

[e-Book]

**Estudo de gerações:  
Visões sobre o trabalho,  
tendências sociais e  
comportamento**

Uma comparação entre a geração Y e a geração X



**MINDMINERS**

# SUMÁRIO



COMPARTILHE ESSE EBOOK!

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| Objetivos do estudo               | 5  |
| Detalhes do estudo                | 6  |
| Visão geral                       | 8  |
| Principais aprendizados           | 10 |
| Capítulo 1: Hábitos de consumo    | 11 |
| Capítulo 2: Visões sobre trabalho | 13 |
| Capítulo 3: Comportamento social  | 17 |
| Conclusão                         | 22 |



## CONTEXTO DO ESTUDO

Os Millennials hoje estão num estágio do ciclo de vida que muito interessa as empresas: estão ganhando relevância no mercado de trabalho e adquirindo poder de consumo.

Com o objetivo de entender melhor as opiniões dessa geração, elaboramos um estudo em parceria com o Grupo Padrão, que foi tema de uma palestra que apresentamos no CONAREC 2016.

Com o sucesso desse estudo, decidimos levantar mais dados para aprofundar o conhecimento sobre gerações. Dessa vez, optamos por replicar o mesmo estudo, mas com foco na geração X e assim termos base de comparação para as duas gerações.

Por meio dessa comparação conseguimos identificar diferenças de opinião à respeito de tendências e movimentos sociais, bem como em relação à visão sobre trabalho e aspectos culturais das empresas que nos deixaram surpresos.

# COM QUEM FALAMOS PARA REALIZAR ESTE ESTUDO

O primeiro estudo, sobre os Millennials, foi realizado entre os dias 22/07/2016 e 26/07/2016 com amostra de 1.300 entrevistados por meio da nossa rede social MeSeems.

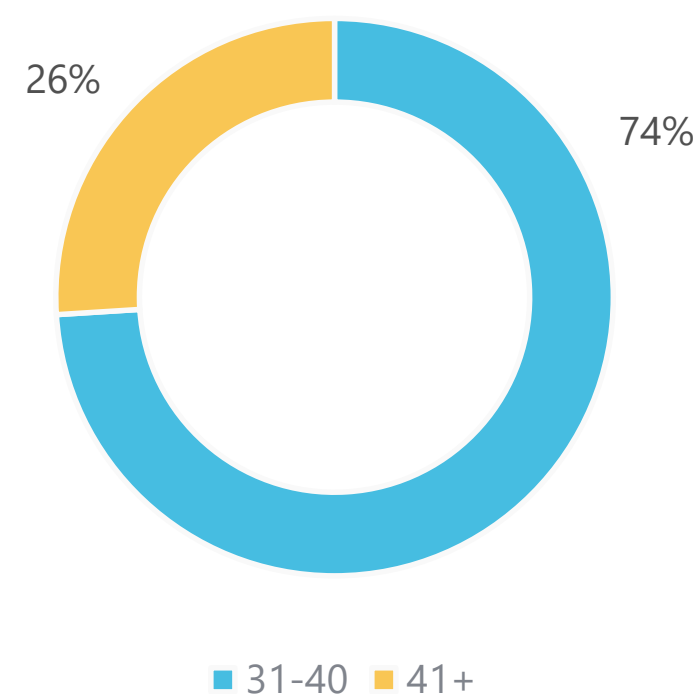
Já o segundo estudo, sobre a geração X, foi realizado entre os dias 29/09/2016 e 06/10/2016 com amostra de 1.000 respondentes.

Em ambos, procuramos representar a população brasileira dentro da faixa de idades como apresentado no gráfico ao lado.

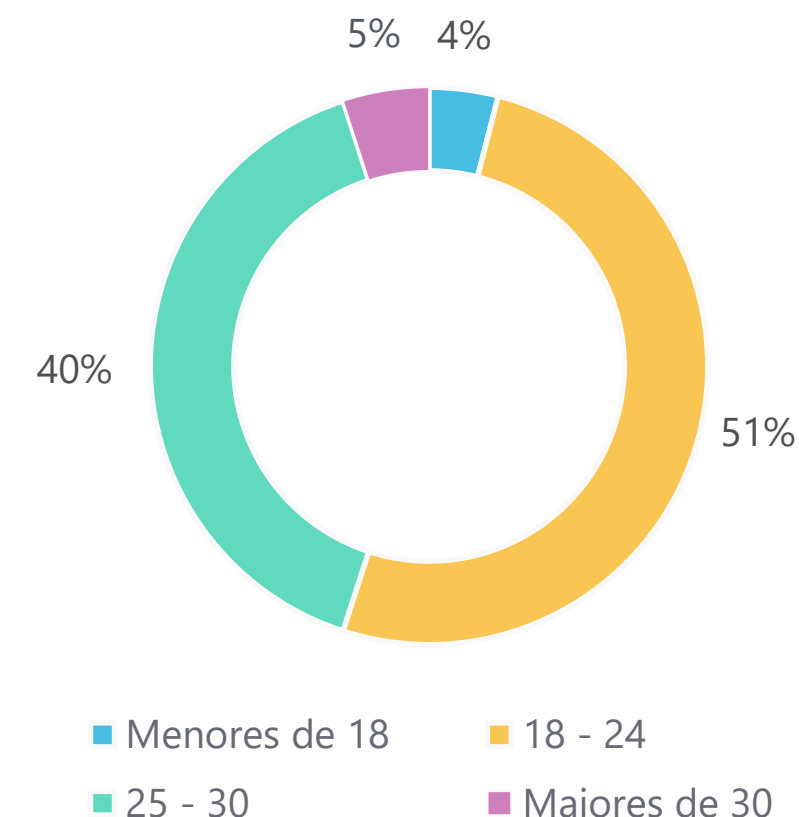
A definição de gerações pode variar de acordo com o contexto do estudo e diferentes fontes. Definimos o intervalo das gerações em parceria com o Grupo Padrão conforme abaixo:

- Geração Y: 17 a 31 anos em 2016
- Geração X: 32 a 51 anos em 2016

### IDADE (GERAÇÃO X)

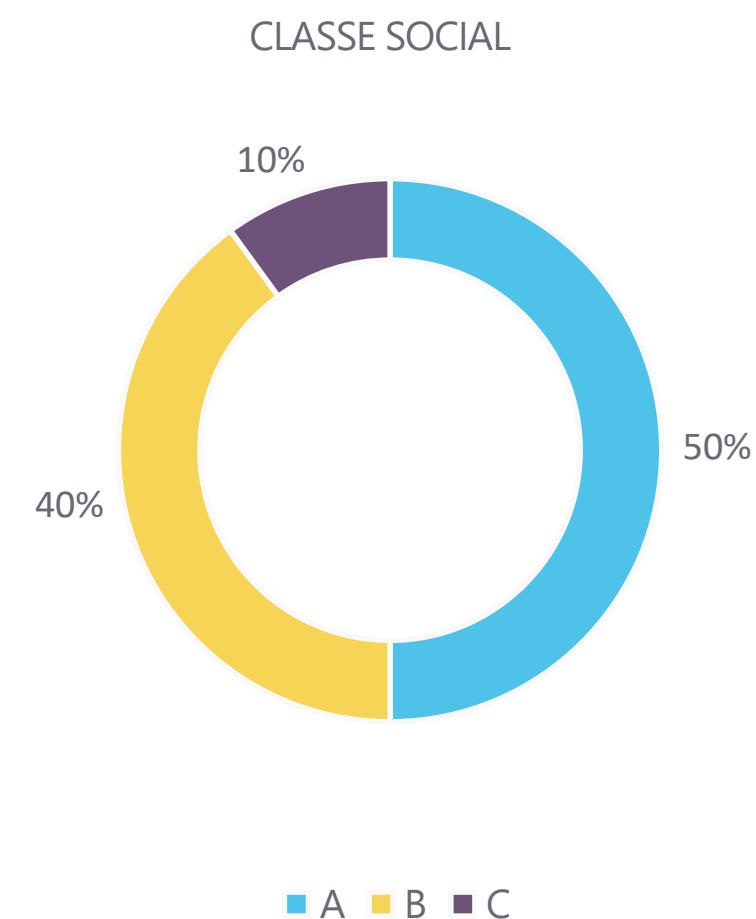
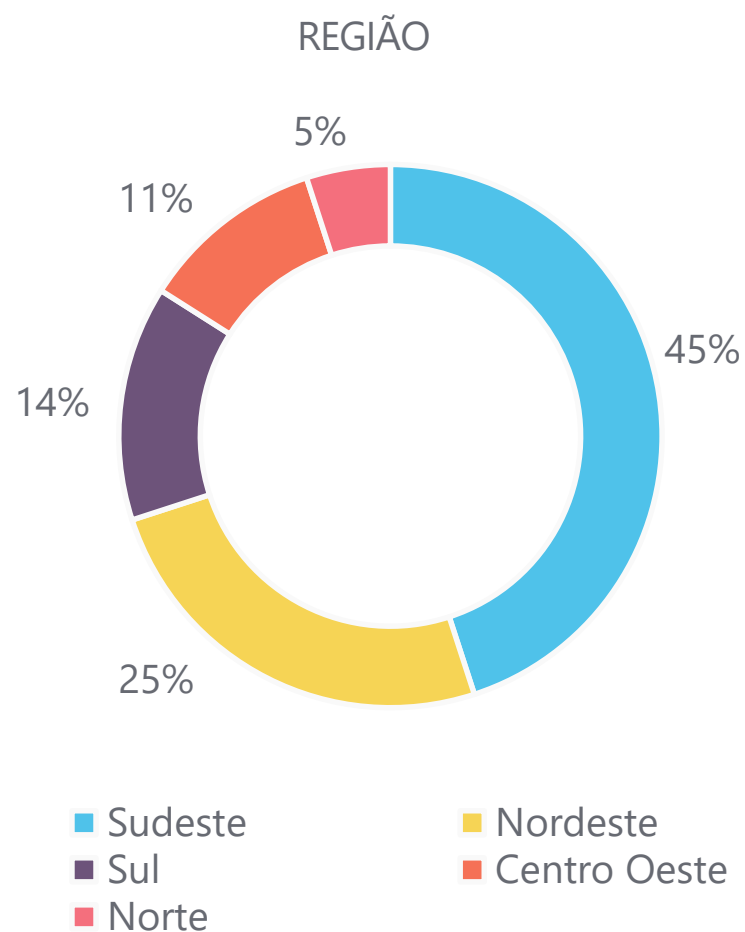
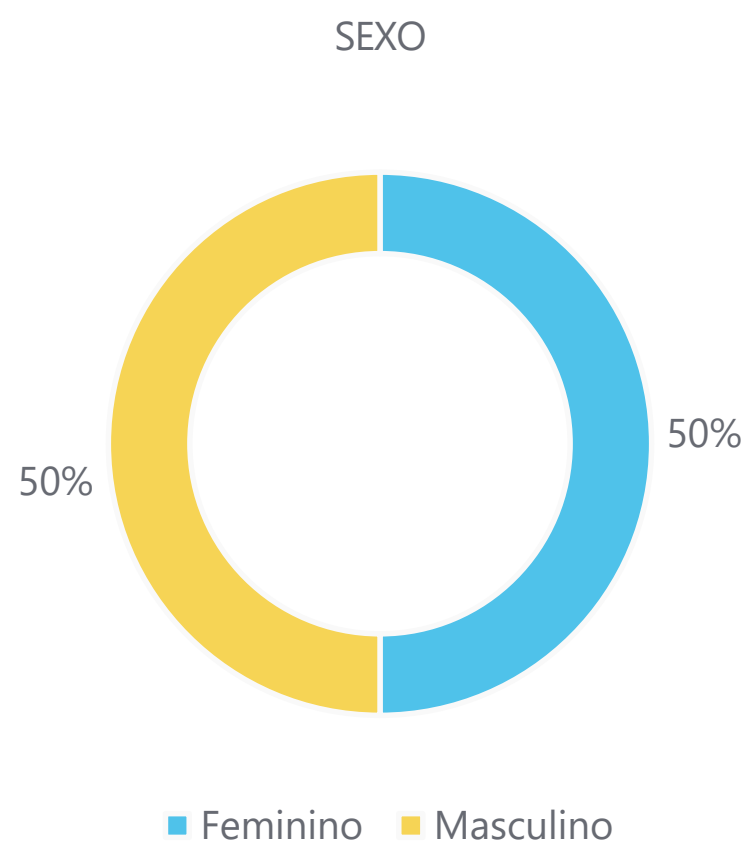


### IDADE (GERAÇÃO Y)



# QUEM FORAM AS PESSOAS ENTREVISTADAS

Esses são fatores demográficos iguais entre os dois estudos que fizemos, distribuídos de forma representativa da população brasileira:







# POR QUE ESTUDAR GERAÇÕES?

## COMO DEFINIR UMA GERAÇÃO

Para que seja possível realizar uma análise das diferenças de opinião entre as gerações, vamos lembrar primeiro como se definem as gerações.

Definir uma geração é um processo que envolve a análise e comparação de um estrato da populacional por meio de diversos fatores, como demografia, contexto histórico, cultura popular, atitudes, e também o senso comum entre pesquisadores. Como consequência disso, as definições são de natureza subjetiva, e por isso não devem ser consideradas de forma absoluta, e sim usadas como um guia para a análise.

## Qual a importância das gerações para as empresas?

Identificar padrões de comportamento do consumidor ajuda a segmentar o público potencial e desenvolver estratégias de marketing mais direcionadas. Por esse motivo, muitos profissionais de marketing procuram entender, analisar e comparar o comportamento entre as diferentes gerações.

# QUAL A DESCRIÇÃO DE GERAÇÃO QUE USAMOS

## Geração Y

Os Millennials foram criados num tempo de grandes avanços tecnológicos e enxergam o uso da tecnologia como algo necessário, tanto no meio pessoal quanto no acadêmico e profissional.

É uma geração que está em busca de informação e de novidades constantemente e que de forma geral apresenta um posicionamento político e social mais liberal do que as gerações que a antecedem.

Por conta da facilidade com a tecnologia, eles tem uma relação com a comunicação diferente das gerações anteriores, e são bastante ligados às redes sociais.

## Geração X

Uma geração que nasceu num contexto mundial hostil, durante a Guerra Fria, e viram as suas vidas mudar muito com o desenvolvimento da tecnologia: o surgimento do computador pessoal, da internet e do celular, isso já durante a sua fase adulta.

No Brasil, essa geração nasceu em época de censura por conta da ditadura militar, e diante de um contexto de grande instabilidade econômica, o que pode ter contribuído para a formação de uma visão de mundo mais conservadora.

# ESTRUTURA DESTE ESTUDO



COMPARTILHE ESSE EBOOK!

O ESTUDO É DIVIDIDO EM TRÊS GRANDES ÁREAS, DE ASSUNTO DIFERENTES:

**01**

## VISÃO DAS TENDÊNCIAS SOCIAIS E A POLÍTICA

Tendências sociais como a legalização da maconha e a liberação do casamento homossexual são assuntos que estão frequentemente em pauta na mídia e que são fortemente associados ao posicionamento político e o comportamento social das pessoas, e por isso questões como essa são relevantes para a análise de gerações.

**02**

## A SATISFAÇÃO NO TRABALHO

Tornou-se comum crer que a geração Y é menos comprometida com o trabalho e se importa menos com o sucesso financeiro. Devido a essa imagem, este estudo explora a visão e as motivações das duas gerações em relação ao trabalho com o objetivo de analisar as verdadeiras diferenças de percepção.

**03**

## A IMPORTÂNCIA E USO DO SMARTPHONE

Já sabemos que o smartphone é a ferramenta do futuro. Ele já é usado pela maioria das pessoas como ferramenta de trabalho, de prestação de serviço e assistência, ou como forma de entretenimento. Nesse estudo, vamos analisar a relevância do aparelho para as duas gerações.



# VISÃO DAS TENDÊNCIAS SOCIAIS E A POLÍTICA

## RESPOSTAS PARA:

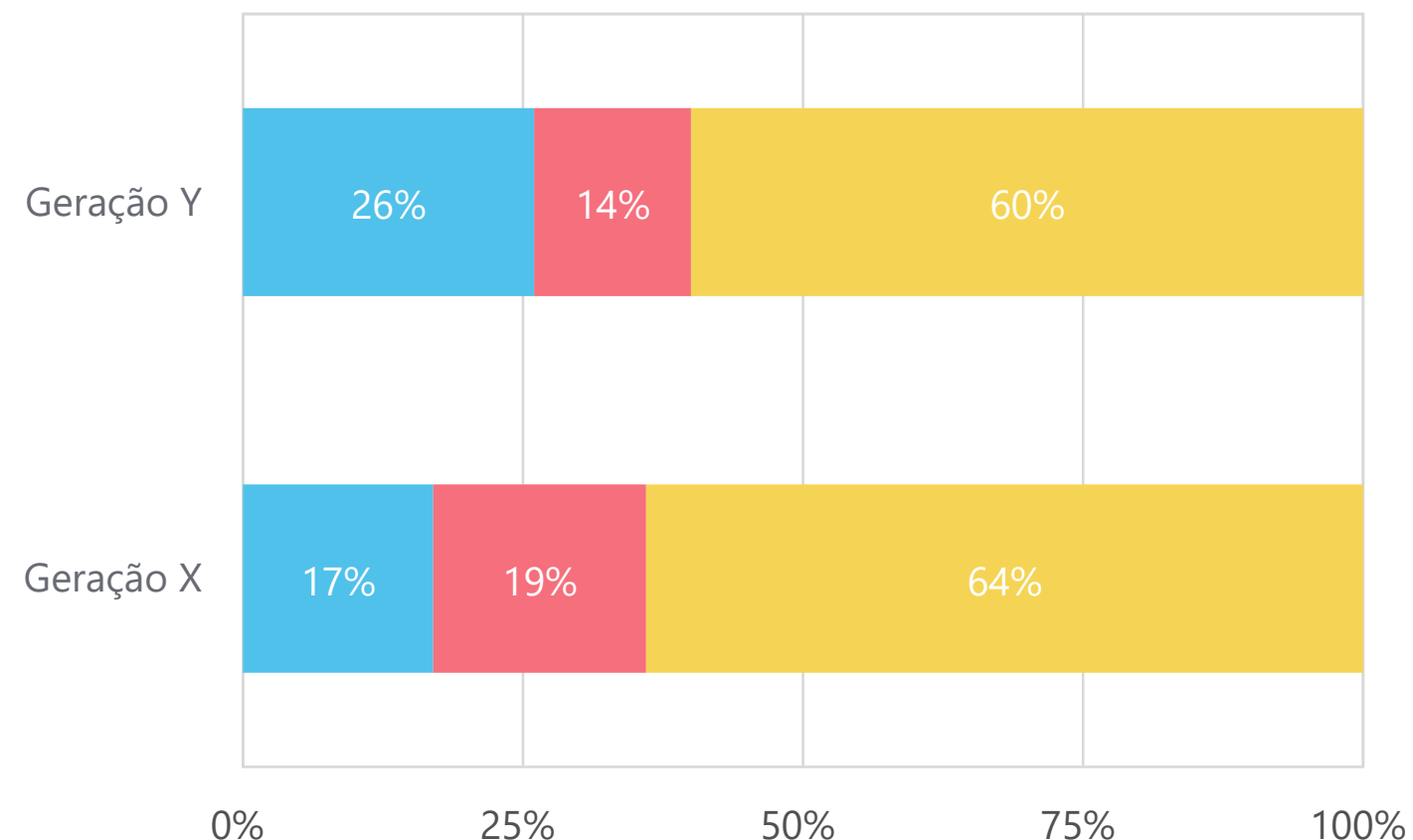
- COMO ENXERGAM SEU PRÓPRIO POSICIONAMENTO POLÍTICO?
- QUAL GERAÇÃO TEM MAIOR VÍNCULO COM A RELIGIÃO?
- COMO VÊM QUESTÕES SOCIAIS ATUAIS COMO O CASAMENTO GAY E A LIBERAÇÃO DA MACONHA?

# DIFERENÇA RELEVANTE DO POSICIONAMENTO LIBERAL ENTRE GERAÇÕES

A PROPORÇÃO DE PESSOAS QUE SE CONSIDERAM EQUILIBRADAS EM TERMOS DE POSICIONAMENTO POLÍTICO É SIMILAR ENTRE AS GERAÇÕES.

MAS DENTRE AQUELES QUE SE POSICIONAM POLITICAMENTE, A GERAÇÃO Y POSSUI UM NÚMERO SIGNIFICATIVAMENTE MAIOR DO PESSOAS QUE SE AUTO-INTITULAM LIBERAIS.

Somente 14% dos Millennials e 19% da geração X considera sua visão política conservadora. 26% dos Millennials se consideram liberais, em comparação a 17% da geração X.



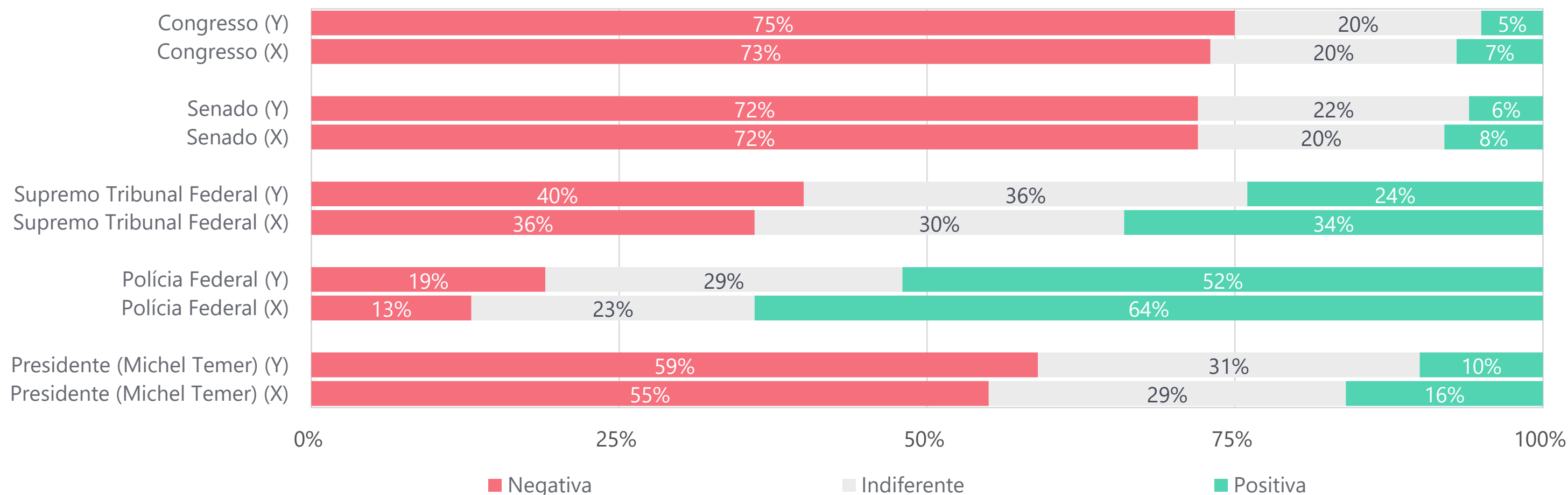
■ Liberal ■ Conservadora ■ Liberal em alguns aspectos e conservadora em outros

# A VISÃO SOBRE AS INSTITUIÇÕES POLÍTICAS É NEGATIVA

AS ENTIDADES COM MAIOR APROVAÇÃO ENTRE AS DUAS GERAÇÕES FORAM O SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL E A POLÍCIA FEDERAL

Reflexo do cenário político conturbado que o Brasil vive hoje, a maioria das entidades tiveram uma avaliação negativa. O Presidente da República, Michel Temer, é rejeitado pelas duas gerações analisadas, mas tem maior rejeição entre a geração Y.

*Qual a sua visão sobre essas instituições políticas?*



# A GERAÇÃO Y É MENOS RELIGIOSA

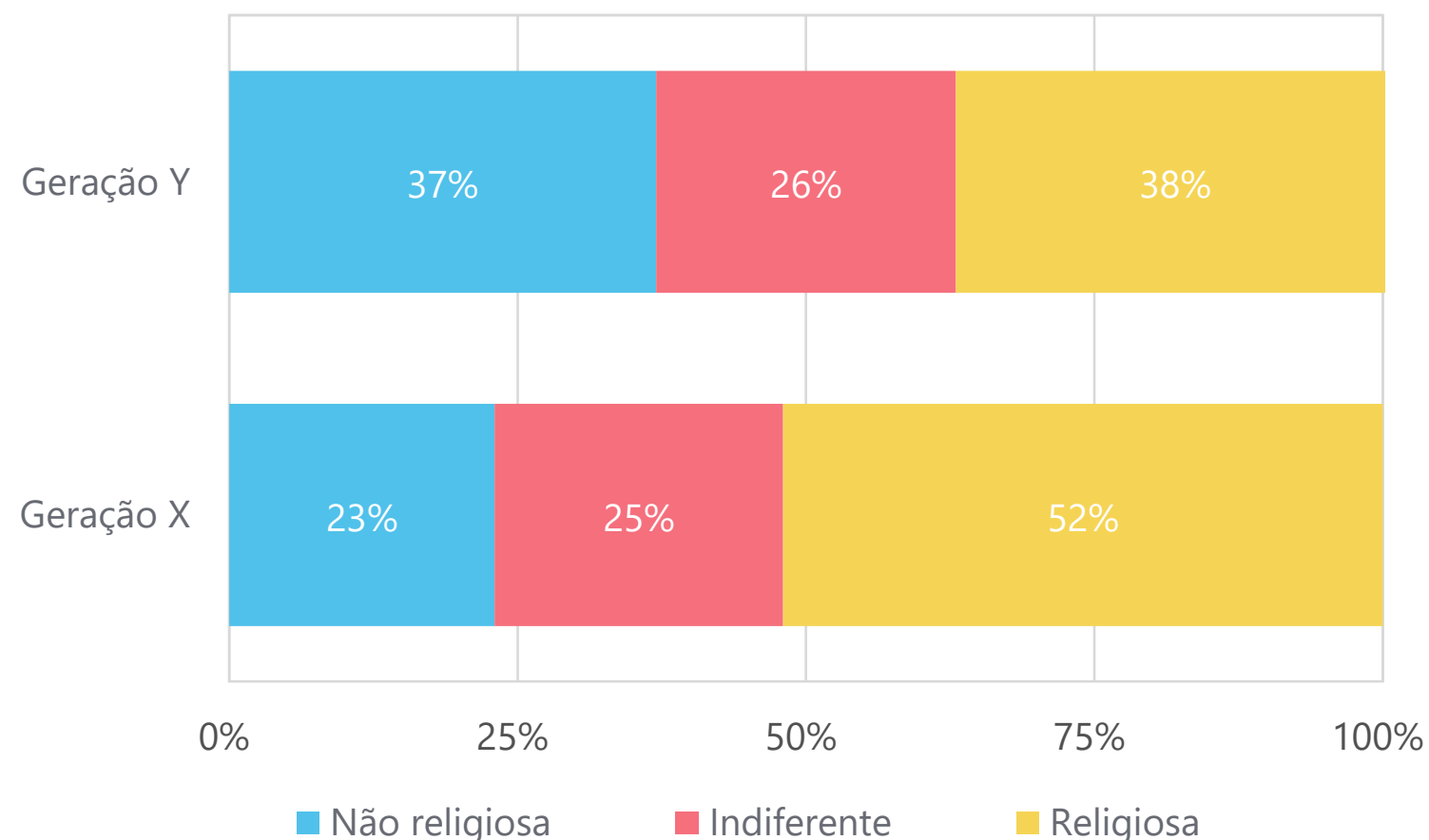
O ESTUDO NOS MOSTROU QUE A GERAÇÃO X TEM UM VÍNCULO MAIOR COM AS INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS DO QUE OS MILLENNIALS

Questionados sobre o aumento de pessoas desvinculadas de religião, cerca de 50% das pessoas entrevistadas da geração X considera esse aumento como uma tendência negativa, em comparação com 33% dos Millennials, número significativamente menor.

Em contrapartida, cerca de 44% da geração Y considera o desapego crescente da religião como uma tendência boa, em comparação com 27% dos membros da geração X que tem essa mesma opinião.

Quando cruzamos esses dados, vemos que existem mais pessoas (+23%) entre a geração X que consideram o desapego à religião como uma tendência ruim ao invés de boa, e em contraponto, entre a geração Y, temos 11% a mais que consideram isso uma tendência boa ao invés de ruim.

*O quanto você se considera religioso(a)?*



Base: Y 000 / X – 000

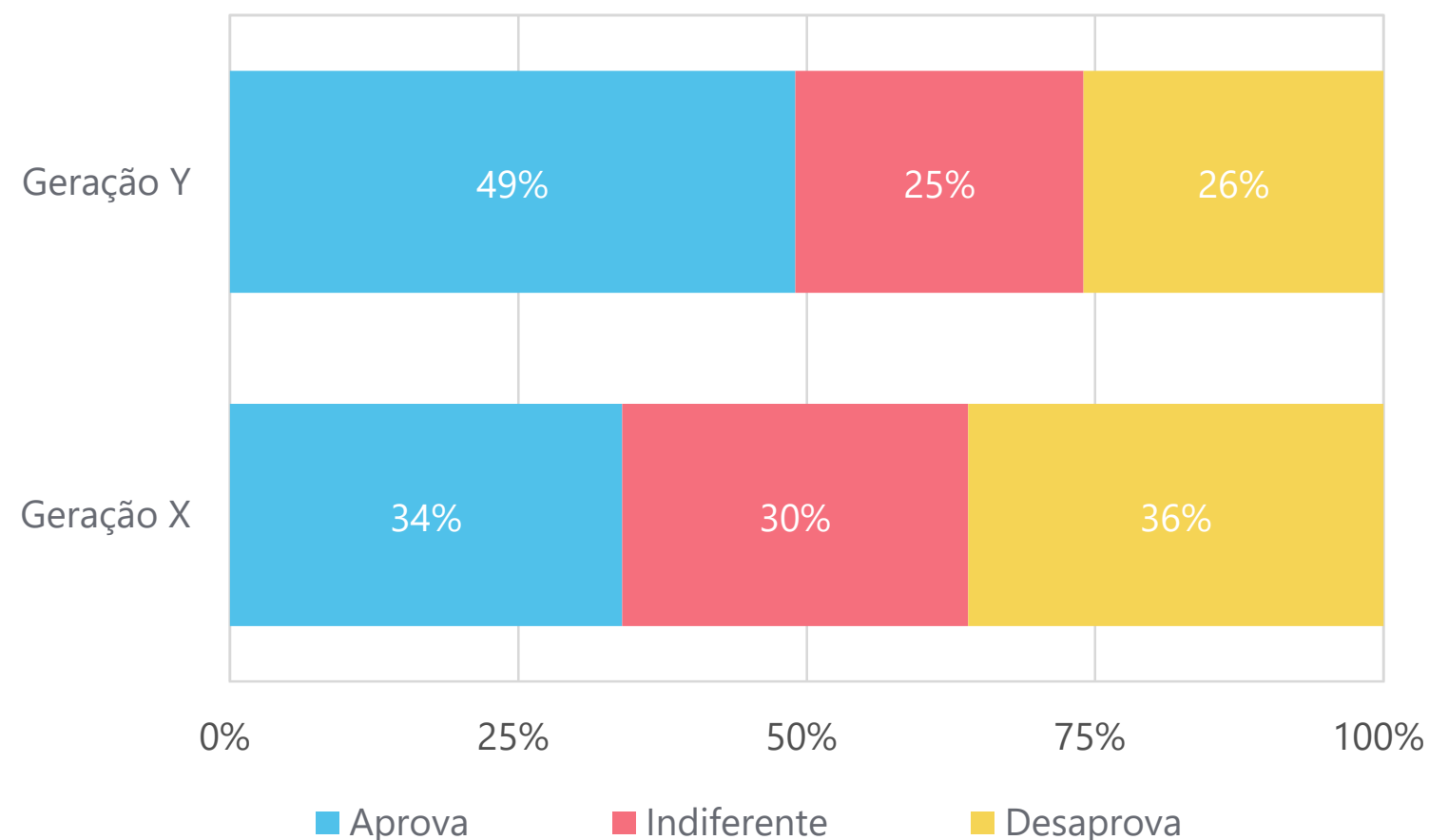
Obs.: apresentando soma de uma escala de concordância de cinco pontos



# TENDÊNCIAS SOCIAIS

*A geração X é mais conservadora do que a geração Millennial, por mais que em visão mais ampliada o posicionamento de ambas reflita o conservadorismo da população brasileira.*

*Qual é a sua opinião sobre o casamento gay?*



## HOMOSSEXUALIDADE

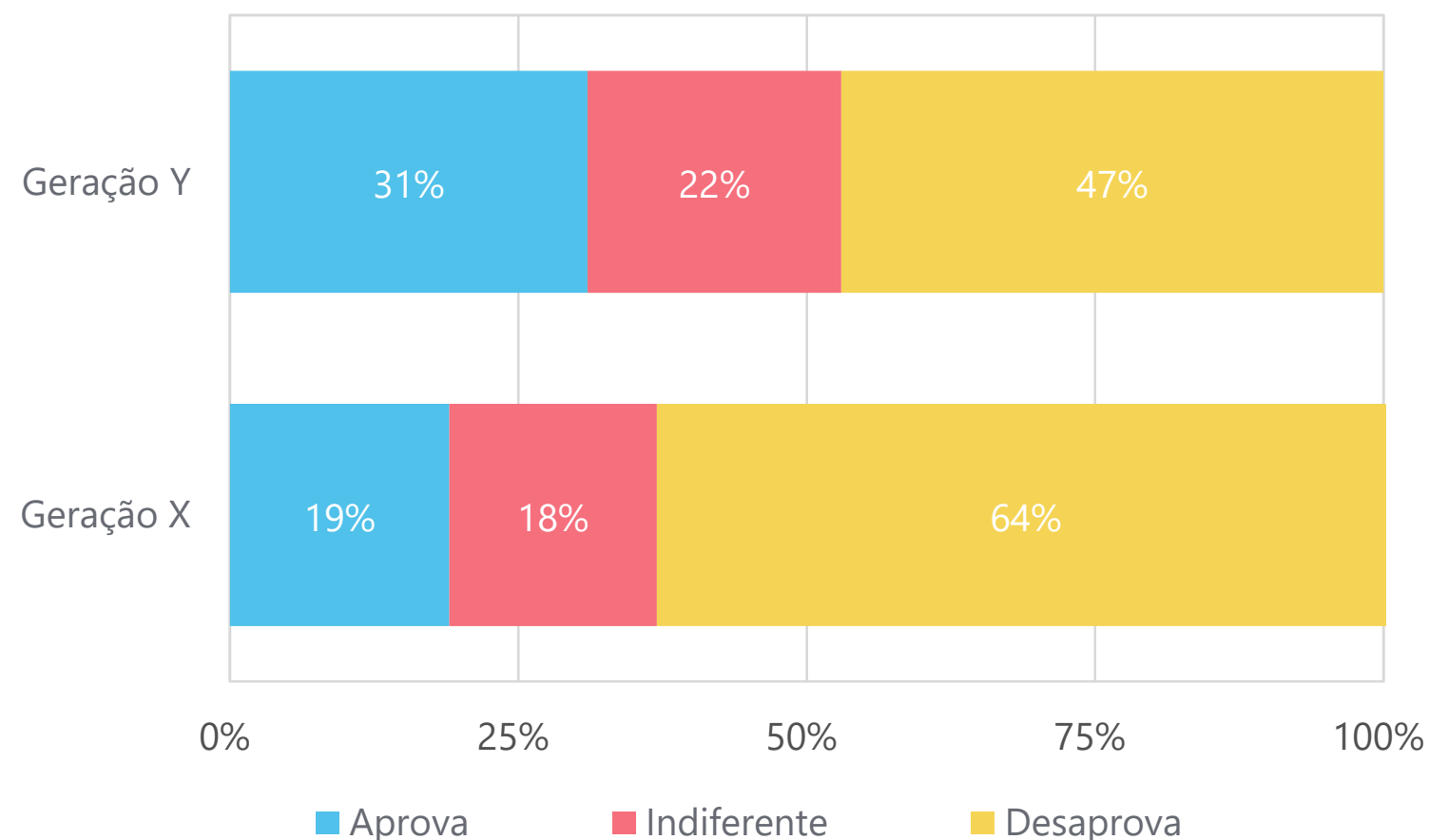
Mais de 20% da geração X considera o aumento da prática de casais homossexuais adotando filhos como uma tendência ruim, em comparação com somente 9% da população Millennial. Em relação ao casamento gay, 49% dos Millennials aprova a união, em comparação a 34% da geração X.

O casamento gay foi legalizado no Brasil em 2011, 4 anos antes de acontecer no Estados Unidos. Quando comparamos dados do posicionamento da população dos dois países em relação à isso, observamos como a população brasileira ainda sustenta uma visão bastante conservadora. De acordo com um estudo feito pela *Pew Research* em Maio de 2016 nos Estados Unidos, 56% da geração X apoia o casamento gay, em comparação com 33% da geração X no Brasil. Quando olhamos para os Millennials podemos observar uma diferença parecida: 71% dos Millennials americanos apoiam a causa, em relação a 49% dos Millennials brasileiros.

# TENDÊNCIAS SOCIAIS

*A geração X é mais conservadora do que a geração Millennial, por mais que em visão mais ampliada o posicionamento de ambas reflita certo conservadorismo das gerações estudadas.*

*Qual é a sua opinião sobre a legalização da maconha?*



## LEGALIZAÇÃO DA MACONHA

Outra tendência social que está instigando bastante debate ao redor do mundo é a legalização da maconha. O posicionamento dos respondentes em relação a essa questão também reforça a visão conservadora do brasileiro, por mais que quando comparados com a geração X, os Millennials se posicionem de maneira mais "liberal". Um terço da geração Y é a favor da legalização da maconha, em comparação a 19% da geração X.

Quando comparamos com dados da população americana a diferença é gritante: 57% dos americanos da geração X são a favor da legalização da maconha, de acordo com um estudo realizado pela *Pew Research* em Outubro de 2016. No Brasil, 64% da geração X é contrária à legalização, em comparação à 38% dos americanos que pertencem à essa mesma geração. Entre os Millennials, 25% dos americanos são contra, em comparação com quase o dobro (47%) da geração Y no Brasil.

# A SATISFAÇÃO NO TRABALHO

## RESPOSTAS PARA:

- QUAIS OS MOTIVADORES DA ESCOLHA DE UM EMPREGO?
- QUAL O NÍVEL DE SATISFAÇÃO COM O TRABALHO?
- ONDE QUEREM TRABALHAR?
- O QUE FAZ COM QUE PERMANEÇAM EM UM EMPREGO NO LONGO PRAZO?

# OPORTUNIDADE DE CARREIRA E O EQUILÍBRIO DA VIDA PROFISSIONAL COM A PESSOAL ESTÃO EM ALTA

UM BOM SALÁRIO PERMANECE COMO O PRINCIPAL MOTIVO NA ESCOLHA DE UM TRABALHO, EM NÍVEL EQUIPARÁVEL ENTRE AS DUAS GERAÇÕES, MUITO EMBORA EXISTA A IMAGEM DE QUE MILLENNIALS DÃO MENOR IMPORTÂNCIA AO GANHO FINANCEIRO

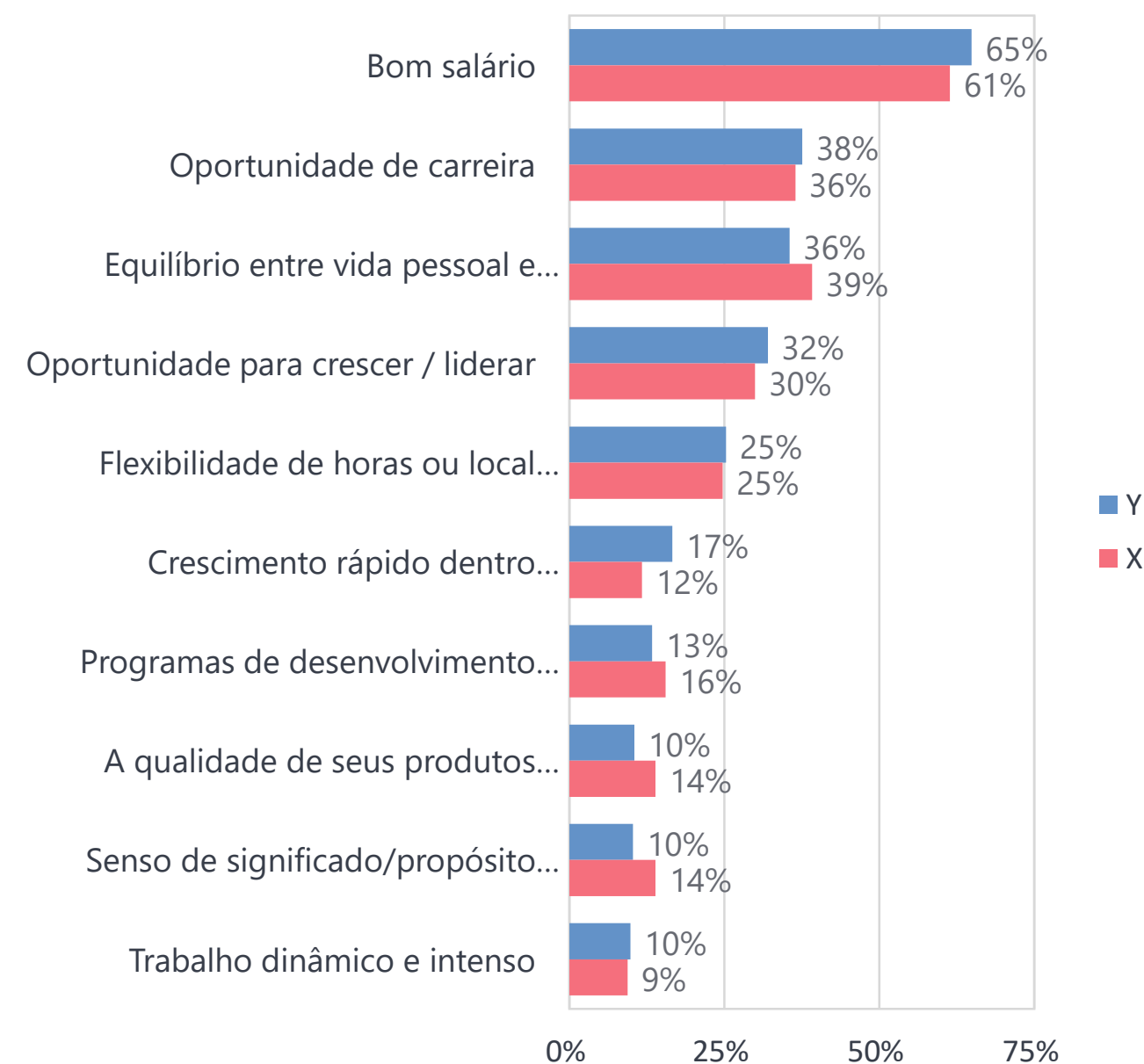
Um fator que aparece no topo das prioridades é a oportunidade de carreira, e mostra que o reconhecimento profissional também é importante para as duas gerações, mas também pode reforçar a relevância do salário, já que o crescimento profissional está ligado ao aumento de salário.

Outros dois pontos que aparecem entre os destacados são equilíbrio pessoal/profissional e flexibilidade de horário e local de trabalho, vistos como aspectos importantes da cultura de uma empresa (discutimos isso mais adiante) mas não decisivos na hora optar por um emprego ou outro.

O aspecto de um trabalho que impacto na sociedade, comumente atrelado à imagem dos Millennials, ainda tem prioridade baixa (6%), tanto entre a geração Y quanto a X, quando comparado com os outros aspectos avaliados no estudo.

Outros fatores investigados mas com incidência inferior a 10%: Investimento em tecnologia e inovação; Empresa em crescimento intenso; Empresa de renome, reconhecida por outros; Impacto na sociedade; Oportunidade de viajar internacionalmente; Oportunidade de expatriação; A reputação de seus líderes

*Quais as principais razões de escolher um emprego?*





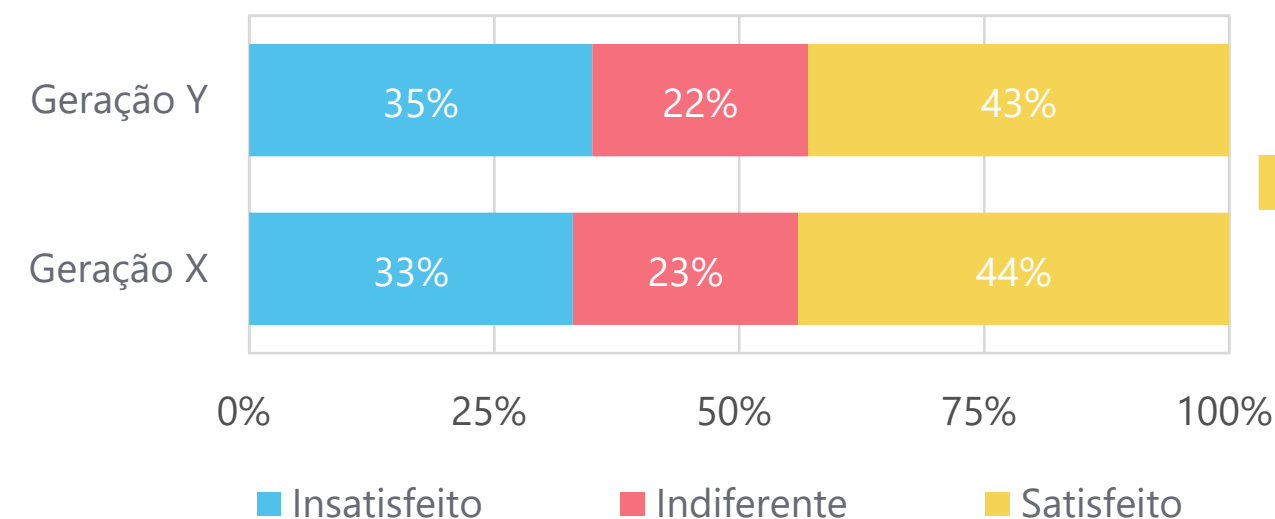
# ESTAR SATISFEITO COM O TRABALHO NÃO SIGNIFICA PERMANÊNCIA NELE NO LONGO PRAZO

COMPARTILHE ESSE EBOOK!

A distribuição da satisfação com o trabalho entre as duas gerações é muito similar, tendo a maior parte das pessoas (c.44%) se dizendo satisfeitas com o trabalho atualmente.

Entretanto, quando questionamos as pessoas sobre quanto tempo pretendem ficar no emprego atual, notamos uma diferença relevante entre as duas gerações:

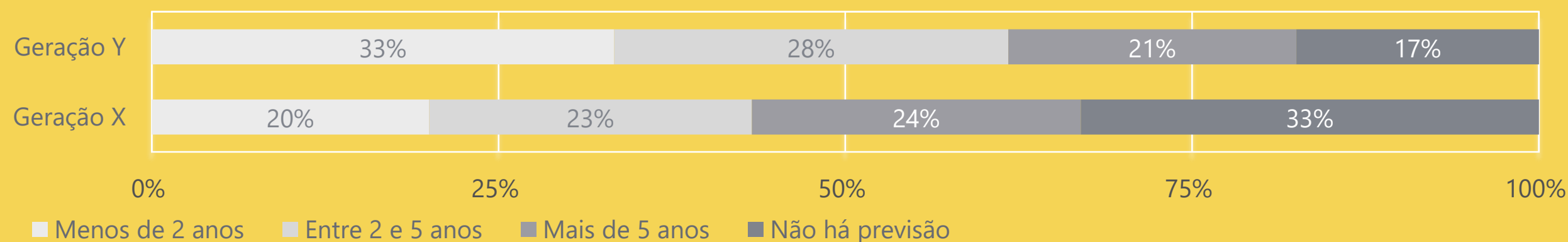
O quão satisfeito está com o trabalho atual?



## APENAS SATISFEITOS COM O TRABALHO ATUAL

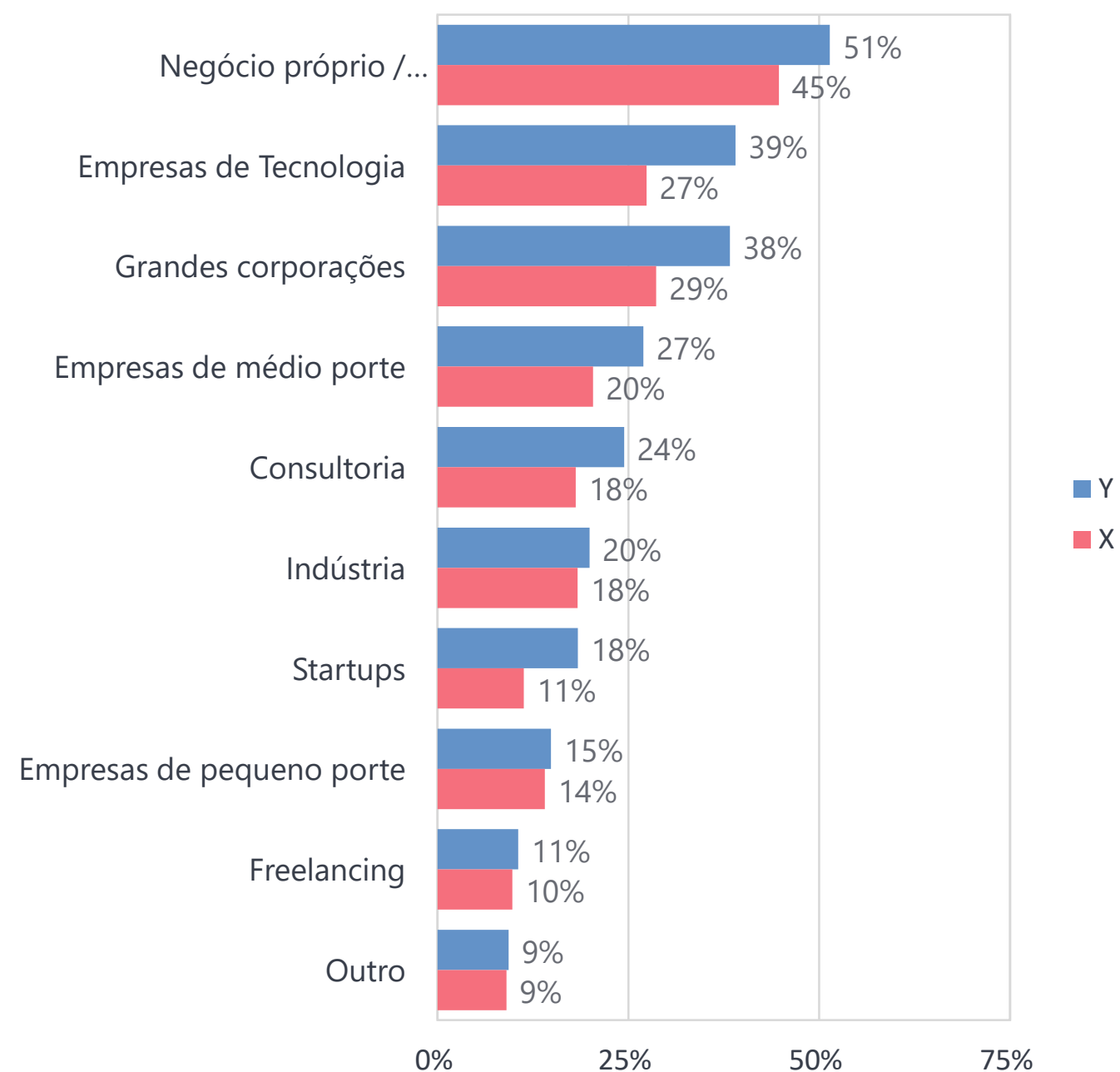
UM TERÇO DOS MILLENNIALS SATISFEITOS COM SEU TRABALHO ATUAL PRETENDE MUDAR DE EMPREGO EM MENOS DE DOIS ANOS

Quando pretende sair do emprego atual?



# PARA ONDE VÃO AQUELES QUE QUEREM SAIR

*Saindo do seu emprego do emprego atual, para onde iria?*



A maioria das pessoas entrevistadas que pretendem sair do emprego atual indicaram que querem abrir negócio próprio. Como vimos, tanto os Millennials quanto a geração X procuram equilíbrio com a vida pessoal e mais flexibilidade no âmbito de trabalho, características que comumente são associadas ao empreendedorismo (mas que não necessariamente são verdade).

Apesar do número representativo alto para as duas gerações, os Millennials tem significativamente mais vontade de serem empreendedores do que os membros da geração X.

Por outro lado, é possível notar também que a quantidade de Millennials que deseja trabalhar em grandes corporações também é maior.

As empresas de tecnologia são destaque também entre as duas gerações, mas outra vez os Millennials apresentam interesse maior na área.

# QUAIS SÃO OS MOTIVADORES DA (IN)SATISFAÇÃO?

Investigamos como a cultura das empresas se relaciona com a satisfação do trabalho e vimos que, em geral, os aspectos que impactam os Millennials no âmbito profissional são similares aos que impactam a geração X, mas em proporções diferentes.

O aspecto que se destacou pela influência negativa na satisfação com o trabalho foi o da priorização do desempenho financeiro acima de tudo. Além dele, respondentes de ambas gerações apontaram também a falta de tempo para aprendizado e o monitoramento de horários e performance como aspectos negativos da cultura das empresas.

Por outro lado, os Millennials que estão satisfeitos com o seu emprego, valorizam o fato do seu trabalho ter um senso de propósito além do lucro financeiro, o compromisso com a igualdade e a inclusão e o incentivo à geração de ideias e melhorias.

Entre os entrevistados da geração X que se consideram satisfeitos, os aspectos que se destacaram foram também o compromisso com a igualdade e a inclusão e o incentivo a geração ideias e melhorias, além de apontarem também a comunicação aberta e transparente como fator de influência positiva.

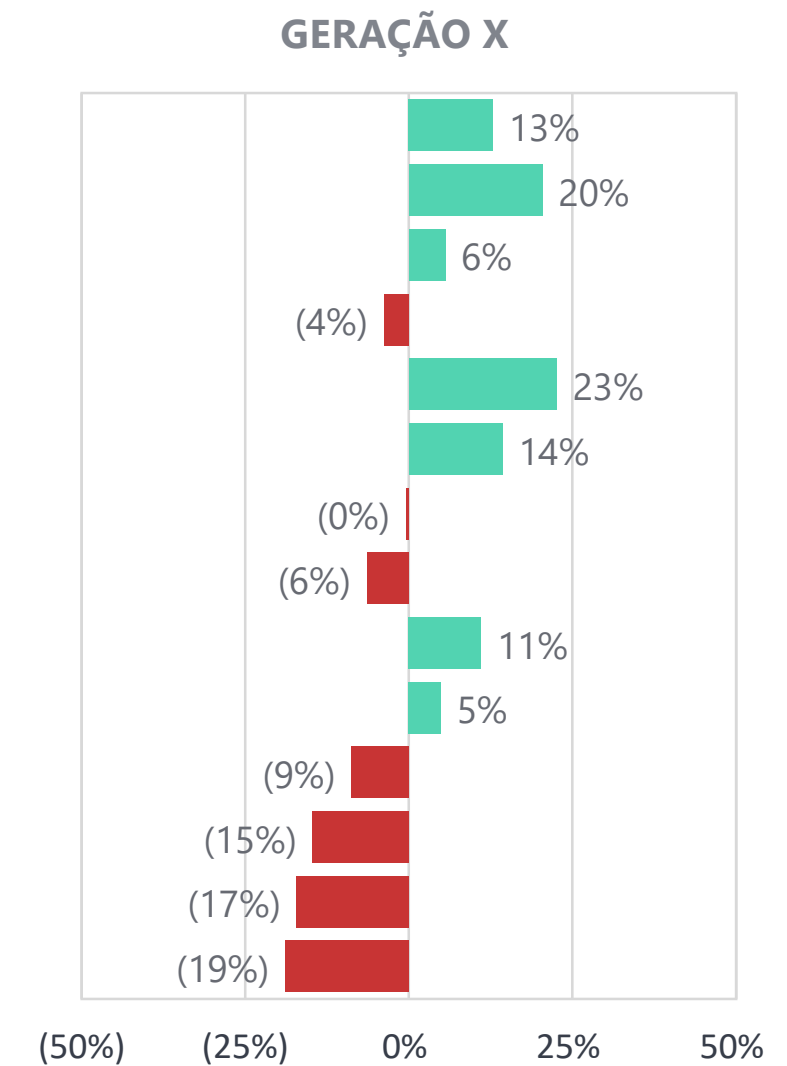
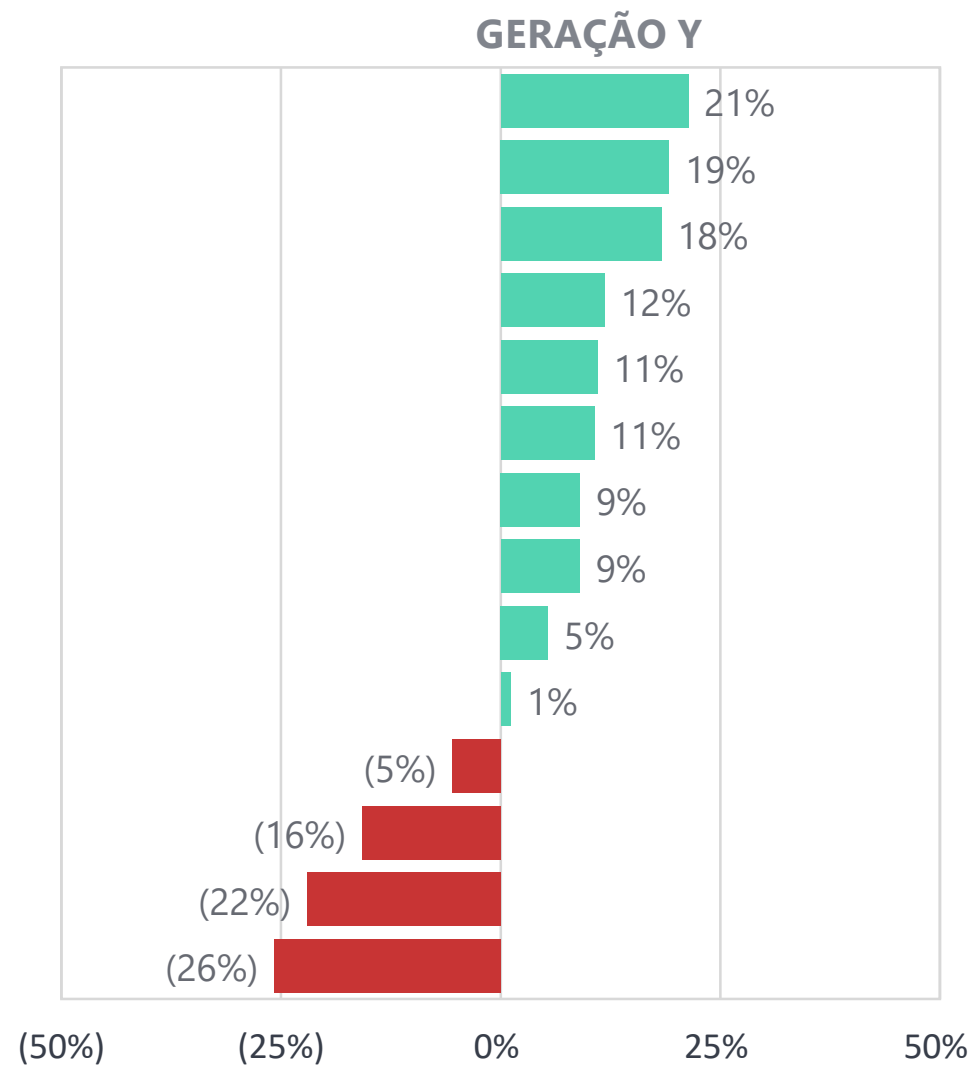


# ASPECTOS DA CULTURA DAS EMPRESAS QUE IMPACTAM NA SATISFAÇÃO E DESEJO DE PERMANÊNCIA:

## IMPACTO NA SATISFAÇÃO E PERMANÊNCIA EM UMA EMPRESA

### ASPECTOS DA CULTURA DA EMPRESA

- Incentivo à geração de ideias e melhorias,...
- Compromisso com a igualdade e inclusão
- Senso de propósito além de sucesso financeiro
- Alta importância a prazos e entregas
- Comunicação aberta e transparente entre as pessoas
- Comunicação ágil e rápida entre as pessoas
- Pessoas são responsabilizadas pelas suas ações e...
- Compreensão das ambições dos profissionais jovens
- Alta importância para atenção a detalhes
- Cultura de suporte e tolerância
- Forte hierarquia e importância a cargos
- Os horários e performance bastante monitorados
- Desempenho financeiro acima de tudo
- Pouco tempo para aprendizado





# A IMPORTÂNCIA E O USO DO SMARTPHONE

## RESPOSTAS PARA:

- O QUÃO IMPORTANTE É TER UM SMARTPHONE PARA AS GERAÇÕES?
- QUAIS MOMENTOS SÃO PRÓPRIOS PARA USO DO SMARTPHONE?
- COMO AS GERAÇÕES USAM O SMARTPHONE NO MOMENTO DA COMPRA OFFLINE?

# QUAL A REAL IMPORTÂNCIA DE TER UM SMARTPHONE?

PARA UM MILLENNIALS, UM SMARTPHONE É TÃO IMPORTANTE QUANTO UM PLANO DE SAÚDE

A grande maioria dos entrevistados de ambas as gerações considera uma casa própria o bem mais importante dentre os itens que estimulamos. O plano de saúde aparece em segundo no ranking de prioridades de consumo para as duas gerações, mas os Millennials dão importância significativamente menor à isso do que respondentes da geração X.

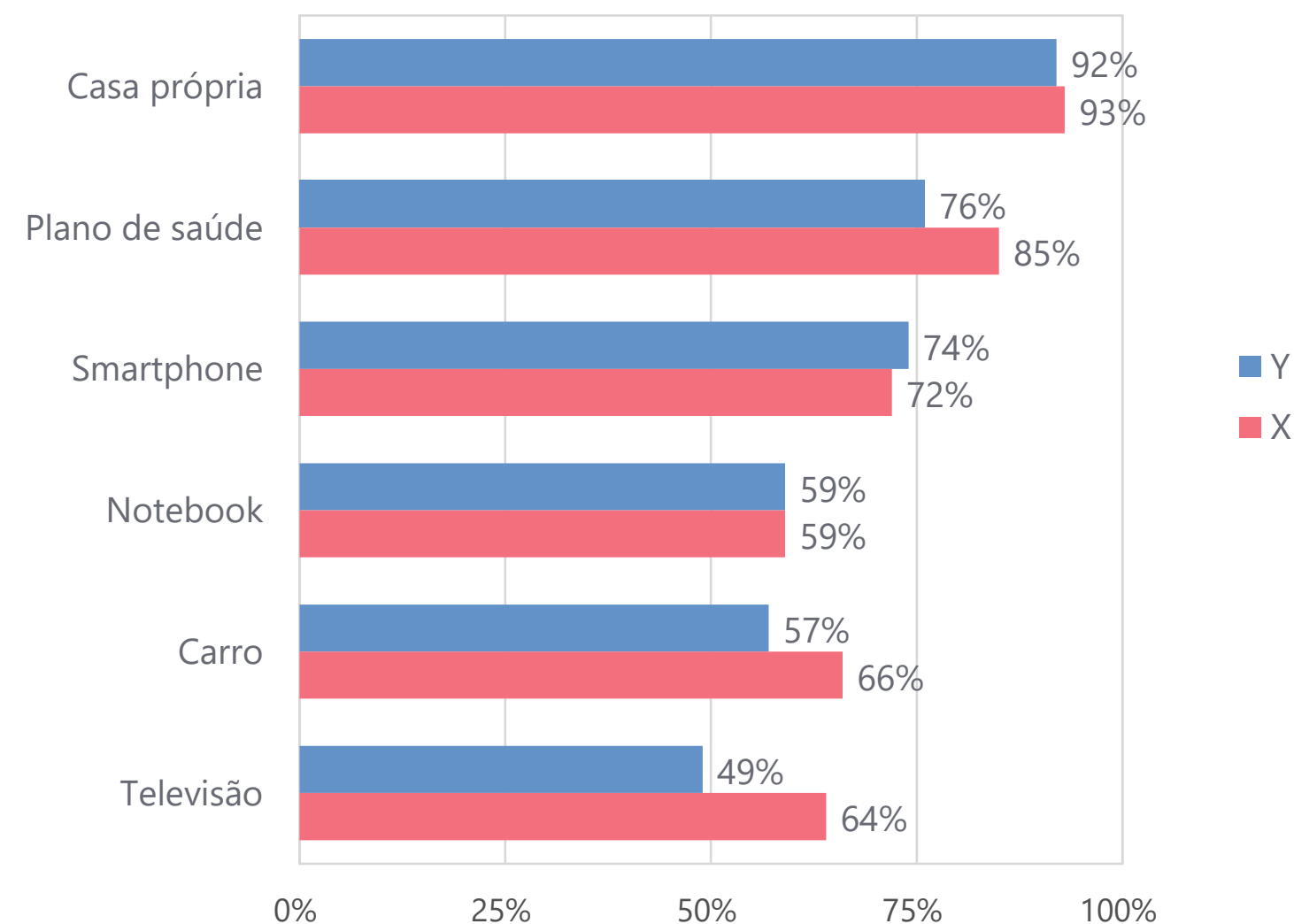
**Para a geração Millennials, ter um smartphone é tão importante quanto ter um plano de saúde**

As gerações Y e X dão a mesma importância para o notebook como objeto de consumo, mas ele aparece em último no ranking de prioridades para a geração X, que prefere ter um carro ou uma televisão a um notebook.

A televisão foi o objeto que apresentou maior diferença (15%) da importância de consumo atribuída pelas duas gerações.

## IMPORTÂNCIA DE CONSUMO

(top 2 boxes - % que considera importante ou muito importante possui o bem)



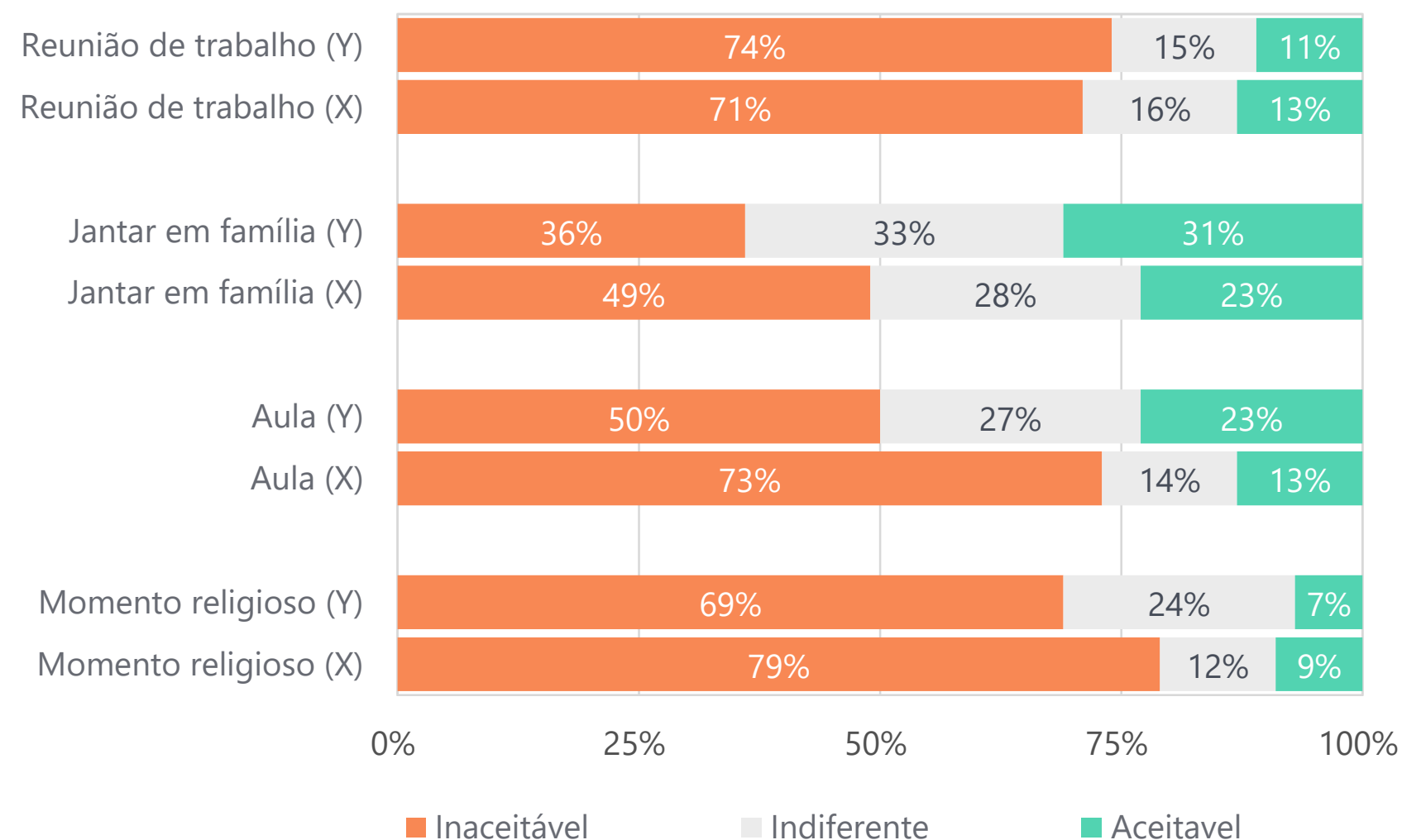
# DIFERENÇAS RELEVANTES NA PERCEPÇÃO SOBRE O USO DE SMARTPHONES EM AMBIENTES SOCIAIS

Um terço dos Millennials considera aceitável usar o celular durante um jantar de família, enquanto quase metade dos entrevistados da geração X considera o ato inaceitável.

Quando observamos a percepção das gerações quanto ao uso de smartphone em sala de aula, a diferença é maior ainda: 23% dos Millennials considera isso uma prática aceitável, em comparação à 13% da geração X.

Durante momentos religiosos e durante uma reunião de trabalho, a maioria dos Millennials e da geração X considera a prática inaceitável.

O quanto você considera aceitável o uso de smartphone durante estes momentos?



# QUAL O USO E IMPORTÂNCIA DO SMARTPHONE DURANTE A COMPRA NO VAREJO?

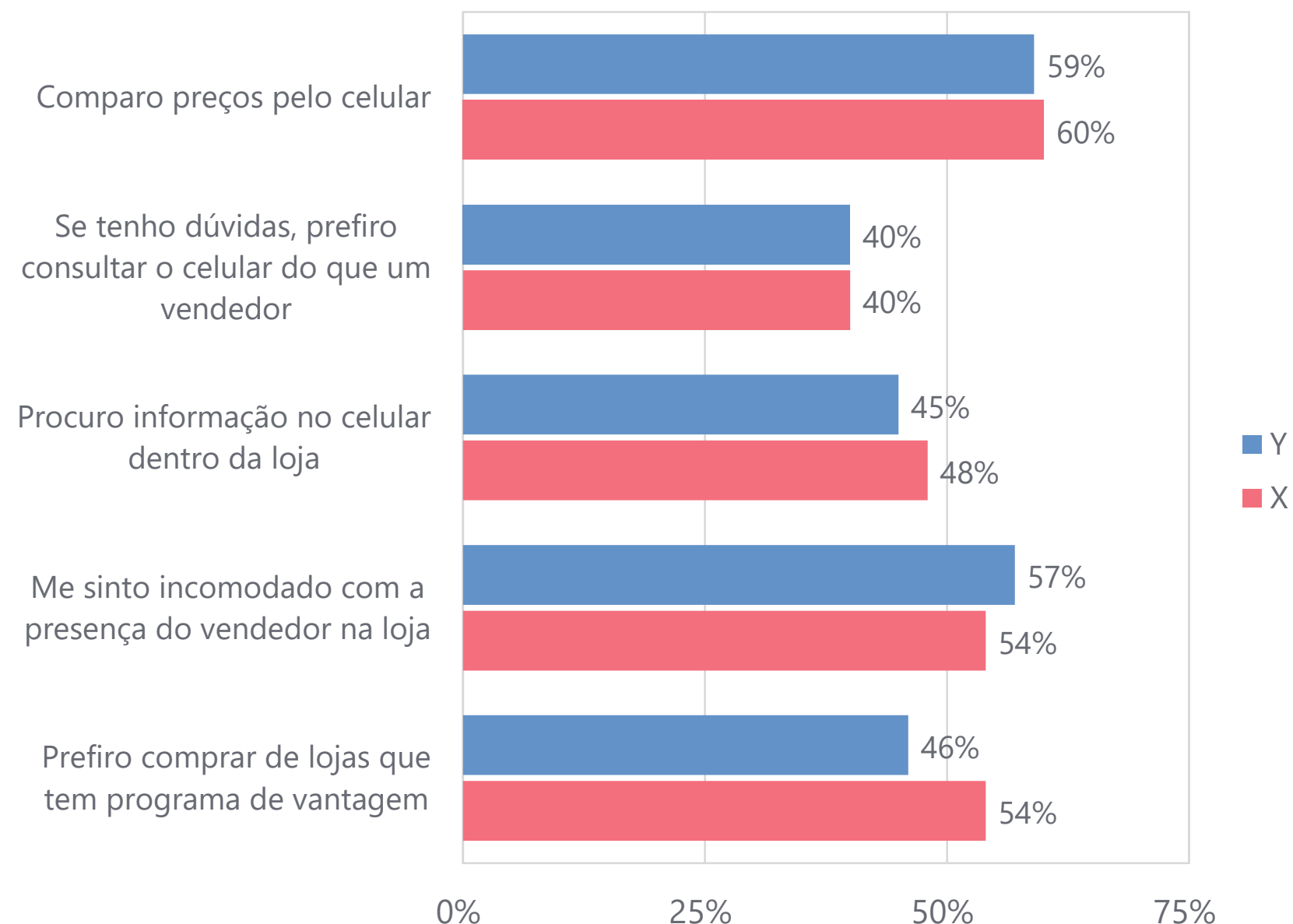
AS DUAS GERAÇÕES USAM OS SMARTPHONES EM NÍVEL SIMILAR DURANTE UMA COMPRA EM LOJA, TANTO PARA TIRAR DÚVIDAS À RESPEITO DE UM PRODUTO QUANTO PARA COMPARAR PREÇOS

Tanto os Millennials quanto os respondentes da geração X indicam que se sentem incomodados com a presença dos vendedores nas lojas. Além disso, é alta a incidência de pessoas (40%) que preferem consultar o celular do que um vendedor se tiverem dúvidas.

**Outro ponto relevante é que quase metade dos respondentes das duas pesquisas indicou que durante uma compra na loja consultam o celular à procura de informações complementares.**

Há uma diferença de preferências quando se trata de programas de vantagem: uma porção maior dos respondentes da geração X disse preferir lojas que possuem programa de vantagem, em comparação com os entrevistados da geração Millennial.

*O quanto esses comportamentos te descrevem?*



# RESUMO DO QUE VIMOS AQUI

PARA FACILITAR, PREPARAMOS ALGUNS BULLETS DE RESUMO DESTE MATERIAL PARA VOCÊ:

## 01 - SOCIAL

A GERAÇÃO Y É MAIS DESVINCULADA DA RELIGIÃO

DENTRE AQUELES MILLENNIALS QUE SE POSICIONAM POLITICAMENTE, HÁ MAIOR RELEVÂNCIA DO PERFIL “LIBERAL” SE COMPARADO COM GERAÇÃO X

A VISÃO DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS BRASILEIRAS É MAJORITARIAMENTE NEGATIVA

MILLENNIALS TENDEM A ACATAR DE FORMA POSITIVA TENDÊNCIAS SOCIAIS COMO CASAMENTO GAY E LIBERAÇÃO DA MACONHA

## 02 - TRABALHO

PARA MILLENNIALS , ESTAR SATISFEITO NO TRABALHO NÃO SIGNIFICA PERMANÊNCIA NELE NO LONGO PRAZO  
(REVEJA AQUI)

DETERMINADOS ASPECTOS DA CULTURA EMPRESARIAL CONTRIBUEM MAIS PARA A SATISFAÇÃO E PERMANÊNCIA DOS COLABORADORES NO LONGO PRAZO  
(REVEJA AQUI)

QUASE METADE DOS MILLENNIALS E PESSOAS DA GERAÇÃO X DESEJAM TER UM NEGÓCIO PRÓPRIO  
(REVEJA AQUI)

## 03 - SMARTPHONE

PARA A GERAÇÃO Y, UM SMARTPHONE É TÃO IMPORTANTE QUANTO UM PLANO DE SAÚDE  
(REVEJA AQUI)

A TV PERDE RELEVÂNCIA / PRIORIDADE DE CONSUMO PARA MILLENNIALS  
(REVEJA AQUI)

AS GERAÇÕES ACEITAM OS USO DE SMARTPHONE DE FORMAS DIFERENTES EM MOMENTOS SOCIAIS COMO TRABALHO, AULAS E JANTARES EM FAMÍLIA  
(REVEJA AQUI)



## A MINDMINERS

A MindMiners é uma empresa de tecnologia especializada em pesquisa digital. Entregamos inteligência de mercado com agilidade, transparência e qualidade de forma acessível a todos os perfis de clientes.

Além dos serviços oferecidos, contamos ainda com plataforma de pesquisa composta por duas partes interconectadas: um software online para a elaboração e disparo de questionários e uma rede social que conecta marcas e consumidores. Trata-se de uma base exclusiva de respondentes da MindMiners que nos permite ganhar tempo nos projetos.

Por meio da nossa plataforma, nossos clientes conseguem visualizar em tempo real o que os seus consumidores pensam e como se comportam de forma rápida e precisa.

[CLIQUE PARA ENTRAR EM CONTATO](#)

