

PESQUISA SOBRE OS HÁBITOS DE CONSUMO DE REDES SOCIAIS DOS

# MARÍTIMOS BRASILEIROS



# ÍNDICE

---

03 | SOBRE A ESTAÇÃO CRIATIVA

05 | INTRODUÇÃO

06 | DADOS PRINCIPAIS

08 | PERFIL DEMOGRÁFICO

11 | CONSUMO DE REDES SOCIAIS

18 | LISTA DE CONTEÚDOS RELEVANTES

21 | ORIENTAÇÕES

23 | CONTATO ESTAÇÃO CRIATIVA



## SOBRE A ESTAÇÃO CRIATIVA

Em 2015, A Estação nasce com o propósito de dar vida às marcas. Seu foco neste ano é voltado para o branding. Clientes em diversos estados do Brasil e nos EUA. Neste ano também, sua fundadora ingressou no mercado de óleo e gás, em uma das maiores empresas do país, na área de comunicação. Lá, ela desenvolveu habilidades e chegou ao cargo de Coordenadora de Comunicação, Marketing, Diversidade e Inclusão.

O seu objetivo, no entanto, sempre foi levar a Estação Criativa para outro nível e em 2022, a Estação passou por um posicionamento. Com isso, acrescentamos uma missão fundamental: impulsionar as vendas dos clientes. Agora, além de focar no aspecto visual, a agência se destaca por criar estratégias que promovem o crescimento e estabelecem uma forte presença no imaginário dos consumidores.

A nossa trajetória é marcada pelo crescimento constante e pela conquista de parceiros extraordinários, resultado do esforço e dedicação de toda a equipe.

## PARTE 2

**SOBRE A ESTAÇÃO CRIATIVA**

A busca pela excelência é constante, e a Estação continua a trilhar seu próprio caminho em direção ao extraordinário.

**Conheça alguns de nossos serviços:**

**Marketing Digital:** Estratégia, dados e resultados para impulsionar o crescimento da sua empresa.

**Gestão de Redes Sociais:** Análise mercadológica, aplicação das ferramentas de marketing, criação da estratégia, desenvolvimento da pauta e análise dos resultados.

**Comunicação:** Endomarketing, Branding, Rotulagem, design gráfico e Ações de comunicação.

**Venha decolar com a Estação Criativa!**



## INTRODUÇÃO

**A Estação Criativa, agência de marketing**, criou a pesquisa sobre os Hábitos de Consumo de Redes Sociais dos Marítimos Brasileiros, com o intuito de ajudar as empresas de navegação do país a estruturarem a sua comunicação, pensando nos profissionais que fazem parte do universo delas.

Segundo Kotler, **"A pesquisa levará a empresa a reconhecer que os compradores em qualquer mercado normalmente diferem em suas necessidades, percepções e preferências"**. Tratando do segmento escolhido, o impacto de traçar uma estratégia de marketing é elevar a sua reputação, perante as demais empresas, diferenciando dos concorrentes e, também, mostrar a sua potência como geradora de serviços e renda.

O objetivo dessa pesquisa é **trazer insights para as empresas do ramo**. Muitas ainda estão estruturando as suas plataformas de relacionamento com o público e, dessa forma, caso a sua instituição tenha ou não um time interno de Marketing, **a pesquisa irá te servir como guia para entender como melhorar o engajamento da marca e trabalhar um posicionamento forte**.

Conhecer o público-alvo é primordial para fazer qualquer organização crescer e prosperar. Todas as informações podem ser trabalhadas pelas áreas comerciais, no momento de apresentar os benefícios da empresa e fechar contratos, nos Recursos Humanos, para atrair os melhores profissionais do mercado, por exemplo. São vastas as possibilidades de uso.

**Gostaríamos de agradecer** a todos que contribuíram para o relatório e se disponibilizaram a responder. Sem você isso não seria viável.

Com os dados, conseguimos **avaliar o comportamento digital e quais são os seus motivadores** dos participantes em seguir uma empresa de navegação nas redes sociais e se sentir atraído pelas postagens.

**Ficou curioso? Vamos conosco ver o resultado desta pesquisa!**



## DADOS PRINCIPAIS

**74%**

Avalia a empresa que trabalha como engajada nas redes.

**56%**

Dos entrevistados dizem já ter conseguido um emprego pelas redes sociais.

**61%**

Usa o LinkedIn para fazer networking.

**64%**

Afirma não comentar em postagens da própria empresa ou de terceiros no LinkedIn.

PARTE 2  
**DADOS PRINCIPAIS**

**94%**

Acessam as redes sociais pelo celular.

**64%**

Preferem consumir notícias sobre o mercado.

**20%**

Preferem vídeos

**10%**

Artigos

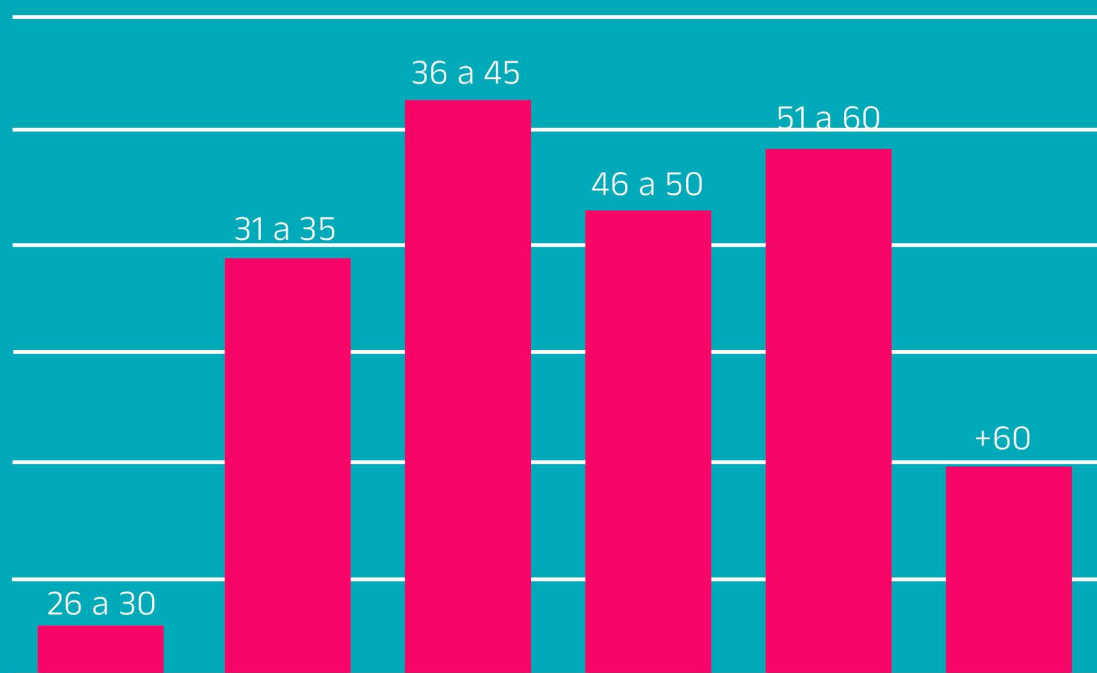
**05%**

Fotos

## PERFIL DEMOGRÁFICO

# 94,8%

das respostas foram do sexo masculino, a maioria, como podemos ver no gráfico, na faixa de 36 a 45 anos.



As respostas vieram da maioria do estado do **Rio de Janeiro**. Em segundo lugar, ficou a **Paraíba**, seguido por **Sergipe e Bahia**. Já em relação à escolaridade, a porcentagem ficou maior entre profissionais com Ensino Superior Completo e Ensino Médio Completo. Como as funções de trabalho entre os marítimos difere muito, a necessidade de certificações varia.

## PARTE 2 PERFIL DEMOGRÁFICO



## DICA DA ESTAÇÃO

Para cada região e perfil de renda e escolaridade, deve-se atentar para a linguagem verbal escolhida para criar conexão com o público. Para isso, a sua empresa precisa criar personas (acesse [www.estacaocriativa.com](http://www.estacaocriativa.com) para saber mais sobre personas) distintas que deseja atrair e que condizem com os objetivos de negócios.

ESCOLARIDADE  
**PERFIL DEMOGRÁFICO**

**28,2%**  
SUPERIOR

**28,2%**  
MÉDIO

**25,6%**  
PÓS - GRADUAÇÃO

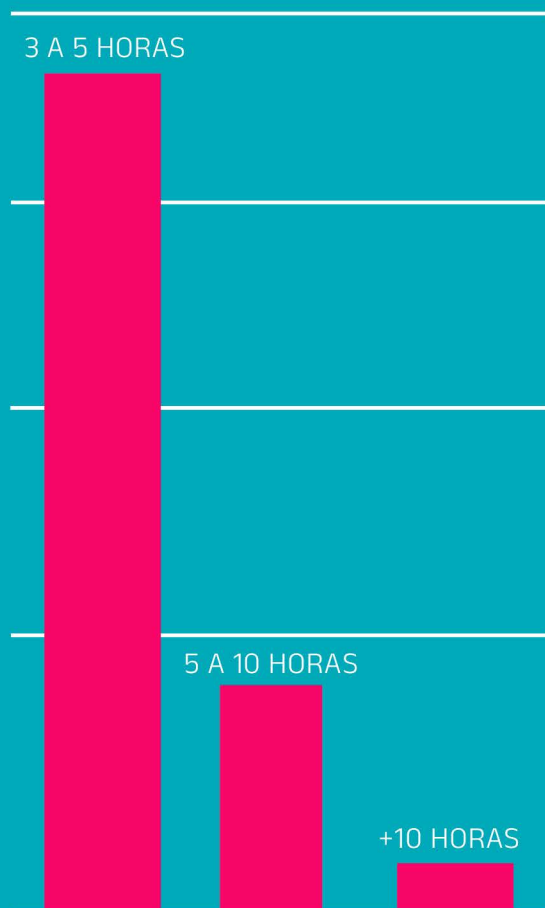
**7,7%**  
SUPERIOR  
INCOMPLETO

**7,7%**  
TÉCNICO

**2,6%**  
FUNDAMENTAL

# CONSUMO DE INTERNET POR DIA DURANTE A SEMANA

## EMBARCADO



## DESEMBARCADO



# CONSUMO DE INTERNET

## QUAL SITE OU APP MAIS VISITAM

### APPS DE REDES SOCIAIS

25,6%

### APPS DE CONVERSAS

69,2%

### APPS DE BANCO

43,5%

### APPS DE VÍDEO

10 25,6%

### APPS DE NOTÍCIAS

30,7%

### OUTROS

02 5,1%

\*Os participantes puderam votar em mais de uma opção

## CONSUMO DE INTERNET

QUAIS REDES SOCIAIS MAIS UTILIZAM

**26%**  
LINKEDIN

**8,7%**  
X / TWITTER

**26%**  
INSTAGRAM

**23,1%**  
FACEBOOK

**8,7%**  
TIKTOK

**7,7%**  
OUTROS

\*Os participantes puderam votar em mais de uma opção



## CONSUMO DE INTERNET QUAIS REDES SOCIAIS POSSUEM

**27%**

LINKEDIN

**7,8%**

X / TWITTER

**23,5%**

INSTAGRAM

**24,3%**

FACEBOOK

**8,7%**

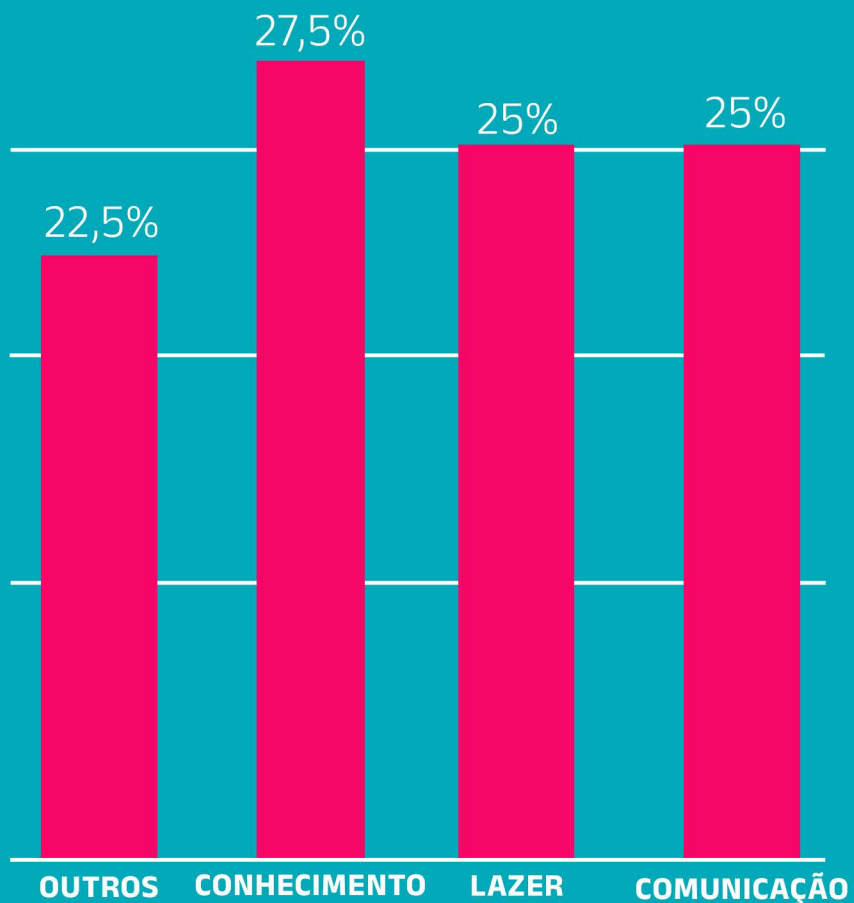
TIKTOK

**8,7%**

OUTROS



## CONSUMO DE INTERNET



Em relação ao tipo de uso, pode-se notar que há um equilíbrio entre lazer, comunicação e para se atualizar sobre notícias e ter outros conhecimentos. Na seção Outros, as respostas foram direcionadas à facilidade que as redes sociais proporcionam em nossas vidas para qualquer atividade.

## CONSUMO DE INTERNET

Pode-se notar que tanto embarcados, quanto desembarcados, a **maioria dos entrevistados tem um padrão de consumo médio entre 1 hora e 5 horas por dia. Isso significa que as pessoas passam até 20%** do seu dia envolvidos por atividades na internet, em sua maioria, para lazer, comunicação e para se atualizar de notícias. Todos os entrevistados falam que possuem internet em casa e nas embarcações às quais prestam serviço. Porém, como é sabido, o sinal de conexão à deriva ainda apresenta interrupções. **Mesmo embarcados, eles utilizam, principalmente as redes sociais abaixo:**

**INSTAGRAM 26%**

**LINKEDIN 26%**

### DICA DA ESTAÇÃO:

Como podemos ver, as principais redes são Instagram e LinkedIn. Esses são os canais que a sua empresa pode focar. Porém, devido ao segmento, o LinkedIn é o mais recomendado, por se tratar de uma rede corporativa, onde estão presentes profissionais de níveis iniciantes a C-Levels, concorrentes, clientes, fornecedores e colaboradores. Esta é uma oportunidade de criar uma comunidade e agregar valor a sua gestão de marca (branding).



# CONSUMO DE INTERNET

## MOTIVOS PARA SEGUIREM UMA EMPRESA



- Estar atento ao mercado de trabalho.
- Empregabilidade.
- Saber sobre seu trabalho no mercado.
- Saber abordagens, o que valoriza, seus objetivos.
- Notícias sobre o Mercado Offshore
- O conceito da empresa.
- A evolução, criatividade, crescimento, organização, segurança, conhecer pessoas da mesma área.
- A história, a criação e opinião dos profissionais que trabalham em uma empresa.
- Cultura e transferência profissional
- Um cuidado com o conteúdo

## CONTEÚDOS MAIS DESEJADOS

ATUALIZAÇÕES DO MERCADO

64,1%

CULTURA DA EMPRESA

28,2%

DIA A DIA EMBARCADO

38,4%

VAGAS

43,5%

CURIOSIDADES SOBRE EMBARCAÇÕES

64,1%

\*Os participantes puderam votar em mais de uma opção

# CONTEÚDOS MAIS DESEJADOS

## LISTA DE TEMAS PARA TRABALHAR NAS REDES

**1. Introdução:** De como era a vida marítima, histórico da vida marítima.

**2. Curiosidades sobre as embarcações,** informações interessantes sobre tipos de embarcações.

**3. Abordagem psicológica e técnica no dia a dia marítimo,** confinamento, relações interpessoais e aspectos psicológicos. Questões técnicas relacionadas ao trabalho.

**4. Ascensão na carreira marítima,** como ascender de categoria. Informações sobre qualificação e promoção.

**5. Experiências culturais e motores marítimos,** conhecimento de outras culturas durante o trabalho. Aspectos técnicos relacionados a motores marítimos.

**6. Tendências no trabalho no mar e atualizações profissionais,** atualizações sobre o mercado de trabalho e cursos na área marítima.

# CONTEÚDOS MAIS DESEJADOS

## LISTA DE TEMAS PARA TRABALHAR NAS REDES

**7. Vida offshore:** Notícias e satisfação da tripulação, notícias sobre a vida offshore, experiências e satisfação da tripulação.

**8. Comércio marítimo,** cabotagem e escolha de empresas aspectos do comércio marítimo, cabotagem e critérios para escolher as melhores empresas.

**9. Informações sobre especialidade e segurança,** detalhes específicos sobre a especialidade, aspectos de segurança no trabalho marítimo.

**10. Rotina de bordo, disponibilidade de emprego e métodos eficientes**

- Descrição da rotina de bordo.
- Disponibilidade de emprego e métodos eficientes de aprendizado.

**11. Aspectos financeiros e satisfação profissional**

- Salário, benefícios, dicas financeiras e avaliação da satisfação profissional.

**12. Tempo de permanência e conclusão:** Vagas e oportunidades

- Quanto tempo permanecer na mesma posição.
- Oportunidades de emprego na área marítima.

# ORIENTAÇÕES

VAMOS VER ALGUMAS ORIENTAÇÕES PARA VOCÊ IMPLEMENTAR NO PERFIL DA SUA EMPRESA?



## DICA 1: Reveja a biografia e a capa do perfil da empresa.

Ao entrar na página, o primeiro ponto que olhamos é a capa. Opte por um design com fotos reais do segmento e coloque uma frase de impacto ou o próprio slogan para construir o posicionamento da marca em todos os detalhes. É necessário atrair as pessoas e mostrar o acolhimento e cuidado de quem gerencia a rede.

## DICA 2: Registre todos os treinamentos e eventos internos do time.

O seu público é composto de pessoas, e nós nos conectamos com quem nos identificamos. Por isso, alguns dos conteúdos que mais engajam (aumento de curtidas, comentários e compartilhamentos), acontece quando a empresa mostra que é engajada internamente, e no caso, de empresas de navegação, investem em treinamentos de segurança, pré-embarque e de atualizações de mercado, além de eventos com parceiros, auditorias, projetos com a equipe de RH.

## DICA 3: Crie linhas editoriais com nomes criativos.

Escolha temas centrais, como os que falamos na página anterior, e crie uma série de conteúdos. Por exemplo, se a sua empresa possui um projeto de visitas a embarcações com funcionários de terra todo mês, isso pode ser documentado e se tornar um conteúdo interessante. Adicione todos os meses conteúdos relativos às séries e pense em assuntos que o seu público queira ver. Aqui é o momento de usar a criatividade.

# ORIENTAÇÕES

## **DICA 4: Atente-se para as métricas.**

O LinkedIn possui uma página de análises, com resultados que são computados todos os meses. Compare as métricas atingidas de um mês para o outro e crie estratégias em cima dos dados. Saber dos erros e acertos, fará alcançar o extraordinário com o tempo.

## **DICA 5: Crie ações internas para aumentar o engajamento dos colaboradores.**

A rede social deve ser usada para mostrar a cultura, valores e missão da empresa e, isso, deve ser alimentado na rotina dos colaboradores, para passar veracidade para quem segue. Por isso, investir em ações internas, tanto para criar um ambiente de trabalho mais humano e saudável, quanto para manter os colaboradores mais realizados com a organização faz diferença. Essa dica faz parte também de um trabalho de Employer Branding, ou seja, gestão de marca empregadora, pois condiz com os objetivos de recrutamento e permanência dos talentos.

## **DICA 6: Esteja sempre atualizado no mercado e participe das principais feiras.**

Essa dica é antiga, afinal, quem não é visto não é lembrado. No final do ano ou no início do próximo, faça um calendário com as principais datas comemorativas e eventos que a empresa pode participar. A partir disso, a sua equipe poderá organizar intervenções nos eventos para trazer visibilidade para a marca e o networking estará garantido.

## **DICA 7: Crie conteúdos para pessoas de terra e de mar.**

Apesar dessa pesquisa ter sido feita com os marítimos, o trabalho acontece através da conexão quem embarca e quem fica na sede. Mostrar o trabalho de ambos e a sua importância para o funcionamento da empresa, mostra a atenção de quem está criando o conteúdo, além de trazer sensação de pertencimento dos colaboradores e, também, atrair profissionais de várias áreas para o mercado offshore.



## CONTATO

**Precisa de ajuda com a comunicação da sua empresa?** Temos um time preparado para alavancar suas redes sociais.

**Endereço:** Alameda São Boaventura – sala 411 – Bl 2. Fonseca – Niterói – Rio de Janeiro  
Email: [contato@estacaocriativa.com](mailto:contato@estacaocriativa.com)  
Contato: 21 98357-8527

**Deixe a sua opinião sobre a pesquisa aqui!**

