

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/LifeTrends2025Chile](https://accenture.com/LifeTrends2025Chile)

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: ¿Cree 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.