

# Bio Cleaning

EL FUTURO ES LIMPIO

## REDEFINIENDO LA ADULTEZ

El concepto de lo que significa ser adulto ha cambiado, más allá del reconocimiento, las personas se están adaptando a vidas que no encajan en el molde.

**Pilares: comunicación, conveniencia, herencia, individualidad, nostalgia, respeto.**

Una iniciativa de



## INFORMACIÓN GENERAL

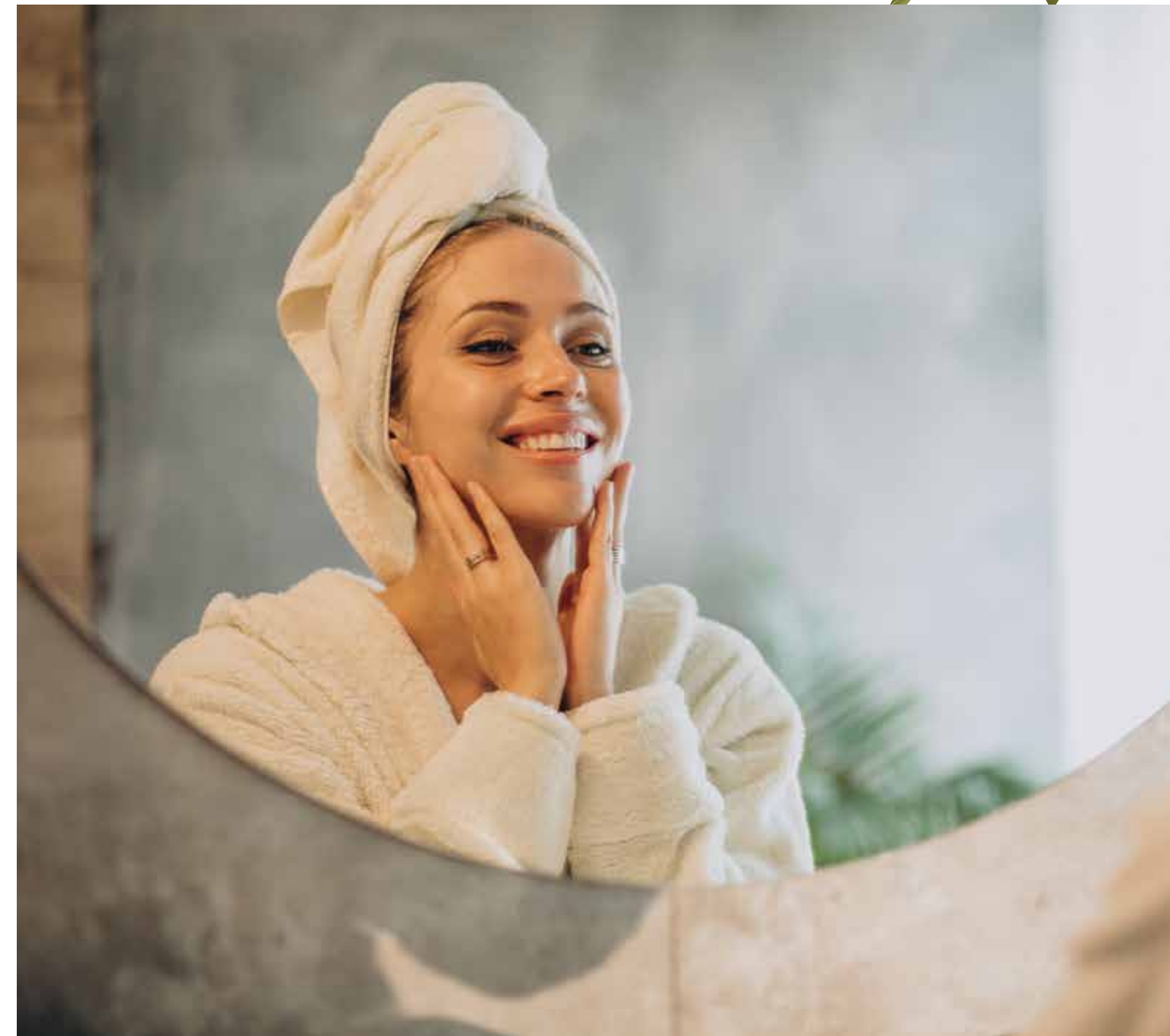
### **Creando tu propia escalera para subir**

Ser adulto alguna vez tuvo una imagen bastante estándar: creces, consigues un trabajo y formas una familia, la escalera tradicional de la vida. Encontrar el desarrollo personal y elegir una carrera apasionante, junto con las inseguridades financieras, han retrasado el ritmo, los mayores de 18 años se centran en hitos tradicionales y puntos de referencia específicos para sus 20, 30 y más. La vida ya no es una escalera para subir, sino un marco para escalar y explorar. Los consumidores se sienten menos limitados por su edad cuando se trata de formar una familia, adoptar la tecnología, centrarse en el cuidado personal y experimentar con metas que los desvíen de su camino actual. Sin las etapas tradicionales de la vida, surge la pregunta ¿qué es exactamente lo que hace que alguien se sienta como un adulto hoy en día? La respuesta aún no es clara.

Fuente:



Fuente:





## **Más caminos para explorar**

Es difícil estar en línea incluso por unos minutos sin encontrar una guía o una lista sobre cómo lograr todo con éxito, desde su rutina matutina hasta ser un buen padre. Los influencers y los modelos a seguir ya no solo se identifican como líderes gubernamentales o celebridades, el papel ha pasado a cualquiera con una idea y una plataforma que resuene. Dado que la educación también se vuelve más flexible, con el aumento de las universidades abiertas y las clases en línea, los consumidores tienen más opciones para abordar objetivos y probar varios caminos antes de decidirse por uno.

Fuente:  


**Bi**  
**Cleaning**  
EL FUTURO ES LIMPIO



## **Trabajando duro, jugando más duro**

Una sensación cada vez mayor de que uno nunca deja de trabajar, gracias a nuestros estilos de vida siempre conectados, está creando un público estresado y agotado con cada vez menos tiempo y dinero para revitalizarse. Las personas están aprovechando la oportunidad de tomar un descanso de la rutina, dejar atrás el mundo real y abrazar a su niño interior, ya sea jugando un videojuego o simplemente disfrutando de una campaña publicitaria algo divertida. Además, el 'receso de los adultos' no se ve tan diferente del receso de los jóvenes; de hecho, son los esfuerzos juguetones, tontos y francamente infantiles los que tienen más atractivo.

Fuente:  


**Bi**  
**Cleaning**  
EL FUTURO ES LIMPIO






## **La comodidad es una nueva norma**

Si los adultos del mañana están acostumbrados al servicio/gratificación instantáneos, ¿se enfrentarán a las mismas lecciones y desafíos que enfrentaron las generaciones anteriores? Este nivel de conveniencia brinda a los consumidores la oportunidad de concentrarse en un estilo de vida que les convenga, en lugar de uno al que se ven obligados por necesidad. Sin embargo, los costos más bajos divididos en más servicios pueden sumar sin tanta conciencia.

Fuente:



## **IMPORTANTE**

-  Dado que las experiencias sobre las cosas son una prioridad clave para los millennials y la generación Z, las empresas deben enfocarse en campañas y oportunidades centradas en hacer que la vida sea memorable.
-  Con la edad adulta viene un nuevo conjunto de responsabilidades, pero no hay razón para que la responsabilidad de los adultos no se pueda infundir con un poco más de diversión y juego.
-  Flexibilidad es el nombre del juego. Con una fuerza de trabajo remota en crecimiento, la vida diaria de los consumidores es fluida y las marcas tienen que adaptarse a estilos de vida que ya no están definidos por culturas de trabajo de 9 a 5.

Fuente:



## ESTADÍSTICAS

### INTRODUCCIÓN

Los consumidores suelen alquilar casas más tarde en la vida debido al aumento de los costos de vivienda y al deseo de flexibilidad.

- El **69%** de los consumidores irlandeses no consideran solicitar una hipoteca en los próximos 12 meses.
- El **39%** de los consumidores canadienses dice que su hogar no tiene ninguna deuda garantizada (es decir, deuda respaldada por garantías, como una casa, un automóvil o un negocio).
- El **38%** de los consumidores del Reino Unido dicen que esperan que el referéndum de la Unión Europea tenga un impacto negativo en el mercado de la vivienda.



Fuente:



Fuente:





**Vivir el momento es un mantra millennial, pero puede conllevar el riesgo de construir una red de ahorro y seguridad financiera.**

**Las redes sociales y la tecnología agregan una capa de conveniencia a lo que significa ser un adulto, pero también brinda complejidades con una cantidad abrumadora de opciones y una falta de conexión humana.**

El **44%** de los consumidores chinos de la Generación Z están de acuerdo con que sentirían que se están perdiendo algo si no se conectaran a Internet o a las redes sociales por un día.

- El **20%** de los padres de niños menores de 18 años en los EE. UU. han comprado dispositivos domésticos inteligentes para ellos o su hogar debido al cierre de empresas/escuelas por la pandemia de COVID-19.
- El **72%** de los adultos canadienses propietarios de teléfonos inteligentes de la Generación Z han tenido un smartphone desde que comenzaron la escuela secundaria.

Fuente:  
**MİNTEL**

**Bi**  
**Cleaning**  
EL FUTURO ES LIMPIO

Fuente:  
**MİNTEL**

**Bi**  
**Cleaning**  
EL FUTURO ES LIMPIO



**La jubilación ya no se siente como un callejón sin salida a medida que las personas mayores descubren más oportunidades para disfrutar de la vida, pero las limitaciones financieras crean un temor y una carga para muchos cuando se trata de la planificación de esta.**

- 🍃 El **43%** de los consumidores tailandeses, mayores de 55 años de edad, dicen que son cautelosos con el dinero.
- 🍃 El **38%** de los consumidores del Reino Unido, mayores de 55 años de edad, no confían mucho o nada en que podrán ahorrar lo suficiente para jubilarse a la edad prevista.

- 🍃 El **38%** de los consumidores del Reino Unido, mayores de 55 años de edad, no confían mucho o nada en que podrán ahorrar lo suficiente para jubilarse a la edad prevista.

**Para la mayoría de los consumidores, la vida adulta es bastante agotadora y muchas personas pasan su tiempo de inactividad ocupándose de las tareas y el trabajo.**

- 🍃 El **77%** de los consumidores chilenos coinciden en que siempre están al acecho de cosas que les hagan la vida más fácil.

Fuente:



Fuente:





- El **44%** de los consumidores británicos está de acuerdo con que no hay suficientes horas en el día.
- El **53%** de los consumidores estadounidenses son los únicos responsables de la limpieza del hogar, en comparación con el 42 % de los consumidores que comparten la responsabilidad.



## **Menos tiempo libre, es una razón más para que las personas lo dediquen a las actividades más divertidas, lúdicas, e incluso, juveniles.**

- El **22%** de los consumidores del Reino Unido que adoptaron un nuevo pasatiempo o interés desde el comienzo del brote por COVID-19/coronavirus lo hicieron para desconectarse del trabajo.
- El **64%** de los padres chinos, entre 18 y 49 años de edad, dicen que, en comparación con el tiempo anterior al brote de COVID-19, les gustaría pasar más tiempo en las actividades de padres e hijos en el hogar después de la pandemia.



Fuente:  
**MİNTEL**

Fuente:  
**MİNTEL**





- Y El **22%** de las jugadoras estadounidenses, entre 25 y 54 años de edad, comenzaron a jugar videojuegos porque lo hacían cuando eran más jóvenes, pero no tenían tiempo para esto con regularidad.

## CONTEXTO REGIONAL

### EUROPA, ORIENTE MEDIO Y ÁFRICA

#### Y Lo que hemos visto

El camino convencional de la vida está evolucionando a medida que los consumidores retrasan la toma de compromisos tradicionales o decisiones históricas, debido a, las ambiciones cambiantes o a las limitaciones financieras.

Estas diferentes opciones de vida están creando enfoques nuevos y más flexibles, particularmente cuando se trata de grandes inversiones como: propiedades, vehículos o artículos caros.

- Y **ImaliPay** es una plataforma digital que permite a los trabajadores independientes crear un puntaje crediticio y ahorrar parte o la totalidad de sus ingresos.
- Y España está lanzando una visa de nómada digital para atraer personas a pueblos rurales despoblados.
- Y **John Lewis** ofrece permisos parentales iguales, lo que lo convierte en el primer minorista del Reino Unido en hacerlo.

Fuente:



Fuente:







## Lo que significa

La edad ya no dicta las decisiones que alguien toma, con la apertura de nuevas oportunidades que permiten a los consumidores crear un estilo de vida que se adapte a ellos, desde ignorar las convenciones sociales que los alientan a casarse hasta crear una carrera de carterista que evoluciona a medida que lo hace su conjunto de habilidades.

Para los compradores más jóvenes, esta perspectiva a menudo surge de las limitaciones financieras que les impiden echar raíces; sin embargo, muchos están adoptando este estilo de vida libre de compromisos, buscando la flexibilidad y la comodidad que ofrece también en otras partes de sus vidas.



## ¿Qué deberías hacer?

-  Diversificar la narrativa de las campañas de marketing que, a menudo, presentan eventos tradicionales de la vida como casarse o tener hijos, al reflejar el camino no tradicional que muchos consumidores están tomando ahora.
-  Repensar las restricciones de edad y dirigirse a los clientes en función de las pasiones y objetivos compartidos en lugar de los grupos en la misma etapa, tal vez incluso ayudando a fomentar eventos o comunidades intergeneracionales.



Fuente:

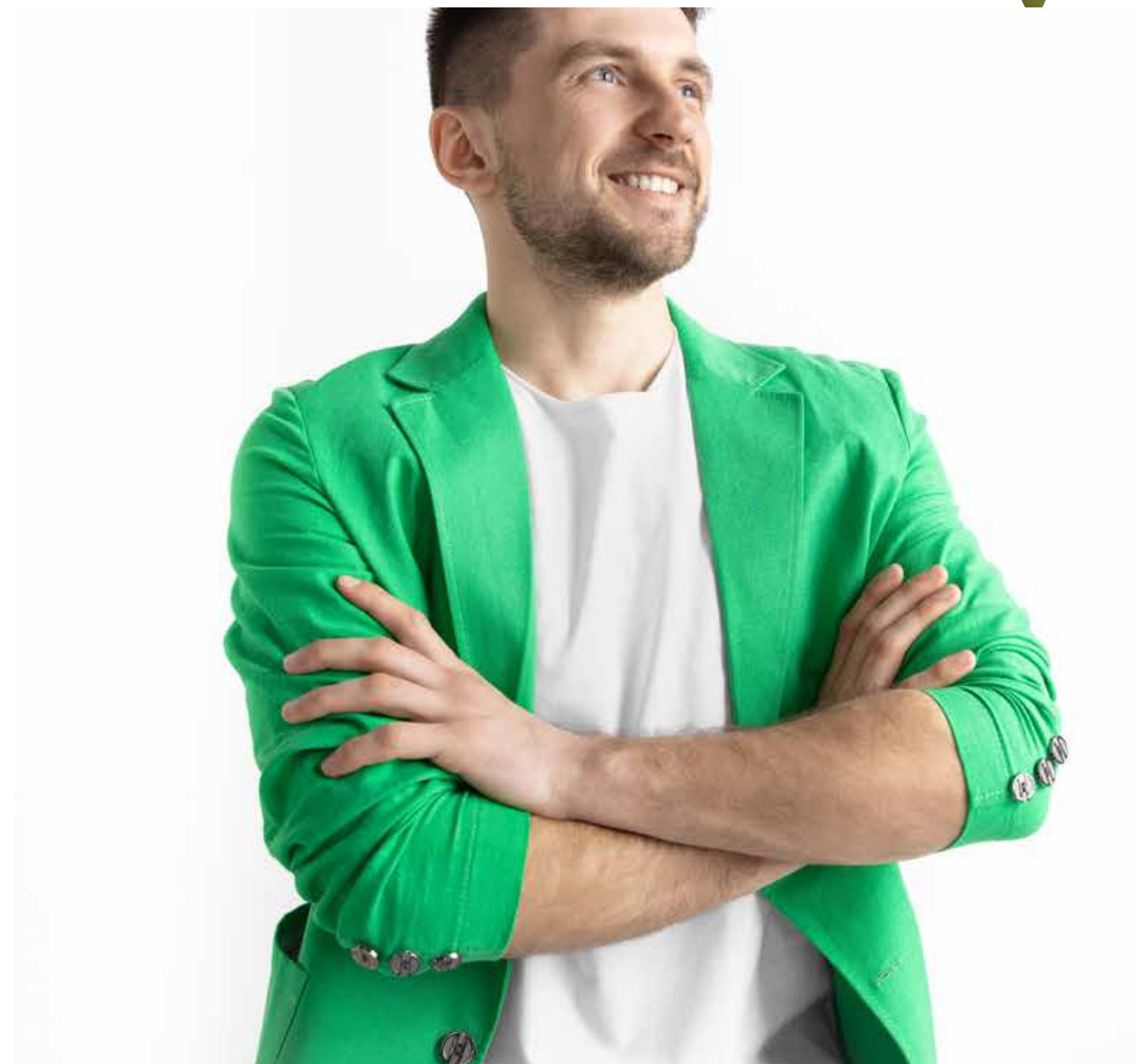


Fuente:





Y Reconocer el papel que juegan las restricciones financieras y sociales en muchas decisiones de los consumidores, como la disminución de la propiedad de vivienda, al mismo tiempo que ayuda a las personas a conocer y aprovechar las oportunidades que eran inaccesibles para las generaciones anteriores.



Fuente:  
**MİNTEL**

**Bi**  
**Cleaning**  
EL FUTURO ES LIMPIO

Fuente:  
**MİNTEL**

**Bi**  
**Cleaning**  
EL FUTURO ES LIMPIO

## AMERICA LATINA

### Y Lo que hemos visto

América Latina no está exenta de las definiciones modernas de lo que significa ser un adulto, incluidas las ideas de personas, entre 20 y 30 años de edad, que aún viven en la casa de sus padres. Cada vez son más las marcas que aprovechan los canales de comunicación únicos utilizados por los consumidores más jóvenes para crear una sensación de empoderamiento y conciencia.

Y **Z1** es un banco diseñado especialmente para adolescentes y adultos jóvenes de la Generación Z, lanzado inicialmente en Brasil pero con miras a expandirse en LATAM.

Y Un pueblo ecuatoriano ha utilizado memes para informar a los habitantes de la ciudad sobre las obras viales que se llevarán a cabo más adelante.

Fuente:



Y **Arrog**, un videojuego que busca normalizar el tema de la muerte, ganó un premio en un festival brasileño.

### Y Lo que significa


Y Los consumidores se involucrarán con productos que los animen y les brinden las herramientas para tener una conversación sobre los temas que los hacen sentir vulnerables. Las personas se sentirán atraídas por el entretenimiento digital y las aplicaciones móviles que les den apoyo y consejos sobre cómo abordar las etapas desafiantes de la vida.

### Y ¿Qué deberías hacer?

Y Las marcas se beneficiarían al ver a las personas mayores como personas capacitadas y candidatos valiosos para el trabajo. Después de todo, si aumenta su poder adquisitivo, también lo hará su gasto.

Fuente:





Y Hay ideas estereotipadas que rodean a todas las generaciones. Al abordar estas expectativas tradicionales, como la idea de que los millennials son "narcisistas y vagos" o que las personas mayores no tienen una vida sexual, las marcas podrán llamar la atención y eliminar el desorden.

Y Asegurarse de que los espacios comerciales sean lo suficientemente flexibles para no adaptarse a las diversas necesidades generacionales, pero que también acojan la interacción intergeneracional.



## NORTEAMÉRICA

Y **Lo que hemos visto**

En el día a día, la vida continúa manteniendo los mismos ritmos que siempre ha tenido, pero en una escala más macro, los cambios financieros, digitales y de estilo de vida afectan la forma en que los consumidores de todos los grupos de edad piensan sobre las etapas de la vida.

Y Las ventas de viviendas en EE. UU. aumentaron a un máximo de 14 años en octubre de 2020, el quinto aumento mensual consecutivo en las ventas.



Fuente:



Fuente:





Y Raddish, un servicio de suscripción de kits de comida para niños, lanzó un kit mensual centrado en el aprendizaje STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).

Y Según un informe de American Express, los consumidores millennial y Gen Z están gastando más ahora que antes de la pandemia.

Y TikTok lanzó una herramienta de reclutamiento laboral.

## Y Lo que significa

La idea de lo que significa ser un adulto está cambiando y esto afecta la forma en que los consumidores, desde los primeros años hasta la edad adulta y la jubilación, hablan al respecto. Para bien o para mal, la frase "adulting" se ha convertido en

una lengua vernácula popular de la cultura estadounidense. Es importante distinguir que esto no significa que los consumidores entre 20 y 30 años de edad, no sean miembros productivos de la sociedad, sino que las marcas tienen que encontrar el equilibrio y la distinción entre cómo los clientes más jóvenes se comunican en línea y cómo actúan en la realidad. Esto se extiende a los compradores mayores, donde una población que envejece requiere cambios en la mensajería y las operaciones.

## Y ¿Qué deberías hacer?

Y Escuchar primero, luego actuar. Con las redes sociales y más datos que nunca, una marca no tiene que ir muy lejos para obtener una mejor comprensión de cómo los consumidores ven las etapas tradicionales de la vida.



Fuente:  
**MİNTEL**



Fuente:  
**MİNTEL**





- Y Recuerda que el pasado puede afectar el futuro. Un grupo demográfico central de millennials ingresó a la fuerza laboral en medio de una recesión y, junto con el retroceso de 2020, estas experiencias han tenido un impacto permanente en la forma en que ellos y la Generación Z piensan sobre las finanzas, las carreras y más.
- Y Sentirte cómodo con la flexibilidad. Con la tecnología, el cambio ocurre mucho más rápido. Los millennials tienen su propio conjunto de hábitos y preferencias, pero la Generación Z ya está demostrando tener nuevos puntos de vista para los que las marcas deben prepararse. Incluso las generaciones bastante conocidas, como la Generación X y los Baby Boomers, abordan las etapas de la vida más antiguas de manera diferente a las generaciones anteriores.

## APLICACIONES



Fuente:  
**MİNTEL**



Fuente:  
**MİNTEL**





Lo que significa redefinir la edad adulta para las personas de 50 a 64 años de edad

Esta generación es más tradicional que los millennials, pero también está adoptando etapas de la vida de una manera diferente. Muchos están retrasando la independencia de la jubilación con el auge de los adultos jóvenes. Sin embargo, para muchos Baby Boomers, el retiro se está convirtiendo en un momento para explorar lo que les apasiona, que no es del todo diferente de la mentalidad con la que los millennials comienzan sus carreras. Las libertades de pensión se están reinvertiendo en nuevos pasatiempos o incluso en negocios a esta edad.

Fuente:



## Esquemas de liberación de capital: impacto del COVID-19 – Reino Unido - mayo 2020 – Tendencia de los controladores del mercado

Redefining Adulthood de Mintel examina cómo la jubilación ya no se ve como un callejón sin salida, los pensionados buscan oportunidades para disfrutar de la vida más que nunca. Enmarcar la publicación de acciones como un producto que les permite hacer esto ayudará a modificar las percepciones. Douglas Kitchen - Analista de servicios financieros.

### ¿Qué deberías hacer?

El aumento de los hogares inteligentes está transformando lo que significa estar al tanto de las responsabilidades del hogar. Cada generación se está adaptando a un estilo de vida doméstico que involucra la tecnología.

Fuente:







Por ello, son más las empresas que utilizan la robótica y la inteligencia artificial (IA) para ayudar a gestionar las crecientes necesidades de atención médica de los consumidores que envejecen. Los hogares tampoco se ven como antes, más adultos jóvenes regresan con sus progenitores cuando tienen 20 años de edad, y los hombres se convierten en padres que se quedan en casa, en lugar de que la responsabilidad recaiga únicamente en las mujeres. Para los Baby Boomers y aquellos que se acercan a la jubilación, la tecnología inteligente les permite mantener la independencia, y les recuerda que deben mantener ciertos aspectos del hogar. De hecho, más empresas están utilizando la robótica y la IA para ayudar a gestionar las crecientes necesidades de atención médica de los mayores. Los millennials y Generación X que crecieron con tecnología mínima, pero alcanzaron la mayoría de edad en una era digital, también están logrando un equilibrio entre la tradición y la tecnología dentro de sus propios hogares.

## Principales electrodomésticos - Canadá - diciembre de 2019 - Diseño de electrodomésticos

Con base en el último punto de la sección anterior, es más probable que los adultos de la generación Z (de 18 a 24 años de edad) estén de acuerdo en que "quieren que los electrodomésticos reflejen su estilo personal". Cualquier preocupación porque estos sean un reflejo de la particularidad de cada uno se distorsiona entre las generaciones mayores.

Esto sugiere que es más probable que los Gen Z sean más receptivos al grado de individualidad y personalización en los productos que compran. El informe de Mintel's Marketing to Gen Z – Canada, septiembre de 2019, explora cómo los valores personales son importantes para esta población más joven al considerar las marcas.

Fuente:



Fuente:





Una interpretación de esto es que para ellos, es particularmente importante que las empresas tengan en cuenta las necesidades individualistas que están arraigadas en valores o no. Cuando se trata de estilo, pueden reflexionar sobre la personalización de los aparatos electrónicos, al enviar mensajes a las generaciones más jóvenes. Esta noción se refleja en Trend Redefining Adulthood de Mintel, que explora cómo hubo un cambio en el concepto de lo que significa ser un adulto, ya no existe un molde de 'talla única' que los adultos jóvenes de hoy sienten que necesitan para encajar. Se puede argumentar que los electrodomésticos son una compra que significa que uno se está convirtiendo en un adulto que ayuda a los mayores con sus "tareas de adultos".

Dicho esto, los mensajes que aborden el inicio de las responsabilidades, reconociendo que esto no tiene por qué significar el fin de la sensación de "libertad" que a menudo se asocia con los jóvenes (similar al posicionamiento con vehículos familiares algo deportivos), puede ser una forma nueva de ubicar las marcas en la categoría. En resumen, existe la oportunidad de centrarse en cómo las empresas reflejan el estilo y las aspiraciones personales, en lugar de ser un vínculo con la responsabilidad. Joel Gregoire - Director asociado - Alimentos y bebidas.



Fuente:  
**MINTEL**



Fuente:  
**MINTEL**





## Cuidado de mascotas - Reino Unido - julio de 2019 - Actividad de lanzamiento e innovación

La marca de ropa, Studio, ha creado una gama de jerséis para perros, con la opción de comprar jerséis a juego para perros y dueños.

Los saltadores para perros tienen un precio de £ 8 y la versión humana complementaria es de £ 13. Esto refleja una tendencia 'mini-yo' que ha sido popular en la moda infantil. La tendencia de Redefinición de la Edad Adulta ve cómo el diario vivir de los consumidores es fluido y las marcas se están adaptando a nuevos temas de estilo de vida. Jane Westgarth - Analista minorista senior.

Fuente:



## LO QUE SIGNIFICA REDEFINIR LA EDAD ADULTA PARA LOS MILLENNIALS

Esta generación está destinada a constituir una parte importante de la población activa y de los próximos años, sus hábitos seguirán dando forma al concepto de lo que significa ser adulto. Los millennials mayores ingresaron a la fuerza laboral durante una recesión en los EE. UU., lo que juega un papel clave en el retraso de la independencia. También, es la primera generación que llegó a la edad adulta con la tecnología digital jugando un papel clave en sus vidas, creando un deseo de pasión por lo que hacen y un espíritu emprendedor. Los millennials todavía quieren los objetivos de vida estándar, pero sus experiencias y expectativas no siempre se alinean.

## Marketing para millennials - EE. UU. - 2021 - Relaciones y círculos sociales

Fuente:





En lugar de buscar el matrimonio, para acelerar la línea de tiempo tradicional, muchos continúan retrasando las bodas costosas, en cambio, eligen formar una familia. En línea con la tendencia que redefine la edad adulta de Mintel, los millennials han convertido su lista de verificación en un rompecabezas, en el que intentan encajar todas las piezas sin importar el orden. Como resultado, los que no están casados tienen un 41 % más de probabilidades de decir que están dispuestos a tener un hijo antes de casarse, en comparación con los adultos solteros de otras generaciones. Ariel Horton - Analista de estilos de vida y ocio.

Fuente:



## **Estilos de vida de los estudiantes - Reino Unido - Diciembre de 2018 - Frecuencia de las actividades**

Mintel Trend, Redefining Adulthood, sugiere que el concepto de lo que significa ser adulto ha cambiado y las personas se están adaptando a vidas que no encajan en el molde. Los estudiantes de hoy resultan más sensatos de lo que sugieren los estereotipos tradicionales; el 69 % hace ejercicio al menos una vez a la semana, el 28 % recibe un tratamiento de belleza o arreglo personal al menos una vez al mes y uno de cada cinco ahora evita el alcohol por completo. Jack Duckett - Director asociado.

### **TRASCENDENCIA**

#### **Y Parálisis de decisión**

Con tantas opciones para todos los aspectos de la vida y el deseo de recopilar comentarios y opiniones antes de decidir algo, tomar una determinación real nunca ha sido más difícil.

Fuente:





Las citas en línea también han brindado a los consumidores tantas opciones y un enfoque hacia, si no esta, la siguiente. Esto está creando una falta de compromiso entre las relaciones a medida que adquieren una naturaleza más informal, hasta que las personas están listas para establecerse más comúnmente a los 30 o, incluso al final de los 30.

E60233

## **Es hora de jugar**

Las marcas en categorías orientadas a la experiencia deben considerar formatos o promociones que fomenten el juego de adultos. Teniendo en cuenta que, muchas personas mayores buscan una experiencia infantil que también sea libre de niños, existen oportunidades para que las empresas posicionen estos eventos, incluso, ofreciendo servicios gratuitos de cuidado de menores mientras mamá y papá se relajan.

Fuente:



## **¿La pasión y el propósito solo se otorgan a aquellos que tienen cubiertos los medios de supervivencia?**

De manera similar a la jerarquía de necesidades, todavía hay muchos consumidores a lo largo de las generaciones que simplemente necesitan llegar a fin de mes y no pueden concentrarse en lo que les apasiona.

## **HISTORIA**

### **Febrero 2021 - junio 2021**

La pandemia puso de relieve las desigualdades sistémicas existentes y persistentes en todo el mundo, también alentó a muchas personas a reflexionar sobre su vida, la perspectiva social y cómo quieren que sea la "próxima normalidad".

Fuente:





Las marcas están desempeñando el papel de poner las cosas en movimiento. Como parte de la Iniciativa de Justicia y Equidad Racial de la compañía, Apple está abriendo una escuela para capacitar a desarrolladores en Detroit con la intención de atraer a programadores y empresarios negros. La BBC ha lanzado una clase magistral de publicidad de 10 semanas para ayudar a mejorar la diversidad de la industria. La firma de inversiones inmobiliarias Comunidad Partners, ahora ofrece un programa de atención médica virtual como un beneficio de vivienda para los residentes de algunas de las propiedades de la compañía, en lugar de obtener atención médica a través de un empleador en los EE. UU.

Fuente:



## **Julio 2020 - enero 2021**

A medida que la pandemia continúa afectando todos los aspectos de la vida, vemos que los consumidores modifican sus estilos de vida y planifican cómo será su futuro. En Tailandia, el bloqueo de COVID-19 vio un fuerte aumento en la cantidad de hombres que piden ingredientes para cocinar en casa, según Shopee. De acuerdo con una encuesta realizada por el software de contabilidad para pymes QuickBooks, casi una cuarta parte de los nuevos propietarios de negocios dicen que planean operar con una fuerza laboral completamente remota. La última campaña de video de LinkedIn en China, alienta a los solicitantes de empleo a no conformarse con un trabajo, sino a buscar una carrera en la que puedan practicar sus talentos y encontrar satisfacción. Con las bodas suspendidas debido al coronavirus, las parejas están decidiendo invertir el dinero de su boda en la propiedad de una vivienda.

Fuente:





## **Febrero 2020 - junio 2020**

A medida que los millennials avanzan más en sus carreras y los adultos de la Generación Z ingresan a la fuerza laboral en mayor número, las expectativas de los empleados sobre los estilos de vida laborales están cambiando, el inicio de la pandemia aceleró ciertas modificaciones, como el trabajo remoto flexible. Si bien, las empresas tecnológicas más destacadas solían albergar empleos de ensueño casi universales, muchos se enfrentan a una mayor vacilación por parte de sus principales poblaciones de contratación, debido a los problemas de influencia y ética de alto perfil de las empresas.

La Escuela de Negocios Johns Hopkins Carey está rediseñando su programa de MBA de tiempo completo para producir graduados equipados con habilidades de liderazgo y que se adapten a un panorama empresarial cambiante

Los empleados de Twitter, ahora pueden continuar trabajando de forma remota a tiempo completo, incluso cuando las pautas de distanciamiento social se relajen y las oficinas vuelvan a abrir.

## **Julio 2019 - enero 2020**

A través de generaciones, las nociones que hemos tenido sobre las personas "jóvenes" y "viejas" están siendo cuestionadas a medida que la vida se ve diferente en todas las etapas ahora. Getty Images colaboró con AARP en una nueva colección de imágenes que disipan los estereotipos sobre cómo viven las personas mayores de 50 años, y la Oficina de Estadísticas Nacionales ha indicado que la vejez debería comenzar a los 70, a medida que la mejora de la salud hace que los adultos mayores vivan más tiempo.

Fuente:



Fuente:





Sin embargo, los niños del Reino Unido son más infelices de lo que han sido en una década, con una caída significativa en los amigos y la satisfacción escolar. Los últimos resultados del examen global trienal PISA, administrado por la OCDE, plantean preocupaciones sobre el bienestar de los adolescentes. Los factores externos, en particular los factores económicos, están ejerciendo presión sobre cómo los consumidores pueden vivir sus vidas. Una encuesta de fin de año realizada por CIBC encontró que la deuda es la principal preocupación que afecta el estilo de vida financiero de los canadienses en 2020.

## Enero 2019 - Junio 2019

La primera mitad de 2019 ve una continuación de 2018 en la evaluación del papel de los millennials en el lugar de trabajo contemporáneo, señala las formas en que pueden

cambiarlo, debido a que, los científicos ahora dicen que la edad adulta no comienza hasta que llegamos a los 30 años y el comportamiento del consumidor refleja esto. Una función de BuzzFeed News exploró el 'agotamiento' crónico que afecta a muchos millennials estadounidenses y el cofundador de Reddit, Alexis Ohanian, destacó el impacto que tiene el 'porno ajetreo' (énfasis excesivo en trabajar y sufrir constantemente para tener éxito) en el bienestar general y la productividad de una persona. Como herederos, la atención se ha centrado en la Generación Z, la generación más diversa en la historia de los EE. UU. Hemos visto a Estée Lauder Companies modificar su negocio interno para capacitar a los empleados jóvenes para hacer cambios y Goldman Sachs relajó su código de vestimenta para atraer a estos talentos.

Fuente:



Fuente:







Sin embargo, los niños del Reino Unido son más infelices de lo que han sido en una década, con una caída significativa en los amigos y la satisfacción escolar. Los últimos resultados del examen global trienal PISA, administrado por la OCDE, plantean preocupaciones sobre el bienestar de los adolescentes. Los factores externos, en particular los factores económicos, están ejerciendo presión sobre cómo los consumidores pueden vivir sus vidas. Una encuesta de fin de año realizada por CIBC encontró que la deuda es la principal preocupación que afecta el estilo de vida financiero de los canadienses en 2020.

## **Julio 2018 - Diciembre 2018**

La segunda mitad de 2018 trajo muchas investigaciones y revelaciones sobre cómo los adultos viven y trabajan en el mundo, especialmente los millennials, a medida que se hacen cargo de la fuerza laboral y remodelan las normas sociales. Cuando se trata del hogar y la vida social, un informe de IKEA destaca que un número cada vez mayor de personas se sienten menos "en casa" en su propio hogar. También, estamos viendo a nivel mundial que los consumidores más jóvenes están estableciendo un nuevo tono para la industria del alcohol, un estudio en Inglaterra encuentra que una cantidad cada vez mayor de jóvenes evitan este tipo de bebidas. La experiencia se está convirtiendo cada vez más en un activo valioso en lugar de un título universitario, las principales empresas tecnológicas, como Apple y Google, ya no requieren un diploma para los nuevos empleados.

Fuente:



Fuente:





La culpabilización de los millennials está tomando un nuevo tono después de que un estudio de la Reserva Federal reveló que, no tienen preferencias de consumo inherentemente diferentes a las de las generaciones anteriores, sino que han tenido que soportar un conjunto distinto de desafíos económicos. Las redes sociales, continúan desempeñando un papel clave en la forma en que los adultos ven los eventos de la vida, y crean una presión constante para hacer de cada tipo de experiencia nueva una celebración compartida e incluso elaborada. Finalmente, los empleadores enfrentan el desafío de adaptarse a esta nueva era de la edad adulta ofreciendo más flexibilidad a medida que se desarrollan las familias. El programa de licencia parental de Pinterest va más allá de ofrecer tiempo libre, y se enfoca en brindar a los empleados diversos recursos a medida que su descendencia se desarrolla.



Fuente:



Fuente:



Fuente:  Adaptación de: DISAN

# Bio Cleaning

EL FUTURO ES LIMPIO

Una iniciativa de

