

Millenials e a Tecnologia: Desafios e Oportunidades para as Marcas

Resumo

O presente estudo visa examinar a forma como a geração Millennial se relaciona com marcas, tecnologia e redes sociais, diferenciando-a de outras gerações. De forma a concretizar este objetivo, o presente trabalho foi desenvolvido através de uma metodologia quantitativa, utilizando uma amostra de conveniência composta por 188 participantes de ambos os sexos, oriundos de diferentes zonas do país e com idades compreendidas entre 18 e mais de 61 anos. Ao nível dos resultados, quando comparado com outras gerações, foi possível encontrar diferenças de perfis na forma como a geração Millennial se posiciona face à tecnologia, interação com marcas, ou face à utilização das redes sociais. Os resultados do presente trabalho são discutidos sob o ponto de vista das suas implicações teóricas, empíricas e práticas.

Palavras-chave: Millenials, comunicação, tecnologia, redes sociais.