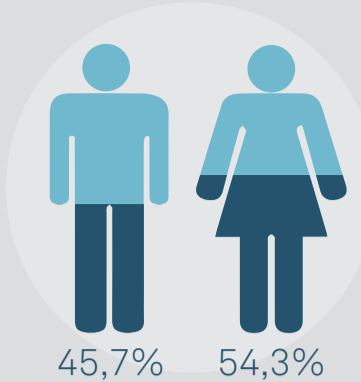


PERFIL DO JOVEM BRASILEIRO



38,9% estudantes

66,5% moram com os pais
(maioria entre as classes B e C)

80,7% desejam melhorar em termos financeiros



COMO SE VEEM?

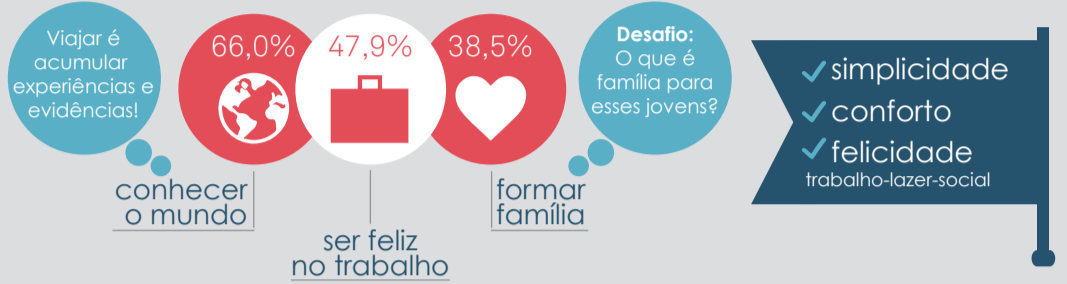


Geração

COMPARTILHAMENTO

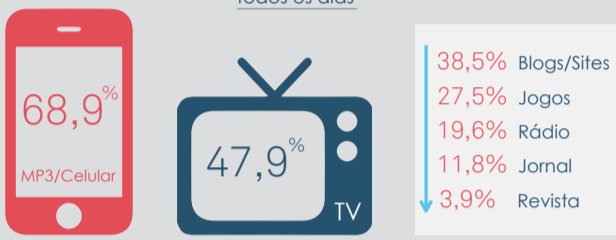
Diferentemente dos yuppies, não querem acumular patrimônio, não têm foco exclusivo no sucesso e querem dividir opiniões e experiências.

COM O QUE SONHAM?



LAZER E INFORMAÇÃO?

todos os dias



- 38,5% Blogs/Sites
- 27,5% Jogos
- 19,6% Rádio
- 11,8% Jornal
- 3,9% Revista

MULTI
PLATAFORMAS
acesso em vários locais por mais de um dispositivo

mídias tradicionais são expressivas entre os **mais velhos**
mídias novas são expressivas entre os **mais novos**

o conteúdo INDEPENDENTE da plataforma

o jovem é ON e OFF

QUAL O PAPEL DA INTERNET?

95,8% usam a internet todos os dias

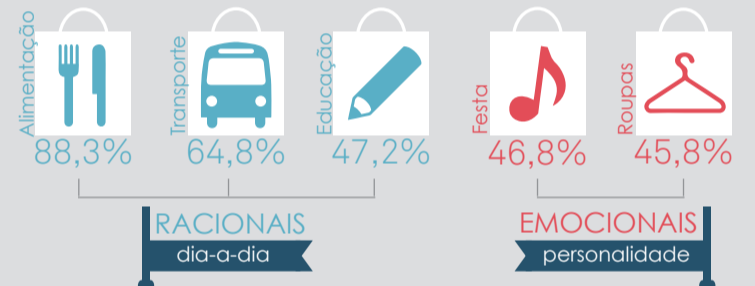
78,1% buscam informações na internet

74,4% compram pela internet
50,5% livros
27,2% roupas

COMO SE COMPORTAM EM TERMOS DE MÍDIA E CONSUMO?

+ rápido
concentrado
ubíquo
compartilhado

O QUE E ONDE ELES CONSOMEM?



O QUE ELES LEVAM EM CONTA NA HORA DE COMPRAR?



RACIONALIDADE

influenciada por apelos de comunicação

EMOÇÃO

os jovens compartilham e consomem experiências

o lado pessoal do mundo digital: confiar em alguém

CONSUMO CENTRALIZADO

assim como as redes sociais
(tudo em um só local: busca pela conveniência)

vão ao supermercado sempre

60,8%

vão ao shopping sempre

51,5%

ENFIM...

GERAÇÃO COMPARTILHAMENTO

a volta do ativismo dos anos 70, agora digital

sucede o individualismo dos anos 80 e 90

HÁ MUITOS GENÉRICOS NO MERCADO

é preciso entregar

CONTEÚDO E UTILIDADE de forma rápida, constante, dinâmica e on/off



TEMPO COMPRIMIDO

- o tempo dos jovens é curto
- não há espaço para *junte-e-ganhe*
- o jovem consome a experiência mais rápida e mais junto
- e ocupa todo o tempo disponível, eliminando o microtédio



Aspectos Metodológicos:

- 1350 questionários;
- Coleta eletrônica por autopreenchimento;
- Abrangência: 16 regiões metropolitanas do Brasil;
- Período de coleta: 22/05 a 19/07/13.

Relatório completo em www.eusoufamecos.com.br