

OBSERVATÓRIO CIEE

Inteligência de mercado para
decifrar o comportamento do
jovem.



Observatório CIEE
juventude e trabalho



Observatório CIEE
juventude e trabalho



PANORAMA DE CONSUMO E COMPORTAMENTO DO JOVEM BRASILEIRO

Estudo de comportamento de consumo, relação com marcas
e hábitos digitais entre **jovens do ecossistema CIEE**.

Quem são — o retrato em números



32,9 mi

peças de 14 a 24 anos

15,4% da população do país



13,9 mi

jovens ocupados

12,5 mi (18-24) + 1,4 mi (14-17)



6,2 mi

não estudam nem trabalham

18,7% dos jovens de 14 a 24

CONCLUSÃO

A maioria dos jovens já está ocupada, mas 6,2 milhões estão fora da escola e do trabalho. O desafio não é só criar vaga — é manter o jovem dentro do sistema de estudo e trabalho.

32,9 milhões de jovens de 14 a 24 anos



39%

12,8 mi

Só estudam

na escola ou faculdade



29,1%

9,6 mi

Só trabalham

ocupados, fora da escola



18,7%

6,2 mi

**Nem estudam nem
trabalham**

o grupo de maior risco



13,2%

4,3 mi

Estudam e trabalham

conciliam os dois

39% + 29,1% + 18,7% + 13,2% = 100% • 32,9 milhões de jovens

CONCLUSÃO

O grupo que mais aparece não é o que trabalha nem o nem-nem: são os 12,8 milhões que só estudam. Somados aos 4,3 mi que estudam e trabalham, 17 milhões de jovens (52%) ainda estão na escola — a aposta na escolaridade é a regra, não a exceção.

CONTEXTO DO ESTUDO

O que é o Radar Jovem CIEE e metodologia aplicada



Observatório CIEE
Juventude e trabalho

O que é o Radar Jovem CIEE

Pesquisa que mapeia hábitos, preferências e comportamento de consumo da juventude associada ao CIEE.

A pergunta central: como se dá o comportamento de consumo entre a juventude? O estudo cobre a relação dos jovens com marcas, canais e linguagens de conteúdo, e aspectos de sua vida presencial.

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n=4.834)

4.834

Jovens respondentes

14-28

Anos (Faixa etária)

18,96

Anos (Idade média)

±1,4%

Margem de erro (IC 95%)

**CONFIABILIDADE PARA JOVENS
URBANOS DA REDE PÚBLICA EM
TRANSIÇÃO PROFISSIONAL**

0

Perfil dos Respondentes

Idade, região, sexo, raça, escolaridade e situação de estudo/trabalho da amostra.

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

1

RESUMO DO PERFIL PREPONDERANTE DOS RESPONDENTES



Observatório CIEE
juventude e trabalho

■ confiabilidade para:

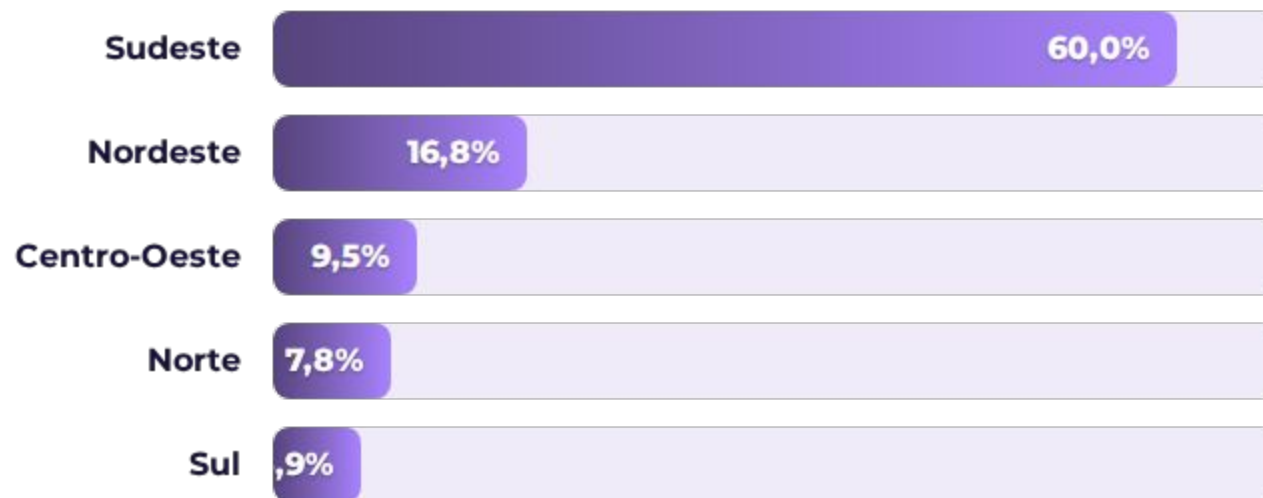
**14 a 21 anos - sudeste - brancos e pardos - rede pública de
ensino - estudam - estudam e trabalham**

PERFIL DOS RESPONDENTES

Em qual região o respondente mora?



Observatório CIEE
Juventude e trabalho



Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

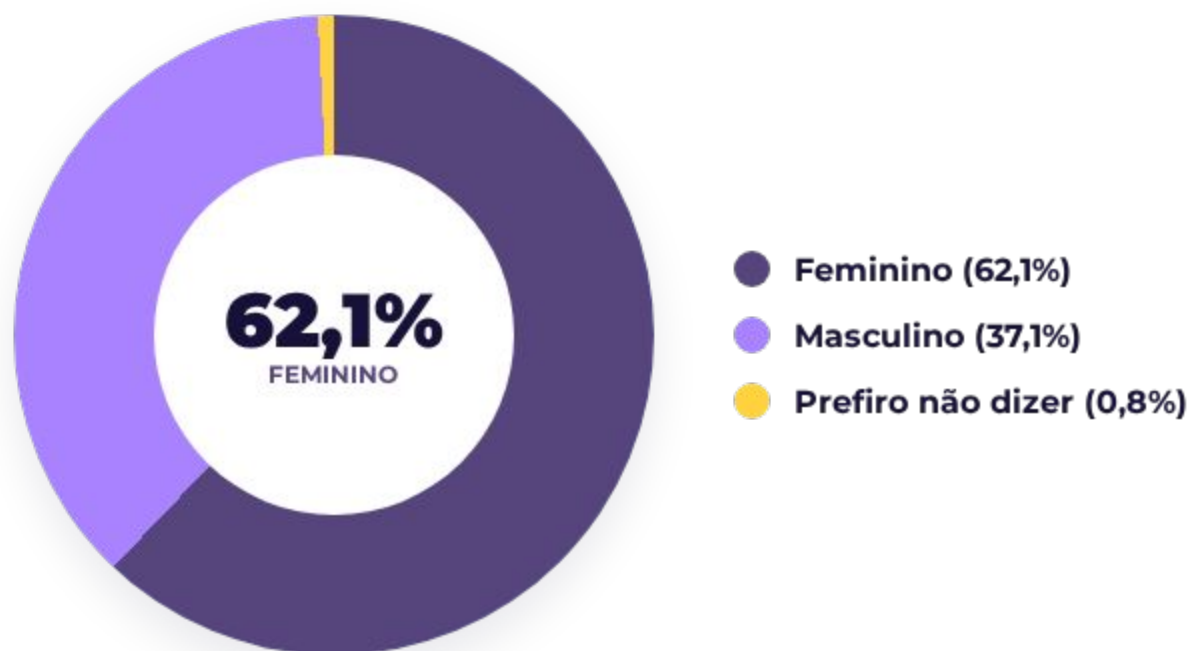
LEITURA

A amostra é concentrada no Sudeste (60%), com destaque para São Paulo (45% do total). 67,1% dos respondentes vivem em capital ou região metropolitana.

PERFIL DOS RESPONDENTES



Observatório CIEE
Juventude e trabalho



Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

LEITURA

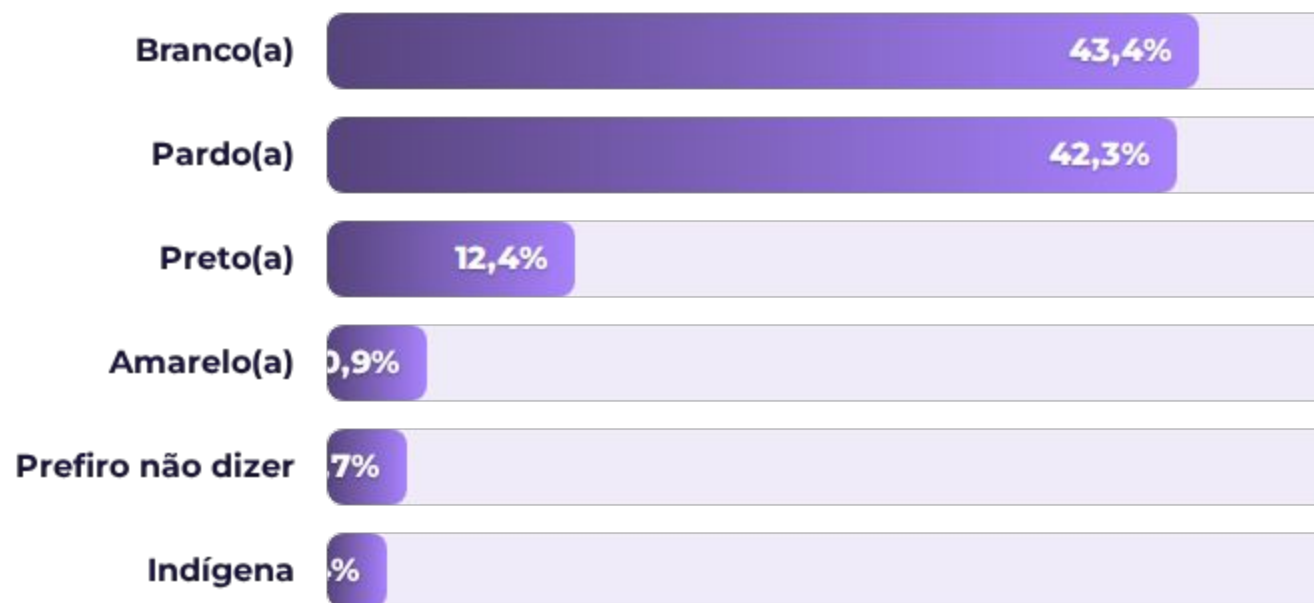
A amostra é majoritariamente composta por mulheres (62,1%).

PERFIL DOS RESPONDENTES

Como você se classifica quanto a cor ou raça?



Observatório CIEE
Juventude e trabalho



LEITURA

Branco(a) (43,4%) e pardo(a) (42,3%) somam mais de 85% da amostra, seguidos por preto(a) (12,4%).

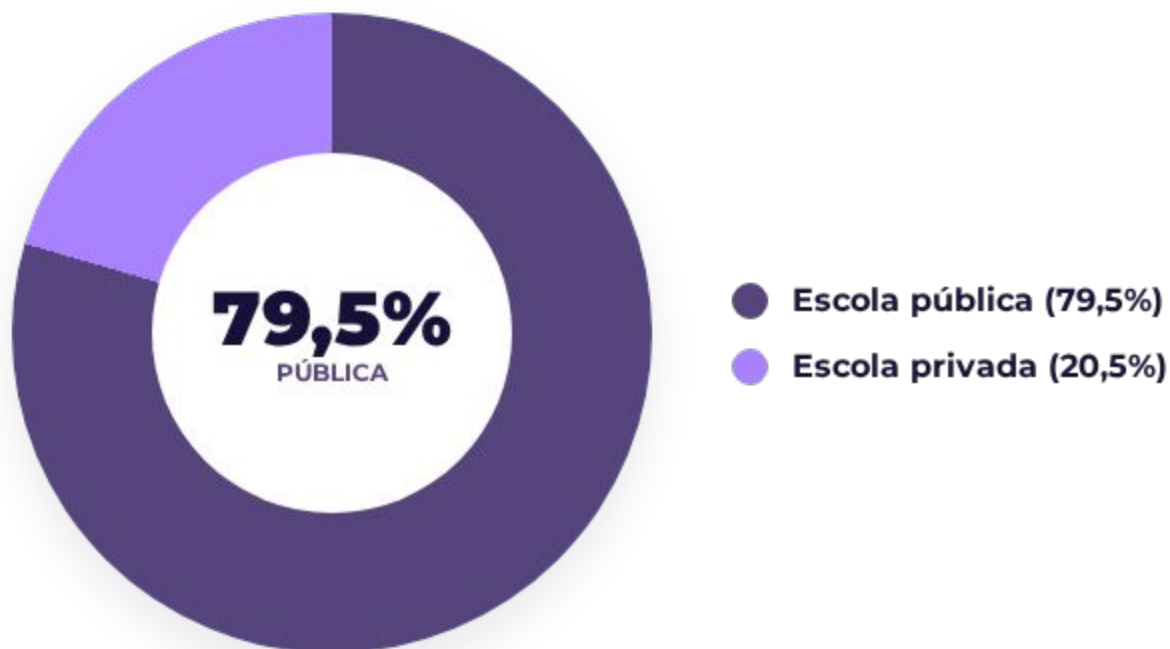
Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

PERFIL DOS RESPONDENTES

Você cursa ou cursou a escola em sua maior parte, em:



Observatório CIEE
Juventude e trabalho



Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

LEITURA

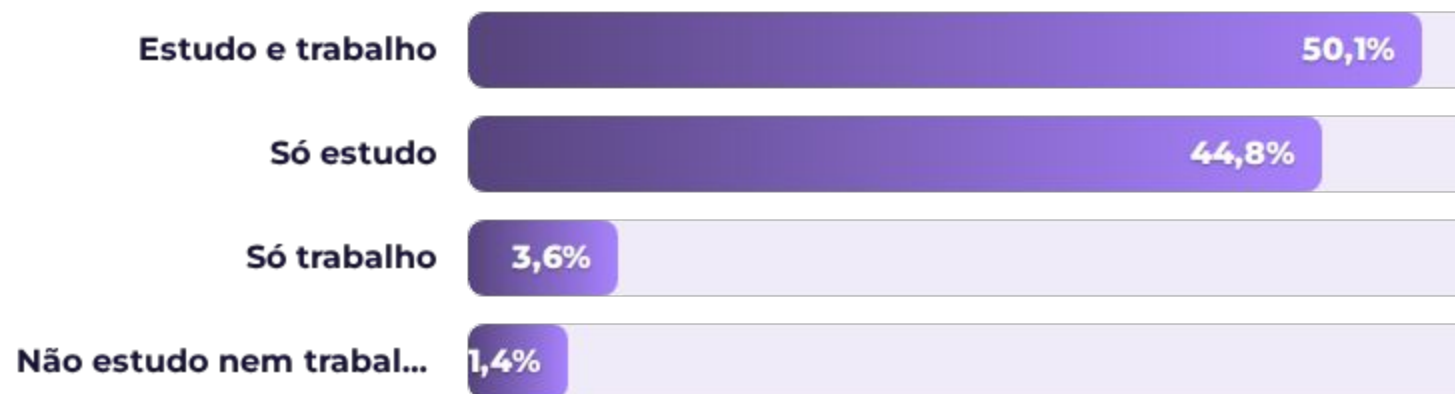
Quatro em cada cinco respondentes vêm de escola pública (79,5%), refletindo o perfil de atuação do CIEE.

PERFIL DOS RESPONDENTES

Qual a sua situação hoje?



Observatório CIEE
juventude e trabalho



Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

LEITURA

Metade dos respondentes concilia estudo e trabalho (50,1%). O padrão reflete a composição etária jovem da amostra, concentrada entre 14 e 21 anos.

CRUZAMENTO

Situação de trabalho e estudo, por faixa etária



Observatório CIEE
juventude e trabalho

14 a 17 anos



18 a 21 anos



22 a 25 anos



26 a 28 anos



■ Estudo e trabalho ■ Só estudo ■ Só trabalho ■ Não estudo nem trabalho

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

LEITURA

Conforme a idade avança, cresce a proporção de jovens que trabalham: entre 14–17 anos, 65,2% só estudam; a partir dos 22 anos, mais de 70% já conciliam estudo e trabalho.

CRUZAMENTO

Situação de trabalho e estudo, por sexo



Observatório CIEE
Juventude e trabalho

Feminino



Masculino



■ Estudo e trabalho ■ Só estudo ■ Só trabalho ■ Não estudo nem trabalho

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

LEITURA

A maioria estuda e trabalha em ambos os sexos, com essa combinação levemente mais comum entre mulheres (51,5% vs. 48,2%).

0

2

Relação com as Marcas

O que gera admiração, o que afasta o consumo e como a propaganda realmente convence.

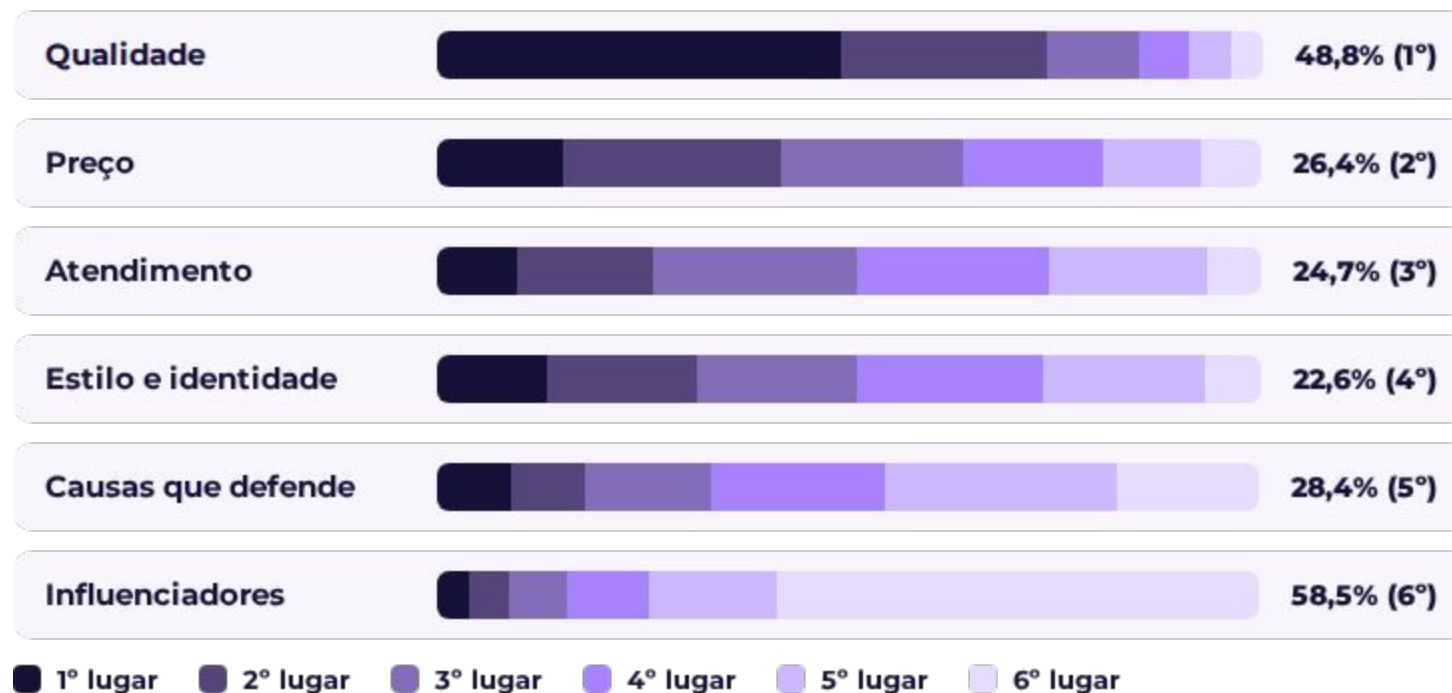
Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

RELAÇÃO COM AS MARCAS

O que faz você admirar uma marca? (ranking de atributos)



Observatório CIEE
Juventude e trabalho



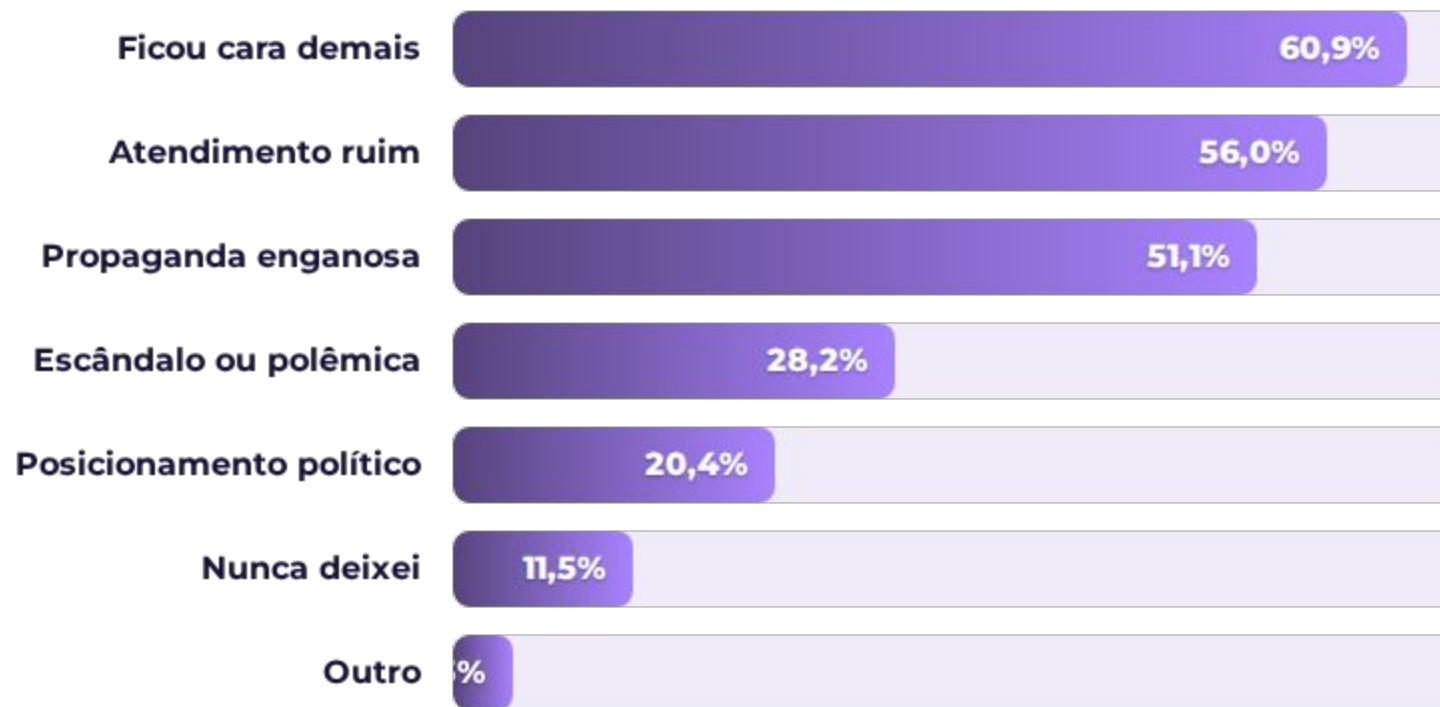
Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

***Para o jovem,
propósito sem
produto de qualidade
é só propaganda: a
admiração começa na
entrega, no preço e no
atendimento.***



RELAÇÃO COM AS MARCAS

Você já deixou de comprar de uma marca por algum destes motivos?

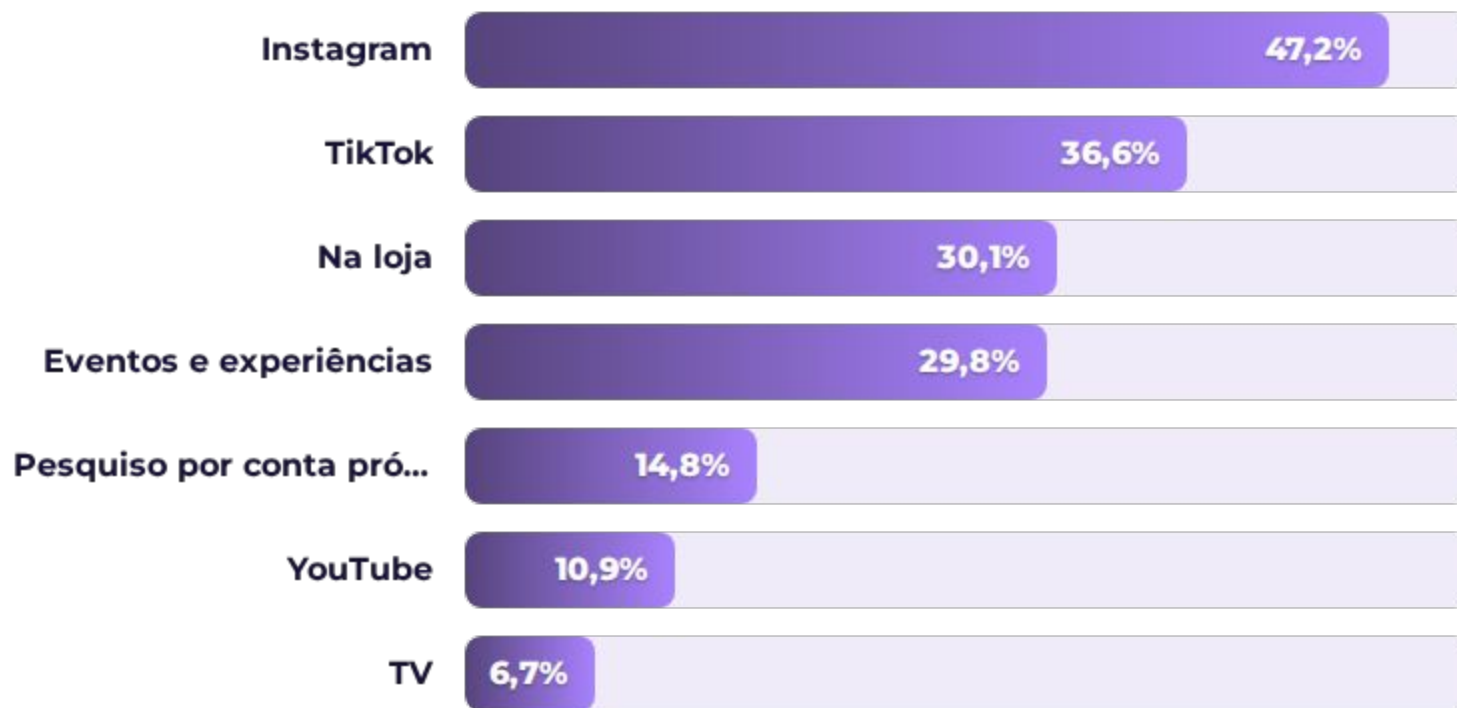


**O lealdade do jovem
não morre na
polêmica, morre no
bolso e no SAC ruim.**

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

RELAÇÃO COM AS MARCAS

Onde uma propaganda realmente te convence?

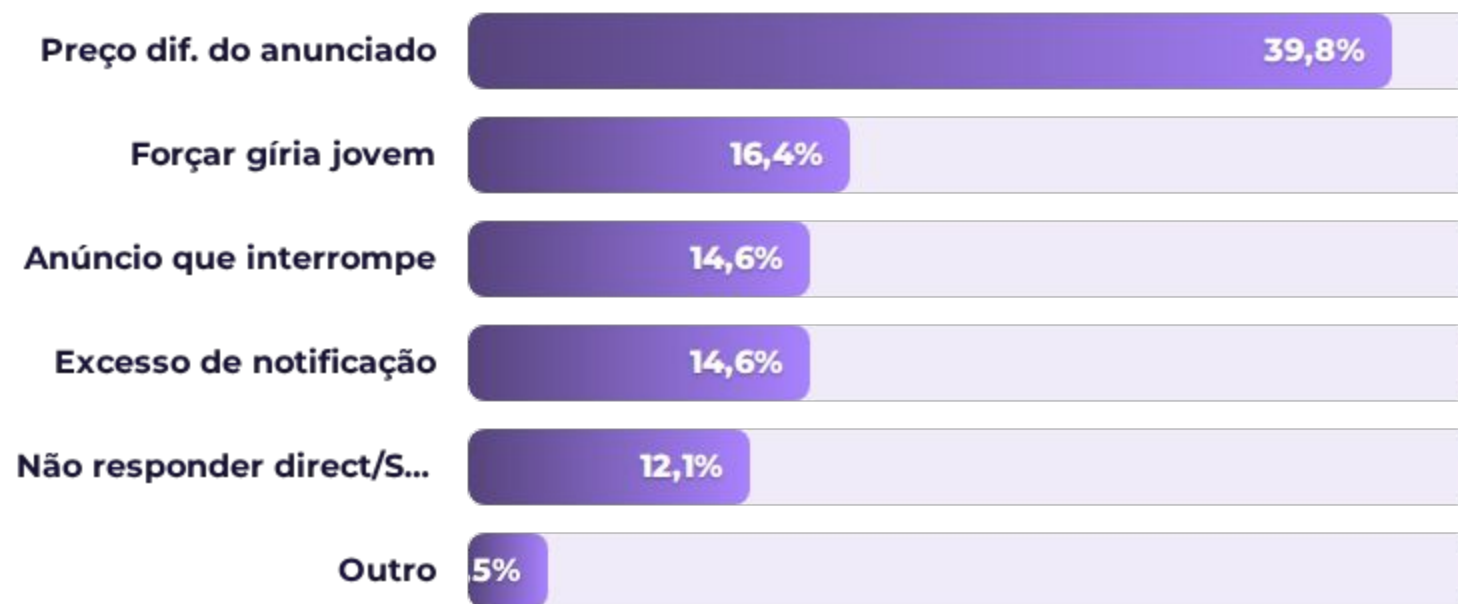


**A atenção do
jovem vem no
dinamismo - com a
troca real, na hora,
não de forma
passivo.**

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

RELAÇÃO COM AS MARCAS

O que uma marca faz que MAIS te irrita?



**Transparência e
autenticidade são
valorizadas**

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

RELAÇÃO COM AS MARCAS

Você já comprou algo por indicação de influenciador(a)?



Observatório CIEE
Juventude e trabalho



Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

Influenciador não dita consumo, virou fonte de informação e NÃO de definição de compra

0

3

Dinheiro e Jornada de Compra

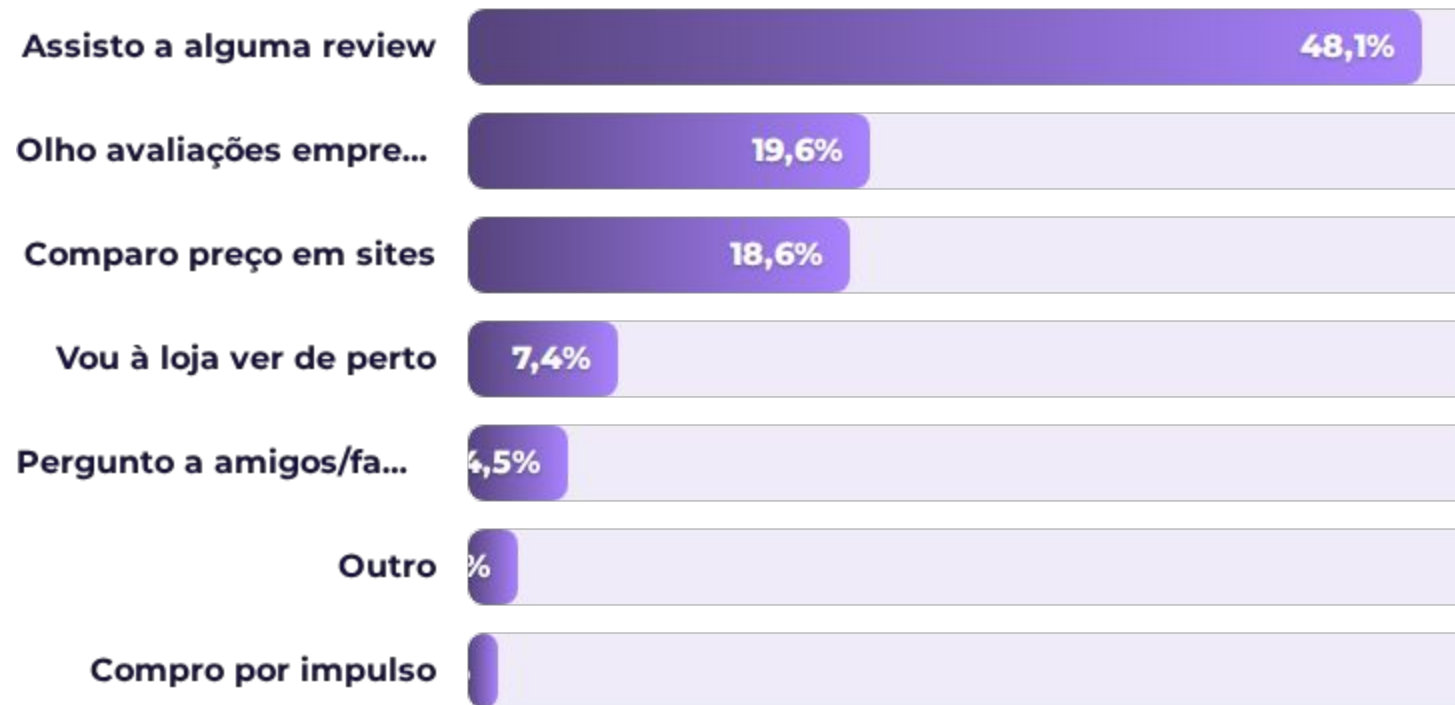
Como os jovens pesquisam, decidem, pagam e destinam o dinheiro que sobra.

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)



DINHEIRO E JORNADA DE COMPRA

Antes de comprar algo importante, o que você faz?

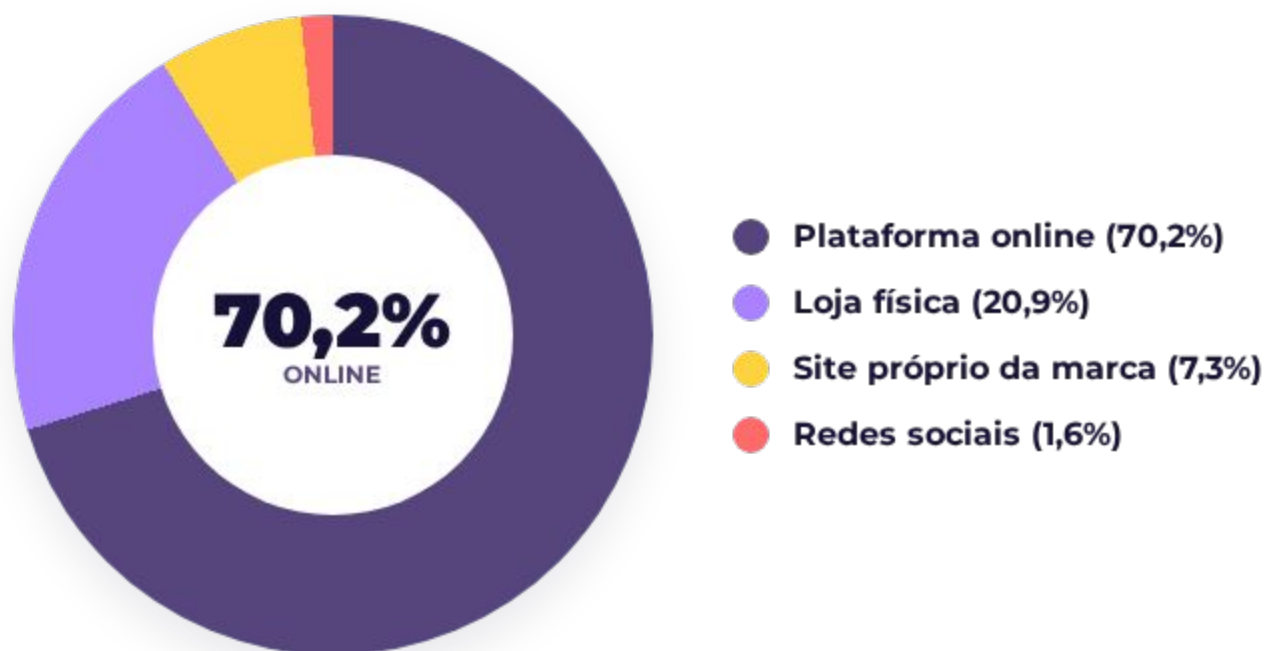


**Este jovem não
compra por
impulso. Ele
aprofunda. O
imediatismo não
está na forma de
comprar**

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

DINHEIRO E JORNADA DE COMPRA

Onde você MAIS compra?

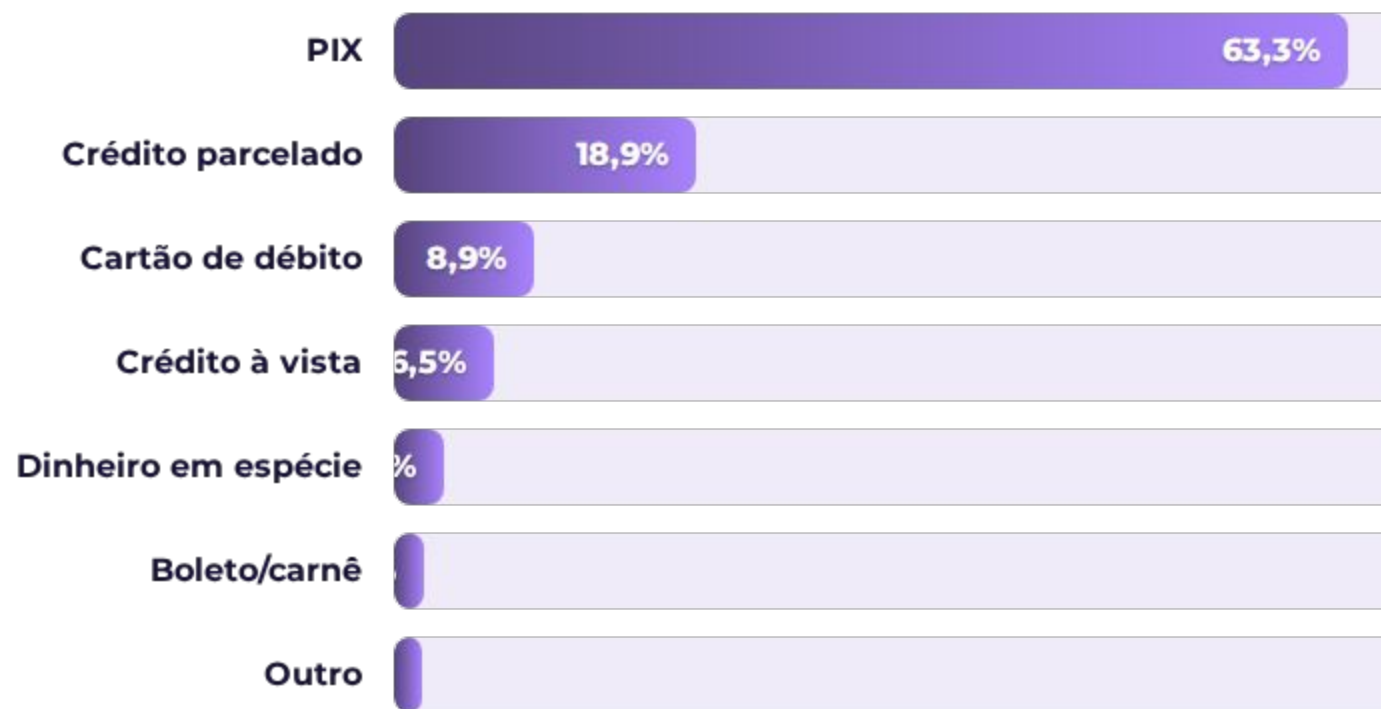


Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

Jovem busca comprar com processo comparável, confiável e rápido. Está menos preocupado com a embalagem e mais com o recheio.

DINHEIRO E JORNADA DE COMPRA

Como você costuma pagar?

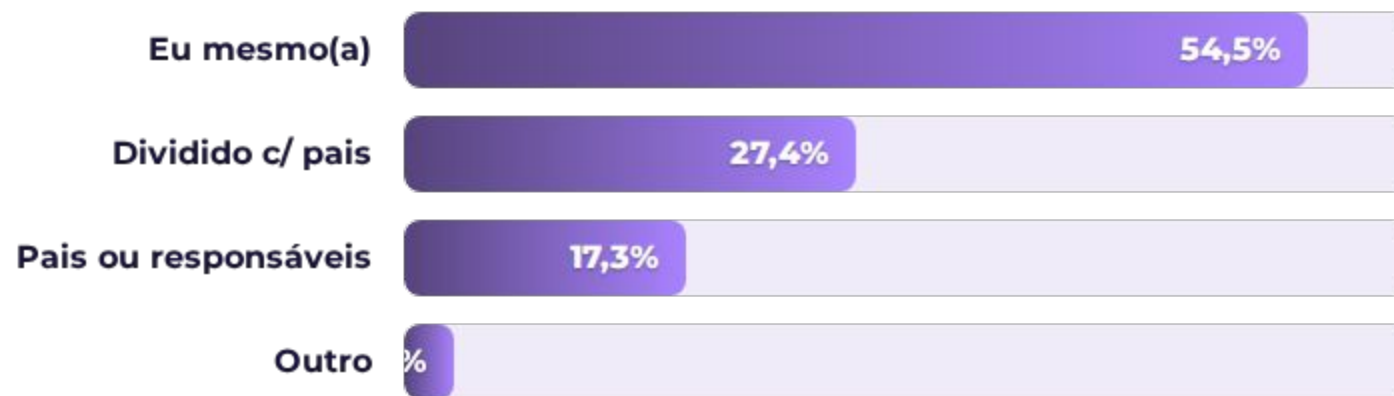


**Pagamento rápido e líquido.
Jovem usa crédito para viabilizar compras não possíveis no pix.**

DINHEIRO E JORNADA DE COMPRA



Quem costuma pagar pelas suas compras?



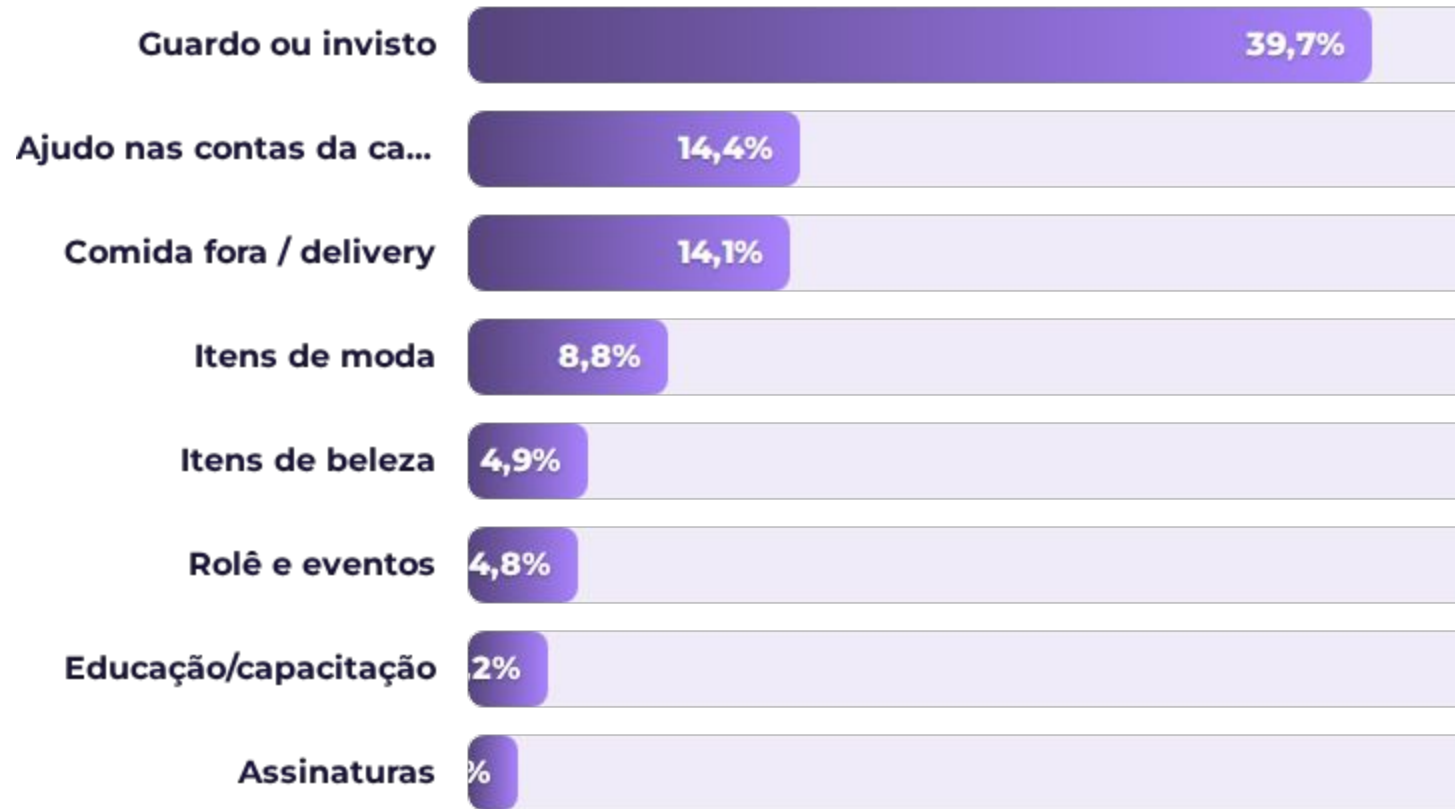
Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

Este jovem é autônomo no seu processo de compra. Analisa bem, decide e arca com isso.



DINHEIRO E JORNADA DE COMPRAS

Quando sobra dinheiro no mês, o que você faz com ele?



O jovem que estuda e trabalha não é imediatista quando o papo é dinheiro. Ele se preocupa com o dia de amanhã.

0

Canais, Conteúdo e Linguagem

Onde os jovens estão, o que consomem e em quem confiam nas redes.

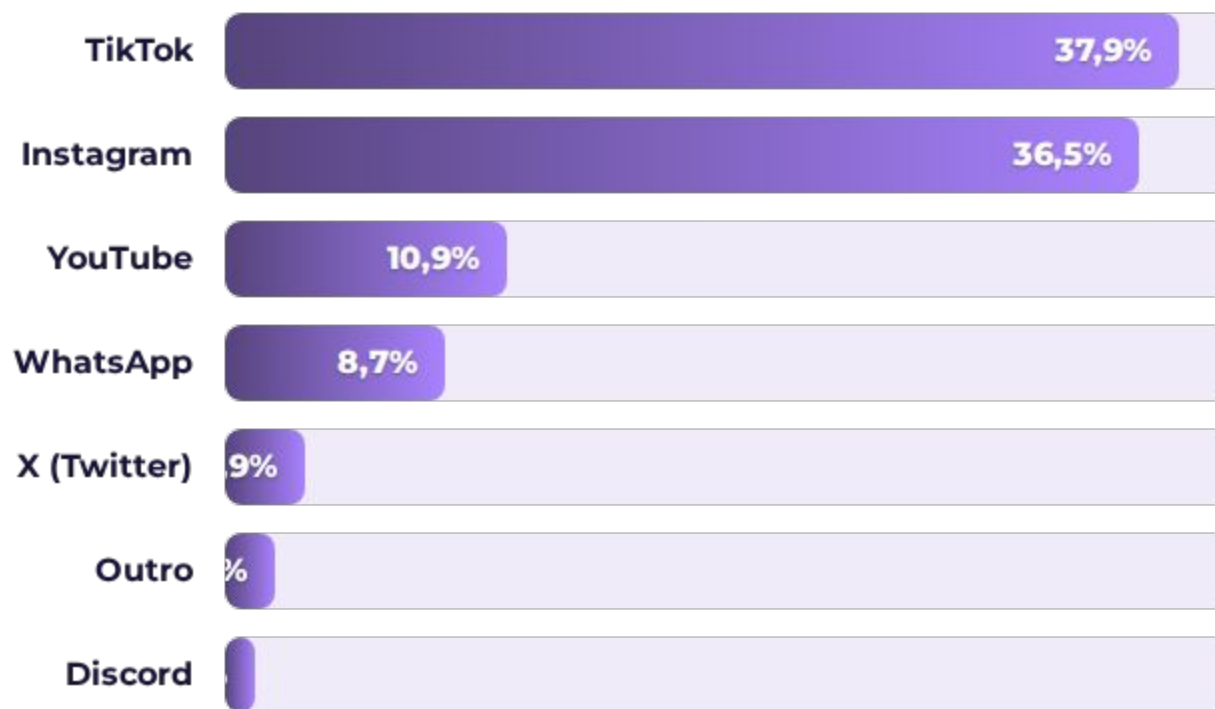
Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

4

CANAIS, CONTEÚDO E LINGUAGEM



Em qual rede você passa mais tempo por dia?

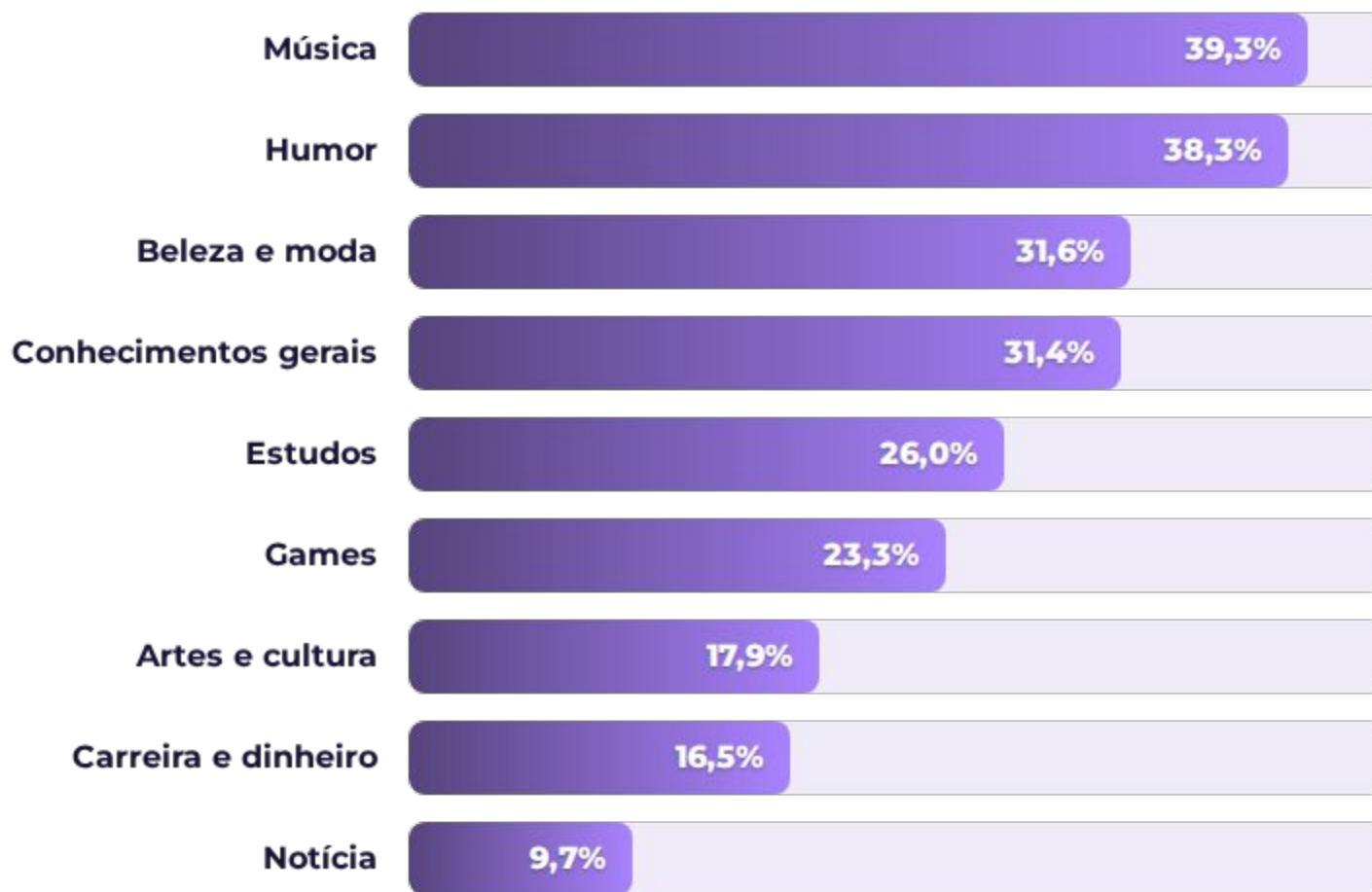


**Jovem busca
redes que
entregam a ele
conteúdo sem
esforço.**

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

CANAIS, CONTEÚDO E LINGUAGEM

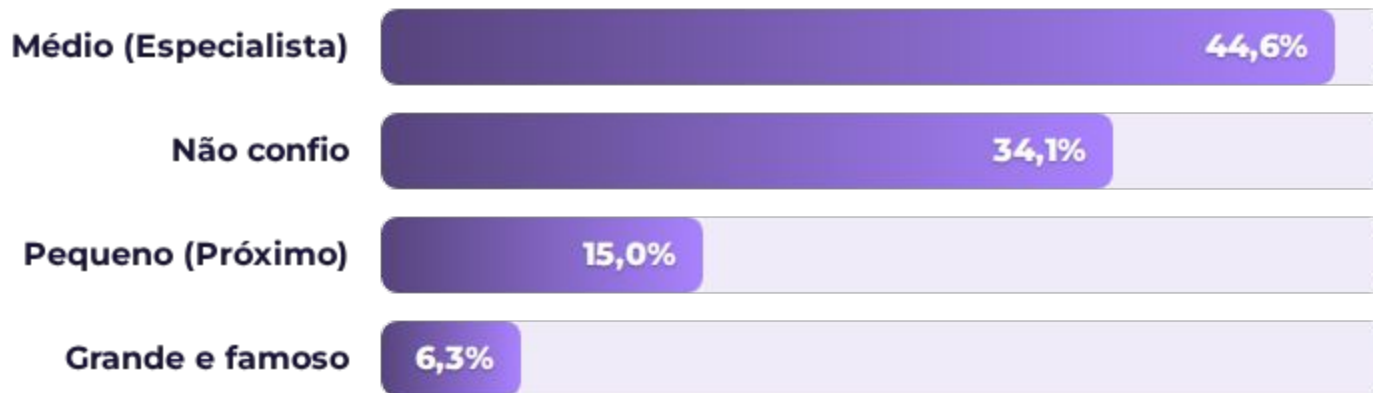
Que tipo de conteúdo você mais consome?



**As melhores
formas de
apresentar o
produto são as
mais leves.**

CANAIS, CONTEÚDO E LINGUAGEM

Em que tipo de influenciador você confia mais?



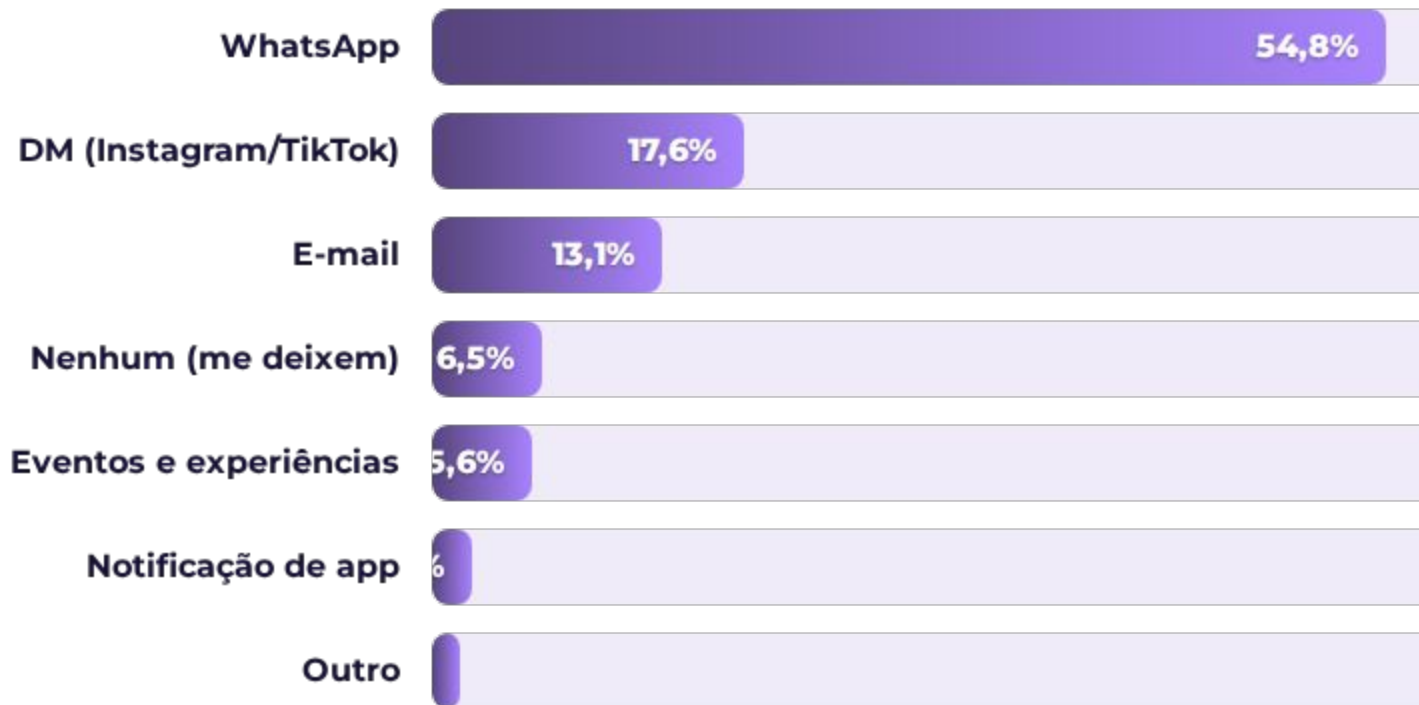
Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

Influenciador hoje só vale se tiver profundidade. Ele é referência se realmente entender do tema.



CANAIS, CONTEÚDO E LINGUAGEM

Se uma marca pudesse falar com você por um canal só, qual seria?



O jovem prefere o ambiente que ele já está e a possibilidade de diálogo e não a mensagem unilateral.

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

0

5

Vida Presencial

Os eventos e experiências que fazem parte da rotina fora das telas e o que ainda impede o acesso.

Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

VIDA PRESENCIAL

No último ano, você foi a:



Observatório CIEE
Juventude e trabalho



**Ambiente de
conexão pessoal e
troca é valorizado.**

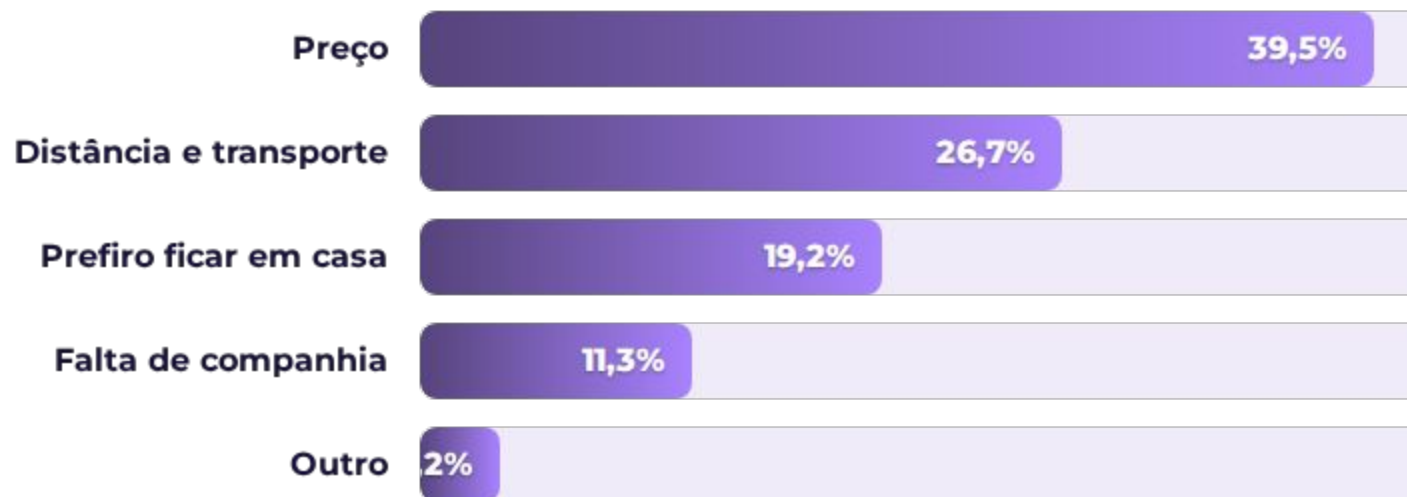
Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

VIDA PRESENCIAL

O que MAIS te impede de ir a eventos presenciais?



Observatório CIEE
Juventude e trabalho



Fonte: Radar Jovem CIEE, 2026 (n = 4.834)

Possibilidade e mobilidade é o que limita e não necessariamente vontade.

SÍNTESE DOS ACHADOS DE MARKETING

Diretrizes Finais do Radar Jovem CIEE

Observatório
CIEE

"O jovem da região sudeste que estuda na rede pública e trabalha é CONSCIENTE e TRADICIONAL quando o tema é compra e consumo.

Ele NÃO segue impulsos. Ele NÃO é imediatista. Ele pesquisa exaustivamente antes de gastar, procura histórico e exige TRANSPARÊNCIA na conversa, em especial, na forma de falar do preço. Ele busca LIQUIDEZ no Pix, tem preferência absoluta de compra em marketplaces, confia em especialistas e NÃO SE DEIXA LEVAR POR INFLUENCIADORES GENÉRICOS."



ciee

The logo features the lowercase letters 'ciee' in a bold, white, sans-serif typeface. A white, curved swoosh element starts from the left, passes behind the 'c' and 'i', and curves over the top of the 'i' and 'e'. The background is a dark purple field with numerous lighter purple, sharp, radiating lines that create a sense of motion or energy.