

Comportamento de consumo dos Millennials



O termo **Millennials** representa a geração dos nascidos entre 1980 e 2000. Para melhor entender o perfil de consumo desses jovens, a **Visa Performance Solutions**, consultoria da Visa, analisou o comportamento de compras dos brasileiros por faixa etária.

GERAÇÃO

Millennials



No Brasil, cerca de **30%** da população é composta pelos Millennials (IBGE)

Eles são os que mais concentram suas compras em:



ROUPAS



RESTAURANTES



LOJAS DE DEPARTAMENTO

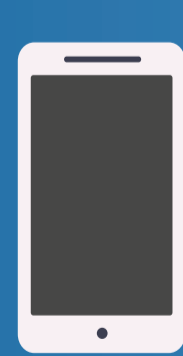
É a geração que menos investe em despesas médicas e em supermercado



Realiza **15x** operações por mês

O ticket médio dos millennials é **26%** inferior ao da Geração X (35- 53 anos), porém o número de transferências é praticamente o mesmo.

São os que mais realizam compras no e-commerce, com mais de 20% do total das transações realizada virtualmente



CURIOSIDADE

Dentro do grupo dos **Millennials**, há uma subdivisão: os **Younger Millennials**, nascidos entre 1980 e 1990, e os **Older Millennials**, nascidos entre 1991-2000. Os Older Millennials são mais digitais do que os Younger Millennials, o que acontece pelo fato dos mais jovens serem dependentes financeiramente dos pais e, em uma análise geral, utilizarem menos o comércio eletrônico do que os que nasceram na década de 80.

METODOLOGIA

A análise é fruto do uso de técnicas de analytics a partir de dados da rede de pagamentos com mais transações de compras do mundo, a Visanet. Os dados foram coletados no Brasil e são referentes a setembro de 2016.

VISA