

El Día Internacional de la juventud que se celebra el 12 de agosto de cada año, fue establecido por las Naciones Unidas (ONU) en el 2000, como un medio para aumentar la conciencia sobre los problemas que afectan a los jóvenes en todo el mundo.

Los jóvenes no solo son nuestro futuro, también son nuestro presente. Nuestro planeta nunca ha sido tan joven, ya que en él viven 1.800 millones de jóvenes. Se trata de la generación más conectada, franca y abierta que ha habido en el mundo hasta ahora.

Actualmente atravesamos por una transición de generaciones, es decir, socialmente nos relacionamos con niños tecnológicos (**generación Z**), jóvenes idealistas (**generación Y o millenials**), adultos jóvenes que se adaptan a las nuevas tendencias (**Generación X**) y por ultimo los adultos sistemáticos (**Baby Boomers**).

Análogos	Inmigrantes Digitales	Nativos Digitales	
Baby Boomers	Generación X	Generación Y	Generación Z
			
(1946-1964) Hijos de la 2ª Guerra Mundial	(1965-1979) Juventud de los 80's	(1980-2000) Millennials	(2001-2010) Generación Internet
En 2013: 49 a 57 años	En 2013: 34 a 48 años	En 2013: 13 a 33 años	En 2013: 3 a 12 años

Los jóvenes idealistas suelen ser impacientes, malcriados, consumidores, etc. Estas son las principales críticas con las que se enfrentan los Millennials en la sociedad.

Pero ¿quienes son los millennials? son aquellas **personas nacidas entre 1981 y 1995** (aproximadamente) que todas en conjunto, tienen unas características propias, es decir, tiene una personalidad distinta. Sus edades van entre 20 y 35 años.

Las diferentes generaciones siempre han sido analizadas, a destiempo es decir, son analizadas casi en su extinción, pero esta generación de millennials, zona analizados desde sus inicios. Algunas características de los jóvenes idealistas son:

- **Son navitos digitales.** Se caracterizan por dominar la tecnología como una prolongación de su propio cuerpo. Casi todas sus relaciones básicas cotidianas están intermediadas por una pantalla.
- **Multipantalla y multidispositivo-** Utilizan múltiples canales y dispositivos digitales para sus actividades. Tienen un comporta-

miento .0, es decir, con capacidad (o necesidad) de hacer varias cosas a la vez.



- **Appdictos-** Su vida es móvil y su pantalla principal de entrada a la Red es ya una pantalla móvil. Son adictos al móvil, sienten la necesidad de una constante conectividad y el 45 % admite que no podría estar un solo día sin su *smartphone*.
- **Sociales-** Son extremadamente sociales. Un 88 % de los Millennials latinoamericanos tiene perfiles en redes sociales. No son sólo un medio de comunicación para ellos sino una parte íntegra de su vida social. Consultar, compartir y comentar en ellas es la principal actividad que realizan a través de sus teléfonos inteligentes. Estos nuevos consumidores son activos y antes de comprar buscan y escuchan opiniones, generan y comparten contenidos y son muy sensibles a su experiencia online.
- **Críticos y exigentes-** Son mucho más críticos, exigentes y volátiles. De hecho, un 86 % de los consumidores actuales declara que dejaría de hacer negocios con una empresa debido a una mala experiencia de cliente.
- **Exigen personalización y nuevos valores-** Los Millennials son clientes que no buscan exclusivamente una buena atención, sino que exigen personalización y esperan que la empresa se adecúe a sus preferencias. Para atender sus demandas, las compañías deben ampliar el conocimiento sobre sus clientes incorporando información social sobre ellos con la idea de aportarles más valor.

Es por ello que las empresas deben utilizar una amplia gama de canales y dispositivos y mantener una comunicación y experiencia de cliente consistente y bien orquestada entre ellos para lograr la inclusión de esta generación en las organizaciones.



“No tienes que ser grande para comenzar, pero si tienes que comenzar para ser grande” Zig Ziglar