

The background is a vibrant gradient from yellow at the top to pink at the bottom. It is filled with various white icons and shapes: speech bubbles, gears, a star, a shopping basket, a hand pointing at a screen, a cloud, a network diagram, and silhouettes of people's heads. The overall theme is digital communication and technology.

O comportamento das Gerações

Setembro 2021

quem
são?

o que
fazem?

o que
consomem?



Baby Boomers

De 62 a 75 anos



22% - ensino médio completo | 14% - superior completo
5% - pós graduação ou mestrado ou doutorado completo

Geração X

De 42 a 61 anos



30% - ensino médio completo | 13% - superior completo
7% - pós graduação ou mestrado ou doutorado completo

Geração Y ou Millennials

De 27 a 41 anos



37% - ensino médio completo | 14% - superior completo
7% - pós graduação ou mestrado ou doutorado completo

Geração Z

De 12 a 26 anos



26% - ensino médio completo | 5% - superior completo

Geração **Baby Boomers**

Força de trabalho e dedicação

Geração Baby Boomers

São leais e comprometidos

São competitivos, contestadores e focados em resultados

Aprenderam a lidar com os avanços tecnológicos, mas de uma forma mais gerencial do que aplicada à mudança de hábitos

Utilizam seus devices para fins mais tradicionais, como fazer ligações ou navegar pela internet



Mercado de trabalho

Um emprego para a vida toda.
Valorizam a ascensão profissional

Geração Baby Boomers

São muito consumidores e inovadores, portanto, estão sempre atentos às movimentações do mercado. Por essa razão, na maioria das vezes estão em cargos de gestão acima da média nas empresas

Como tiveram contato tardio com a internet, geralmente estabelecem uma **relação de descoberta** com as novas tecnologias

Dão grande importância ao treinamento, principalmente **relacionado a tecnologias**



Device

Se em 2015 o device mais utilizado era o laptop, desde 2017 passou a ser o smartphone

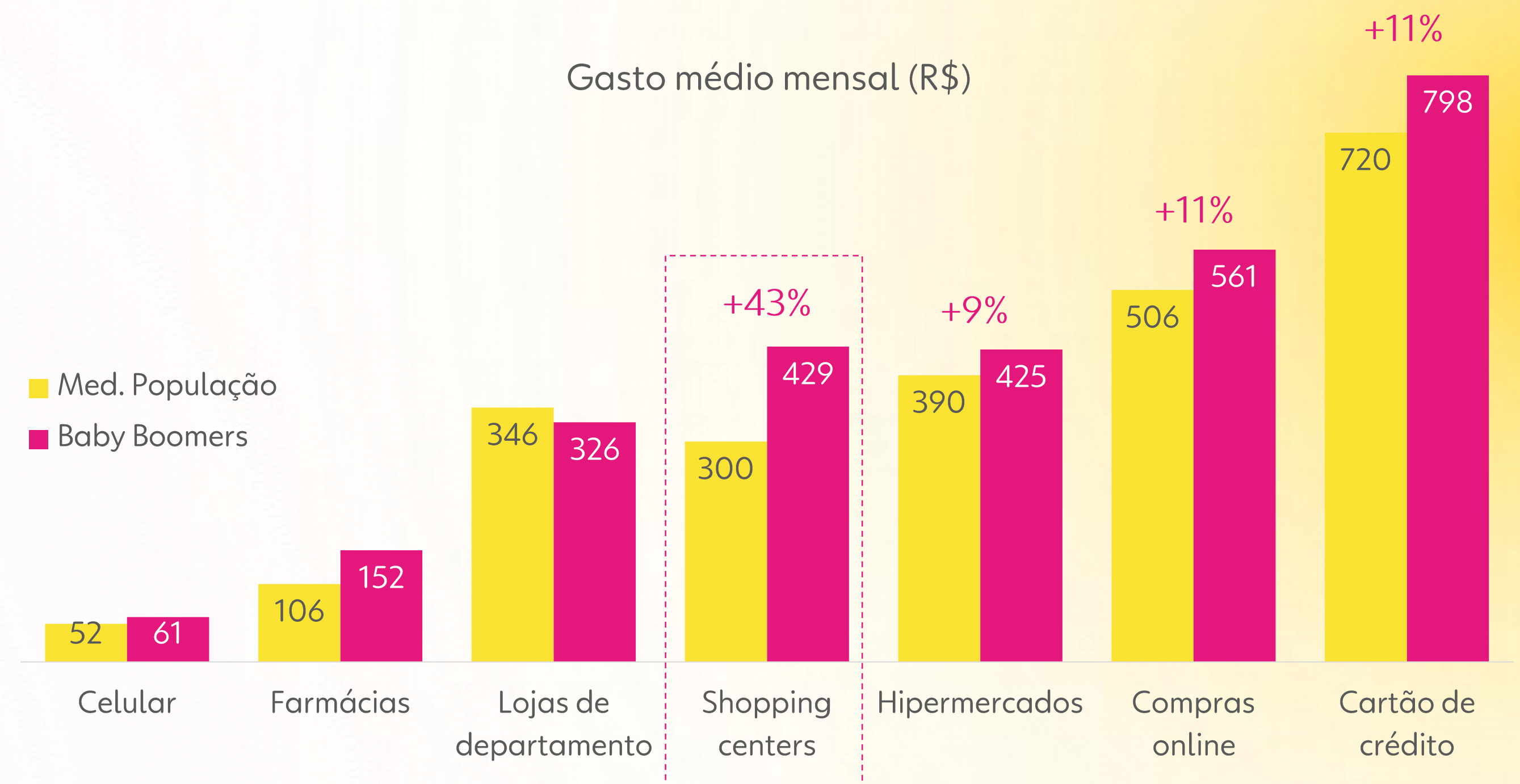


Redes sociais preferidas

Facebook e LinkedIn

Geração Baby Boomers

Uma geração com poder de compra, possui uma renda média mensal pessoal 39% maior que a média da população



Geração **Baby Boomers**

82% não gostam de ter dívidas

71% estão felizes com seu padrão de vida

91% consideram sua casa o melhor lugar do mundo

82% não abrem mão de conforto

Geração **Baby Boomers**

88% gostam de ter objetos de boa qualidade, e também produtos que facilitem o dia a dia

83% só vão às compras quando realmente precisam de algo

73% gostam de marcas mais tradicionais

Geração
Baby Boomers

Relação com a televisão

Alta afinidade

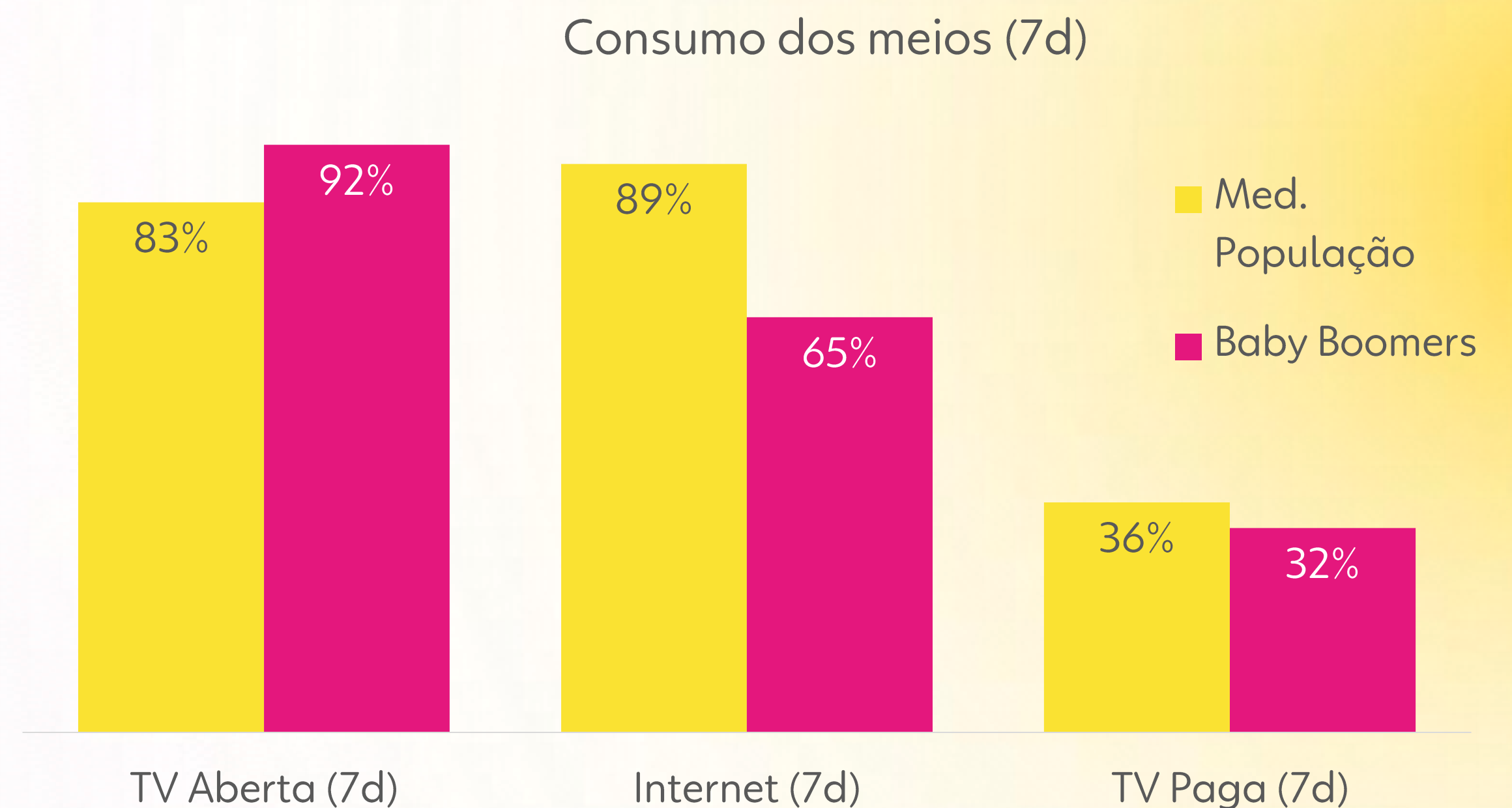
Televisão é a principal fonte de entretenimento (148)

Confiam nos comerciais de tv para decidirem suas compras (137)



Geração Baby Boomers

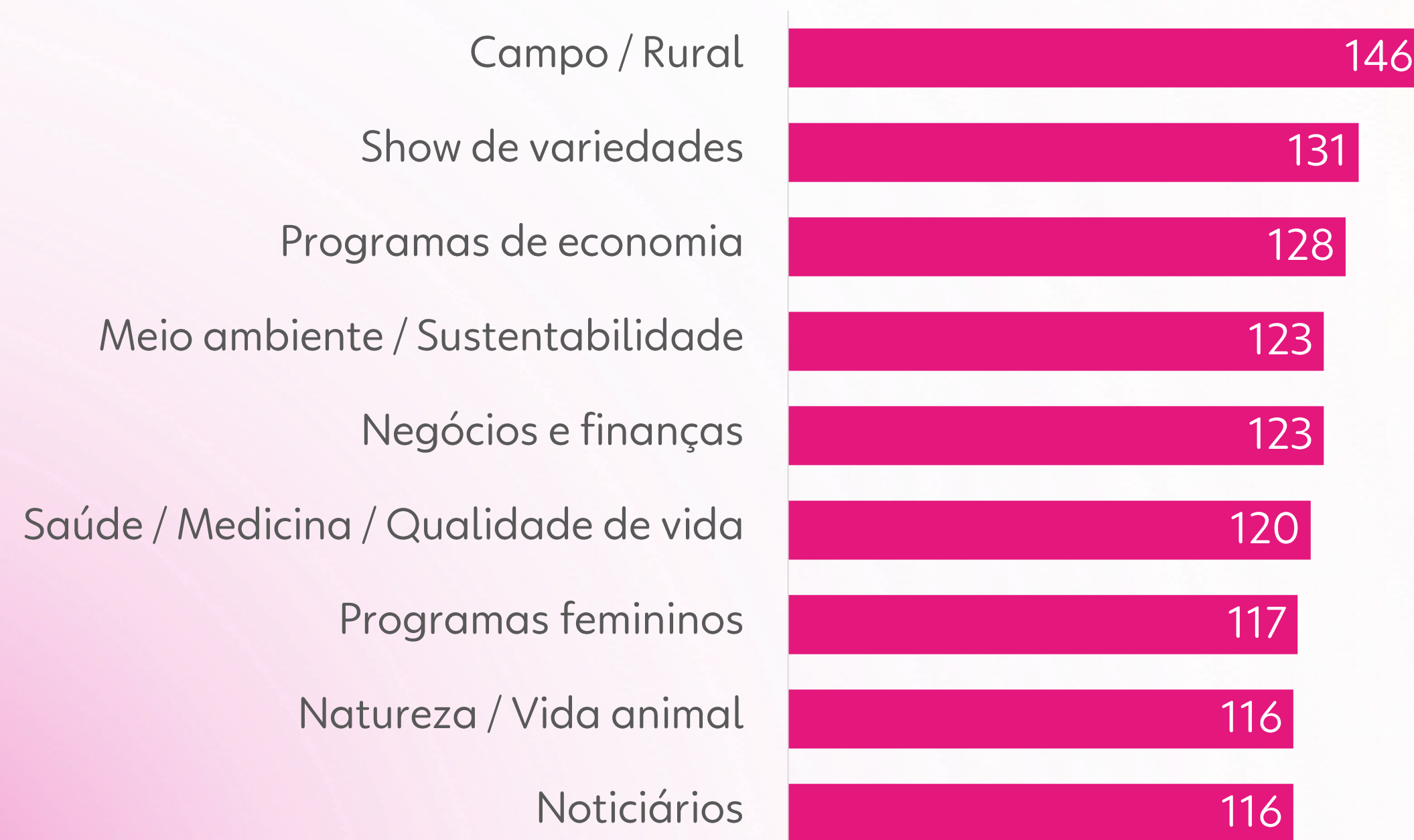
Semanalmente, 82%
consomem conteúdos
Globo, sejam lineares
ou digitais



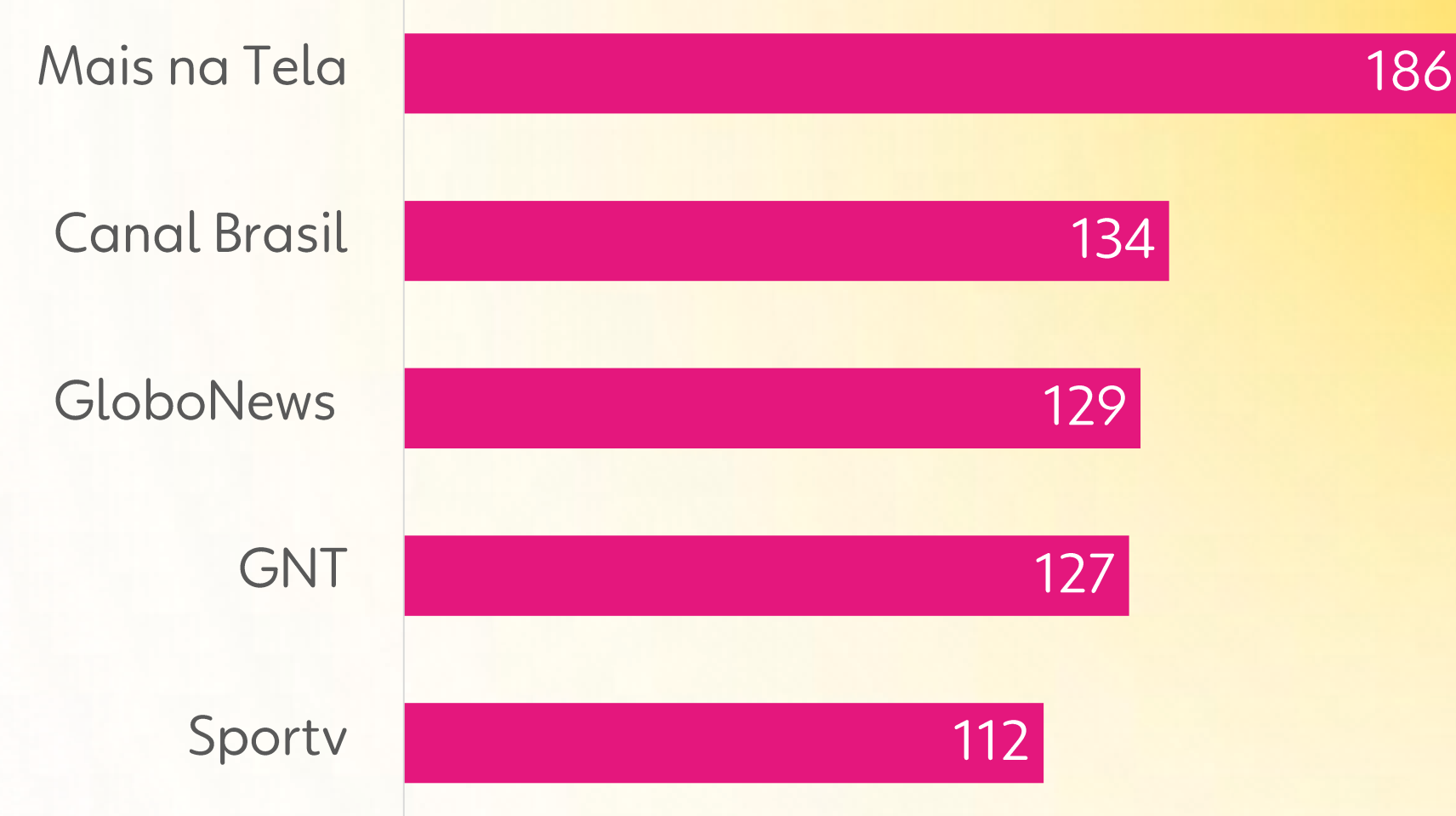
Geração Baby Boomers

Afinidades

Gêneros de programação preferidos



Canais Globo PayTV



Na internet, o target se interessa por Jardinagem

Geração X

Força, foco e aposentadoria

Geração X

São independentes e empreendedores

Valorizam a estabilidade e são um pouco resistentes a mudanças

Geração equilibrada, que não se precipita na tomada de decisões

Tiveram que aprender a usar internet quando o mundo ainda era offline. Não são nativos digitais, mas são experientes e dedicados



Mercado de trabalho

Buscam a ascensão profissional. Alguns estão próximos da aposentadoria, e buscam aprimorar suas habilidades para conseguir resultados efetivos

Geração X

Adaptam-se rapidamente às tecnologias

Utilizam recursos tecnológicos, mas prezam pelo consumo de informação de uma forma híbrida (online e offline)

Valorizam a flexibilidade e a aprendizagem colaborativa

Maturidade e escolha de produtos de qualidade



Device
Desktop

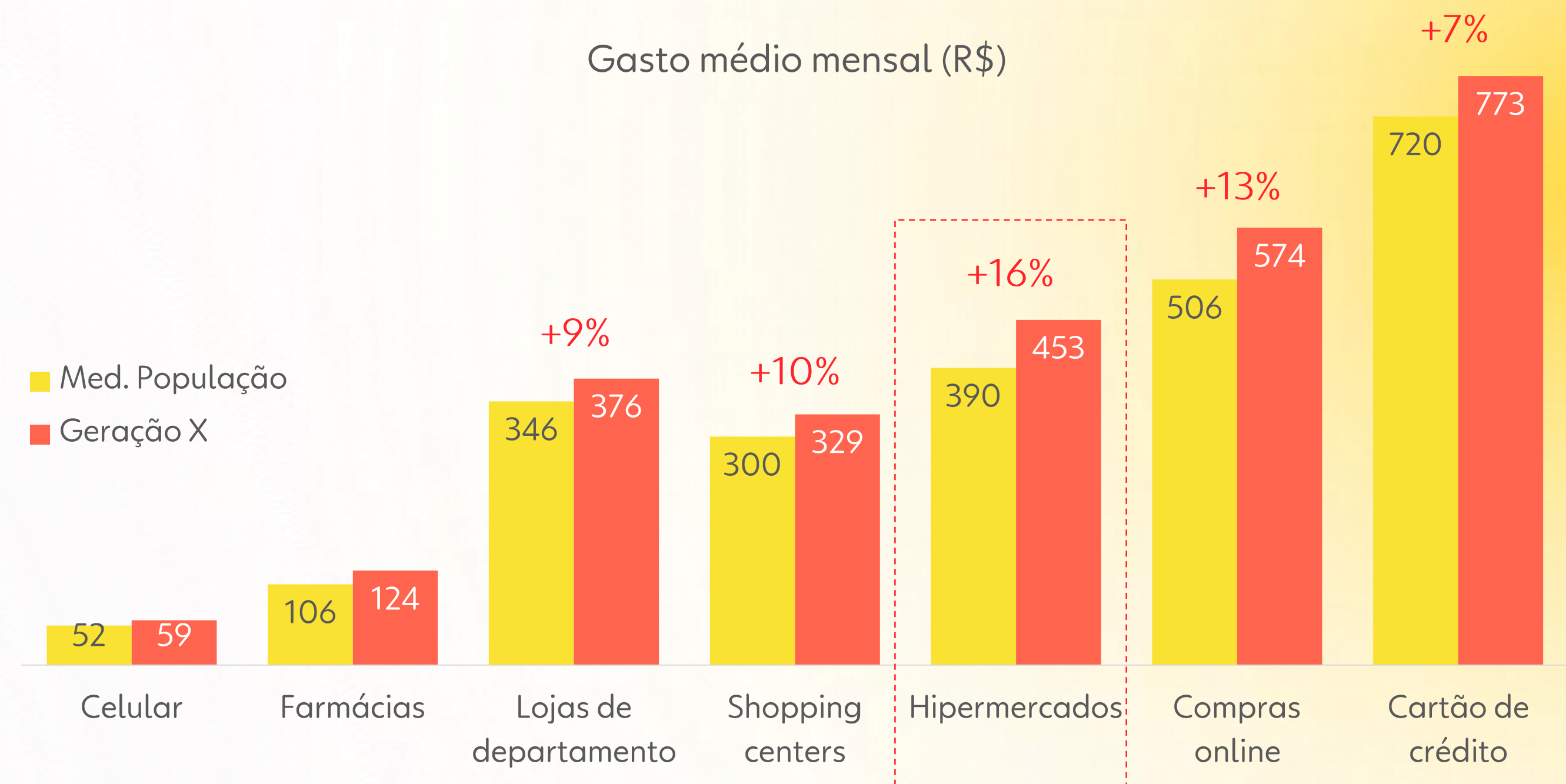


Redes sociais preferidas
Facebook e Instagram

Geração X

Possui uma renda média mensal pessoal 19% maior que a média da população

Na maioria das categorias, o gasto médio também é superior



Geração X

82% hoje gastam dinheiro com mais cuidado do que costumavam gastar antes

62% se consideram muito bons para administrar o dinheiro

94% gostam de levar a vida com bom humor

87% sentem prazer em receber pessoas em casa

Geração X

89% sempre procuram ofertas e descontos

82% compram produtos e artigos produzidos em seu próprio país, quando possível

73% quando encontram uma marca que gostam, tendem a ser fiéis a ela

Geração X

Relação com a mídia

70% gostam de relaxar assistindo TV

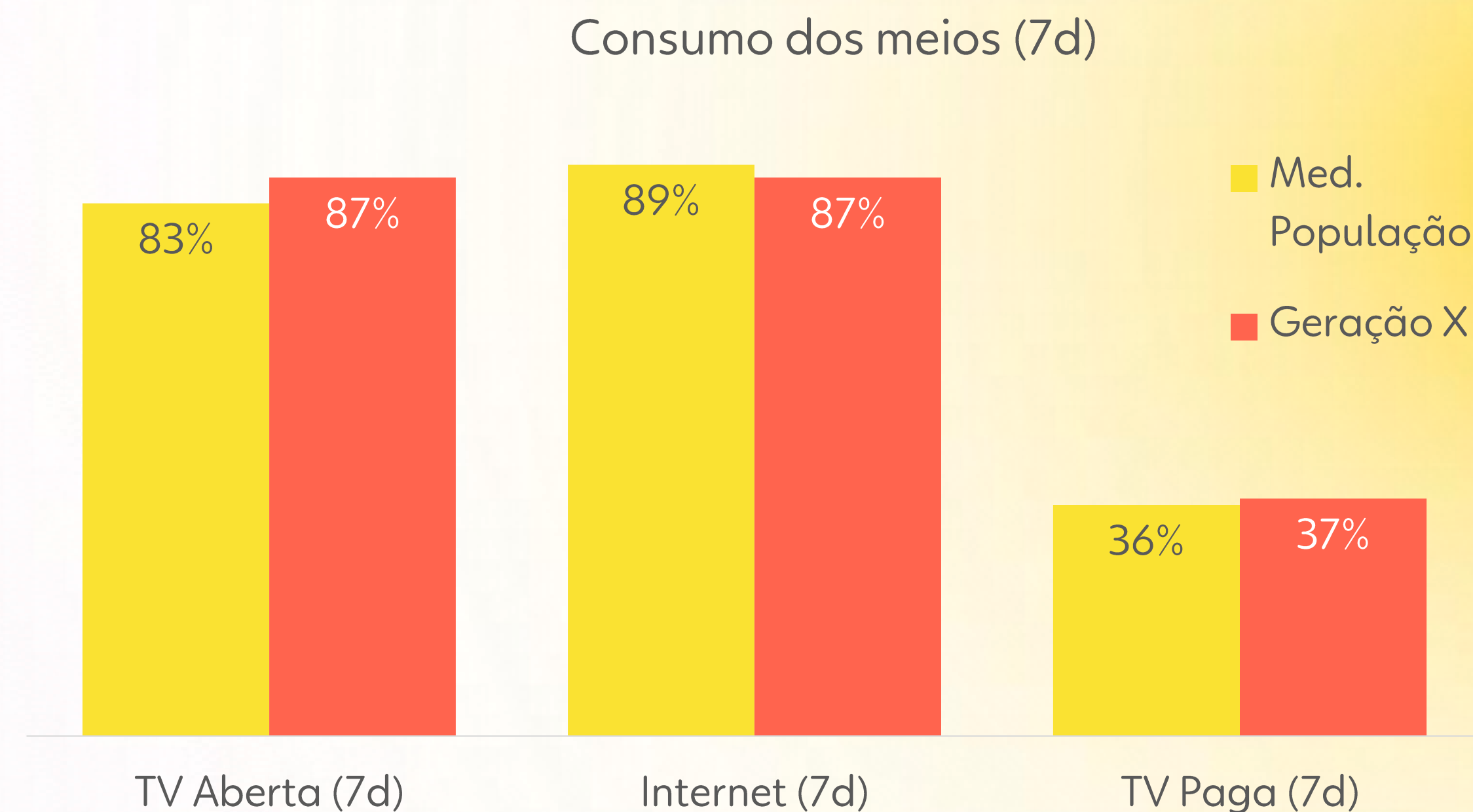
67% buscam informações na internet,
quando precisam

62% confiam na tv para se manterem
informados



Geração X

Semanalmente, 82%
consomem conteúdos
Globo, sejam lineares
ou digitais



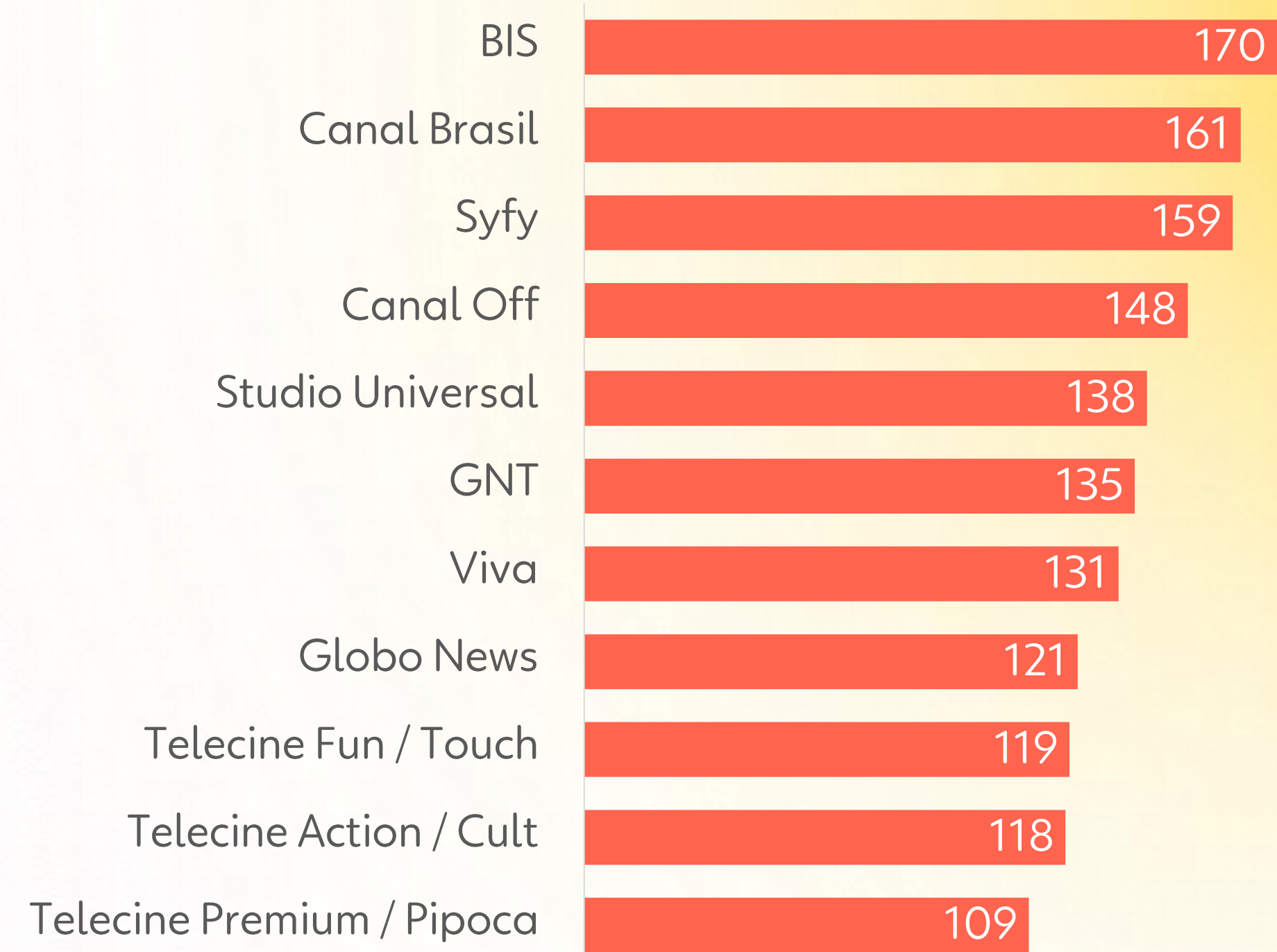
Geração X

Afinidades

Gêneros de programação preferidos



Canais Globo PayTV



Geração X

Afinidades

Territórios de interesse na Internet



Geração Y ou **Millennials**

Dinheiro não é tudo!

Geração Y ou Millennials

São autônomos, têm múltiplas carreiras e são conhecidos pelo potencial inovador, possuem grande preparo intelectual e acadêmico

Têm mais facilidade para assumir riscos, mas buscam recompensas tangíveis

Estão sempre conectados, mas não abrem mão da comunicação ao vivo



Mercado de trabalho

Valorizam a empresa em que trabalham, mas estão sempre buscando oportunidades melhores

Geração Y ou Millennials

Cresceram com os recursos tecnológicos à disposição. Foram iniciados no desktop e migraram para o mobile

Estão acostumados com o grande fluxo de informações

Consomem informações com facilidade e rapidez

Gostam de aprender informalmente e possuem raciocínio linear



Device

Dispositivos mobile e laptops



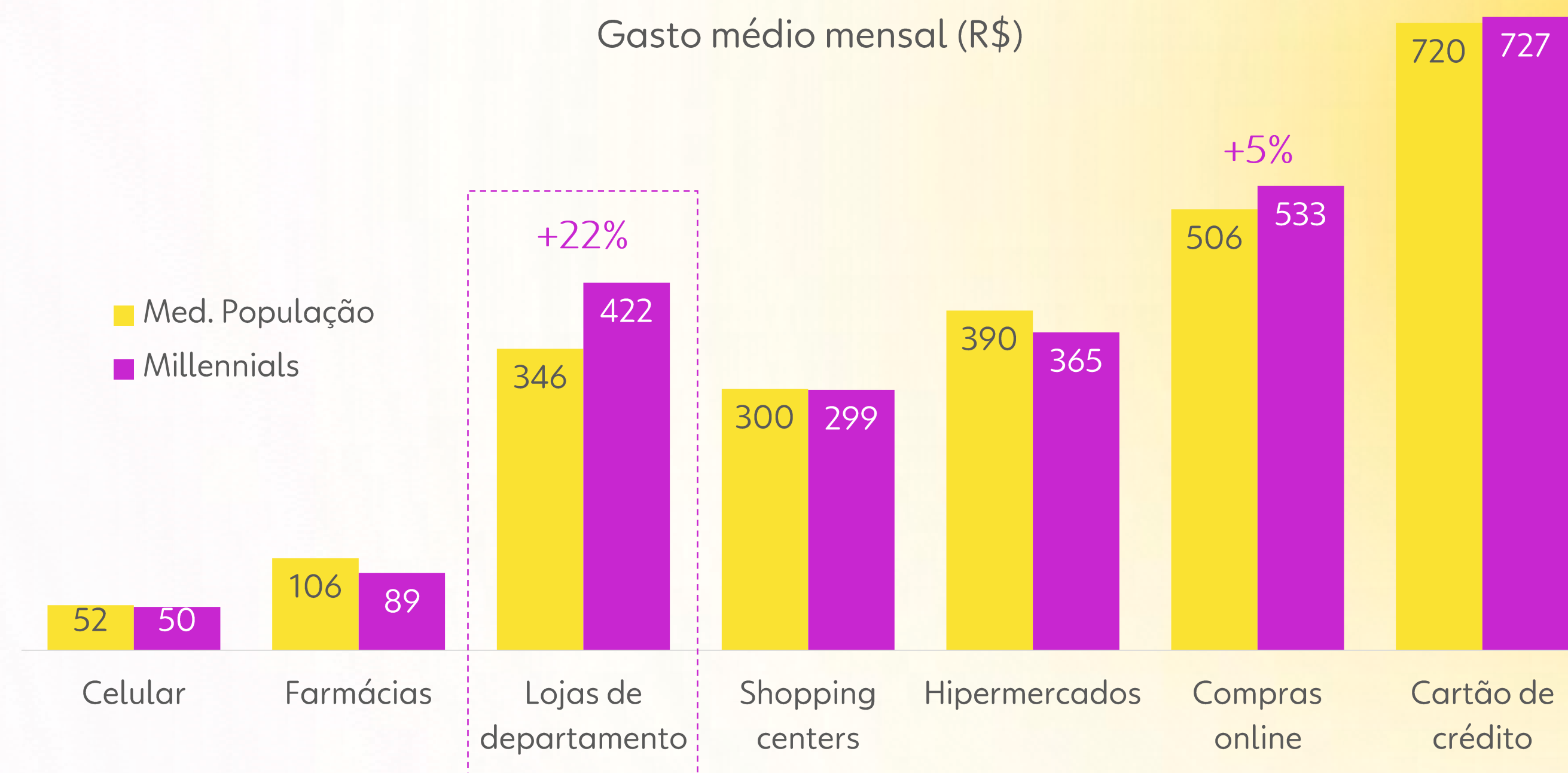
Redes sociais preferidas

Instagram e LinkedIn

Geração Y ou Millennials

Muitos ainda não alcançaram grandes sucessos na carreira profissional e estão em busca

Mas trata-se de uma geração com poder de compra



84% não gostam de ter dívidas

77% querem atingir o topo mais alto de sua carreira

80% gostariam de viajar e conhecer lugares exóticos

79% se consideram uma pessoa criativa

83% acreditam que compensa pagar mais caro por produtos de qualidade, mas...

69% geralmente planejam bem a compra de produtos caros

52% afirmam que comprar online facilita sua vida

Geração Y ou
Millennials

Relação com a televisão

65% gostam de relaxar assistindo TV

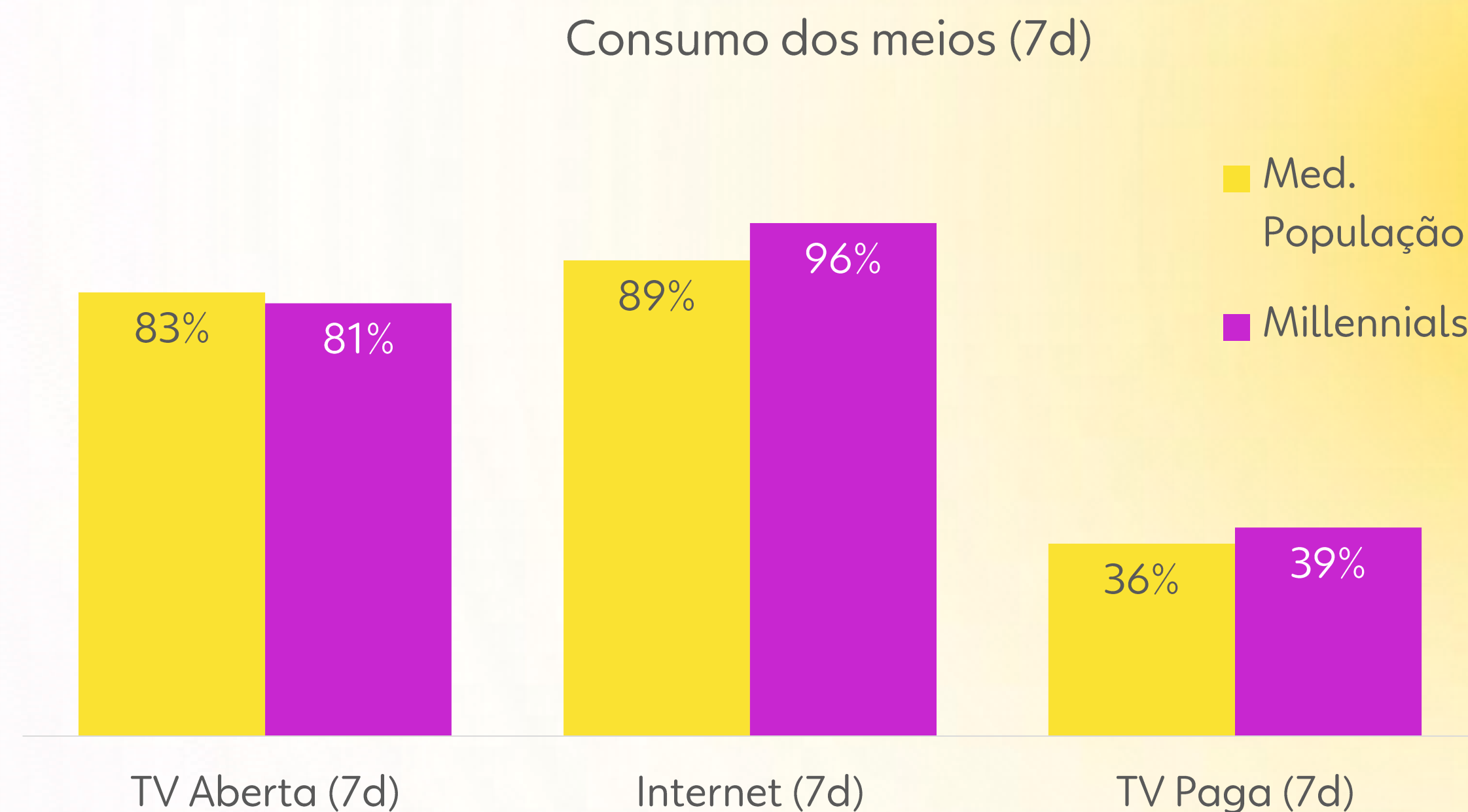
54% se programam para assistir
determinados programas

47% enquanto assistem tv, fazem buscas
na internet sobre os produtos que veem
anunciados



Geração Y ou Millennials

Semanalmente, 82% consomem conteúdos Globo, sejam lineares ou digitais



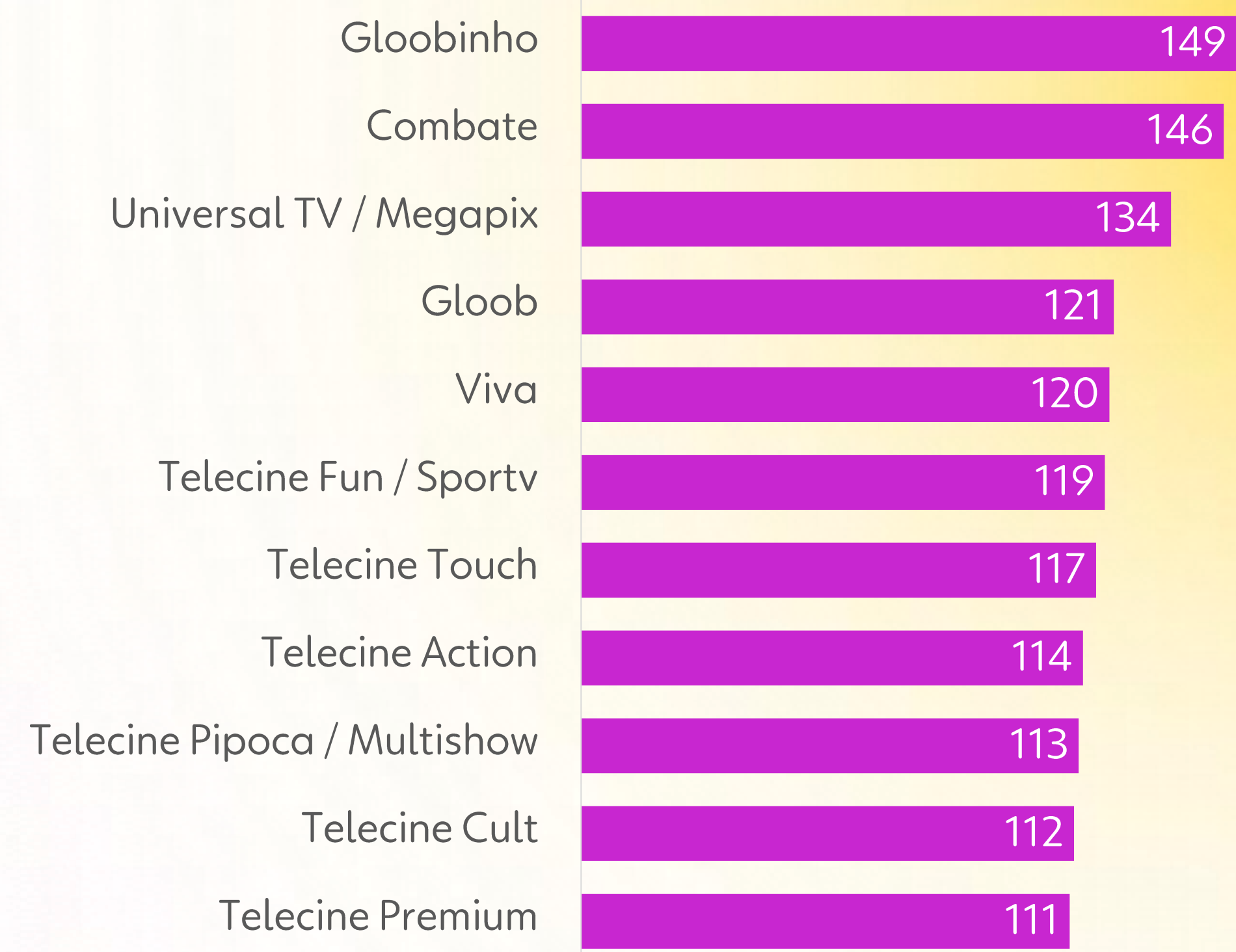
Geração Y ou Millennials

Afinidades

Gêneros de programação preferidos



Canais Globo PayTV



Geração Y ou Millennials

Afinidades

Territórios de interesse na Internet



Geração Z

Nós vamos mudar o mundo!

Geração Z

São realistas, competitivos e independentes

Sentem necessidade de **expor** suas opiniões e se arriscam

Valorizam **ações criativas** e a consciência coletiva

Tecnologia inata, são considerados mobile e social media natives – os primeiros **nativos digitais**

Preocupam-se com o ecossistema, com a sustentabilidade e com os **recursos naturais**



Mercado de trabalho

Recém-chegados ao mercado de trabalho, são desapegados das fronteiras geográficas

Também não são fãs da burocracia e gostam da ideia de trabalhar em casa

Geração Z

Consomem informação principalmente via smartphones e têm preferência por conteúdos em vídeo (curtos), fotos e jogos

Aprendem de múltiplas maneiras, são multifocais e convergem em diferentes plataformas

São **autodidatas**: por serem mais independentes, buscam por si mesmos informações que não conhecem na internet – geralmente em vídeo



Device

Dispositivos móveis.



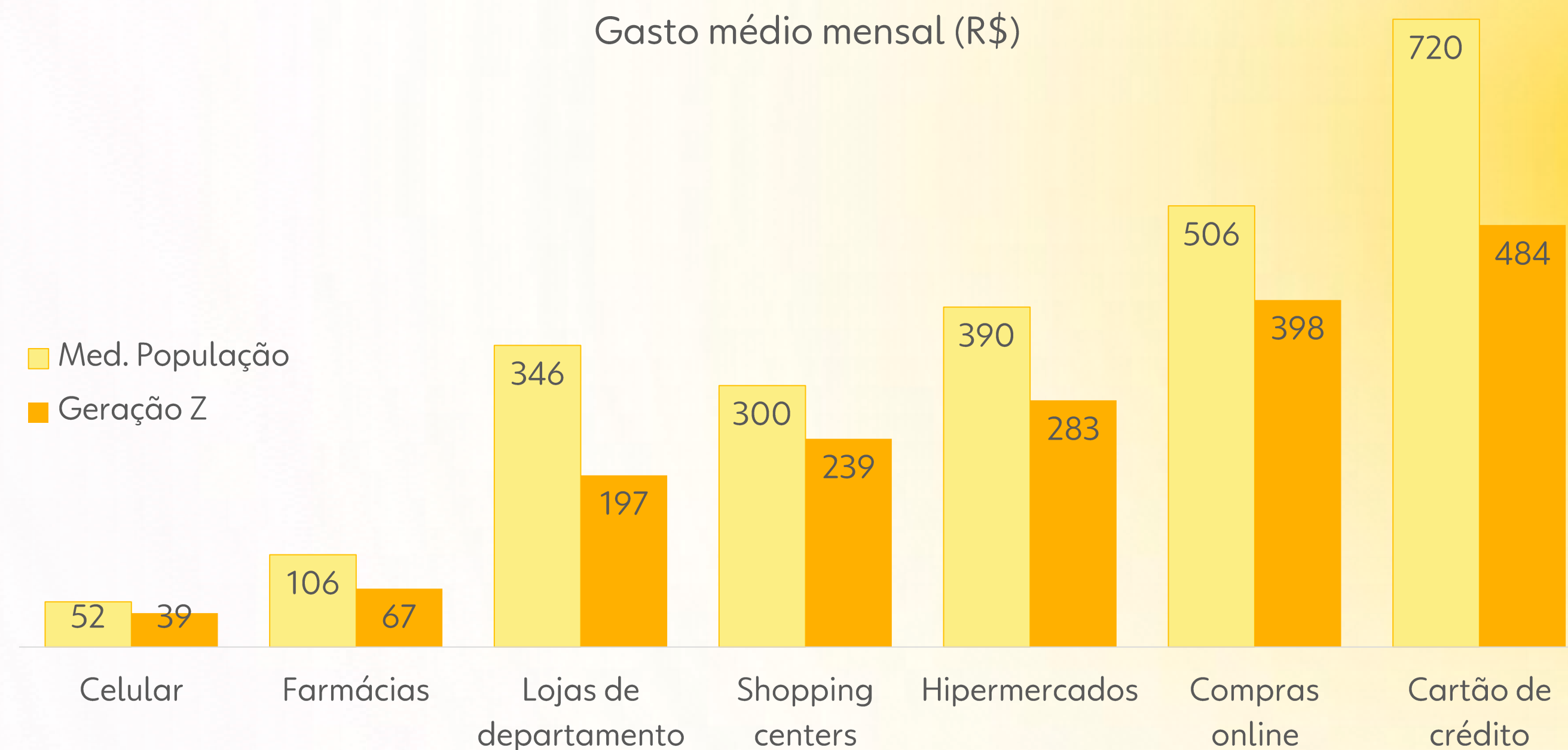
Redes sociais preferidas

YouTube, Instagram e Snapchat – redes sociais visuais

Geração Z

Trata-se de uma geração bastante jovem, e poucos já ingressaram no mercado de trabalho

Portanto, o poder de compra ainda é baixo



Geração Z

83% querem atingir o topo mais alto de sua carreira

77% algum dia, gostariam de começar o próprio negócio

90% acreditam que as pessoas devem aceita-los da maneira que são

86% gostariam de viajar e conhecer lugares exóticos

Geração Z

70% pedem a opinião de outras pessoas antes de comprar algum artigo novo

62% frequentemente usam a internet para planejar suas compras

55% gostam de marcas mais inovadoras

Geração **Z**

Relação com a televisão

Alta afinidade

Preferem assistir televisão num laptop,
tablet ou smartphone (163)

Se espelham nos personagens das novelas
(140)



Geração **Z**

Relação com a internet

Alta afinidade

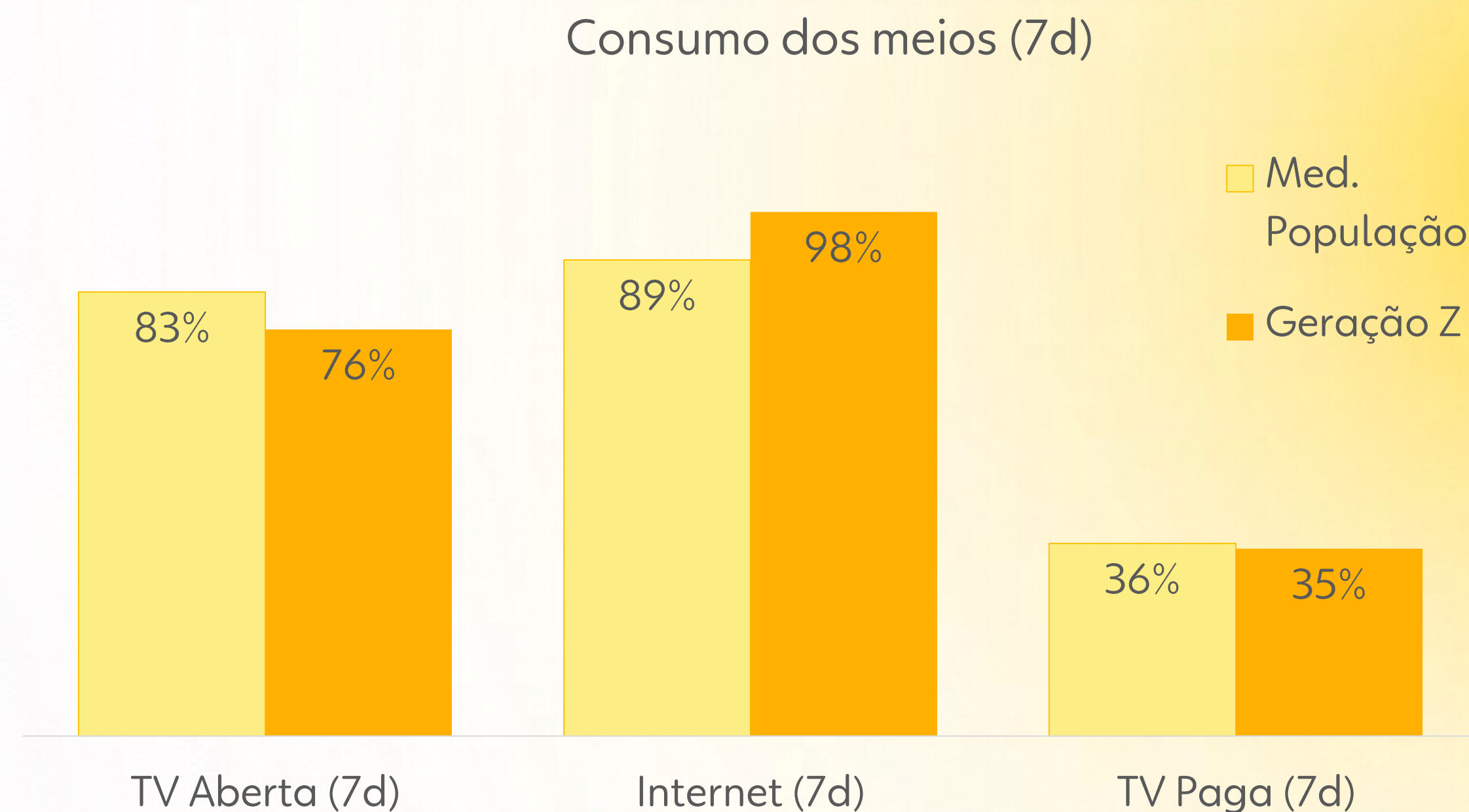
Costumam seguir marcas nas redes sociais
(175)

Internet é sua principal fonte de
entretenimento (141)



Geração Z

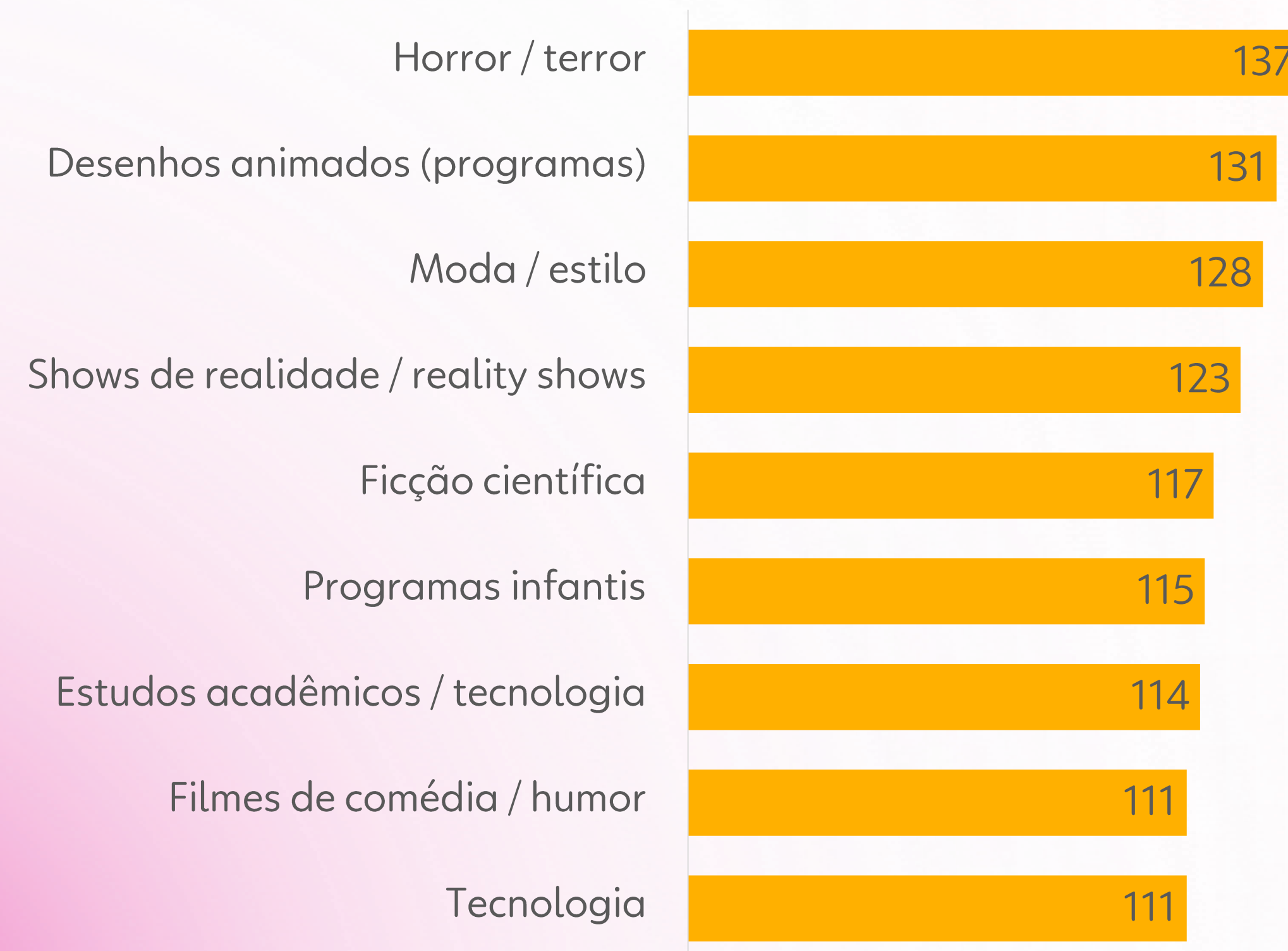
Semanalmente, 80%
consomem conteúdos
Globo, sejam lineares
ou digitais



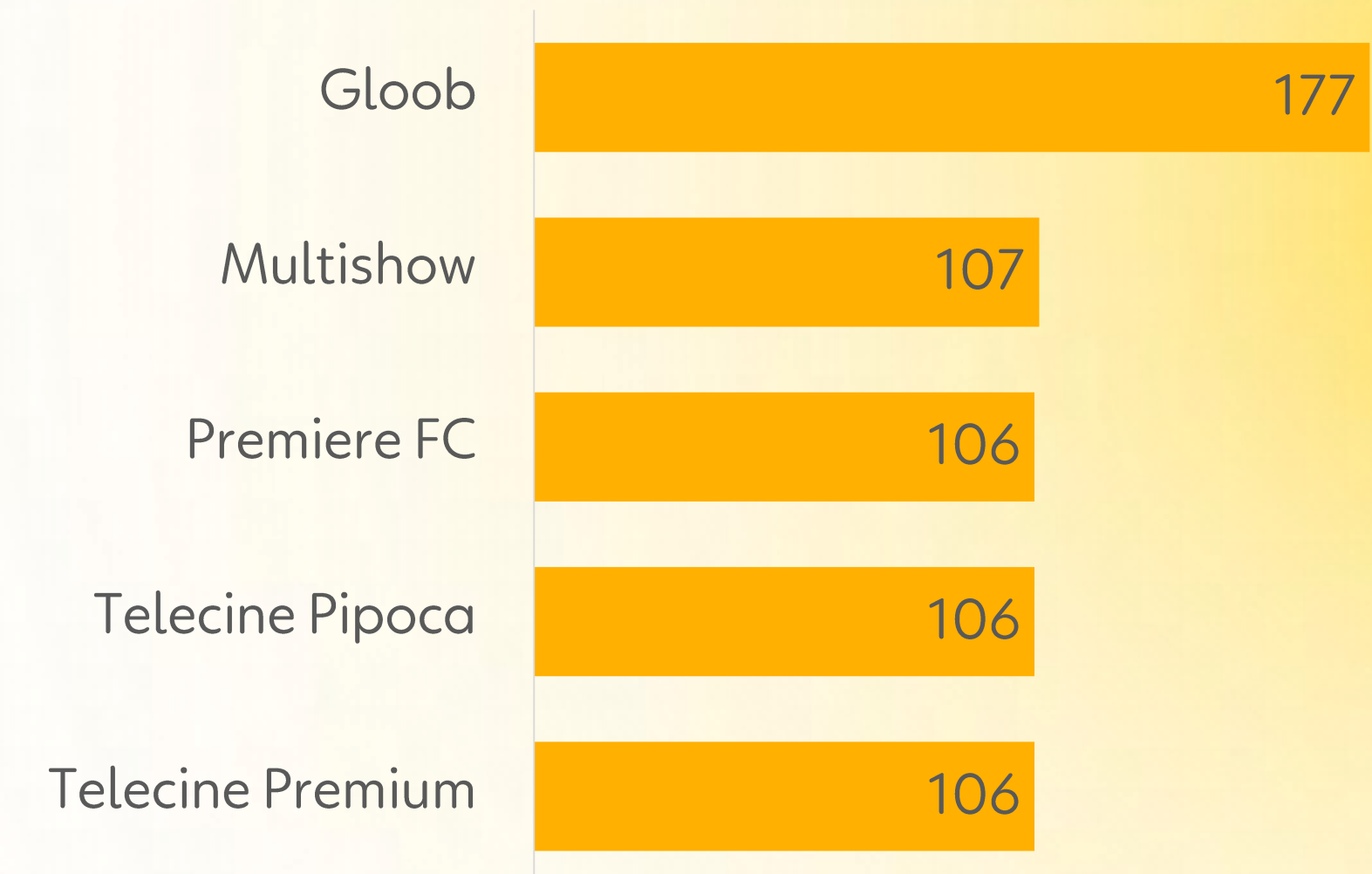
Geração Z

Afinidades

Gêneros de programação preferidos



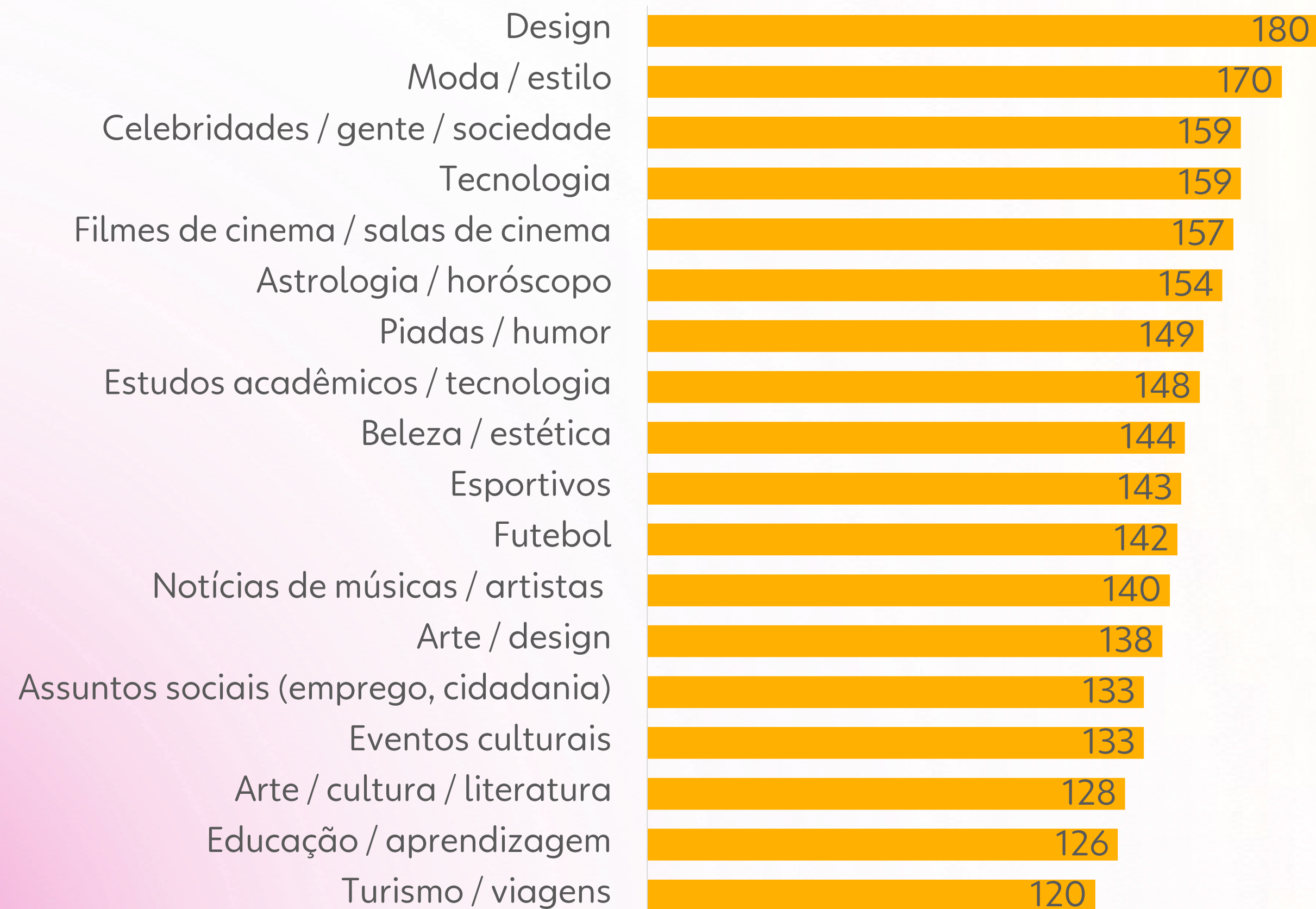
Canais Globo PayTV



Geração Z

Afinidades

Territórios de interesse na Internet



para resumir,
somos assim

Geração **Baby Boomers**

Geração do **emprego fixo e carteira assinada**, com responsabilidades individuais e bem específicas, com hora para começar e para terminar.

A **estabilidade é sinônimo de sucesso**. É o pontapé inicial para o casamento, a compra da casa dos sonhos e quem sabe no final se tudo der certo... a tão sonhada aposentadoria.

A **escolha da profissão** significa que você é aquilo a **vida toda**. Escolheu, estudou 4 anos e segue a vida.

Geração **X**

São **super competitivos**, buscando **sucesso desde cedo**, pois o sonho é se tornar ricos ainda jovens.

É uma geração bem mais **individualista e preocupada com a aparência**.

Grandes **metodologias de marketing digital** vieram dessa geração e vem sendo **avaliados e reformulados** até hoje.

Esta foi a geração mundial da **informação**, os grandes **jornais e canais de televisão** surgiram nesta fase.

Geração Y ou Millennials

Pioneiros da internet, inventaram formas de comunicação por mensagem via internet.

Surgiram portais de relacionamento e negócios como **Orkut, Portais de Notícias, Facebook, YouTube** e começaram a **comprar através dos seus smartphones**.

Passaram da **tv paga para o Netflix**, do cozinhar para um pedido no **app delivery**.

O mundo ficou conectável. O **omnichannel surgiu** e toda a era da informação fez parte da internet.

Geração Z

É a geração que está **se formando ou entrando na faculdade**.

São uma atualização dos millennials, cresceram assistindo o auge da crise de 2008, por isso são **bem mais pé no chão** do que a galera da geração Y.

Não conhecem a vida sem internet, tem um smartphone no bolso e a tecnologia pra eles é uma ferramenta e não uma obsessão.

Em termos de compra, estão sempre procurando as **opções mais baratas**, e inclusive acham que aquela compulsão por comprar é meio nada haver! **Preferem experiências**.

Analizam cada detalhe antes de comprar: avaliações, produtos e serviços, se é vegano, pet friendly, inclusivo ou multirracial.

Geração Y ou Millennials / Geração Z

A **geração Y** conseguem dividir a sua atenção entre **duas telas** enquanto a **geração Z** consegue dividir a atenção entre **mais de cinco telas** ao mesmo tempo

Millennials se comunicam **através de texto e áudio**
a **geração Z** se comunica através de **imagens**

Millennials são muito **otimistas**
enquanto a **geração Z** é bem mais **pé no chão**

A **geração Y** é orientada em **grupos**
enquanto na **geração Z** são trabalhadores globais, **pensam no coletivo** e são muito mais conscientes



Henrique Simões – Head of Industry Insights | Retail
henrique.simoese@globo

Camila Viol – Industry Insights Analyst | Retail
camila.viol@globo