



CONSUMER INSIGHTS

MILLENNIALS: LA GENERACIÓN INFLUYENTE



POR SIL ALMADA

MILLENNIALS: LA GENERACIÓN INFLUYENTE

¿CUÁLES SON SUS HÁBITOS DE CONSUMO?



Se denomina “Millennials” a los jóvenes nacidos entre 1981 y 1995. Ya que llegaron a su vida adulta con el cambio de siglo, son una futura generación de consumidores con nuevas necesidades y demandas.

¿Cuáles son sus hábitos de consumo?

Por haberse criado en los albores de la comunicación digital, son influyentes directos en los hábitos de consumo, ya que su forma de vida hace más global el mercado. Es por ello que tienen un manejo exhaustivo de la tecnología en la comunicación a través de las redes sociales. Sus características más destacadas definen su perfil, ya que:

- ▮ Definidos por el éxito, por ser quienes marcan el ritmo de la comunicación, el modo de pensar y trabajar en el futuro.
- ▮ Catalizadores de grandes cambios. Miden sus logros según el placer que les produce.
- ▮ Su interés radica en disfrutar, aprender, y que sus proyectos marquen la diferencia.

“Generación Peter Pan”: tienden a retrasar algunos ritos de la edad adulta, como respuesta a errores cometidos por las generaciones anteriores. - sociólogo Kathleen Shapotis.

El gen Millennials abrió paso a profesiones nuevas, con una actitud entrepreneur más anclada en lo social y lo emocional, dando lugar a las llamadas “industrias creativas”.

Su principal prioridad parece ser la de evitar trabajos indeseados. Por este motivo, vemos una generación que ve al trabajo como un medio y no un fin en sí mismo, lo que retrasa su entrada al mundo laboral.

Valoran que el trabajo sea participativo y colaborativo, y no le temen a hacerlo de forma “remota”. Prefieren compartir y poseer, haciendo de la flexibilidad y la fluidez sus principales mantras, y exigen nuevos valores como la transparencia, la sostenibilidad y el compromiso social.



HOY REPRESENTAN

35%

DE LA POBLACIÓN LABORAL
DE LATINOAMÉRICA. (1)

EN 2025

75%

DE LOS MILLENNIALS
REPRESENTARÁN LA FUERZA
LABORAL DEL MUNDO.

PERFIL MILLENNIALS:

- **Nativos digitales:** Dominan la tecnología como una prolongación de su propio cuerpo.
- **Multitasking Digitales:** Utilizan múltiples canales y dispositivos digitales para sus actividades.
- **Extremadamente sociales:** Tienen la necesidad de consultar, compartir y comentar su vida cotidiana. En latino américa, un 88% tiene perfiles en redes sociales.
- **Críticos y exigentes:** Exigen personalización y nuevos valores a la hora de ser clientes. Son autosuficientes y autónomos y quieren sentirse protagonistas.
- **Nomóforos:** Su vida es móvil y su pantalla también.

Su activa participación online, dio lugar a los nuevos formatos laborales:

Co-Working | Plataformas de emprendedores.

(1) - <http://www.forbes.com.mx> - Consultoría Deloitte.



WWW.ALMATRENDS.NET
NEWS@ALMATRENDS.NET
+54 11 4777 4342
@ALMATRENDS