

Accenture

life trends

2025

A medida que los avances tecnológicos disruptivos hacen que las experiencias digitales de las personas evolucionen de forma exponencial, ellas reaccionan naturalmente y ajustan su relación con estas para asegurarse de que sigan sirviéndoles. En este momento, la confianza en las experiencias online está en el centro de atención y las personas están examinando cada vez más lo que ven y lo que creen, lo que afecta la forma en que los clientes se comportan con las empresas que intentan alcanzarlos.

Cinco tendencias emergentes exploran cómo se sienten las personas y cómo responden a los cambios comerciales, tecnológicos y sociales, y lo que todo esto significa para las marcas.

Costo de las dudas

La duda se está convirtiendo en un acto reflejo, debido a que las personas ya no pueden confiar automáticamente en las imágenes de productos, reseñas, campañas de marketing y contenido que se les ofrece en línea. Las organizaciones deben hacer de la confianza una prioridad o asumir el costo de las dudas.

Durante el año pasado:

El 52% 

de las personas ha visto noticias o artículos falsos

El 33% 

ha experimentado ataques o estafas de deep-fake en los que se intenta obtener su información personal o dinero

El 39% 

ha visto reseñas fraudulentas de productos online

La trampa parental

Uno de los mayores desafíos actuales en la crianza de los hijos es ayudar a la próxima generación a formar una relación segura con la tecnología digital y encontrar formas de protegerlos de los daños que plantea el acceso a Internet sin restricciones. Una aceleración de las políticas públicas de los gobiernos y las acciones de estructura ascendente de los padres y las escuelas para establecer protecciones tendrán repercusiones importantes para las organizaciones, y eso sucederá pronto.

Se están creando señales:

El 56% 

de aquellos entre 18 y 24 años está de acuerdo con que las redes sociales afectan significativamente cómo piensan sobre su identidad

El 23% 

de las personas mayores de 55 años está de acuerdo con que las redes sociales afectan significativamente cómo piensan sobre su identidad

El 65% 

de las personas a nivel mundial piensa que los padres deben limitar el tiempo que sus hijos pasan en las redes sociales*

Economía de la impaciencia

Para muchas personas, la búsqueda de salud, riqueza y felicidad se siente lenta y agotadora. El poder de la multitud (y su fuerte afinidad persona a persona) está satisfaciendo la impaciencia por conseguir nuevas vías y actitudes sobre cómo navegar por los pilares de una vida satisfactoria.

Áreas de la vida en que las personas desean apoyo a largo plazo:

El 55% 

de las personas prefiere soluciones rápidas por sobre los métodos tradicionales para alcanzar sus objetivos de salud y financieros

El 63% 

de las personas obtiene inspiración de las redes sociales sobre cómo hacer las cosas de manera más inteligente

El 68% 

de las personas interactuaría más con una marca que los eduque mediante blogs y videos

La dignidad del trabajo

La dignidad del trabajo es un pilar fundamental para un ambiente laboral saludable, pero cada vez se ve más amenazada por las presiones comerciales, los avances tecnológicos y las dinámicas humanas en constante evolución. Si los empleados no están motivados y no tienen voluntad, ¿cómo se espera que entreguen productos, servicios y experiencias de primera calidad a los clientes?

Expectativas de los empleados en comparación con la experiencia:

El 52% 

prioriza más el equilibrio entre el trabajo y la vida personal

El 29% 

confía en que los líderes de su empresa tienen sus intereses en mente

El 49% 

escucha mensajes sobre "mejorar la productividad" más que aquellos relacionados con el valor o el desarrollo de la fuerza laboral

Retorno a la vida social

De la misma manera que el retorno a la vida al aire libre restaura los ritmos innatos de la naturaleza, el retorno a la vida social revive las conexiones entre las personas y el mundo que las rodea. Encontrar satisfacción en el mundo de hoy, que es rápido y frenético, significa tomarse tiempo para desconectarse y enfocarse en actividades satisfactorias y relaciones significativas en la vida real, lo cual está cambiando las oportunidades para los negocios.

Las principales actividades físicas que las personas dicen haber realizado con mayor frecuencia durante los últimos 12 meses:

El 48% 

indicó pasar tiempo al aire libre o en la naturaleza

El 47% 

indicó pasar el rato con amigos en la vida real

El 47% 

indicó realizar compras en tiendas físicas de víveres

El 36% 

indicó realizar compras en otras tiendas minoristas (no de víveres)

El 30% 

indicó leer libros o revistas físicas



Ver reporte completo 

accenture.com/LifeTrends2025Colombia

Fuente: Encuesta Accenture Life Trends, julio del 2024

* Perfiles globales de YouGov, período: 12 meses que finalizaron el 15 de mayo del 2024 (n = 332,530). Base: Adultos globales, pregunta: "Creo que los padres deben limitar el tiempo que sus hijos pasan en las redes sociales (de acuerdo, escala de tres puntos)"

Derechos de autor © 2024 Accenture. Todos los derechos reservados.