

A los mexicanos les gustaría trabajar a distancia: Ericsson



L
a
f
o
r
m
a
e
n
q
u
e
s
e
t
r
a
b
a
j
a

actualmente ha posibilitado que varias empresas vean en la colaboración a distancia una manera de reducir costos, aumentar la productividad de sus empleados e, inclusive de que personas fuera de la localidad participen en el crecimiento de la misma. Así lo demostró la más reciente encuesta de Ericsson “Flexibility in Work Life”, ya que los encuestados mostraron que la búsqueda de la felicidad en la vida y la importancia al placer son factores predominantes.

Dentro de estos dos factores, el hecho de que las empresas estén apostando por que la fuerza laboral cuente con dispositivos móviles y smartphones. Esto debido a que los colaboradores pueden trabajar a distancia y con horarios flexibles. Según lo comenta el reporte el 37.1% de la fuerza de trabajo actual en México considera importante la posibilidad de trabajar a distancia, mientras que el 42% da importancia a las horas de trabajo flexibles.

Asímismo el reporte Ericsson menciona que las economías en desarrollo como Brasil, China o México están por encima de economías desarrolladas en cuanto a la descarga de aplicaciones. En este sentido, 55% de los encuestados indicó que utilizaron su teléfono móvil para trabajar, mientras que el 34% indicó que utilizan su computadora personal.

Sin embargo, este nuevo nivel de flexibilidad también podría desdibujar los límites de la vida personal y profesional. La capacidad de trabajar con flexibilidad significa que en la actualidad, hasta 12.9% de los colaboradores mexicanos ya se encuentra trabajando desde casa durante las

noches, con el fin de poder manejar la dinámica y las necesidades de su trabajo y su vida personal de una mejor manera.

“El estudio dio a conocer que los profesionales de hoy en día consideran que el trabajo debe adaptarse a sus horarios, y no al contrario, como se ha observado en los últimos años”, explica André Gualda, especialista de Ericsson ConsumerLab.

El informe analiza las opiniones de los consumidores desde una perspectiva profesional, y se basa en el análisis de más de 47.000 entrevistas realizadas en 23 países de todo el mundo, incluyendo 11.000 entrevistas de en seis países de América Latina: El Salvador, México, Brasil, Bolivia, Uruguay y Argentina. El objetivo era descubrir las actitudes de las personas frente a las condiciones de trabajo flexible y cómo las administran. Se incluyeron operarios y colaboradores de oficina, así como colaboradores de tiempo completo y medio tiempo.