



PROYECTO DE LOS MILENIALES

RESUMEN DE LOS RESULTADOS

Investigación por



Patrocinado por

COMMSCOPE®

Noviembre de 2016

Índice

| | |
|---|-----------|
| Resumen Ejecutivo | 1 |
| El Futuro del Celular | 1 |
| Entretenimiento | 1 |
| Gráfica A: Porcentaje de los Mileniales que Hacen Actividades de Entretenimiento Continuamente o Muchas Veces al Día | 2 |
| Las Comunicaciones | 2 |
| La Seguridad | 2 |
| Redes Sociales | 3 |
| Gráfica B: Porcentaje de los Mileniales que Usan sus Redes Sociales Continuamente o Muchas Veces al Día | 3 |
| Resumen del Proyecto y Metodología | 5 |
| La Encuesta | 5 |
| Entrevistas Personales | 5 |
| Perfiles de los Mileniales Entrevistados | 5 |
| Descargo de Responsabilidad | 6 |
| Sobre iGR | 6 |
| El Futuro del Celular | 7 |
| Los Resultados de la Encuesta | 7 |
| Gráfica 1: Mejoras Deseadas de los Mileniales | 7 |
| Entrevistas Personales | 7 |
| Cartera | 8 |
| Controlado por Voz | 8 |
| Tamaño y Forma | 8 |
| Reemplazo de la Laptop | 8 |
| Predictivo | 8 |
| Integración con el Hogar | 9 |
| Resumen | 9 |
| Entretenimiento | 10 |
| Los Resultados de la Encuesta | 10 |
| Gráfica 2: Número Promedio de Dispositivos en Hogares de los Mileniales | 10 |
| Gráfica 3: Porcentaje de los Mileniales que Hacen Actividades de Entretenimiento Continuamente o Muchas Veces al Día | 11 |
| Gráfica 4: Ranking de los Fuentes de Contenidos de Video | 12 |
| Gráfica 5: Uso del Cine | 12 |
| Los Entrevistas Personales | 13 |
| Tabla 1: Servicios de Entretenimiento – Respuestas de Una Palabra | 14 |
| Resumen | 14 |
| Las Comunicaciones | 15 |
| Los Resultados de la Encuesta | 15 |
| Gráfica 6: Porcentaje de los Mileniales que Hacen Actividades de Comunicaciones Continuamente o Muchas Veces al Día | 15 |
| Entrevistas Personales | 15 |
| Tabla 2: Servicios de Comunicaciones – Respuestas de Una Palabra | 16 |

| | |
|---|-----------|
| Resumen | 17 |
| La Seguridad..... | 18 |
| Entrevistas Personales..... | 18 |
| Resumen | 19 |
| Redes Sociales..... | 20 |
| Los Resultados de la Encuesta..... | 20 |
| Figure 7: Porcentaje de los Mileniales que Usan sus Redes Sociales Continualmente o Muchas Veces al Día..... | 20 |
| Entrevistas Personales..... | 21 |
| Tabla 3: Redes Sociales – Respuestas de Una Palabra | 21 |
| Resumen | 22 |

Resumen Ejecutivo

Todas las generaciones dejan una huella en el mundo. Los mileniales no son diferentes, excepto que ellos se han criado en un mundo sin máquinas de escribir, máquinas de fax, anuncios, tubos de rayos catódicos, casetes, o videos.

Los mileniales son el futuro y sus opiniones sobre las comunicaciones móviles, entretenimiento, seguridad, transportación, y los celulares van a influir la tecnología por la siguiente década.

Este informe provee un resumen de las opiniones de los mileniales sobre cinco temas, las que se obtuvieron por una encuesta en línea y unas entrevistas personales.

El Futuro del Celular

iGR les preguntó a los mileniales, “¿Qué te imaginas que tu celular vaya a parecer en cinco años? ¿Qué crees que el celular vaya a hacer? ¿Cómo será el celular?” Para resumir la gran variedad de sus ideas, según a los mileniales, el celular de 2021 estará:

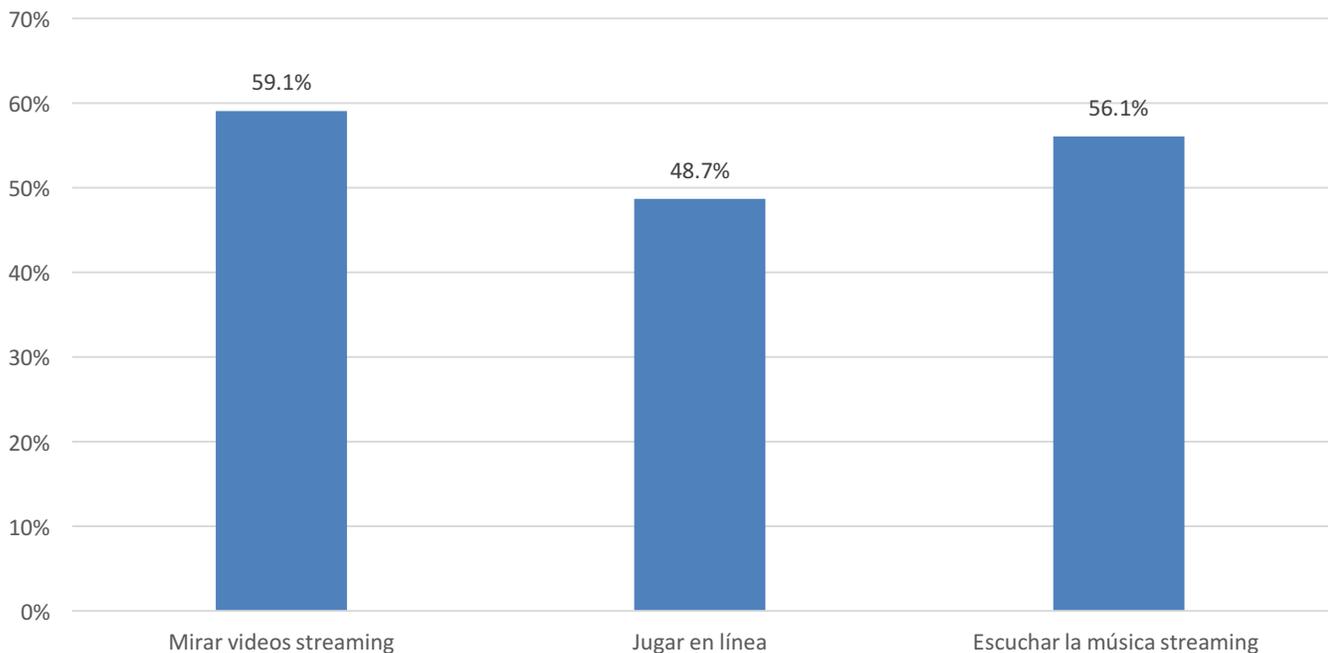
- Controlado por voz
- Personalizado dinámicamente y predictivamente
- Consciente de la ubicación, las preferencias y hasta la salud del usuario
- La cartera, la TV, el procesador de texto, la computadora, la lista de las compras, y el reproductor de música del dueño.

Entretenimiento

Los mileniales han crecido en un mundo donde las películas siempre están a pedido y se puede mirar la televisión cuando se quiera. Las opciones de entretenimiento abarcan fuentes tradicionales, como la televisión de la transmisión y los cines, y servicios de *streaming* como Netflix, YouTube, Hulu y Amazon Prime. Además, los mileniales tienen una gran selección de dispositivos en su casa para su entretenimiento, incluyendo laptops, televisiones conectadas al Internet, dispositivos para conectar la televisión al Internet (como Apple TV y Roku), tabletas y celulares.

iGR les preguntó a los encuestados que tan seguido ellos hacen unas actividades de entretenimiento en su casa durante una semana típica. Como es mostrado en la Gráfica A, *iGR* encontró que 59 por ciento de los encuestados miran los videos *streaming*, 49 por ciento juegan en línea, y 56 por ciento escuchan la música *streaming* continuamente o muchas veces al día.

Gráfica A: Porcentaje de los Mileniales que Hacen Actividades de Entretenimiento Continuamente o Muchas Veces al Día



Fuente: iGR, 2016

Las Comunicaciones

Los mileniales tienen una gran selección de opciones de comunicaciones, incluyendo opciones más tradicionales como llamadas de voz, correo electrónico, y servicios del texto proveído por su operador móvil. También, ellos usan con frecuencia otros servicios de comunicaciones como Snapchat, WhatsApp, GroupMe, y servicios de *video chat* como FaceTime y Skype.

Ya que los mileniales no tienen miedo de la tecnología, ellos están dispuestos a probar y adoptar el último servicio de comunicaciones. Sin embargo, ellos normalmente escogen servicios distintos para objetivos diferentes y para comunicarse con personas diferentes. Por ejemplo, es posible que ellos usen una aplicación con sus padres y otra con sus amigos.

La Seguridad

Mucha información de las vidas de los mileniales está en línea y es accesible por un laptop. Sin embargo, y fuera de lo esperado, los mileniales están más conscientes de y cautelosos sobre su privacidad y seguridad de lo esperado.

Los mileniales han determinado sus propias normas sobre su privacidad en relación a sus publicaciones en redes sociales, tales como no poner la información personal en línea y no compartir información de su ubicación. Además, ellos son

muy cautelosos cuando escogen un sitio web para compras, y les preocupa usar su celular para compras con aplicaciones como Apple Pay.

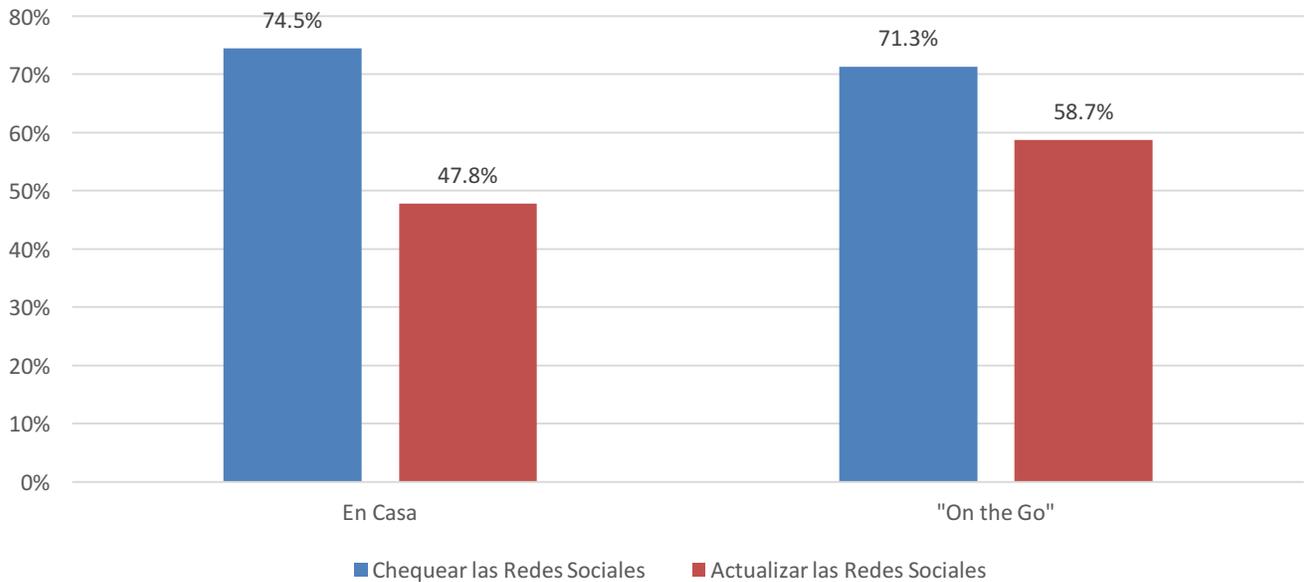
Los mileniales quieren sentirse seguros cuando están en línea, y ellos están muy claros sobre la información que quieren compartir y con quién quieren compartirla. En resumen, los mileniales no están inconscientes de la seguridad; al contrario, ellos están muy enterados.

Redes Sociales

Los mileniales son la primera generación que ha crecido en un mundo donde se forma en línea la primera impresión de una persona, en vez de formarse en persona o por teléfono. Las vidas sociales de los mileniales son facilitadas por sus celulares y son muy dependientes de sus celulares.

Por ejemplo, como es mostrado en la Gráfica B, *iGR* encontró que cuando ellos están en su casa, 75 por ciento de los mileniales chequean sus redes sociales y 48 por ciento actualizan sus redes sociales continuamente o muchas veces al día. Cuando ellos están "on the go", es decir no están en la casa ni en el trabajo ni en la escuela, 71 por ciento de los mileniales chequean sus redes sociales, y casi 60 por ciento actualizan sus redes sociales continuamente o muchas veces al día

Gráfica B: Porcentaje de los Mileniales que Usan sus Redes Sociales Continuamente o Muchas Veces al Día



Fuente: *iGR*, 2016

Según las respuestas de los mileniales en entrevistas personales, es posible que Facebook, aunque sea necesario, sea un poco convencional para los mileniales. Sin embargo, es posible que otras aplicaciones, tales como Snapchat e Instagram,

se consideren menos convencionales, mientras que la aplicación GroupMe no es tan popular.

Los mileniales van a usar cualquier aplicación que los ayude a conectar y socializar. Cuando se lanza una nueva aplicación, la aplicación necesita una masa crítica para ser exitosa. Cuando un milenial se dé cuenta de que sus amigos estén usando una aplicación más frecuentemente, él o ella va a empezar a usarla, también.

Resumen del Proyecto y Metodología

Para entender bien los comportamientos y las opiniones de los mileniales, *iGR* realizó una encuesta en línea y unas entrevistas personales.

La Encuesta

- *iGR* realizó una encuesta en línea de 1,021 consumidores de los Estados Unidos en Mayo del 2016. Para participar en la encuesta, se requirió que los encuestados tuvieran entre 18 y 64 años de edad y usaran un celular.
- Después, *iGR* filtró los resultados y solamente analizó las respuestas de los encuestados entre 18 y 24 años de edad.
- Se presentan los resultados de la encuesta en gráficas en este informe.

Entrevistas Personales

- *iGR* realizó entrevistas personales por teléfono con 18 personas entre la edad de 18 y 25 años.
- Los encuestados eran diversos con respecto a su edad, su género y su ubicación en los Estados Unidos.
- Se preguntaron a los encuestados preguntas sobre cinco temas:
 - El futuro del celular
 - El entretenimiento
 - Las comunicaciones
 - La seguridad
 - Las redes sociales.
- Se incluyen las citas directas de los encuestados en este informe.

Perfiles de los Mileniales Entrevistados

- Allison – Una estudiante soltera de 21 años de Ohio.
- Hannah – Una estudiante soltera de 21 años de California.
- Illan – Un estudiante soltero de 19 años de Texas.
- Nicole – Una estudiante soltera de 19 años de Colorado.
- Alexandra – Una mujer profesionalista y soltera de 22 años que trabaja tiempo completo en Nueva York.

- Brandon – Un estudiante soltero de 20 años de Nueva York.
- Lauren – Una estudiante soltera de 21 años de Texas.
- Katherine – Una estudiante soltera de 19 años de Tennessee.
- Elizabeth – Una mujer profesionalista y casada de 25 años que trabaja tiempo completo en Florida.
- Noelle – Una mujer profesionalista y soltera de 24 años que trabaja tiempo completo en Texas.
- Rebecca – Una mujer profesionalista y soltera de 22 años de Missouri que trabaja tiempo completo.
- Luke – Un estudiante soltero de 19 años de California.
- Maya – Una estudiante soltera de 23 años de Nueva York.
- Kevin – Un estudiante soltero de 21 años de Nueva York.
- Richard – Un estudiante soltero de 21 años de Nueva York.
- Lindsay – Una mujer profesionalista y soltera de 21 años que trabaja tiempo completo en Nueva York.
- Jessica – Una estudiante soltera de 21 años de Florida.
- Emily – Una estudiante soltera de 21 años de Texas.

Descargo de Responsabilidad

Las opiniones expresadas en este informe son de *iGR* y no reflejan las opiniones de las compañías o las organizaciones mencionadas en este informe. Todas las investigaciones fueron llevado a cabo exclusivamente e independientemente por *iGR*.

Sobre *iGR*

iGR es una consultoría de estrategia comercial enfocada en la industria de las comunicaciones móviles. Fundada por Iain Gillott, uno de los analistas más conocidos en la industria, *iGR* investiga y analiza el efecto de nuevas tecnologías móviles en la industria, en la posición competitiva de los vendedores, y en los planes estratégicos de los clientes de *iGR*.

Se puede encontrar un perfil más completo en <http://www.iGR-inc.com/>.

El Futuro del Celular

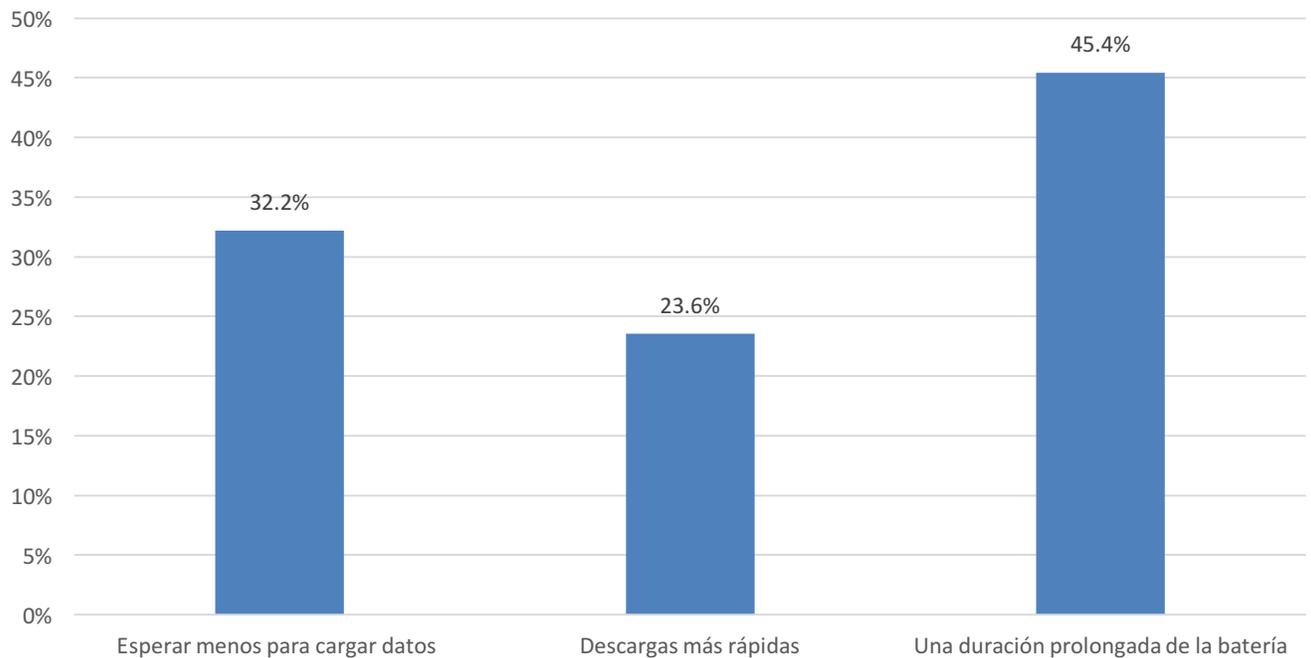
El celular es un dispositivo indispensable para los mileniales. De hecho, 99 por ciento de los encuestados tienen un celular (teléfono inteligente), mientras que el uno por ciento tiene un celular básico.

iGR quería saber qué mejoras del celular que los mileniales quisieran ahora, y según los mileniales, qué capacidades se vayan a incluir en el celular en cinco años.

Los Resultados de la Encuesta

En la encuesta, *iGR* le preguntó a los encuestados qué mejoras del servicio móvil quisieran. (Favor de notar que se presentaron una lista de opciones a los encuestados.) Como mostrado en la gráfica siguiente, 32 por ciento querían esperar menos para cargar datos, 24 por ciento querían descargas más rápidas, y 45 por ciento querían una duración prolongada de la batería del celular.

Gráfica 1: Mejoras Deseadas de los Mileniales



Fuente: *iGR*, 2016

Entrevistas Personales

¿Cómo serán los celulares en cinco años? ¿Qué hará el celular en cinco años? *iGR* le preguntó a los mileniales entrevistados estas preguntas abiertas y *iGR* resumió la gama amplia de sus respuestas en la sección siguiente.

Cartera

Muchos de los mileniales creen que usar un celular para compras será mucho más común.

- “Creo que el celular va a ser nuestra cartera... y poder pagar con una aplicación en el celular”.
- “Uno no va a tener una cartera, y todo va a estar combinado en uno dispositivo”.

Controlado por Voz

Muchos de los mileniales creen que control por voz va a ser una función más importante para los celulares del futuro.

- “Habrá más voz en el celular, y es probable que *Siri* vaya a tener un papel más grande”.
- “Más servicios automatizados como *Siri*. Más inteligencia artificial”.

Tamaño y Forma

Los mileniales entrevistados tenían una amplia gama de ideas sobre el tamaño y la forma de los celulares futuros.

- “No va a ser más pequeño, pero creo que va a ser más integrado con cosas como Apple Watch”.
- “El tamaño va a cambiar dependiente de los deseos y necesidades de los consumidores. Quizás, vayas a tener más tamaños y puedas escoger entre más de solo dos iPhones”.
- “Creo que el celular va a ser más pequeño y delgado. Creo que ellos van a quitar el conectar para auriculares para que el celular solo use Bluetooth”.
- “Creo que habrá un proyector de pantalla para que se pueda proyectar imágenes en las paredes. Quizás, vaya a tener un teclado que sale para que se pueda escribir. En ese momento podría reemplazar la computadora”.

Reemplazo de la Laptop

- “Creo que las laptops serán inexistentes debido a los celulares. Ahora estoy fuera de casa a menudo, y por eso uso mi celular para hacer funciones que hacía con mi laptop. Los celulares van a desarrollar más capacidades para documentos de *Word*, y podremos enviar y guardar esos documentos”.

Predictivo

- “Espero que los celulares vayan a aprender más sobre mis hábitos. Recientemente, mi celular empezó a saber cuándo quería abrir mi música, ¡lo que es fantástico! Y otra funcionalidad así, como la corrección automática se

está poniendo más inteligente. También, la habilidad de predecir mejor lo que quiera, para que yo no necesite hacer tareas repetitivas”.

- “El celular podría decirle al usuario algo sobre lo que está haciendo”.
- “Espero que en el futuro, los celulares vayan a ser más consciente de lo que estamos haciendo y de lo que está alrededor de nosotros. Por ejemplo, si tuviera mi celular y caminara en el gimnasio, el celular empezaría a tocar la música en mi lista para el gimnasio. O si llegara a un supermercado, el celular mostraría mi lista de compras. El celular será más integrado con mi vida cotidiana”.

Integración con el Hogar

- “Quizás se vaya a empezar a tener la tecnología integrada en el hogar, como Amazon Echo ... es posible que esta tecnología podría acceder su celular. Estoy segura de que habrá más dispositivos en las casas, los cuales podrían aumentar el uso de los celulares”.
- “Sería fantástico si pudiéramos usar nuestros celulares como llaves para nuestras casas y nuestros carros. No sería sorprendente si tuviéramos más maneras de monitor nuestro entorno, como nuestro aire acondicionado o nuestra salud”.

Resumen

Según a los mileniales, el celular en el 2021 estará:

- Controlado por voz
- Personalizado dinámicamente y predictivamente
- Consciente de la ubicación, las preferencias y hasta la salud del usuario
- La cartera, la TV, el procesador de texto, la computadora, la lista de las compras, y el reproductor de música del dueño.

Los celulares son el futuro. En cinco años, los mileniales van a agarrar su celular antes de agarrar cualquier otra cosa. ¡Si cualquier otra cosa todavía existe!

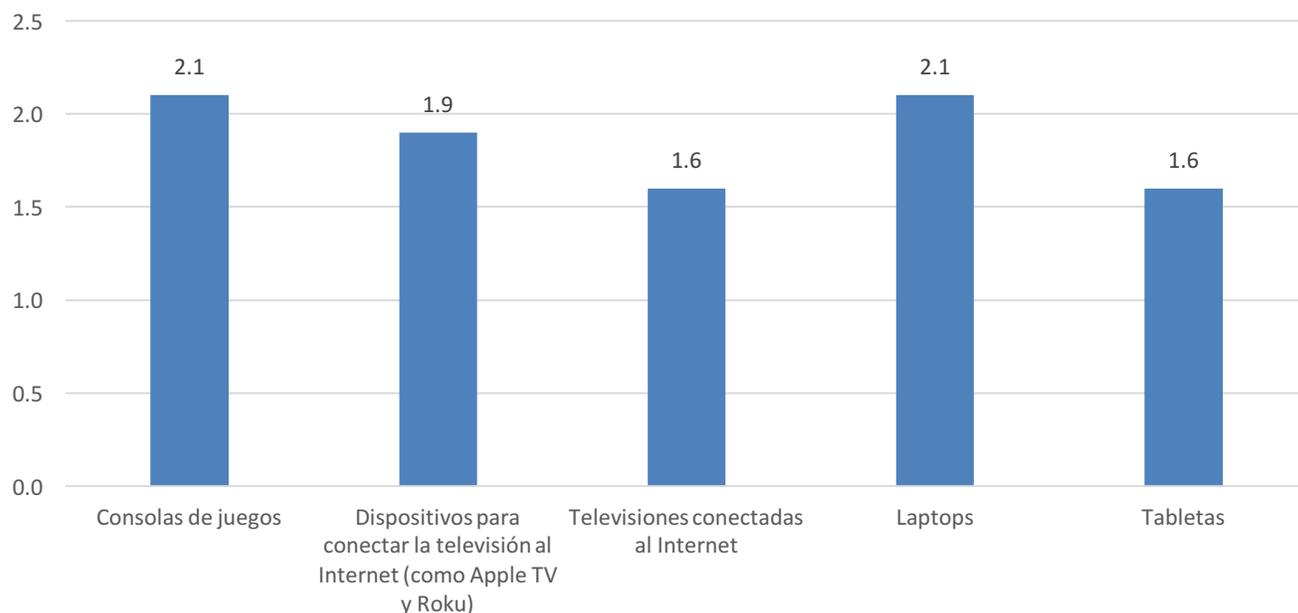
Entretenimiento

Los mileniales han crecido en un mundo donde las películas siempre están a pedido y se puede mirar la televisión cuando se quiera. Las opciones de entretenimiento abarcan fuentes tradicionales, como la televisión de la transmisión y los cines, y servicios de *streaming* como Netflix, YouTube, Hulu y Amazon Prime.

Los Resultados de la Encuesta

Los mileniales tienen una gran selección de dispositivos en su casa para su entretenimiento. *iGR* les pidió a los encuestados que identificaran todos sus dispositivos en su casa y el número de cada tipo. *iGR* encontró que, en promedio, los mileniales tienen en sus casas 2.1 consolas de juegos, 2.1 laptops, 1.9 dispositivos para conectar la televisión al Internet (como Apple TV y Roku), 1.6 televisiones conectadas al Internet, y 1.6 tabletas, como es mostrado en la gráfica siguiente.

Gráfica 2: Número Promedio de Dispositivos en Hogares de los Mileniales

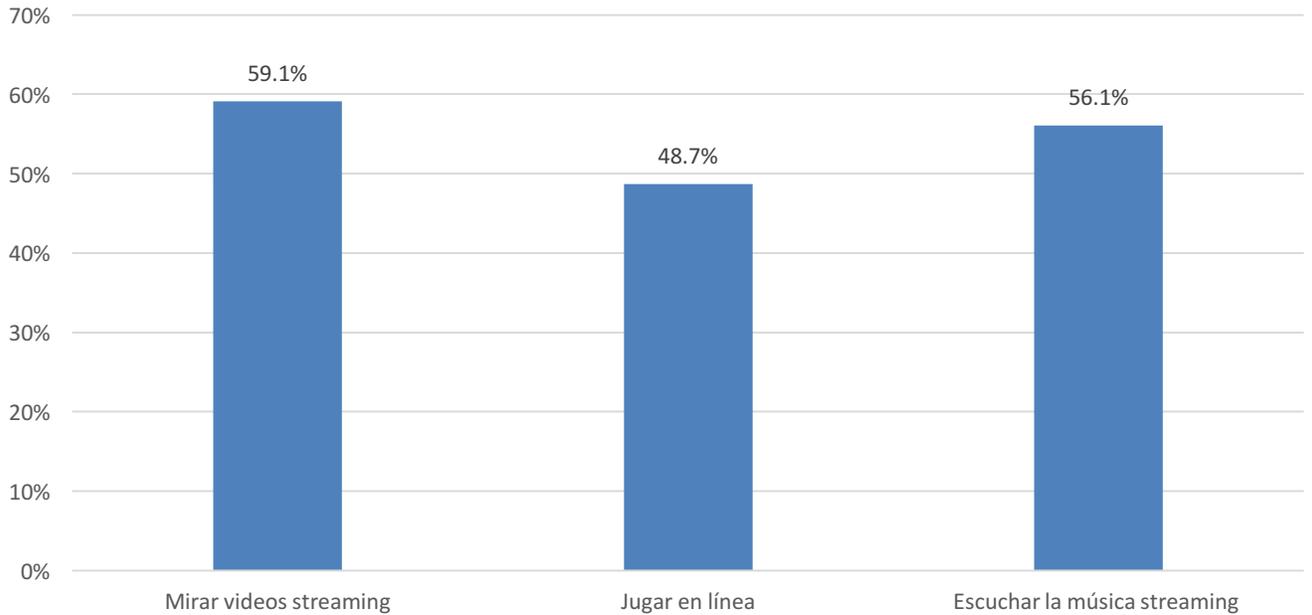


Fuente: *iGR*, 2016

iGR le preguntó a los encuestados cada cuánto ellos hacen unas actividades de entretenimiento en su casa durante una semana típica. Las opciones de frecuencia oscilaron entre “menos de una vez al mes”, “una vez a la semana”, “muchas veces a la semana”, “una vez al día” y “continuamente o muchas veces al día”.

Como es mostrado en la Gráfica 3, *iGR* encontró que el 59 por ciento de los encuestados miran el videos *streaming*, 49 por ciento juegan en línea, y 56 por ciento escuchan a la música *streaming* continuamente o muchas veces al día.

Gráfica 3: Porcentaje de los Mileniales que Hacen Actividades de Entretenimiento Continuamente o Muchas Veces al Día

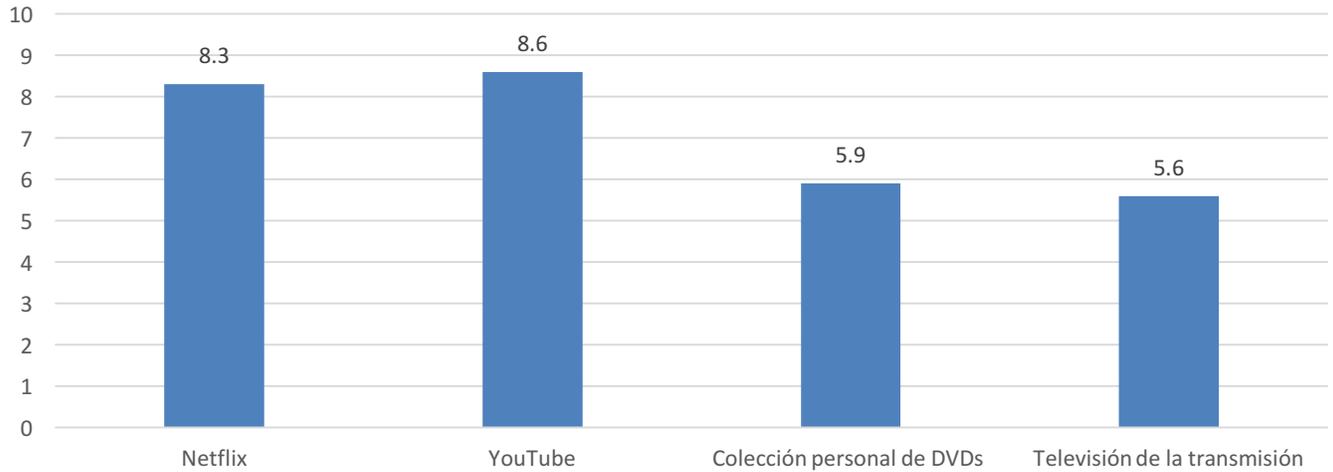


Fuente: *iGR*, 2016

También, *iGR* les pidió a los encuestados que identificaran las medidas adoptadas para encontrar contenidos de video. Específicamente, *iGR* les presentó esta afirmación, “Si quisiera mirar algo, primero yo chequearía número 1, después chequearía número 2, y finalmente chequearía número 3”.

De sus respuestas, *iGR* calculó un número de ranking entre uno y diez. Como es mostrado en la siguiente gráfica, YouTube tuvo el ranking más alto con 8.6, Netflix con 8.3, las colecciones personales de DVDs con 5.9, y la televisión de la transmisión con un ranking de 5.6.

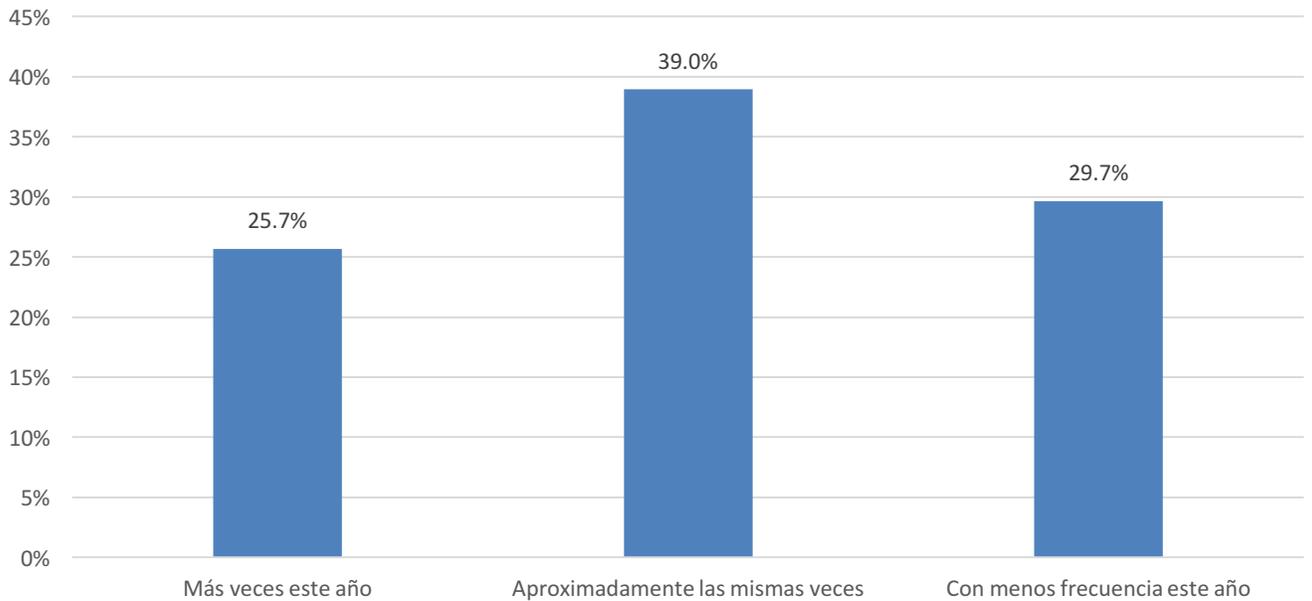
Gráfica 4: Ranking de los Fuentes de Contenidos de Video



Fuente: *iGR*, 2016

Los mileniales todavía usan formas de entretenimiento tradicionales. *iGR* les preguntó a los encuestados cuántas veces ellos habían ido al cine este año, en comparación con el año pasado. *iGR* encontró que 39 por ciento nos dijeron “aproximadamente las mismas veces”, 26 por ciento nos dijeron “más veces este año”, y 29 por ciento nos dijeron “con menos frecuencia este año”. Estos resultados están mostrados en la gráfica siguiente.

Gráfica 5: Uso del Cine



Fuente: *iGR*, 2016

Los Entrevistas Personales

iGR les preguntó a los mileniales entrevistados cómo ellos definen TV y sus respuestas básicamente estaban en dos grupos: los que creen que TV incluye *streaming* y los que creen que los servicios de *streaming* son distintos de TV.

Las citas siguientes son de los mileniales que creen que TV incluye *streaming*.

- “Defino TV como Netflix”.
- “Uso Apple TV”.
- “TV es cualquier programa que puedas mirar y *stream*”.
- “Cualquier programa que se transmita en vivo o que se pueda encontrar *streaming* en línea”.
- “Defino TV como cualquier cosa que tradicionalmente veía en TV, pero ahora puedo mirar en mi computadora”.

Al contrario, estos mileniales distinguen entre TV y otros servicios de entretenimiento.

- “Creo que Netflix es un servicio de *streaming* por suscripción”.
- “Normalmente miro la televisión por cable con otra gente pero miro Netflix solo”.
- “Cuando pienso en TV, pienso en una televisión real”.
- “La televisión es ... videos hechos para ser transmitidos a una hora específica”.

Claro, videos son populares entre los mileniales, pero iGR también les preguntó a los entrevistados, “Si quisiera obtener información sobre un tema, ¿prefería obtenerla por audio, video o un formato escrito”? Las respuestas estuvieron divididas por igual entre las tres opciones.

- “Mirar un video se siente más informal. No parece que esté tratando de enfocar en las noticias”.
- “Últimamente, he empezado a disfrutar de leer más. Creo que uno es más articulado cuando se escribe”.
- “Probablemente el audio. Es más fácil para mí. Estoy fuera de casa mucho. Vivo en Nueva York y por eso siempre estoy corriendo o trabajando o haciendo algo”.

iGR les pidió a los mileniales que den una respuesta de una palabra para describir sus impresiones de unos servicios de entretenimiento. La tabla que sigue provee un resumen de sus respuestas.

Tabla 1: Servicios de Entretenimiento – Respuestas de Una Palabra

| Netflix | YouTube | Hulu | Amazon Prime |
|--------------------|---------------|----------------|--------------|
| "Binge" | "Divertido" | "Anticuado" | "Plan B" |
| "Binge-watching" | "Conveniente" | "Fácil" | "Caro" |
| "Programas de TV " | "Música" | "Innecesario" | "Películas" |
| "Televisión" | "Gratis" | "Netflix caro" | |
| "Variedad" | "Fácil" | "Obscuro" | |
| "Rápido" | "Universal" | "Todo" | |
| "Fantástico" | "Videos" | "Pesado" | |
| "Excelente" | "Correcto" | "No" | |
| "Me encanta" | | | |

Fuente: iGR, 2016

iGR le preguntó a los mileniales sobre la importancia de los anuncios. Específicamente, si preferían "gratis con anuncios" o pagar por un servicio. Unos de sus pensamientos siguen:

- "Creo que los anuncios son parte de todo lo que hacemos. Si un anuncio está en el celular, no me molesta mucho".
- "Algunas veces es frustrante, por ejemplo, si se aparece cuando estoy en medio de algo".
- "Es pesado, pero con tal de que haya una botón de "X" para que pueda cerrarlo, no tengo ningún problema".

Resumen

Los mileniales tienen opiniones definidas sobre sus opciones de entretenimiento y generalmente lo consumen continuamente o muchas veces al día. Ellos encuentran el entretenimiento en su casa y fuera de su casa, en una variedad de dispositivos, y de un gran número de fuentes, como Netflix, YouTube, sus colecciones personales de DVDs, y hasta la televisión tradicional.

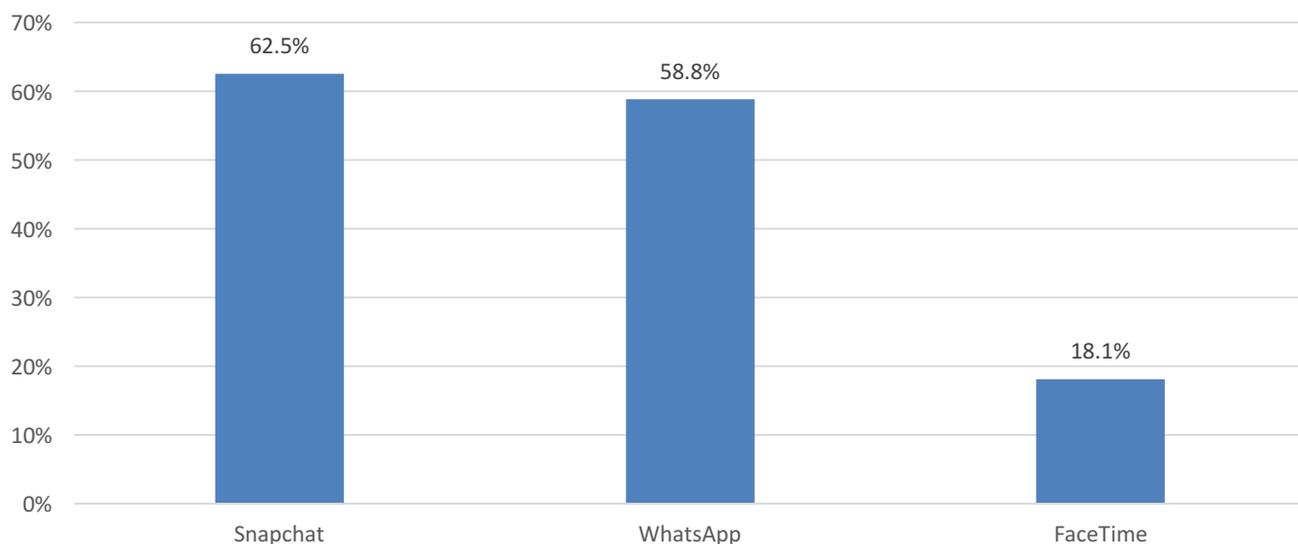
Las Comunicaciones

Los mileniales tienen una gran selección de opciones de comunicaciones, incluyendo opciones más tradicionales como llamadas de voz, correo electrónico, y servicios del texto proveído por su operador móvil. También, ellos usan con frecuencia otros servicios de comunicaciones como Snapchat, WhatsApp, y GroupMe, y servicios de *video chat* como FaceTime y Skype.

Los Resultados de la Encuesta

iGR le preguntó a los encuestados cada cuánto ellos usan unos servicios de comunicaciones. Las opciones de frecuencia oscilaron entre “menos de una vez al mes”, “una vez a la semana”, “muchas veces a la semana”, “una vez al día” y “continuamente o muchas veces al día”. Como es mostrado en la Gráfica 6 que sigue, *iGR* encontró que 63 por ciento de los encuestados usan Snapchat, 59 por ciento usan WhatsApp, y 18 por ciento usan FaceTime continuamente o muchas veces al día.

Gráfica 6: Porcentaje de los Mileniales que Hacen Actividades de Comunicaciones Continuamente o Muchas Veces al Día



Fuente: *iGR*, 2016

Entrevistas Personales

Un teléfono fijo es un dispositivo de comunicaciones que es casi desconocido a los mileniales, porque muchos de sus padres lo quitaron antes de que los mileniales se convirtieran en adultos. Según a un millenial, la palabra “teléfono” está asociada con “anciano”.

iGR les pidió a los mileniales que dieran una respuesta de una palabra para describir sus impresiones de unos servicios de comunicaciones. La tabla que sigue provee un resumen de sus respuestas.

Tabla 2: Servicios de Comunicaciones – Respuestas de Una Palabra

| Tel texto | Snapchat | GroupMe | Gmail | FaceTime |
|------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| “Fácil” | “Inapropiado” | “Frat” | “Trabajo” | “Novia” |
| “Fatigoso” | “Milenial” | “Pesado” | “Útil” | “Natural” |
| “Filler” | “Útil” | “Ruidoso” | “Negocio” | “Futuro” |
| “De corto plazo” | “Innecesario” | “Texto del Grupo” | “Correo” | “WiFi” |
| “Constante” | “Innecesario” | “Innecesario” | “Professional” | “Conectando” |
| “Comunicaciones” | “Fotos” | “Innecesario” | “Correo basura” | “Divertido” |
| “Espacio” | “Pesado” | “Informativo” | “No” | “Compromiso” |
| “Nueva Era” | “Amigos” | “Grupo” | “Vinculado” | “Comunicaciones” |
| “Necesario” | “Impresionante” | “Comunidad” | “Professional” | “Relevante” |
| “Sencillo” | “Variedad” | | | “Rápido” |
| “Simple” | | | | “Fantástico” |
| | | | | “Creativo” |
| | | | | “Innecesario” |
| | | | | “Larga distancia” |

Fuente: iGR, 2016

Aunque los mileniales usan una gran selección de opciones de comunicaciones, ellos normalmente escogen servicios distintos para objetivos diferentes o para comunicarse con personas diferentes, como mostrado en las citas siguientes:

- “Facebook para miembros de familia. Ellos no usan Instagram”.
- “Con mis padres, definitivamente uso el correo electrónico”.
- “Uso WhatsApp o Facebook Messenger para la gente extranjera”.

- “Es probable que le envíe a una persona con la que no ha hablado en mucho tiempo un mensaje por Facebook”.
- “Uso GroupMe para la escuela, y iMessage para mis padres”.

Resumen

Ya que los mileniales no tienen miedo de la tecnología, ellos están dispuestos a probar y adoptar el último servicio de comunicaciones. Estos servicios incluyen un creciente número de servicios como WhatsApp, Snapchat, Instagram, FaceTime y GroupMe. Es evidente que los mileniales van a impulsar la próxima innovación de las comunicaciones.

La Seguridad

Mucha información de las vidas de los mileniales está en línea y es accesible por un laptop – las cosas que compran, lo que hacen, cómo se sienten, y dónde viven. Sin embargo, los mileniales están más conscientes y cautelosos de su privacidad y seguridad de lo esperado.

Entrevistas Personales

Los mileniales han determinado sus propias normas sobre su privacidad en relación a sus publicaciones en redes sociales, como mostrado en las siguientes citas:

- “Escojo mis palabras con cuidado antes de publicar”.
- “No me gusta que la gente pueda ver cosas personales. Nunca publico mi número en redes sociales”.
- “No me gusta publicar. No quiero decirle a la gente dónde estoy, pero si publico una foto, escribo dónde estuve”.
- “Trato de no publicar nada sobre mi ubicación en Facebook”.

Además, los mileniales son muy cautelosos cuando ellos escogen un sitio web para las compras.

- “Cuando compro en línea, siempre aseguro que el sitio web tiene el ‘s’ en el http”.
- “Siempre comienzo con los lugares que conozco”.
- “No son los mejores criterios, pero normalmente miro el aspecto visual del sitio web para ver si tiene un interfaz desarrollado. También, la implementación de PayPal”.
- “Precio y reputación”.

iGR cree que la cartera y el celular fusionarán en los próximos años cuando las aplicaciones como Apple Pay lleguen a ser más populares. Unos mileniales tienen preocupaciones, como mostrado en las siguientes citas:

- “Soy un torpe y siempre dejo caer mi celular. Por eso, me pondría nerviosa tener todo en mi celular”.
- “Me gustaría, pero también quisiera tener una versión de papel”.
- “Aunque mi celular fuera cargado completamente, todavía me preocuparía que la batería se moriría y no podría subir a mi avión”.
- “Tendría preocupaciones sobre la seguridad si perdiera mi celular”.

- “No voy a tener una opción en los próximos dos o tres años”.

Resumen

Los mileniales quieren sentirse seguro cuando están en línea, y ellos están muy claros sobre la información que quieren compartir y con quién quieren compartirla. En resumen, los mileniales no son inconscientes de la seguridad; al contrario, ellos están muy enterados.

Redes Sociales

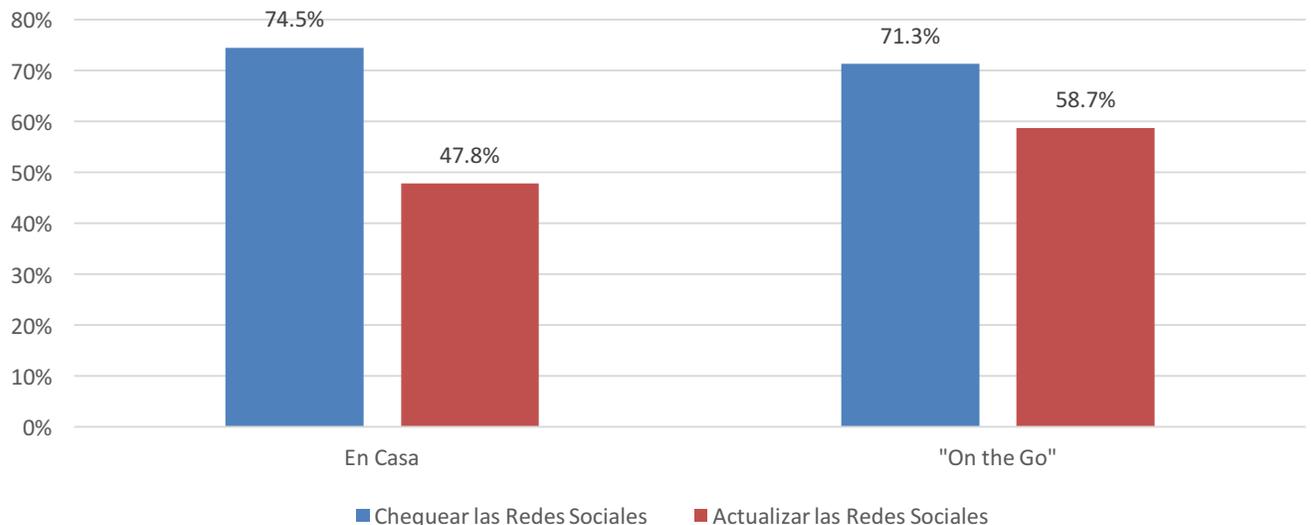
Los mileniales son la primera generación que han crecido en un mundo donde se forma la primera impresión de una persona en línea, en vez de que se forme en persona o por teléfono. Las vidas sociales de los mileniales son facilitadas por sus celulares y son dependiente de sus celulares.

Los Resultados de la Encuesta

iGR le preguntó a los encuestados cada cuánto ellos chequean o actualizan sus redes sociales cuando están en la casa o están "on the go", es decir no están en la casa ni en el trabajo ni en la escuela. Las opciones de frecuencia oscilaron entre "menos de una vez al mes", "una vez a la semana", "muchas veces a la semana", "una vez al día" y "continuamente o muchas veces al día".

Como es mostrado en la siguiente gráfica, *iGR* encontró que cuando ellos están en su casa, 75 por ciento de *los mileniales* chequean sus redes sociales y 48 por ciento actualizan sus redes sociales continuamente o muchas veces al día. Cuando ellos están "on the go", 71 por ciento de los mileniales chequean sus redes sociales, y casi 60 por ciento actualizan sus redes sociales continuamente o muchas veces al día.

Figure 7: Porcentaje de los Mileniales que Usan sus Redes Sociales Continuamente o Muchas Veces al Día



Fuente: *iGR*, 2016

Los mileniales chequean y actualizan sus redes sociales más que las personas de otras edades. Además, ninguno de los mileniales que *iGR* entrevistó para este proyecto chequean sus redes sociales menos de dos o tres veces a la semana. Este grupo está realmente conectado socialmente en línea.

Entrevistas Personales

iGR les pidió a los mileniales que dieran una respuesta de una palabra para describir sus impresiones de unas aplicaciones de las redes sociales. La tabla que sigue provee un resumen de sus respuestas.

Tabla 3: Redes Sociales – Respuestas de Una Palabra

| Facebook | Snapchat | GroupMe |
|--------------------|-------------------|---------------|
| “Interconexión” | “Milennial” | “Incierto” |
| “Conexión” | “Divertido” | “No lo uso” |
| “Amigos” | “Amigos” | “Innecesario” |
| “Necesario” | “Entretenimiento” | “Pesado” |
| “Padres / Familia” | | |
| “Viejo” | | |
| “Anuncios” | | |

Fuente: iGR, 2016

Según las respuestas de los mileniales, es posible que Facebook, aunque sea necesario, sea un poco convencional para los mileniales. Considere el siguiente comentario sobre Facebook:

- “Definitivamente no uso Facebook tanto como lo solía usar. Me doy cuenta de que a nadie le importa y a mí no me importa”.

Es posible que otras aplicaciones, tales como Snapchat e Instagram, se consideren menos convencional, mientras la aplicación GroupMe no sea tan popular.

Los mileniales van a usar cualquier aplicación que los ayude a conectar y socializar. Cuando se lanza una nueva aplicación, la aplicación necesita una masa crítica para ser exitosa. Cuando un milennial se dé cuenta de que sus amigos estén usando una aplicación más frecuentemente, él o ella va a empezar a usarla, también. Pero cuando una aplicación se haga convencional, los mileniales van a perder interés.

Esto es el mismo fenómeno que ocurrió cuando los viejos (¡los que no son un *milennial!*) empezaron a usar Facebook porque sus hijos estaban usándolo. Sin embargo, ahora los hijos se están yendo para lo nuevo. Esto es lo que los hijos y los padres siempre han hecho y quizás siempre vayan a hacer.

Resumen

Para los mileniales, la interacción virtual puede ser tan real y tan gratificante como una interacción en persona. La aplicación y el dispositivo no solo son usados para conectar; al contrario, ellos son la conexión.

Si hay una aplicación nueva que hace la relación más fácil, más inmediata y más visceral, los mileniales — y posiblemente las siguientes generaciones — van a empezar a usarla con entusiasmo.