Digital e de Dados concentram o maior ímpeto de mudança, com **mais de 54% afirmando que desejam mudar** de empresa ou de carreira nos meses seguintes.



DESEMPREGO ATINGE PRINCIPALMENTE CARREIRAS TRADICIONAIS

60,4% das pessoas que estavam desempregadas no período de coleta da pesquisa **não atuavam em carreiras digitais**. Dentro das cinco áreas em foco, o índice de desemprego mais alto foi registrado em Marketing Digital (17,1%). Profissionais em situação de desemprego buscam principalmente uma transição de carreira (54,7%) e procuram recolocação há menos de um ano.



CRESCER EM UMA CARREIRA DIGITAL NÃO LEVA TANTO TEMPO

Mesmo estando há **menos de 5 anos atuando** na área, profissionais de Product Management (54%), UX (47%) e Marketing (46%) já estão em níveis intermediários de senioridade.



DIVERSIDADE RACIAL PERMANECE UM DESAFIO

A representatividade de pessoas negras nas carreiras digitais também preocupa, com apenas **duas em cada 10 pessoas se declarando pretas ou pardas**. A maior disparidade está na área de Product Management, com 16% de pessoas negras versus 79% de pessoas brancas. A carreira com mais pessoas negras é Marketing Digital (25%).



DIFERENTES CAMINHOS PARA O DESENVOLVIMENTO

Já não há mais tanta resistência aos cursos online, ainda que a distração continue sendo uma das dificuldades para 45,4% das pessoas que responderam à pesquisa. Depois dos cursos presenciais, os **cursos online e ao vivo com interação** entre estudantes e experts são os preferidos (57,4%).

ZOOM OUT

Retratos do Mercado de Tecnologia



Quais são as características de um mercado conhecido por estar em constante crescimento e com cada vez mais oportunidades? Recolhendo dados de cerca de 1.700 pessoas que atuam nas áreas de Product Management, UX Design, Marketing Digital, Dados e Desenvolvimento de Software, percebemos que a **transição de uma carreira tradicional para o cenário digital é um marco na maioria das trajetórias**. Esse traço traz para o mercado uma multidisciplinaridade valiosa que, unida às soft skills destacadas, pode fomentar maior inovação e diversidade para as empresas.

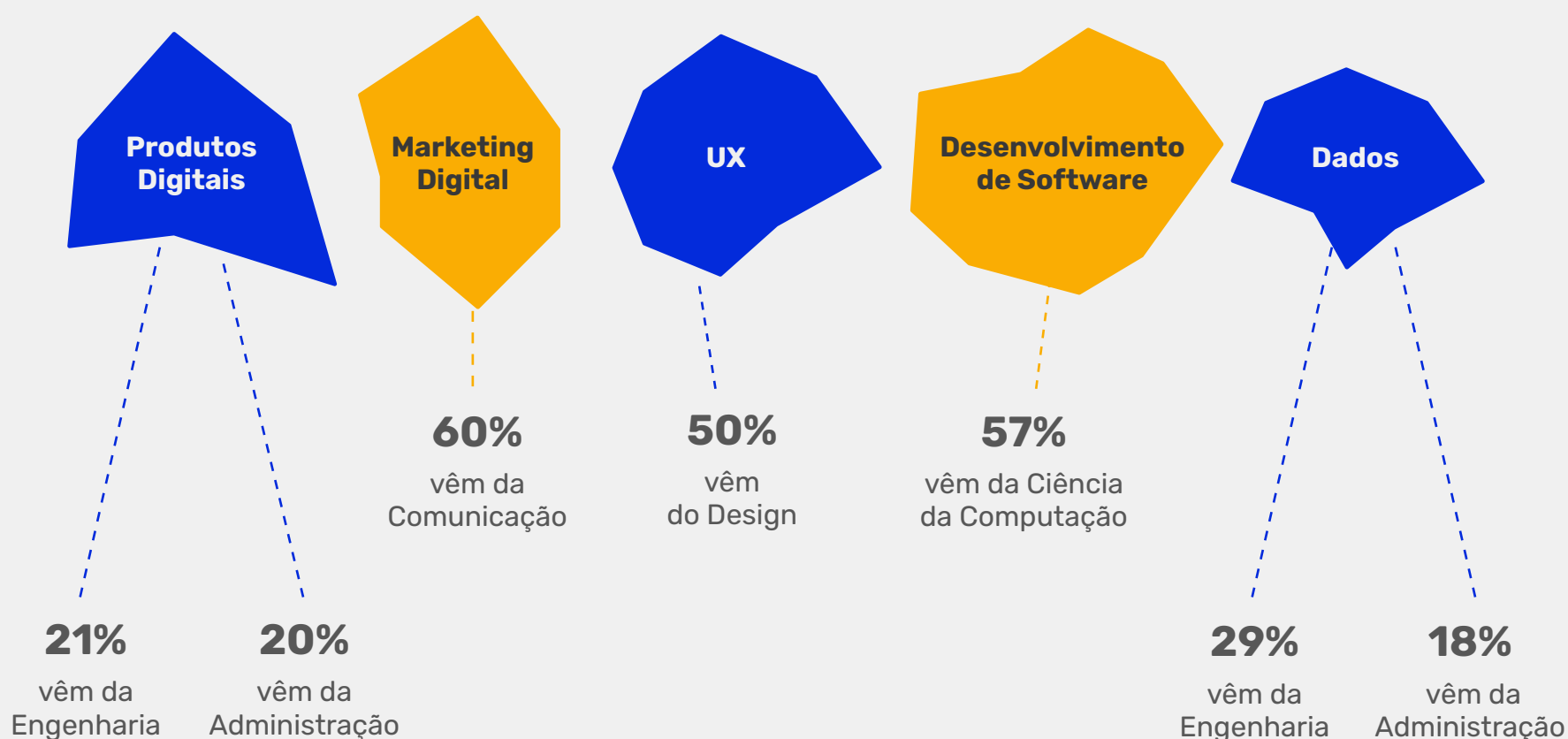
Ao mesmo tempo, vemos que, mesmo em um cenário no qual muitas carreiras digitais ainda não são oferecidas pelas graduações tradicionais, ter o ensino superior completo e continuar o desenvolvimento com uma **pós-graduação e cursos de menor duração continua tendo uma relação direta com altos salários**. Felizmente, esse percurso de transição parece não demorar tanto para chegar a um momento de estabilidade. Mesmo estando há menos de cinco anos na carreira, mais de 80% das pessoas afirmaram já estar em nível intermediário de senioridade.

Formação e Multidisciplinaridade

Participantes da pesquisa **vêm de diversas áreas de formação**. Destacam-se Comunicação, Administração, Engenharia e Ciência da Computação. Ainda que bastante diferentes entre si, essas graduações também estão relacionadas às carreiras digitais abordadas na pesquisa.

Três em cada quatro profissionais têm pelo menos o ensino superior completo (75,5%). Nesse grupo, mais da metade já concluiu ou iniciou uma pós-graduação. Por outro lado, 15,7% declararam ter o ensino superior incompleto e 7,6% informaram ter o ensino médio completo.

Com mudança no perfil das empresas, novas funções e tecnologias emergentes, **profissionais que se formaram em graduações tradicionais levam suas bagagens de conhecimento** para atuar com produtos digitais, design da experiência do usuário, Marketing, Dados e programação.

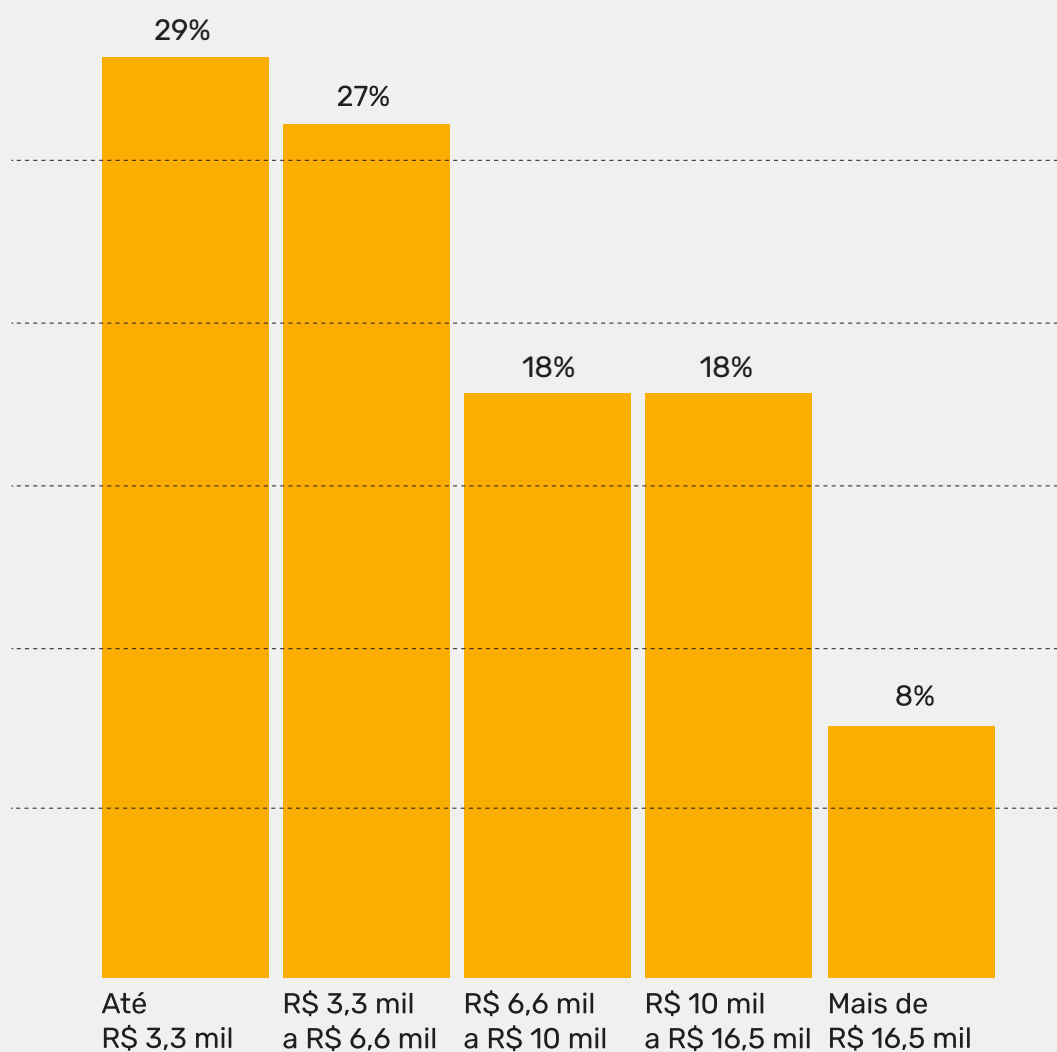


Salário

Olhando para as faixas salariais de todas as pessoas participantes da pesquisa, mais da metade ganham até R\$ 6,6 mil. A faixa salarial mais frequente varia de R\$ 3,3 mil a R\$ 6,6 mil. Uma em cada quatro pessoas tem essa remuneração. Salários mais altos, porém, não são raros: **24,7% dizem ganhar mais do que R\$ 9,9 mil.**

Ao enquadrarmos as carreiras digitais, a carreira com os salários mais altos apontada pela pesquisa é Product Management e Marketing Digital é a que tem menor média salarial (veja mais no Raio X de salários).

Perfil dos participantes por faixa salarial



56,2% dos profissionais ganham até R\$6,6mil

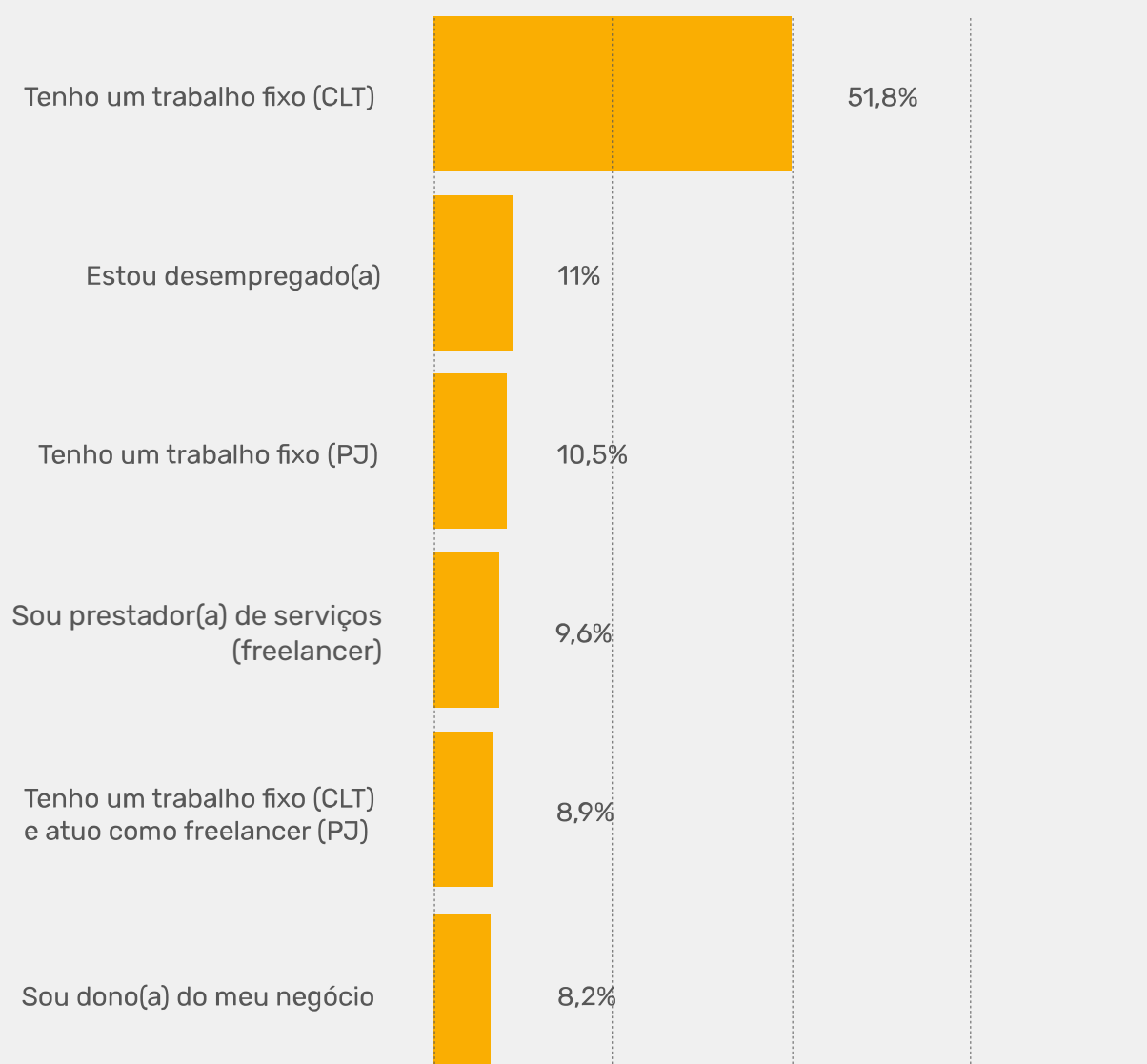
25,9% informam ter salários acima de R\$10 mil

Nota: 4,8% das pessoas informaram outras categorias (sem renda ou prefere não dizer)

Contrato

Cerca de 61% das pessoas estão na modalidade de trabalho **CLT**, sendo que 8,9% ainda conciliam trabalhos como freelancers além desse emprego. Profissionais que atuam de forma autônoma como PJ representam 10,5%. Os freelancers são 9,6%; enquanto 8,2% das pessoas são donas do próprio negócio.

Perfil dos participantes por modalidade de trabalho



Mais da metade dos profissionais diz trabalhar como CLT



Já 8,9% dizem ser CLT e também atuar como freelancer



Skills com demanda crescente até 2025, segundo o World Economic Forum

1. Pensamento analítico e inovação
2. Aprendizagem ativa e estratégias de aprendizagem
3. Resolução de problemas complexos
4. Pensamento crítico
5. Criatividade, originalidade e iniciativa

THE FUTURE OF JOBS REPORT 2020

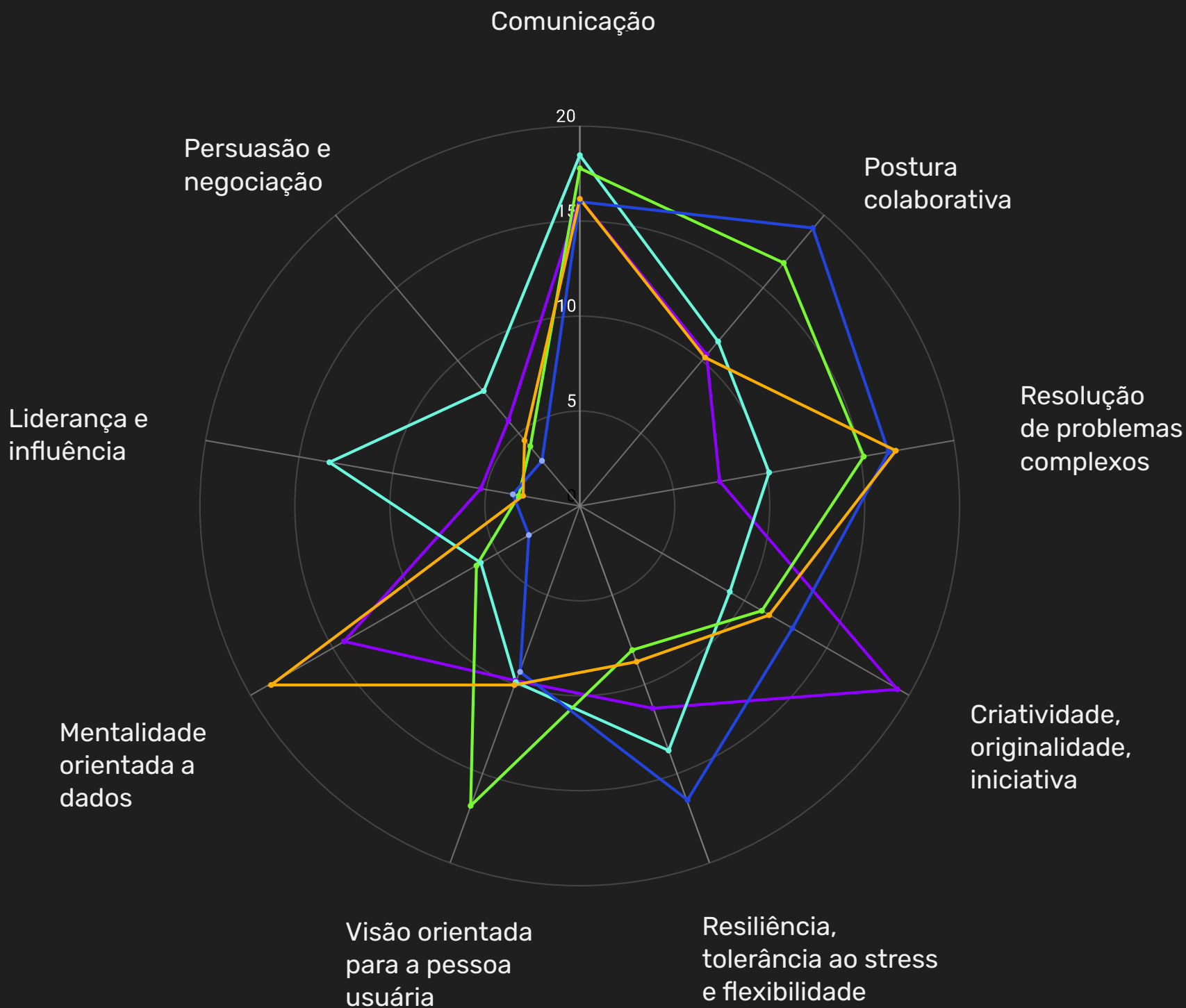
[World Economic Forum](#)

Soft Skills

Pedimos para as pessoas entrevistadas selecionarem as três principais habilidades necessárias para o seu trabalho. A **comunicação** foi apontada por 17% das pessoas entrevistadas como a competência socioemocional mais importante para atuar. Criatividade, resiliência, postura colaborativa e resolução de problemas complexos também se destacam.

Essa **visão das skills mais relevantes varia dependendo da carreira**, como mostra o gráfico. Em Marketing Digital, por exemplo, a criatividade lidera, enquanto em profissionais de Desenvolvimento de Software destacam a importância de uma postura colaborativa. Aprofunde sua visão sobre as skills de cada carreira no Zoom in de Carreiras Digitais

Principais soft skills de cada carreira



MARKETING DIGITAL

PRODUCT MANAGEMENT

UX DESIGN

DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE

DADOS



DESEMPREGO

O desemprego era a situação de quase uma em cada 10 pessoas no período de coleta da pesquisa. Das pessoas que afirmam estar desempregadas, 60,4% não atuam em carreiras digitais e 17,1% são da carreira de Marketing Digital. Do total de pessoas que estão desempregadas, 70% perderam o emprego durante a pandemia.



ÁREA DA EMPRESA

O setor de **tecnologia e mídia** foi o mais citado como a área de atuação das empresas onde trabalham os profissionais de todas as carreiras. Outros setores mencionados foram os de serviços financeiros e seguros, educação e varejo.

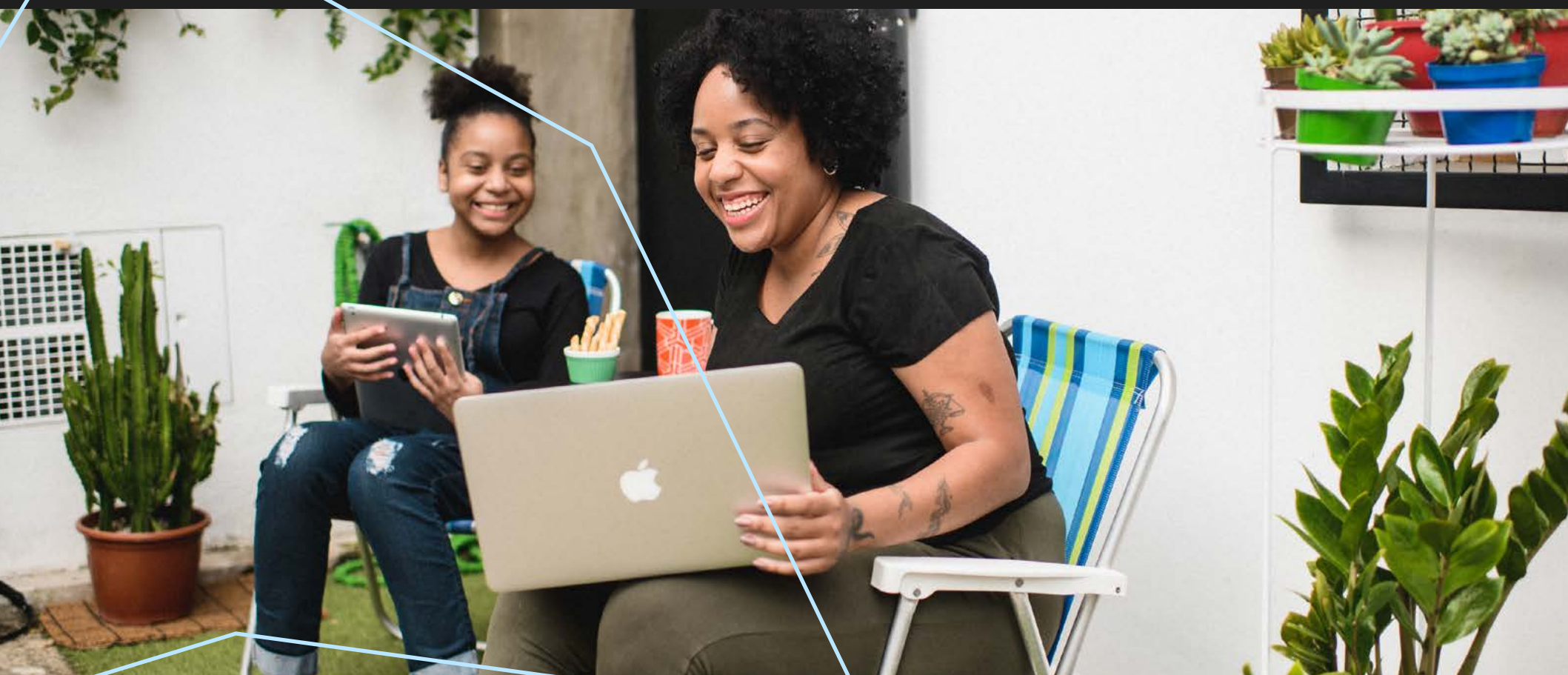


SENIORIDADE

Profissionais afirmam que estão há pouco tempo no cargo atual - 41,8% estão há menos de um ano e 44,9% de 1 ano a 5 anos. Porém, **quase metade das pessoas de todas as carreiras diz estar no nível intermediário** (Analista Sr/ Coordenador). A única exceção ocorre em Desenvolvimento de Software, quando 43,4% declaram ser sênior (Especialista/ Líder técnico).

ESTAMOS MAIS PERTO?

Diversidade



Nos últimos anos, temos visto alguns movimentos intencionais para tornar o mercado digital mais diverso e inclusivo. Empresas que se posicionam, ações afirmativas e processos para qualificar e abrir espaço para profissionais de grupos historicamente excluídos.

Com a pesquisa, vemos que mulheres têm ocupado mais espaços em áreas como Marketing, Produto e UX. Em Dados e Desenvolvimento de Software, áreas conhecidas pela predominância masculina, o equilíbrio ainda é um desafio.

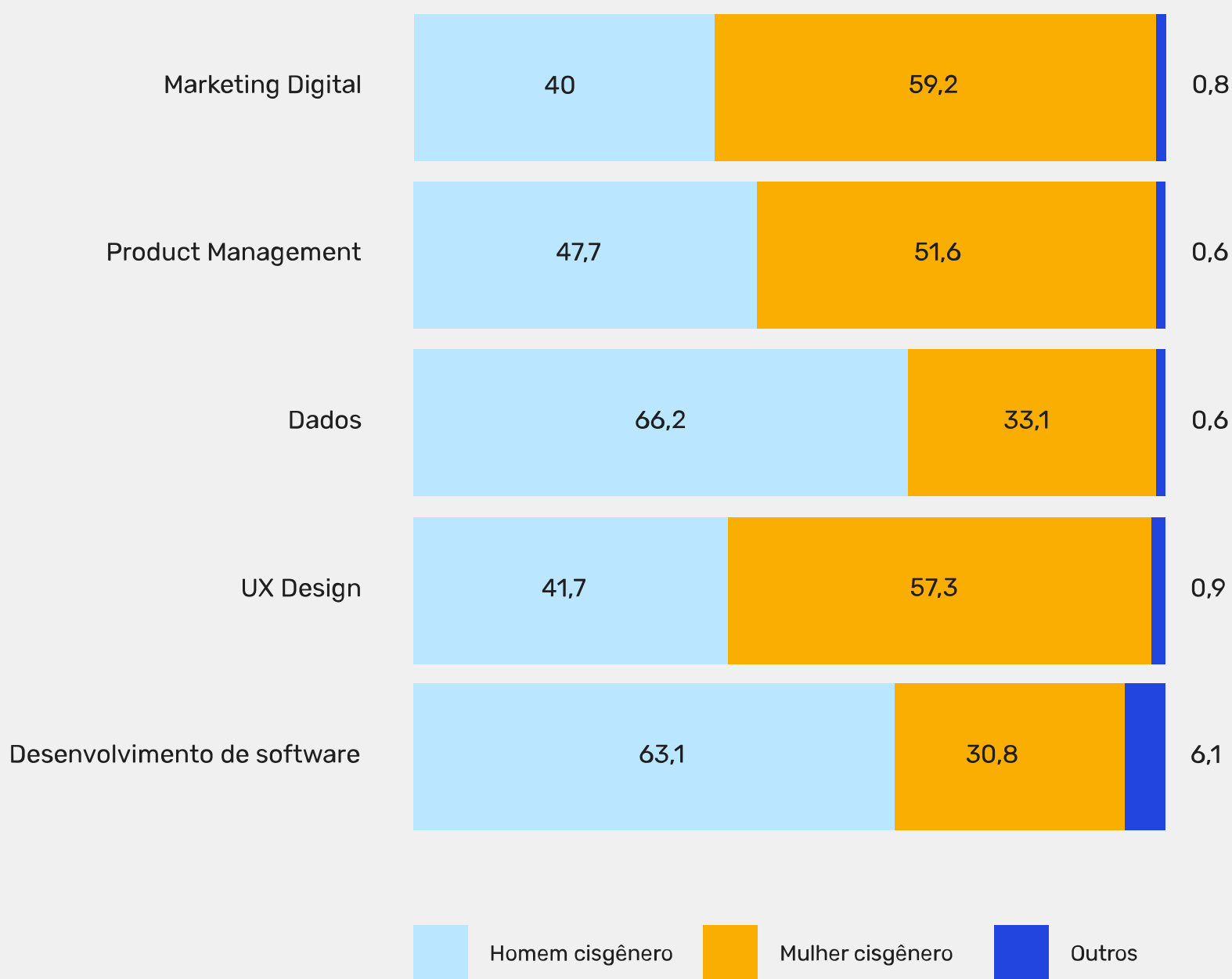
Em um país onde mais de 56% da população é negra, continua surpreendendo que o mercado de tecnologia ainda tenha **73,2% de pessoas brancas**. Quando olhamos para profissionais em cargos e salários mais altos, a quantidade de pessoas pretas e pardas diminui para 13% e os cruzamentos entre raça e gênero continuam preocupantes. Juntamos a isso a pouca representatividade de pessoas de fora do eixo Sul-Sudeste, de +50 e de não-cisgênero.

Mulheres ocupando espaços

As mulheres foram **50,4% dos participantes da pesquisa**. Elas estão principalmente na carreira de Marketing Digital e UX Design. Já os homens são maioria em Dados e Desenvolvimento de Software. Quase todos os participantes da pesquisa (97,1%) são cisgêneros - ou seja, se identificam com o gênero biológico.

Nas áreas de Dados e Desenvolvimento de Software, mulheres ainda são minoria, com 33,1% e 30,8% de presença respectivamente.

Diversidade por gênero nas carreiras (%)

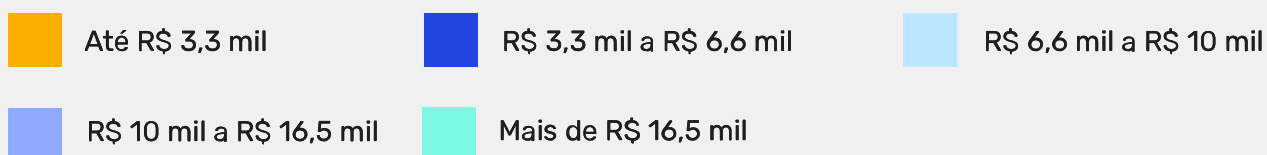
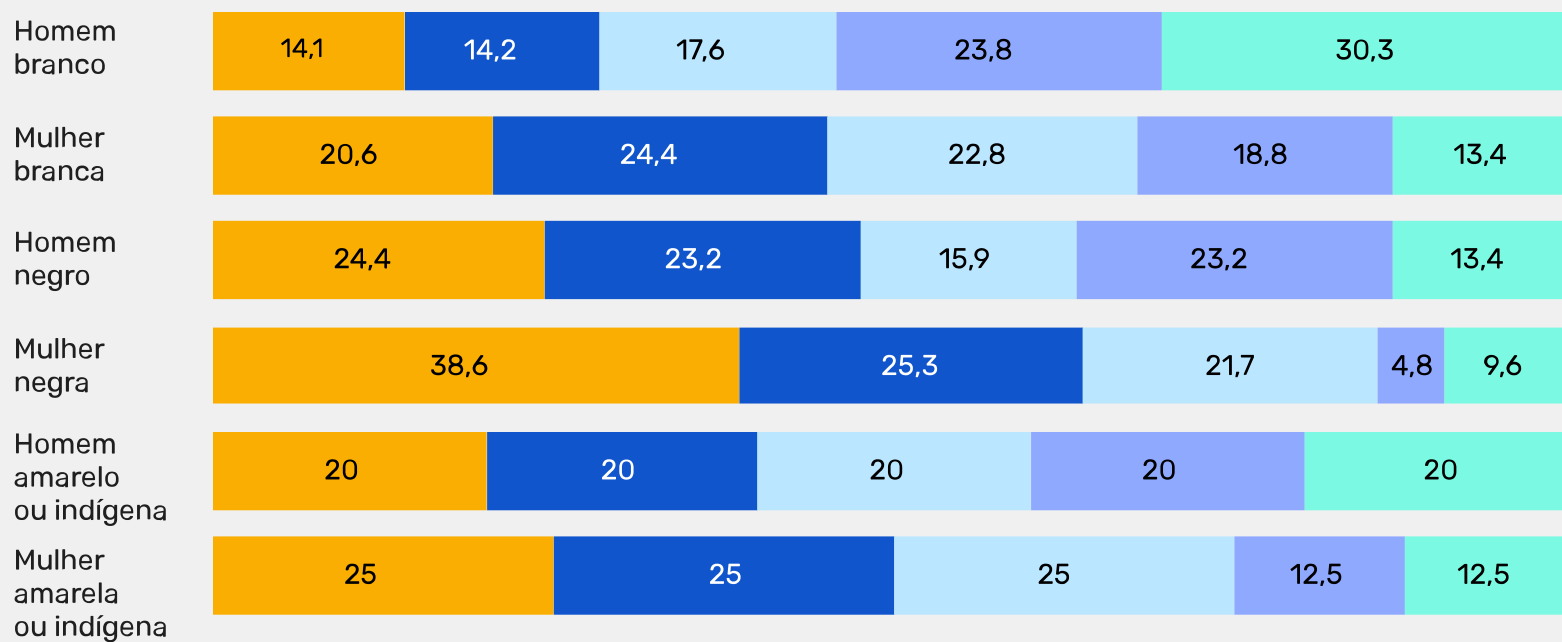


Pessoas negras ainda são minoria

Apenas duas pessoas em cada 10 profissionais são negras. **Das pessoas que informaram ganhar mais de R\$ 10 mil por mês, apenas 13% são negras.** Já na faixa salarial de até R\$ 3,3 mil pessoas negras representam 39%.

Pessoas negras (pretas e pardas) são apenas uma em cada quatro profissionais de Marketing Digital (25,3%), que ainda é a carreira digital com mais diversidade racial. A de Product Management registra o menor índice: 16,1%.

Faixa salarial por gênero e raça/cor (%)



- Homens brancos são maioria em posição de chefia
- Mulheres negras aparecem em maior número na menor faixa salarial



“ 32,7% das equipes de tecnologia não possuem sequer uma pessoa negra e 85,4% não possuem pessoas com deficiência na equipe, enquanto metade dos entrevistados disseram que não possuem profissionais LGBTQIA + atuando em seus times. ”

PESQUISA [QUEM CODA O BRASIL]

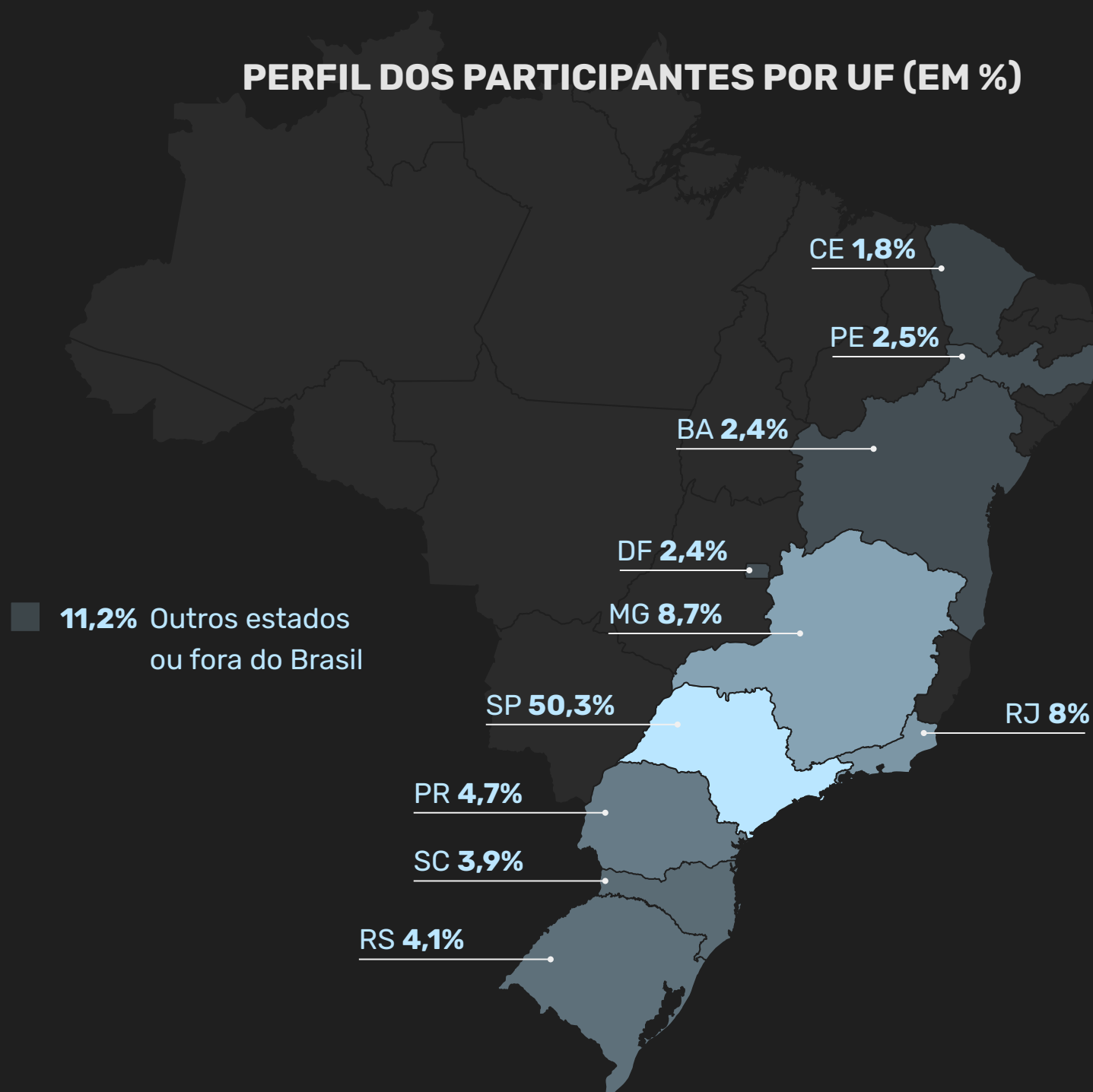
PretaLab & Thoughtworks

Eixo Sul-Sudeste

Das pessoas que participaram da pesquisa, se destaca a presença de profissionais do estado de São Paulo (50%). Em seguida, aparecem Minas Gerais (8,7%) e Rio de Janeiro (8%).

Todos fazem parte da Região Sudeste, que concentra a maioria dos profissionais. Em seguida vêm os estados do Sul: Paraná (4,7%), Rio Grande do Sul (4,1%) e Santa Catarina (3,9%).

PERFIL DOS PARTICIPANTES POR UF (EM %)



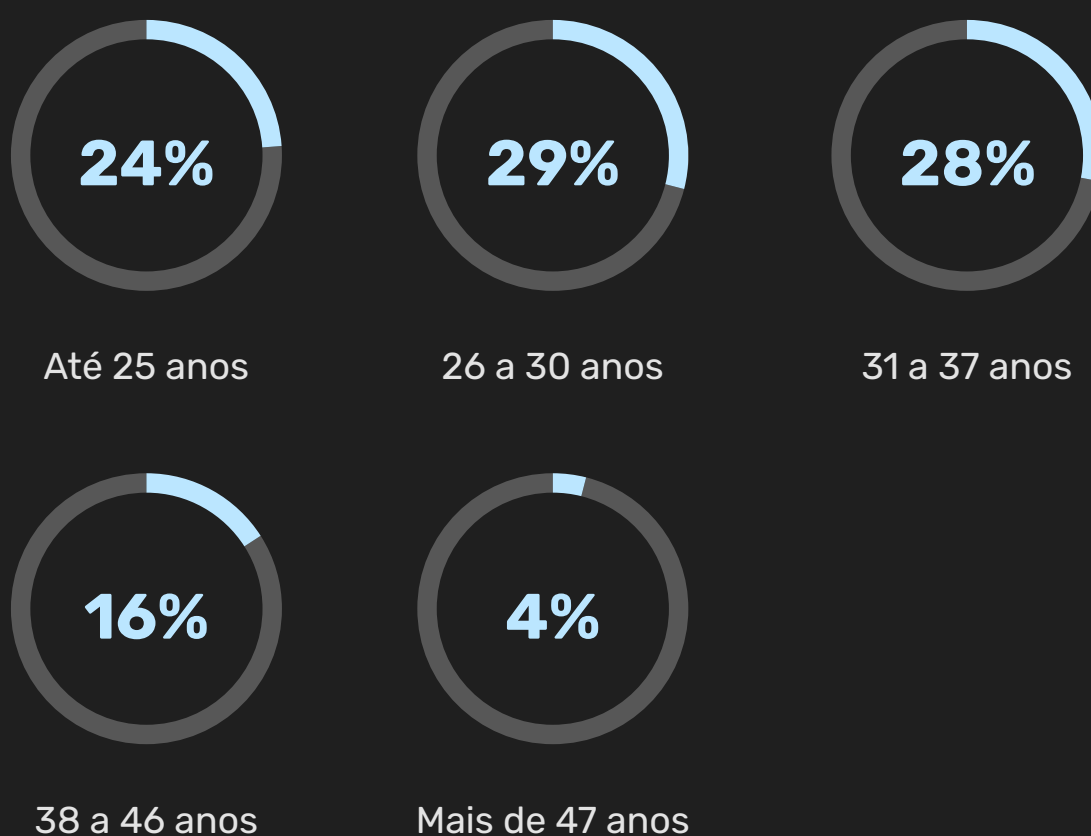
Nenhum dos 10 estados com mais profissionais fica no Norte

No Sudeste, apenas o Espírito Santo não está no ranking

Um mercado de jovens

Menos de 5% de participantes da pesquisa dizem ter mais de 47 anos. Os grupos etários com mais pessoas são de 26 a 30 anos e de 31 a 37 anos.

Diversidade por grupo etário





Para se tornar parte da solução, acreditamos que **empresas precisam tornar a busca intencional por maior igualdade de gênero e raça** nesses espaços em um objetivo de negócio. Dessa forma, conseguiremos garantir um mercado mais justo e tão diverso quanto o Brasil no futuro do trabalho.

EMPRESAS E PROFISSIONAIS

PRESENTE E FUTURO



Carreiras digitais ainda podem soar para algumas pessoas como profissões características de startups de tecnologia. É verdade que posições em áreas de produtos digitais, dados, experiência do usuário sempre aparecem nas fintechs, edtechs, healthtechs e outras empresas menores com potencial de crescimento acelerado pela tecnologia.

No entanto, **grandes empresas tradicionais estão passando por processos de modernização e digitalização** cada vez mais urgentes e acelerados, exigindo uma demanda de profissionais com habilidades digitais e visão de negócio.

Aos olhos de seus profissionais, essas grandes empresas têm uma tendência de ainda maior crescimento nos próximos anos. Talvez por isso, o desejo de mudar de carreira e de empresa apareça pouco, principalmente para profissionais de Product Management.

Empresas contratantes

Grandes empresas tradicionais lideram a contratação de profissionais da economia digital, com 23,1% de participantes da pesquisa trabalhando em negócios desse perfil. **Startups continuam com participação significativa na contratação de talentos nesse mercado (20%)**. As empresas digitais grandes e médias são o local de trabalho de 12,8% e 12% das pessoas, respectivamente.



9,6%

PEQUENA EMPRESA TRADICIONAL

10,7%

MÉDIA EMPRESA TRADICIONAL

23,1%

GRANDE EMPRESA TRADICIONAL



12%

PEQUENA EMPRESA DIGITAL

11,8%

MÉDIA EMPRESA DIGITAL

12,8%

GRANDE EMPRESA DIGITAL



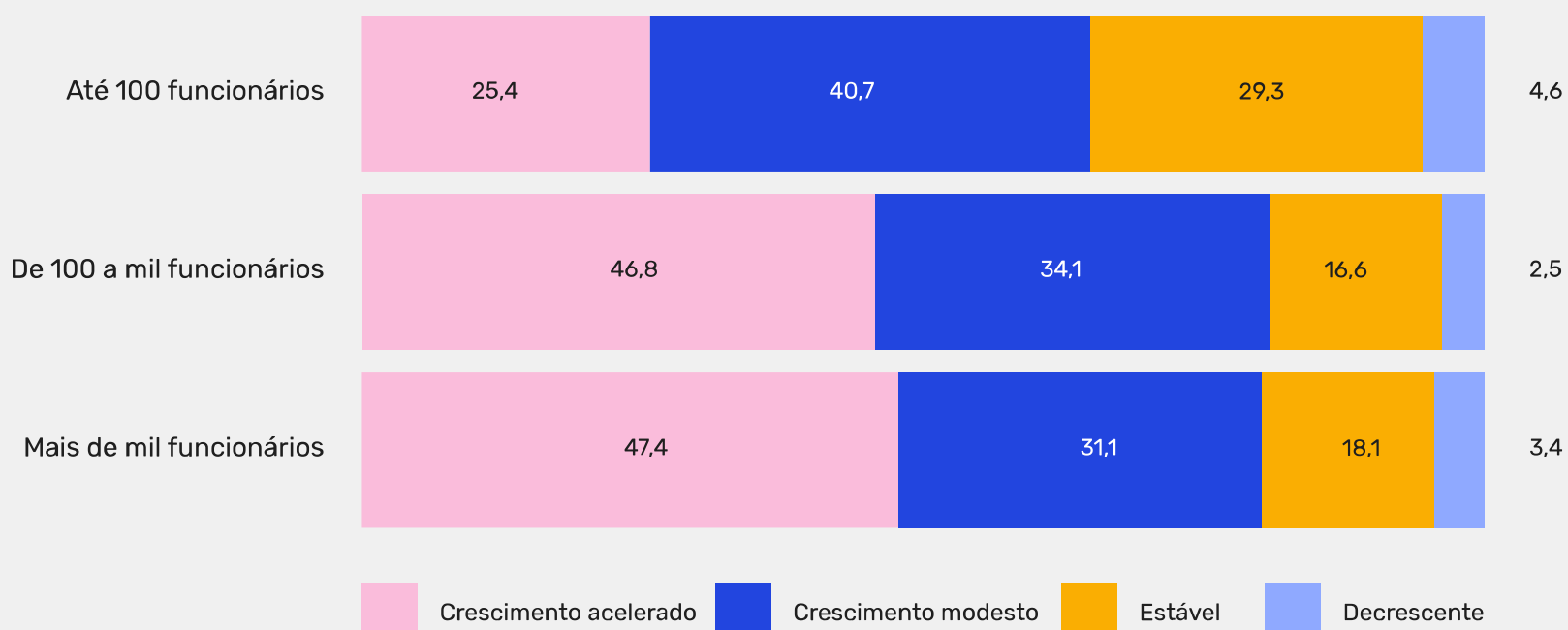
20%

STARTUP

Expectativa na empresa

Quatro em cada cinco pessoas dizem **acreditar que a tendência da empresa onde trabalha é de crescimento** - seja acelerado (38,5%), seja modesto (35,7%). Apenas 3,6% avaliaram que a tendência é decrescente, enquanto 22,1% apostam na estabilidade. O otimismo também oscila dependendo do porte das empresas. Nas corporações com mais de mil funcionários, 47,4% afirmam enxergar um crescimento acelerado. Em empresas com até cem funcionários, esse índice é de 25,4%.

Expectativa de crescimento por tamanho da empresa (%)



Otimismo é maior em empresas com mais funcionários



Quase 30% dos profissionais de empresas menores acreditam na estabilidade

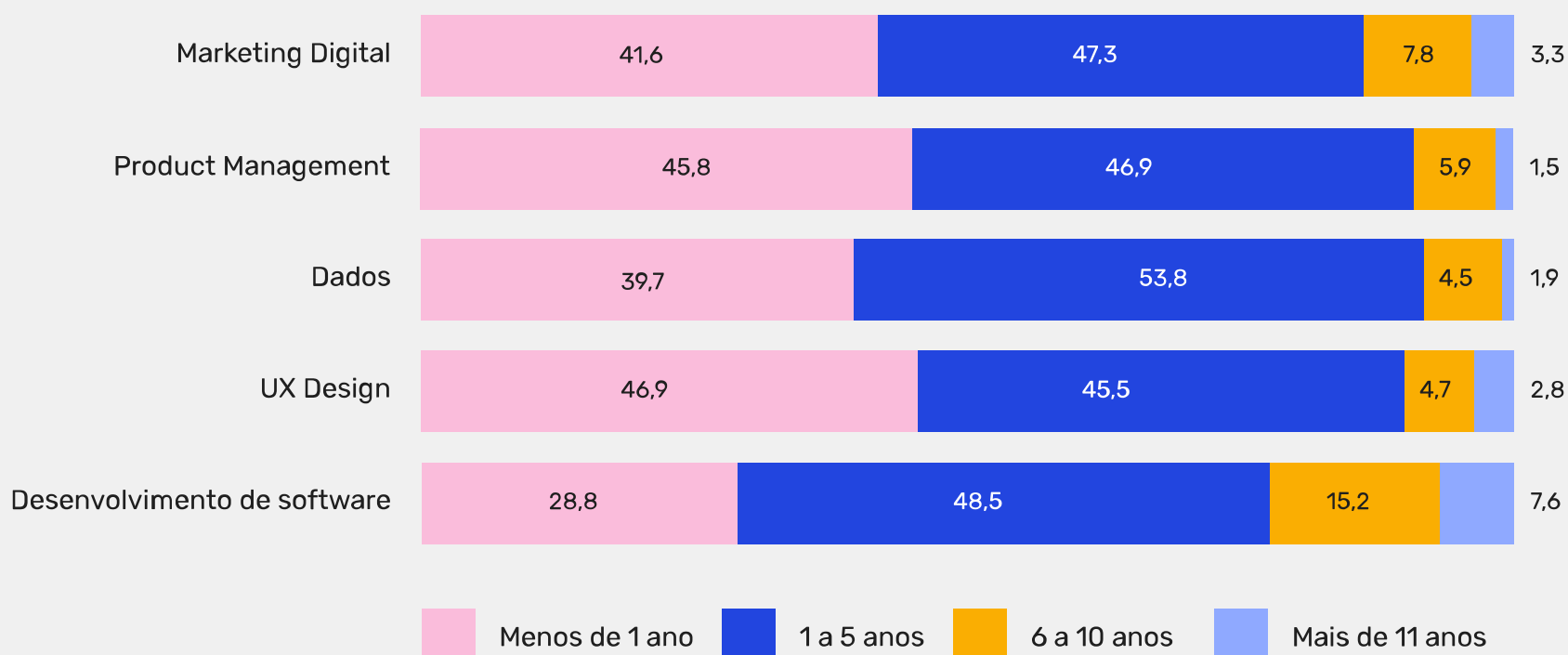
Tempo no cargo

A maioria das pessoas que responderam à pesquisa (86,7%) diz que está na função há, **no máximo, cinco anos**. Profissionais que estão no cargo pelo tempo de 1 a 5 anos são 44,9%. Já 41,8% das pessoas ocupam o cargo há menos de um ano. Apenas 5,1% estão há mais de 10 anos na mesma função, mas vale ressaltar que muitos dessas carreiras são novas e, como vimos antes, estamos falando de um público, em geral, mais jovem em que 53% dos respondentes tem até 30 anos.

Tempo na função

A carreira de UX Design tem o **maior percentual de pessoas que dizem ocupar a atual função no trabalho há menos de um ano (46,9%)**. Já profissionais de Desenvolvimento de Software e Dados informam estar na atual função de 1 a 5 anos - 48,5% e 53,8%, respectivamente.

Tempo na atual função por carreira (%)

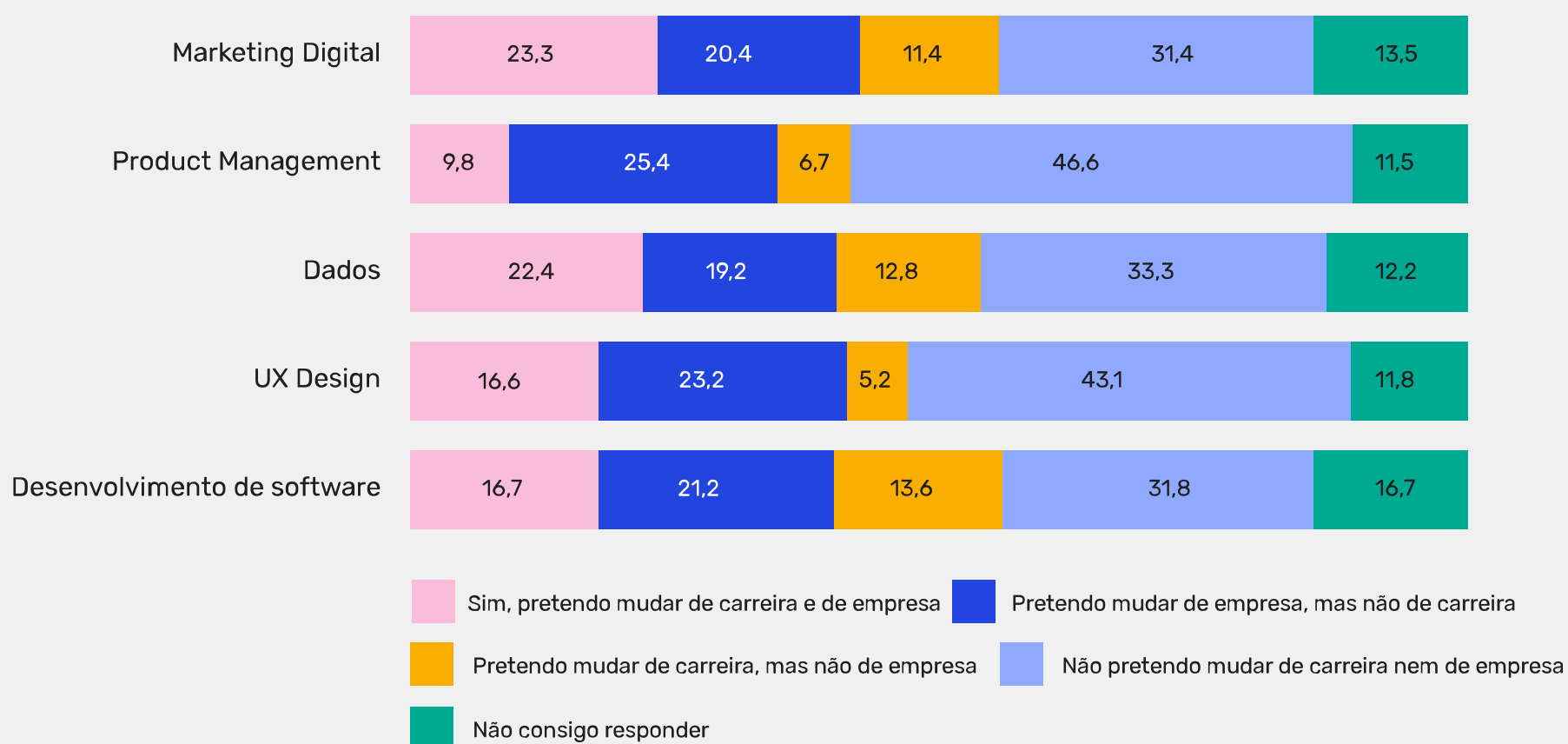


- UX Design e Product Management reúnem profissionais com menos tempo na função
- Já os de Desenvolvimento de software informam estar há mais anos

Os próximos 12 meses

Os profissionais de Product Management são os que mais afirmam **não querer mudar** de empresa nem de carreira (46,6%). Já para profissionais de Marketing Digital o cenário é diferente - apenas 31,4% pretendem continuar onde estão.

Os próximos 12 meses por carreira (%)



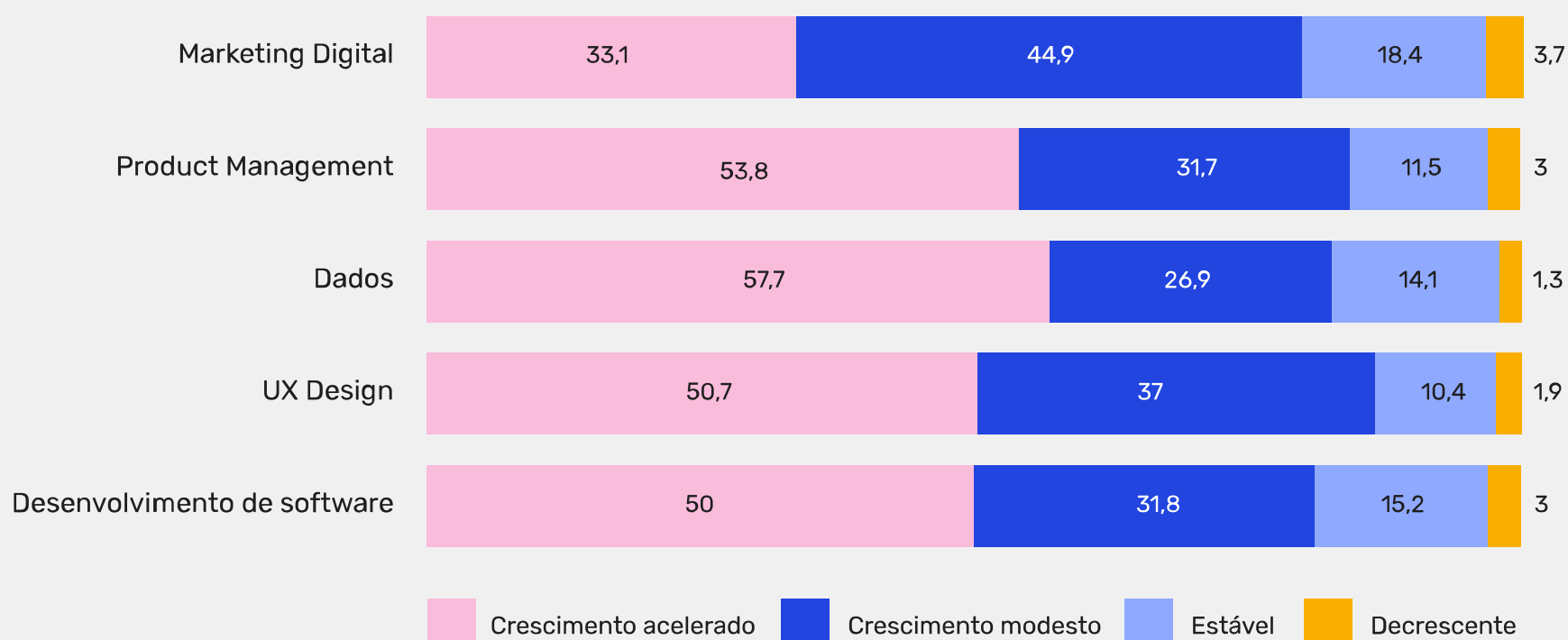
Marketing Digital e Dados reúnem profissionais que desejam mudanças

Já os de Product Management e UX Design são os que querem menos

Expectativa na empresa

Profissionais de Dados e Product Management são os que mais apostam no crescimento acelerado da empresa na qual trabalham - 57,7% e 53,8%, respectivamente. Já a maior parcela das pessoas da carreira Marketing Digital acredita no crescimento moderado.

A tendência da empresa na qual trabalha (%)



- Profissionais de Marketing Digital acreditam em "crescimento modesto"
- Demais carreiras apostam em "crescimento acelerado"



“ [A aprendizagem ágil] é uma competência valiosa em momentos de transformação e um dos elementos-chave no perfil profissional desejado para lidar com as novas necessidades das empresas durante a transformação digital e ajudá-las a projetar agora as bases para o futuro.”

ALEXANDRE TEIXEIRA E CLARA CECCHINI

no livro **Aprendiz Ágil**

A BUSCA PELO

emprego dos sonhos



Para lideranças e profissionais de recrutamento, a busca pelos melhores talentos vem acompanhada de perguntas sobre o que realmente chama a atenção dessas pessoas ao decidirem por uma empresa.

A seguir, reunimos **características apontadas por profissionais do mercado digital como sendo as mais atrativas**. Além do salário, questões como a possibilidade de aprender e de crescer profissionalmente pesam na hora de decidir por uma mudança de empresa ou mesmo de carreira.

Em um mercado de cada vez **mais fluidez e possibilidades** para profissionais com as habilidades demandadas, o que sua empresa está fazendo ou pode começar a fazer para atrair e reter essas pessoas?

O emprego dos sonhos por área profissional

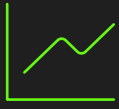
	1	2	3	4	5
PRODUCT MANAGEMENT	Cultura da empresa	Rendimentos/ salário alto	Potencial de aprendizado	Potencial de crescimento	Propósito da empresa alinhado aos meus
MARKETING DIGITAL	Potencial de crescimento	Rendimentos/ salário alto	Potencial de aprendizado	Cultura da empresa	Flexibilidade de horários
UX DESIGN	Rendimentos/ salário alto	Potencial de aprendizado	Potencial de crescimento	Cultura da empresa	Trabalho remoto
DADOS	Potencial de aprendizado	Rendimentos/ salário alto	Potencial de crescimento	Cultura da empresa	Propósito da empresa alinhado aos meus
DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARES	Potencial de crescimento	Rendimentos/ salário alto	Potencial de aprendizado	Trabalho remoto	Cultura da empresa
OUTRAS ÁREAS	Potencial de crescimento	Potencial de aprendizado	Rendimentos/ salário alto	Cultura da empresa	Propósito da empresa alinhado aos meus



Potencial de crescimento foi o mais citado

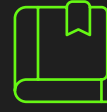


Salário alto também é uma das prioridades



POTENCIAL DE CRESCIMENTO

Para os profissionais de desenvolvimento de software, outras áreas e marketing digital, o potencial de **crecimento na carreira é a característica mais importante** ao escolher uma empresa para trabalhar. Mais da metade dos participantes destacaram isso.



POTENCIAL DE APRENDIZADO

Esta característica também foi uma das mais mencionadas pelos profissionais. Na carreira de dados, inclusive, ela ficou em primeiro lugar. Para os participantes das demais carreiras, o potencial de aprendizado aparece como a segunda ou a terceira alternativa mais votada.



SALÁRIOS ALTOS

Os participantes da pesquisa também destacaram que os rendimentos/salários altos são **um dos três itens mais importantes** ao definir onde trabalhar. Os profissionais de UX Design colocaram essa como a maior prioridade.



CULTURA DA EMPRESA

Os profissionais de Product Management elencam a cultura da empresa como a característica mais importante. As demais carreiras deram o 4º lugar para esse quesito, exceto desenvolvimento de software, com o 5º lugar.



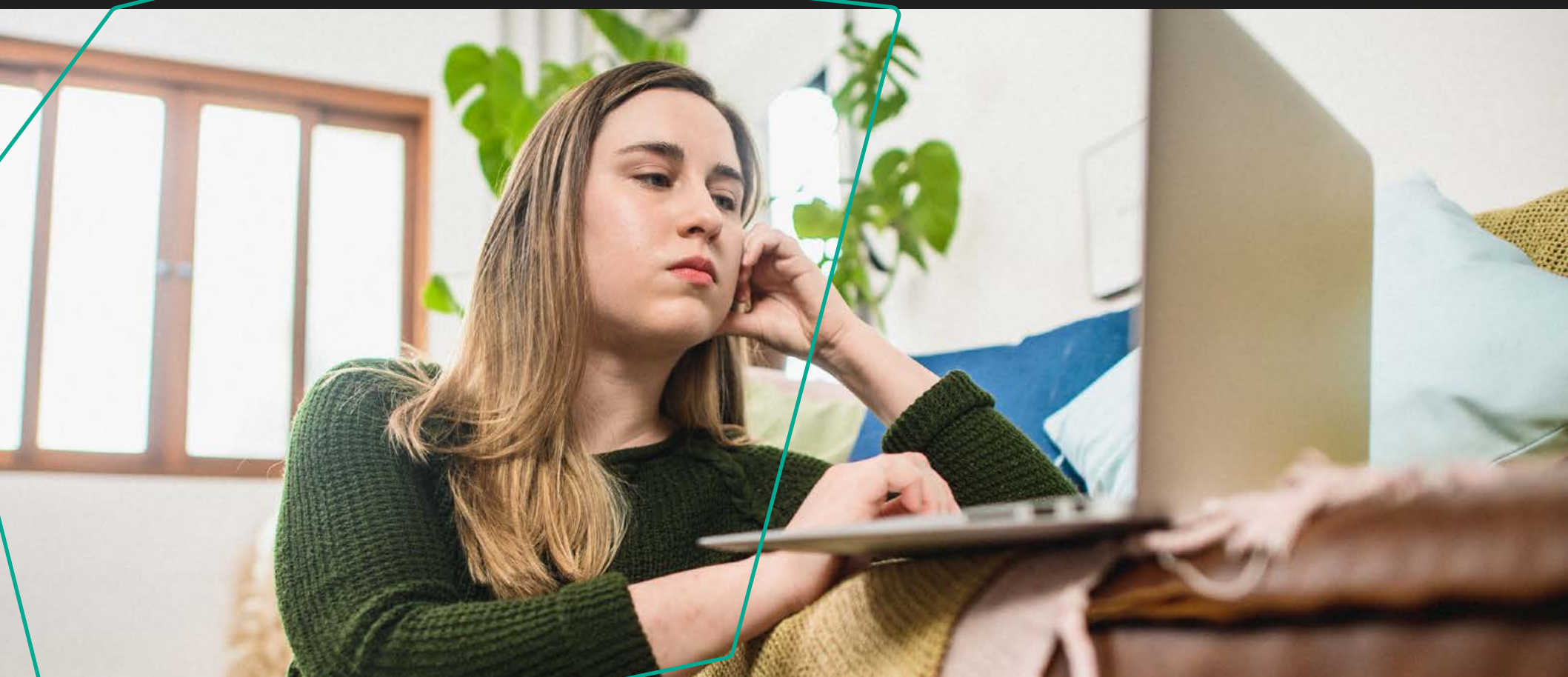
OUTROS DESTAQUES

Além das características acima, os profissionais também mencionaram que consideram importantes os seguintes quesitos: **flexibilidade de horários, trabalho remoto e alinhamento com propósito da empresa.**



NO MERCADO TRADICIONAL E DIGITAL

Desemprego



Profissionais de carreiras digitais e tradicionais sofreram o impacto da crise gerada pela pandemia. Com taxas de desemprego que a nível nacional chegaram a 14,2% no segundo trimestre de 2021 (época em que a pesquisa foi distribuída), algumas áreas, como Marketing Digital, chegaram a superar esse índice entre as pessoas entrevistadas por esta pesquisa.

60,4% das pessoas que estavam desempregadas no período de coleta da pesquisa não atuavam em carreiras digitais e a maioria perdeu o emprego durante a pandemia. Profissionais em situação de desemprego **buscam principalmente uma transição de carreira (54,7%)** e procuram recolocação há menos de um ano. Ao fim do capítulo, mostramos caminhos possíveis para esse público em busca de novos espaços no mercado digital.



PERFIL

No total, 254 dos mais de 2 mil participantes da pesquisa afirmaram estar desempregados. Essas pessoas são principalmente de carreiras não digitais (60,4%). Já nas carreiras digitais o desemprego mais alto foi registrado em Marketing Digital (17,1%), Dados (8,2%), UX Design (6,2%), Product Management (4,5%) e Desenvolvimento de Software (3,7%).



ÁREA DE FORMAÇÃO

Quase 70% dos participantes que estavam desempregados na época de coleta da pesquisa informam ter pelo menos o ensino superior completo. Nesse grupo, há ainda 22,9% com pós-graduação. As pessoas sem emprego dizem que a principal área de formação delas é Comunicação, Engenharia e Administração.



ÁREA DE ATUAÇÃO

Três em cada cinco pessoas desempregadas não atuam nas carreiras digitais focadas na pesquisa. Além disso, mais da metade desse grupo (54,7%) diz que procura uma transição de carreira, enquanto 31% buscam um emprego na área em que já atuam.



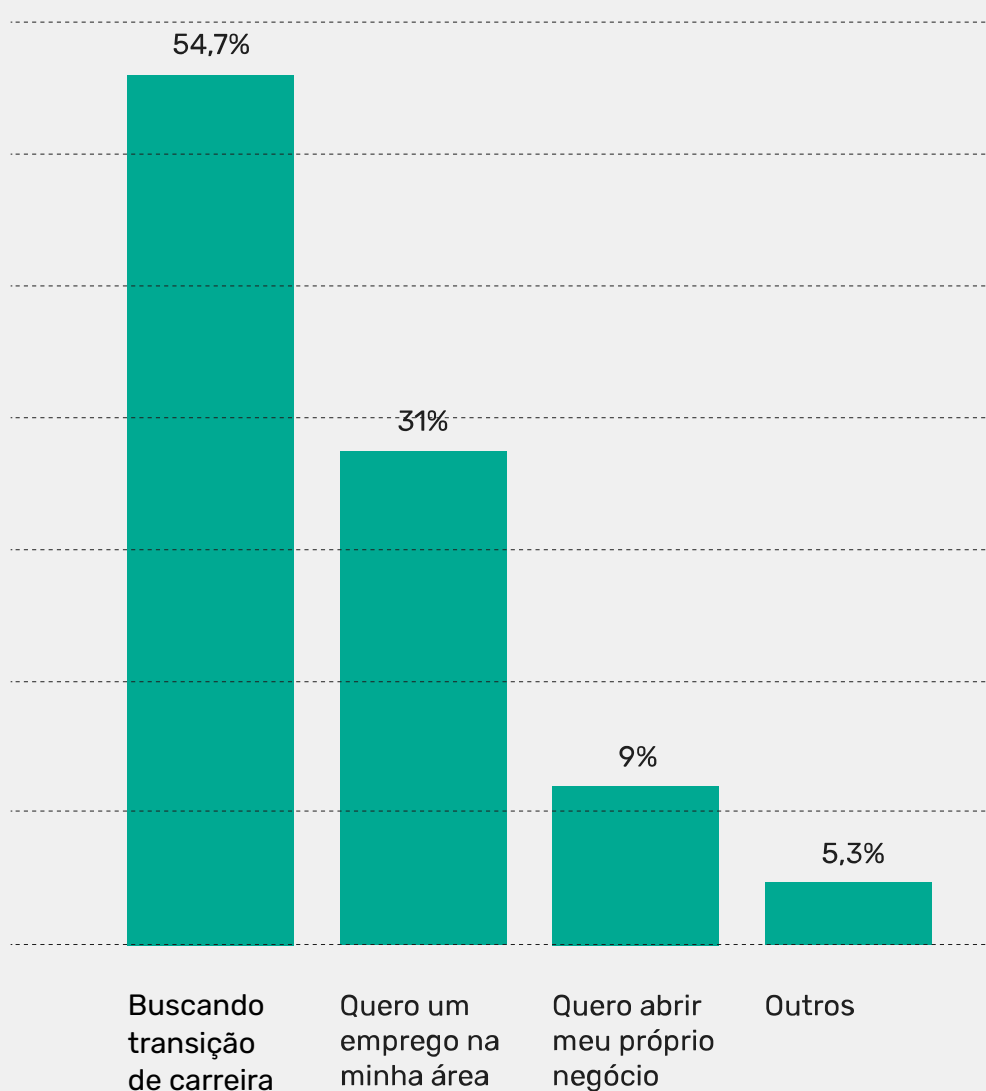
TEMPO APÓS DEMISSÃO

Sete em cada dez pessoas informaram que estão desempregadas há, no máximo, um ano - 43,3% estavam sem emprego há menos de seis meses; e 26,9%, de seis meses a um ano. Apenas 6,1% das pessoas afirmaram estarem desempregadas há mais de três anos. Das 15 pessoas que dizem estar desempregadas há mais de 3 anos, apenas quatro são de carreiras digitais - duas de Dados, uma de UX Design e uma de Product Management.

Objetivo profissional

Mais da metade das pessoas sem emprego (54,7%) informou que está em busca de uma **transição de carreira**. Já 31% afirmam buscar um emprego na própria área. Abrir o próprio negócio é o objetivo de 9% dos participantes.

Desempregados por objetivo profissional



Mais da metade das pessoas querem mudar de carreira

Caminho da transição de carreira

Em busca de recolocação ou de uma transição de carreira, 85,3% desses profissionais em situação de desemprego esperam alcançar seus objetivos estudando por meio de cursos, conteúdos, palestras e livros. Junto a isso, 58,8% das pessoas buscam novas certificações e 50,6% investem no perfil pessoal no LinkedIn.

Mudar de carreira é o novo normal no mercado digital. Mais da metade dos profissionais de Product Management, Dados e UX Design contam que não começaram a carreira em funções relacionadas ao trabalho atual. Nas duas primeiras carreiras, muitas pessoas informaram ter vindo de carreiras não digitais como Engenharia e Administração.

Entre as formas para se capacitar, destacam-se cursos curtos e com foco em competências digitais (bootcamps), que tiveram o maior percentual de menções como investimento para estar na atual função.



85,3%

de pessoas desempregadas esperam se recolocar após estudar por cursos, palestras e livros



26%

de profissionais de Marketing Digital usam treinamentos e cursos de habilidades para se atualizarem sobre novas técnicas



70%

de product managers começaram a carreira em outras áreas



62%

das pessoas que responderam a pesquisa já fizeram algum bootcamp

QUALIFICAÇÃO

Aprendendo a Aprender



O **desenvolvimento de habilidades para o mercado digital** passa a ser uma constante para profissionais, assim como é contínua a atualização da lista de requisitos para atuar nesse cenário.

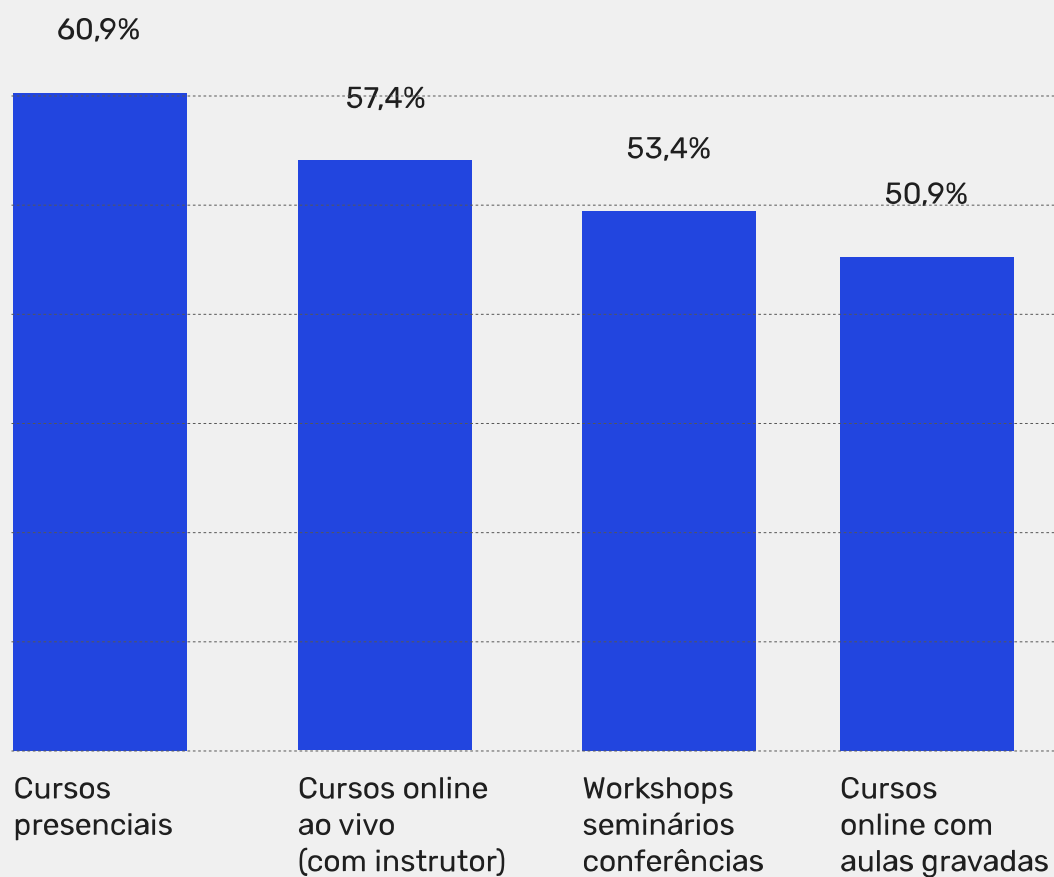
Seja para migrar totalmente de carreira, seja para avançar em uma área ou mesmo para aprender competências transversais como análise de dados, profissionais têm entendido que jornadas mais curtas de aprendizado podem trazer resultados mais imediatos e práticos do que investimentos em cursos tradicionais de um ano ou mais.

Apesar de cursos online trazerem desafios como a perda de atenção e falta de interação, opções híbridas – que contam com interações ao vivo e online – chamam atenção pela flexibilidade de poder aprender de qualquer lugar sem deixar de lado o contato com a rede.

Formato da aprendizagem

Para lidar com esses desafios, profissionais buscam diferentes modalidades de ensino. Os cursos presenciais e os cursos online ao vivo (com instrutor) são os formatos preferidos pelas pessoas em um contexto comum (independente de pandemia). A modalidade presencial registrou 60,9%, enquanto a com aulas online ao vivo teve 57,4%. Workshops, seminários e conferências ficaram com 53,4%.

Modalidade de ensino mais citadas



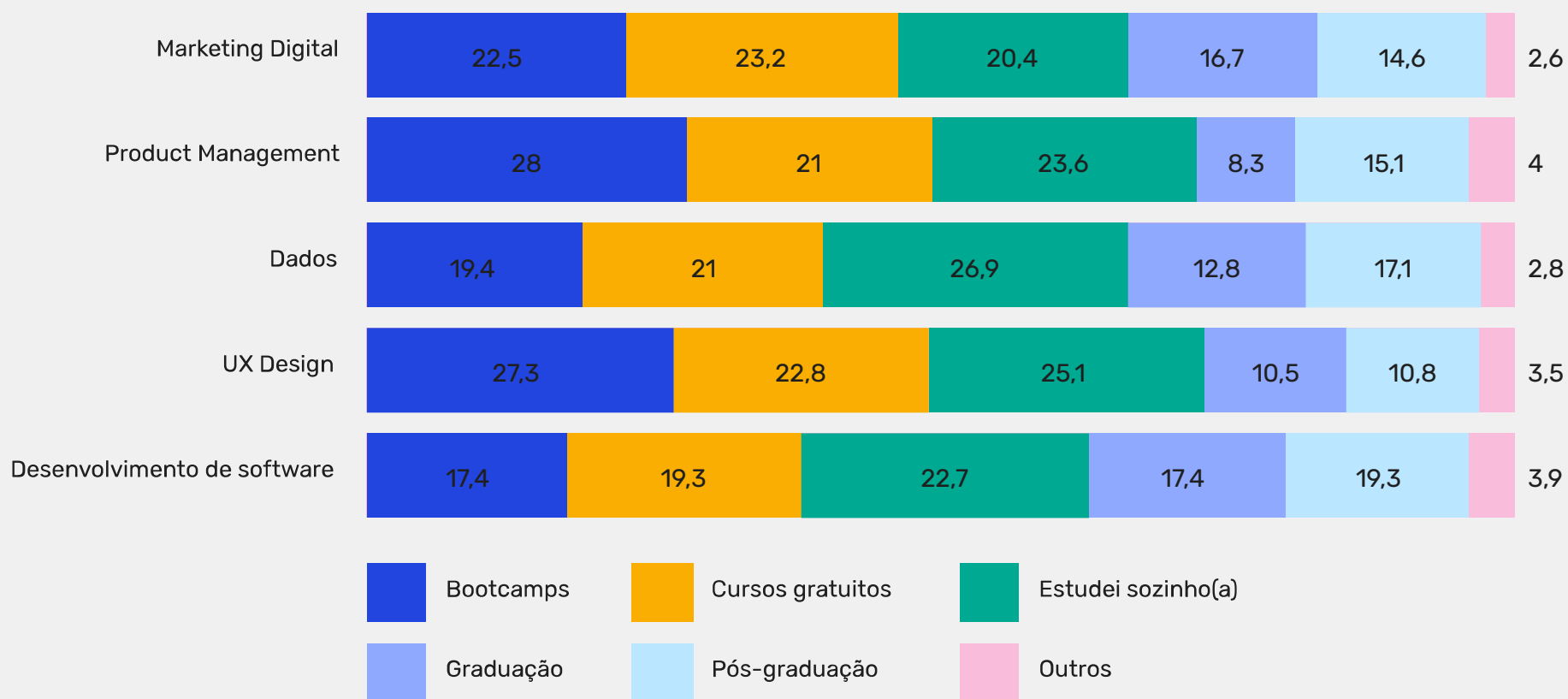
Nota 01: Citações consideram um contexto comum (independente da pandemia)

Nota 02: Profissionais puderam citar mais de uma modalidade

Investimento em aprendizagem

Os bootcamps (cursos curtos e com foco em competências digitais) foram mais mencionados em Product Management e UX Design. Para os profissionais de Dados e Desenvolvimento de software, o investimento principal foi em estudo sozinho. Já os cursos gratuitos lideraram com os profissionais de Marketing Digital.

Futuro do ensino por investimento em aprendizagem (%)



- Bootcamps e estudo sozinho foram os mais citados
- Cursos gratuitos também foram mencionados com frequência

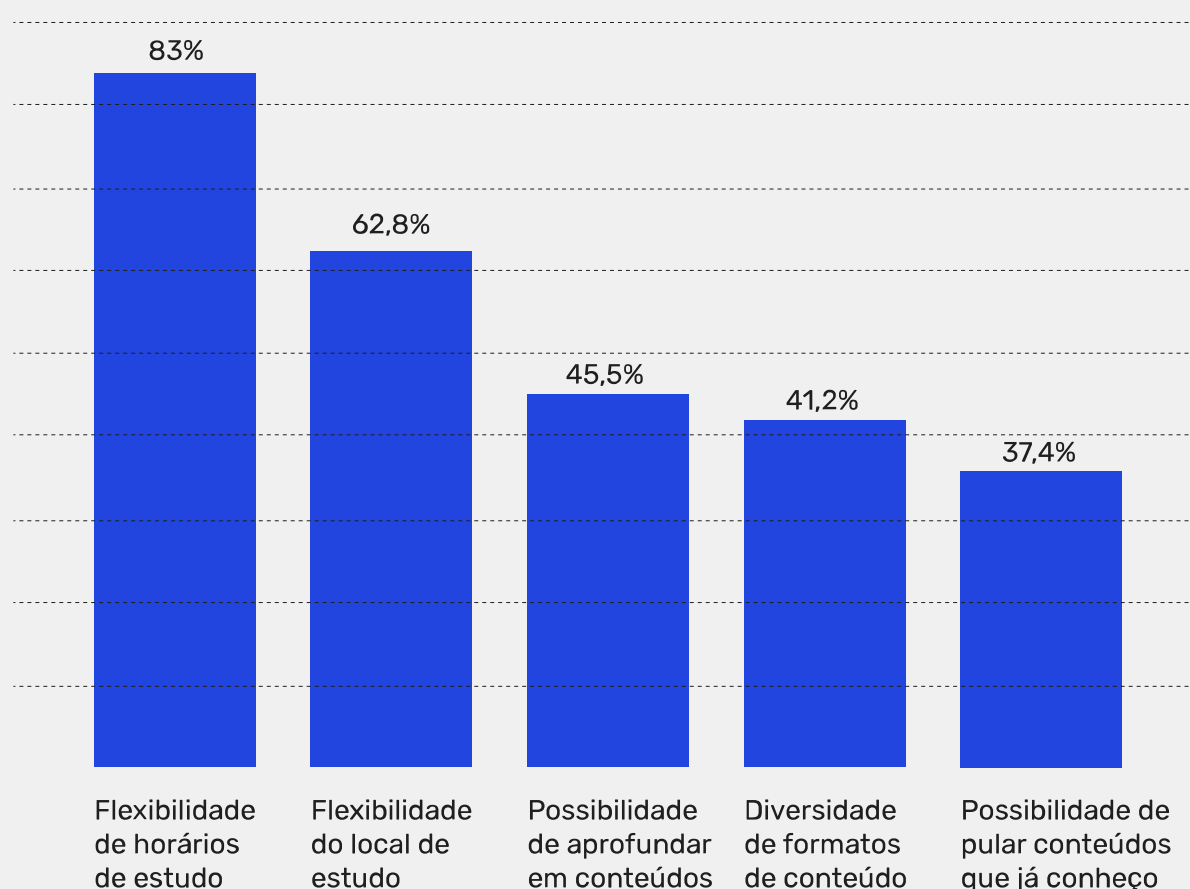
Nota: as menções a MBA foram consideradas para a categoria pós-graduação

Vantagens e desafios do ensino online

Quase todos os participantes (96%) dizem que têm optado por métodos online de aprendizagem durante a pandemia. Porém, quase a metade (45,4%) perde o foco com facilidade. Uma em cada três pessoas diz que não se sente conectada com as outras pessoas e também que não tem a interação de uma sala de aula presencial. Cerca de 20% dizem que não têm dificuldade com o método online.

A maioria das pessoas (83%) destaca a flexibilidade de horários de estudo como vantagem do método online. A flexibilidade do local de estudo também foi bastante citada (62,8%). Também foram citadas a possibilidade de se aprofundar em conteúdos de interesse (45,5%) e a maior diversidade de formatos de conteúdo (41,2%).

Vantagens do ensino online



Flexibilidade de horários e de local se destacam

Nota: Profissionais puderam citar mais de uma modalidade



FONTES DE INFORMAÇÃO

Os participantes dizem que se informam principalmente pelas redes sociais (72,5%), vídeos online (64,7%), livros (53,3%) e podcasts (50,3%). Fontes tradicionais de informação como jornais e revistas digitais registram 47,4%. Televisão ficou com 25%; e rádio, 9%.



DESCOBERTA DE CONTEÚDO

Para mais de 60% das pessoas, YouTube, LinkedIn e Instagram são os canais para descobrir novos conteúdos e se inspirar. Medium e newsletters registraram índices acima de 35%. Já o Reddit foi o menos popular, com 8,5%.



“ É hora de empresas e indivíduos abraçarem o imperativo do upskilling. Para as empresas, a qualificação permite construir uma força de trabalho pronta para o futuro; para indivíduos, é uma maneira de manter suas habilidades relevantes e manter a si mesmos preparados para o futuro. A realização deliberada de investimentos significativos em aprendizagem vai garantir que as organizações e os funcionários tenham o conhecimento, as habilidades e as capacidades necessárias para trabalhar de forma eficaz em um mundo digitalizado e automatizado. ”

THE UPSKILLING IMPERATIVE

Deloitte, 2020.

Papel das empresas no desenvolvimento

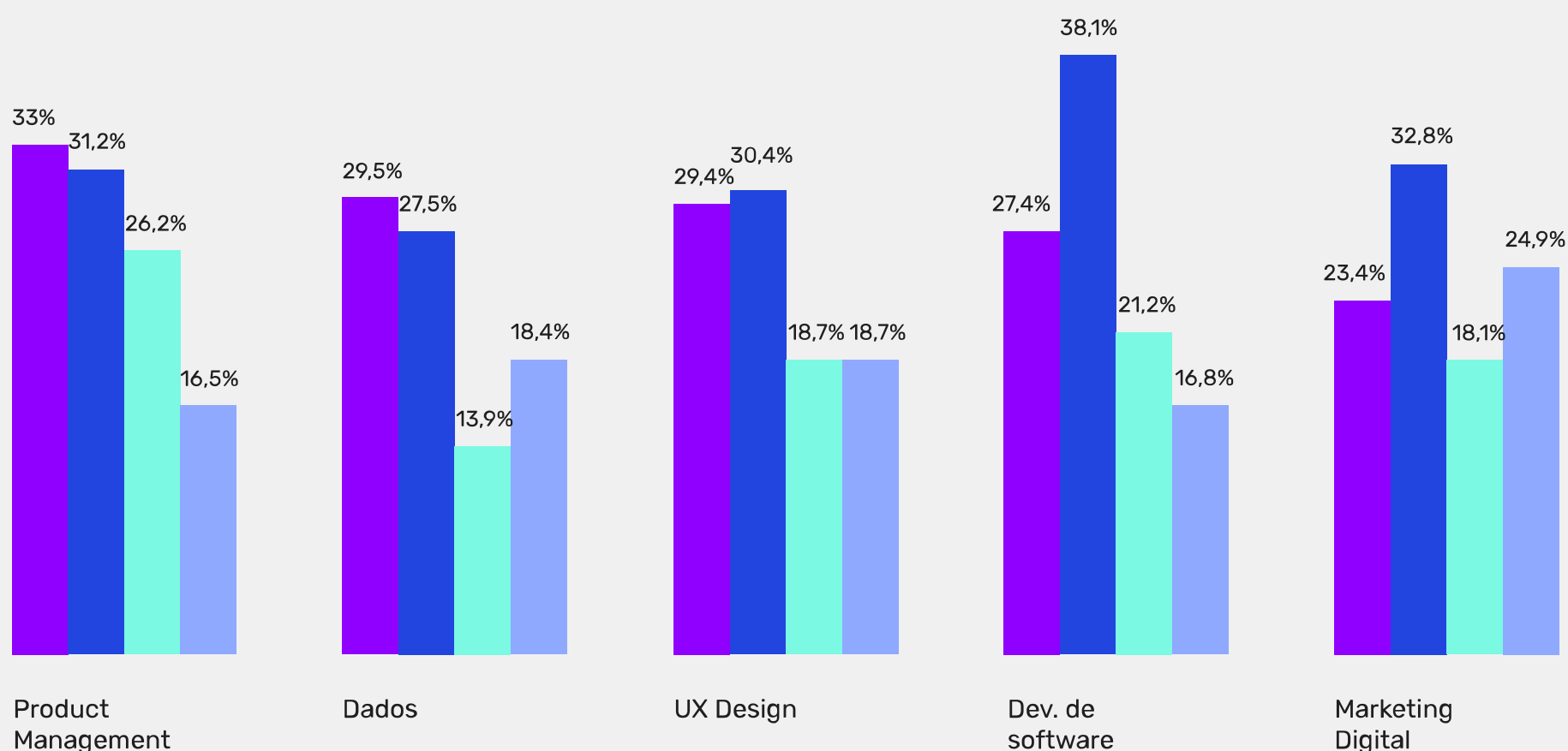
Pelo menos 70% de profissionais de todas as carreiras dizem que as empresas costumam investir em treinamentos que contribuem para o desenvolvimento profissional. Eles informam que a empresa custeia esses cursos e em alguns casos também oferece cursos in company (dentro da empresa) ou mesmo o reembolso.

Por outro lado, a alternativa da pesquisa sobre não haver qualquer incentivo educacional foi mais assinalada por profissionais de áreas tradicionais (27,7%) e Marketing Digital (24,9%).

Modalidade de ensino

Os formatos mais frequentes são cursos in company (dentro da empresa) e o pagamento de cursos de aperfeiçoamento. O reembolso dos cursos nos quais a pessoa tem interesse é mais frequente para quem trabalha com Product Management (26,2%), Desenvolvimento de Software (21,2%) e UX Design (18,7%).

O incentivo ao aprendizado dentro das empresas



- Sim, ela promove cursos in company (dentro da empresa)
- Sim, ela realiza o reembolso de cursos que eu tenho interesse
- Sim, ela custeia cursos de aperfeiçoamento
- Não, ela não tem nenhum tipo de incentivo educacional

- Poucos profissionais dizem que as empresas não costumam dar qualquer incentivo
- Nas principais carreiras, pelo menos 30% das pessoas informam que as empresas custeiam cursos de aperfeiçoamento

Nota: participantes da pesquisa podiam marcar mais de uma alternativa.

Raio X de Salários

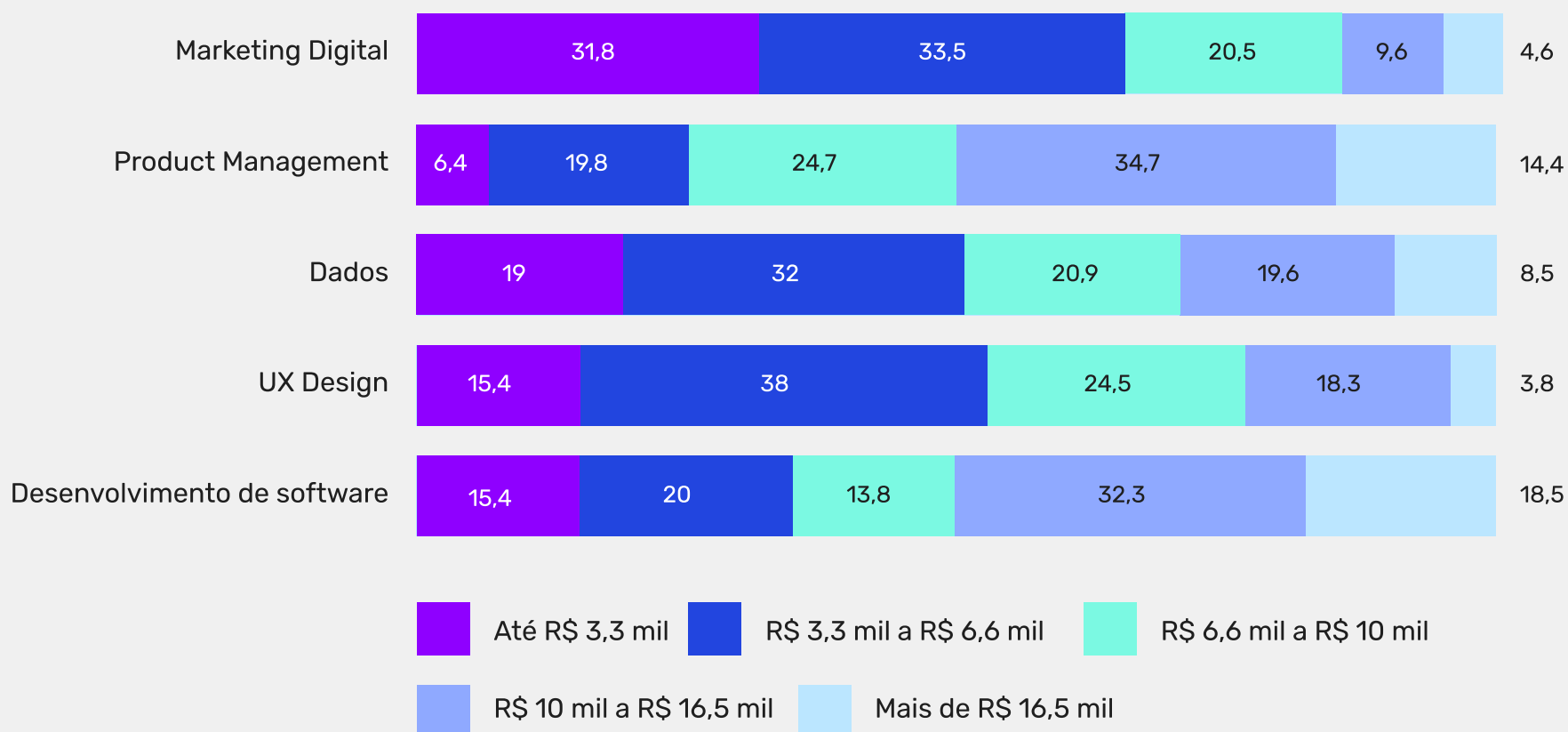


A remuneração aparece no topo do ranking quando olhamos para o que profissionais consideram em um emprego dos sonhos. As carreiras digitais têm atraído a atenção de quem faz transição de carreira justamente por apresentarem salários mais interessantes, mesmo em cargos de senioridade intermediária. É o que acontece com Product Management e Desenvolvimento de Software, **em que mais de 50% de profissionais apontam ganhar mais de R\$10 mil.**

Dentre as carreiras digitais que mapeamos, a de Marketing Digital parece ainda ter muitos salários defasados, uma possível consequência do tamanho desse setor e suas inúmeras ramificações. Para profissionais da área, fica nítida a necessidade de **especialização para se diferenciar** nesse contexto.

Salário e área de atuação

Faixa salarial por carreira

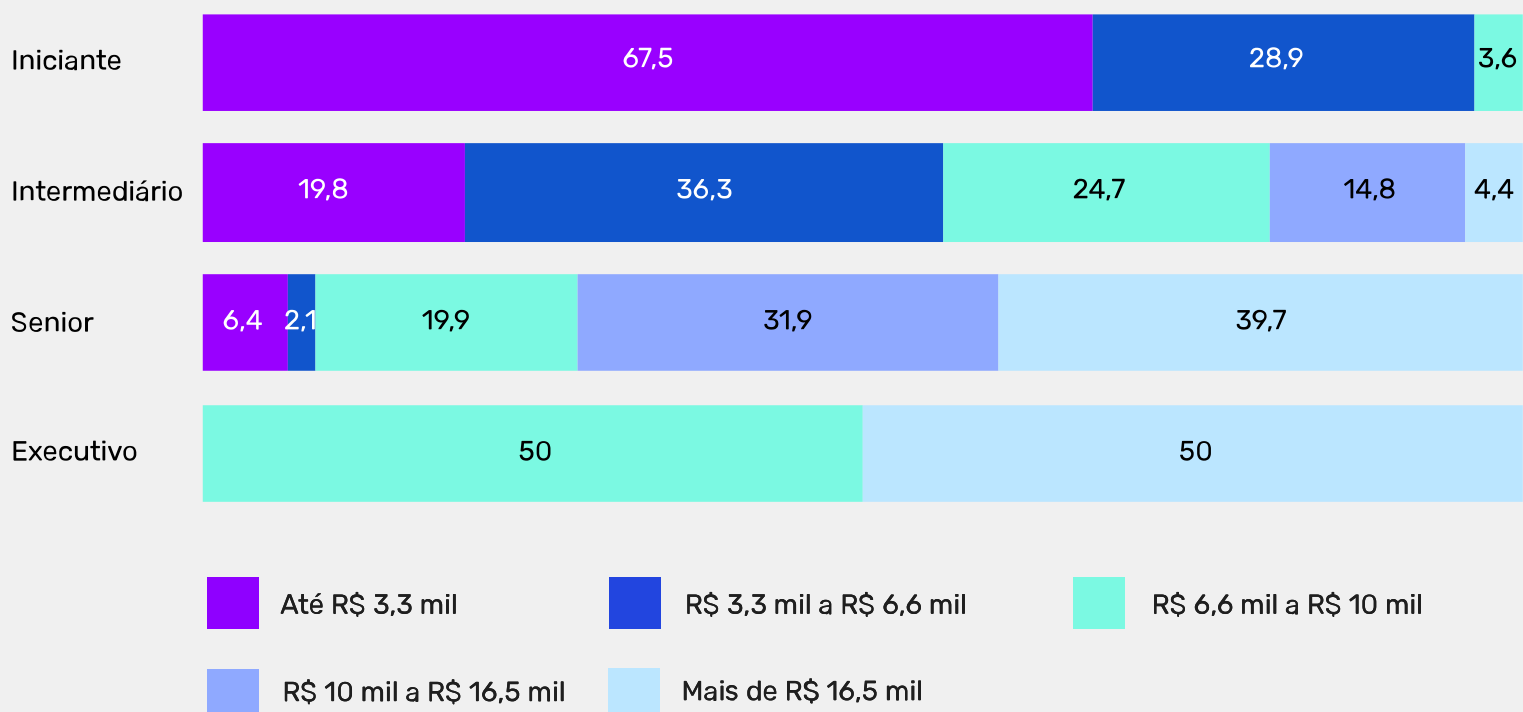


- Dois em cada cinco profissionais com salários mais baixos são de Marketing Digital
- Product Management foi a carreira com mais salários altos, percentualmente

Salário, senioridade e área de atuação

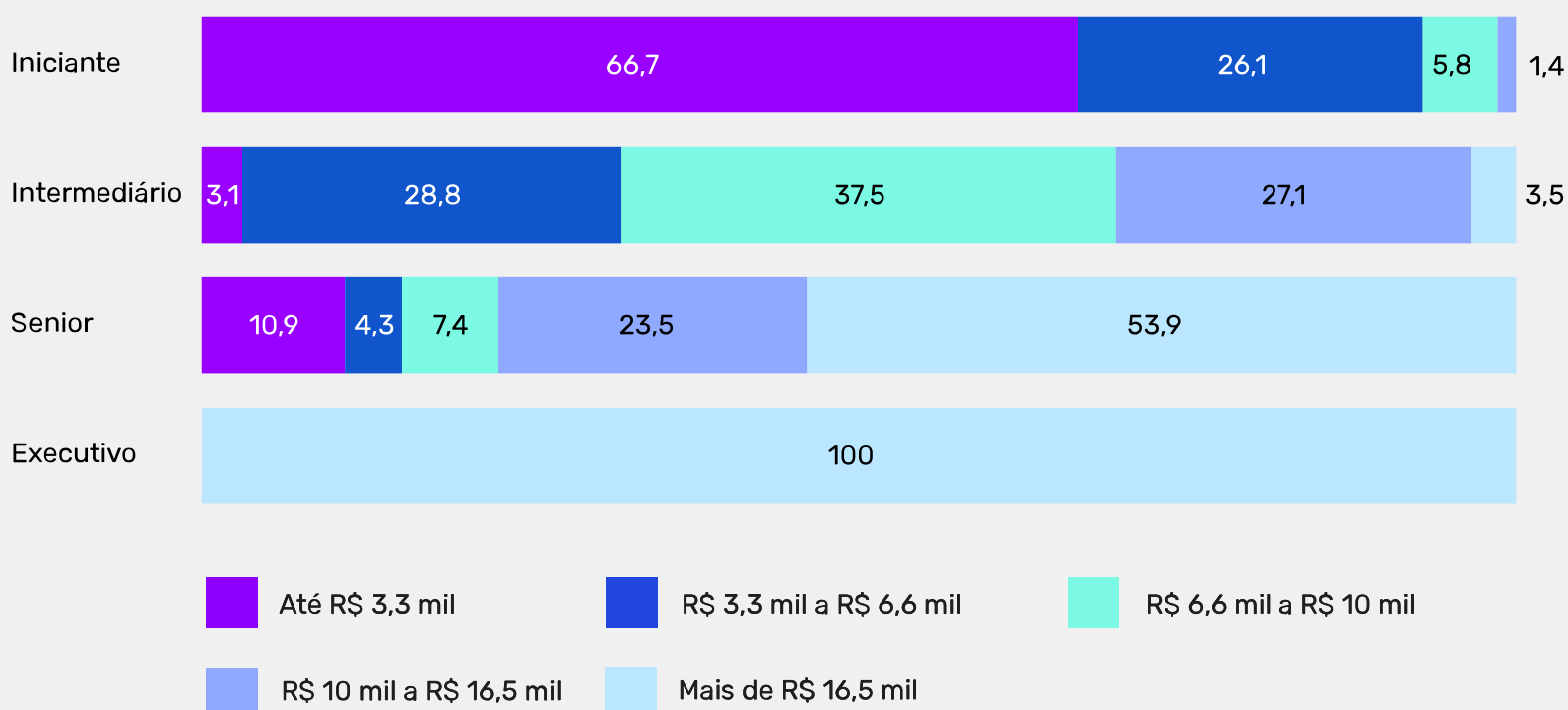
MARKETING DIGITAL

FAIXA SALARIAL POR SENIORIDADE (%)



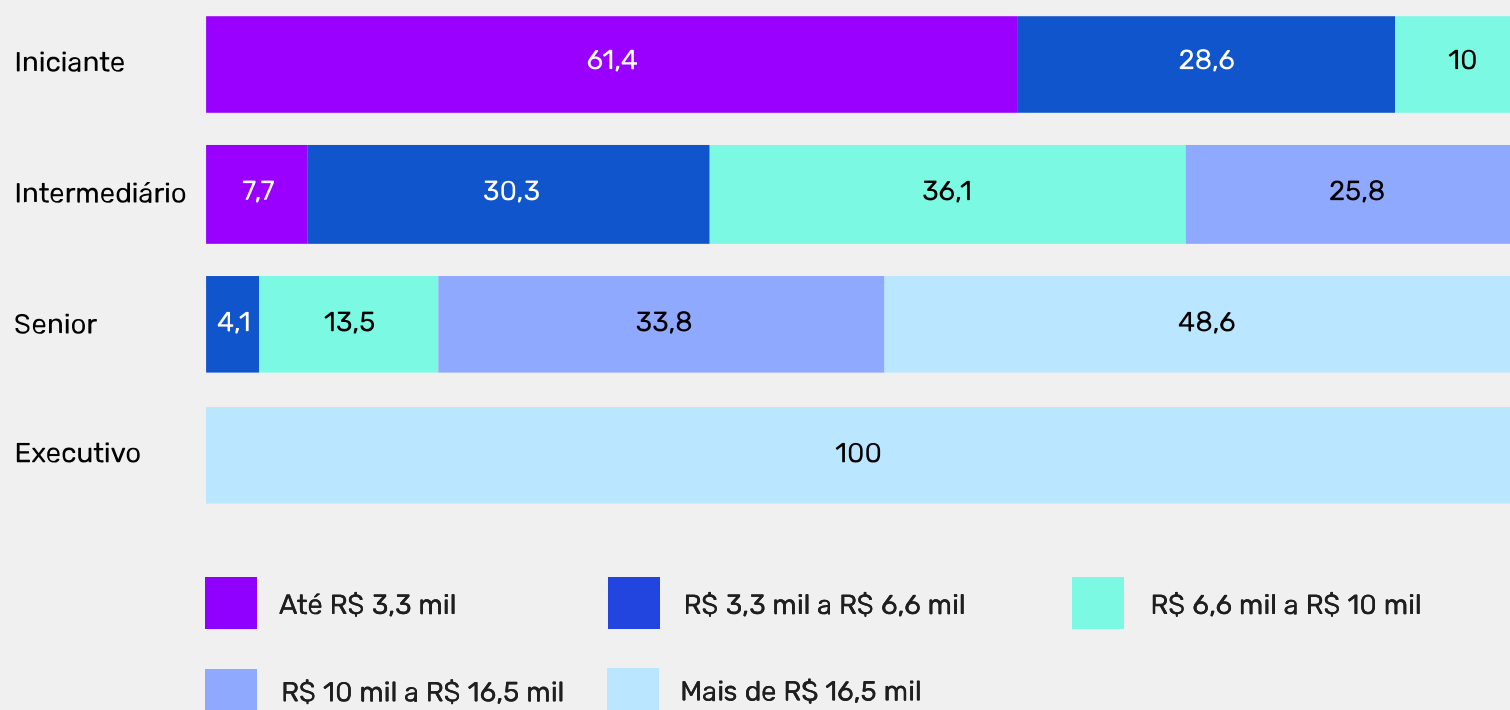
PRODUCT MANAGEMENT

FAIXA SALARIAL POR SENIORIDADE (%)



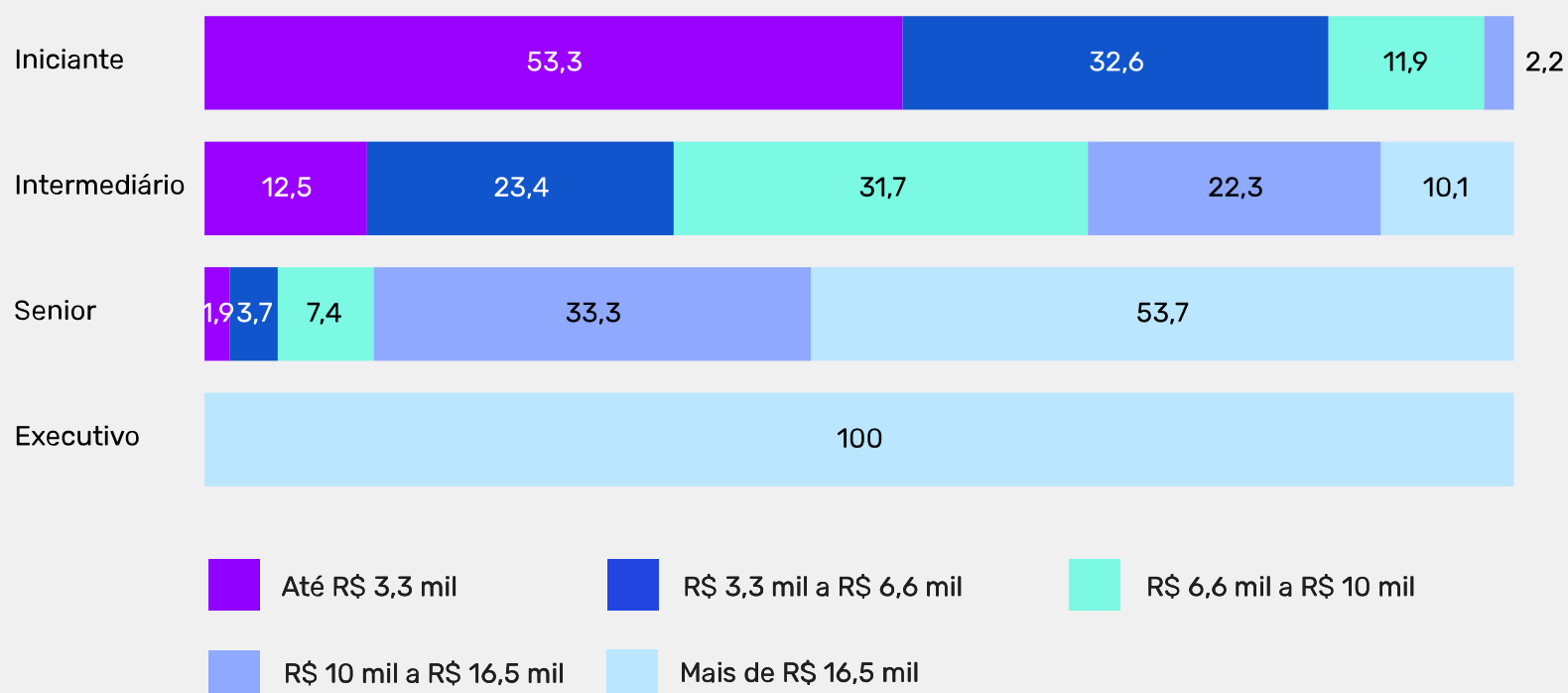
DADOS

FAIXA SALARIAL POR SENIORIDADE (%)



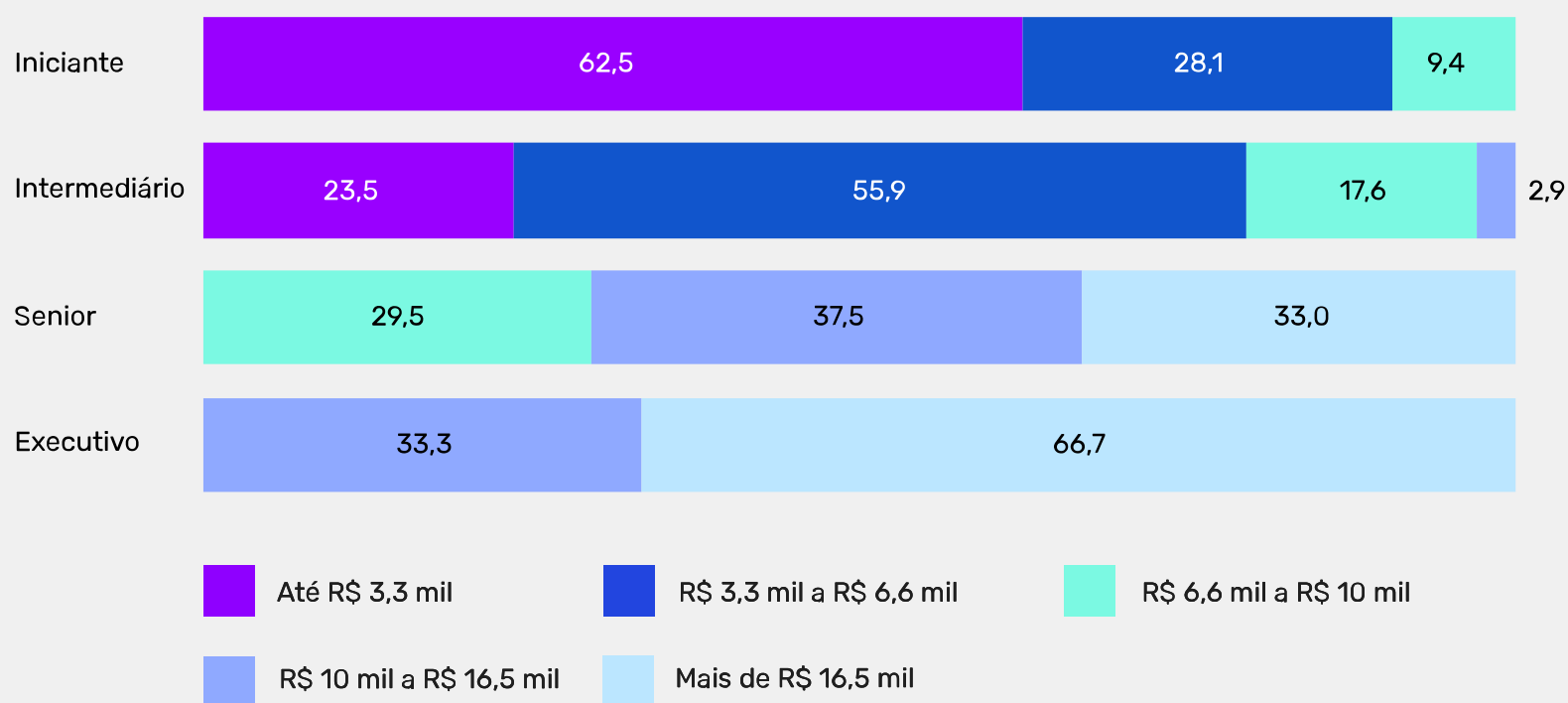
UX DESIGN

FAIXA SALARIAL POR SENIORIDADE (%)



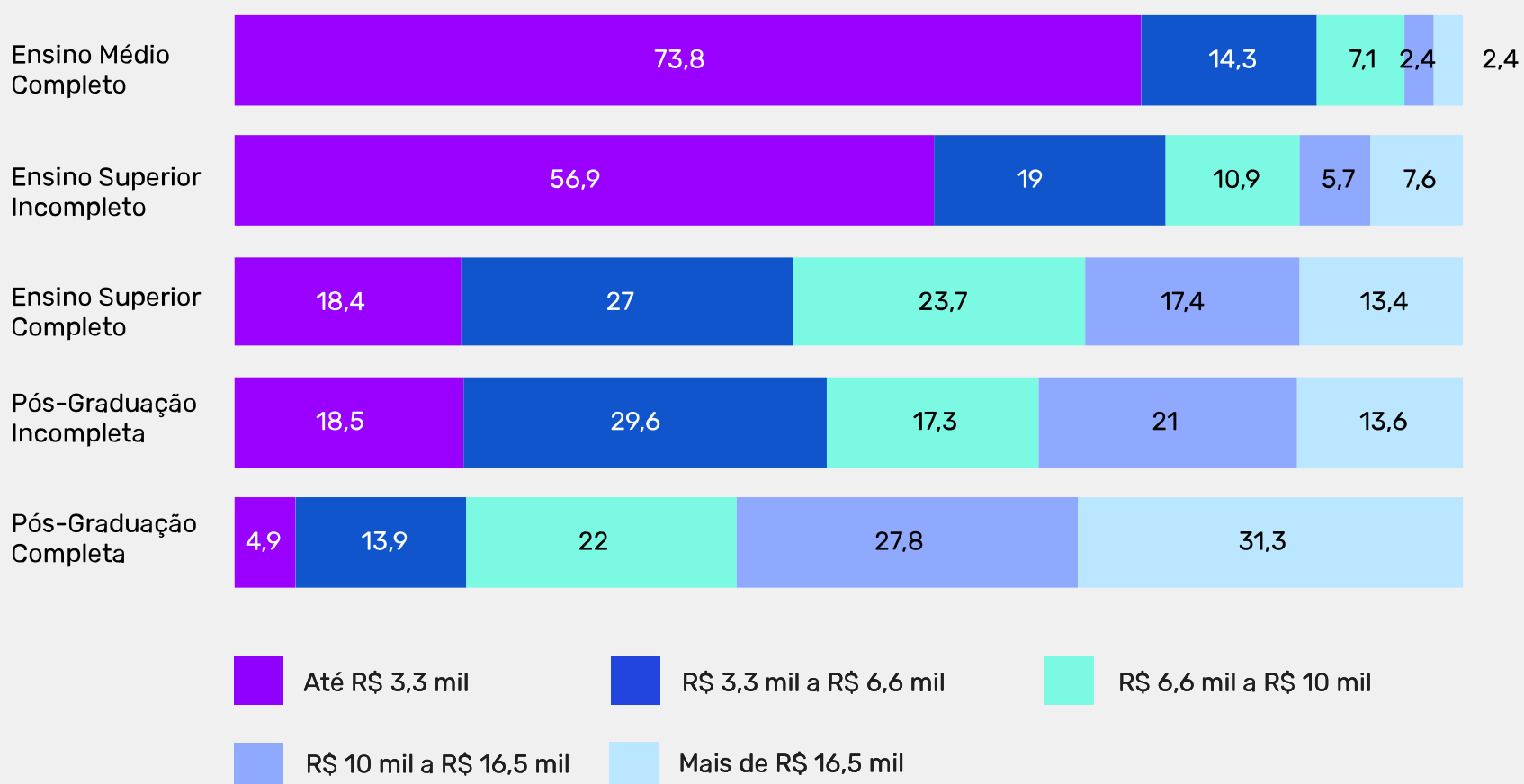
DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE

FAIXA SALARIAL POR SENIORIDADE (%)



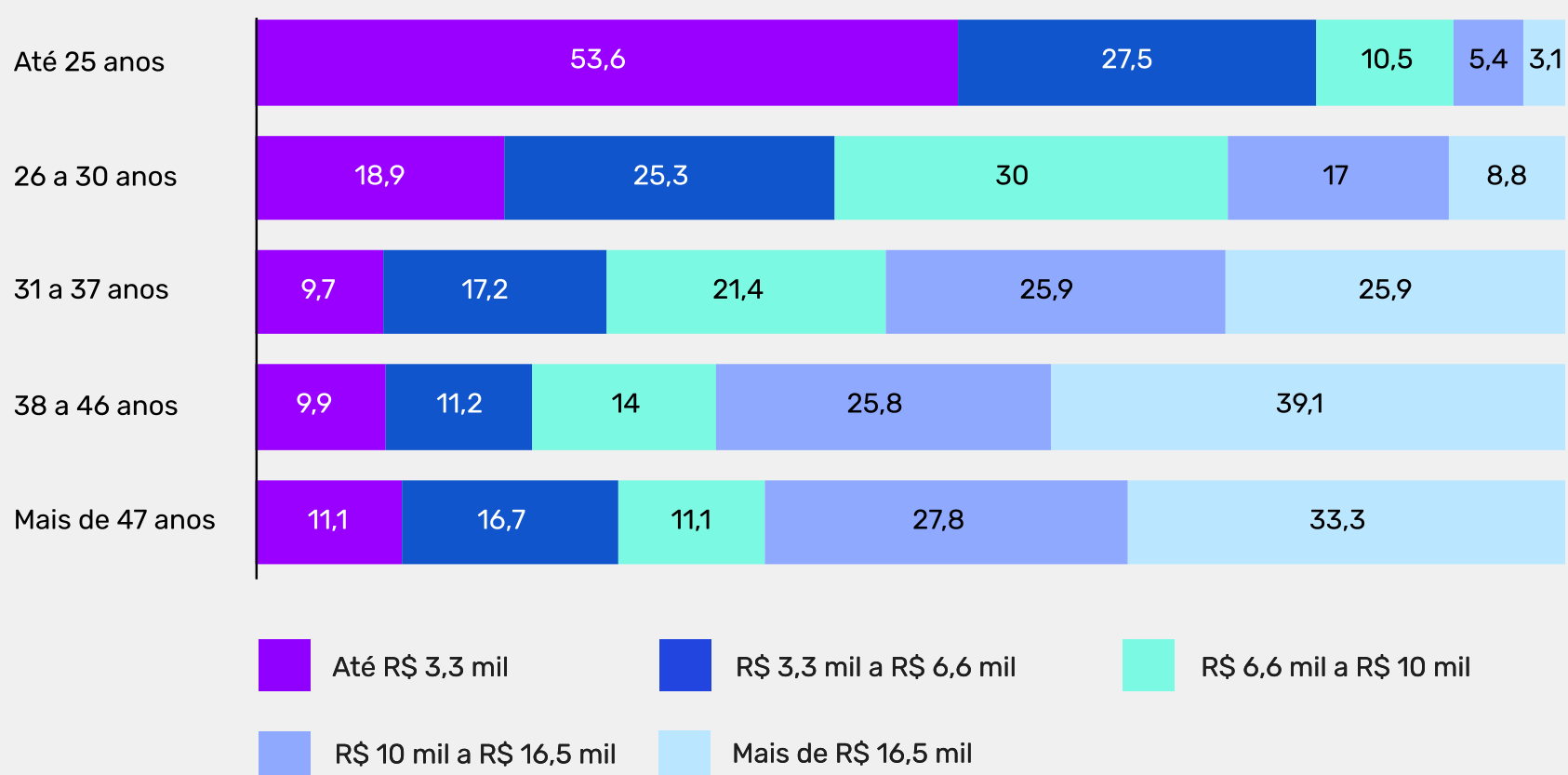
Salário e escolaridade

Faixa salarial por escolaridade (%)



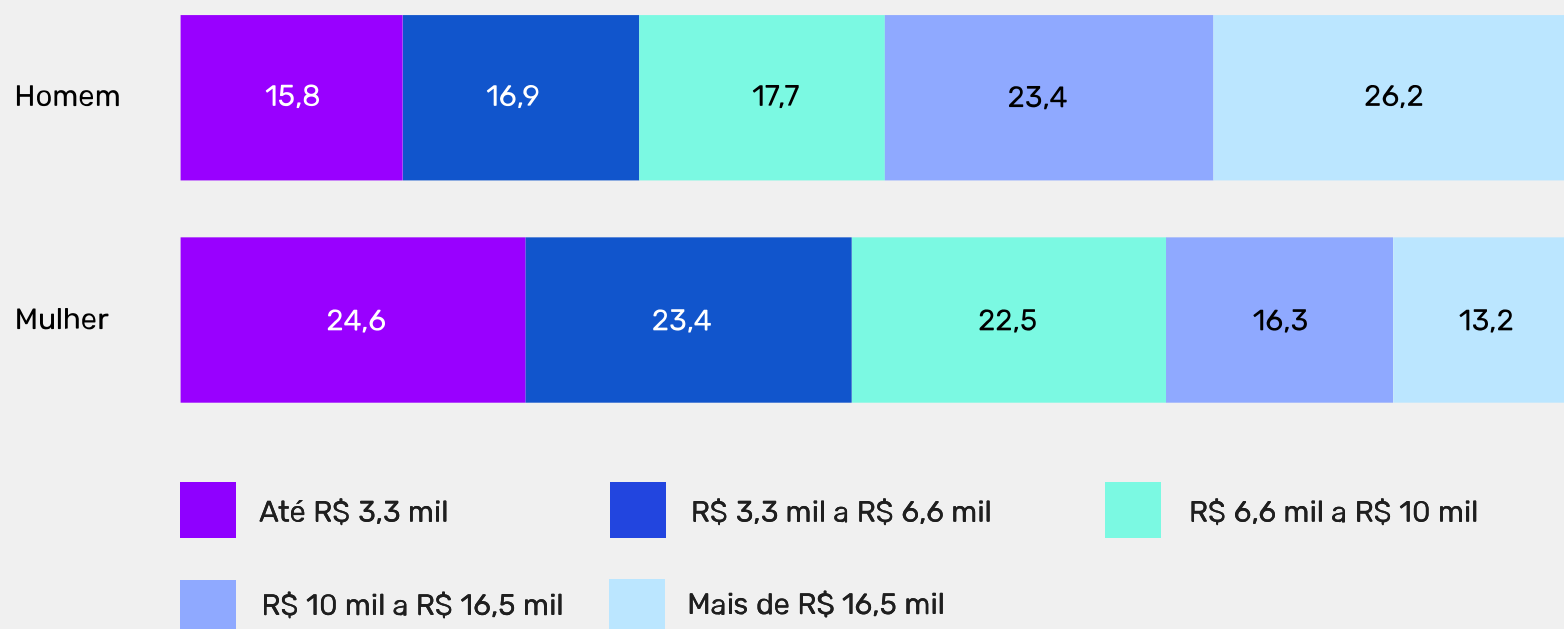
Salário e idade

Faixa salarial por idade (%)



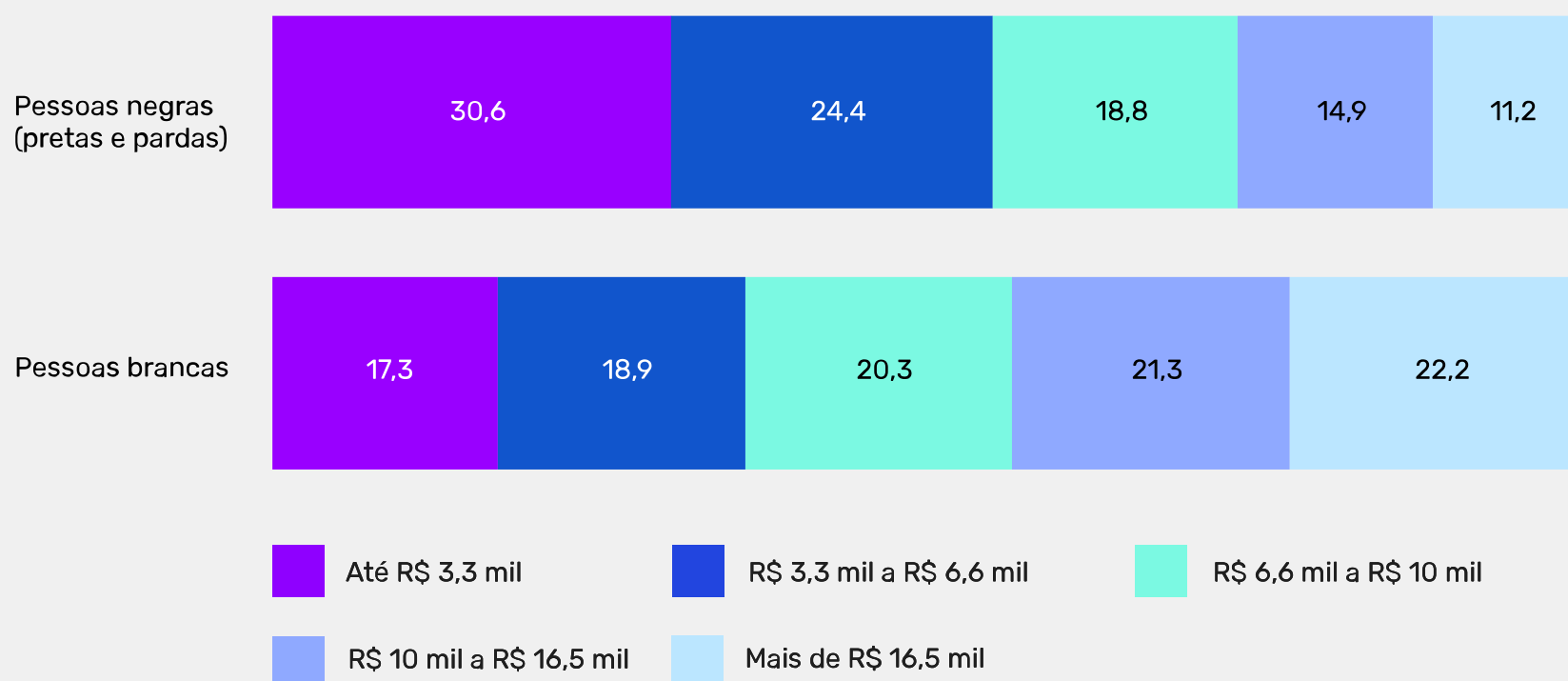
Salário e gênero

Faixa salarial por gênero (%)



Salário e raça/cor

Faixa salarial por raça/cor (%)



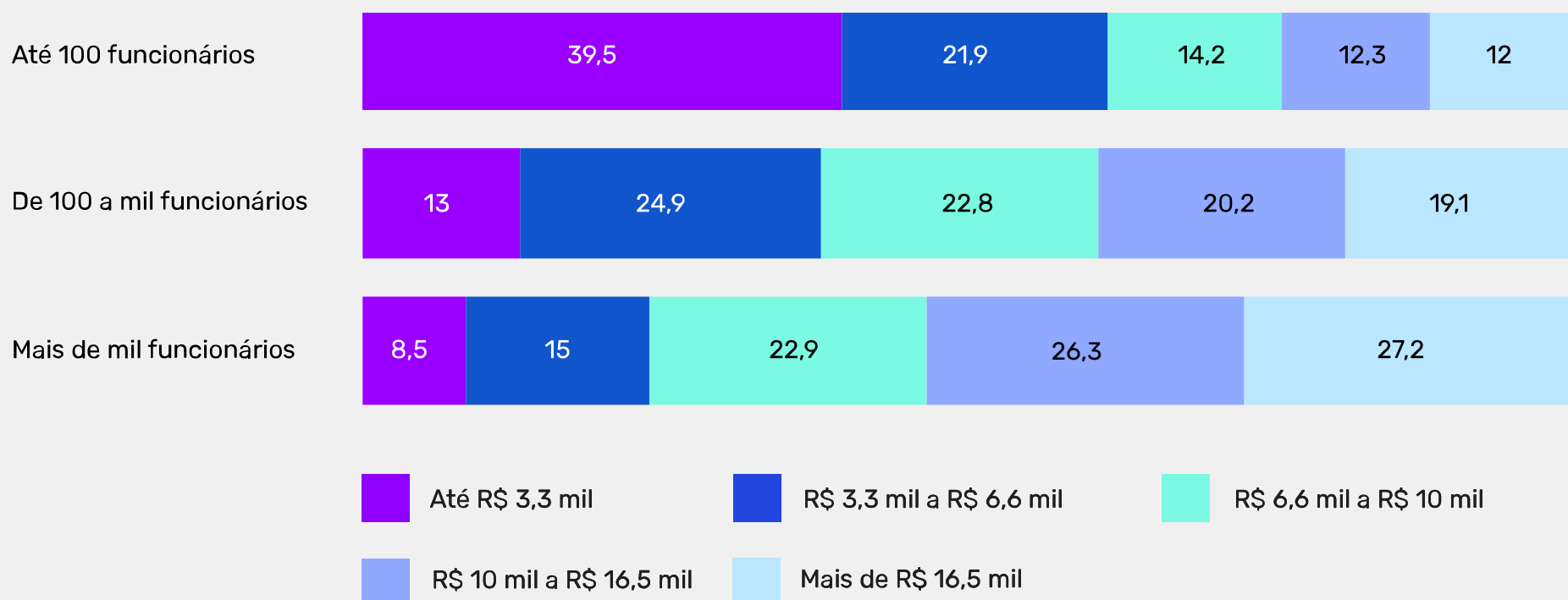
Salário e tipo de contrato

Faixa salarial por tipo de contrato (%)



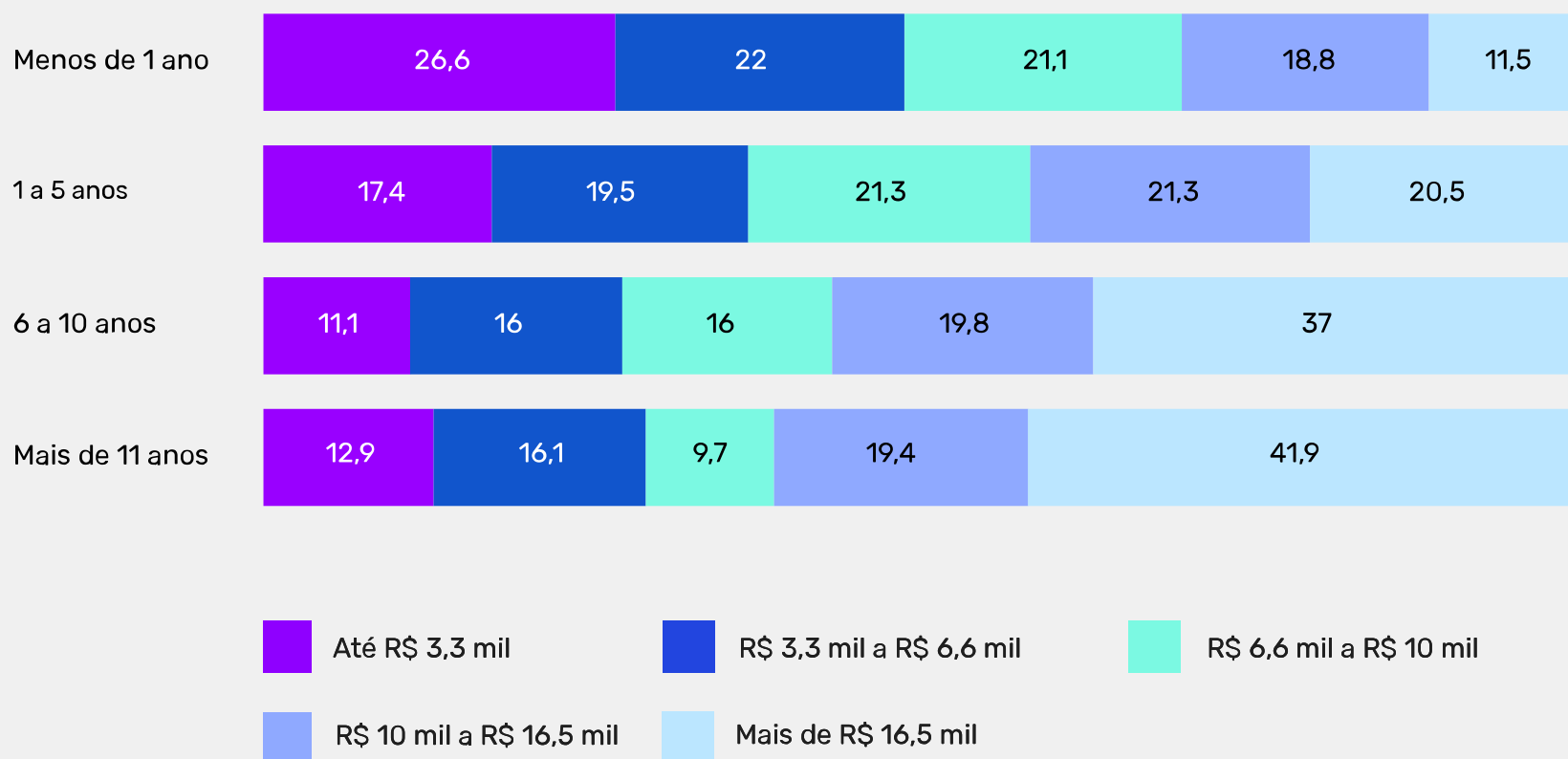
Salário e tamanho da empresa

Faixa salarial por tamanho da empresa (%)



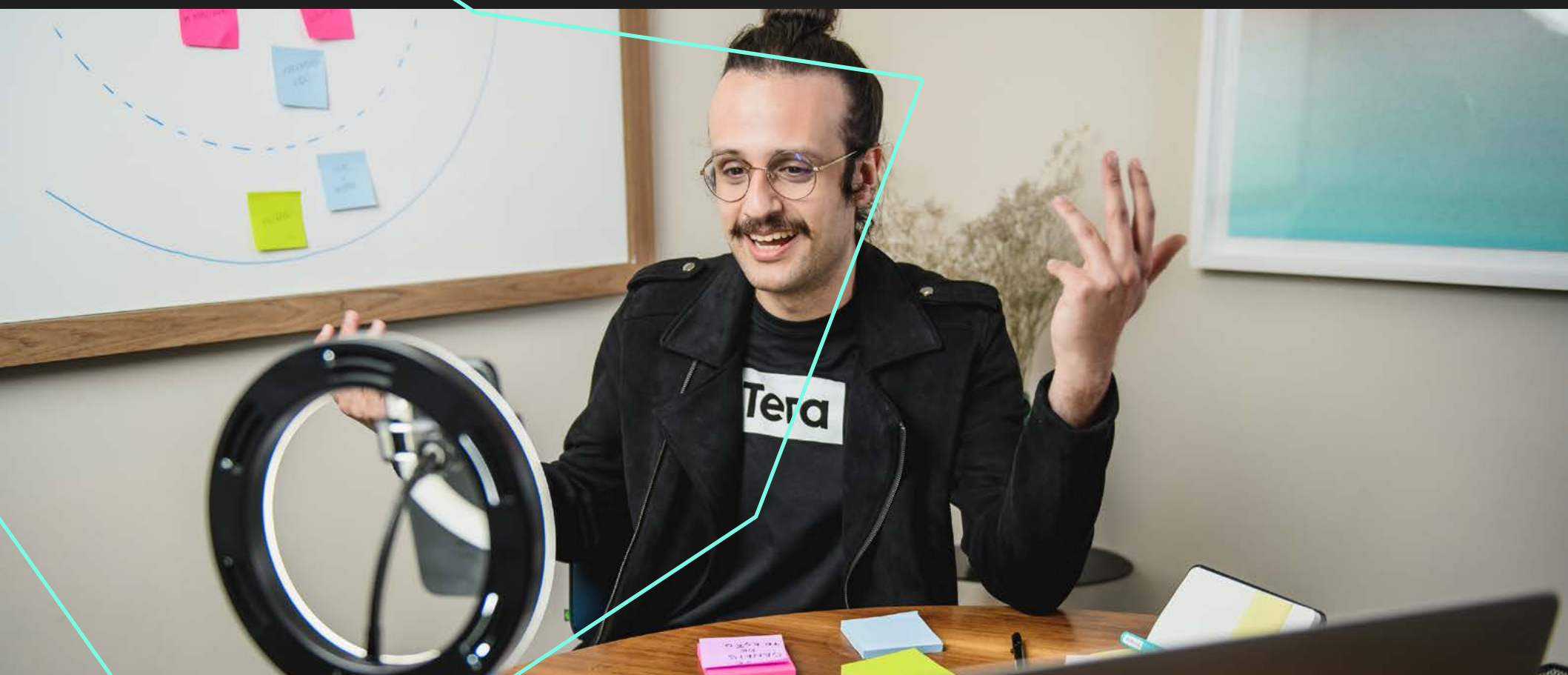
Salário e tempo no cargo

Faixa salarial por tempo na atual função (%)



ZOOM IN

Carreiras do Futuro



Ao se deparar com um momento de transição de carreira ou o desejo de avançar em uma área, é comum a dúvida sobre as habilidades essenciais e as melhores abordagens de desenvolvimento. Nessas horas, buscamos referências no mercado, profissionais e **histórias que sirvam de espelho e inspiração.**

É claro que cada trajetória é única, mas observar dados e tendências de cada mercado é uma excelente forma de ganhar mais segurança. Ao darmos esse zoom in em cada uma das carreiras digitais, nosso intuito é **ajudar profissionais que querem se aproximar pelos perfis desejados no mercado,** ao mesmo tempo que ajudamos lideranças a perceberem as principais skills e desafios de cada setor.

Product Managers

Product managers são profissionais responsáveis por definir diretrizes e acompanhar o cumprimento delas durante o processo de desenvolvimento de produtos. O trabalho é focado em chegar a resultados qualificados a nível de funcionalidade, relevância e aceitação no mercado. O papel de product managers é geralmente representado pela tríade de **design, tecnologia e business**.

Sete em cada 10 profissionais de Produtos Digitais (69,6%) **não começaram a carreira em funções relacionadas a essa área**. Mais da metade das pessoas que responderam a pesquisa (54,2%) ocupa um nível de senioridade intermediário (Analista Sr./ Coordenador) e 68,5% de profissionais usaram bootcamps para chegar até o cargo atual. Os cargos mais frequentes são Product Manager e Product Owner.



CARREIRAS POSSÍVEIS EM PRODUCT MANAGEMENT



PRODUCT MANAGER



GROUP PRODUCT MANAGER



PRODUCT OWNER



DATA PRODUCT MANAGER



PRODUCT MARKETING MANAGER



PRODUCT LEAD

FAIXA SALARIAL

Uma em cada três pessoas (34,7%) afirma **ganhar de R\$ 10 mil a R\$ 16,5 mil**. Já 24,7% informam receber de R\$ 6,6 mil a R\$ 9,9 mil. Apenas 6,4% dizem que a faixa salarial fica em até R\$ 3,3 mil, enquanto 14,4% ganham mais de R\$ 16,5 mil.

Product Management por faixa salarial (em %)



OS PRÓXIMOS 12 MESES

Quase metade dos participantes diz que não pretende mudar de carreira nem de empresa (46,6%). Uma em cada quatro pessoas (25,4%) afirma que pretende mudar de empresa, mas não de carreira.

HABILIDADES NECESSÁRIAS

Os participantes da pesquisa apontam que as **habilidades mais importantes** para o cargo são análise de dados e métricas (62,7%), priorização de entregas e atividades (53,8%) e capacidade de escalar produtos e processos (45,6%).

PRINCIPAIS FUNÇÕES

Os profissionais dessa carreira dizem que ocupam mais tempo no trabalho com **alinhamento de equipe (19,7%)**, planejamento estratégico e visão de produto (18,9%) e definição de especificações e requisitos (12,8%).

 **19,7%**

Alinhamentos com equipe

 **18,9%**

Planejamento estratégico e visão de produto

 **12,8%**

Definição de especificações e requisitos

 **9,5%**

Colaboração de equipe e cliente

 **8,7%**

Gerenciamento de backlog

FERRAMENTAS DE TRABALHO

Os **cinco softwares mais usados** na rotina de trabalho são Miro (71,4%), Jira (63,3%), Slack (51,6%), Google Analytics (42,5%) e Trello (41,6%).

NOVOS APRENDIZADOS

Quase 80% das pessoas contam que se atualizam sobre novas técnicas ou metodologias principalmente por treinamento ou cursos de habilidades digitais. Também foram mencionados livros (65,9%), blogs (52,9%), colegas (50,8%) e podcasts (50,5%).

SOFT SKILLS

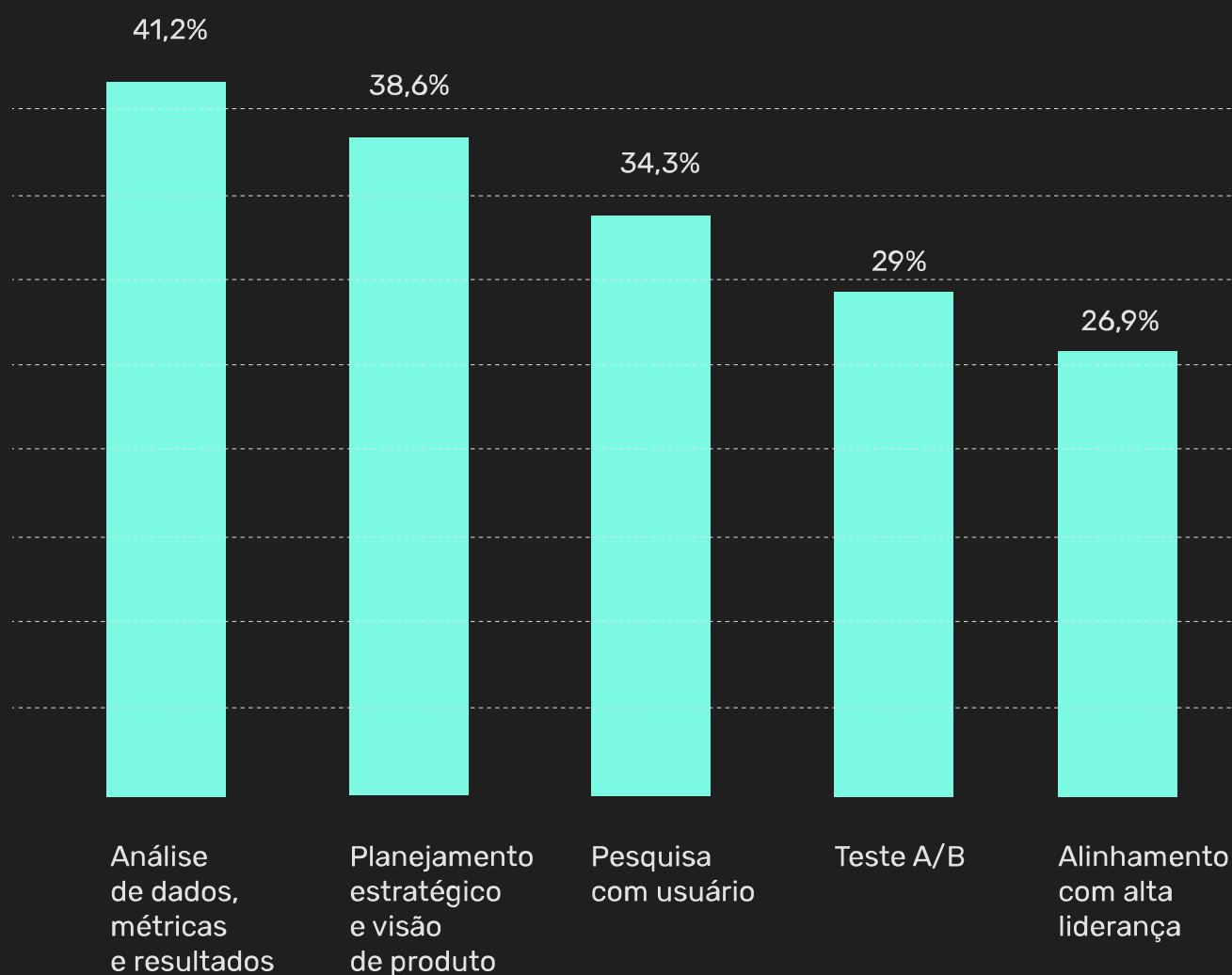
Ao serem questionados sobre as soft skills mais importantes para atuar na área, profissionais destacaram comunicação (18%), resiliência, tolerância ao stress e flexibilidade (13%) e liderança e influência (13%).



DIFICULDADES PROFISSIONAIS

Quatro em cada 10 participantes dizem que a maior dificuldade no trabalho é a análise de dados, métricas e resultados (41,2%). Outras tarefas complexas são planejamento estratégico e visão de produto (38,6%), pesquisa com usuário (34,3%), teste A/B (29,3%) e alinhamento com alta liderança (26,9%).

Principais dificuldades de Product Management



Nota: participantes podiam selecionar mais de uma alternativa

Digital Marketers

Profissionais de Marketing Digital precisam dominar as principais ferramentas e canais e desenvolver visão sobre estratégias essenciais como **Inbound, SEO, Customer Experience, Marketing de Conteúdo e Growth**, entre outros. É cada vez mais comum que, tendo construído uma base sólida em Marketing Digital, profissionais dessa área busquem caminhos de especialização. Essa é a jornada que cria T-shaped marketers, ou seja, profissionais que se desenvolvem em T.

Segundo a pesquisa, mais da metade das pessoas (54,6%) diz que começou a carreira já na área de Marketing Digital. Quase 80% das pessoas estão em cargos de nível intermediário (46,2%) ou iniciante (32,8%). As **especialidades mais mencionadas** são redes sociais (34,6%), produção de conteúdo (32,3%) e campanhas (22,3%).



CARREIRAS POSSÍVEIS EM MARKETING DIGITAL



INBOUND



PRODUÇÃO DE CONTEÚDO



PERFORMANCE/MÍDIA



E-MAIL MARKETING



SOCIAL



EVENTOS



GROWTH



RP DIGITAL



E-COMMERCE

FAIXA SALARIAL

Um terço dos participantes (33,5%) informou que ganha de R\$ 3,3 mil a R\$ 6,6 mil. Já 31,8% afirmam receber até R\$ 3,3 mil. Uma em cada cinco pessoas diz ter um salário de R\$ 6,6 mil a R\$ 10 mil.

Marketing Digital por faixa salarial (em %)



OS PRÓXIMOS 12 MESES


Três em cada 10 participantes dizem que **não pretendem mudar de carreira nem de empresa (31%)**. Uma em cada quatro pessoas afirma que pretende trocar de carreira e também de empresa (26%).


HABILIDADES NECESSÁRIAS


Quatro em cada 10 participantes (43,6%) destacam a **mensuração e a análise de resultados** como a principal habilidade para profissionais de marketing digital. Outras competências importantes são análise de negócios e cenários competitivos (28,9%) e conhecimento de diferentes canais (28,6%).


PRINCIPAIS FUNÇÕES


Os profissionais dessa carreira dizem que ocupam mais tempo no trabalho com produção de conteúdo (22,6%), planejamento de marketing (18,6%) e elaboração de estratégias (12,9%).

 **22,6%**
Produção de conteúdo

 **18,6%**
Planejamento de marketing

 **12,9%**
Elaboração de estratégias

 **9,4%**
Gestão de projetos

 **7,6%**
Fazer publicações

FERRAMENTAS DE TRABALHO

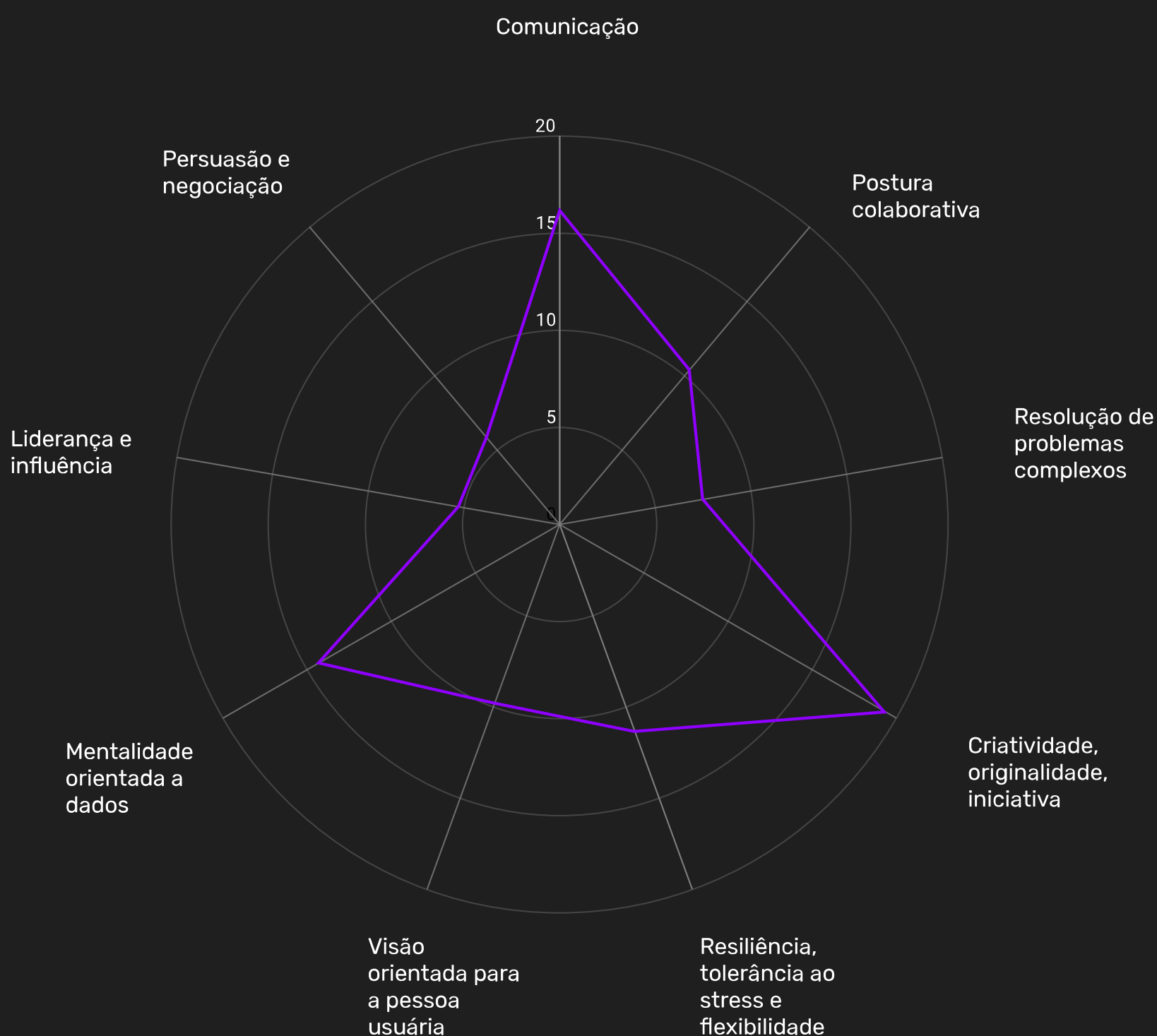
Mais da metade dos participantes da pesquisa indicam que a carreira exige o domínio de Google Analytics (57,2%), Facebook Ads (54,6%), Google Ads (51,2%). Em seguida, outras ferramentas citadas foram RD Station (22,0%) e Tag Manager (15,2%).

NOVOS APRENDIZADOS

Os recursos usados com mais frequência para a atualização de novas técnicas ou metodologias são treinamento ou cursos de habilidades digitais (70,9%), YouTube (67,2%), blogs (41,7%), livros (36,5%) e colegas (35,7%).

SOFT SKILLS

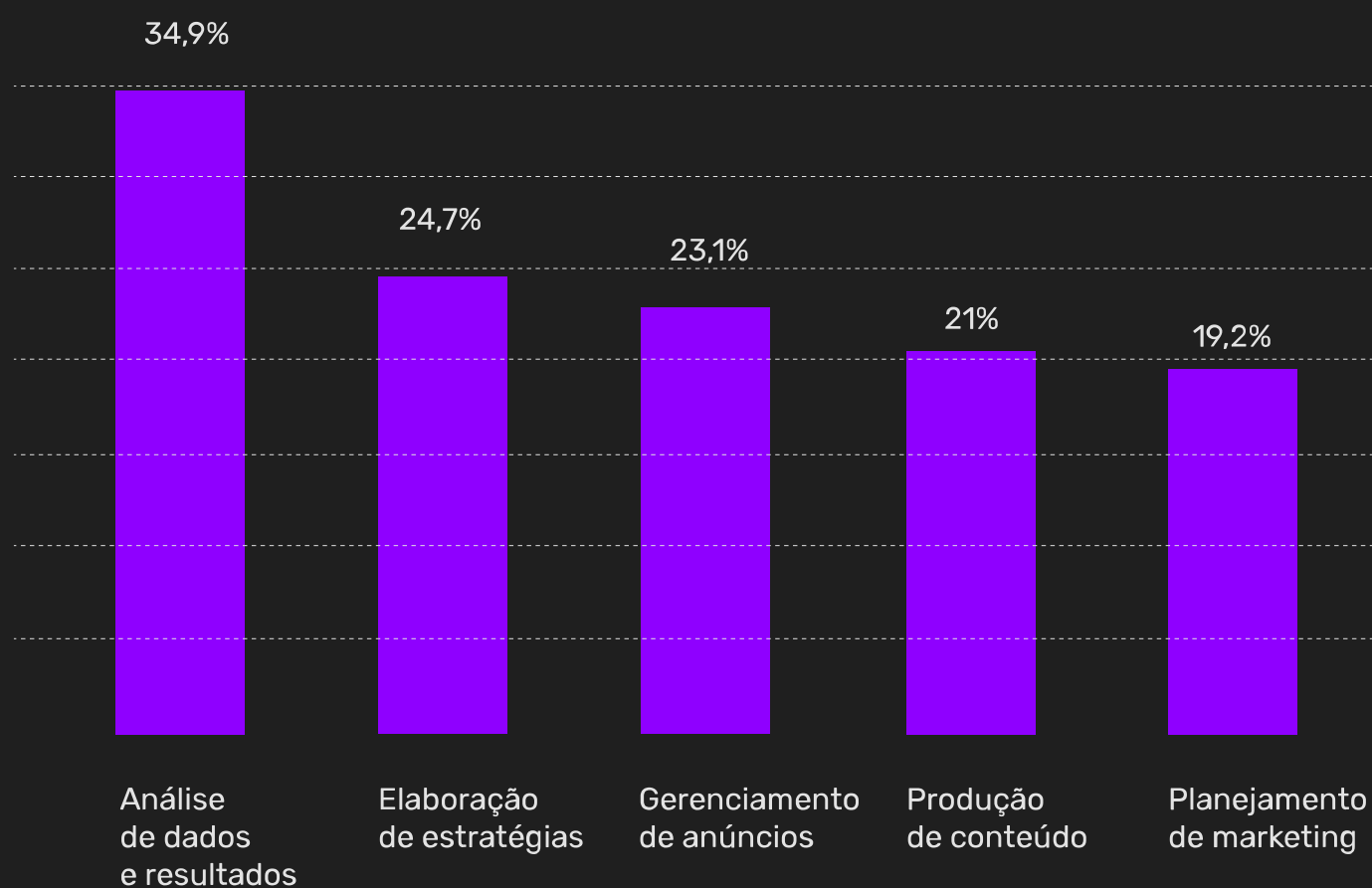
Entre as soft skills vistas como mais importantes para atuar com Marketing Digital, se destacou criatividade, originalidade e iniciativa (19%). Comunicação (16%) e mentalidade orientada a dados (14%) também foram apontadas como muito relevantes.



DIFICULDADES PROFISSIONAIS

Os participantes relatam ter mais dificuldade em funções que envolvem análise de dados e resultados (34,9%), elaboração de estratégias (24,7%), gerenciamento de anúncios (23,1%), produção de conteúdo (21,0%) e planejamento de marketing (19,2%).

Principais dificuldades de Marketing Digital



*participantes podiam selecionar mais de uma alternativa

Profissionais de Dados

As carreiras em dados carregam, em geral, a fama de serem grandes oportunidades para profissionais que desejam participar do futuro do trabalho ao mesmo tempo que recebem bons salários. No entanto, mais do que seguir como cientista ou analista de dados, o desenvolvimento de capacidade analítica passa a ser uma skills transversal, cada vez mais requisitada para acompanhar métricas e resolver problemas em diferentes áreas do negócio.

Descobrimos na pesquisa que quase 60% dos participantes (58,6%) dizem que não começaram a carreira em funções ligadas a dados. Mais de 40% ocupam vagas no nível intermediário, sendo que os cargos mais frequentes são analista de dados (29,3%), inteligência de mercado (10,5%) e cientista de dados (6,8%).

A pesquisa considerou inicialmente Ciência de Dados e Análise de Dados como carreiras diferentes. Porém, devido ao número de respondentes, as carreiras foram unificadas para este relatório da pesquisa.



CARREIRAS POSSÍVEIS EM DADOS

→ CIENTISTA DE DADOS

→ ENGENHEIRA(O) DE MACHINE LEARNING

→ ANALISTA DE DADOS

→ ARQUITETA(O) DE DADOS

→ ENGENHEIRA(O) DE DADOS

→ ESPECIALISTA EM MLOPS

→ ESPECIALISTA EM IA

→ ANALISTA DE BUSINESS INTELLIGENCE

FAIXA SALARIAL

Um em cada três participantes informa ganhar de R\$ 3,3 mil a R\$ 6,6 mil. Para 20,9%, a faixa salarial varia de R\$ 6,6 mil a R\$ 10 mil.

Dados por faixa salarial (em %)



OS PRÓXIMOS 12 MESES

Mais de um terço das pessoas dizem que **não pretendem mudar de carreira nem de empresa (36,1%)**.

Um em cada cinco participantes afirma que pretende mudar de carreira e de empresa.

HABILIDADES NECESSÁRIAS

A carreira exige principalmente as habilidades técnicas para **análise de negócios** (12,14%), análise exploratória de dados (11,59%) e métricas e KPIs (9,60%), segundo os participantes.

PRINCIPAIS FUNÇÕES

Um em cada quatro profissionais afirma que a função que ocupa mais tempo na rotina de trabalho é a análise de dados. A exploração do problema (16,2%) e o engajamento com outros stakeholders (13,6%) foram mencionadas em seguida.

 **24,6%**

Análises de dados

 **16,2%**

Exploração do problema

 **13,6%**

Engajamento com outros stakeholders

 **13,1%**

Coleta de dados

 **7,9%**

Limpeza de dados

FERRAMENTAS DE TRABALHO

Três em cada quatro profissionais (75%) destacaram a linguagem de programação Python como ferramenta usada no trabalho. Também foram citados SQL (53,1%), Git (46,9%), Linux (31,3%) e R (25%).

NOVOS APRENDIZADOS

Os recursos mais usados para a atualização de novas técnicas ou metodologias são treinamento ou cursos de habilidades digitais, YouTube, colegas, livros e blogs.

SOFT SKILLS

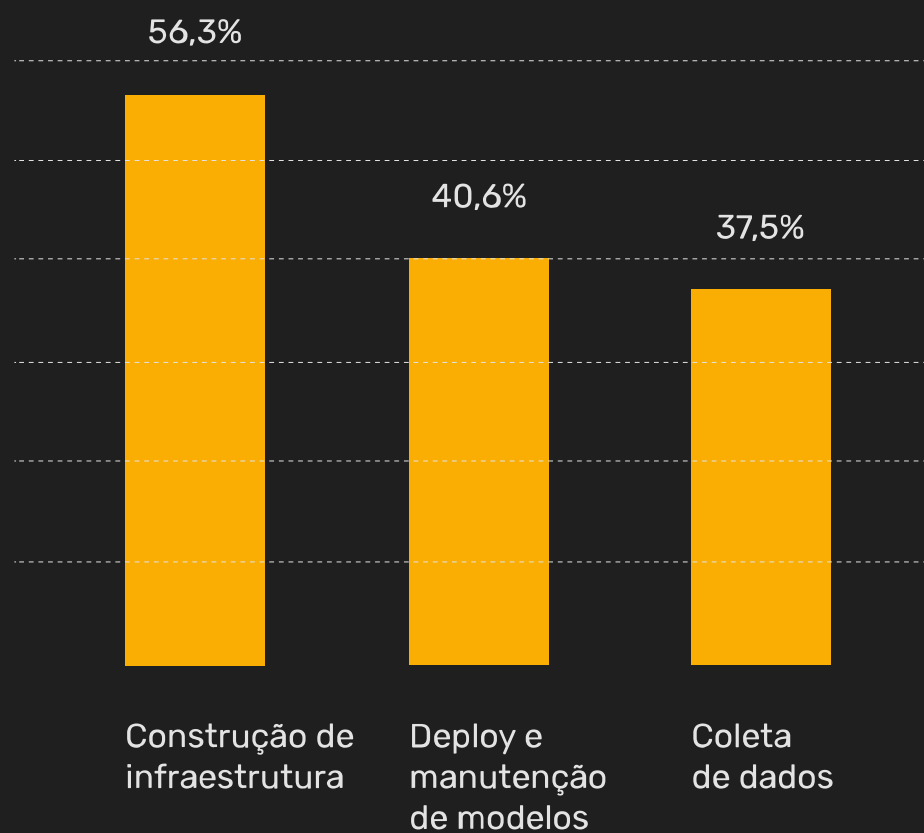
Mentalidade orientada a dados foi a skill com maior destaque entre profissionais (19%), seguida de resolução de problemas complexos (17%) e comunicação (16%).



DIFICULDADES PROFISSIONAIS

Os participantes informaram ter **dificuldades principalmente em construção de infraestrutura**, deploy e manutenção de modelos e coleta de dados.

Principais dificuldades de Dados

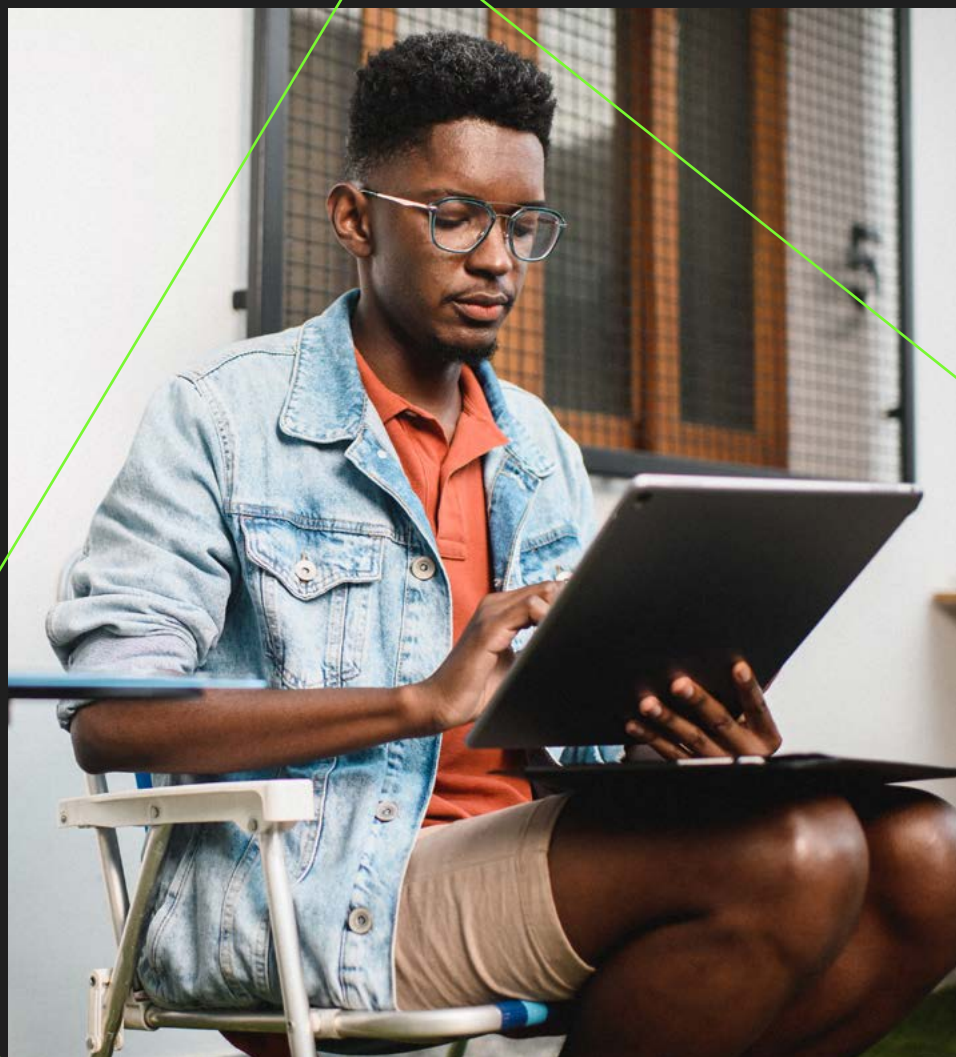


*participantes podiam selecionar mais de uma alternativa

UX Designers

UX Design é a disciplina responsável pelo desenho da experiência de pessoas usuárias. Essa experiência não se restringe apenas à jornada em produtos digitais. Por englobar todos os aspectos da interação do usuário final com a empresa e seus produtos, ele é importante para todo e qualquer serviço. Costumamos explicar que essa área une conhecimentos e ações em três campos: **negócios, tecnologia e usuários**.

Em UX, **seis em cada 10 participantes (62,9%) dizem que não começaram a carreira em funções relacionadas a UX Design**. A maioria trabalha em cargo intermediário (47,5%) ou iniciante (35,3%). As principais especialidades são design gráfico (21,8%), UX/UI Design (21,2%), design de produto (21,2%), UX Design (9,2%) e UI Design (6,4%).



CARREIRAS POSSÍVEIS EM UX DESIGN

→ UX DESIGN

→ UX WRITING

→ UI DESIGN

→ VISUAL DESIGN

→ UX/UI

→ SERVICE DESIGN

→ UX RESEARCH

→ PRODUCT DESIGN

FAIXA SALARIAL

A faixa salarial mais frequente, informada por 38% dos participantes, foi de **R\$ 3,3 mil a R\$ 6,6 mil**. Em seguida, 24,5% dizem ganhar de R\$ 6,6 mil a R\$ 9,9 mil.

UX Design por faixa salarial (em %)



OS PRÓXIMOS 12 MESES

Cerca de 40% das pessoas dizem que não pretendem mudar de carreira ou de empresa. Já 19,6% afirmam que pretendem mudar de empresa, mas não de carreira, enquanto 19,3% informam que pretendem mudar de carreira e de empresa.

HABILIDADES NECESSÁRIAS

Mais de 60% das pessoas (64,7%) dizem que a **pesquisa com usuários** é a habilidade técnica mais importante para quem trabalha com UX Design. Competências como arquitetura da informação (47,5%) e prototipação - de alta ou baixa fidelidade - (39,6%) também foram muito citadas.

PRINCIPAIS FUNÇÕES

Os participantes da pesquisa apontam o **desenvolvimento de interface** (12,9%), o alinhamento com time (11,3%) e o aprendizado - pesquisas secundárias, benchmarking, desk research - (11%) como as funções que mais ocupam tempo dessa carreira.

 **12,9%**

Desenvolvimento de interface

 **11,3%**

Alinhamento com time

 **11%**

Aprendizado (pesquisa secundárias, benchmarking, desk research)

 **10,4%**

Prototipação de baixa e alta fidelidade

 **10,1%**

Alinhamento com time de produto

FERRAMENTAS DE TRABALHO

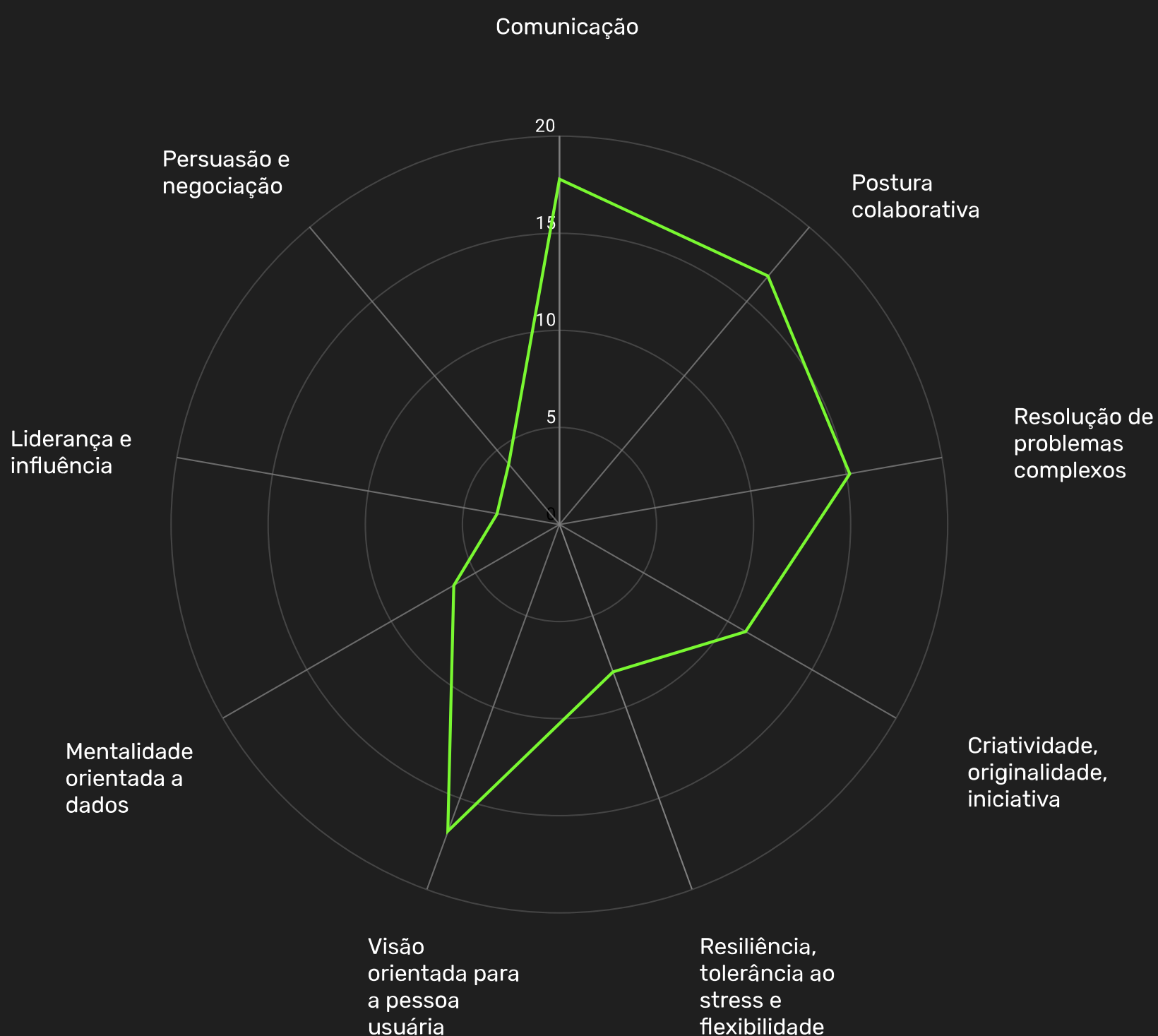
Os softwares mais mencionados pelos profissionais da carreira foram Figma (57,1%), Miro (55,2%), Sketch (15,3%), Maze.design (14,7%) e Marvel (12,3%).

NOVOS APRENDIZADOS

O recurso mais apontado pelos participantes para a atualização de novas técnicas ou metodologias foi o **YouTube** (65,6%), seguido por treinamento ou cursos de habilidades digitais (63,8%). Depois aparecem livros (55,2%), colegas (54%) e blogs (44,8%).

SOFT SKILLS

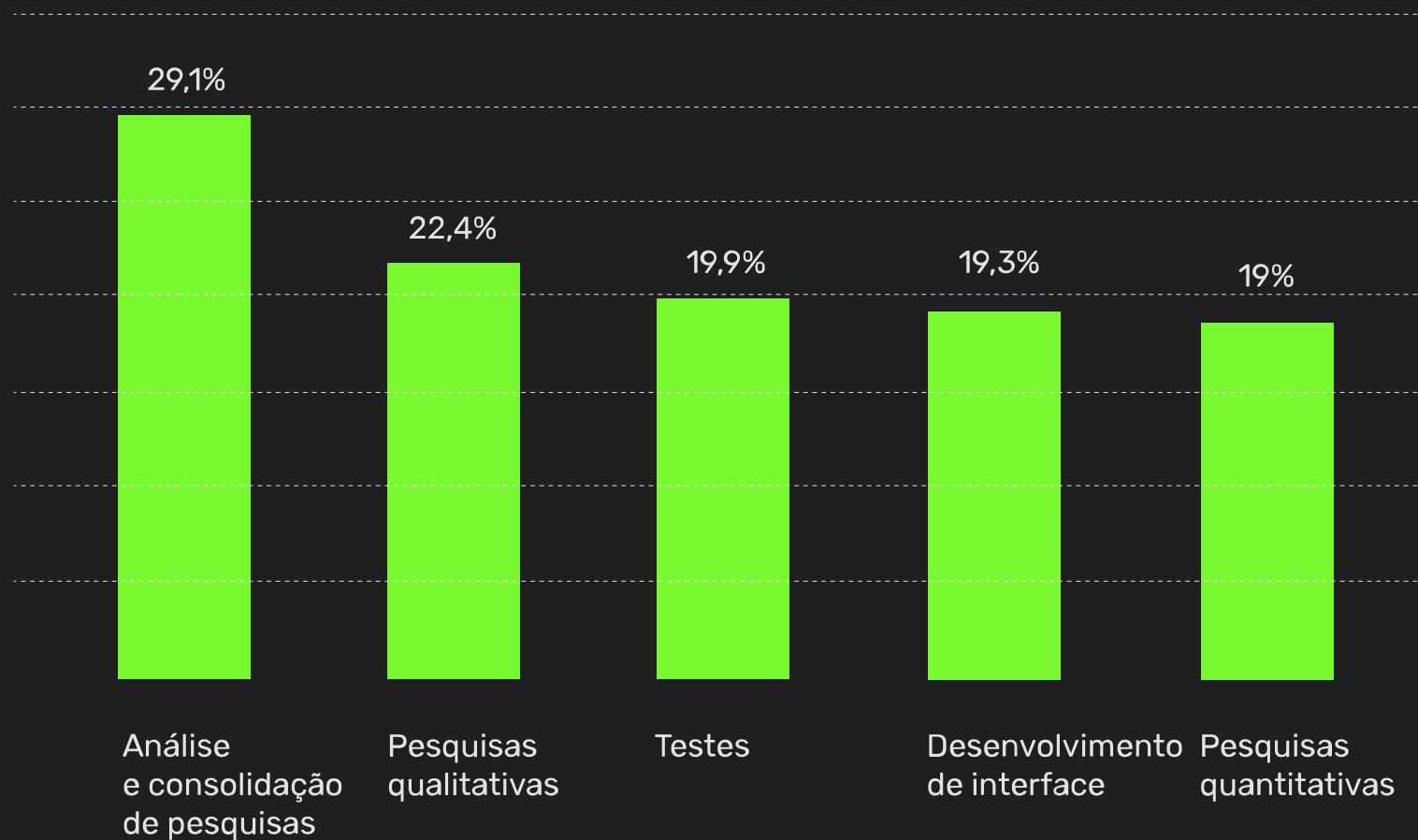
Assim como em outras carreiras, a comunicação também foi citada como competência socioemocional importante (18%). Visão orientada para a pessoa usuária (17%) aparece com maior destaque em UX dentre todas as outras carreiras.



DIFICULDADES PROFISSIONAIS

Os participantes relatam ter dificuldade com **análise e consolidação de pesquisas** (29,1%), pesquisas qualitativas (22,4%), testes (19,9%), desenvolvimento de interface (19,3%) e pesquisas quantitativas (19%).

Principais dificuldades de UX Design

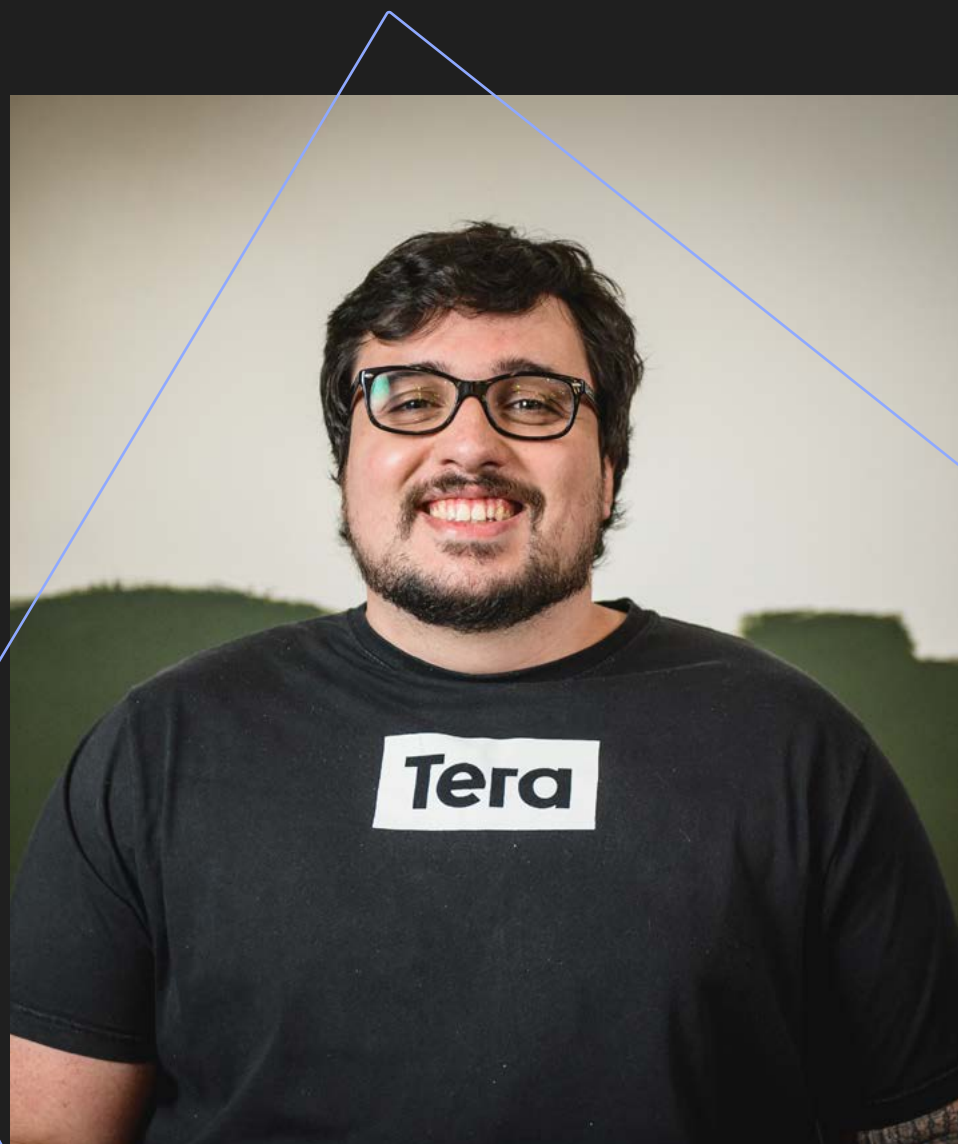


*participantes podiam selecionar mais de uma alternativa

Profissionais de Desenvolvimento de Software

O desenvolvimento de software é o processo de produção de um sistema tecnológico, com as etapas que compreendem a concepção de um produto. Trata da forma como as fases são organizadas e do que deve ser feito sempre para padronizar a criação e permitir que empresas e equipes criem aplicações em escala. **Relatórios como o HackerRank destacam o desenvolvimento full stack como uma das áreas mais requisitadas do momento.**

Na pesquisa, três em cada quatro participantes (76,1%) da área dizem que **começaram a carreira em funções relacionadas** a desenvolvimento de software. Mais de 40% das pessoas ocupam vagas sênior (especialista/líder técnico). O cargo mais citado foi Desenvolvedor(a) de Software (Frontend, Backend, Fullstack).



CARREIRAS POSSÍVEIS EM DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE

→ FULL STACK

→ DESENVOLVIMENTO MOBILE

→ FRONT END

→ ARQUITETURA DE SOFTWARE

→ BACK END

→ CONTROLE DE QUALIDADE

FAIXA SALARIAL

Na pesquisa, 20% das pessoas informam ganhar de R\$ 3,3 mil a R\$ 6,6 mil. A faixa salarial com mais participantes foi de R\$ 10 mil a R\$ 16,5 mil (32,5%). Já 13,8% afirmam receber de R\$ 6,6 mil a R\$ 10 mil.

Desenvolvimento de Software por faixa salarial (em %)



OS PRÓXIMOS 12 MESES

Mais de um terço das pessoas (36,3%) dizem que **não pretendem mudar de carreira nem de empresa**. Por outro lado, 18,6% afirmam que pretendem mudar de carreira e de empresa. Já 17,7% informam que pretendem mudar de empresa, mas não de carreira.

HABILIDADES NECESSÁRIAS

Para desempenhar o cargo, os participantes da pesquisa contam que as habilidades técnicas mais usadas são lógica de programação (63,7%), padrões de projeto (34,5%) e compreender diferentes paradigmas e tipos de linguagem de programação (33,6%).

PRINCIPAIS FUNÇÕES

Os profissionais dessa carreira apontam que ocupam o tempo principalmente com o desenvolvimento de especificações e requisitos (19,5%), a manutenção de sistemas (15,9%) e o estudo de tecnologias (12,4%).

 **19,5%**

Desenvolvimento de especificações e requisitos

 **15,9%**

Manutenção de sistemas

 **12,4%**

Estudo de tecnologias

 **9,7%**

Colaboração de equipe e cliente

 **9,7%**

Reuniões de alinhamento com equipe

FERRAMENTAS DE TRABALHO

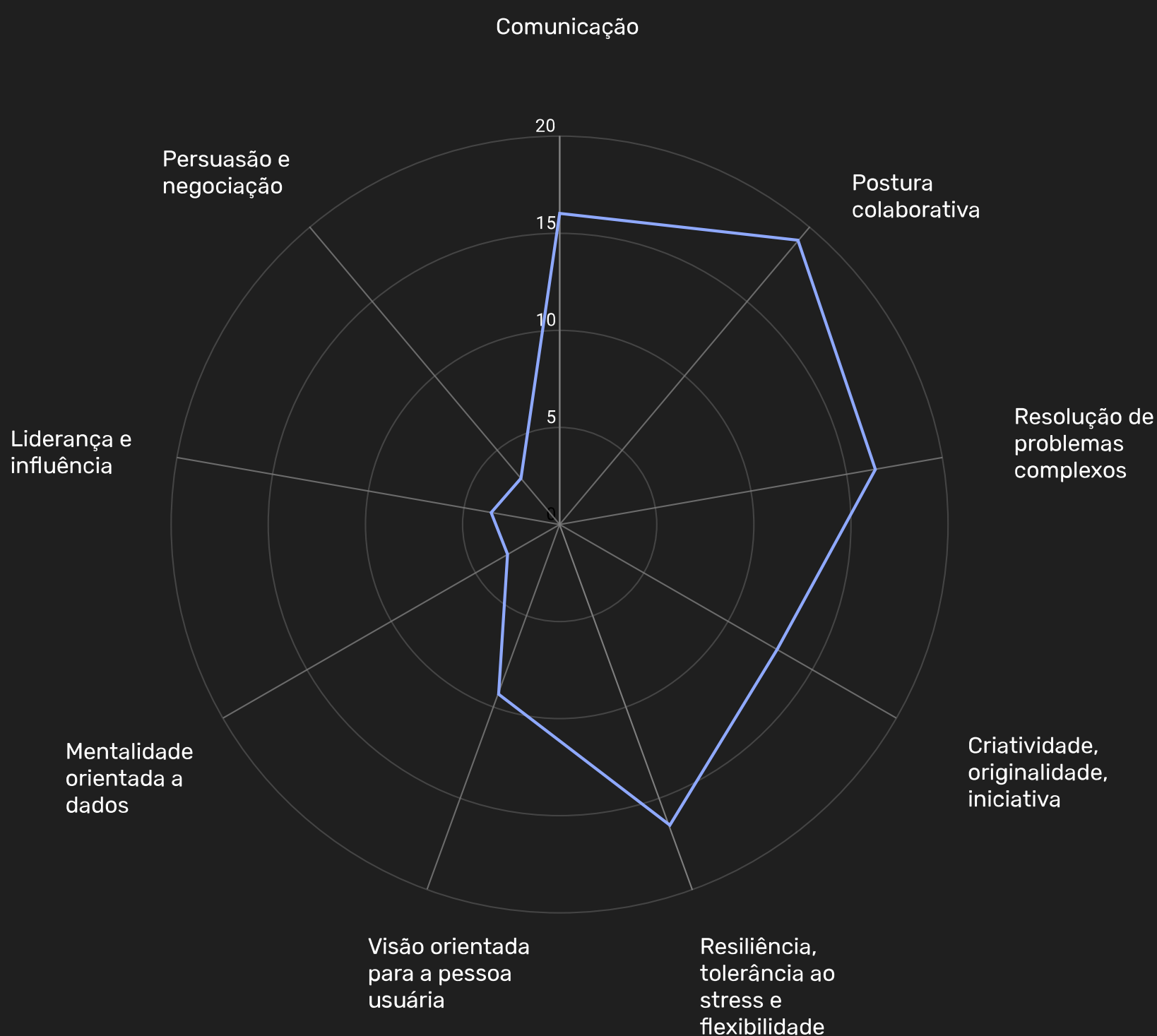
Mais da metade das pessoas (54,9%) respondeu que a **linguagem de programação Javascript** é a ferramenta mais usada no trabalho. Foram citados também Java (45,1%), Python (30,1%), Node.js (25,7%) e #C (23,9%).

NOVOS APRENDIZADOS

Os recursos para a aprendizagem mais citados foram sites especializados - StackOverflow, infoq etc - (70,8%), treinamento ou cursos de habilidades digitais (64,6%), YouTube (59,3%), colegas (40,7%) e livros (35,4%).

SOFT SKILLS

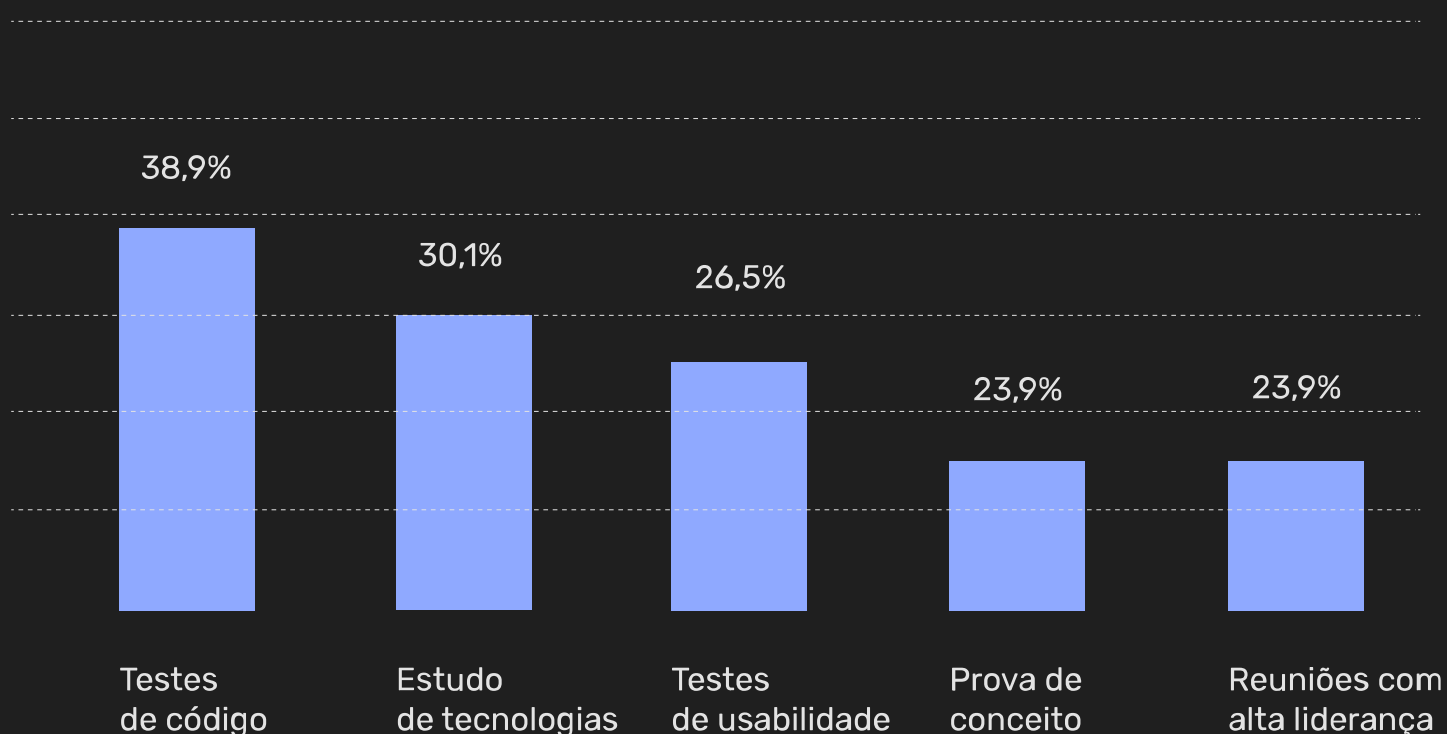
Ter uma postura colaborativa se destaca como soft skill nessa carreira (19%) dentre todas as outras. Mais algumas competências importantes são resiliência, tolerância ao stress e flexibilidade (16%), resolução de problemas complexos (16%) e comunicação (16%).



DIFICULDADES PROFISSIONAIS

Os profissionais relatam ter mais dificuldade com funções como testes de código (38,9%), estudo de tecnologias (30,1%), testes de usabilidade (26,5%), prova de conceito (23,9%) e reuniões com alta liderança (23,9%).

Principais dificuldades de Desenvolvimento de Software



*participantes podiam selecionar mais de uma alternativa

Conclusão



A pesquisa Digital Skills mostrou que **movimentos de upskilling e reskilling já fazem parte da rotina de profissionais** no mercado atual. Por vezes, de forma imperativa, como em casos de desemprego. Às vezes pelo desejo de aproveitar as oportunidades de um mercado efervescente. Eventualmente, para se adaptar à transformação digital que chega à empresa.

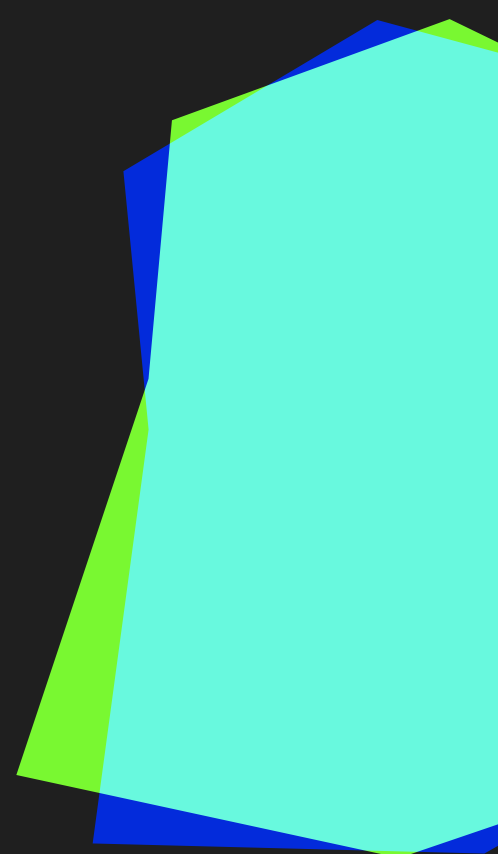
Esse processo de mudança e desenvolvimento constante é o que chamamos de lifelong learning e, dentre todas as skills que mencionamos neste relatório, essa talvez seja a fundamental, independente da área de atuação.

Esperamos que, ao passar pelos dados desta pesquisa, você tenha percebido que **o caminho de uma transição de carreira não é solitário nem imprevisível**. As experiências de tantas pessoas que já passaram por esse desafio mostram as possibilidades, as expectativas e as habilidades mais requisitadas, ao mesmo tempo

que as diferentes alternativas de capacitação deixam claro que esse percurso vai ser acompanhado por profissionais, sejam colegas, experts ou materiais no aprendizado autônomo.

Nos últimos cinco anos, a **Tera** acompanhou inúmeras dessas jornadas – muitas delas refletidas nos dados desta pesquisa. Quando olhamos para o futuro, entendemos o potencial do cenário em que estamos inseridos e isso só nos motiva a reforçar o compromisso que temos no presente de **ajudar o máximo de pessoas a desenvolver essas habilidades** que farão a diferença no mercado digital.

Conte com a gente na sua jornada.



Sobre a Digital Skills

Coleta de Dados



Idealização

Leandro Herrera

Equipe do projeto

Ana Paula Lafuente

Caroline Oliveira

Daniel Prata

Nathália Braga

Rebeca Nascimento

Direção de Arte | Giulia Yosue

Diagramação | Fernanda Zanette, Marina Ferreira e Tatiane Rocha

Revisão de diagramação | Tatiane Rocha

Gráficos | Rafael Andrade e Tatiane Rocha

Análise de dados | Gabriela Caesar e Paulo Miguel

Redação | Gabriela Caesar e Rebeca Nascimento

Revisão | Caroline Oliveira, Fernanda Rebello e Rebeca Nascimento

Fotos | Helena Yoshioka

Sobre a Tera

Somos mais do que uma escola, somos uma comunidade de pessoas apaixonadas por educação e tecnologia.

Acreditamos que um mundo melhor nasce do trabalho de pessoas conscientes, responsáveis e corajosas que se apropriam da tecnologia para servir ao coletivo.



Sobre a MindMiners

A MindMiners é uma empresa de tecnologia. Somos especializados em desvendar o comportamento humano porque passamos 24 horas por dia conectados a mais de um milhão de pessoas ao redor do país.

Com a nossa plataforma de human analytics você encontrará a solução ideal de pesquisa para o seu desafio e a resposta certa para as perguntas que você tem sobre o seu consumidor.

