



# LATAM PR e Comunicação Censo 2022

# Conteúdos

Prefácio	p5
Introdução	p6
Seção 1 - Status da profissão	p7
Seção 2 - Diversidade	p11
Seção 3 - Salários	p17

AJA COM BASE EM  
**INSIGHTS**

NÃO EM SEUS  
**IMPULSOS**

www.3gem.com  
hello@3gem.com

**3Gem**  
Insights e Pesquisa

# Prefácio

A diretoria da PRCA LATAM gostaria de agradecer por seu interesse nesse Censo, e também a todos os membros e não membros que responderam a esta pesquisa ou incentivaram os outros a fazê-lo. Os relatórios do Censo Regional da PRCA são parte vital da missão da organização e estamos felizes em ver um aumento significativo no número de pessoas que contribuíram e enviaram uma resposta. Incentivamos qualquer pessoa que ainda não tenha aderido à PRCA a considerar fazê-lo. Para mais informações, entre em contato com Melissa Cannon (melissa.cannon@prca.global).

#### Conselho da PRCA LATAM:

- Francis Ingham MPRCA, Diretor Geral, PRCA
- Carmen Sánchez-Laulhé MPRCA, Vice-Presidente, Região dos Andes e Brasil, Atrevia
- Ciro Dias Reis MPRCA, Fundador e CEO, Imagem Corporativa
- Pedro Cadina MPRCA, CEO, Vianews América Latina
- Carlos A Diaz MPRCA, Gerente Geral e Membro do Conselho, Grupo GlobalNews
- Everton Schultz MPRCA, Presidente e Sócio, Ágora Strategic Communications, Part of Untold
- Amanda Berenstein MPRCA, CEO e Líder Regional de relacionamento com o cliente na Weber Shandwick México
- Jaspas Eyears MPRCA, CEO e Co-fundador, Another
- Melissa Cannon MPRCA, Diretora internacional, PRCA

#### METODOLOGIA

Este Censo é baseado em uma amostra de 537 entrevistados em toda a região da América Latina, com dados coletados entre 23 de junho a 16 de setembro de 2022.

A pesquisa foi realizada pela 3Gem Research & Insights usando fontes de amostras conforme discriminado abaixo:

- Amostra direcionada usando a base de dados da própria PRCA
- Amostra direcionada enviada aos membros da PRCA e outras organizações
- Link público no site

Os entrevistados tinham uma gama variada de cargos e níveis de experiência, de CEOs e presidentes a estagiários e aprendizes. A divisão dos entrevistados por localização geográfica foi:

México - 23%	Honduras - 2%
Brasil - 18%	República Dominicana - 2%
Argentina - 10%	Panamá - 2%
Colômbia - 9%	Cuba - 2%
Venezuela - 6%	Paraguai - 1%
Chile - 6%	Nicaragua - 1%
Guatemala - 5%	El Salvador - 1%
Equador - 5%	Uruguai - 1%
Bolívia - 4%	Ilhas do Caribe - <1%
Haiti - 3%	



# Introdução

**FRANCIS INGHAM MPRCA,**  
Diretor Geral, PRCA (Associação de  
Relações Públicas e Comunicação)

**O mundo como um todo, e as carreiras de RP e comunicação em particular, tem sido um lugar muito movimentado desde a publicação do primeiro Censo LATAM PR e Comunicação, em setembro de 2021.**

O Censo 2021 usou dados coletados no segundo trimestre daquele ano, quando a América Latina estava lidando com um inverno que seria marcado por preocupações com a pandemia. Embora a COVID-19 ainda esteja presente hoje, ela não é mais a força dominante que foi em 2020 e no início de 2021.

Mas claramente a pandemia deixou sua marca na profissão de RP e comunicação na América Latina. Este Censo mostra que 50% dos profissionais estão trabalhando em modo completamente remoto agora.

Além disso, ele indica que uma pequena, mas significativa, minoria dos profissionais da região pode não estar satisfeito com seu ambiente de trabalho. Enquanto avançamos para um mundo pós-pandêmico, os talentos de RP podem estar reavaliando suas prioridades; possivelmente, em 2020 e 2021 eles estavam felizes apenas por ter um emprego e pronto, e agora suas aspirações estão aumentando. Os gestores da profissão precisam estar conscientes disso. O setor de RP e comunicação pode oferecer carreiras e ambientes de trabalho altamente enriquecedores e excitantes, mas as propostas do empregador devem evoluir em um mercado de talentos que continua a ser desafiador.

Sabemos que uma maneira de os empregadores de RP resolverem o quebra-cabeça do talento é garantir que estejam abertos e receptivos a pessoas de todas as origens. Em muitos lugares, historicamente isso não é o que vem acontecendo. Os profissionais inteligentes de RP e comunicação reconhecem que a diversidade e a inclusão não são simplesmente um imperativo moral, mas também empresarial, permitindo que as pessoas contratem a mistura certa de talentos para se engajarem com todos os setores da sociedade.

O Censo mostra que a maioria dos empregadores realizou demissões desde o início da pandemia, mas também que a maioria dos entrevistados recebeu um aumento salarial no ano passado.

Enquanto as demissões são indicativos dos tempos difíceis vividos por nós, os dados de aumento salarial me dizem que há otimismo para a profissão de RP na América Latina. Sabemos que já existem profissionais de RP de alta qualidade e dinâmicos em toda a região. E à medida que a PRCA Américas continua crescendo, seguiremos fornecendo eventos de classe mundial, melhores práticas e oportunidades de network para ajudar no desenvolvimento pessoal e profissional em toda a América Latina.

# 1

## Status da profissão

“O setor está se recuperando, mas a função do RP dentro das empresas precisa evoluir para um novo patamar, considerando reputação e comunicação estratégica em cada discussão do C-suite. Isso é essencial para garantir as mudanças que o mundo precisa em uma economia de stakeholders.”

Everton Schultz MPRCA, Presidente e Sócio, Ágora Strategic Communications, Part of Untold

“2023 pode ser um ano melhor para o mercado brasileiro de RP, após algumas incertezas geradas pela forte polarização política em 2022 por causa das eleições presidenciais, o que desacelerou algumas decisões econômicas e, conseqüentemente, vários projetos de RP. O setor está se recuperando dos tempos difíceis da pandemia. No geral, as agências estão contratando de forma mais acelerada do que os departamentos de RP de empresas, mas a contratação de bons talentos continua sendo um desafio em um cenário comercial onde flexibilidade e criatividade são requisitos relevantes.”

Ciro Dias Reis MPRCA, Fundador e CEO, Imagem Corporativa

“Pela nossa experiência, manter os talentos não é difícil se você é bom em motivar a equipe, mas recrutar talentos está se tornando mais difícil a cada dia, já que existem menos pessoas focando na carreira de RP.”

2023 vai ser um ano realmente desafiador, levando em conta a situação social e política da região, onde as incertezas ainda prevalecem.”

Carmen Sánchez-Laulhé MPRCA, Vice-Presidente, Região dos Andes e Brasil, Atrevia

“2023 será um ano muito bom para o setor de relações públicas e comunicação na América Latina. Com a recessão na Europa e nos Estados Unidos, as empresas procurarão expandir seus negócios para outras regiões. E nesse sentido, os países da América Latina têm as condições geográficas e econômicas necessárias, especialmente Brasil, México, Chile e Colômbia. A guerra na Ucrânia ameaça as empresas com operações no Leste Europeu. Por esse motivo, muitas empresas estão expandindo suas bases para a América Latina, principalmente as dos setores de tecnologia e entretenimento. Estamos em uma ótima posição para tirar vantagem desse momento e dar suporte às marcas que precisam de um ambiente seguro para operar.”

Pedro Cadina MPRCA, CEO, Vianews América Latina

## TRABALHO REMOTO

No Censo do ano passado, realizado no 2º trimestre de 2021, 85% dos entrevistados estavam trabalhando remotamente em período integral e apenas 4% estavam permanentemente no escritório.

No Censo 2022, 50% estão trabalhando remotamente em período integral. Outros 24% estão permanentemente no escritório e 26% estão trabalhando remotamente em tempo parcial.

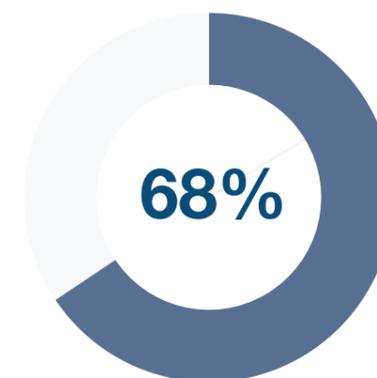
Foi perguntado àqueles que não retornaram integralmente ao escritório o que eles esperavam fazer quando os escritórios estivessem totalmente reabertos. Metade (50%) deles disse que voltaria ao escritório em horário integral; 28% disseram que continuarão trabalhando remotamente e os 22% restantes esperam uma mistura de trabalho remoto e no escritório ou não têm certeza.



## DEMISSÕES

Dois em cada três (68%) entrevistados disseram ter havido demissões em sua empresa desde março de 2020. 22% responderam “não” a essa pergunta e os 10% restantes disseram não saber.

No Censo de 2021, 30% dos entrevistados disseram ter havido demissões em sua empresa desde o início da pandemia.



dos entrevistados viram demissões em seu local de trabalho

## AMBIENTE DE TRABALHO

Apesar das circunstâncias desafiadoras, a maioria dos entrevistados (77%) se sente positivo ou neutro sobre seu ambiente de trabalho.

Ao serem pedidos para classificar os esforços de sua empresa na criação de um bom ambiente em uma escala de “muito ruim” a “muito bom”, menos de um quarto (23%) dos entrevistados deu uma resposta negativa, ainda assim, um número muito maior do que no ano passado (3%).



# 2

## Diversidade

“A diversidade e a inclusão estão ganhando força e relevância em nossos mercados. Até agora, o foco tem estado especialmente em gênero e mais do que apenas representação, melhor remuneração e maior flexibilidade para as mães que trabalham. Estamos vendo também mais crise corporativa acontecendo por causa da falta de sensibilidade em torno de questões de sexualidade (grandes oportunidades de negócios) e uma enorme lacuna na inclusão de diferentes grupos étnicos no local de trabalho.”

Amanda Berenstein MPRCA, CEO México e Líder Regional LATAM para Clientes, IPG

“Programas de diversidade e inclusão ainda estão dando os primeiros passos em nosso setor. Na América Latina, a população indígena sempre foi excluída do mundo corporativo. Como consultores de reputação, lidando com estratégias de ESG para corporações, nosso setor precisa estabelecer objetivos sérios para garantir uma diversidade de vozes em nossas equipes. Algumas agências estão buscando incluir grupos minoritários como negros, indígenas, LGBTQI+, pessoas com deficiência, etc. Mas precisamos trabalhar juntos, como setor, para avançarmos. Em 2023, mudanças políticas em toda a América Latina com governos progressistas exigirão um movimento mais rápido de empresas e agências.”

Everton Schultz MPRCA, Presidente e Sócio, Ágora Strategic Communications, Part of Untold

“Sempre acreditei que diversidade tem que ser uma prioridade estratégica. A América Latina é uma região em que as práticas de contratação e RH são extremamente tendenciosas em relação à “norma” e isso representa um desafio estratégico para as empresas que mantêm práticas de contratação tradicionais na aquisição de talentos reais e uma oportunidade estratégica para aqueles que têm práticas pró-diversidade. Acho que o setor de RP ainda tem um longo caminho a percorrer para aumentar a objetividade em nossos processos de contratação e RH e isso fica claro quando vemos que menos da metade dos funcionários acha que seus empregadores estão fazendo um bom trabalho na diversidade.”

Carlos A Diaz MPRCA, Gerente Geral e Membro do Conselho, Grupo GlobalNews

**ETNICIDADE**

A maioria dos entrevistados se identifica como Hispânico ou Latino.

É fundamental para a profissão de RP ser tão diversa quanto os públicos com os quais ela busca se engajar.



**IDADE**

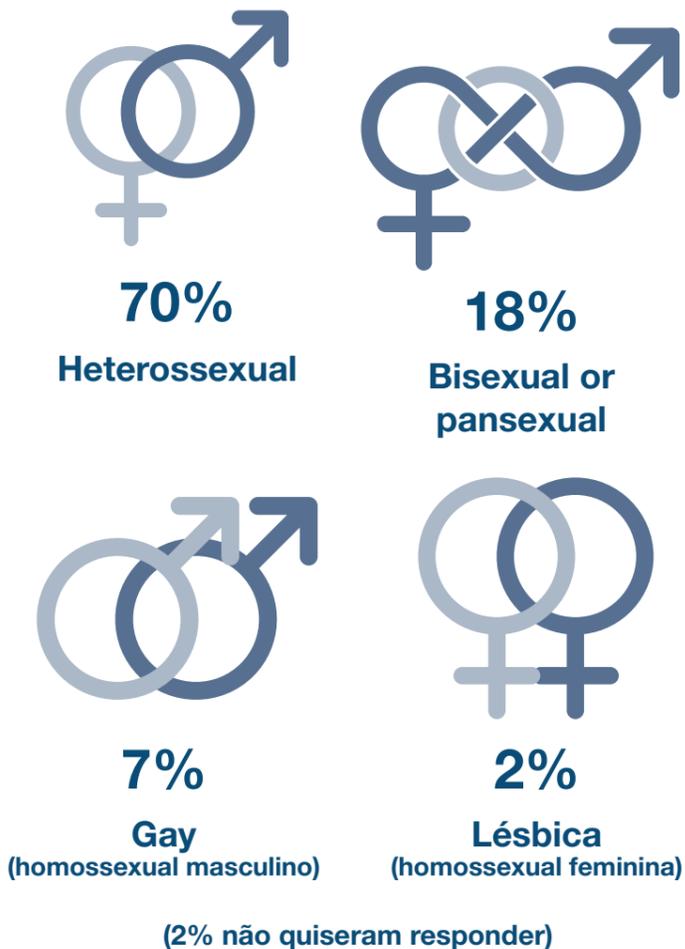
A maioria (60%) dos profissionais tem idade entre 25 e 34 anos. Um terço deles (32%) têm entre 35 e 44 anos. O restante tem entre 18 e 24 anos (5%) ou 45 a 54 anos. Menos de 1% dos entrevistados tem 55 anos ou mais.

**FAIXA ETÁRIA MAIS COMUM**



**ORIENTAÇÃO SEXUAL**

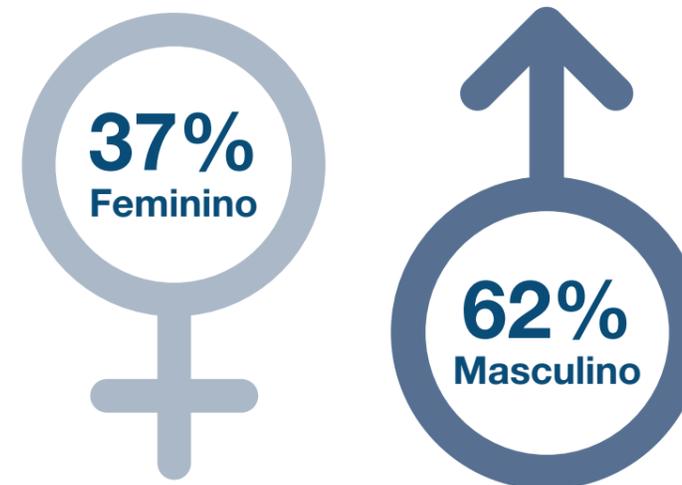
Embora a maioria (70%) dos entrevistados se identifique como heterossexual, parece que a profissão de RP está abrindo espaço para aqueles com outras orientações sexuais.



**GÊNERO**

Nesta pesquisa, 62% dos entrevistados eram homens e 37% mulheres. Menos de 1% informou uma identidade de gênero diferente.

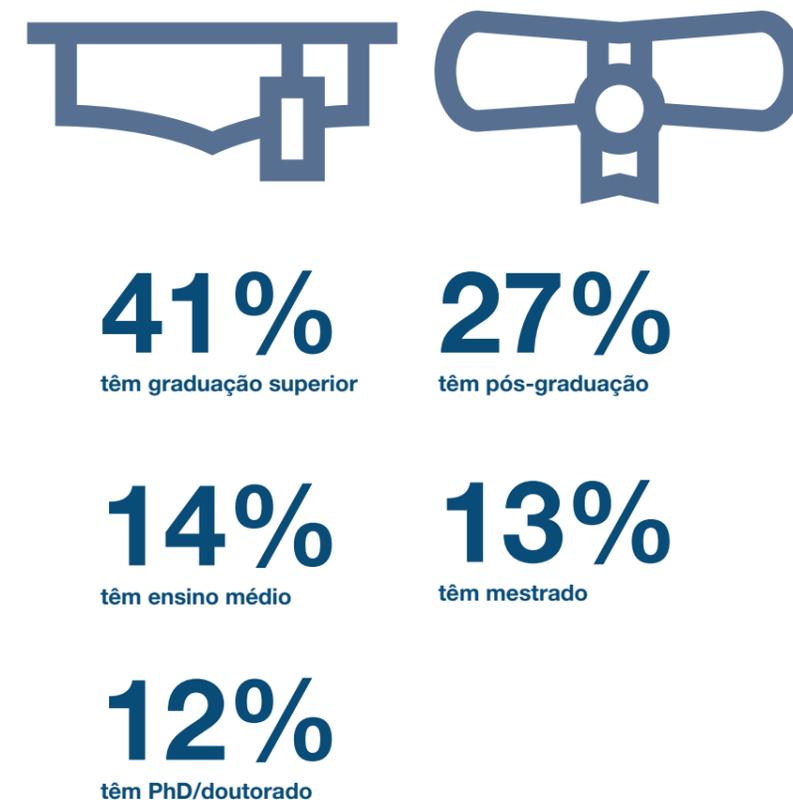
Na pesquisa do ano passado, 68% dos entrevistados eram mulheres. A pesquisa PRCA em outras regiões mostra que a profissão de RP, globalmente, é predominantemente feminina, embora as mulheres sejam, em geral, sub-representadas em cargos sêniores.



**EDUCAÇÃO**

Foi perguntado aos entrevistados, que tipo de escola eles frequentaram dos 11 aos 16 anos. A resposta mais comum foi escola particular (39%), seguida por escola pública (30%), escola mantida por entidade religiosa (17%) e escola internacional ou no exterior (15%).

A maioria (66%) tem um diploma universitário de algum tipo, enquanto 27% têm diploma de pós-graduação. Outros 14% responderam que o nível mais alto de educação concluído por eles foi o ensino médio, enquanto 2% não têm qualquer tipo de qualificação.



**MOBILIDADE SOCIAL**

Para construir uma imagem da mobilidade social do setor, perguntamos aos profissionais sobre o nível de educação dos pais.

A maioria (56%) disse que os pais têm um diploma universitário de algum tipo, enquanto 27% têm diploma de pós-graduação. 19% têm o ensino médio e 5% não têm nenhuma qualificação.

É importante que a profissão de RP esteja aberta para todos e não seja um trabalho apenas para aqueles com origem mais abastada.



**32%**

dos pais têm graduação superior



**27%**

dos pais têm pós-graduação



**18%**

dos pais têm ensino médio



**13%**

dos pais têm PhD/doutorado



**11%**

dos pais têm mestrado

**DEFICIÊNCIA**

Em resposta à pergunta “você se considera deficiente?”, 45% dos entrevistados responderam “sim”.

Esse é um número surpreendentemente alto e muito maior do que os 2% do Censo de 2021. Seja qual for o motivo para essa mudança, a PRCA acredita fortemente que a deficiência não deve ser um obstáculo para o sucesso na profissão de RP.



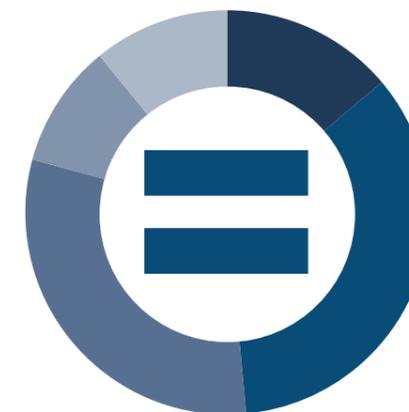
**45%**

têm uma deficiência

**POLÍTICAS DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO**

Pedimos aos entrevistados que classificassem a abordagem de sua empresa na promoção da diversidade no local de trabalho. A maioria respondeu positivamente (48%) ou de modo neutro (31%), embora a positividade tenha sido menor do que na pesquisa de 2021.

As mulheres foram mais propensas em dizer que a abordagem em seu lugar de trabalho era “boa” ou “muito boa” do que os homens.



- 14%** **Muito boa**  
2021: 48%
- 35%** **Boa**  
2021: 32%
- 31%** **Nem boa nem ruim**  
2021: 14%
- 10%** **Ruim**  
2021: 4%
- 11%** **Muito ruim**  
2021: 2%

# 3

## Salários

“A disparidade salarial entre homens e mulheres é real e grave na América Latina. Um estudo realizado no México mostrou que levaria em média 51 dias a mais de trabalho em um ano para uma mulher ganhar tanto quanto um homem. Assim, ainda há um longo caminho a ser percorrido e, mais importante, devemos incentivar as empresas a serem mais honestas e transparentes sobre os salários. Em geral, há muito pouca informação sobre o assunto e, portanto, promover mudanças significativas fica mais difícil quando as empresas não sabem o quão mal elas estão indo. As agências de RP têm um papel importante na colocação de foco nesta questão e em tornar as empresas mais conscientes.”

Amanda Berenstein MPRCA, CEO México e Líder Regional LATAM para Clientes, IPGRegional Client Leader, IPG

“Eu não acho que salário seja fundamental quando os talentos de RP estão começando sua carreira, mas é definitivamente quando eles começam a crescer e, conseqüentemente, suas expectativas crescem também.”

Carmen Sánchez-Laulhé MPRCA, Vice-Presidente, Região dos Andes e Brasil, Atrevia

“A fim de garantir a não disparidade salarial, as empresas devem adotar políticas estruturadas de recursos humanos que não levem em conta diferenças de gênero, raça, crença ou de qualquer outro tipo.

Compensações e aumentos salariais são um componente para a retenção do talento. Outro tópico importante a ser considerado é a mudança no ambiente de trabalho pós-pandemia. Nos próximos meses veremos cada vez mais o modelo de trabalho ‘escritório em qualquer lugar’.”

Pedro Cadina MPRCA, CEO, Vianews América Latina

“Acho que uma das conseqüências da falta de uma tradição forte no RP de provar objetivamente o nosso valor para o C-Suite criou um mercado em que o profissional de RP parece ser mal pago em relação ao valor final que produz para as empresas, e isso se reflete claramente nos salários médios anuais dos profissionais da área.”

Carlos A Diaz MPRCA, Gerente Geral e Membro do Conselho, Grupo GlobalNewsMember, GlobalNews Group

### SALÁRIOS

Perguntamos aos entrevistados qual era seu salário anual (excluindo bônus) bruto (antes dos impostos e de outras deduções).

O salário médio dos profissionais de RP na região é de US\$45.201.

<b>US\$19.999 OU MENOS</b>	<b>6%</b>
<b>US\$20.000 A US\$24.999</b>	<b>6%</b>
<b>US\$25.000 A US\$29.999</b>	<b>7%</b>
<b>US\$30.000 A US\$34.999</b>	<b>11%</b>
<b>US\$35.000 A US\$39.999</b>	<b>16%</b>
<b>US\$40.000 A US\$49.999</b>	<b>13%</b>
<b>US\$50.000 A US\$74.999</b>	<b>29%</b>
<b>US\$75.000 OU MAIS</b>	<b>8%</b>
<b>NÃO RESPONDEU</b>	<b>3%</b>



salário médio da profissão



ganham menos de US\$25.000 por ano

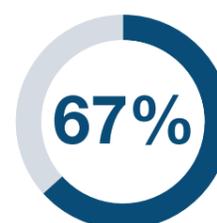


ganham mais de US\$75.000 por ano

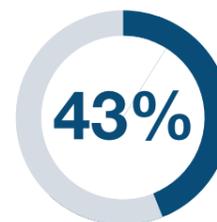
### AUMENTO SALARIAL

A maioria dos entrevistados (67%) recebeu um aumento salarial nos últimos 12 meses, enquanto 31% não tiveram aumento e 2% escolheram não responder.

Isso se compara a apenas 43% recebendo um aumento de salário na pesquisa do ano passado, quando a pandemia da COVID-19 ainda era um fator mais significativo na vida cotidiana das empresas.



dos entrevistados receberam um aumento salarial nos últimos 12 meses



disseram ter recebido um aumento salarial no Censo do ano passado

### DESIGUALDADE SALARIAL ENTRE GÊNEROS

A PRCA sabe que no mundo do RP, frequentemente os homens recebem um salário significativamente maior do que as mulheres para fazerem o mesmo trabalho. E, como organização, estamos engajados em colocar um fim a essa desigualdade salarial entre os gêneros.

Nesta pesquisa, em média os homens recebem mais de 7% a mais do que as mulheres, com um salário anual médio de US\$46.446 contra US\$43.276.

	HOMENS	MULHERES
<b>US\$19.999 OU MENOS</b>	<b>5%</b>	<b>8%</b>
<b>US\$20.000 A US\$24.999</b>	<b>5%</b>	<b>8%</b>
<b>US\$25.000 A US\$29.999</b>	<b>6%</b>	<b>9%</b>
<b>US\$30.000 A US\$34.999</b>	<b>11%</b>	<b>13%</b>
<b>US\$35.000 A US\$39.999</b>	<b>18%</b>	<b>12%</b>
<b>US\$40.000 A US\$49.999</b>	<b>12%</b>	<b>15%</b>
<b>US\$50.000 A US\$74.999</b>	<b>32%</b>	<b>25%</b>
<b>US\$75.000 OU MAIS</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>
<b>NÃO RESPONDEU</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>



salário médio para os homens



salário médio para as mulheres

### SALÁRIO EM EMPRESAS E AGÊNCIAS

A pesquisa também analisou os níveis salariais dos profissionais trabalhando em agências versus em empresas. Em média, as equipes das empresas ganham ligeiramente mais (US\$45.279 versus \$43.592).

	EMPRESA	AGÊNCIA
<b>US\$19,999 OU MENOS</b>	<b>2%</b>	<b>8%</b>
<b>US\$20,000 A US\$24.999</b>	<b>9%</b>	<b>11%</b>
<b>US\$25,000 A US\$29.999</b>	<b>7%</b>	<b>6%</b>
<b>US\$30,000 A US\$34.999</b>	<b>15%</b>	<b>9%</b>
<b>US\$35,000 A US\$39.999</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>
<b>US\$40,000 A US\$49.999</b>	<b>12%</b>	<b>12%</b>
<b>US\$50,000 A US\$74.999</b>	<b>32%</b>	<b>27%</b>
<b>US\$75,000 OU MAIS</b>	<b>5%</b>	<b>8%</b>
<b>NÃO RESPONDEU</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>



salário médio em empresas



salário médio em agências

**Melissa Cannon MPRCA**  
Diretora Internacional, PRCA

[melissa.cannon@prca.org.uk](mailto:melissa.cannon@prca.org.uk)

[www.americas.prca.global](http://www.americas.prca.global)

 [@PRCA\\_AMERICAS](https://twitter.com/PRCA_AMERICAS)