

## **Venda de smartphone no Brasil é puxada pela geração Y**

Pesquisa da Telefónica revela que apesar de terem uma renda mais baixa, jovens entre 18 e 30 respondem por cerca de 25% da receita da companhia no País.

Jovens de 18 a 30 anos lideram crescimento do mercado de smartphones no Brasil. O dado é do presidente-executivo da Telefónica para a América Latina, Santiago Fernández Valbuena, que conversou com a imprensa hoje, em São Paulo, durante evento em que foram divulgados resultados do estudo Global Millennial Survey, sobre o impacto da chamada geração do milênio na sociedade, partindo da premissa de que os jovens adultos de hoje são os líderes de amanhã.

Os "millennials", também conhecidos como geração Y, são jovens entre 18 e 30 anos. Segundo a pesquisa eles não só lideram o crescimento do mercado de smartphones no Brasil como são motores importantes para o crescimento de oferta de dados móveis, um segmento que as operadoras de telefonia tem buscado crescer por conta de maior rentabilidade.

A maioria dos jovens entre 18 e 30 anos ouvidos já aqui já possui smartphone (63%). Isso em um país onde cinco em cada seis habitantes não possui smartphone. Com margens mais altas, os aparelhos representam uma fonte de geração de receita cada vez mais importante para as operadoras, em um cenário de alta penetração dos celulares comuns.

Apesar dos 'millennials' terem uma renda mais baixa, esses jovens respondem por cerca de 25% da receita da Telefónica Brasil, segundo o executivo.

Encomendado pela Telefónica em parceria com o "Financial Times", o estudo mostrou a percepção desse grupo de pessoas em relação a temas como empreendedorismo, otimismo com o futuro e tecnologia. Foram ouvidos 12 mil jovens em 27 países, incluindo quase 3 mil latino-americanos da Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru e Venezuela.

Alguns dados sobre o Brasil estão acima da média mundial em diversos aspectos. Por exemplo:

-> Os brasileiros passam uma média de sete horas online por dia (vs. seis horas em todo o mundo).

-> Quase metade (45%) se diz confortável com o conhecimento e uso da tecnologia e descreve a sua familiaridade como excelente (vs. 30% em todo o mundo)

-> A Internet, incluindo as mídias sociais, é a fonte preferida para informação (46% versus 45% em todo o mundo) e entretenimento (72% contra 64% em todo o mundo)

-> Mais da metade (57%) concordam fortemente que a tecnologia os tornou melhor informados sobre questões políticas em seu país (contra 38% em todo o mundo).

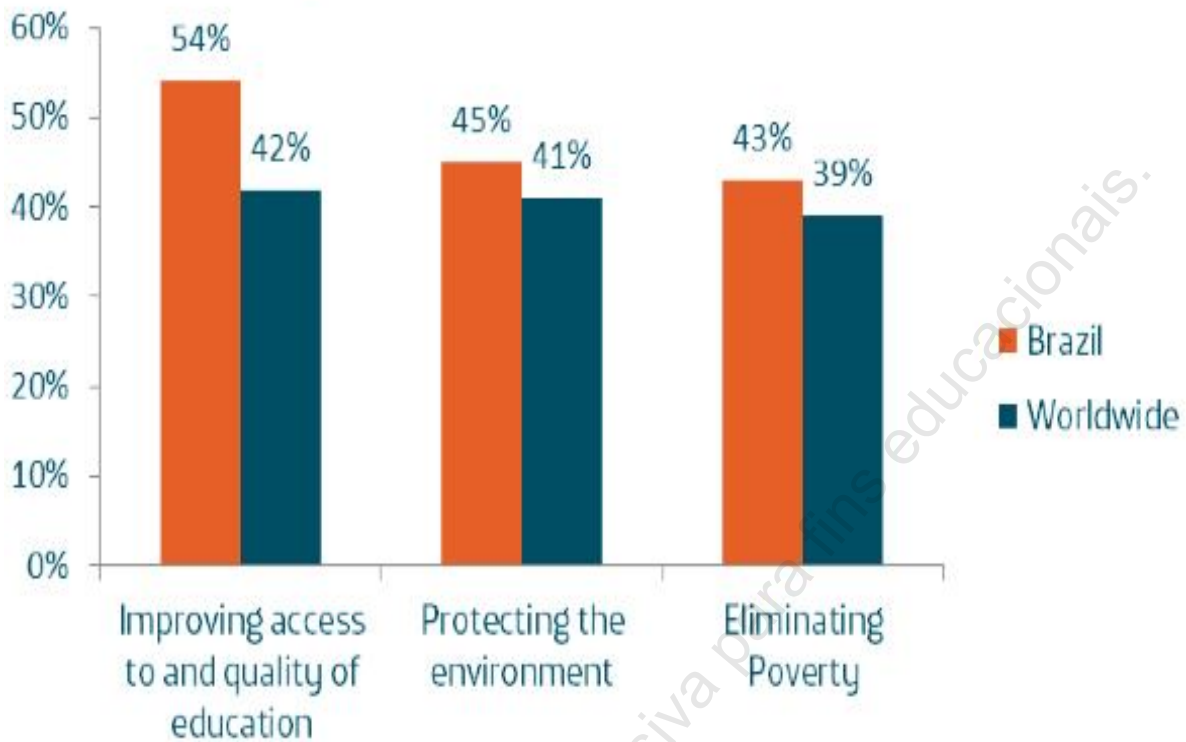
-> A maioria (92%) acredita que a tecnologia faz com que as barreiras linguísticas sejam mais fáceis para superar (contra 87% em todo o mundo)

-> 85% acreditam que a tecnologia tornou mais fácil conseguir um emprego (contra 83% no mundo)

-> E 71% acreditam que a tecnologia cria oportunidades para todos (vs. 69% em todo o mundo)

-> 57% dizem que a tecnologia diminuiu o fosso entre ricos e pobres (contra 38% em todo o mundo) e 37% acreditam que a tecnologia é o campo mais importante de estudo acadêmico para garantir o seu sucesso pessoal futuro.

## Ways to Make a Difference in the World



Moral da história: nossos jovens da geração do milênio são "tecnotimistas". Não só sentem-se altamente confortáveis com a tecnologia, como acreditam fortemente na capacidade da tecnologia para mudança de vida. A maioria crê que a tecnologia facilita a inserção no mercado de trabalho.

**Confira, no gráfico abaixo, os resultados globais do estudo.**



Telefónica Global Millennial Survey

# Meet the Millennial Leaders

Today's young adults: the leaders of tomorrow.

Living at the intersection of technology, entrepreneurship, and believing they can make a difference.

## Optimistic

"I have opportunities in my country to become an entrepreneur."

Millennial Leaders are most optimistic about the future.

**61%** Say they are very optimistic about their future.  
vs 32% of Global.

**79%** Think optimistically of their country's future.  
vs 67% of Global.

**74%** Believe they can make a global difference.  
vs 40% of Global.



## New Media Focused

"I am on the cutting edge of technology."

Millennial Leaders believe the Internet, including social media is the best resource for...

...a developing news story or crisis. **55%** (Millennial Leaders) vs 54% (Global)

...credible news coverage. **51%** (Millennial Leaders) vs 45% (Global)

...entertainment. **62%** (Millennial Leaders) vs 64% (Global)

## Tech Savvy

Millennial Leaders are more likely to own a technological device.

**82%** own a **SMARTPHONE** vs 76% of Global. **80%** own a **LAPTOP** vs 74% of Global.

**66%** own a **DESKTOP** vs 50% of Global. **46%** own a **TABLET** vs 28% of Global.

## Civically Engaged

"I believe I can make a local difference."

Millennial Leaders are more civically engaged and empowered to drive change.

Always participate in their country's political process. **46%** (Millennial Leaders) vs 28% (Global)

Technology has made them better informed about political issues in their country. **67%** (Millennial Leaders) vs 38% (Global)

Social media plays an important role in current political events and movements in their country. **60%** (Millennial Leaders) vs 33% (Global)

A utilized...desarrollo

is.



Fonte: Computerworld. [Portal]. Disponível em:  
 <<http://computerworld.uol.com.br/telecom/2013/06/07/venda-de-smartphone-no-brasil-e-puxada-pela-geracao-y/>>. Acesso em: 7 jun. 2013.