

PA
NO
RA
MA

UX 20
17



POR QUÊ DO **PANORAMA UX?**

Conhecer o **mercado** e as **pessoas** que fazem UX.

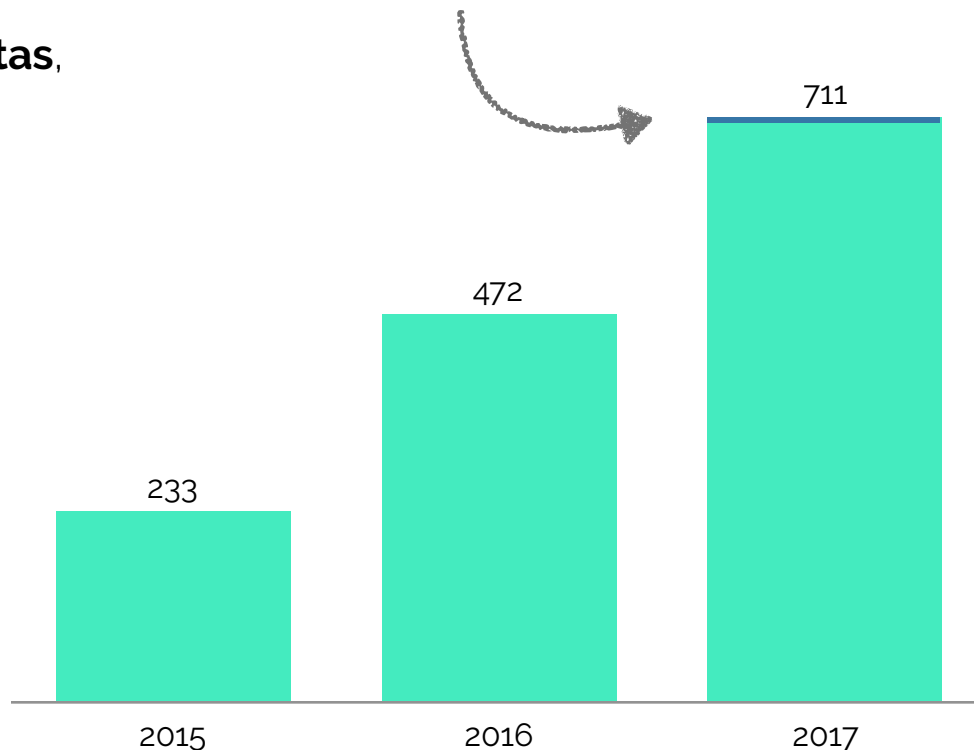
Refletir sobre **quem** **somos**.

Aprender no processo
(sobre UX, processo de
pesquisa, R...)

PARTICIPAÇÃO NO PANORAMA UX

A edição de 2017 teve 711 respostas, mantendo a tendência de crescimento dos anos anteriores.

Apenas 10 (ou 1% dos respondentes) **não estavam trabalhando.**



DIVULGAÇÃO



AGENDA

1. Quem somos?
2. Salários
3. Projetos e metodologias
4. Métricas e impacto do trabalho
5. Dificuldades, orgulhos e aspirações

1. QUEM SOMOS?

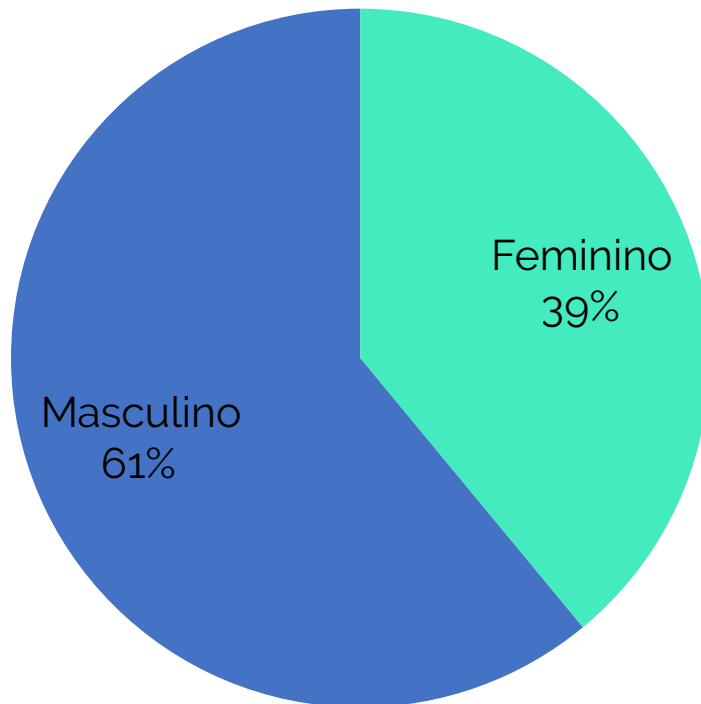
Perfil de quem trabalha com UX no Brasil



SEXO

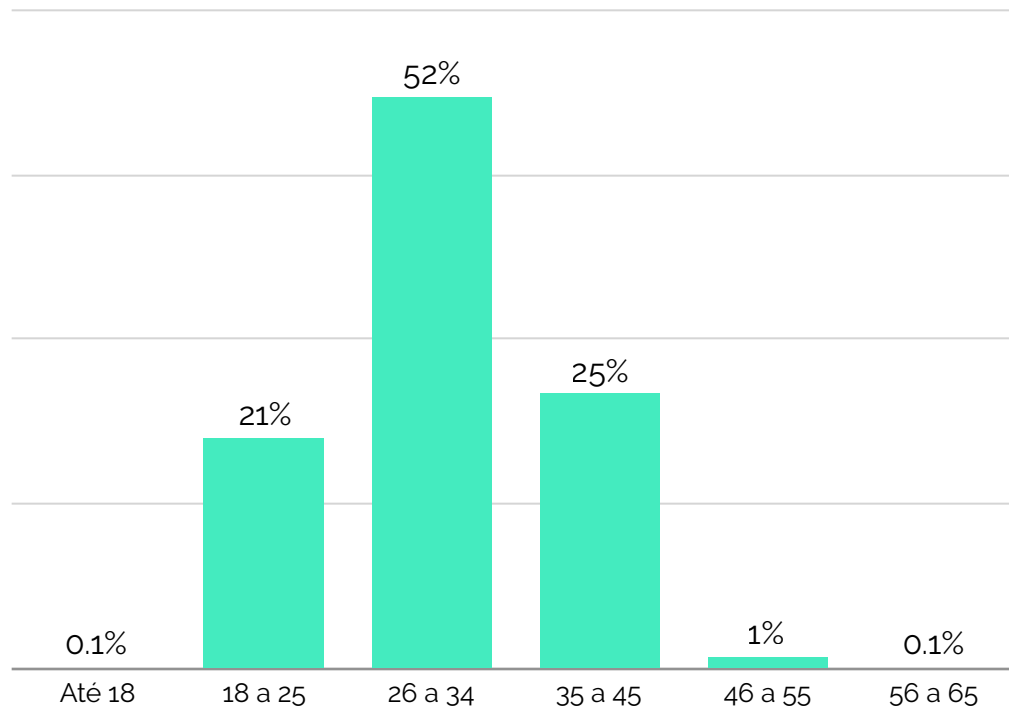
A área tem **mais homens** do que mulheres.

Essa proporção se manteve estável em relação a 2016.



IDADE

Somos jovens - mais da metade dos respondentes tem entre 26 e 34 anos.

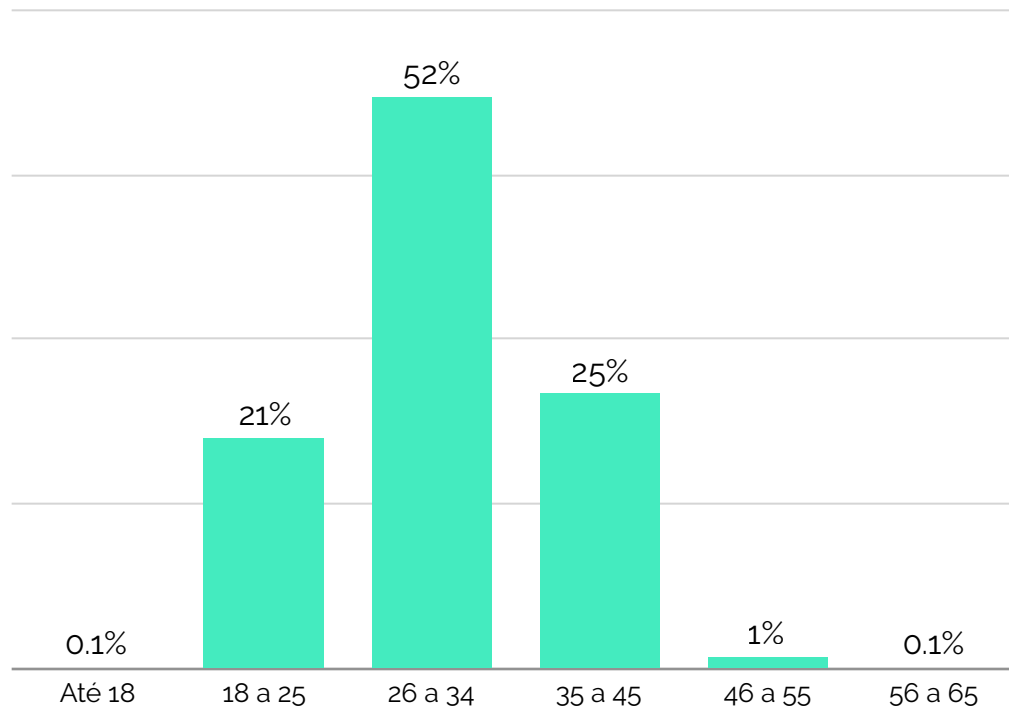


IDADE

Somos jovens - mais da metade dos respondentes tem entre 26 e 34 anos.

- Quem é mais velho muda de área?

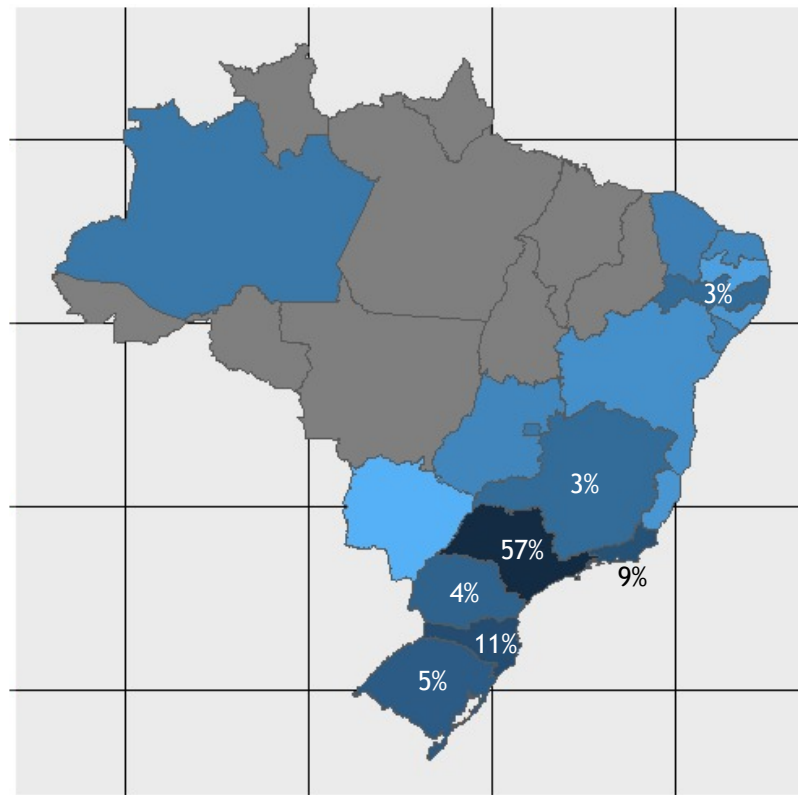
- Ou a área é tão nova que seus praticantes ainda não envelheceram?



ESTADOS

São Paulo teve 57% das respostas, e é, de longe, o estado com mais participação.

Santa Catarina (11%) é o segundo, passando o **Rio de Janeiro (9%)** pela primeira vez.



CIDADES

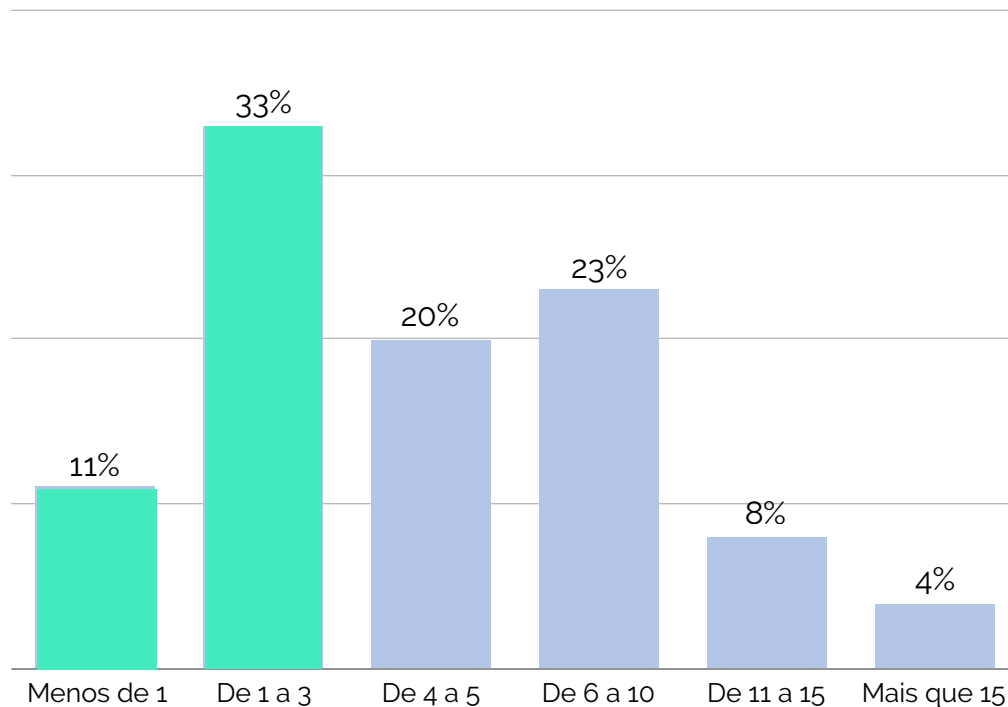
O interior de **São Paulo** teve **15%** das respostas - mais que o segundo estado.

Rio de Janeiro é a **segunda cidade**, com 1/5 das respostas de São Paulo.



TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA

A área atrai novos talentos:
44% dos respondentes estão
há menos de 3 anos na
profissão.

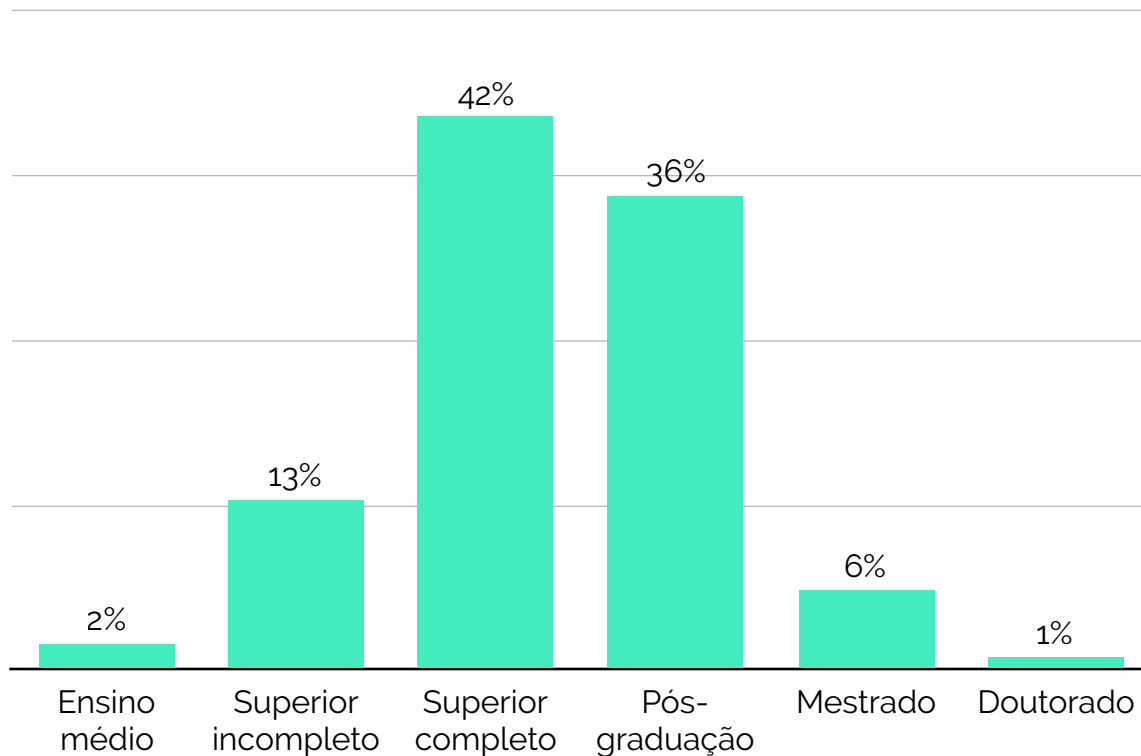


ESCOLARIDADE

A **integração entre mercado e academia é pequena.**

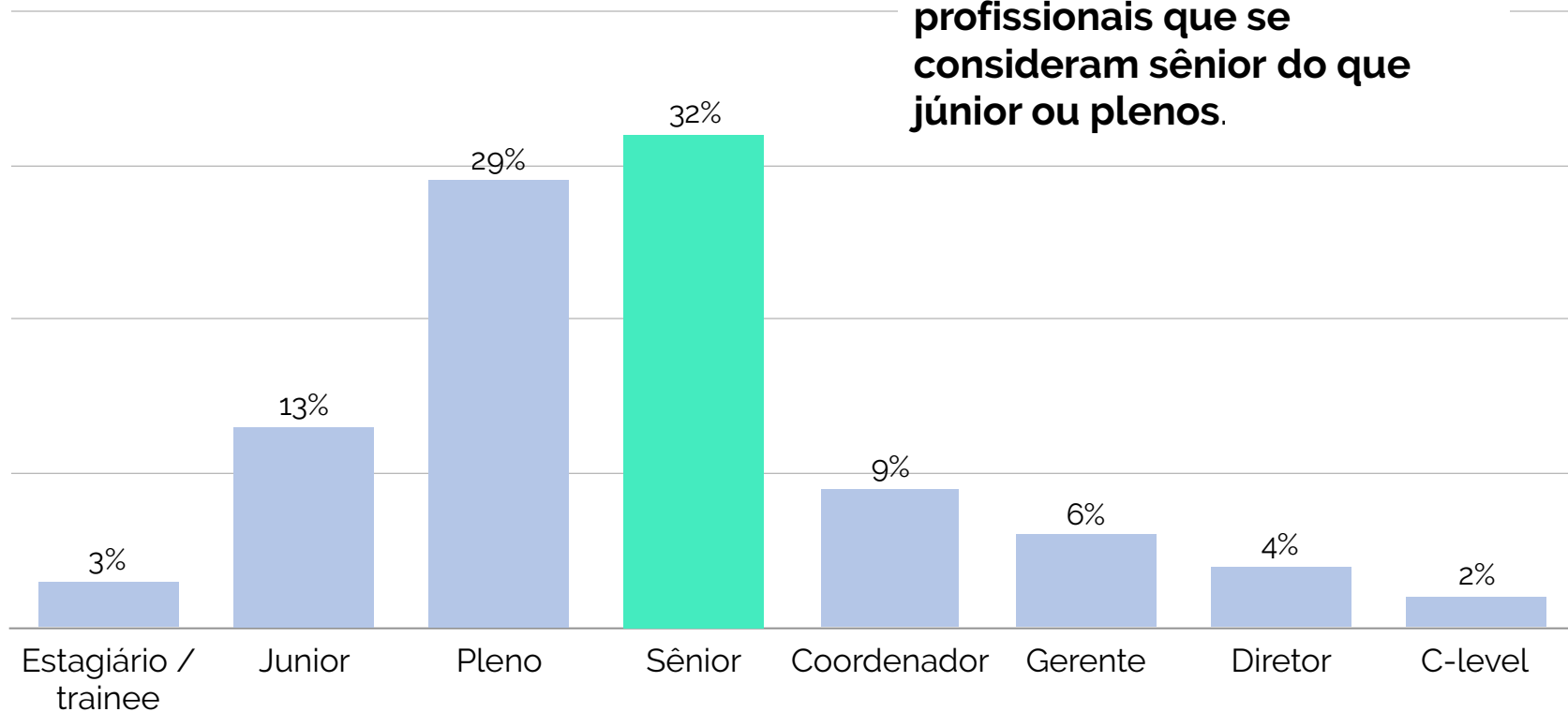
Enquanto a maioria dos respondentes **tem superior completo**, apenas 7% têm mestrado ou doutorado.

Cursos de pós-graduação voltados a mercado têm uma penetração bem maior.



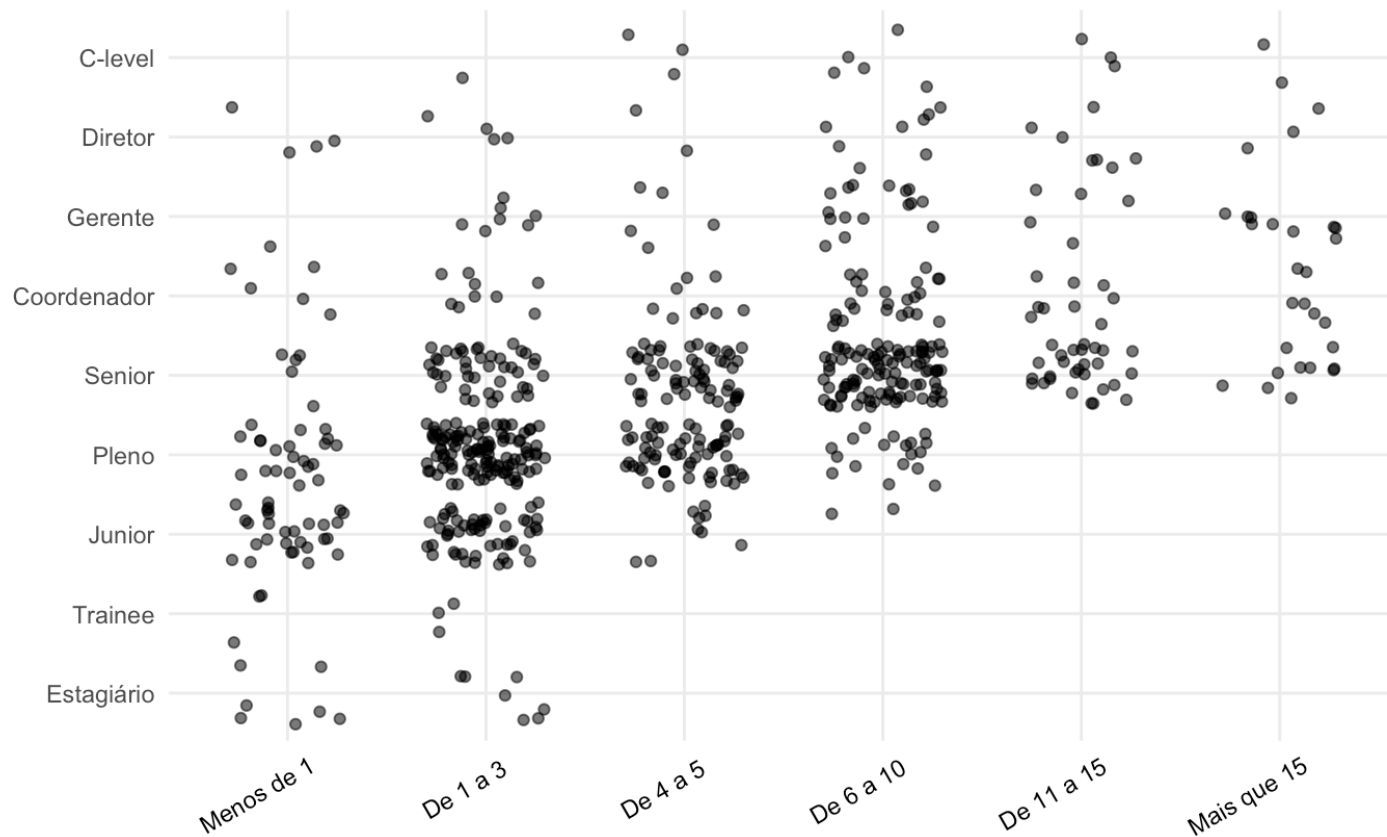
NÍVEL NA CARREIRA

Assim como no ano passado, é curioso ver que **há mais profissionais que se consideram sênior do que júnior ou plenos.**



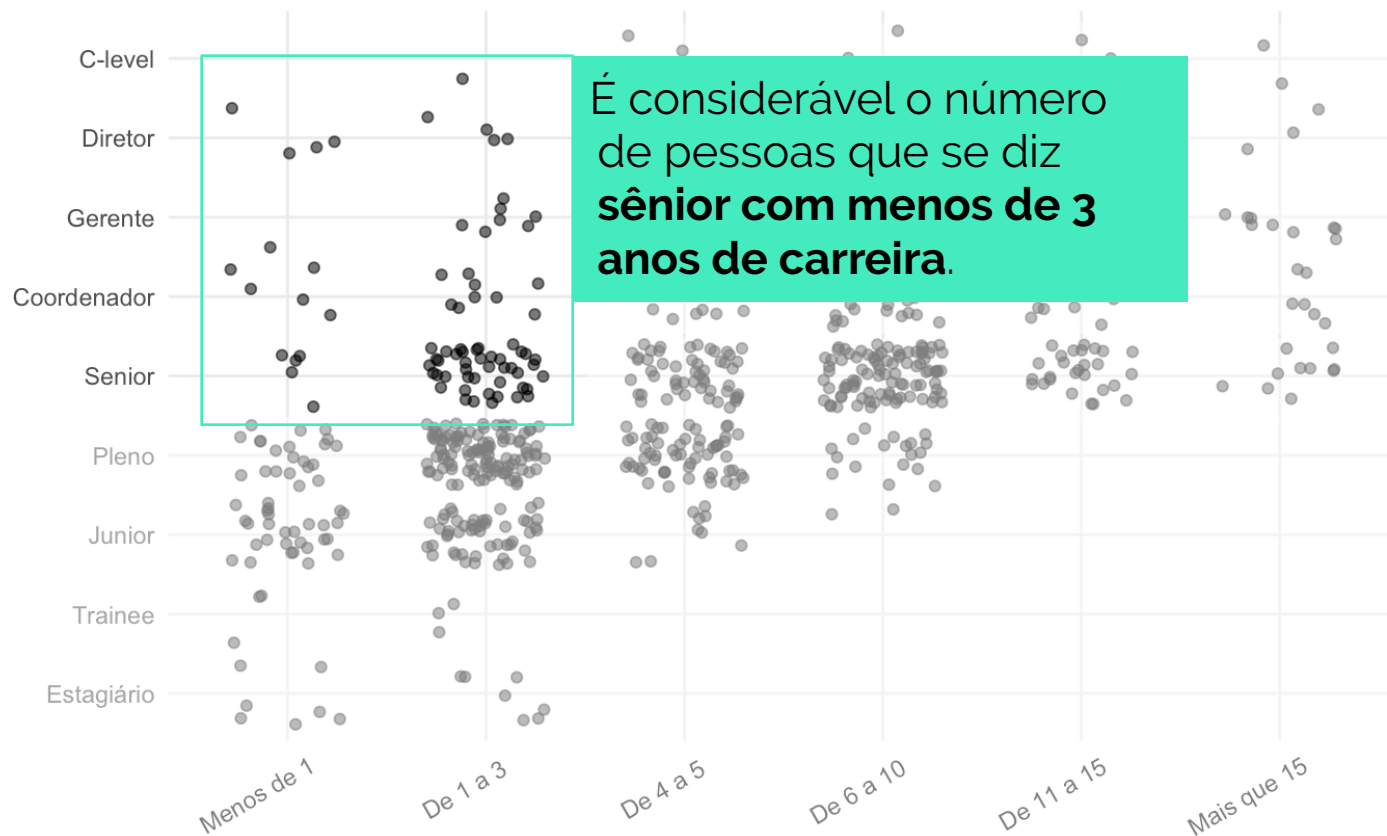
NÍVEL NA CARREIRA X ANOS EXPERIÊNCIA

Há uma tendência de **crescimento na carreira** com o **tempo de experiência**.



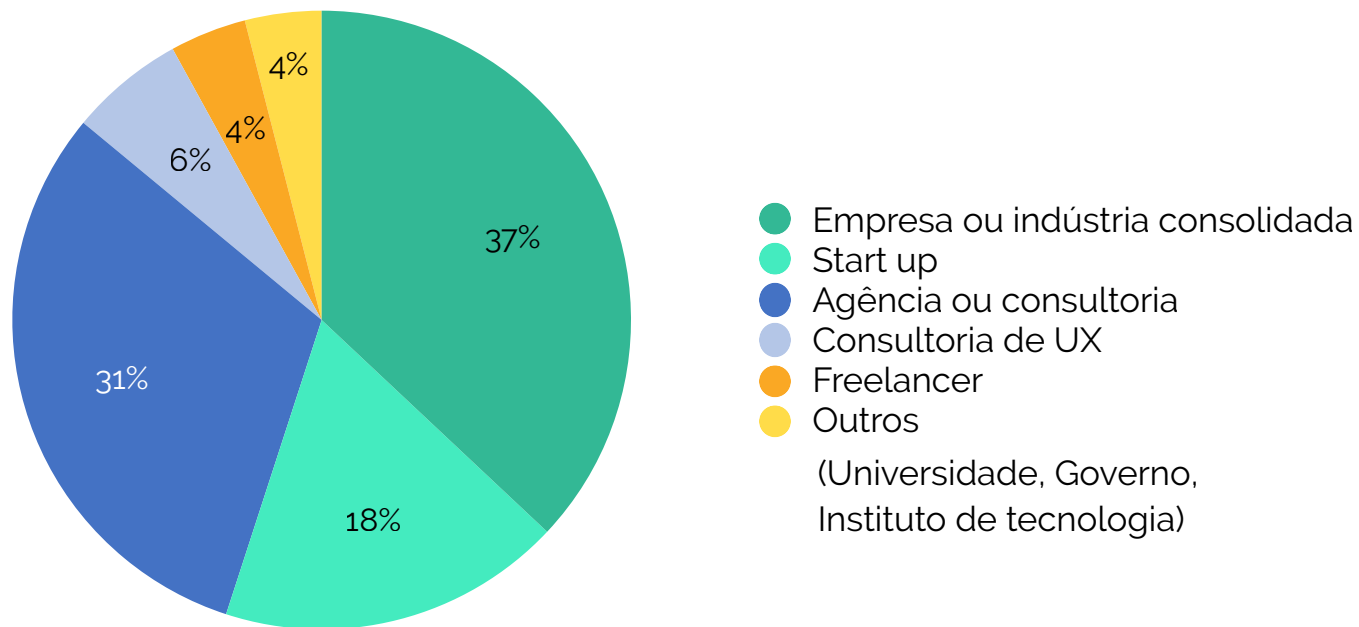
NÍVEL NA CARREIRA X ANOS EXPERIÊNCIA

Há uma tendência de **crescimento na carreira** com o **tempo de experiência**.



ONDE TRABALHAM

Pouco **mais da metade trabalham em empresas ou start ups**, onde UX é uma área de apoio a um outro objetivo.



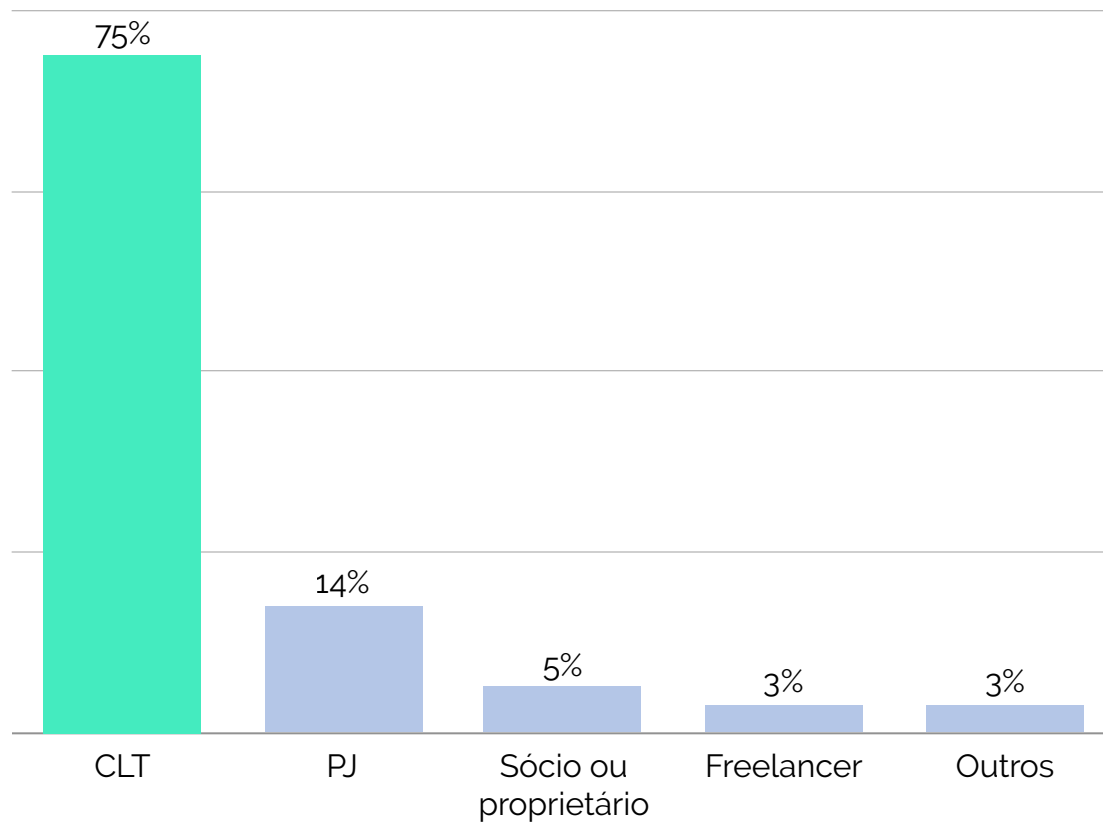
2. DINHEIRO

Quanto ganha um UXer no Brasil?

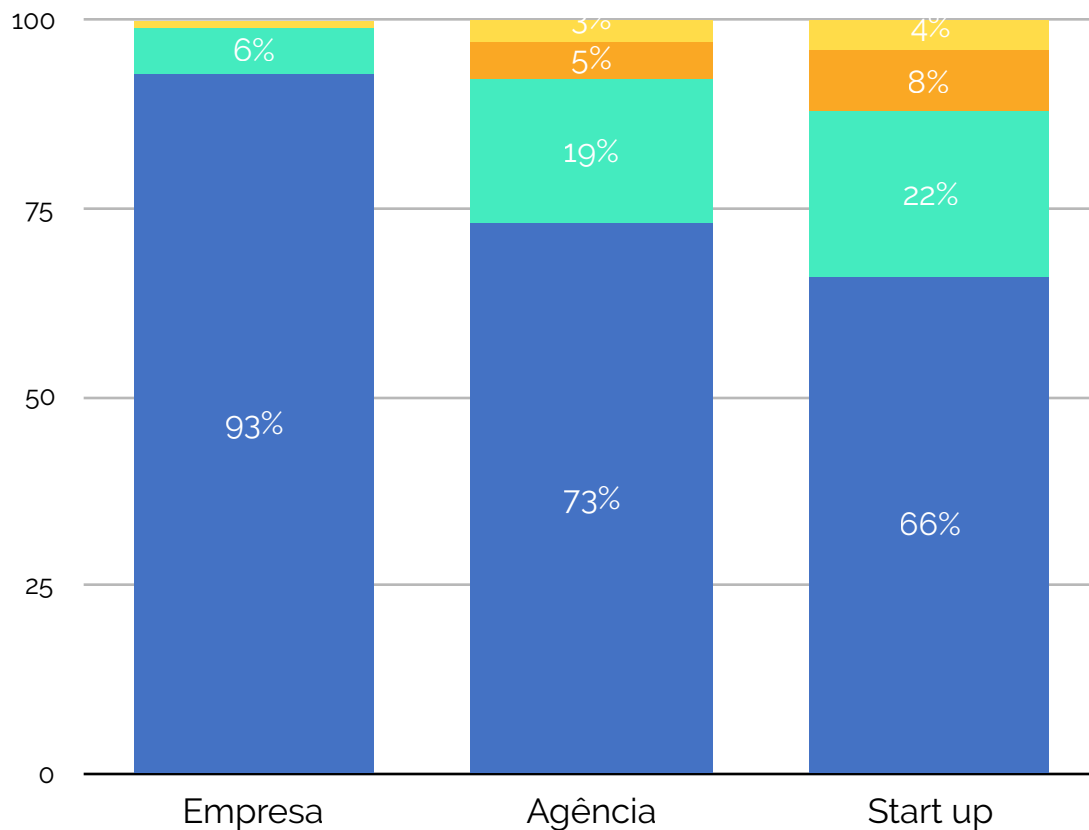


FORMA DE CONTRATAÇÃO

A grande maioria é
contratada pela CLT.



FORMA DE CONTRATAÇÃO

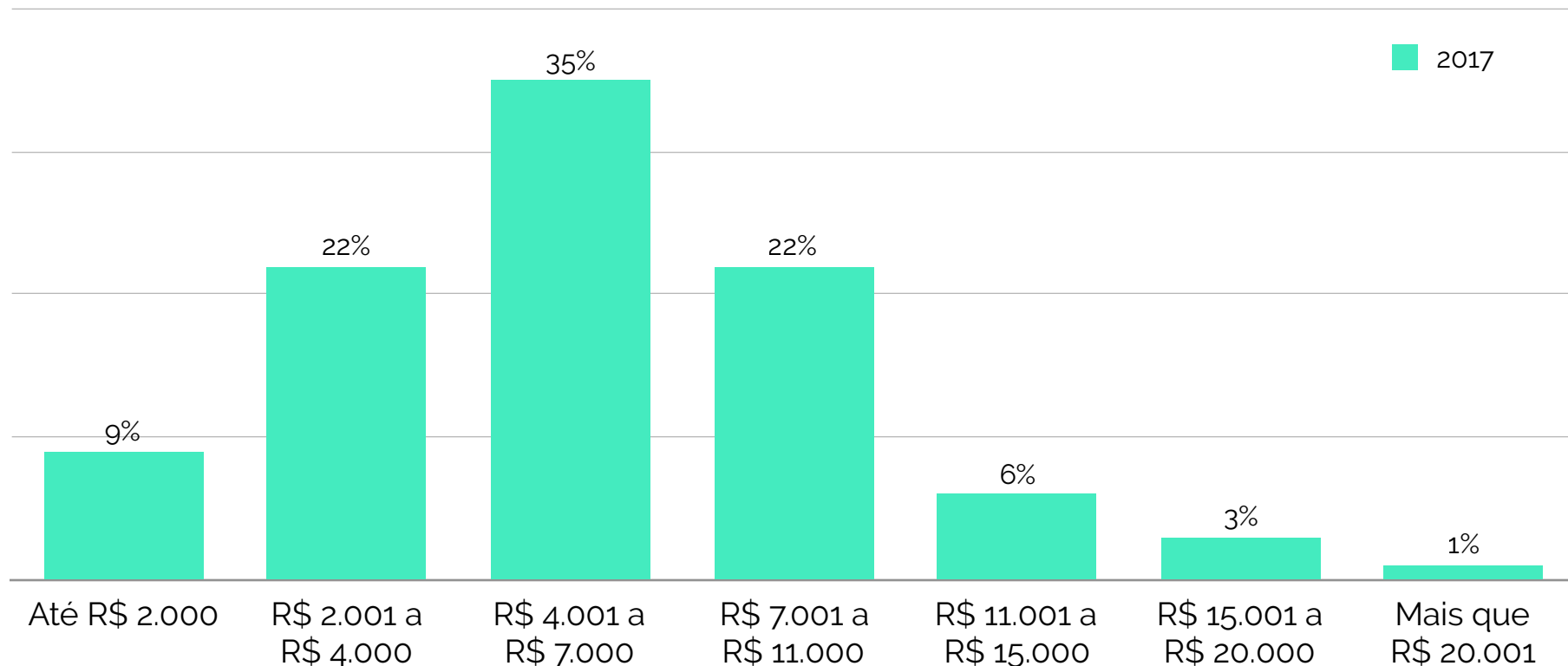


Enquanto **nas grandes empresas a informalidade é pequena**, nas agências e start ups ela cresce.

- Outros
- Sócio ou proprietário
- PJ
- CLT

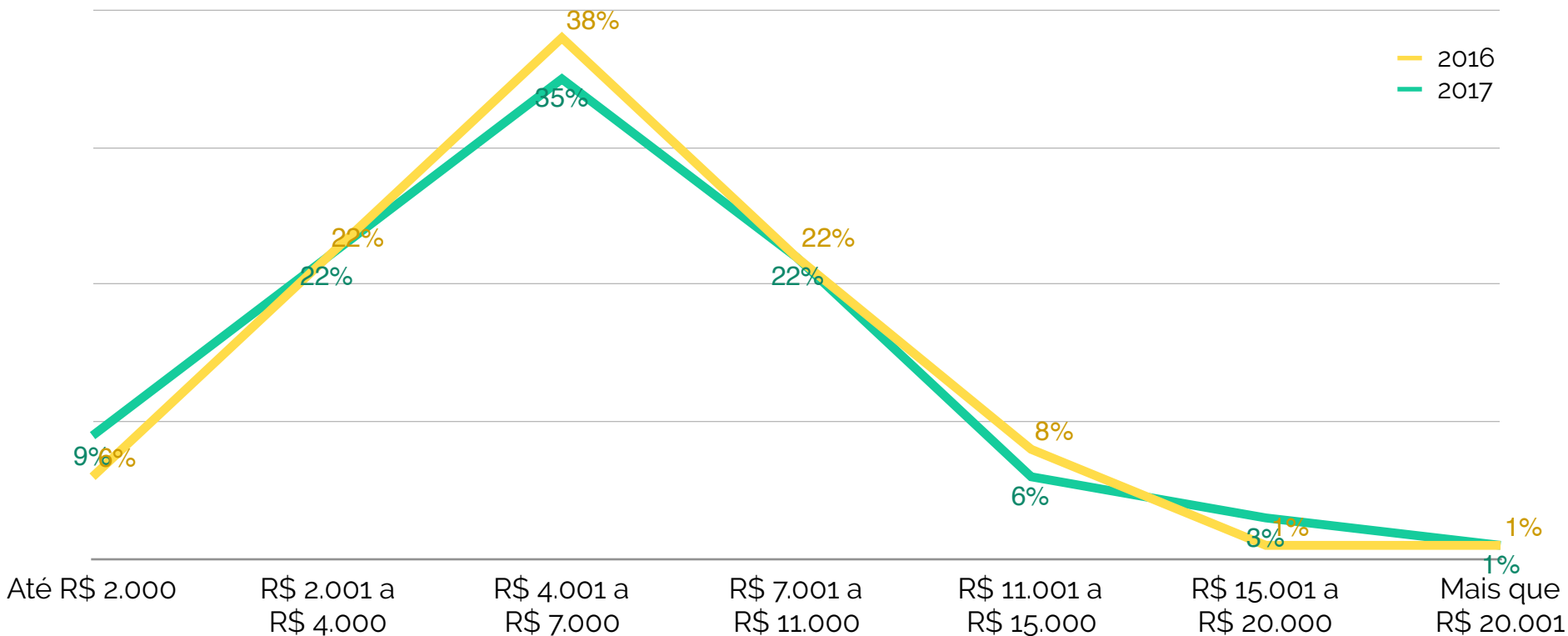
SALÁRIOS

A maioria dos respondentes ganha entre R\$ 4.000 e R\$ 7.000.



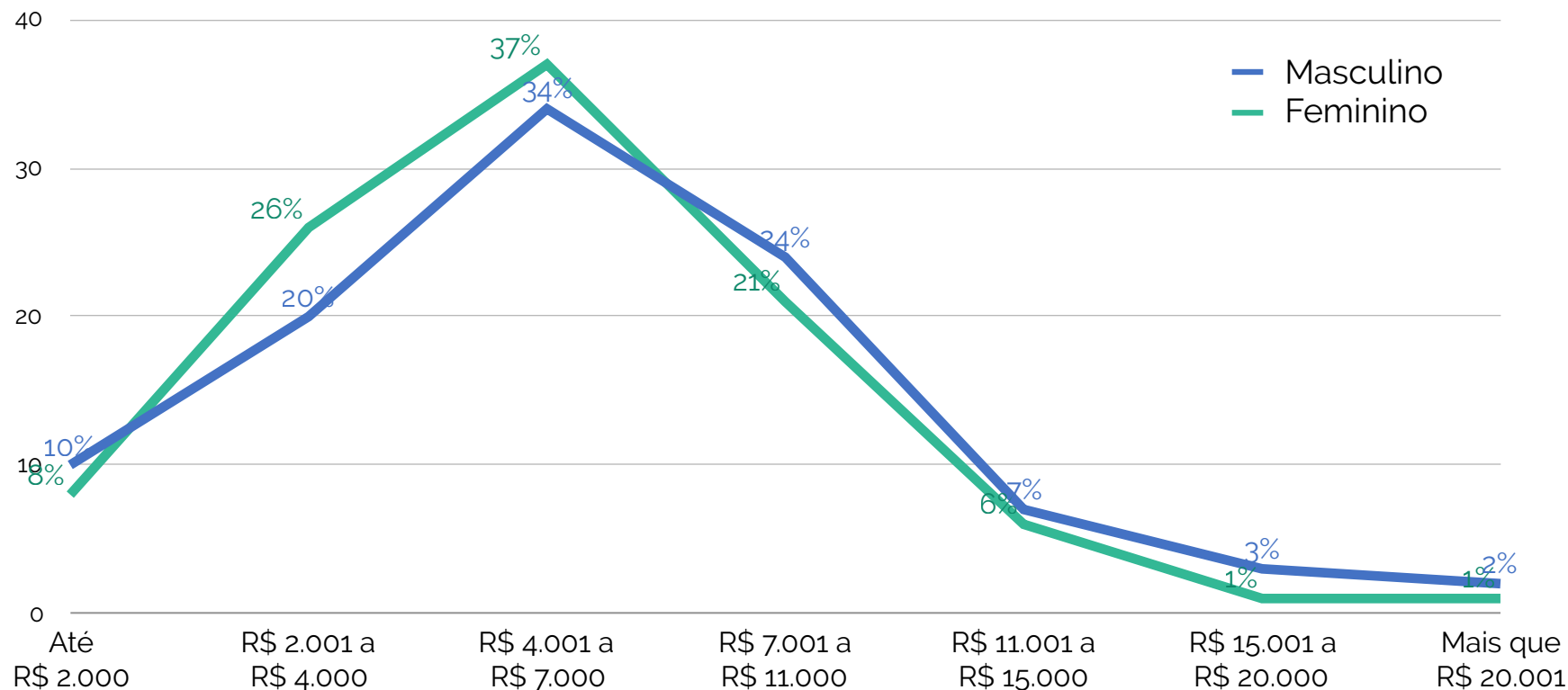
SALÁRIOS EVOLUÇÃO ANUAL

De 2016 para 2017 a **curva de salários se manteve estável.**



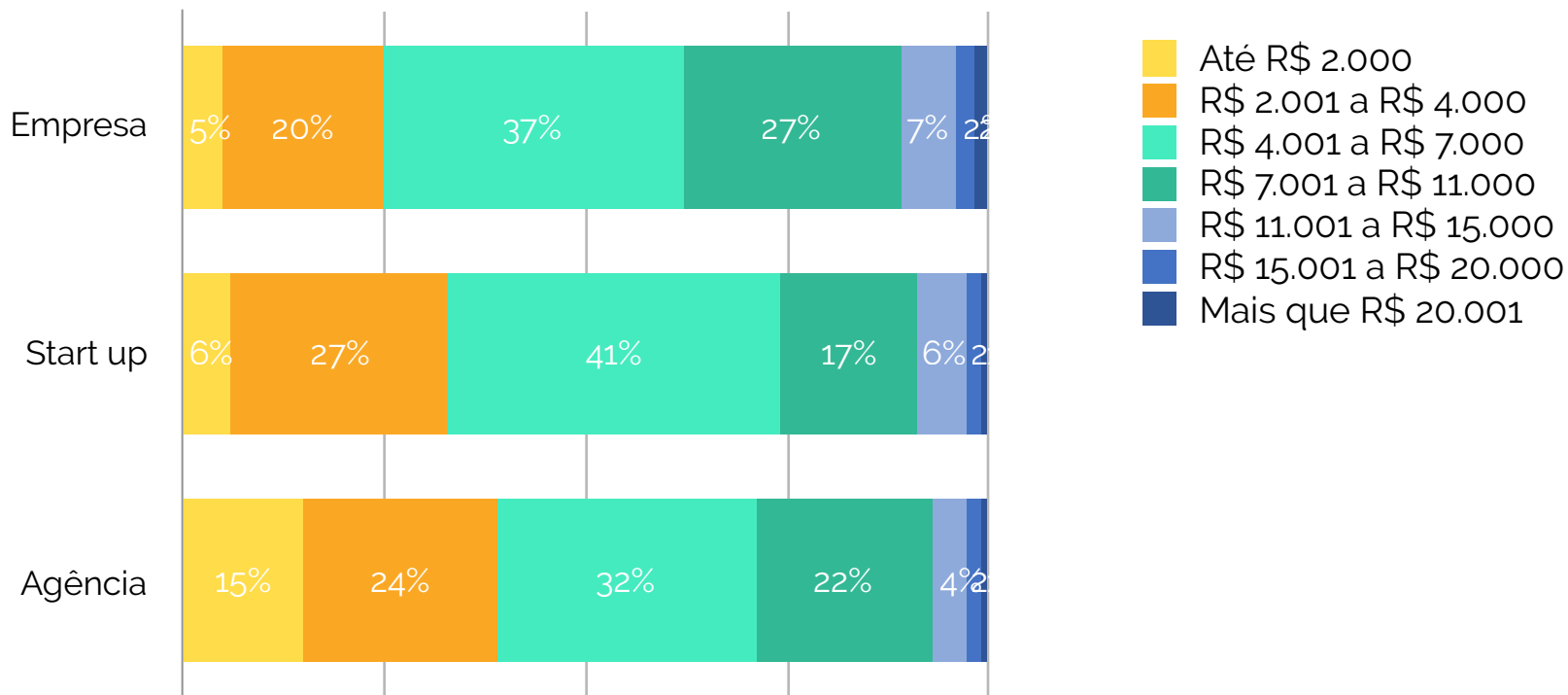
SALÁRIOS X GÊNERO

Fico feliz em ver que não há uma **diferença representativa** de salários entre homens e mulheres.



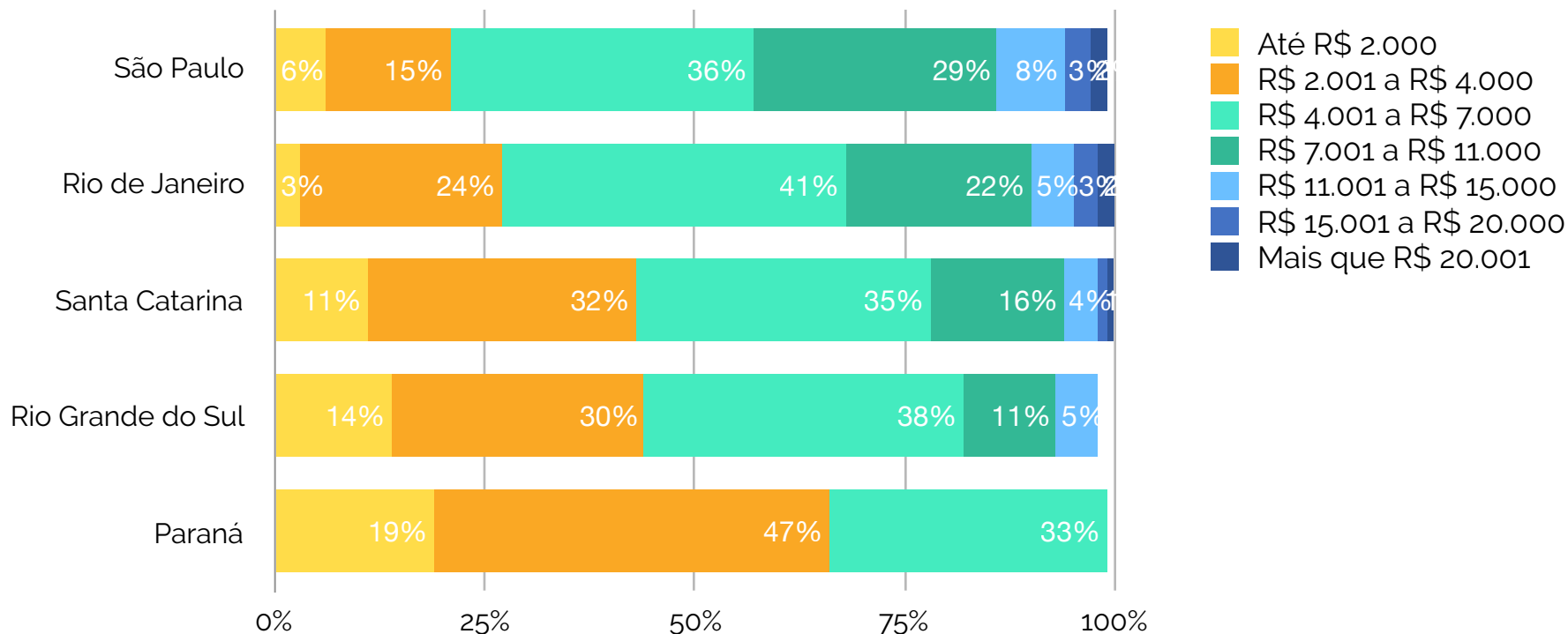
SALÁRIOS X ONDE TRABALHA

Ganha-se melhor nas **empresas**.



SALÁRIOS X ESTADOS

São Paulo e Rio de Janeiro são os estados que **concentram os melhores salários.**

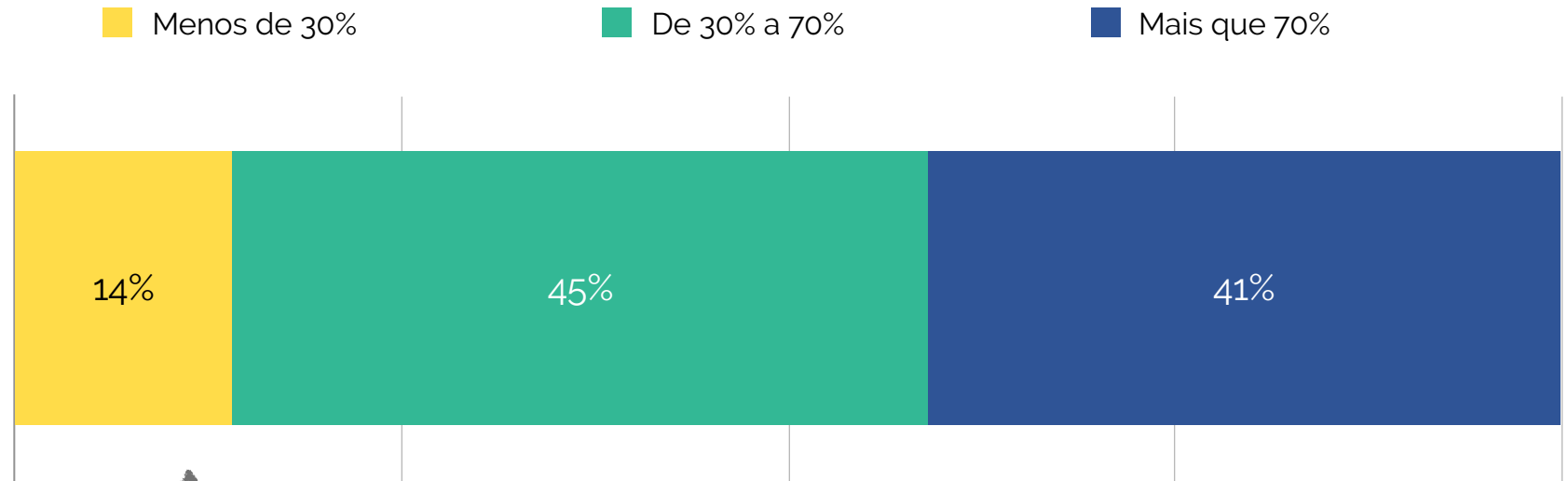


3. PROJETOS E METODOLOGIAS

O que aplicamos no dia a dia do trabalho?

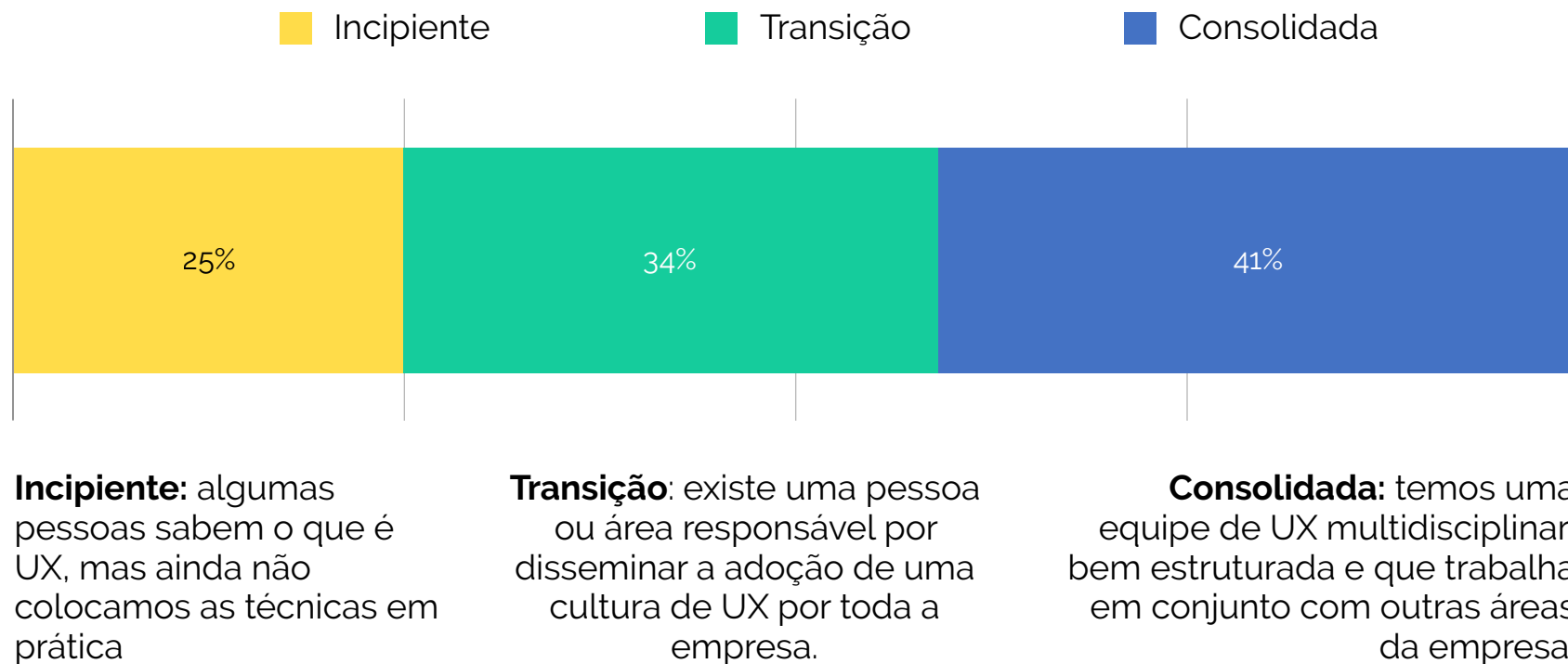


TEMPO DEDICADO A UX



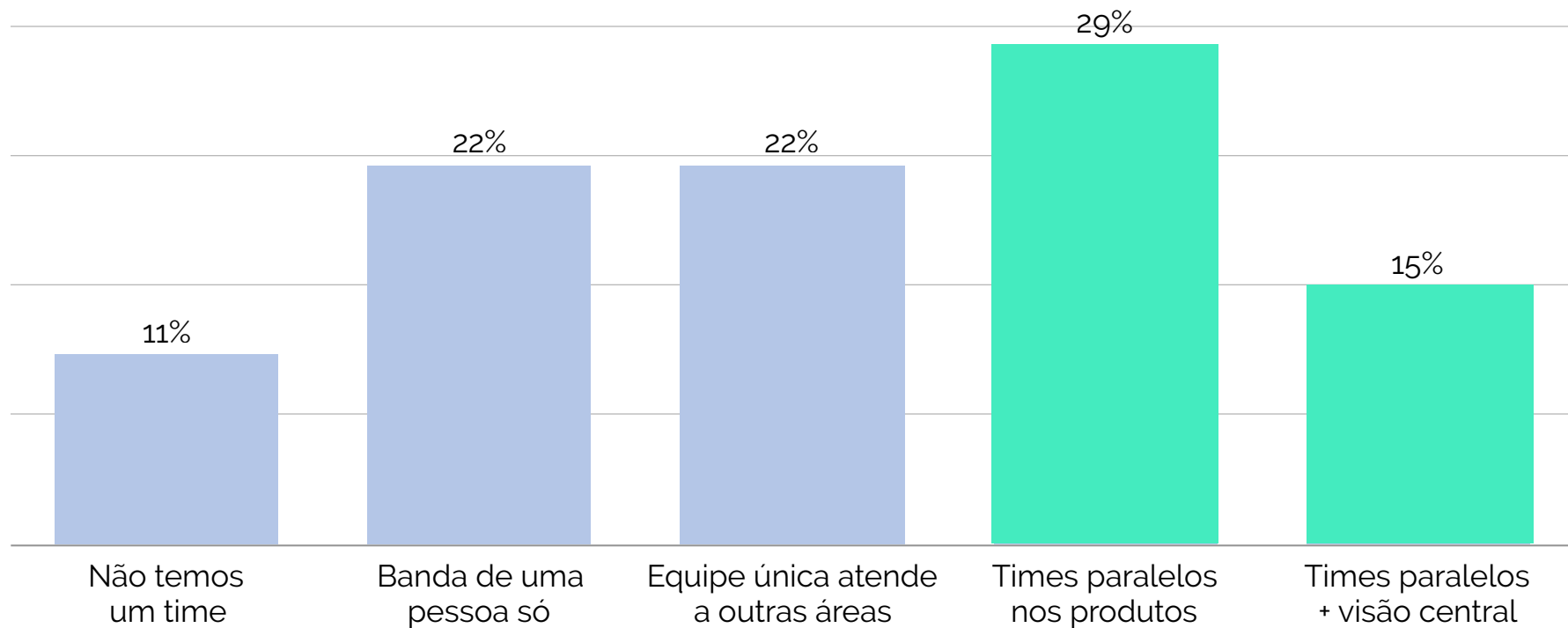
Bom ver quem **não tem um cargo em UX** percebendo que a experiência de uso também **é sua responsabilidade**.

EQUIPE EM RELAÇÃO A UX

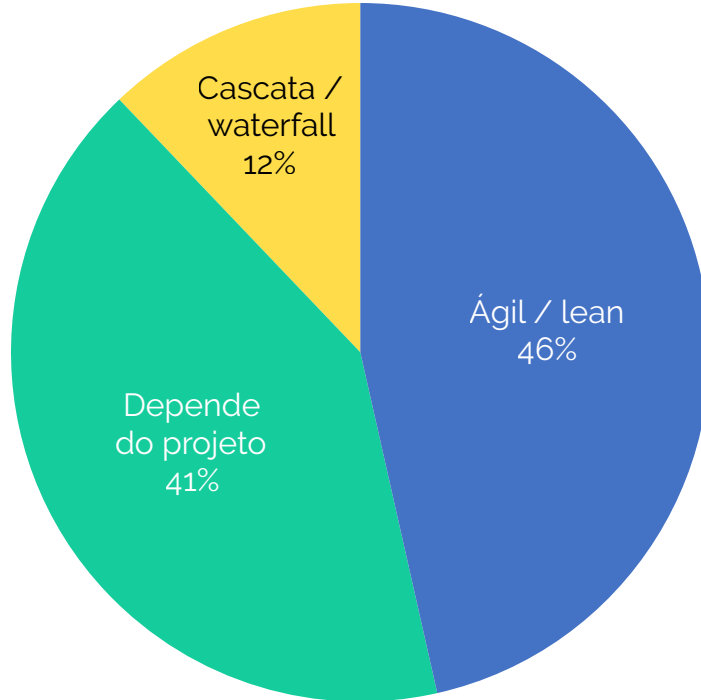


ORGANIZAÇÃO DO TIME

44% adotam **times dedicados** por projeto



FORMA DE TRABALHO

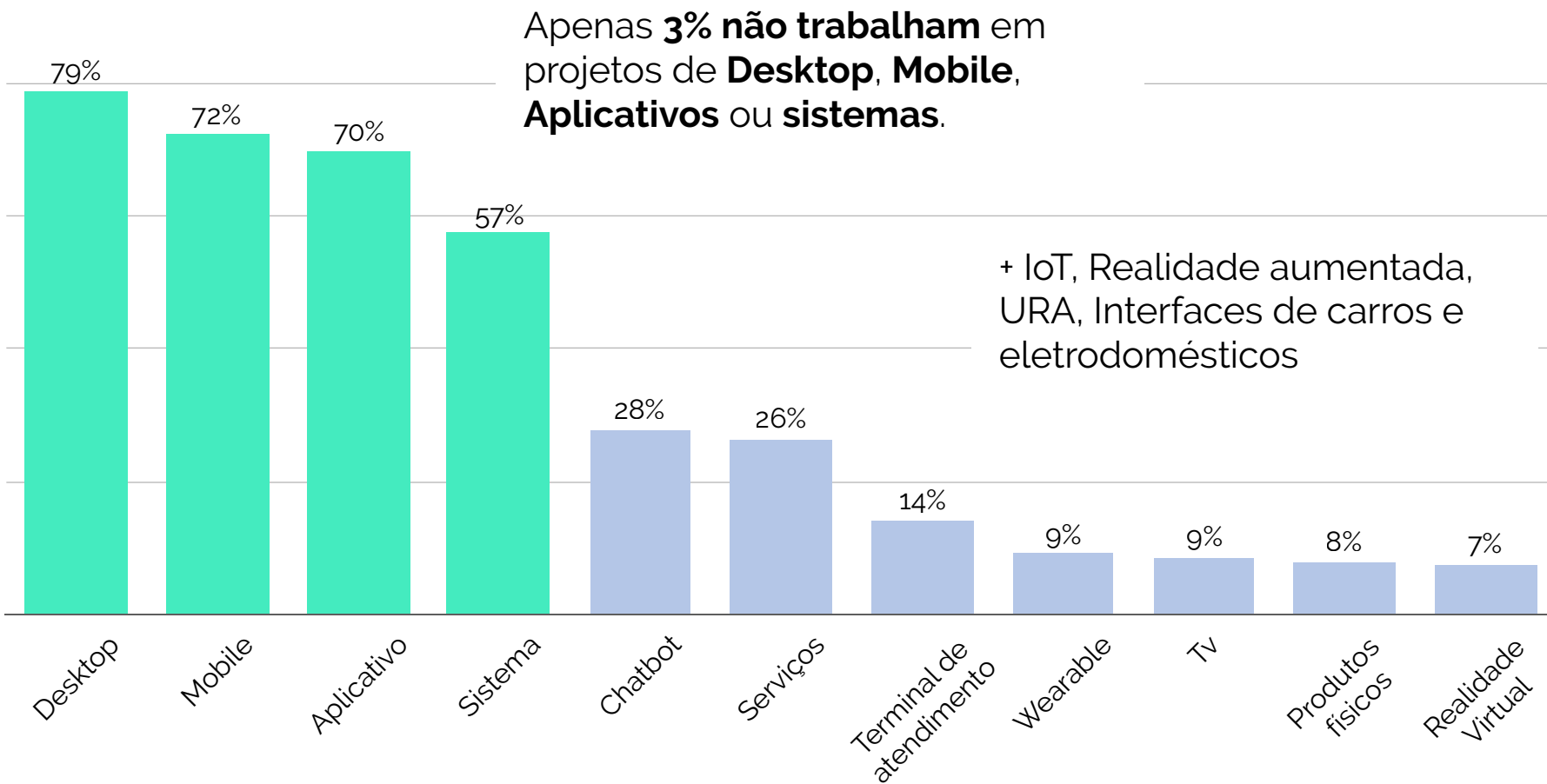


Só **12%** dos respondentes dizem trabalhar no **modelo cascata** de desenvolvimento.

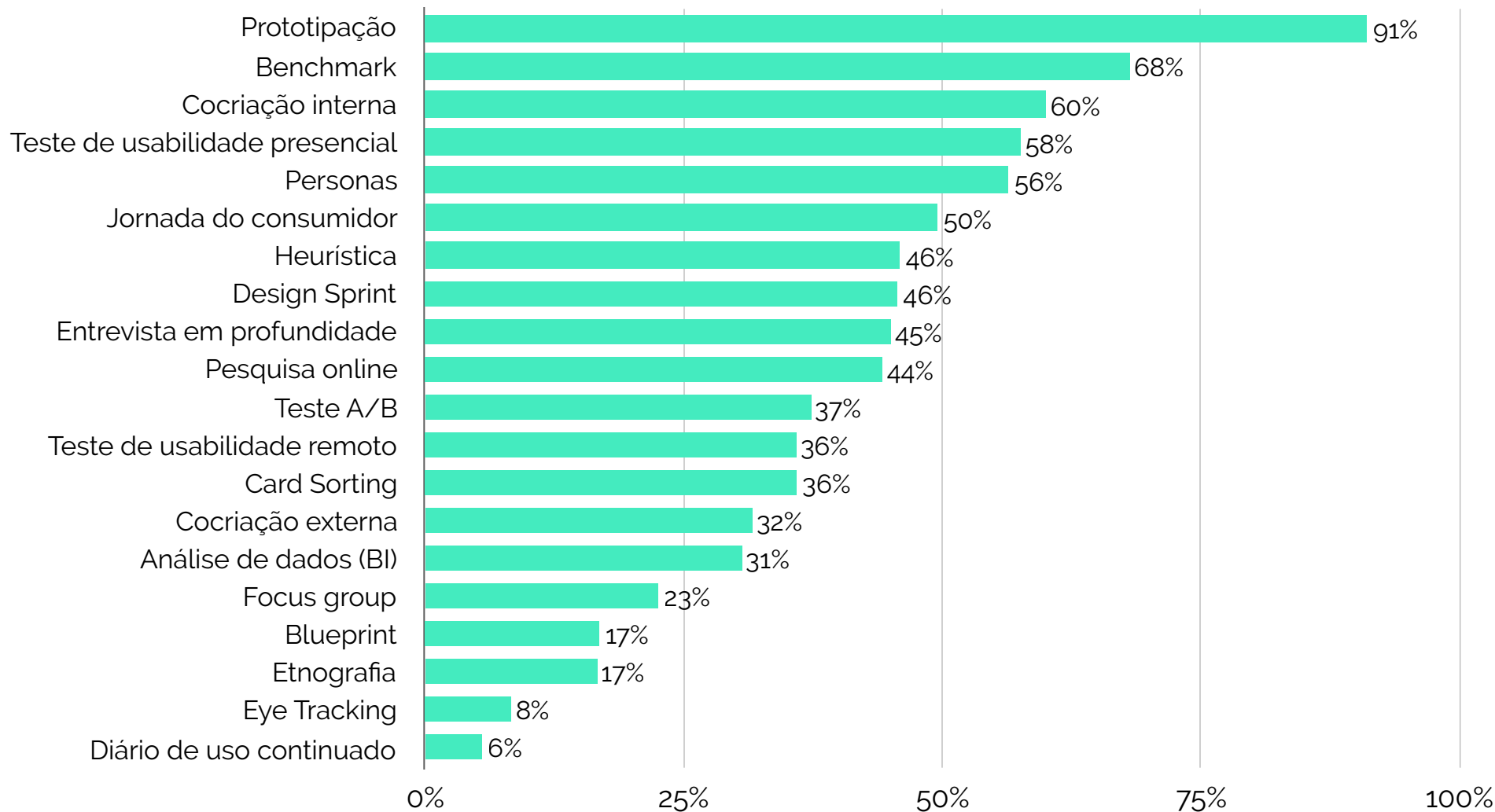
Dois respondentes se mostram críticos a uma aplicação indiscriminada e com pouco embasamento de metodologias ágeis afirmando usar **GoHorse**.



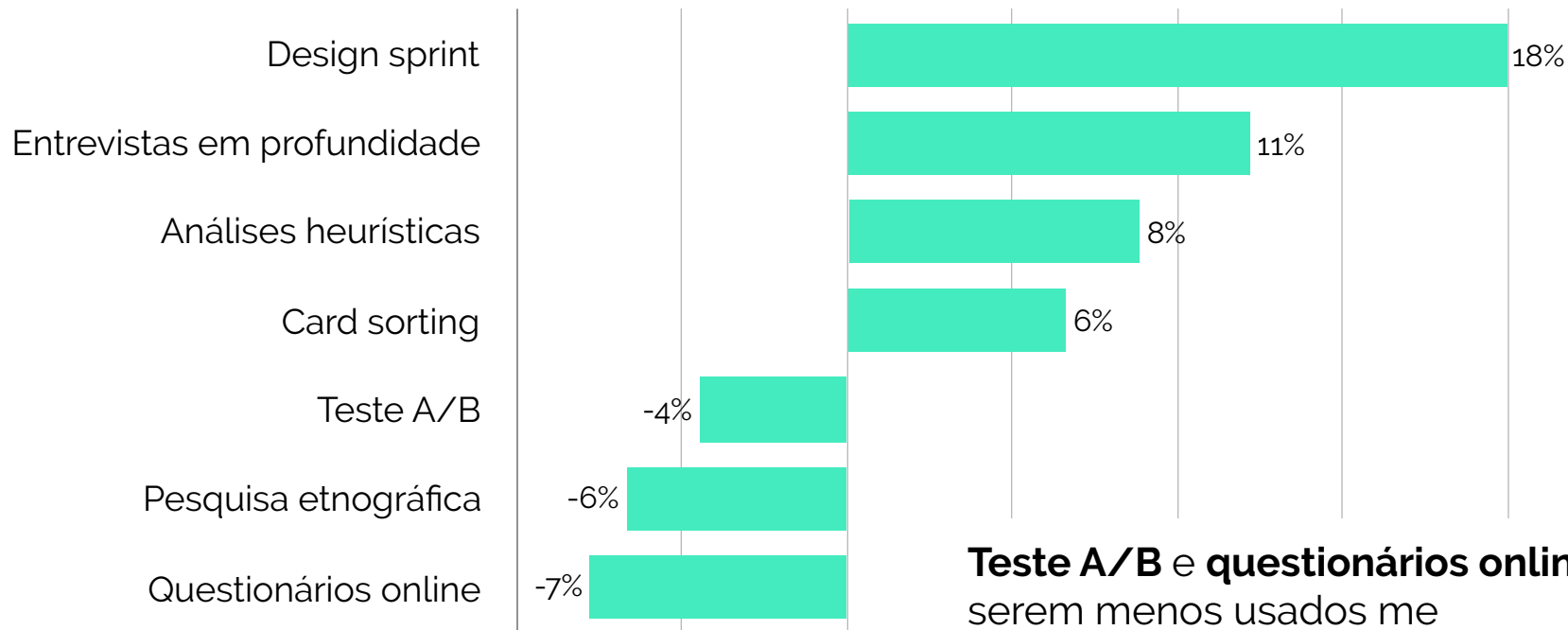
TIPOS DE PROJETOS



METODOLOGIAS



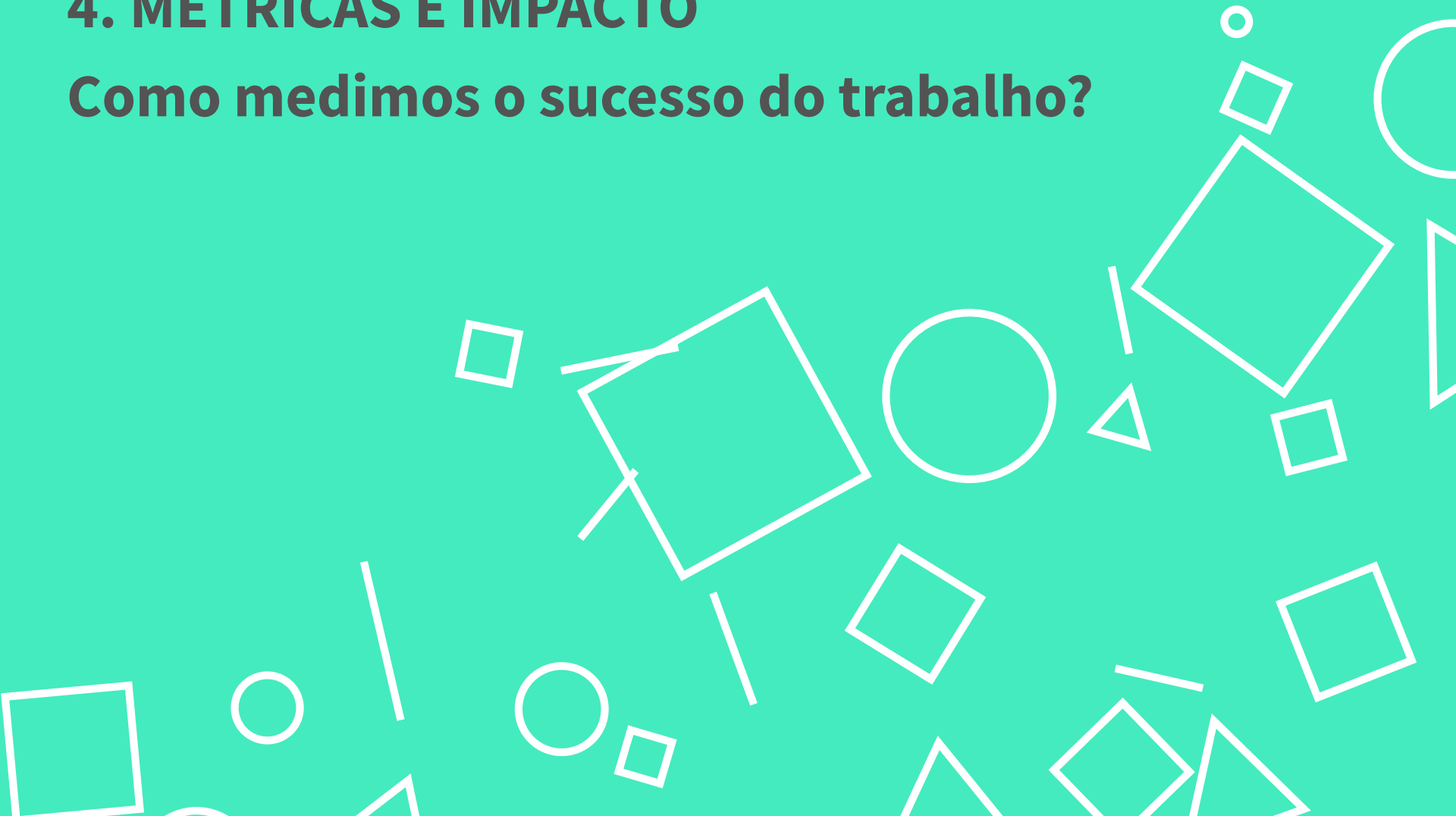
VARIAÇÕES NO USO METODOLOGIAS - 2015 A 2017



Teste A/B e questionários online
serem menos usados me
surpreende.

4. MÉTRICAS E IMPACTO

Como medimos o sucesso do trabalho?

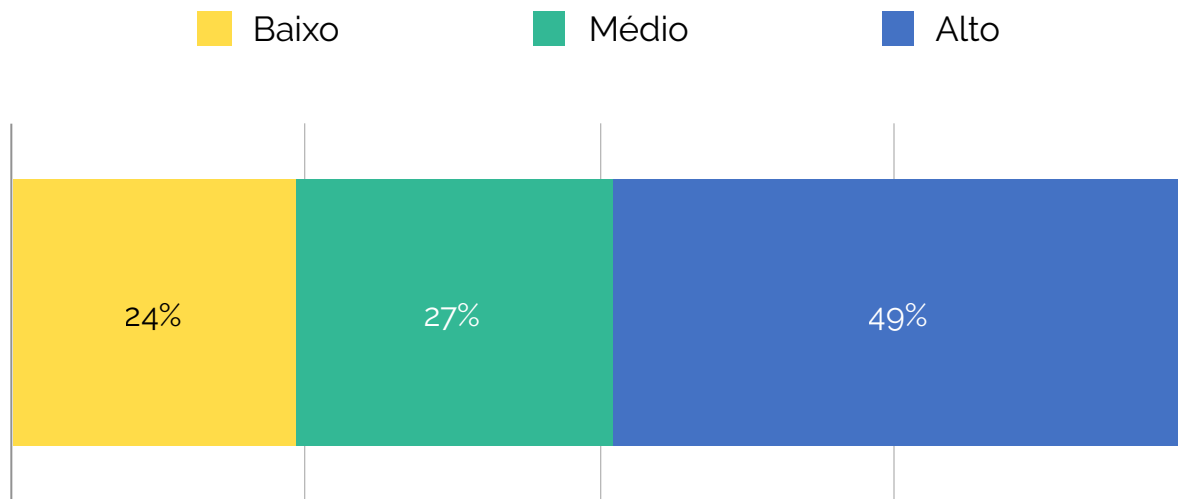


IMPACTO NA EMPRESA

Para metade dos respondentes o **impacto do trabalho de UX** na empresa em que trabalham **é alto**.

O que essas empresas **têm em comum?**

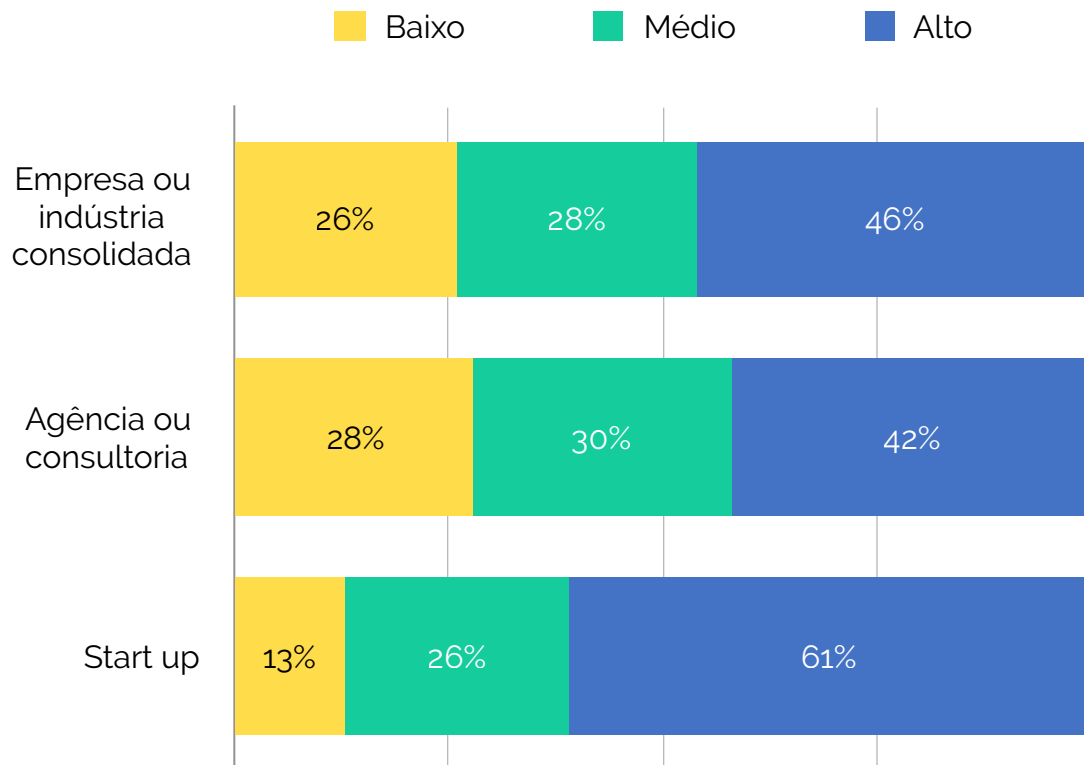
Alto impacto é uma **causa** ou uma **consequência?**



Baixo: a equipe de UX realiza **tarefas indicadas por outras áreas** e não tem grande relevância para os números da empresa

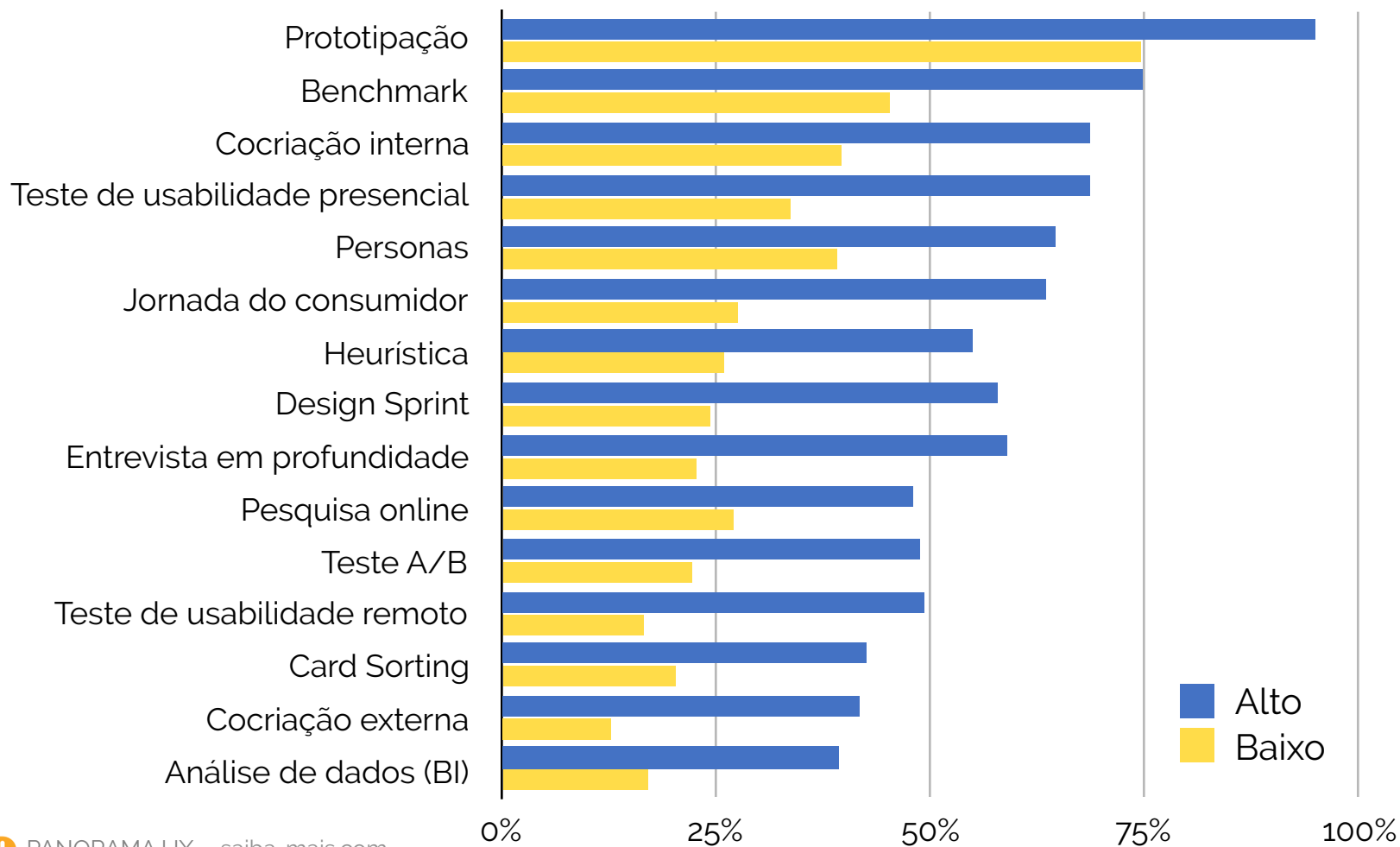
Alto: a equipe de UX ajuda a **definir a estratégia da empresa**.

IMPACTO

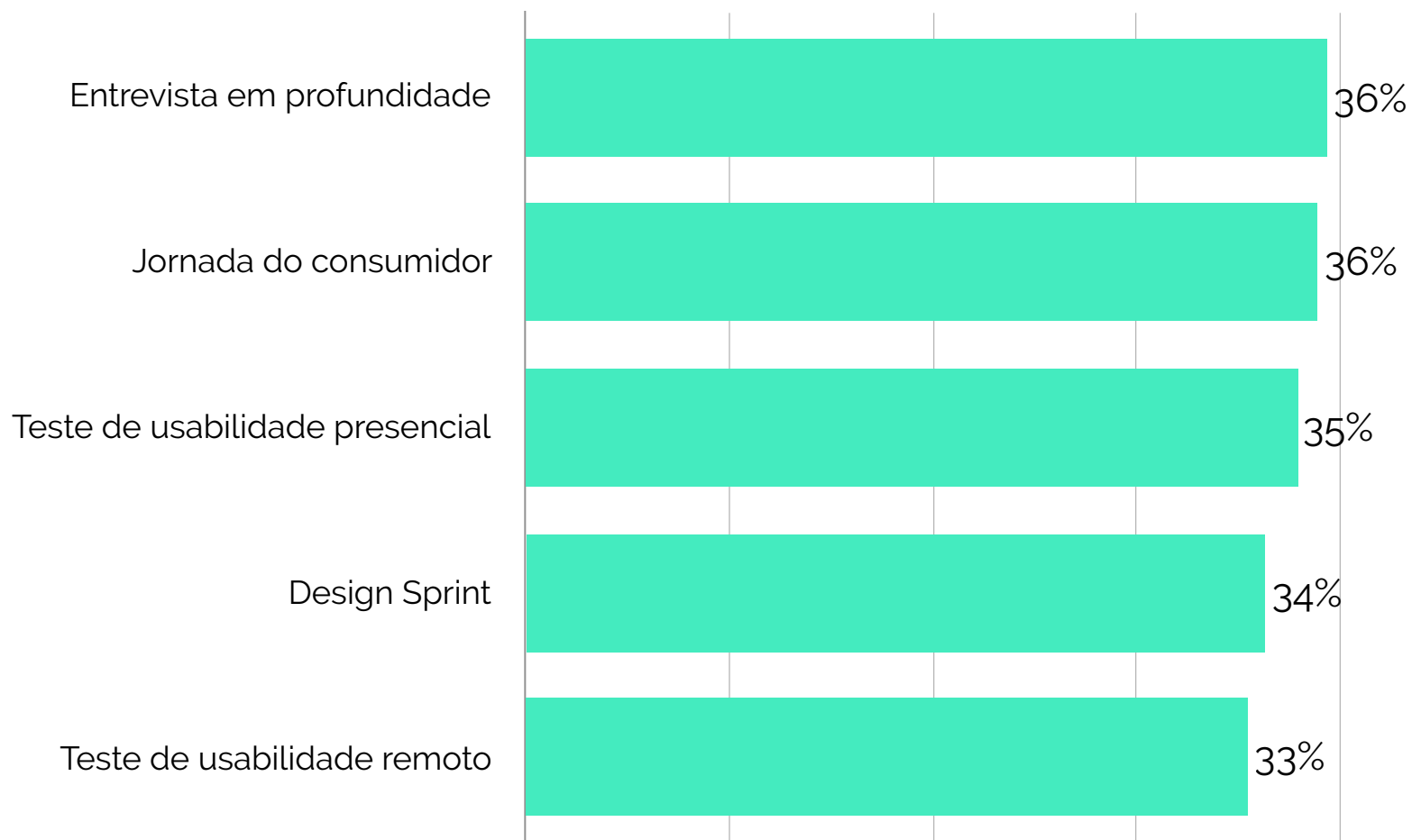


Quem trabalha em **start up** considera o **impacto do seu trabalho maior** do que quem está em outros ambientes.

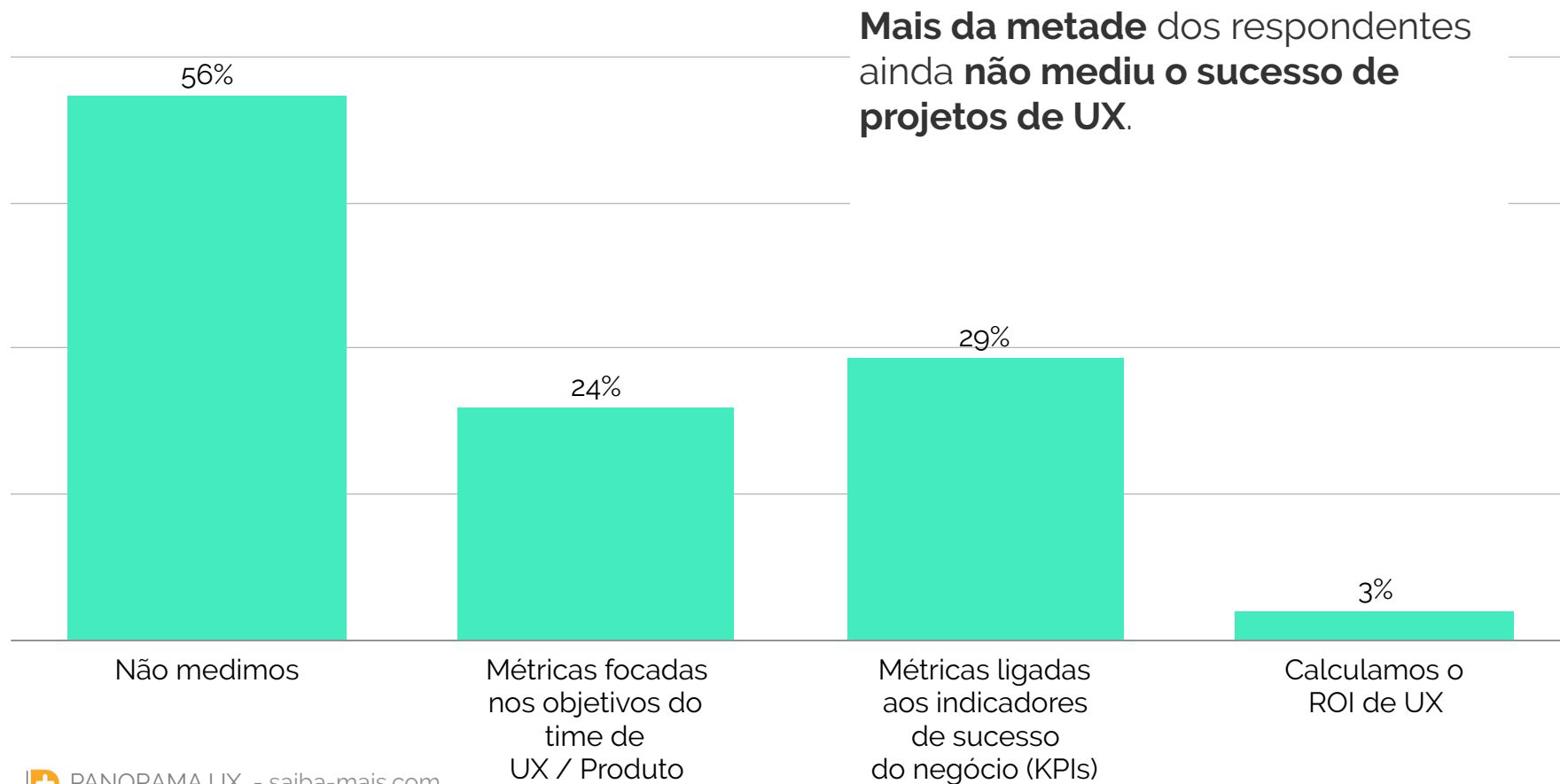
METODOLOGIAS USADAS X IMPACTO



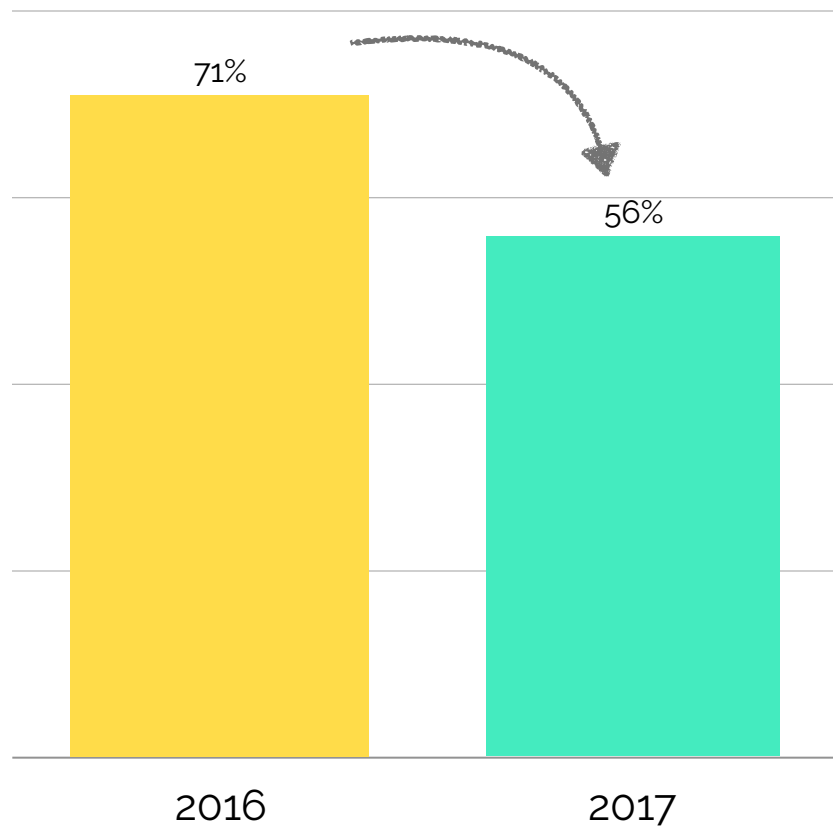
METODOLOGIAS USADAS - MAIORES DIFERENÇAS ENTRE ALTO E BAIXO IMPACTO



MEDIDAS DE SUCESSO



NÃO MEDIMOS

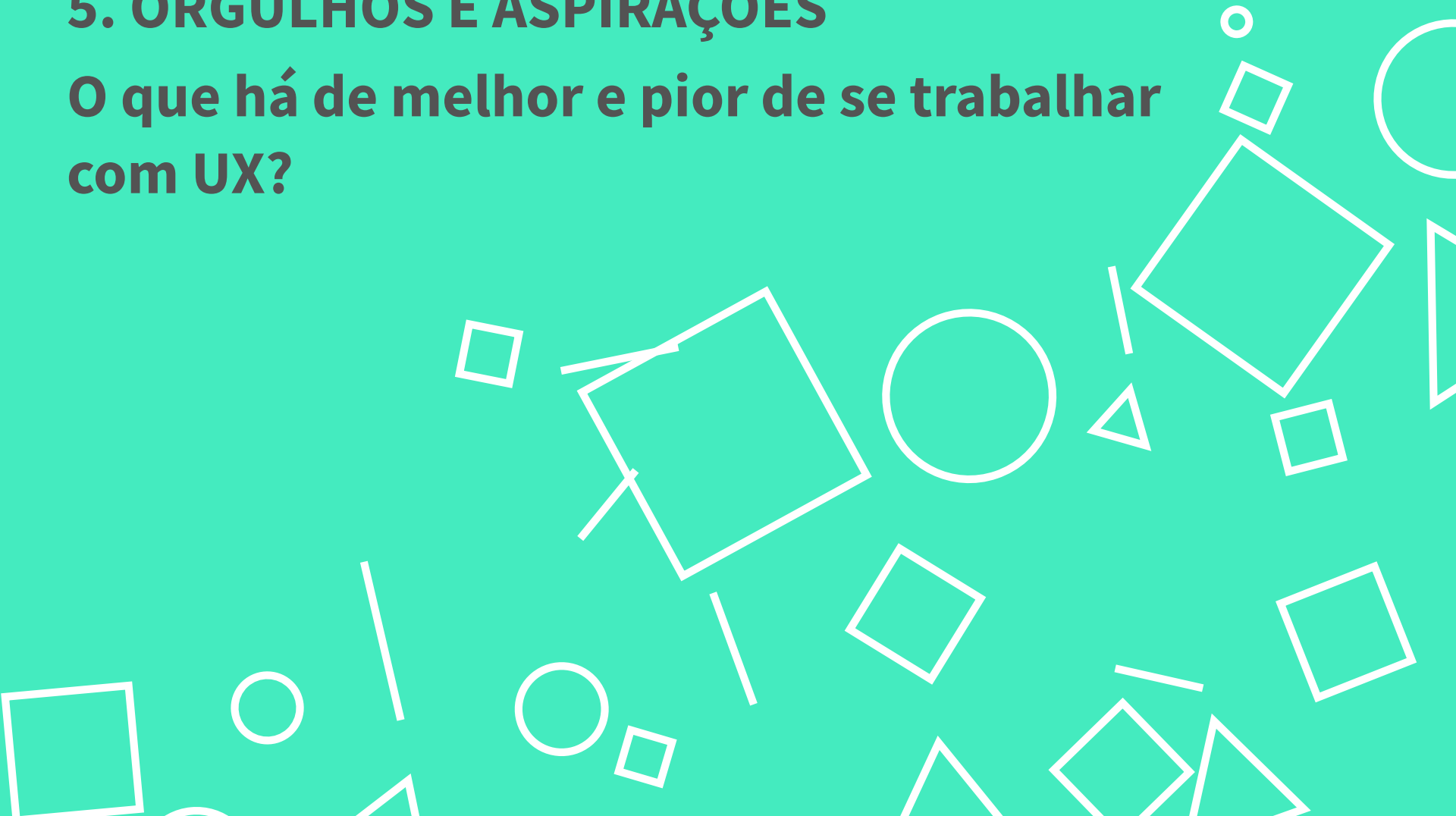


Mais da metade dos respondentes ainda **não mediu o sucesso de projetos de UX**.

Mas esse número já é **mais animador** que o da edição anterior, quando 71% disse não ter métricas.


5. ORGULHOS E ASPIRAÇÕES

O que há de melhor e pior de se trabalhar com UX?





MAIORES DESAFIOS




Liderança,
cultura e
reconhecimento

“**Liderança** aceitar lidar com a incerteza derivada de processos iterativos como os de UX.”

“Pela minha experiência, quando os **fundadores/diretores já têm isso em mente**, tudo é muito mais fluído e fácil, mesmo com as limitações de tempo/gasto.”

“Criação de uma **cultura de design e ux** na empresa.”

MAIORES DESAFIOS



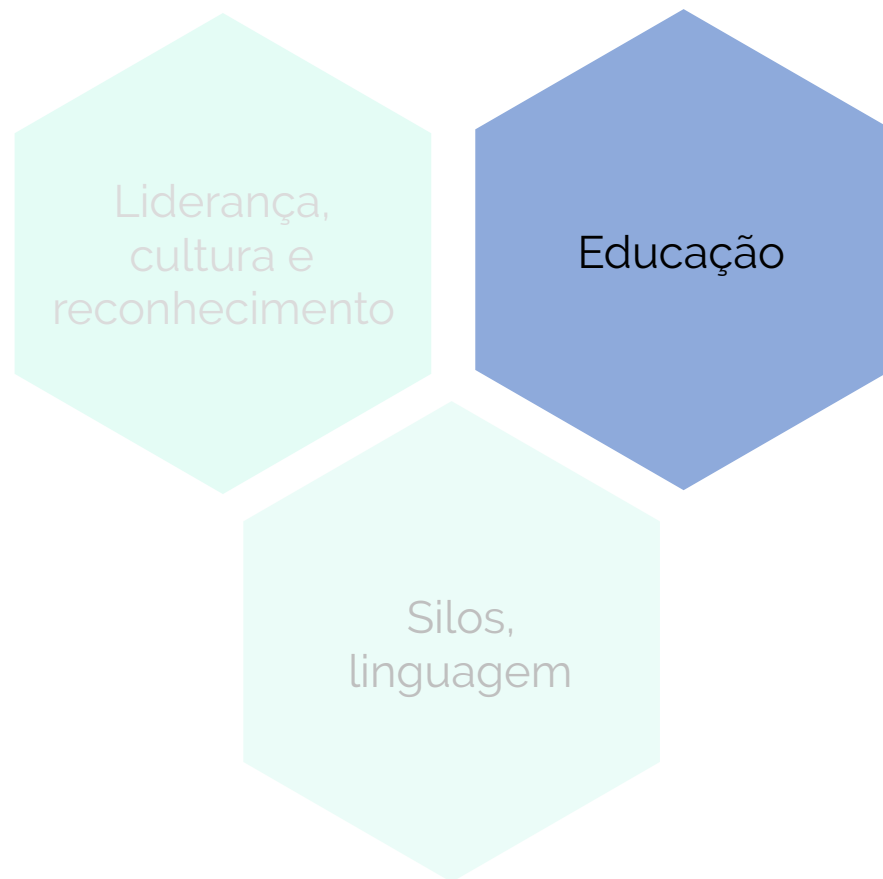
Liderança,
cultura e
reconhecimento

Silos,
linguagem

“Poucas pessoas entendem o que um UX faz, e por isso muitas vezes você precisa primeiro **convencer e mostrar seu trabalho** para várias pessoas, até começarem a te ouvir.”

“Nós designers falamos para nós mesmos, temos que começar a **falar para outras pessoas.**”

MAIORES DESAFIOS



“Meu próprio **conhecimento**.”

“Educação dos profissionais de UX, muita demanda, **pouca gente qualificada**.”

“É preciso uma profissionalização por parte dos designers. Ser designer não é só saber das últimas ferramentas. É saber **entender de pessoas, processos e negócios**.”

MAIORES DESAFIOS

Liderança,
cultura e
reconhecimento

“As pessoas querem **soluções mágicas** de UX design sem se comprometer a colocar em prática as métricas.”

“ROI de UX, mostrar o valor desses processos para a empresa. Além de mostrar o **valor estratégico** de UX e não só técnico.”

Silos,
linguagem

Estratégia,
métricas,
negócios

MAIORES DESAFIOS

“Excesso de **modismos**, promete muito, entrega pouco.”

“Muito bullshit de blogs que criam uma **falsa visão do mercado de UX**. Iludindo os novos designers e **tirando a credibilidade** de profissionais que estão tentando mudar o cenário no Brasil. Criam **cursos superficiais** que dão autoridade a profissionais sem qualificação.”

Ux de palco

Estratégia,
métricas,
negócios

MAIORES DESAFIOS

"Muitos profissionais só entendem as metodologias by the book, o que acaba dando a impressão de um processo longo e moroso. É preciso ajudar o UX a se mostrar não apenas necessário, mas **executável dentro dos cenários reais.**"

Silos,
linguagem

Estratégia,
métricas,
negócios

Ux de
palco

Processos
na vida
real

MAIORES DESAFIOS



MAIORES **ORGULHOS**

“Minha mãe saber o que faço”



MAIORES **ORGULHOS**

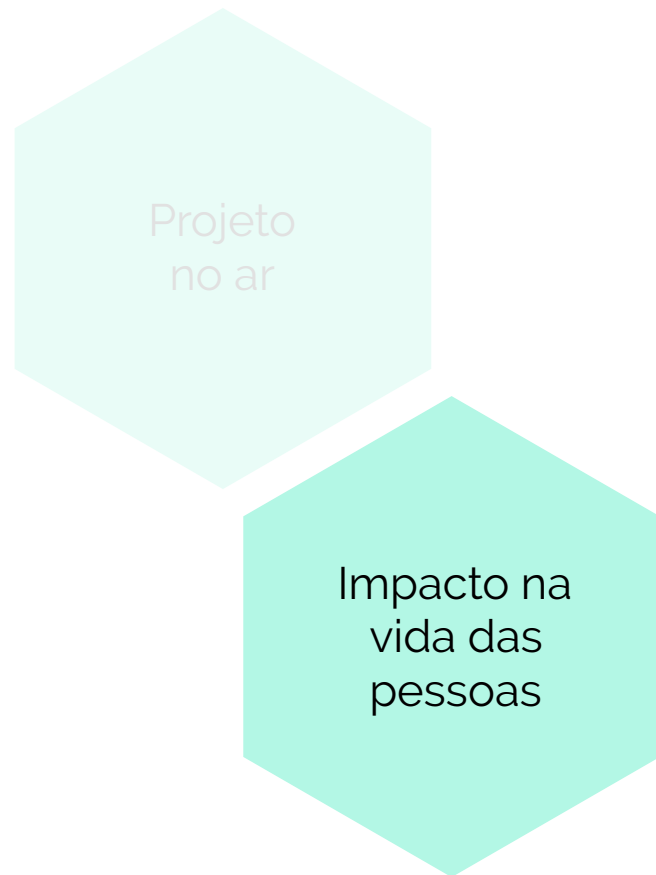


Projeto
no ar

“Ver meu **projeto no ar** e sendo usado.”

“Ter desenvolvido **aplicações famosas** que são utilizadas por **vários usuários** no Brasil e no mundo.”

MAIORES ORGULHOS



“Trabalhar num produto que **auxilia as pessoas a resolverem um problema real.**”

“Conectar **pessoas a tecnologia.**”

“Conseguir tornar **informações complexas** em informações mais **acessíveis** para o maior número de pessoas, independentemente do grau de escolaridade, nível social, etc.”

MAIORES ORGULHOS

Projeto
no ar

Aprender
sempre

Impacto na
vida das
pessoas

“Aprendizado contínuo.”

“Destruir minhas verdades a cada teste.”

“Fazer parte de uma profissão em **constante transformação.**”

“É não ficar parada, acreditar na inovação e saber que todos os dias temos **aprendizados novos.**”

“Interdisciplinaridade e versatilidade.”

MAIORES ORGULHOS

"Meu maior orgulho é poder aprender e **compartilhar conhecimento** com os meus colegas de trabalho."

"Ter **ensinado UX** para mais de 2000 profissionais pelo Brasil."

"Ver ex-estagiários, trainees e juniors das empresas onde trabalhei **avançarem no mercado de trabalho.**"

Impacto na
vida das
pessoas

Ensinar

MAIORES ORGULHOS

"IxDA e #isafloripa17 =)."

"Palestrar na **UX CONF BR.**"

"Ter construído uma empresa focada em equilibrar **negócio e pessoas**. Além de ter colocado a empresa como principal atuante na **construção do maior evento de UX e design de interação** do mundo ;)"

pessoas

Ensinar

Comunidade

MAIORES ORGULHOS

“**Amar** o que faço.”

“Acima, de tudo, tenho orgulho de me enxergar como uma profissional que **trabalha com o que ama** e que genuinamente **quer construir um mundo melhor**. Pode soar uma visão romântica, mas na base, na alma e no coração, é isso que me faz seguir em frente..”

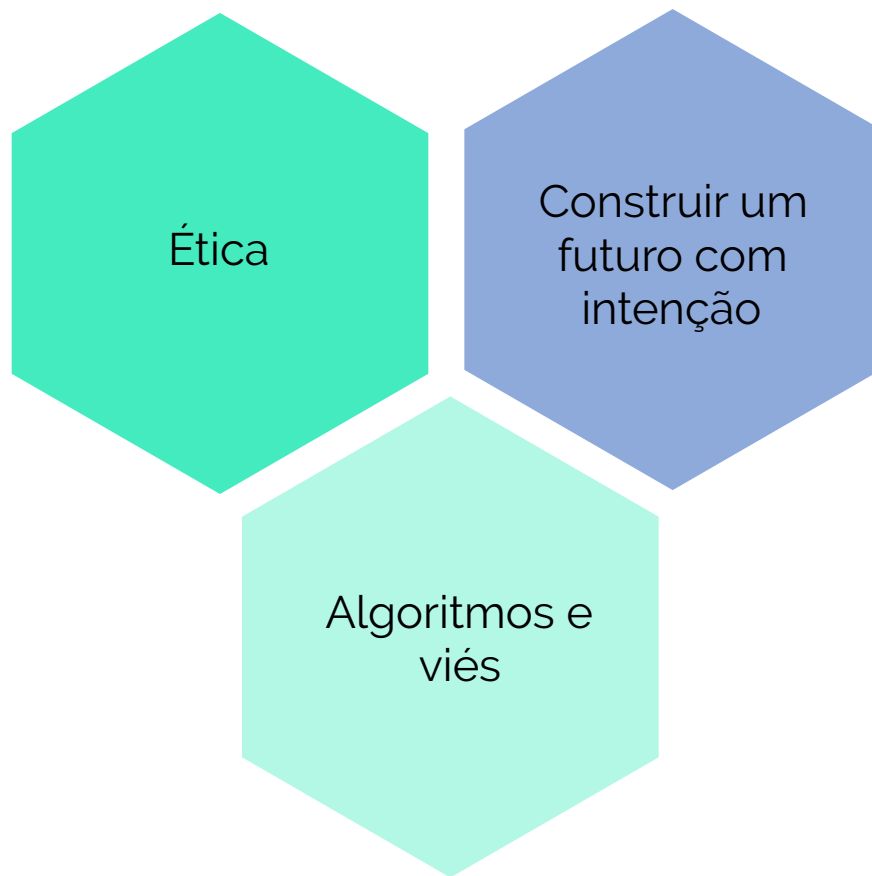
“Como UX, desenhando produtos ou serviços, eu tenho uma carreira próspera e que também ajuda pessoas e negócios a prosperarem. Num mundinho cheio de problemas, **ser parte da solução é inspirador**. Depois que a gente faz um produto/serviço que muda a vida das pessoas, todo o resto é propaganda. Isso mexe demais comigo, me enche de orgulho.”



MAIORES ORGULHOS



NOVOS DESAFIOS



Obrigada!



Carolina Leslie

carolinaleslie@saiba-mais.com

www.saiba-mais.com