



NUEVAS TENDENCIAS DE LOS CENTENNIALS CONFIRMAN USO DE MARCAS QUE SOLUCIONAN LA VIDA DIARIA

Por: Rosa María Bolaños de Prensa libre

Entrevista: Olga Cristina Camey de Noack

URL Departamento de Marketing

Fecha entrevista: junio 23 de 2021

A partir del ingreso de la pandemia a nivel internacional, se han dado usos intensos en la aplicación de tecnologías digitales¹ en las sociedades globales, las cuales han marcado cambios en los ámbitos laborales, educativos, familiares, entretenimiento, entre otros.

Las generaciones que están asentando estas nuevas tendencias son los Millennials y los Centennials dadas las necesidades de continuar su vida rutinaria dado el acceso y la solución para resolver actividades académicas, laboral, social, entretenimiento y otros.

Guatemala no ha escapado de estos cambios drásticos ya que, en los inicios del 2020, el coronavirus le dio un giro a los hábitos de consumo a muchas personas debido al confinamiento para evitar la propagación de la crisis sanitaria, lo que llevó a miles de usuarios a buscar apps y plataformas que les permitieran continuar con las actividades normales de su día a día.

Las generaciones de jóvenes no han sido la excepción, Millennials y Centennials. Ellos han potenciado el uso de las tecnologías digitales por el ingreso del Covid – 19 especialmente en los centros urbanos de Guatemala, con el fin de mantener un ritmo de vida normal.

En el ámbito de la enseñanza se ha observado el uso de plataformas como: Microsoft Teams, Google Meetings, Zoom, Blackboard Collaborate entre otras plataformas virtuales lo que ha sido un cambio radical en el proceso de enseñanza-aprendizaje para la profesionalización.

¹Conjunto de innovaciones o invenciones a partir de la aplicación de las ciencias o la constante investigación en ingeniería. A su vez, al incorporar redes de computadoras funcionales que recopilan, guardan y procesan datos, es posible obtener como resultado tecnologías de la información (Kerin, Hartley, & Rudelius, 2014).



El ámbito social ha incrementado el uso de grupos, video llamadas, mensajería móvil (WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, Snapchat, Telegram entre otros), siendo el más popular y aceptado por los jóvenes, la aplicación WhatsApp, todo ello generado por las mismas necesidades de sociabilidad y afecto a las cuales se han visto limitado.

Algunos dispositivos tecnológicos para llevar a cabo actividades laborales y de estudio más utilizados están: computadoras de escritorio y portátiles (iPad, HP, Samsung, Toshiba, y otras), así como Tablets y Smartwatch (Huawei, Samsung, Samsung Galaxy Watch y Garmin) para otros usos.

Las formas de entretenimiento también han cambiado entre los consumidores Centennials y Millennials pos pandemia ya que se siguen adaptando al distanciamiento social y con ello otras formas de entretenerse con amigos y compañeros, algunas de las aplicaciones preferidas están: Call of Duty, Clash Royal, Discord, Fortnite, Houseparty, Parchis, Psychl y otras más, las cuales hacen la convivencia en confinamiento más llevadera.

Luego, las redes sociales ya venían aumentando su uso entre los jóvenes y han mantenido un crecimiento importante entre los usuarios, ya que contribuye a su prestigio y estatus entre estos mercados, y están al alcance de varias formas de acceso por medios con conexión a Internet, como computadora personal (PC), portátiles, tabletas y teléfonos inteligentes. Las marcas favoritas son: Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Twitter, WhatsApp y otras.

Por tanto, se observa que los numerosos avances tecnológicos han tenido un efecto significativo en el marketing provocando con ello una introducción al marketing a un nuevo entorno tecnológico con herramientas cuya columna vertebral es el internet.

Asimismo, las tendencias de consumo dadas a conocer por Euro monitor a inicios del 2020, se acentúan en las sociedades, entre éstas: a) Más allá de lo humano: b) Adoptando la inteligencia artificial por la automatización y conveniencia; c) Movilidad sin límites; d) Inclusión para todos; e) Cuidando de mí mismo: Priorizando la salud mental y la búsqueda de productos que aborden necesidades específicas de bienestar; f) Hogares multifuncionales; g) Personalización privada; h) Orgullo local, en camino a ser global; i) Revolucionarios de la reutilización; j) Queremos aire limpio en todos lados, entre otras, de donde los jóvenes serán los principales protagonistas.