

RESUMEN

Los *millennials*, como se le conoce a la generación de quienes nacieron entre 1980 y 2000, tienen hábitos de consumo muy distintos a sus generaciones predecesoras. De acuerdo con cifras de esta investigación, el 73 por ciento de quienes conforman esta generación busca a diario ofertas para sus opciones de compra en sitios online, además de que se inclinan por cupones y descuentos. En el 2018 la generación *millennial* dominará el mercado y también superará en número a los *baby boomers*, es decir, aquellos que nacieron después del término de la Segunda Guerra Mundial. Ya que actualmente los *millennials* representan sólo el 36 por ciento de la fuerza trabajadora; sin embargo, en 2025 podrían alcanzar el 75 por ciento del total. Son la generación a la que les encanta hacer compras, más lo hacen con poca frecuencia. Este grupo constantemente recurre a la opinión sobre sus decisiones con amigos y familiares y se encuentran influenciados por comentarios realizados por sus conocidos, familiares o referencias que han realizado una compra con el fin de identificar testimonios y experiencias de compras realizada. La onda *millennial*, es la generación digital de este nuevo milenio. Esta generación también busca que las marcas que consumen estén visibles y actualizadas a la moda y la tecnología, con el fin de identificar de una manera rápida y así satisfacer sus necesidades visuales de una forma rápida mediante las aplicaciones que mantengan contacto vía redes sociales.

Palabras Claves

- **EL MERCADO**
- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
- **MILLENNIALS**

ABSTRACT

The millennials, as it knows him to the generation of those who were born between 1980 and 2000, have habits of consumption very distinct to his generation's predecessors. In accordance with figures of this investigation, the 73 percent of those who conform this generation looks for daily offers for his options of purchase in on-line places, in addition to that bend by coupons and discounts. In 2018 the generation millennial will dominate the market and also will surpass in number to the baby boomers, that is to say, those that were born after the term of the Second World War. Since they at present, the millennials represent only the 36 percent of the hard-working strength; however, in 2025 they could reach the 75 percent of the total. They are the generation to which loves them do shopping, more do it with little frequency. This group constantly resorts to the opinion on his decisions with friends and relatives, and find influencers by comments made by his known, relatives or references that have made a purchase with the end to identify testimony and experiences of shopping made. The wave millennial, is the digital generation of this new millennium. This generation also looks for that the marks that consume are visible and updated to the way and the technology with the end to identify of a fast way and like this satisfy his visual needs of a fast form by means of the applications that keep contact through social networks.

Key Words

- **THE MARKET**
- **CONSUMER BEHAVIOR**
- **MILLENNIALS**