

Accenture

life trends

2025

Ante los avances tecnológicos disruptivos y los cambios drásticos en las experiencias digitales, las personas reaccionan adaptando su relación con la tecnología para garantizar que les sigue siendo útil. En estos momentos, la confianza en Internet está en el punto de mira. La gente cuestiona cada vez más lo que ve y lo que cree, lo que afecta a la forma en que los clientes se comportan con las empresas que intentan llegar a ellos.

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

El coste de la desconfianza

La inseguridad se está convirtiendo en un reflejo de la desconfianza de las personas, que ya no pueden fiarse de todo lo que ven en Internet, como imágenes de productos, reseñas, campañas de marketing y contenido. Las empresas deben hacer de la confianza una prioridad o asumir su coste.

En el último año,

el 52%  de las personas ha visto noticias o artículos falsos

el 33%  ha sufrido ataques "deepfake" o estafas para obtener información personal o dinero

el 39%  de las personas ha leído reseñas fraudulentas de productos online

La trampa para los padres

Uno de los mayores desafíos a los que se enfrentan los padres en la actualidad es ayudar a las nuevas generaciones a construir una relación sana y segura con la tecnología digital y encontrar formas de proteger a los jóvenes de los daños que plantea el acceso a Internet sin restricciones. La aceleración de las políticas descendentes de los gobiernos y de las medidas ascendentes de los padres y las escuelas para establecer límites pronto tendrá grandes repercusiones para las empresas.

Las señales son cada vez más claras:

el 56%  de los jóvenes de entre 18 y 24 años coincide en que las redes sociales influyen en gran medida en la formación de su identidad

el 23%  de los mayores de 55 años coincide en que las redes sociales influyen en gran medida en la formación de su identidad

el 65%  a nivel mundial piensa que los padres deben limitar el tiempo que pasan sus hijos en las redes sociales*

Economía de la impaciencia

Para muchas personas, la búsqueda de la salud, la riqueza y la felicidad es lenta y aburrida. El poder de la multitud online y su fuerte capacidad de conexión entre personas está satisfaciendo la impaciencia por encontrar nuevas vías y mentalidades para tener una vida plena.

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

el 55%  de las personas prefiere soluciones rápidas en lugar de métodos tradicionales para lograr sus objetivos económicos y de salud

el 63%  de las personas se inspira en las redes sociales para completar tareas de manera más eficiente

el 68%  de las personas interactuaría más con una marca que las educara a través de blogs y vídeos

La deshumanización del trabajo

La dignidad del trabajo es un pilar fundamental de un entorno laboral saludable, pero cada vez se ve más afectada por las presiones empresariales, los avances tecnológicos y las dinámicas cambiantes. Si los empleados no están motivados y no tienen margen de acción, ¿cómo se espera que ofrezcan productos, servicios y experiencias de primera calidad a los clientes?

Expectativas laborales vs. experiencia:

el 52%  antepone el equilibrio entre el trabajo y la vida personal a todo lo demás

el 29%  confía en que los líderes de sus empresas tengan en cuenta sus intereses

el 49%  afirma que los líderes de sus empresas se enfocan más en mejorar la productividad que en formar a la plantilla o mejorar el valor que ofrecen

Social rewilding (revitalización social)

De la misma manera que la revitalización busca regenerar los ritmos innatos de la naturaleza, la revitalización social restaura las conexiones de las personas entre sí y con el mundo que las rodea. Alcanzar la plenitud en el vertiginoso mundo actual significa tomarse un tiempo para desconectar y centrarse en actividades satisfactorias e interacciones significativas en la vida real, lo que cambia las oportunidades para las empresas.

Principales actividades físicas que la gente dice haber practicado más en los últimos 12 meses:

el 48%  ha pasado tiempo al aire libre o en la naturaleza

el 47%  ha pasado tiempo con amigos en la vida real

el 47%  ha ido de compras en tiendas físicas de alimentación

el 36%  ha comprado en otras tiendas minoristas (no alimentarias)

el 30%  ha leído libros o revistas en papel



Ver el informe completo 

accenture.com/LifeTrends2025Spain

Fuente: Encuesta Accenture Life Trends, julio de 2024

* Perfiles de todo el mundo de YouGov. Período de tiempo: 12 meses, finalizado el 15 de mayo de 2024 (n = 332 530). Base: adultos de todo el mundo. Pregunta: Creo que los padres deben limitar el tiempo que pasan sus hijos en las redes sociales (3 puntos en la escala de acuerdo o desacuerdo)

Copyright © 2024 Accenture. Todos los derechos reservados.