



¿Qué existe  
después de los  
*Millennials?*

oye  
mira  
piensa





*Centennials*

**eye  
mira  
piensa**





Los *Centennials* nacieron entre 1996 y 2012.  
Muchos aún no llegan a la adultez, por lo tanto aún  
no es posible definirlos del todo.

De lo que sí estamos seguros es que crecieron en un  
entorno tecnologizado y actualmente enfrentan a un  
planeta más caótico e incierto que las dos  
generaciones anteriores.

oye  
mira  
piensa





## Los *Centennials* son:

Menos afines a proyectarse en el largo plazo.

Menos hedonistas que los *Millenials*.

Menos crédulos en el orden religioso, económico y social.

Más conectados con sus emociones y con las ajenas.

oye  
mira  
piensa





Nosotros preferimos llamarlos  
*Desmanteladores*

No se sienten cómodos con la economía y sociedad global actual. Intentarán, al menos, desarmar esta máquina.



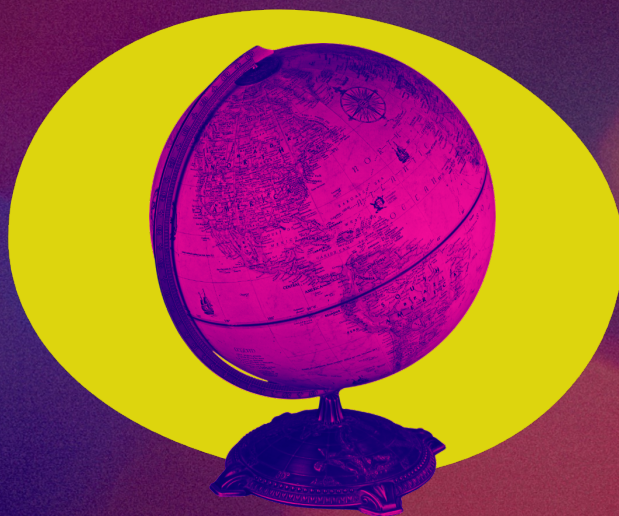


¿Cómo comunicarte con  
los *Centennials* o  
*Desmanteladores* en  
estos agitados tiempos?



eye  
mira  
piensa





## con sustentabilidad, pero en serio!

Los *Centennials* sienten que el planeta necesita ser más cuidado pero no creen en las medidas que están hoy a su alcance.

¿Las medidas medioambientales de tu compañía resistirían a su crítica?  
¿Realmente se reciclan tus residuos?

**oye  
mira  
piensa**





## con diversidad, pero espontánea

Los *Centennials* odian que los etiqueten.  
Para ellos el respeto a la diversidad es algo  
con lo que se nace y se respira.

Cuida el lenguaje, tono y estilo con que  
hablas de diversidad si buscas  
comunicarte con ellos.





con mérito

Los *Centennials* creen en el mérito y lo buscan para sus vidas. Los mismos esfuerzos deben ser lograr las mismas compensaciones. Los más privilegiados no se sienten cómodos con sus ventajas.

¿En tu compañía se practica y comunica el mérito como valor?

oye  
mira  
piensa





## con autenticidad y arte

Los *Centennials* sienten el deber de ser originales.  
No imitan (tal vez copian, pero con cuidado).  
Cuidan mucho el arte y la forma de sus  
publicaciones en Instagram.  
Contenido y forma, siempre!

Valoran a las marcas que invierten en  
diferenciarse mediante su arte y estilo.

**oye  
mira  
piensa**





## con propósitos

Esta generación busca dejar una huella en el mundo más allá de lograr beneficios personales.

Sus aspiraciones materiales son menos manifiestas. Sin embargo, persiste en ellos una afición por las marcas.

¿Tu marca se ha fijado y logra comunicar propósitos sobre el bien común?

**oye  
mira  
piensa**





## con una vida equilibrada

Los *centennials* interpretan y comunican mejor sus emociones que generaciones anteriores y están informados sobre hábitos y alimentos saludables.

¿Qué está comunicando tu marca en este sentido?

**oye  
mira  
piensa**





## con verdad y realismo

Las *fakenews* son el mal de su época. Los *centennials* valoran las conversaciones honestas que les ayuden a poner los pies en la tierra.

¿Con qué *insights* intentas comunicarte con ellos?

oye  
mira  
piensa





## causas sociales

Realmente se involucran con las causas sociales que los convocan.  
Son críticos con cualquiera que confronte o pase a llevar sus ideales.

¿En tu compañía están observando los ideales que están movilizando a la ciudadanía hoy?



¿Cómo crees que le estás  
hablando a los *Centennials*  
o *Desmanteladores*?



oye  
mira  
piensa



Queremos  
ayudarte...

...o al menos evitar que se rían de ti.



**oye  
mira  
piensa**





Estos hallazgos se sustentan en un estudio cualitativo de 18 etnografías digitales que culminaron con entrevistas en profundidad.

Nos preguntamos y contrastamos:

- ¿Qué hacen?
- ¿Qué piensan y sienten?
- ¿Qué publican en Instagram?

Sumamos nuestras lecturas sobre filosofía actual y la experiencia investigando sobre consumo del equipo.







[www.oyemirapiensa.cl](http://www.oyemirapiensa.cl)

General Holley 186, D. Providencia, Santiago de Chile

+56962262102