**Gen Z y millennials encabezan tendencias emergentes del entretenimiento en línea**

* *Las generaciones más recientes de consumidores empujarán con más fuerza y velocidad hacia la dirección que deben tomar el negocio del entretenimiento en línea.*

**Ciudad de México, 29 de enero de 2021.-** Los **millennials y la generación Z suman el 59% de la fuerza laboral en el mundo**, de acuerdo al estudio [Millennial Careers: 2020 Vision](https://www.manpowergroup.com/wps/wcm/connect/660ebf65-144c-489e-975c-9f838294c237/MillennialsPaper1_2020Vision_lo.pdf?MOD=AJPERES) de ManPowerGroup, empresa de reclutamiento y tercerización de personal. La cifra aumentará con los años, lo que proyecta un cambio en la economía mundial y, por ende, en las marcas.

Por su naturaleza, el entretenimiento en línea es uno de los negocios consentidos de los llamados hijos de la era digital. Se espera que este giro se modifique **en la medida que los nativos digitales adquieran más poder adquisitivo**. Por ello, la necesidad de las empresas de entretenimiento es anticiparse a sus preferencias y atraer el mayor número de consumidores posibles.

**Los tiempos cambian**

**¿Qué es lo que espera un joven usuario de servicio digital?** Su primer requisito es que genere un extra a su estilo de vida. La Universidad de Oxford realizó una [encuesta](https://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/how-younger-generations-consume-news-differently/) sobre las diferencias generacionales de consumo digital. Jóvenes de Estados Unidos y el Reino Unido contestaron que tienen un punto de vista negativo para las apps que no proporcionan una experiencia de valor.

De igual modo, los encuestados resaltaron que esa experiencia debe venir acompañada por estimulantes visuales que sean creativos. Las **generaciones más jóvenes son más propensas a la narración gráfica**, en especial aquella que les facilite recibir o consumir información en formatos adecuados para sus dispositivos móviles como lo son el smartphone y la tablet.

**Decisiones de consumo compartidas**

Si algo identifica tanto a **millenials como a la gen Z es que ya no consumen en silencio**. Cuando ven una película de su gusto, la comparten en redes sociales y animan a sus círculos cercanos a verla. Los más jóvenes esperan que alguien igual a ellos sea su guía de entretenimiento, razón por la que en algunos casos la publicidad tradicional no funciona al 100%.

“Su comportamiento hacia el consumo colectivo y mentalidad de enjambre dan pistas valiosas que ayudan a identificar posibles tendencias. Ante la amplificación que provee el internet, son las generaciones que más le dan importancia a los juicios de opinión”, mencionó Lenin Castillo, responsable de la unidad de negocio digital en Strendus, la plataforma de entretenimiento en línea más segura y confiable de México.

Hay que tomar en consideración que **casi todo lo que se le ofrezca al cliente millenial o centennial se convertirá en un ejercicio social**. Ellos expresan su sociabilidad tanto en *online* como *offline*, es ahí cuando una firma de entretenimiento debe incluir expansiones que lo habiliten para compartir sus actividades de consumo que se traduzca en rentabilizar menciones positivas del contenido.

**Un futuro de rápidas actualizaciones**

Con cada año que pasa,la industria del entretenimiento en línea incluye nueva tecnología para mantenerse competitiva. Millennials y generación Z, por igual, son segmentos de la población que no conocen el mundo sin los avances tecnológicos. Es normal que se entusiasmen y se alineen más rápido con la vanguardia.

Cognizant, una firma multinacional de soluciones TI, encontró que [**el 60% de los centennials les agrada la idea de utilizar realidad virtual (RV)**](https://www.cognizant.com/perspectives/how-gen-z-is-shaping-the-future-of-media-and-entertainment). En algunas categorías del entretenimiento como los videojuegos, el uso de RV ya es un hecho, pero expresan que su deseo es que también se centre en otros ámbitos como conciertos musicales o entregas de premios.

La ecuación “una empresa moderna atrae más clientes” cobra más fuerza con un grupo demográfico que es proclive a aceptar las actualizaciones con más facilidad. “La tecnología y una experiencia inmersiva, son y seguirán siendo la norma para los consumidores jóvenes . A medida de que este público crece, es conveniente obtener su preferencia, tanto con productos innovadores como con estrategias enfocadas en sus intereses”, concluyó Lenin Castillo.

Conquista el juego desde tu computadora, tablet o *smartphone* en una de las plataformas de entretenimiento en línea más importantes y seguras del país. Descarga gratis Strendus en sistemas [IOS](https://apps.apple.com/mx/app/strendus/id1429016886) o [Android](https://www.strendus.com.mx/apps-playstore/), o visita la [página](https://www.strendus.com.mx/).

**###**

**Acerca de Strendus**

Strendus es la plataforma de entretenimiento en línea más segura y confiable. Con la misión de ser el líder en la creación de experiencias únicas y emocionantes que superen las expectativas de sus clientes, colaboradores y la comunidad en la industria del juego y entretenimiento, Strendus ofrece más de 4,000 juegos de las categorías de slots, video bingo, virtuals, casino, lotería y sportsbooks en un plano 100% digital y seguro.

**SÍGUENOS EN REDES SOCIALES**

Twitter: [@StrendusOficial](https://twitter.com/strendusoficial)

Facebook: [@StrendusMX](https://www.facebook.com/strendusmx)

Instagram: [@StrendusOficial](https://www.instagram.com/strendusoficial/)

Youtube: [StrendusOficial](https://www.youtube.com/strendusoficial)

**SITIO WEB**

[https://www.strendus.com.mx](https://www.strendus.com.mx/)

**CONTACTO**

Alejandro Rodríguez

Another Company

[alejandro.rodriguez@another.co](mailto:alejandro.rodriguez@another.co)

5513883330

Míchel Torres

Another Company

[axl.torres@another.co](mailto:axl.torres@another.co)

55 3085 5438