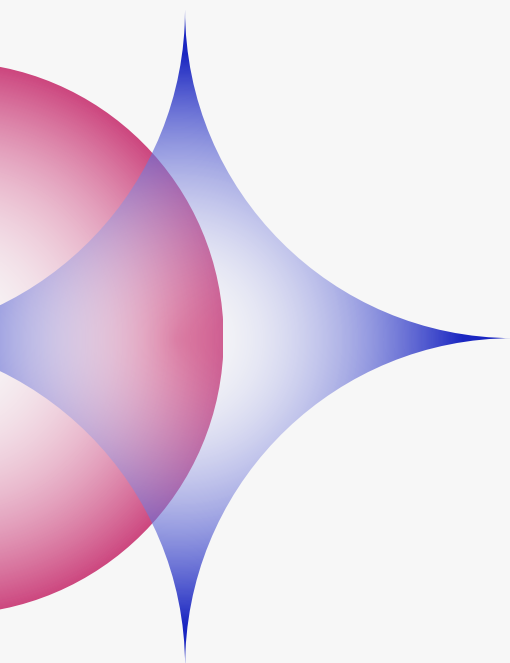


Panorama Brasileiro de Marketing de Produto

2024



Realização:



Boas-vindas

Este é o primeiro Panorama Brasileiro de Marketing de Produto.

Unimos as comunidades 'Elas que Lançam' e 'Fala aí, PMM' para mapear, analisar e fornecer dados sobre o mercado de PMM (Product Marketing Management) no Brasil.

Nosso objetivo é apoiar profissionais com **dados** sobre cargos, regiões e perfis de empresas, além de dar visibilidade e transparência à média salarial, benefícios e tipos de atuação no setor.

Este é o **primeiro mapeamento estruturado da área**, por isso, não há comparativos históricos dos dados. É possível que as informações apresentadas sejam ajustadas nos próximos anos e que mostrem números diferentes em relação a análises informais de anos anteriores. Essa variação é natural e reflete os níveis de maturidade e evolução que a disciplina tem alcançado no país.

Explore intensamente este material.

Esperamos que seja útil para você e para o amadurecimento do nosso mercado.

Boa leitura!

A pesquisa

● Metodologia e amostra

A coleta de dados foi realizada por meio de um formulário online, disponível entre 25 de junho e 25 de julho de 2024. A análise dos dados, baseada em estatísticas descritivas, ocorreu entre 26 de julho e 26 de agosto de 2024.

O formulário foi divulgado via LinkedIn e WhatsApp, com o apoio de influenciadores do cenário de Marketing de Produto no Brasil, aos quais somos imensamente gratas.

Recebemos 389 respostas, das quais 353 foram consideradas válidas (de profissionais com atuação formal ou informal em PMM). Dessa forma, os resultados apresentados têm uma margem de erro aproximada de 5%.

Quem somos



Elas que Lançam é a primeira comunidade de mulheres de Product Marketing do Brasil. Nosso objetivo é fortalecer a área por meio de conteúdo de qualidade e conexões significativas entre mulheres, contribuindo para o seu desenvolvimento profissional.

Quem faz acontecer:



Beatriz
Morel



Desyré
Guerrero



Djenifer
Malkowski



Kaianne
Antoniazzi



Marcele
Godinho



Rayra
Costa



Fala aí, PMM é a comunidade para quem quer vivenciar o Marketing de Produto na prática. Menos teoria, mais dia a dia. Nosso objetivo é compartilhar experiências reais de PMMs e contribuir para o desenvolvimento da área no Brasil.

Quem faz acontecer:



Aline do
Amaral



Gabriela
Antunes



Larissa
Dias



Rafaela
Vigo



Rafaela
Medeiros

Idealização e participação independente:



Giovana Riggo

O que você vai encontrar nesta pesquisa

1. Principais descobertas

Pág 6 a 8

2. A média salarial de PMMs no Brasil

Pág 9 a 18

3. Quem são os PMMs brasileiros

Pág 19 - 26

4. Quais são as empresas e o formato de trabalho que os PMMs atuam

Pág 27 - 31

Queremos te ouvir

Sua percepção sobre os dados é muito importante.

Compartilhe seus insights preferidos no LinkedIn e mencione as comunidades @Elas que Lançam e @Fala aí, PMM nas suas publicações para acompanharmos.

[Baixe aqui as imagens
compartilháveis](#)



1.

Principais descobertas



Principais descobertas

Aqui estão as principais descobertas que separamos para vocês nesta pesquisa.

1

A média salarial de um PMM é 21,2% menor que a de profissionais de Produto e 101,9% maior que a de profissionais de Marketing.

A média salarial de um PMM atuando no Brasil é de R\$9.512,90, enquanto que a média de um PM é de R\$12.075,20, e de Marketing R\$4.711,01 (PM3 e [QueroBolsa, 2023](#)).

2

Product Marketing Managers que residem no Brasil e atuam em empresas de fora do Brasil tem salário 60,3% do que os que moram e atuam no Brasil.

A média salarial de um PMM que mora no Brasil e atua em empresas de fora do Brasil é de R\$15.250, comparada com a média de R\$9.512,90 de profissionais que atuam em empresas brasileiras.

3

A média salarial de um PMM caiu 20,7% de 2023 a 2024.

Em 2023, segundo o [GlassDoor](#), a média salarial de um profissional de Marketing de Produto no Brasil foi de R\$12.000, comparada a média atual de R\$9.512,90. Isso pode indicar uma desvalorização da área e/ou uma entrada crescente de profissionais de marketing com referências salariais menores.

4

A média salarial de PMMs que atuam com o cargo formal de PMM é 24% maior que os que atuam sem a formalização do cargo

23% dos respondentes indicam que exercem a função de PMM mas estão registrados como outras funções como Analista de Marketing e afins. A média salarial de um PMM atuando com o cargo formal é de R\$10.182,90, comparada com a média de R\$8.186,90 de profissionais que atuam sem registro neste cargo.

5

PMMs tem alta senioridade

Mais de 50% dos PMMs são Plenos, Seniores, ou Coordenadores. Isto pode indicar uma área com pouco espaço para entrada no mercado de trabalho. Ou seja, os profissionais migraram para PMM já sendo seniores em outras cadeiras.

6

Mais de 76,2% dos PMMs possuem certificação em Marketing de Produto

Profissionais certificados pela Product Marketing Alliance (PMA) apresentam as maiores remunerações (R\$13.845), cerca de 45,5% acima da média salarial geral. Além da PMA, aqueles formados pela ESPM e Reforge também têm salários superiores, de R\$10.250 e R\$12.166, respectivamente.

7

A maior parte dos PMMs estão alocados em times de marketing

Somente 10,2% fazem parte de uma estrutura própria de PMM. 53,26% dos PMMs estão alocados na estrutura de Marketing das empresas, e 31,16% na estrutura de produto

8

O regime de contratação principal é o CLT

Cerca de 88,6% dos PMMs trabalham sob o regime CLT, enquanto 11,3% atuam como PJ.

9

Trabalho remoto é predominante para PMMs

54,97% dos PMMs trabalham de forma remota, 36,96% de forma híbrida e 8,07% de forma totalmente presencial.

10

Mais da metade dos PMMs têm entre 1 e 3 anos de experiência em Marketing de Produto

Esse dado demonstra que a área é relativamente nova no Brasil.

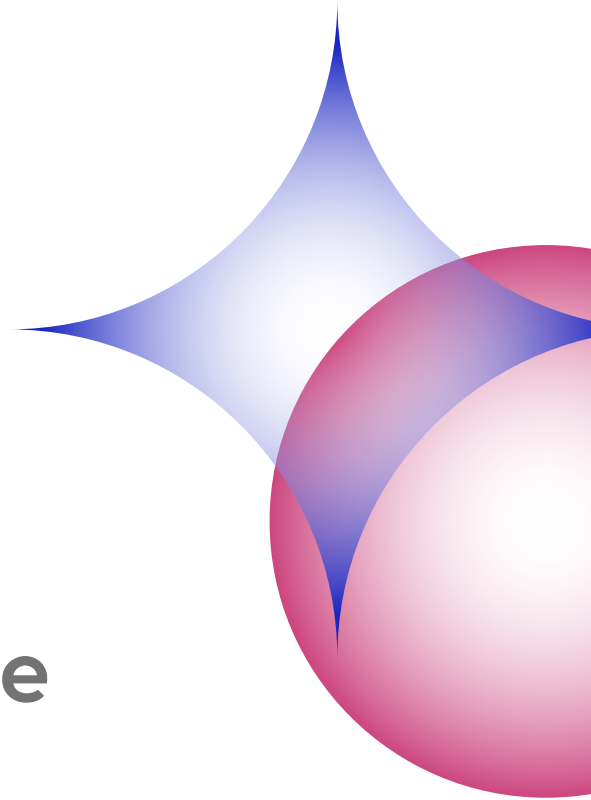
11

O gênero feminino representa 72,2% dos PMMs

Entre os demais respondentes, 26,9% se identificam com o gênero masculino, 0,6% se declaram não binários e 0,3% se identificam como agênero.

2.

A média salarial de PMMs no Brasil



A média salarial de PMMs no Brasil

Média salarial geral

Sabemos que a curiosidade por esse dado é geral, por isso é dele quem falaremos primeiro.

	Média Salarial*	Faixa Salarial mais praticada**
Profissional de Marketing de Produto atuando em empresas no Brasil	R\$ 9.512,90	R\$ 7.000 a R\$ 8.000
Profissional de Marketing de Produto atuando em empresas de fora do Brasil	R\$ 15.250,00 +60% maior que a média de empresas do Brasil.	R\$ 19.000 a R\$ 20.000

💡 Este valor foi calculado considerando valores médios atribuídos a cada faixa salarial, dos 353 respondentes válidos, independente de seu perfil e cargo, o que indica o salário bruto. Não representa o salário mais praticado.

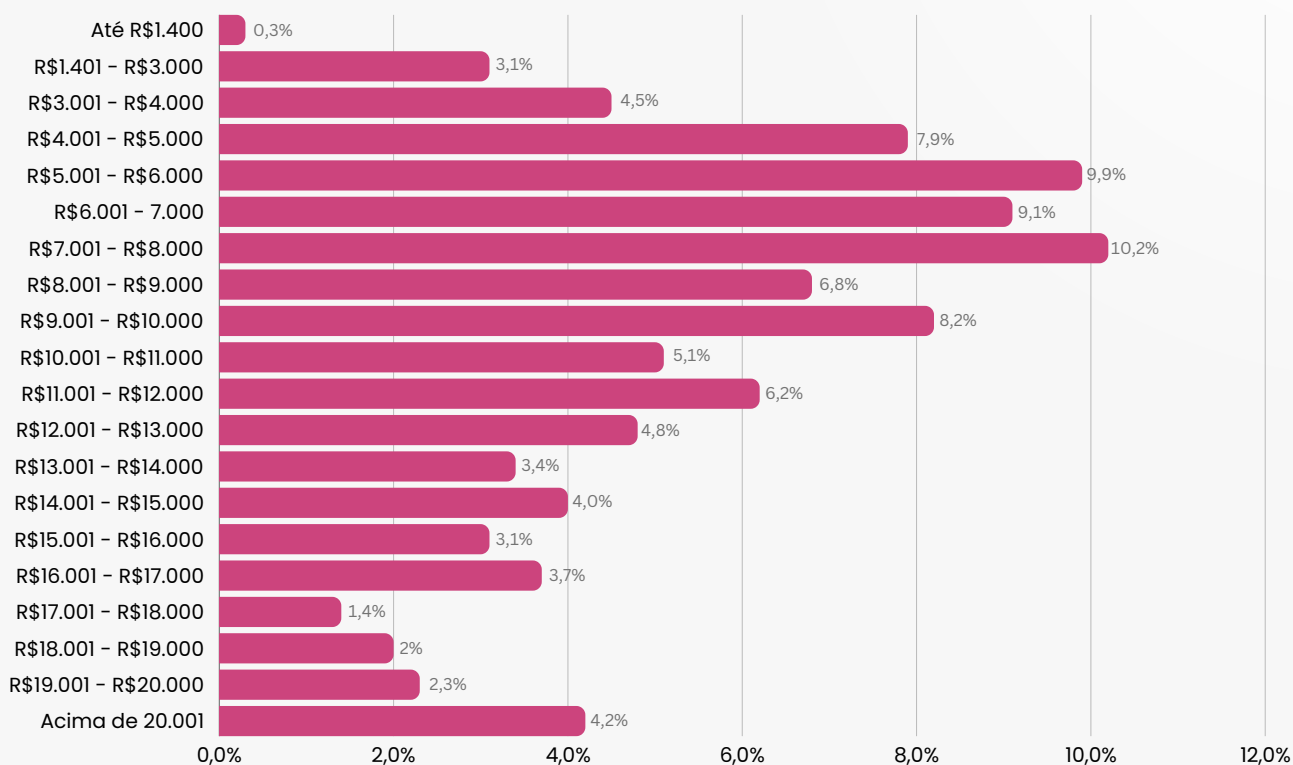
💡 Segundo o Panorama do Mercado de Produto 2024 da PM3, o salário médio de um profissional Gerente de Produto (Product Manager) é de R\$12.075,20, equivalente a 26,9% a mais do que o salário médio de profissionais de Marketing de Produto. (PM3)

💡 Segundo a pesquisa de Salários de Profissionais de Marketing 2023 do Quero Bolsa, o salário médio de um Profissional de Marketing é de R\$4.711,01, equivalente a 101,9% a menos do que o salário médio de profissionais de Marketing de Produto.

💡 Em 2023, segundo o GlassDoor, a média salarial de um profissional de Marketing de Produto no Brasil foi de R\$ 12.000. Isso representa uma queda de aproximadamente 21% em relação à média atual, o que pode indicar uma desaceleração da área e/ou uma entrada crescente de profissionais de marketing com referências salariais menores.

Média salarial geral

Mais da metade dos profissionais de Marketing de Produto se encontram em faixas salariais de R\$4.000 a R\$9.000. As faixas de remuneração estão distribuídas dessa forma, considerando todos os respondentes:



*Média salarial isolada, não representa o salário praticado.

**Representa a participação de cada faixa salarial na amostragem geral.

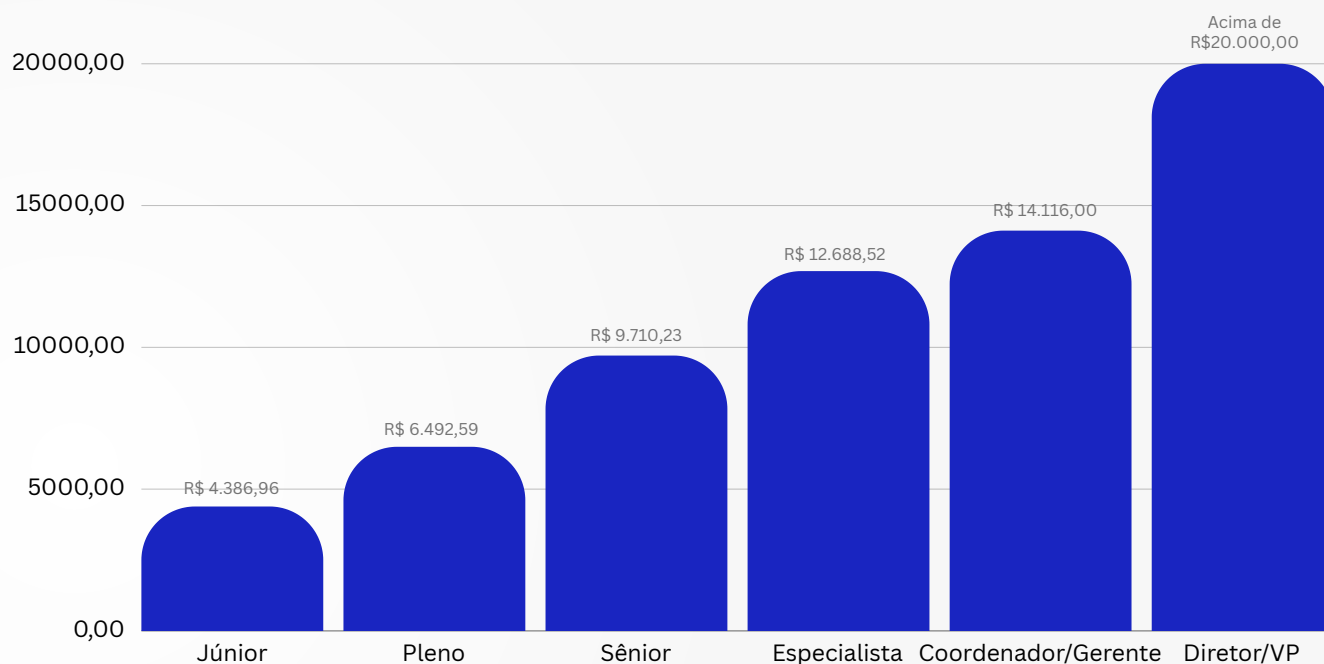
Média salarial por senioridade

A média salarial da área por senioridade se inicia em **R\$ 4.386,00**, representando os profissionais de nível júnior.

Ressaltamos que a opção máxima de salário perguntada na pesquisa foi de R\$ 20.000,00, e por isso não consta um valor exato na senioridade de diretoria/VP.

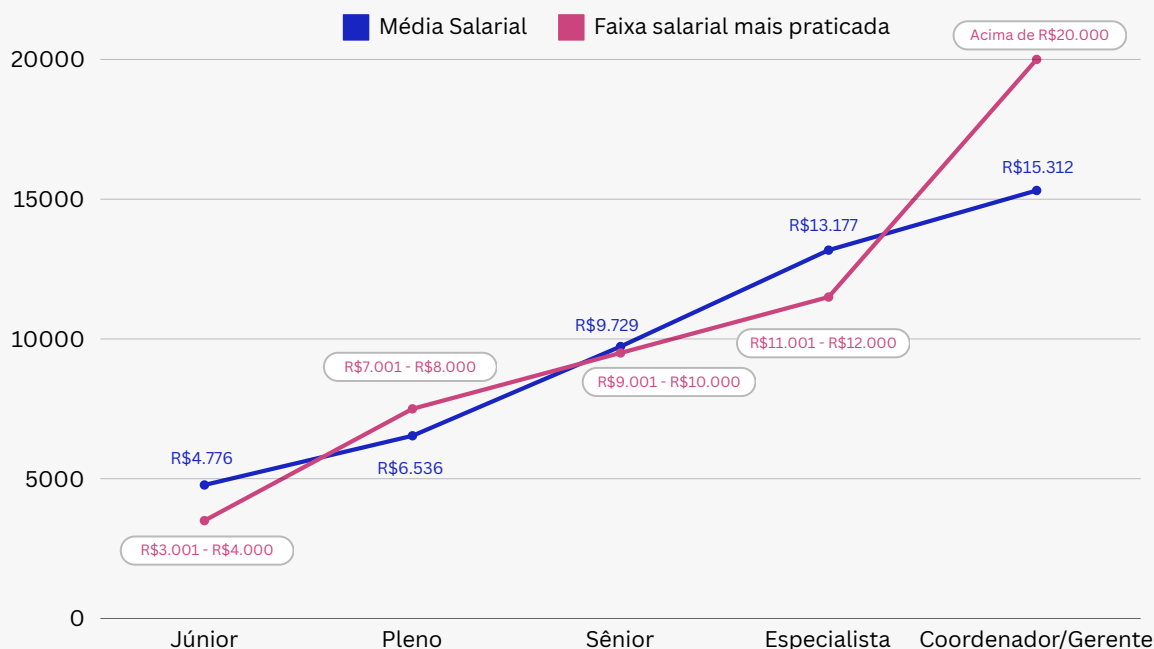
Cargo	Média Salarial
Júnior	R\$ 4.386,96
Pleno	R\$ 6.492,59 +48%
Sênior	R\$ 9.710,23 +50%
Especialista	R\$ 12.688,52 +31%
Coordenador/Gerente	R\$ 14.116,00 +11%
Diretor/VP	Acima de R\$20.000,00 42%+

Veja isso representado em gráfico:

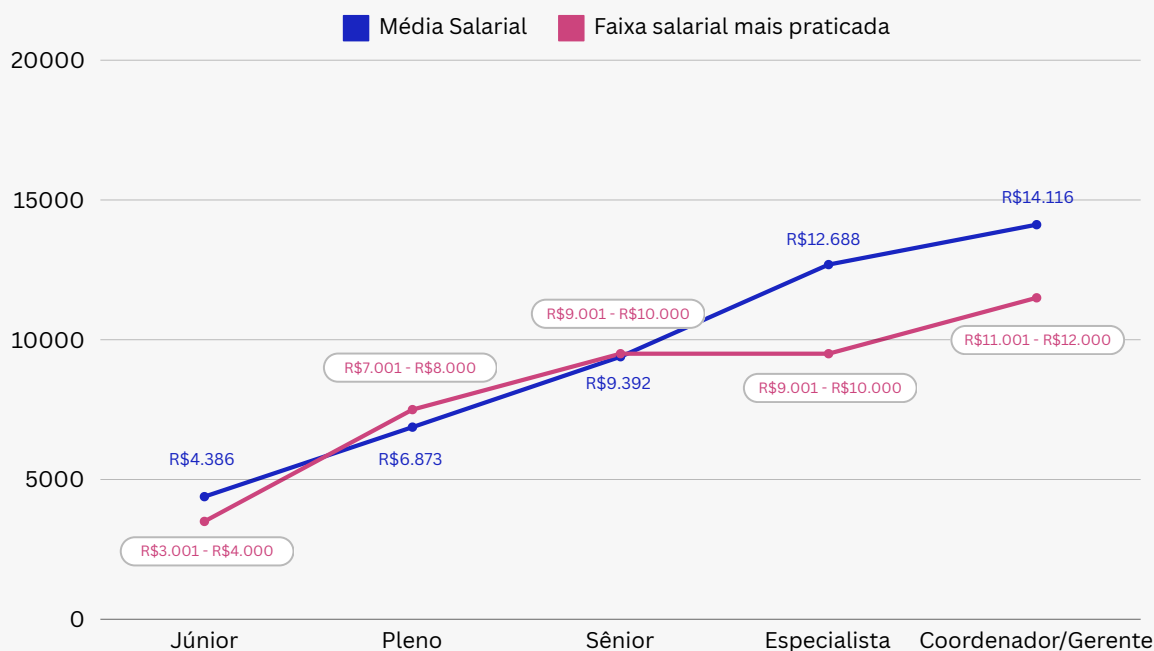


Média salarial e faixa mais praticada de profissionais que ocupam oficialmente cargos de Product Marketing

Para uma visualização mais realista do cenário de salários de Product Marketing no Brasil por senioridade, aqui você encontra o comparativo entre a média salarial de respondentes que atuam com cargo oficializado em Product Marketing e respondentes gerais, sem esse recorte.



Média salarial e faixa mais praticada dos respondentes gerais



Média salarial por formalização de cargo

76,20% dos respondentes indicaram ter um cargo formalizado em Product Marketing, enquanto 23,80% indicaram atuar e realizar funções de PMM, porém não ocupam posição formalizada no cargo.

	Média Salarial
Profissional sem cargo formalizado na área de Marketing de Produto	R\$ 8.186,90
Profissional com cargo formalizado na área de Marketing de Produto	R\$ 10.182,90 +24% maior que a média da atuação não formalizada.

Média salarial por tipo de empresa

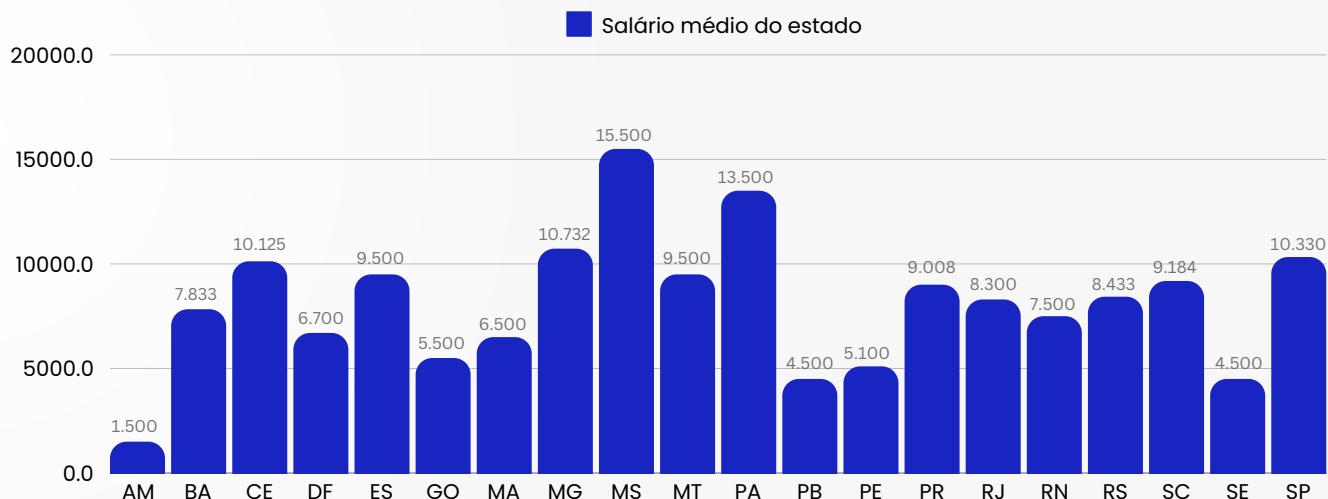
As médias salariais por tipo de empresa se mostram muito similares, com destaque para o modelo **B2B2C** com a média mais alta de **R\$ 10.423,53**.

Tipo de empresa	Média Salarial	% de PMMs
B2B	R\$ 9.427,05	60,70%
B2B e B2C	R\$ 9.556,10	24,05%
B2C	R\$ 9.477,14	10,26%
B2B2C	R\$ 10.423,53	4,99%

Média salarial por estado

O pódio da média salarial não se concentra na região sudeste, mas está distribuída entre demais regiões, contrariando dados do IBGE que mostram que São Paulo (centro econômico do Sudeste e do país) possui um rendimento médio 22,6% superior ao do restante do Brasil.

Vale ressaltar que não tivemos respondentes em Tocantins, Amapá, Acre, Roraima, Rondônia, Piauí e Alagoas.



*Todos os valores estão apresentados em Real (R\$)

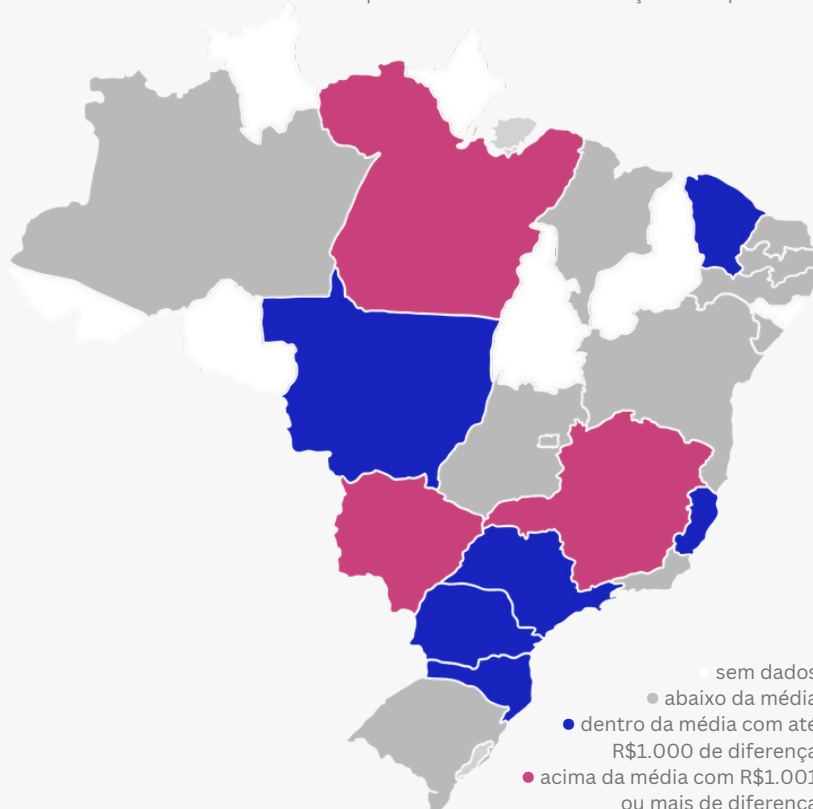
**Os valores consideram o estado em que o respondente está localizado.

Estados que praticam a média salarial abaixo, na média ou acima, de acordo com a média nacional de R\$ 9.512,90.

*os dados são de residência do profissional e não da localização da empresa.

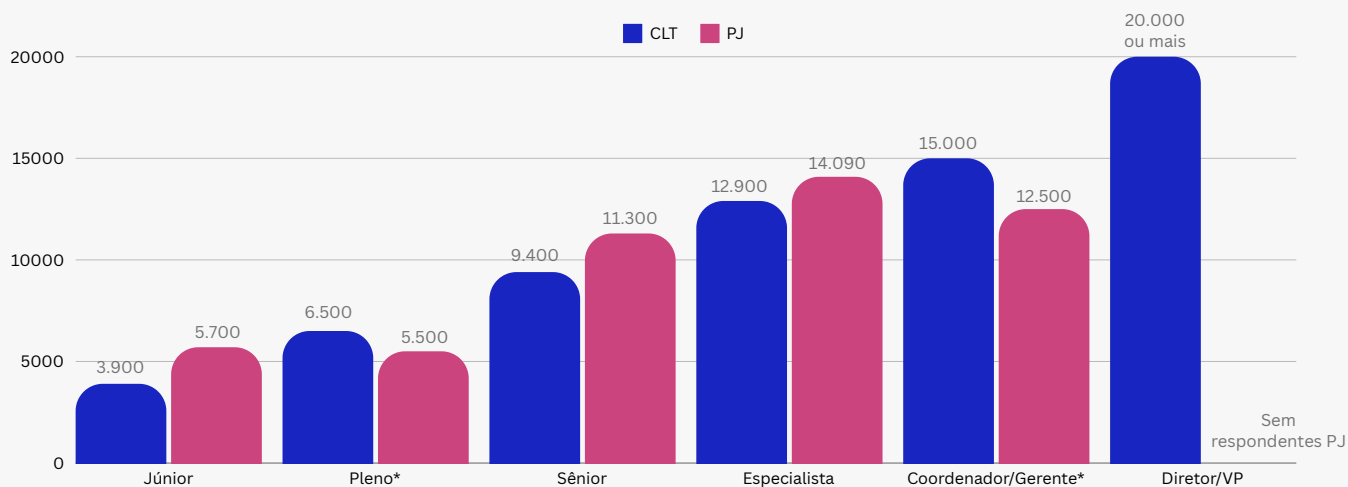
💡 Os estados com PMMs com maior média salarial são Mato Grosso do Sul, Pará e Minas Gerais, respectivamente.

💡 PMMs de Santa Catarina e São Paulo são os profissionais residentes desses estados que mais se aproximam da média nacional (R\$9.512,90) com R\$9.397,96 e R\$9.946,00, respectivamente.



Média salarial por regime de contratação

Dos 353 respondentes, 88,67% indicaram atuar no formato de regime CLT, enquanto 11,33% atuam como PJ.



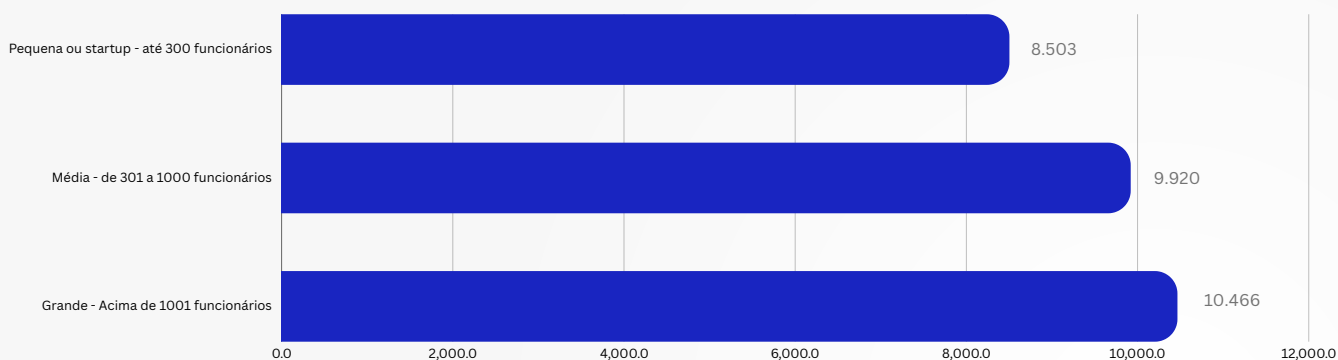
*Todos os valores estão apresentados em Real (R\$)

Média salarial por atuação da empresa

Empresas globais oferecem salários em média 13% maiores que as nacionais.

Porte	Média Salarial
Nacional	R\$ 9.159,09
América Latina	R\$ 9.891,09
Global	R\$ 10.351,02

Média salarial por porte da empresa



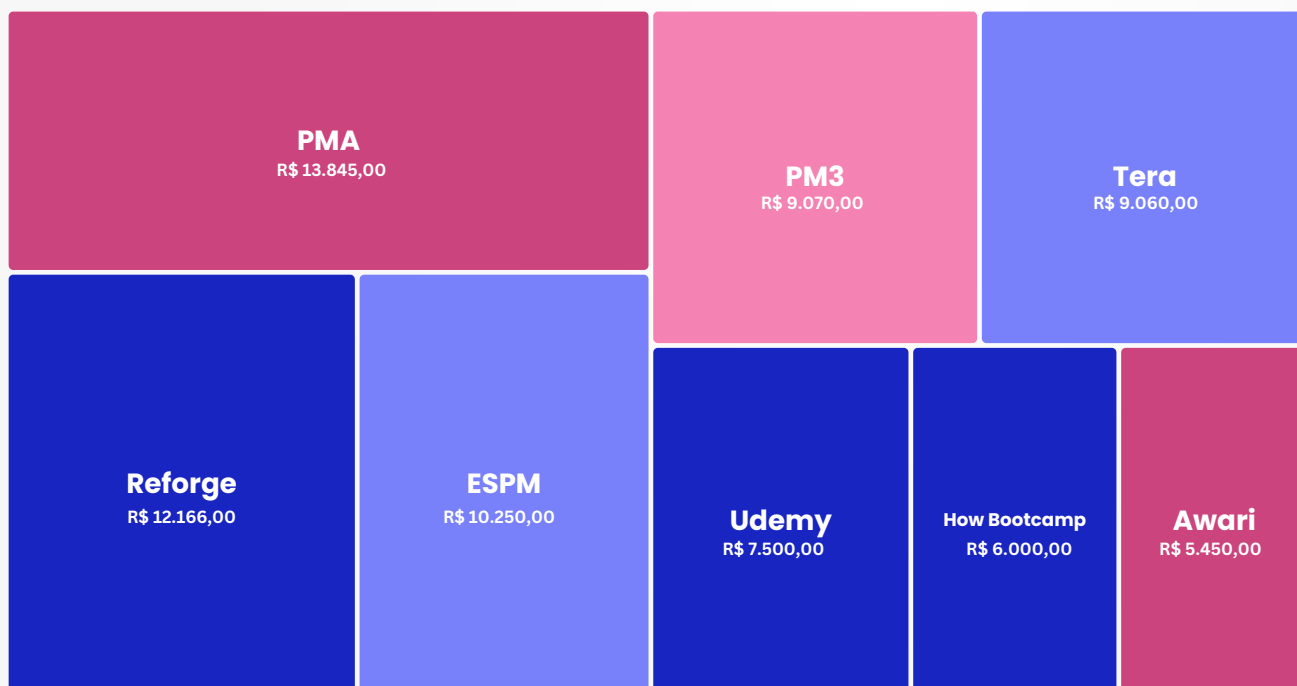
*Todos os valores estão apresentados em Real (R\$)

Média salarial por qualificação

Na pesquisa, 8 certificações diferentes foram indicadas pelos respondentes.

PMMs que possuem certificação da Product Marketing Alliance (PMA) são os que aparecem com maior remuneração (R\$13.845), cerca de 45,5% acima da média salarial geral.

Dos PMMs que atuam no Brasil e têm salários acima da média geral, 59% fizeram algum curso específico de Product Marketing. Contudo, não é possível afirmar que todas as certificações garantem uma maior média salarial, já que cinco das oito certificações apresentam valores abaixo da média salarial geral - Awari, How Bootcamps, Udemy, Tera e PM3.



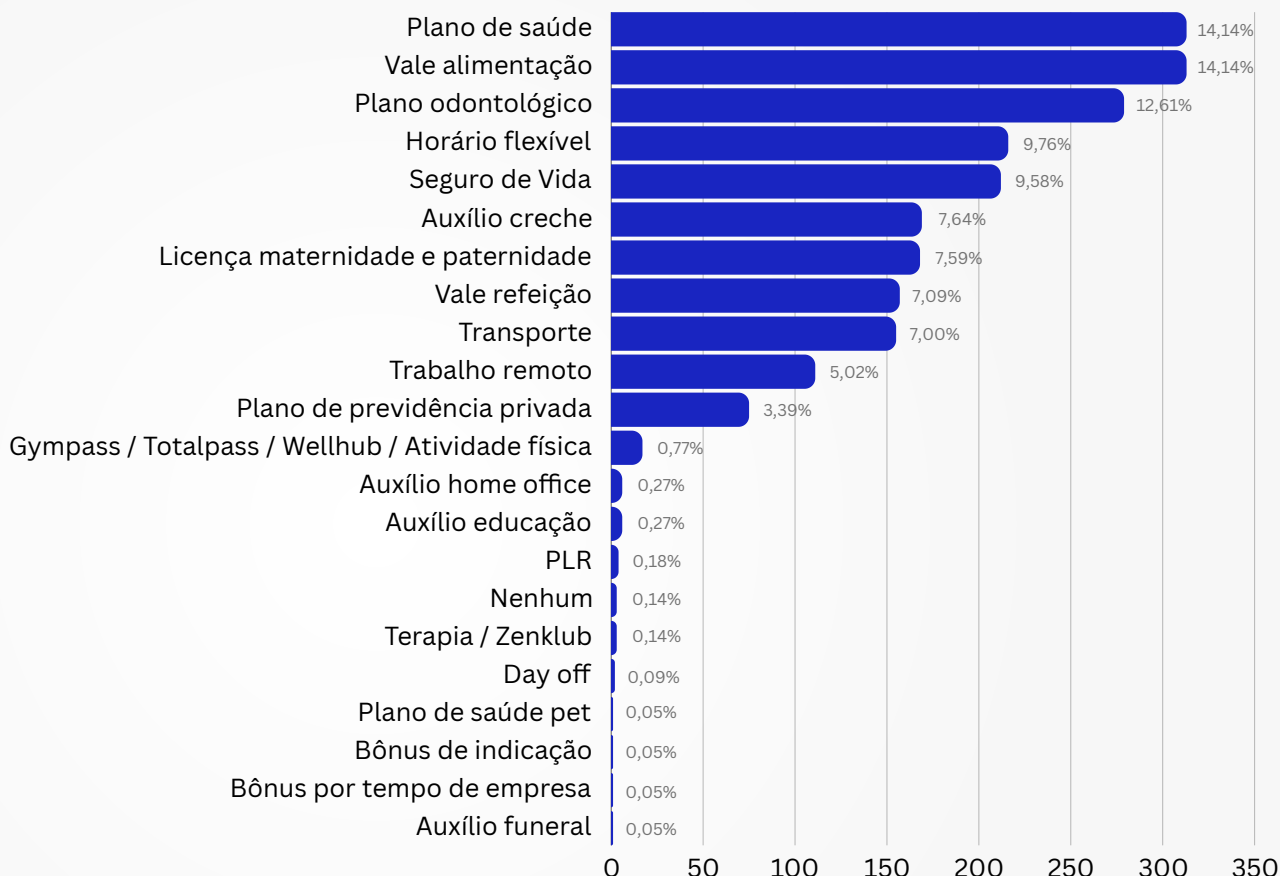
Remuneração variável

Bônus e Benefícios

💡 Dos respondentes brasileiros, **56,3%** recebem bônus ou remuneração variável.

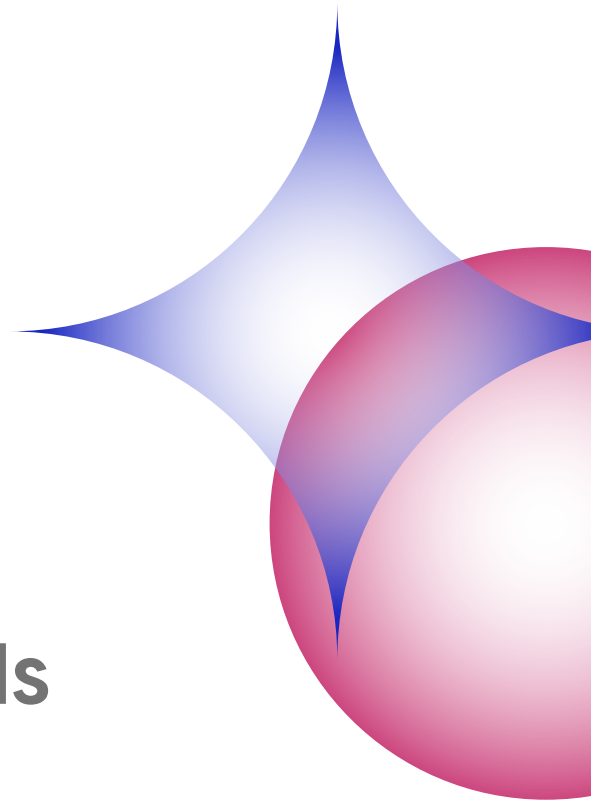
💡 Os 5 benefícios mais oferecidos são: plano de saúde, vale alimentação ou refeição, plano odontológico, trabalho remoto e horário flexível.

💡 Santa Catarina, São Paulo e Paraná são as regiões com empresas que **mais oferecem benefícios**.



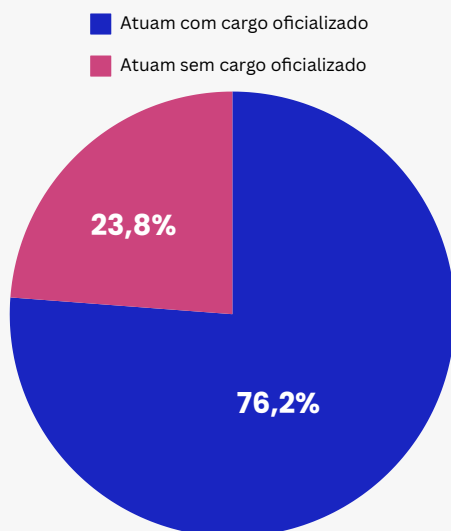
3.

Quem são os PMMs brasileiros?



Quem são os PMMs brasileiros?

Formalização do cargo

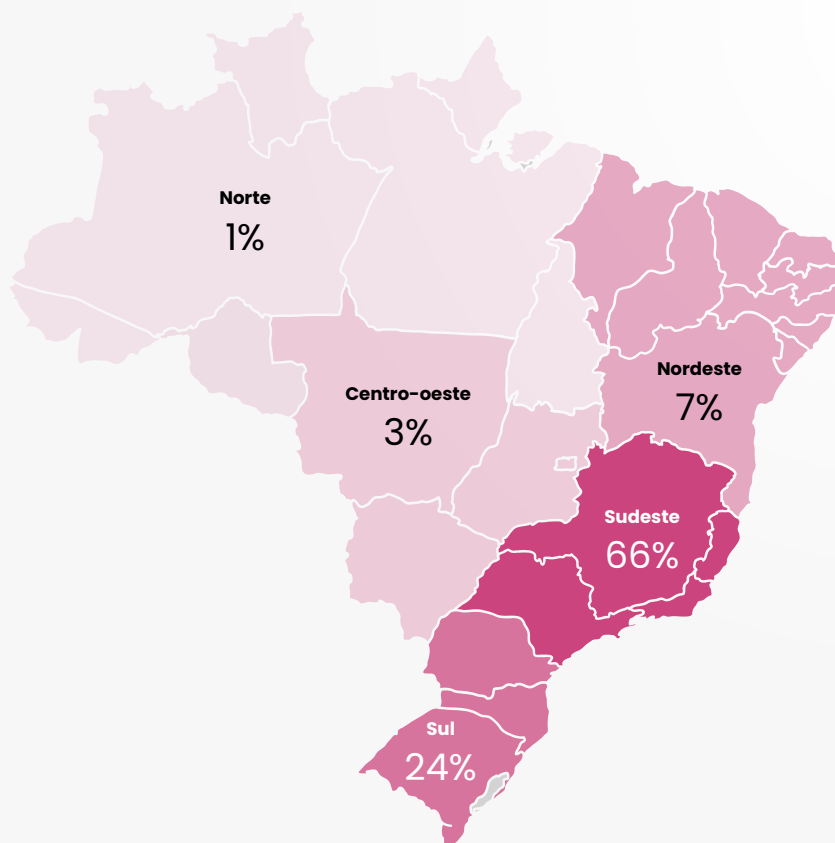


23,8% dos respondentes apontam que exercem a função de PMM, mas não possuem o cargo oficializado.

💡 Essa informação é relatada por muitos profissionais nas comunidades "Elas que lançam" e "Falaí, PMM". Eles afirmam que já atuam como PMM, mas não recebem reconhecimento formal nas empresas.

Onde residem - Por região

A maior parte dos profissionais de PMM estão na região Sudeste, seguido por Sul e Nordeste.



Onde residem - Por estado

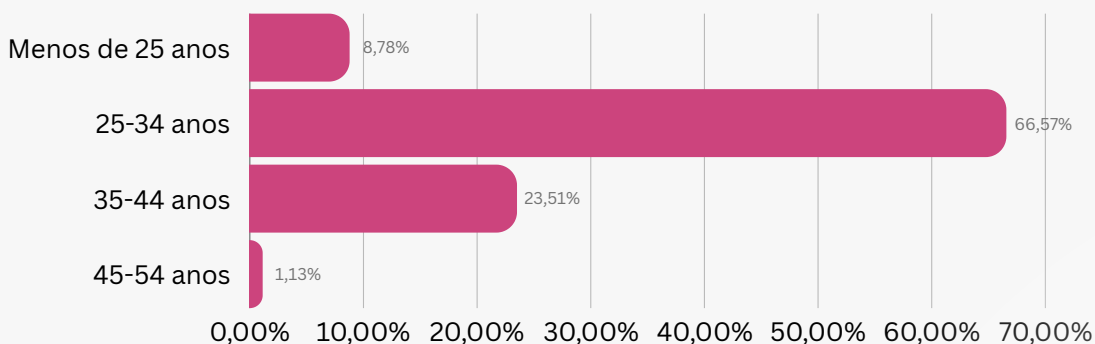
A maior concentração de PMMs brasileiros está no estado de **São Paulo (51,8%)**, seguido pelos estados de **Santa Catarina (13%)**, **Minas Gerais (7,9%)**, **Paraná (6,5%)**, e **Rio de Janeiro (5,7%)**.



💡 Segundo o Ministério da Economia, os estados com maior número de empregados no Brasil em 2022 foram São Paulo (14,891,558), Minas Gerais (5,523,059), e Rio De Janeiro (4,329,961) - Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Assim, exceto por SC, acompanhamos a tendência nacional.

Faixa etária

A maior parte dos respondentes têm entre 25-34 anos (66,57%), seguido por 35-44 (23,51%), menos de 25 (8,78%) e por fim, 45-54 anos (1,13%).

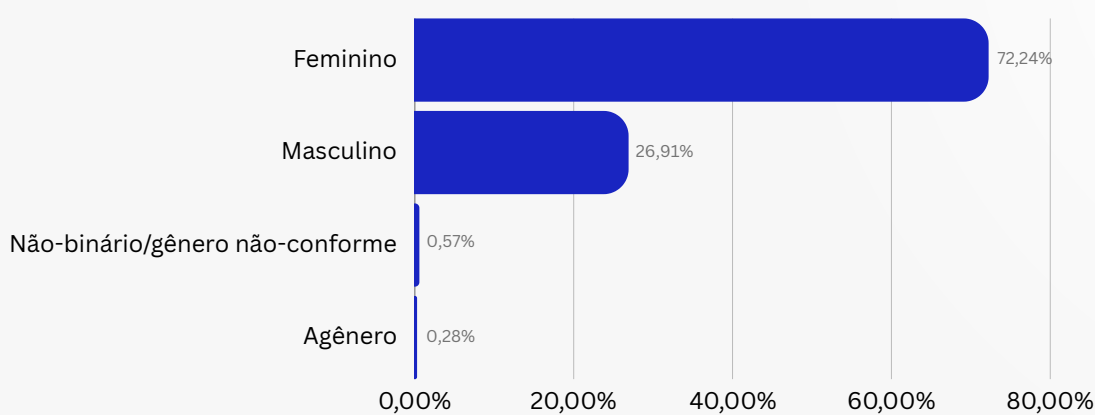


💡 Segundo o IBGE, a idade média do trabalhador brasileiro é de 40 anos.

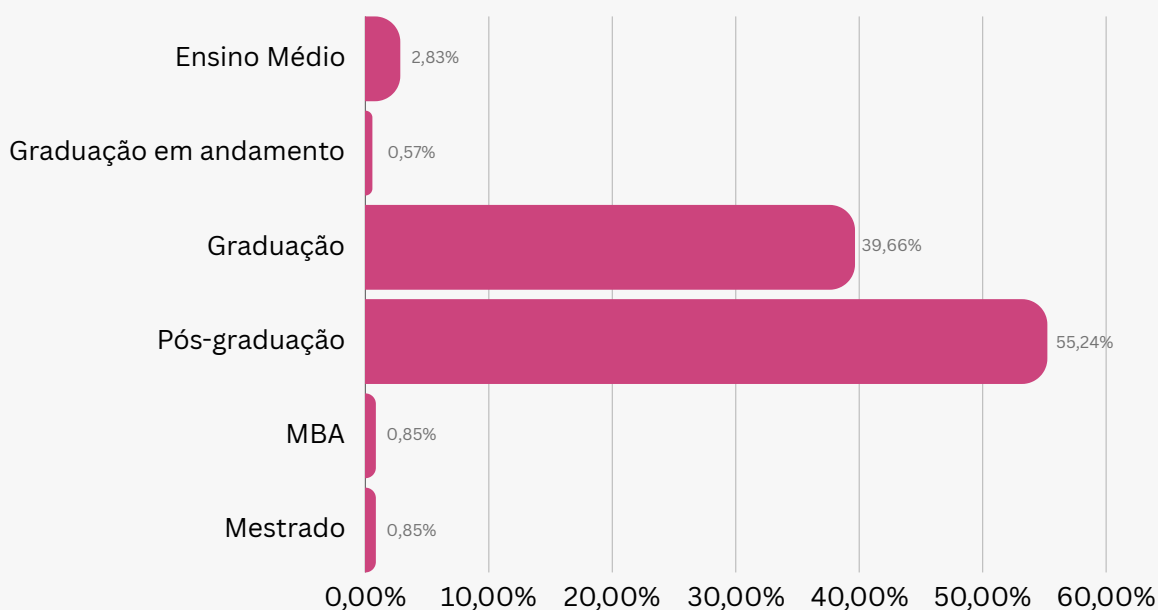
A maioria dos trabalhadores brasileiros tem entre 25 e 49 anos. - Censo 2022

Gênero

A área é composta majoritariamente por mulheres: 72,2% das pessoas respondentes se identificam com o gênero feminino, 26,9% com o masculino, 0,6% se declaram não binários e 0,3% agênero.



Nível de educação formal



💡 PMMs apresentam um alto nível educacional. Este dado vem ao encontro da pesquisa conduzida pela PM3, na qual 50,95% possuem algum curso de pós-graduação ou MBA (Panorama do Mercado de Produto, PM3, 2023-2024).

💡 Dos 95 homens que participaram da pesquisa, 49,47% tem curso superior; e 42,11% tem pós graduação. Enquanto entre as 255 mulheres, 36,08% tem graduação e 60%, tem pós graduação.

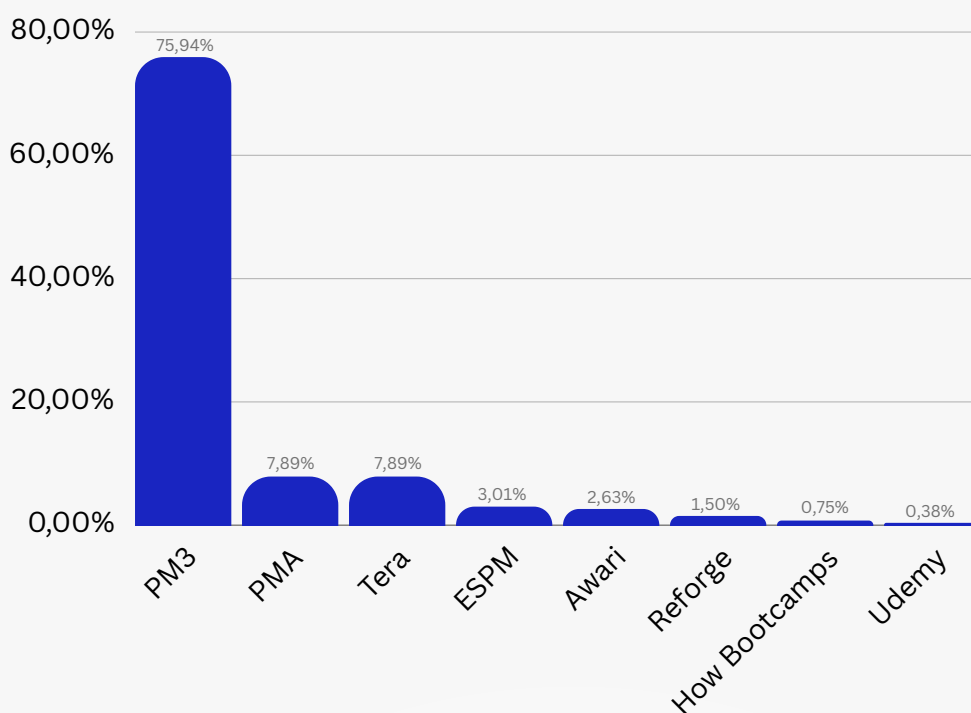
Cursos livres e profissionalizantes

Do total de participantes da pesquisa:

- **76,1%** realizaram cursos de product marketing
- **2,3%** realizaram algum curso, não de product marketing
- **21,6%** não fizeram nenhum curso

Os dados somam mais de 100% porque os respondentes podem ter marcado mais de uma opção.

Os cursos mais citados foram:



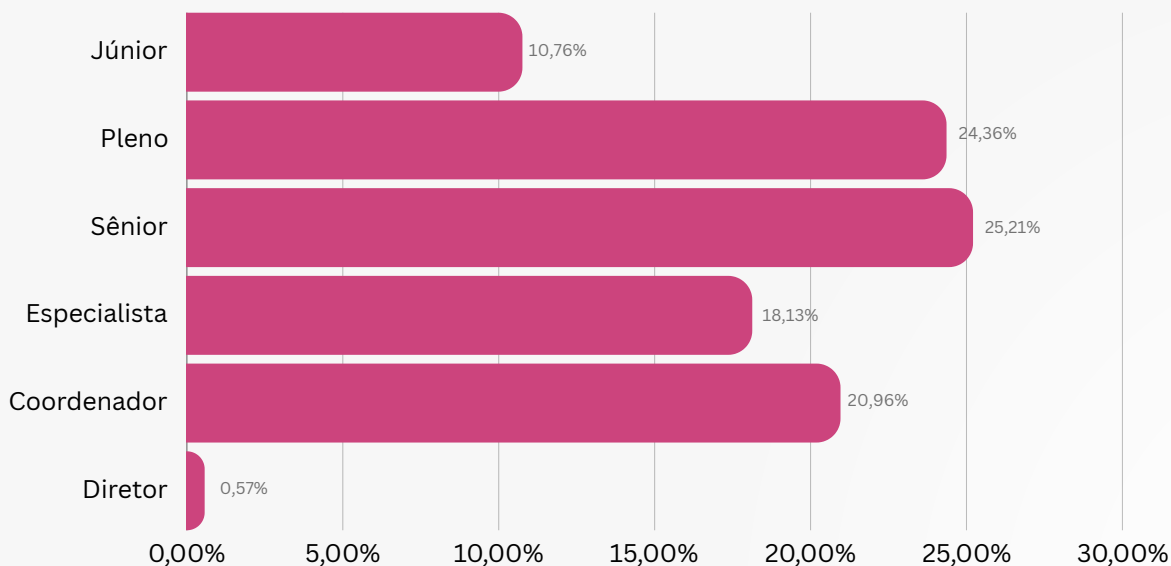
💡 A maior parte dos profissionais que responderam a pesquisa **fizeram apenas 1 curso na área de PMM**.

💡 Independente do nível de senioridade, o curso da **PM3 é o mais mencionado pelos profissionais da área de PMM**.

💡 Além do curso da PM3, **profissionais com senioridade acima de especialista** também investem no curso da PMA.

Distribuição por senioridade

Perguntamos com qual senioridade as pessoas respondentes se identificam (independente do cargo que ocupam), as respostas foram:



Os dados indicam uma boa distribuição entre as senioridades pleno, sênior, especialista e coordenador. Enquanto isso, aparenta existir uma escassez de profissionais juniores e diretores.

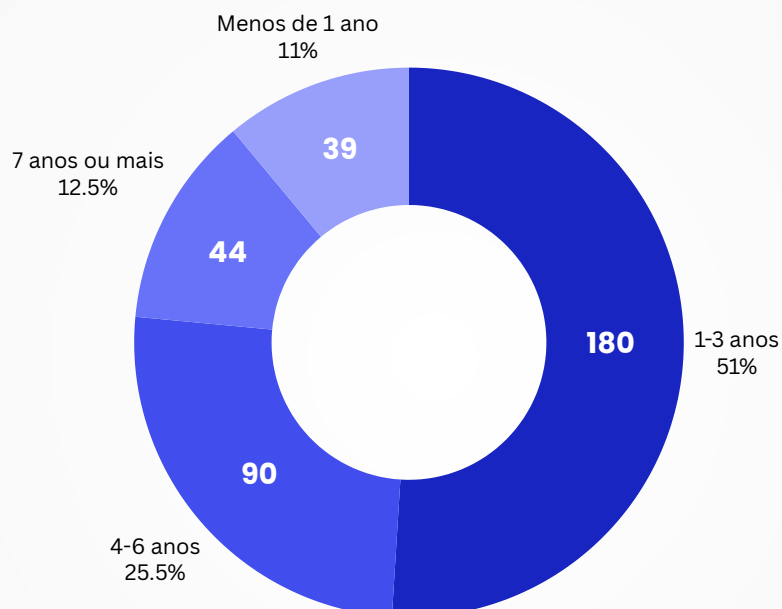
💡 Os dados indicam que a maioria dos profissionais se vê com senioridade a partir do pleno, porém poucos como diretores.

💡 A escassez de profissionais que se identificam como juniores pode indicar que a área de Product Marketing é uma área com pouco espaço para entrada no mercado de trabalho. Uma hipótese para esse dado é que os profissionais podem ter migrado para Product Marketing já sendo seniores em outras cadeiras.

💡 Como o mercado de Product Marketing ainda está em construção no Brasil, é incomum diretorias dedicadas exclusivamente à área. É mais comum que a área de Product Marketing fique dentro da área de Produto ou Marketing.

Tempo de atuação

Em relação ao tempo de experiência, 51% respondeu atuar entre 1 - 3 anos na área, seguido por 25,5% que atuam há 4-6 anos, 12,5% já atuam há mais de 7 anos e apenas 11% atuam a menos de 1 ano na área de Marketing de Produto.



💡 A maior parte dos respondentes tem entre 1 e 3 anos de experiência em Marketing de Produto, o que demonstra como a área é relativamente nova no Brasil.

Tempo de experiência por nível de senioridade

💡 Abaixo está o tempo médio de experiência de um PMM em cada um dos níveis de senioridade:

Diretor/VP: Acima de 7 anos

Coordenador/Gerente: ~4,4 anos

Especialista: ~3,6 anos

Sênior: ~3,2 anos

Pleno: ~2,3 anos

Júnior: ~1,7 ano

É fundamental ressaltar que o tempo de atuação indicado acima diz respeito a experiência diretamente na área de Marketing de Produto. Ou seja, estes profissionais podem ter experiências anteriores em outros cargos.

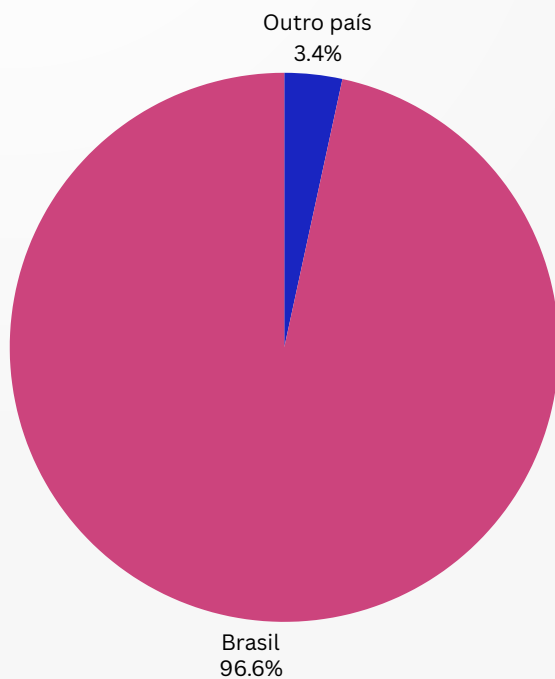
4.

Quais são as empresas
e o formato de trabalho
que os PMMs atuam



Quais são as empresas e o formato de trabalho que os PMMs atuam

Localização das empresas – Mundo



Enquanto **96,6%** dos respondentes trabalham em organizações brasileiras, apenas **3,4%** afirmam trabalhar em empresas que estão fora do Brasil.

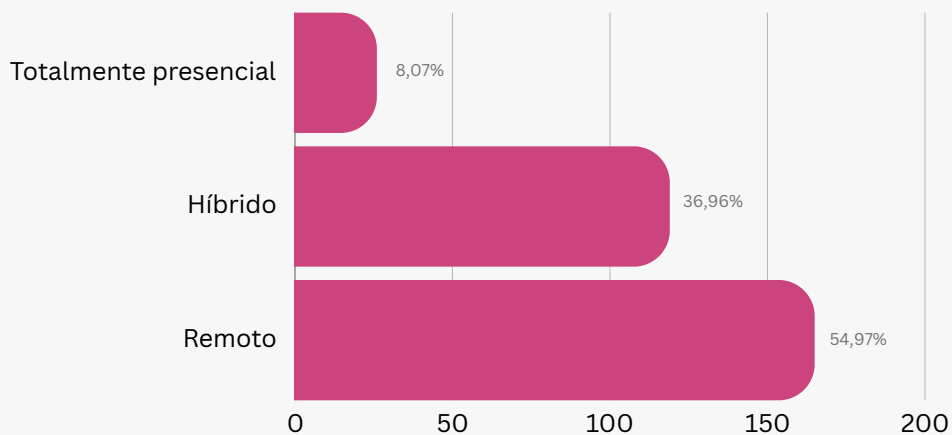
Os países citados pelos profissionais que trabalham para empresas fora do Brasil foram México, Colômbia, Argentina, Coreia do Sul, Estados Unidos, Grécia e Paraguai.

💡 Este dado pode ser impactado por uma série de fatores, como:

- A tendência ao retorno ao trabalho presencial e, portanto, a baixa oferta de vagas remotas em outros países.
- Dificuldade com o idioma estrangeiro.

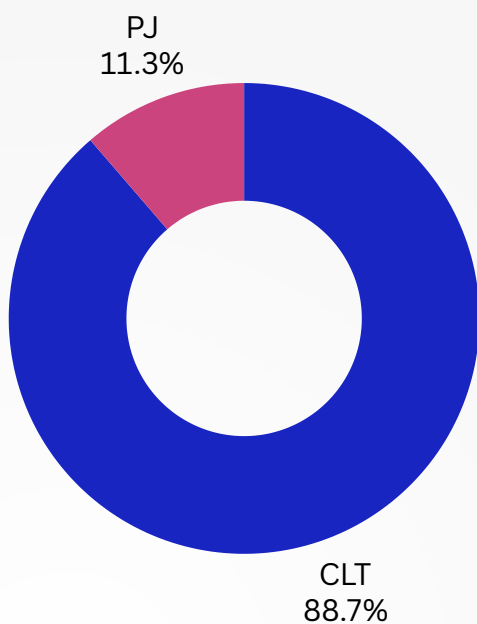
Modelo de trabalho

Do total de respondentes da pesquisa, 91,2% especificou em qual modelo de trabalho atuam.

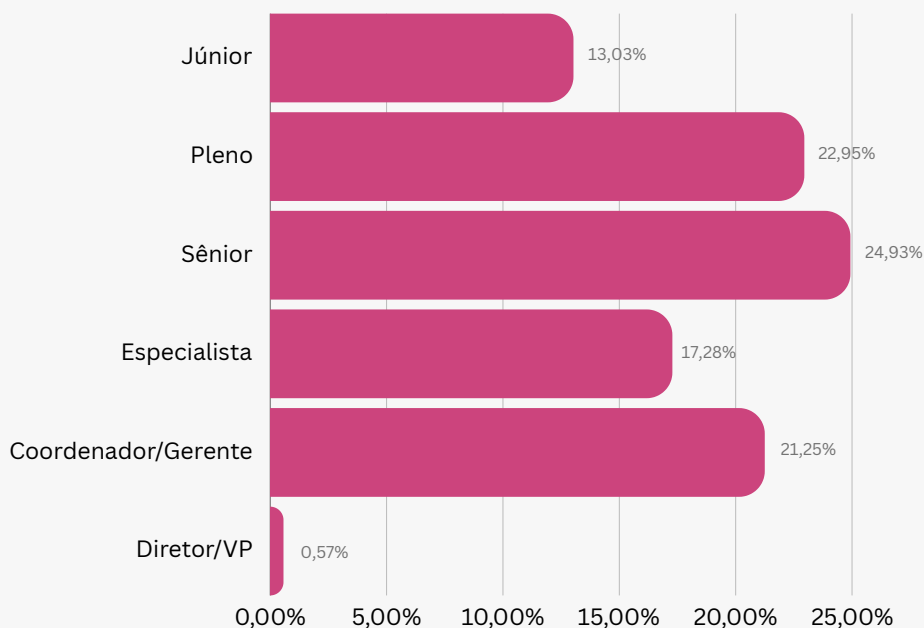


Modelo de contratação

Dos 353 respondentes, **88,67%** trabalham no modelo de CLT e **11,3%** trabalham no modelo PJ.



Cargo



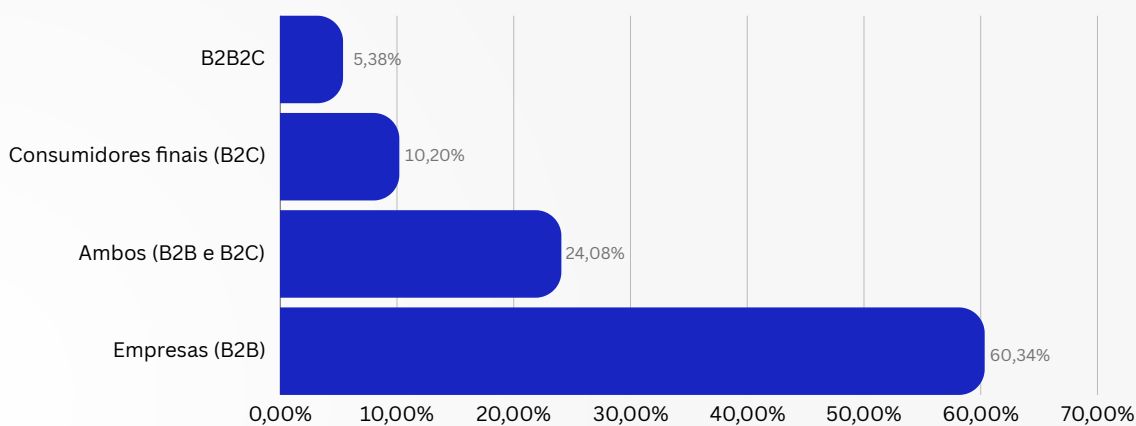
Na seção 1, perguntamos com qual senioridade os profissionais se identificam. Em seguida, questionamos a senioridade do cargo oficialmente ocupado.

Os dados revelam uma pequena discrepância entre a senioridade percebida e a do cargo atual.

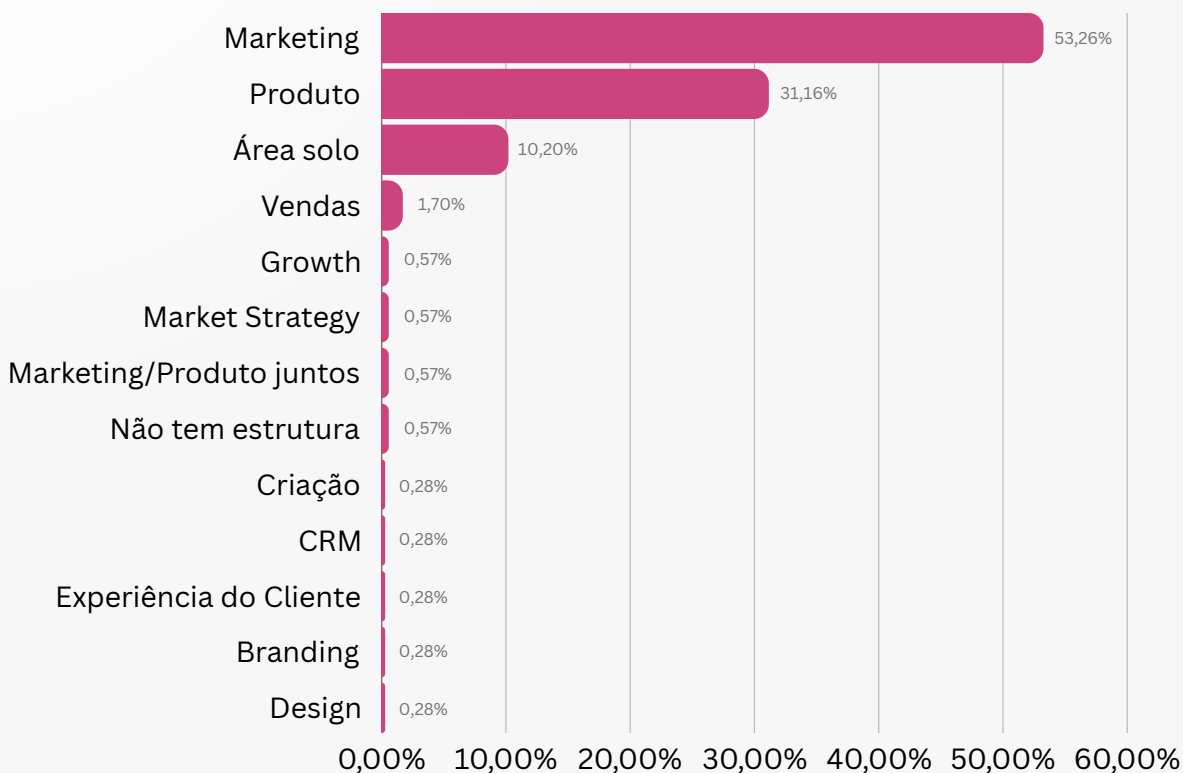
- 13% das pessoas estão em um cargo júnior, mas apenas 10,7% se identificam como profissionais juniores;
- 22,9 % das pessoas estão em cargo pleno, mas 24,4% se identificam como profissionais pleno;
- 24,9% das pessoas estão em cargo sênior e 25,21% se identificam como profissionais seniores;
- 17,3% das pessoas estão em cargo de especialista e 18,13% se identificam como profissionais especialistas;
- 21,25% das pessoas ocupam cargos de coordenação ou gerência, mas 20,96% se identificam como coordenadores ou gerentes;
- 100% das pessoas que estão em cargos de diretoria se identificam como diretores.

💡 O cargo de coordenação foi o único com ocorrência de profissionais que se identificam com senioridade abaixo que exercem, o que pode indicar uma possível insegurança ou gap de desenvolvimento.

B2B vs B2C



Em que estrutura ficam os PMMs nas empresas?



💡 Mais da metade dos respondentes (53%) estão alocados na estrutura de Marketing das empresas, seguida pela estrutura de Produto (31,16%).

💡 Somente 10% dos respondentes possuem e fazem parte de uma estrutura única de Product Marketing

💡 Como tivemos respondentes que não tem o cargo formalizado como Product Marketing, eles podem estar alocados em áreas diversas.

Fechamento

Você chegou ao final do relatório. Isso demonstra o seu comprometimento e engajamento em entender e discutir o cenário de Marketing de Produto no Brasil.

A realização deste primeiro Panorama Brasileiro de Marketing de Produto é um passo essencial para dar visibilidade à área e fornecer dados fundamentais para profissionais e empresas que atuam ou estão começando a estruturar suas áreas de Product Marketing no Brasil.

A participação de mais de 300 respondentes é uma prova do interesse e da relevância crescente dessa disciplina no país.

Isso é apenas o começo, e é importante que mais pessoas se unam a essa discussão.

Precisamos questionar se os salários são justos, se as informações refletem a realidade do mercado e, juntos, traçar um caminho para um futuro mais satisfatório para todos.

Nosso objetivo é apoiar a comunidade e criar uma base sólida de referência que permita debates relevantes e embasados.

Esperamos que este material inspire tanto reflexões quanto ações práticas que contribuam para o crescimento da área a nível nacional.

Nos próximos anos, continuaremos acompanhando a evolução deste mercado, fornecendo comparativos históricos e insights cada vez mais precisos.

Agradecemos a todos que contribuíram para este estudo, seja respondendo a pesquisa ou oferecendo feedback para aprimorar futuras edições.

Este é um trabalho coletivo, e sua participação é essencial para elevar o nível da área de Product Marketing no Brasil.

Contamos com seu apoio para compartilhar os resultados e ampliar ainda mais essa discussão, fortalecendo nossa comunidade.

Com carinho (e muita curiosidade pelas discussões que serão geradas a partir da pesquisa),

Elas que Lançam e Fala aí, PMM

[Avalie a pesquisa e
nos dê seu feedback](#)



Agradecimentos

A todos que contribuíram direta ou indiretamente

Queremos agradecer a todos que estiveram envolvidos na construção da nossa primeira pesquisa. Foram mais de 20 pessoas envolvidas, contribuindo em diferentes etapas, desde a criação do formulário, passando pela coleta de respostas, análises e revisão, até a diagramação e divulgação dos resultados.

Cada um de vocês, voluntários, direta ou indiretamente, estão ajudando a promover mais transparência no mercado de trabalho para a comunidade de PMMs no Brasil.

Agradecemos também a todos que responderam ao formulário e ajudaram a encontrar participantes. Vocês foram essenciais para esse importante passo em direção a um futuro promissor para a área no país.

Fim.

Obrigado!

