

## Salário de E-commerce Director pode chegar aos 75.000€

### Outras conclusões:

- **Recrutamento na área de Marketing Digital registou crescimento de 15%. Área de E-commerce cresceu 6%**
- **Remuneração dos profissionais de E-Commerce e Marketing Digital aumentou 5%**
- **Digital Marketing Manager regista valores salariais médios de 38.000€**

**Lisboa, 24 de Setembro de 2013** – A Michael Page, especialista em recrutamento e selecção especializada de quadros médios e superiores, avaliou recentemente a evolução do recrutamento de profissionais na área de E-Commerce. O balanço foi positivo, uma vez que a **Michael Page Commercial & Marketing registou um aumento de 6% nos recrutamentos nesta área face ao ano passado**. A função de E-Commerce Manager foi a mais requerida por parte das empresas.

No contexto deste estudo, a empresa realizou um pequeno-almoço corporativo para debater a evolução do E-Commerce e Marketing Digital em Portugal. O evento contou com a presença de Alexandre Nilo da Fonseca, (Presidente da ACEPI - Associação do Comércio Electrónico e Publicidade Interactiva), Erik Lassche (Director Geral da Grand Union do Grupo Full Six), Manuel Lima (Sales Director na Letsbonus), Miguel Figueiredo (Director Geral da Excentric Grey / Professor de Digital Marketing), Nuno Antunes (JWT e Professor de Digital Marketing) e Rodrigo Roquette (Head of Digital na Staples).

O E-Commerce é um mercado global, característica que acarreta vantagens e desafios. Alexandre Nilo da Fonseca considera: ***“Há uma grande dissonância entre a oportunidade – o mundo – e o que as organizações estão a fazer. De facto, 68% das empresas portuguesas não têm uma estratégia digital formalmente definida. O desafio das organizações portuguesas é à escala global mas isso não significa que não possamos ser inventivos. Temos de ter capacidade de olhar para o mundo como fizemos há 500 anos atrás, na época dos descobrimentos. Qualquer empresa que pense apenas em Portugal está condenada”***.

***“É inegável que a era digital está a criar novos modelos de negócio”***, afirma Manuel Lima. Nuno Antunes acrescenta: ***“O mercado é o mundo, para o bem e para o mal. Há mais concorrência mas também existem mais oportunidades. O caminho para as organizações portuguesas será exportar cada vez mais e o E-Commerce é uma boa ferramenta para as empresas em dificuldades chegarem a outros mercados. Por outro lado, o E-Commerce permite três aspectos procurados pelas pessoas: conveniência, qualidade de serviço e a customização.”***

Rodrigo Roquette reforça, afirmando: ***“Portugal tem de facto algumas limitações de volume a nível demográfico, mas ainda assim representa uma oportunidade em termos de negócio global das empresas.***

# Comunicado de Imprensa

***Em alguns países Europeus o negócio online já representa mais de 10% do volume de negócio global na área do retalho. Portugal está ainda longe desses valores, o que nos leva acreditar que a perspectiva será sempre de crescimento.***

De facto, apesar da evolução positiva, Portugal ainda está longe da média da UE27 no que concerne a utilização do e-commerce por parte da população que utiliza activamente a internet. A nível nacional, o volume de transacções no mercado B2C, ou seja, entre empresas e consumidores, foi no ano passado de cerca de 3.500 milhões de euros. A nível empresarial (B2B), o volume de transacções atingiu os 10 mil milhões de euros. Analisando o nosso tecido empresarial, apenas 20% das empresas têm site e unicamente cerca de 10% vendem através de sistemas online.

Por outro lado, o desenvolvimento do E-Commerce obriga ao equilíbrio entre retalho físico e E-Commerce. Miguel Figueiredo explica: ***“Ao desenvolver o negócio online, a empresa corre o risco de canibalizar o negócio físico. Assim, há uma grande pressão para aumentar as vendas através da internet, sem prejudicar os resultados da loja pois enquanto o online não cresce o suficiente para compensar as perdas físicas, a empresa estará a perder dinheiro. Enquanto não resolvermos este dilema, perderemos negócio para a concorrência externa”.***

No entanto, Rodrigo Roquette acredita: ***“Não podemos esquecer que uma boa estratégia online pode ajudar as vendas offline; o exemplo da crescente opção de levantamento de encomendas nas lojas prova que os clientes continuam a valorizar os espaços físicos e o atendimento pessoal. Os Portugueses são dos povos que mais pesquisam na Internet antes da decisão de compra, que embora possa ser feita na loja, é cada vez mais influenciada pela pesquisa e comparação no meio online.”***

## **Marketing digital em crescimento**

Também a área de Marketing Digital se encontra em expansão em Portugal, graças ao maior investimento das empresas nesta área, **registando um aumento de 15% nas contratações quando comparado com o ano passado.** De acordo com o levantamento de informação realizado pela Michael Page, os perfis mais recrutados foram Digital Marketing Manager, Gestor de Conteúdos e Online Product Manager.

A Michael Page apurou ainda que a Hotelaria, Aviação e Retalho foram os sectores que mais cedo investiram nesta área e onde, conseqüentemente, se tem observado um crescimento gradual em termos de volume de negócios gerado.

Sofia Montalvo, consultora sénior da Michael Page Commercial & Marketing, considera que ***“a necessidade crescente de recrutar estes perfis advém da cada vez maior premência por parte das empresas em entrar na era digital. A exigência do mercado para que se caminhe neste sentido e a necessidade de encontrar novos canais de distribuição a baixos custos são as principais razões apontadas pelas empresas para o recrutamento nesta área. Algumas empresas já se deram conta de que não se prevê crescimento no***

# Comunicado de Imprensa

**mercado nacional e que existe um mundo de oportunidades online para chegar a milhões de potenciais novos consumidores”.**

## O factor formação

A falta de conhecimentos na área do E-commerce e Marketing Digital, sobretudo nos profissionais mais experientes e nas chefias, é um problema apontado por todos os presentes no evento. **“Encontramos muita vontade de estar online mas há uma grande falta de conhecimentos. Por exemplo, a estratégia digital está muito ligada ao marketing, ao social media, mas muitas vezes desligada das vendas. E muito poucas empresas estabeleceram métricas para medir o que estão a fazer”**, afirma Manuel Lima.

Erik Lassche corrobora: **“O principal problema não está no custo ou disponibilidade de soluções tecnológicas, mas na falta de pessoas, nomeadamente ao nível dos cargos de gestão, que compreendam de facto o digital. Não há a noção de que este deve fazer parte da estratégia geral das empresas; não podemos falar nele como uma disciplina à parte”**.

De facto, a Michael Page analisou o número de licenciados no sector, verificando que existem cada vez mais profissionais a ingressar em áreas como o Marketing Digital. Contudo, apenas 12% dos candidatos que procuram projectos nesta área apresentam uma formação académica relacionada com o Marketing Digital embora cada vez exista mais formação especializada no sector, que permite aos profissionais adquirirem novas competências nesta área.

**“Ainda não se está a fazer tudo o que é preciso em termos de formação, sobretudo no que concerne os cargos de topo. Seria importante desenvolver formação orientada a gestores, como por exemplo crash courses que expliquem o impacto que o digital tem no negócio”**, defende Miguel Figueiredo.

Opinião corroborada por Alexandre Nilo da Fonseca: **“Já não podemos pensar que concluímos a nossa formação em 4 ou 5 anos e que nunca mais vamos ter de estudar. A tecnologia evoluiu imenso mas as empresas ainda não a estão a acompanhar, mantendo paradigmas anteriores. Há indústrias que vão ter de mudar muito. A par da formação, as organizações terão de fazer um novo HR approach, formando as equipas actuais mas também contratando novos colaboradores”**.

## Evolução salarial

De acordo com o levantamento de informação da Michael Page, foi possível notar que, ao contrário da tendência do mercado de baixa salários na maior parte dos sectores, esta área tem registado um aumento das remunerações.

# Comunicado de Imprensa

*“Verificamos que o impulso na procura de profissionais desta área está a ser acompanhado por um **incremento salarial nas contratações destes candidatos, de cerca de 5%**. No entanto, importa referir que, em contexto de agência, os profissionais continuam a receber um salário inferior ao auferido pelas pessoas que trabalham no cliente final”, explica Sofia Montalvo.*

Os perfis de E-commerce Director destacam-se em termos salariais. Podendo chegar aos 75.000€, os pacotes salariais destes profissionais têm-se revelado bastante atractivos. Já o Digital Marketing Manager regista valores salariais médios de 38.000€.

## **Perspectivas para 2013**

Apesar da conjuntura económica, as vendas das lojas portuguesas online continuam a crescer. Cerca de 60% teve um aumento no volume de vendas no primeiro trimestre de 2013 e as perspectivas para o futuro são positivas.

*“Portugal tem um playfield muito competitivo e o mobile veio mudar as regras do jogo, obrigando-nos a pensar de forma muito séria nas nossas estratégias. Daqui a uns anos vamos olhar para este período com a «dark age» do E-Commerce; este é só o começo e acredito que assistiremos a um boom muito interessante”* comenta Erik Lassche.

Espera-se que, no futuro próximo, as contratações continuem a crescer, estando muito focadas em profissionais com formação académica associada às áreas de Marketing Digital e E-Business, que possuam *background* profissional em sectores relevantes.

*“Nota-se também que cada vez mais empresas apostam na área de E-Commerce e que os investimentos em comunicação e publicidade são cada vez mais desviados para o canal online. Por outro lado, do ponto de vista dos profissionais desta área é fundamental haver uma formação e reciclagem de conhecimentos, pois as exigências e a rápida evolução a que esta realidade obriga impõem uma constante aprendizagem de novas tendências e tecnologias. Este negócio gera necessidade de novos perfis nas organizações, obrigando a novas contratações e a um incremento no recrutamento das áreas relacionadas. Em conclusão, acreditamos que 2013 será um ano particularmente bom para os profissionais da era 3.0”,* explica Sofia Montalvo.

Rodrigo Roquette defende, todavia, que não devemos depender apenas do crescimento natural do mercado:

*“Grande parte do crescimento do online é, neste momento, um crescimento natural, sustentado pelo desenvolvimento tecnológico. Contudo, não será sempre assim. Nesse sentido é fundamental que as empresas sejam inventivas na definição de novas estratégias, baseadas em propostas de valor que não dependam exclusivamente da redução de preços. A maior rapidez e facilidade do customer service online pode igualmente trazer mais clientes e convencer as pessoas a fazer um shift dos meios tradicionais para as novas plataformas de negócio.”*

# Comunicado de Imprensa

***“Ainda existe uma dissonância entre as gerações mais antigas e as mais novas, mas acredito que os profissionais mais jovens têm um papel determinante - “contaminar positivamente” os mais experientes, inspirando-os. Acredito que daqui a uma década, quando os jovens de 20 anos forem Directores de Marketing e os profissionais de 30 anos forem Directores Gerais, as “coisas” irão evoluir imenso”***, conclui Nuno Antunes.

## **Sobre a Michael Page**

A Michael Page é uma das mais conhecidas e respeitadas consultoras de recrutamento do mundo. Estabelecida há mais de 35 anos no Reino Unido, tem actualmente 164 escritórios em 34 países. É uma empresa líder em recrutamento e selecção especializada de quadros médios e superiores, para projectos de carácter permanente e temporário, sendo constituída por consultores especializados, que apresentam formação e experiência profissional nas áreas para as quais recrutam.

Para mais informações sobre a empresa, por favor visite:

[www.michaelpage.pt/index.html](http://www.michaelpage.pt/index.html)

**Para mais informações, por favor contacte:**

## **Hill + Knowlton Strategies**

Paulo Oliveira      paulo.oliveira@hkstrategies.com / 91 788 78 00  
Iris Carvalho      iris.carvalho@hkstrategies.com / 91 994 78 65