

Targus®

LIFE  
REIMAGINED

INFORME DE INVESTIGACIÓN GLOBAL

# LIFE REIMAGINED

---

En los más de 35 años que llevamos en Targus, no recordamos una época tan turbulenta, ni haber visto una adopción tan rápida de diferentes tipos de tecnología y cómo hemos llegado a confiar en ella. El tiempo que pasamos en nuestros hogares y en la naturaleza ha aumentado y la forma de trabajar, aprender y jugar se han fusionado de manera irreversible.

A medida que la sociedad comienza a adaptarse en este nuevo mundo, los estudios llevados a cabo por Targus revelan cómo están cambiando las expectativas y prioridades de las personas.

\*Fuente: Encuesta Targus Life Reimagined, noviembre de 2021, n=1215 responsables de la toma de decisiones empresariales senior y 7114 personas en América del Norte (Estados Unidos y Canadá), Europa (Reino Unido, Francia y Alemania) y Australia y Nueva Zelanda.

Más información en [es.targus.com/life-reimagined](https://es.targus.com/life-reimagined)

Durante la investigación de Targus llevada a cabo a nivel mundial, se habló con altos responsables de la toma de decisiones empresariales así como con trabajadores de oficina. Surgieron temas en común con 3 prioridades clave para todos.

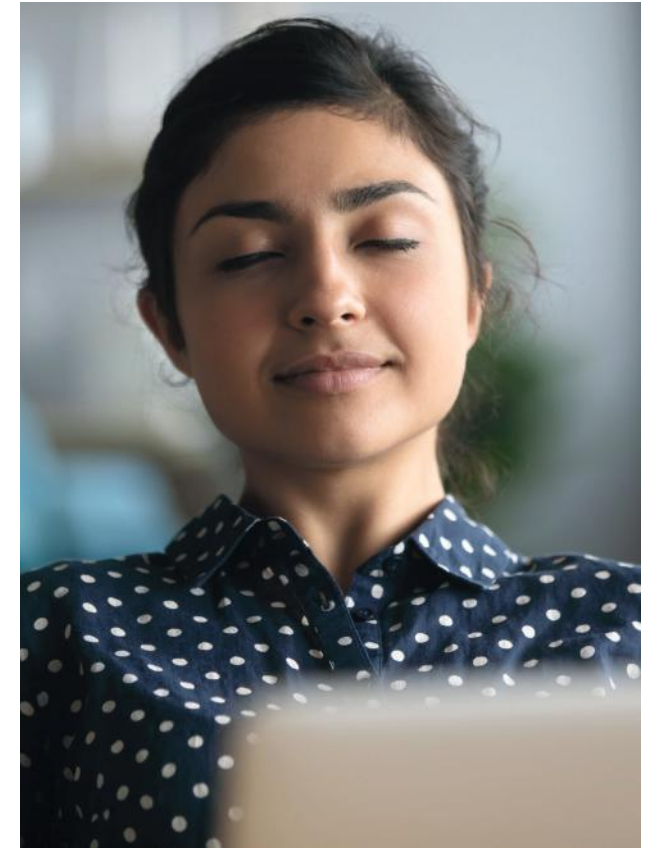
**Prioridades principales:**



**Vivir  
la sostenibilidad**



**Adoptar nuevas  
formas de trabajar**

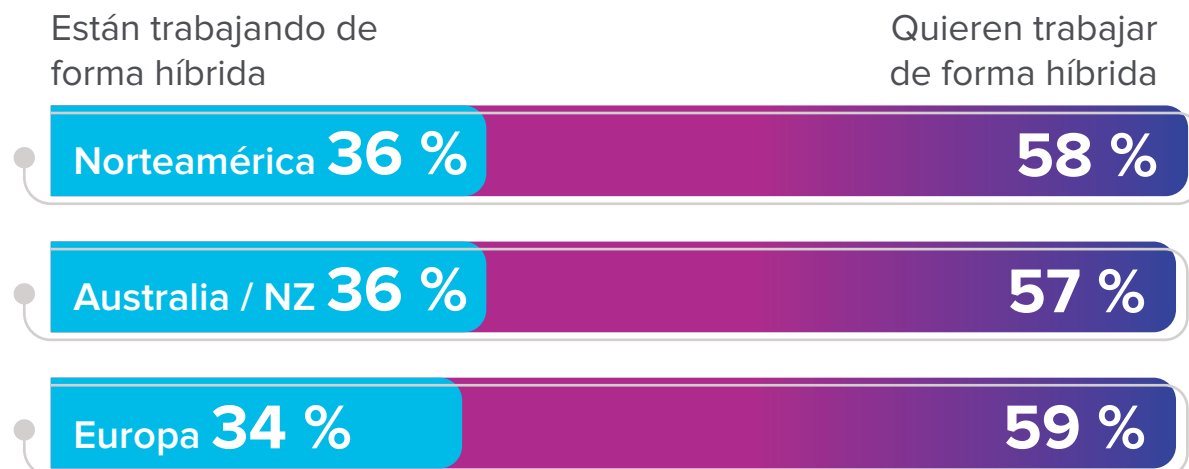


**Nuestro bienestar físico y  
mental**

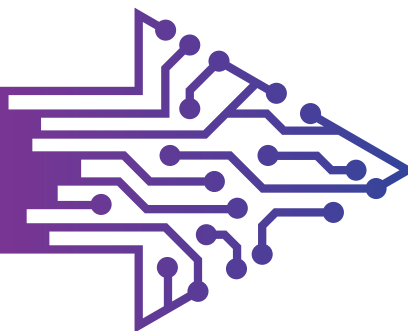
# EL FUTURO DEL TRABAJO

Dado que el **70 % de los empleados todavía no han vuelto a la oficina a tiempo completo**, las organizaciones han tomado medidas para hacer posible que los empleados trabajen de forma híbrida y remota.

Existe una discrepancia entre las personas que quieren trabajar de forma híbrida y los que en realidad ya lo están haciendo:



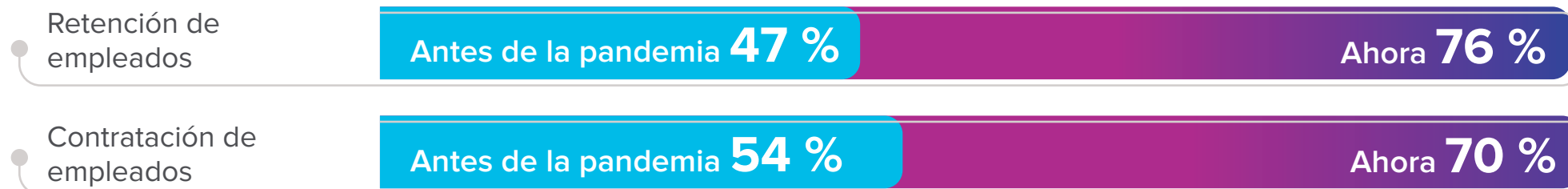
**85 %** de las organizaciones han completado o están llevando a cabo una transformación digital para apoyar a los trabajadores remotos.



**La Gran Renuncia**, como la han denominado los economistas, ha hecho que los empresarios se sientan presionados a medida que las organizaciones se dan cuenta del impacto que las políticas laborales justas y flexibles tienen en la retención y contratación de empleados.

## Políticas de trabajo flexibles

Organizaciones que informan del impacto positivo del trabajo flexible en su retención de talento y contratación



Antes de la pandemia, **menos de la mitad** de las organizaciones estaban de acuerdo en que el trabajo flexible afectaba a la retención de sus empleados. Ahora, casi el **80 %** de las empresas están de acuerdo en que el trabajo flexible afecta de forma positiva a la retención de sus empleados.

No hay una solución única para todos

Personas mayores de **45 años**

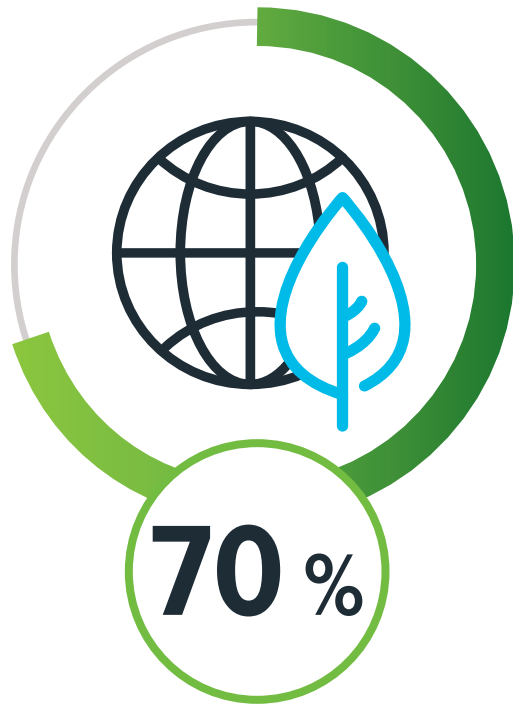
Es más probable que las **personas mayores de 45 años** trabajen actualmente desde la oficina y quieran trabajar desde allí en el futuro.



# VIVIR LA SOSTENIBILIDAD

**Tal vez a nadie le sorprenda que la gente quiera vivir de forma sostenible** y es en las grandes empresas donde buscamos la respuesta. Cada vez somos más los que elegimos de manera consciente comprar a marcas y trabajar para empresas que dan prioridad a la sostenibilidad.

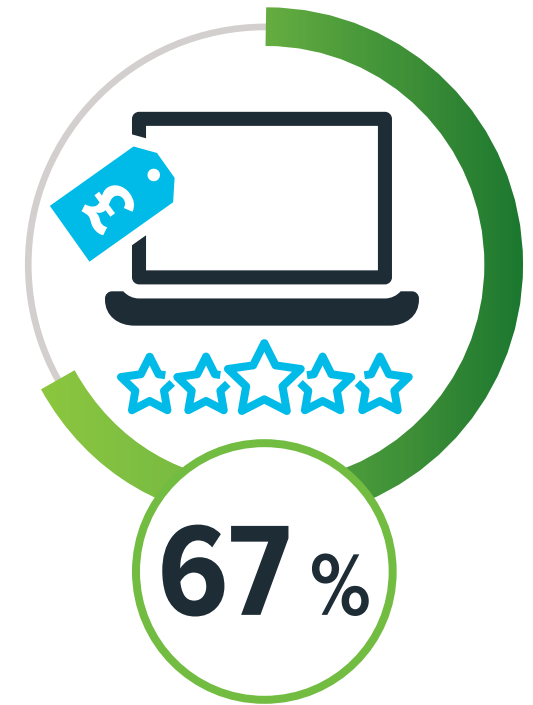
La sostenibilidad debe **ser una prioridad absoluta** para todas las empresas.



Compro menos productos de moda rápida e **invierto en productos duraderos.**



**Estaría encantado de pagar más** por productos sostenibles que durasen más.



Rangos de edad de las personas que eligen de manera consciente las marcas que priorizan la sostenibilidad:

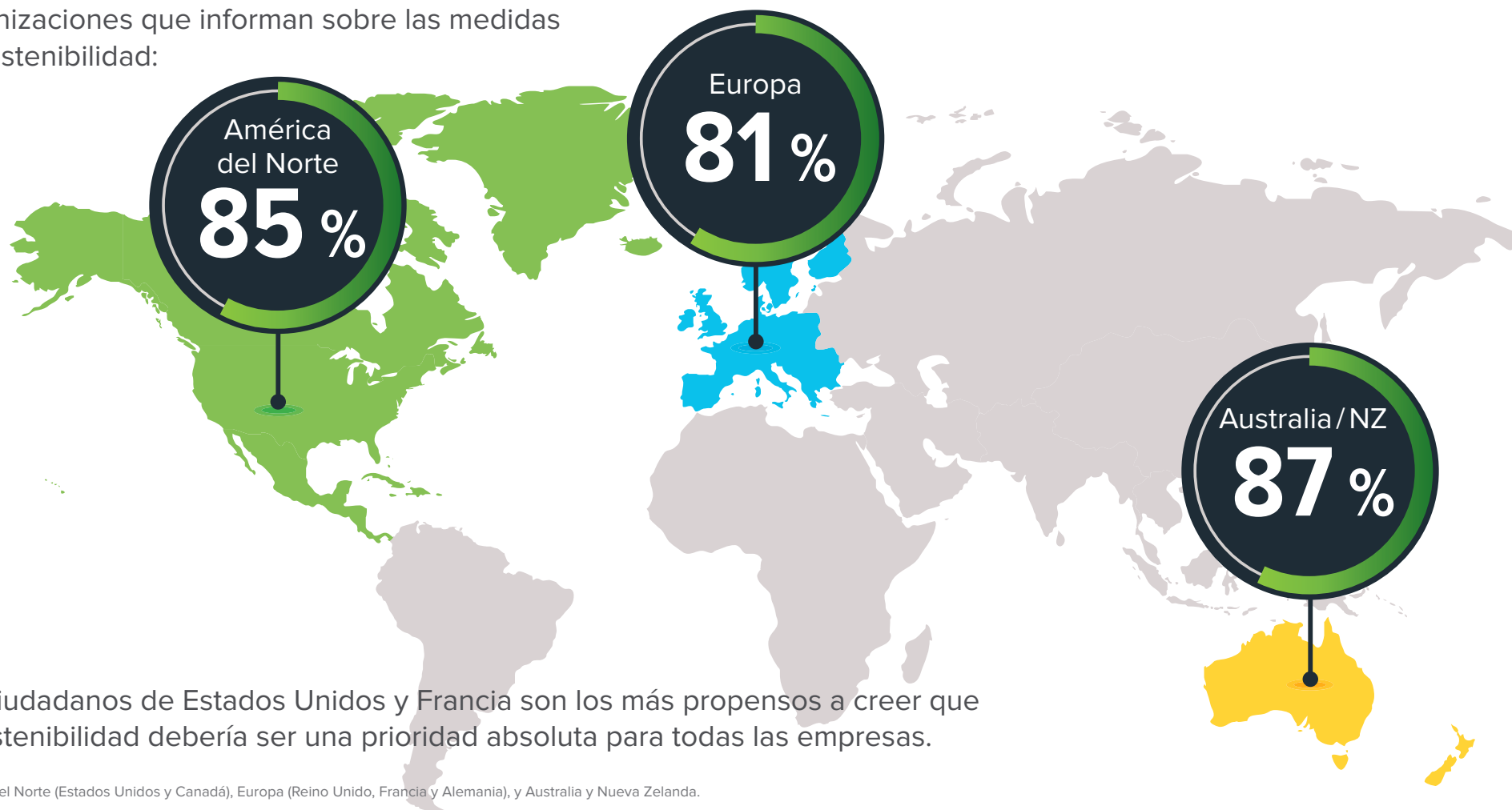
| Rangos de edad | 16-24 | 25-34       | 35-44       | 45-54 | 55+         |
|----------------|-------|-------------|-------------|-------|-------------|
| Global         | 53 %  | <b>61 %</b> | 60 %        | 54 %  | 48 %        |
| UK             | 54 %  | <b>58 %</b> | 52 %        | 53 %  | 48 %        |
| Francia        | 65 %  | 56 %        | 61 %        | 53 %  | <b>70 %</b> |
| Alemania       | 50 %  | <b>53 %</b> | 52 %        | 45 %  | 52 %        |
| Australia / NZ | 47 %  | <b>61 %</b> | 58 %        | 51 %  | 30 %        |
| EE. UU.        | 57 %  | 78 %        | <b>81 %</b> | 62 %  | 42 %        |
| Canadá         | 57 %  | <b>60 %</b> | 55 %        | 56 %  | 48 %        |



# EMPRESAS SOSTENIBLES

Las personas se sienten atraídas por las empresas sostenibles no solo como consumidores, sino también como empleados. La gran mayoría de organizaciones están tomando medidas para ser más sostenibles.

Organizaciones que informan sobre las medidas de sostenibilidad:



Los ciudadanos de Estados Unidos y Francia son los más propensos a creer que la sostenibilidad debería ser una prioridad absoluta para todas las empresas.

\*América del Norte (Estados Unidos y Canadá), Europa (Reino Unido, Francia y Alemania), y Australia y Nueva Zelanda.





Es más probable que las personas de entre **25 y 44** años creen que la sostenibilidad debe ser una prioridad para las empresas.

Tres cuartas partes de las organizaciones creen que sus esfuerzos en materia de sostenibilidad repercuten en la **retención de empleados** y la **atracción de talento**.



**32 %** Un tercio de las empresas australianas han realizado cambios en su entorno de trabajo y en sus políticas para aumentar la sostenibilidad. El 26 % de las empresas europeas y el 29 % de las norteamericanas afirman lo mismo.

# EXPERIENCIA DEL EMPLEADO

Dado que el teletrabajo se está convirtiendo en la norma para la mayoría de los trabajadores de oficina, al menos durante una parte del tiempo, los empleadores no deben subestimar la importancia de crear una **experiencia positiva para sus empleados**.

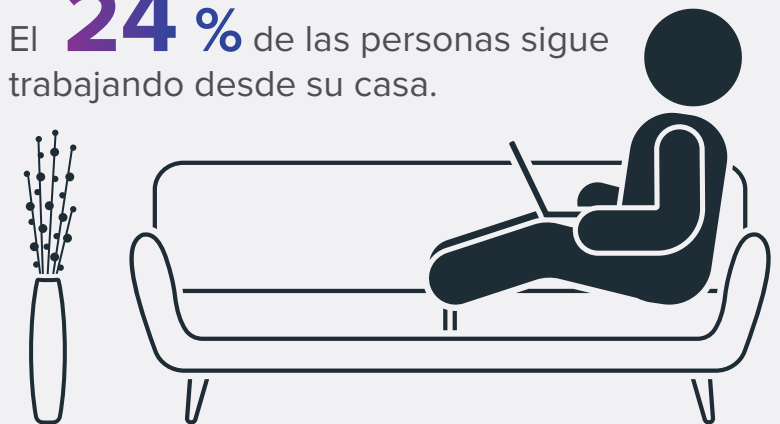


El **43 %** de las personas indican que cuentan con un espacio de trabajo ideal.



El **52 %** de las personas no tienen un espacio de trabajo ideal.

El **24 %** de las personas sigue trabajando desde su casa.



La gran mayoría de las organizaciones reconocen que la tecnología y los accesorios aumentan **la productividad y la satisfacción** de su plantilla.

Casi el **40 % de los empleadores** no proporcionan ningún accesorio tecnológico a sus empleados, y hay una pequeña proporción que indica que **no ven el beneficio** de hacerlo. A nivel mundial, la cantidad de personas que quieren teclados y ratones es similar a la cantidad de empresas que no los proporcionan.



Personas que quieren un teclado y ratón

Organizaciones que **NO** proporcionan teclado y ratón

América del Norte **41 %**

**41 %**

Europa **29 %**

**34 %**

Australia / NZ **33 %**

**37 %**

Los accesorios tecnológicos pueden ayudar a mejorar la **satisfacción** y el **bienestar** en el trabajo. La gente claramente piensa que son importantes y están dispuestos a invertir un promedio de 250 €.

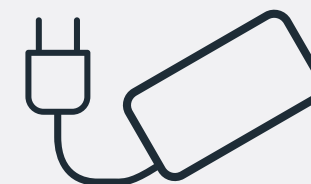
Los 3 principales accesorios que tienen las personas son:



Teclado y ratón



Funda para tablet



Cargador

El **93 %** de las organizaciones proporcionan al menos un accesorio tecnológico a sus empleados; **solo la mitad ofrece 3 o más accesorios.**

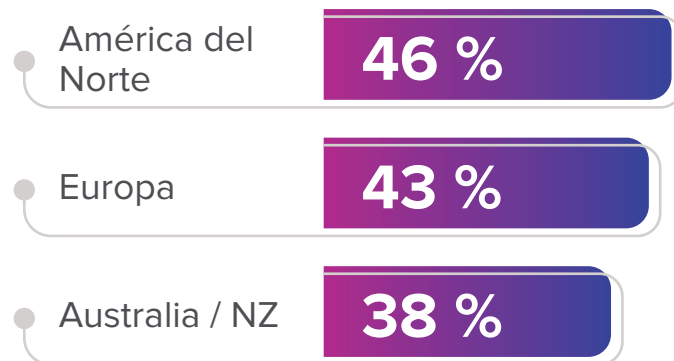
# TRABAJAR CÓMODAMENTE DESDE CUALQUIER LUGAR

Con la reapertura de las oficinas y los trabajadores volviendo a estar juntos en el mismo espacio físico, preocupa **contagiarse de la COVID-19 en el trabajo**. Muchas empresas están transformando sus entornos de trabajo y adoptando políticas para ayudar a aliviar esta preocupación.

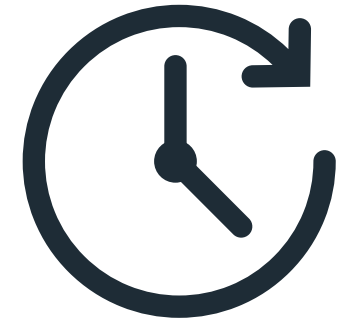
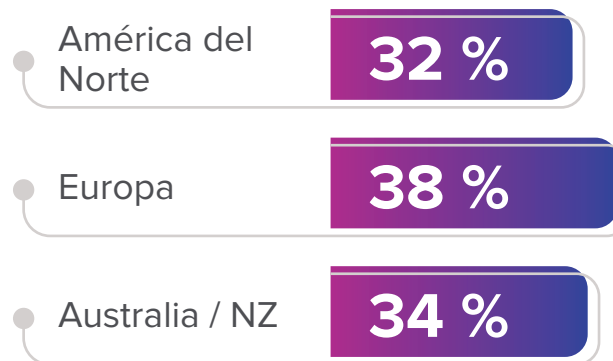
Principales razones por las que los entornos de trabajo se están transformando:



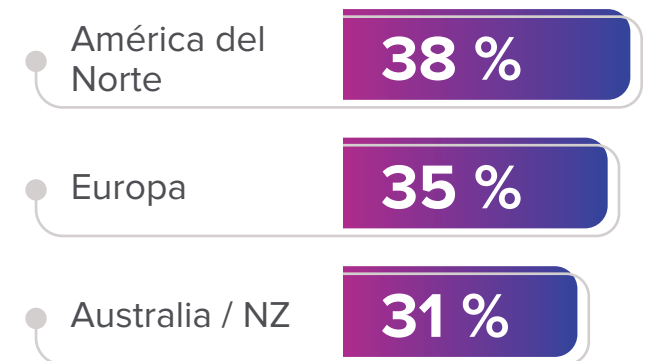
Salud y seguridad a prueba de la COVID-19/pandemia



Adaptación para apoyar el trabajo a distancia / híbrido



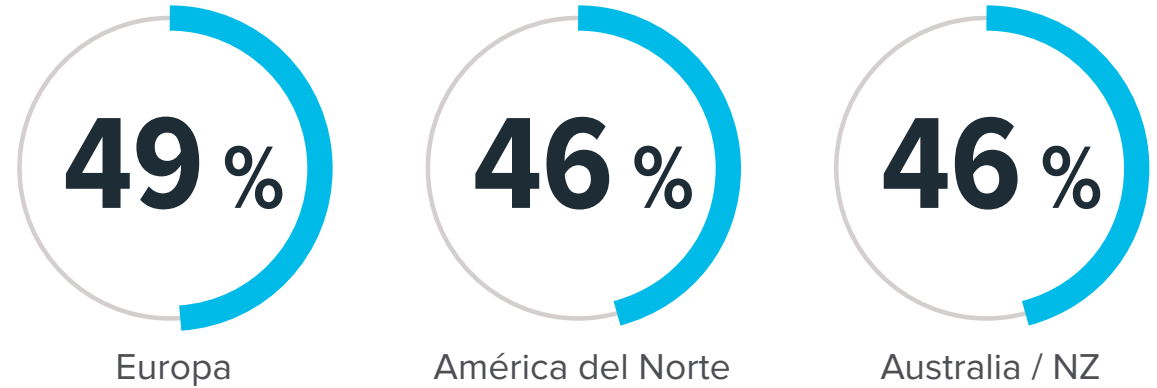
Aumento de la productividad





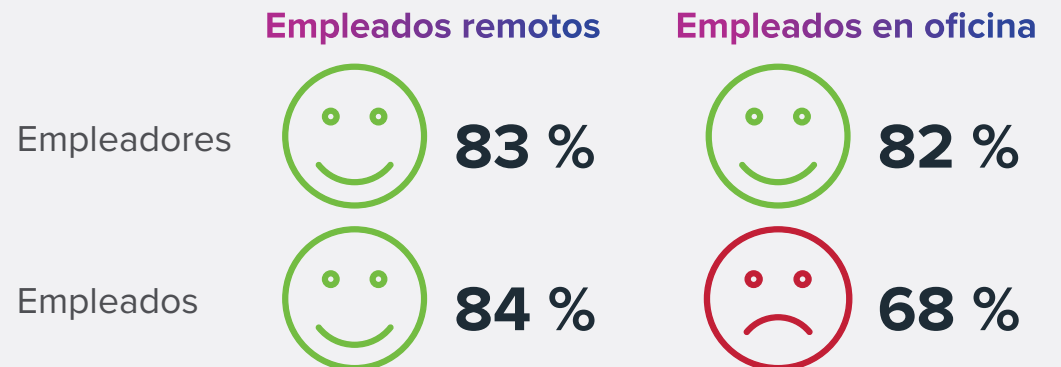
Casi la mitad de las personas afirman que actualmente trabajan desde la oficina.

Empleados de oficina autodenominados:



Mientras que el 83 % de las organizaciones afirman que proporcionan a sus trabajadores remotos accesorios para transportar, proteger y conectar los dispositivos electrónicos, parece que se olvidan de los que trabajan en la oficina.

Mi organización proporciona accesorios para proteger y conectar los dispositivos electrónicos:



# CONCLUSIONES PRINCIPALES



## La Gran Renuncia

Las políticas de la empresa en torno al trabajo híbrido afectarán a la retención y atracción de los empleados en el futuro.

## Adoptar el espacio de trabajo ideal

El trabajo híbrido ha llegado para quedarse, y es indispensable que los trabajadores remotos tengan una configuración de trabajo productiva en casa. Las organizaciones han tomado medidas para ayudarles en este asunto, pero todavía queda mucho por hacer.

## Tu experiencia como empleado

Aunque las organizaciones reconocen que la satisfacción y la productividad de los empleados aumentan cuando disponen de accesorios tecnológicos, estos no se suelen proporcionar.

## El poder de la sostenibilidad

Las personas buscan que las empresas lideren el cambio medioambiental, quieren trabajar en empresas sostenibles y están dispuestas a pagar más por productos sostenibles.

La vida ya no es lo que era. Cosas que nunca creímos posibles, están ahora sucediendo. Nuestra sociedad está avanzando a un ritmo vertiginoso y Targus está aquí para hacer que esta transición se lleve a cabo de la manera más fluida y sin complicaciones posible.

**Así es LIFE Reimagined.**

# LA PROTECCIÓN ESTÁ EN NUESTRO ADN

---



## Protegemos tus dispositivos tecnológicos

Los productos de Targus se han sometido con éxito a pruebas de protección de grado militar e incluyen una garantía ilimitada de por vida.

## Protegemos el planeta

La sostenibilidad es la base de nuestra tecnología EcoSmart.

## Protegemos tu bienestar y lugar de trabajo

Ofrecemos dispositivos con protección antimicrobiana, así como innovadoras lámparas de desinfección LEDUV-C, para garantizar un nuevo estándar de limpieza.

Targus está optando por centrarse cada vez más en **un futuro sostenible** a través de nuestra misión de sostenibilidad y la tecnología EcoSmart. Buscamos entender los nuevos retos de la vida y ofrecer soluciones; **estamos mejorando la comodidad y la productividad** allá donde el usuario utilice su tecnología, a la vez que **protegemos su bienestar** con un nuevo estándar en accesorios limpios. Targus está potenciando una experiencia tecnológica sin fisuras para ti.

The Targus logo is positioned in the top right corner of the page. It features the brand name 'Targus' in a white, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to its upper right. The background of the entire page is a dark blue gradient, bisected by a diagonal line that transitions from purple on the left to dark blue on the right.

Más información en [es.targus.com/life-reimagined](https://es.targus.com/life-reimagined)

Esta investigación se ha llevado a cabo en colaboración con Censuwide en noviembre de 2021.  
1215 altos responsables de la toma de decisiones empresariales y 7114 personas en América del Norte  
(Estados Unidos y Canadá), Europa (Reino Unido, Francia y Alemania), y Australia y Nueva Zelanda.