



1946-1965

Baby Boomers

- **Se esfuerzan por mantenerse vigentes** "Adultos medios, no mayores".
- **Tienen estabilidad económica** y buscan incrementarla.
- **Buscan bienestar físico y salud.**
- **Son Asertivos, Enérgicos, Optimistas.**

Que compran

- Bienestar y actividades de salud y relajación
- Turismo y recreación
- Restaurantes, Abarrotes y fruver
- Cuidado personal y Productos de belleza
- Medicamentos
- Bebidas Alcohólicas y no Alcohólicas
- Productos de aseo para el hogar
- Accesorios , insumos para manualidades y remodelación
- Artículos para niños
- Ropa, Artículos deportivos y hobbies
- Productos y servicios Financieros, Automotrices, tecnológicos y de comunicaciones e Inmobiliarias.



1966-1979

Generación X

- **Para el 2020** habrá 9.479.743 y **constituirán el 19% de la población** nacional, la generación X **constituye el 44% de la población económicamente activa.**
- Buscan un "feedback" continuo, reconocimiento social y laboral.
- Ven **el trabajo como la forma de mantener su bienestar** y el de su familia.
- Consideran **el éxito y excelencia como la meta** de sus vidas.

Que compran

- Tecnología, Operadores y Electrodomésticos
- Ropa / Calzado
- Cuidado Personal
- Educación
- Alimentos
- Bebidas
- Bienestar y Belleza
- Aseo
- Servicios
- Diversión y Ocio



1980-1995

Generación Y

- Los "Millennials" son los **consumidores de las nuevas tecnologías.**
- Rebeldes, ideológicos, apolíticos.
- Globalizados mediante redes sociales, y **expresan sus sentimientos, emociones, opiniones y los momentos que viven** a través de ellas.
- Van en constante búsqueda de su crecimiento personal.

Que compran

- Productos y servicios tecnológicos
- Restaurantes y sitios de diversión
- Artículos deportivos
- Productos y servicio de telecomunicación
- Accesorios electrónicos
- Actividades deportivas
- Entidades Educativas
- Electrodomésticos
- Ropa
- Calzado
- Bebidas Alcohólicas y no Alcohólicas
- Productos para el cuidado personal
- Productos y servicios automotrices



1996 en adelante

Generación Z

- **Independientes en sus decisiones** y plenamente **influenciadores de los adultos.**
- **Co-creadores** en la construcción **de marcas y productos:** el crowdsourcing será una realidad.
- Ideológicos y retadores, capaces de tener un filosofía de vida, contagiarla.
- **Generadores de conocimiento, Visionarios y emprendedores,** capaces de imaginar ideas y concretarla; solo o en colectivo.
- Sube información en tiempo real. **Experto community manager.**

Oportunidades

- Conexión con el juego.
- Hacerlos sentir grandes e importantes.
- Ofrecer centros de experiencia con la marca.
- Permitir interacción padres – cuidadores – hijos.
- Motivar a escribir experiencias – historias – como aliados de los "Microblogs", crear personajes que permitan seguimiento.

* Fuente: B&OPTIMOS

