

# Teletrabajo y comercio electrónico

Ministerio  
de Educación, Cultura  
y Deporte

COLECCIÓN AULA MENTOR

SERIE EMPRENDEDORES

# CamSem

SGALV

# Teletrabajo y comercio electrónico

Emprendedores

Catálogo de publicaciones del Ministerio: [www.educacion.gob.es](http://www.educacion.gob.es)  
Catálogo general de publicaciones oficiales: [www.publicacionesoficiales.boe.es](http://www.publicacionesoficiales.boe.es)

Autor  
Pedro Martín

Coordinación pedagógica  
Pilar Coronel Romero

Edición y maquetación de contenidos  
Pilar Coronel Romero

Diseño gráfico e imagen  
Pilar Coronel Romero



MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN, CULTURA  
Y DEPORTE

Edita:  
© SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA  
Subdirección General  
de Documentación y Publicaciones

NIPO: 030-17-285-2  
ISBN: 978-84-369-5837-9

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
<b>Unidad 1. Teletrabajo. Proyectos.....</b>	<b>10</b>
1. Introducción.....	12
2. ¿Qué se entiende por teletrabajo? .....	14
3. Ventajas e inconvenientes del teletrabajo .....	16
3.1 Ventajas.....	16
3.2 Desventajas.....	18
4. Modalidades de teletrabajo.....	21
4.1 El trabajo en el domicilio.....	22
4.1.1 Por cuenta propia.....	23
4.1.2 Por cuenta ajena.....	23
4.2 Centros de teletrabajo o telecentros.....	24
4.3 Teletrabajadores móviles o itinerantes.....	26
5. Nuevas profesiones. Nueva formación.....	27
5.1 Profesiones.....	27
5.2 Formación: ¿qué conocimientos se necesitan?.....	30
6. Perfil del trabajador.....	34
7. Aspectos fundamentales del teletrabajo.....	37
7.1 Como organizamos el tiempo.....	37
7.2 Como organizamos el espacio.....	39
7.3 Derechos básicos.....	40
7.4 Obligaciones empresariales.....	40
8. Proyectos de teletrabajo.....	42
8.1 Otros proyectos de teletrabajo.....	43
9. Guía para la elaboración de un proyecto empresarial e implantación del trabajo .....	46
9.1 Elaboración de un proyecto empresarial de teletrabajo.....	46
9.2 Implantación del teletrabajo: fases.....	49
10. Análisis y perspectivas.....	51
11. Bibliografía.....	53
<b>Unidad 2. Aspectos técnicos.....</b>	<b>54</b>
1. Elementos tecnológicos básicos.....	56
1.1 Equipo informático de trabajo.....	58
1.2 El acceso a internet.....	59
1.3 Compartir información.....	60
1.4 Programas para el teletrabajo.....	61

2. Herramientas de teletrabajo.....	63
2.1 Herramientas para la comunicación.....	63
2.2 Intranet, extranet.....	65
2.2.1 Intranet.....	65
2.2.2 Extranet.....	65
2.3 Ftp: transferencia de ficheros entre ordenadores.....	66
2.4 Listas de distribución.....	66
2.5 Buscadores web.....	67
2.6 Herramientas de productividad y gestión de proyectos.....	67
2.7 Herramientas para la emisión de facturas.....	69
2.8 Aplicaciones web 2.0.....	69
2.9 Otras aplicaciones.....	70
3. Como usar la red para anunciarme como teletrabajador o empresa.....	72
3.1 Listas de correo.....	73
3.2 La página personal-profesional.....	73
3.3 Las redes sociales.....	74
3.4 Los blogs.....	75
3.5 Otras aplicaciones.....	75
4. La página personal o de empresa.....	77
4.1 Generalidades.....	77
4.1.1 Páginas web estáticas .....	77
4.1.2 Páginas web dinámicas .....	77
4.2 Etapas básicas.....	80
5. Un dominio propio en internet .....	83
5.1 ¿Cuáles son las ventajas de disponer de un dominio propio?.....	83
5.2 Requisitos para registrar un dominio .....	84

### **Unidad 3. Aspectos legales.....86**

1. La importancia de la formación. La orientación y el autoconocimiento.....	88
1.1 Las razones principales .....	88
1.2 ¿Qué hacer?.....	88
1.3 Mi diagnóstico .....	88
1.4 Mi estrategia .....	90
2. Aspectos legales .....	91
2.1 Legislación de teletrabajo en españa .....	91
2.2 Modalidades de contratación en teletrabajo .....	94
2.2.1 Seguridad social .....	96
2.2.2 Salario. Formas de cobro .....	96
2.2.3 Fiscalidad.....	97
2.3 Profesiones y ocupaciones teletrabajables .....	98
2.4 Salud laboral y legislación .....	98
3. Trabajador por cuenta ajena .....	100
3.1 El mercado laboral. El proceso e instrumentos para la búsqueda de empleo. Búsqueda en la red. Bolsas de trabajo .....	100
3.1.1 El curriculum vitae .....	100
3.1.2 La carta de presentación .....	101
3.1.3 La agenda.....	101
3.1.4 Recursos para la búsqueda de empleo .....	101
4. Trabajador por cuenta propia.....	107
4.1 Autónomo. Freelance .....	107
4.1.1 Arrendamiento de servicios y “outsourcing” .....	107
4.1.2 Arrendamiento de obra.....	108
5. Creación de empresas .....	109
5.1 Consideraciones previas para la creación de empresas en internet.....	110
5.1.1 ¿Qué es una empresa virtual?.....	110
5.1.2 El plan de empresa.....	110
5.2 La empresa en internet.....	113

5.3 Trámites burocráticos .....	121
5.4 Experiencias empresariales en la red. “Outsourcing” .....	123
6. Enlaces .....	125

## **Unidad 4. Comercio electrónico.....127**

1. Introducción.....	129
1.1 Las cinco reglas de la e-economía.....	129
2. ¿Qué es el comercio electrónico?.....	131
2.1 Diferencias entre e-commerce y e-business.....	131
2.2 Evolución.....	132
2.3 Comercio electrónico en España.....	133
2.4 Escenarios del comercio electrónico.....	136
2.4.1 Tipos de comercio electrónico.....	136
2.5 Comercio electrónico entre empresa y consumidor (b2c).....	137
2.6 Comercio electrónico entre empresas (b2b).....	142
2.7 Comercio entre consumidores (o empresas) y administración pública (c2a y b2a).....	143
2.8 Comercio entre consumidores (c2c).....	144
2.9 Comercio entre empresa y empleados (b2e).....	145
2.10 Comercio entre iguales p2p (peer to peer) consumidores (c2c).....	146
3. Nuevos modelos de negocio: fórmulas.....	148
3.1 Comunidad virtual.....	153
3.2 Aprovisionamiento electrónico (e-procurement).....	154
3.3 Suministro de servicios en línea.....	155
3.4 Modelos de publicidad.....	155
3.5 Corretaje de información.....	155
3.6 Portales.....	156
3.7 Infomediarios y terceras partes de confianza.....	156
3.8 Comercio móvil (m-commerce).....	158
4. Aspectos técnicos.....	160
4.1 Estándares, intranet y extranet.....	160
4.1.1 Estándares.....	160
4.1.2 La intranet.....	160
4.1.3 La extranet.....	161
4.2 Seguridad pagos.....	161
4.2.1 ¿Qué hay que proteger en internet?.....	161
4.2.2 Métodos y medios de protección de pago.....	162
4.2.3 Fraude en la red.....	170
4.3 Firma electrónica o digital, la ficha biométrica, dni electrónico.....	178
4.3.1 La firma digital.....	178
4.3.2 La ficha biométrica.....	181
4.3.3 Dni electrónico.....	182
4.3.4 Responsabilidad y garantías en internet.....	183
4.4 Vigilancia tecnológica e innovación.....	184
4.5 Diseño de la tienda electrónica o tienda online .....	185
4.5.1 Estructura de la tienda.....	187
4.5.2 Estructura de las páginas.....	189
4.5.3 Consideraciones generales de diseño a la hora de componer páginas web de comercio electrónico.....	189
4.5.4 Funcionamiento de una tienda .....	191
4.5.5 Consejos para realizar una compra segura.....	191
5. Aspectos jurídicos.....	192
5.1 Normativa básica.....	192
5.1.1 Consideraciones relativas a la propuesta de directiva europea para el comercio electrónico.....	193
5.2 Notas adicionales para el diseño de una tienda virtual .....	195
5.2.1 Información obligatoria que ha de ofrecer la página web.....	197
6. Su empresa de comercio electrónico en internet. Guías prácticas.....	197

6.1	El proyecto de negocio.....	197
6.2	Interrogantes que debe plantearse para montar un negocio en internet.....	197
6.2.1	¿Cómo lo hago?.....	197
6.2.2	Justificación.....	198
6.2.3	Marketing: ¿cómo atraer clientes? (Ampliación en el tema 5).....	198
6.2.4	¿Cómo generar clientes leales?.....	198
6.2.5	¿Qué hacer para vender?.....	199
6.2.6	Ensaye precios dinámicos: subastas.....	199
6.2.7	¿Cómo se si mi idea.Com es buena?.....	199
6.2.8	Recomendaciones: haga un plan de negocios.....	200
6.2.9	Analizar el tráfico de su sitio.....	200
6.2.10	Soporte a la toma de decisiones.....	200
6.2.11	Recomendaciones: forme un equipo de trabajo.....	201
6.2.12	Recomendaciones finales.....	201
6.3	Buscando clientes en la red.....	201
6.3.1	¿Cómo se atrae público a las páginas web de la empresa?.....	202
6.3.2	Conclusiones.....	202
6.4	Encontrar la empresa en la red.....	202
6.5	Guía práctica para el desarrollo de aspectos generales de una tienda virtual.....	203
7.	Perspectivas y futuro.....	205
8.	Proyectos de éxitos.....	207
8.1	Un caso de creación de comunidades virtuales: la librería amazon.Com.....	207
8.2	Un caso de transformación de empresas: barrabés.Com.....	207
9.	Software libre para tiendas virtuales.....	208
9.1	Software gratis para tiendas online para instalar en servidor propio.....	208
9.2	Comparativa entre las plataformas de tiendas online más populares.....	209
9.2.1	Análisis oscommerce.....	209
9.2.2	Análisis prestashop.....	210
9.2.3	Magento.....	212
9.2.4	Comparativa de plataformas para tiendas online.....	213
10.	Bibliografía.....	215

## **Unidad 5. Telemarketing.....217**

1.	Introducción al marketing.....	219
1.1	¿Qué es el marketing?.....	219
1.2	Los componentes básicos del marketing (las cuatro pes) .....	219
1.2.1	El producto [product].....	220
1.2.2	El precio [price].....	220
1.2.3	La distribución [place].....	221
1.2.4	La comunicación (publicidad y promoción) [promotion].....	221
2.	El plan de marketing: etapas del plan. Dificultades.....	223
2.1	Etapas del plan de marketing.....	223
2.2	Dificultades en la implantación del plan de marketing.....	227
3.	Técnicas de marketing en internet.....	229
3.1	El marketing en la era de internet.....	229
3.1.1	Una nueva perspectiva.....	231
3.2	Los instrumentos del marketing en internet .....	231
3.2.1	Componentes: medios y formas de marketing interactivo .....	231
3.2.2	Usos y aplicaciones.....	233
3.3	Análisis dafo del comercio electrónico en españa .....	235
3.3.1	Acciones complementarias.....	237
3.3.1.1	El modelo interactivo y los “portales”.....	237
3.3.1.2	El modelo de difusión y los “canales”.....	238
3.4	El plan de marketing de una tienda virtual .....	238
3.5	Procedimiento de promoción online .....	241
3.5.1	Optimización en buscadores (search engine optimization).....	242

3.5.2	Campañ​as en buscadores (search engine marketing).....	243
3.5.3	Publicidad online a trav​s de formatos gr​ficos.....	244
3.5.4	Sindicaci​n de contenidos (rss).....	245
3.5.5	Licencia creative commons.....	245
3.5.6	Relaci​n con blogs.....	246
3.5.7	El marketing viral.....	246
3.5.8	Metatag.....	247
3.5.9	Redes sociales.....	247
3.5.10	Email marketing.....	248
3.5.11	Programas de afiliaci​n.....	248
3.5.12	Seguimiento de reputaci​n online.....	249
3.6	Estudios de mercados: herramientas de la investigaci​n.....	250
3.6.1	La medici​n en internet.....	250
3.7	T​cnicas de marketing en las redes sociales.....	251
3.7.1	Los nuevos componentes.....	252
3.7.2	Las bases del marketing en medios sociales.....	252
4.	Bibliograf​a.....	254
5.	Enlaces.....	255

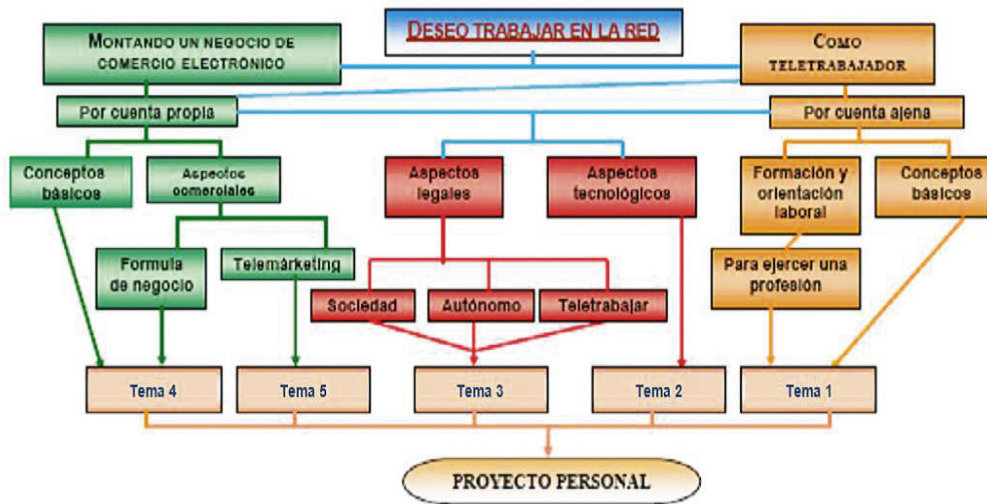


# **Unidad I.** Teletrabajo. Proyectos.

- 1.** Introducción
- 2.** ¿Qué se entiende por teletrabajo?
- 3.** Ventajas e inconvenientes del teletrabajo
- 4.** Modalidades del teletrabajo
- 5.** Nuevas profesiones. Nueva formación
- 6.** Perfil del trabajador.
- 7.** Aspectos fundamentales del teletrabajo
- 8.** Proyectos de teletrabajo
- 9.** Guía para la elaboración de un proyecto empresarial e implantación de teletrabajo
- 10.** Análisis y perspectivas
- 11.** Bibliografía



# 1. INTRODUCCIÓN



Las primeras referencias al término teletrabajo se remontan a los años 70, en plena crisis del petróleo, cuando el físico Jack Nilles buscaba formas de ahorro energético, y abogaba por el trabajo a distancia haciendo uso de las entonces incipientes tecnologías de la comunicación. Su idea fue “llevar el trabajo al trabajador y no el trabajador a trabajo”

Debemos partir de una premisa básica: no existe una definición simple y absoluta del concepto de teletrabajo. Tan solo podemos aislar aquellos elementos que sabemos integran este nuevo tipo de relación laboral para intentar diferenciarlos a través de su existencia o no existencia entre los distintos tipos de relaciones.

Así, podemos asumir que teletrabajo es cualquier actividad laboral que contiene componentes de: distancia, comunicación telemática, trabajo flexible.



La implantación de un sistema de teletrabajo implica la aceptación de conceptos difíciles de asumir para la mentalidad empresarial tradicional, como pueden ser los de gestión por objetivos-resultado, formación continua de directiva y trabajadores en las nuevas tecnologías de la comunicación, y la aceptación de las nuevas relaciones laborales surgidas de estas, tanto en su faceta legal como profesional o de requerimientos de personalidad para teletrabajadores.

A España no se sabe cuándo ni cómo llegó ya que el teletrabajo es un fenómeno también de individuos, y es imposible saber quién fue el primer español autónomo que teletrabajó. En cuanto a teletrabajo por cuenta ajena es posiblemente IBM la pionera en hacer trabajar en casa a su personal desde 1994. En España Iberdrola, BBVA, Endesa, Indra, IBM, la ONCE, algunos organismos públicos entre otras utilizan la figura del teletrabajador para aumentar su productividad.

Según los convenios colectivos algunas empresas hacen referencia al teletrabajo como por ejemplo: Agencia Efe, BSH Electrodomésticos España, S.A., Movistar, France Telecom España S.A., Repsol S.A., cableuropa, SAU., entre otras.

## 2. ¿QUÉ SE ENTIENDE POR TELETRABAJO?

El primer paso para explicar el Teletrabajo es definirlo, la mayoría de la gente entiende que la palabra implica trabajo a distancia, pero no es todo. La dificultad se basa en la falta de una definición aceptada mundialmente. Por un lado, la palabra es utilizada con significados ligeramente diferentes y, por otro, términos con significados muy similares al del teletrabajo son de uso común. Así, se puede comprobar que, además de Teletrabajo (e-work), se utilizan otros términos como Teledesplazamiento (telecommuting), Trabajo en Red (networking), Trabajo a Distancia (remote working), trabajo Flexible (flexible working) y Trabajo en el Domicilio (homeworking).

Teletrabajo procede etimológicamente de la composición de las palabras tele “lejos” y el vocablo “trabajo”. Por lo que se puede decir que se trata de un trabajo a distancia que no se desarrolla en el lugar normal de ejecución, como suele ser el centro de trabajo o empresa, además debemos añadir las siglas TIC (tecnologías de la información y comunicación) para que nuestra definición de teletrabajo se considere una verdadera actividad profesional.

Ante la falta de consenso a la hora de definir el teletrabajo, vamos a aportar nuestra propia definición:

**El Teletrabajo es una forma flexible de organización del trabajo; consiste en el desempeño de la actividad laboral remunerada sin la presencia física del trabajador en la empresa que ofrece ni en la empresa que demanda los bienes o servicios, para la que se utiliza como herramienta básica las TIC. Sin utilizar necesariamente ningún local, oficina o domicilio durante una parte importante de su horario laboral. Engloba una amplia gama de actividades y puede realizarse a tiempo completo o parcial.**

No entran en esta definición aquellos que desde siempre han realizado su actividad profesional fuera de la empresa, ni tampoco los que trabajan en el domicilio sólo ocasionalmente. Están, sin embargo, comprendidos en ella:

- El personal que trabaja en el domicilio (p.ej. programadores informáticos).
- El personal que trabaja desde el domicilio (p.ej. agentes de ventas).
- El personal que trabaja en algún Centro de Teletrabajo Urbano (o telecentro), en algunos centros de teletrabajo en medios rurales (telecottages) también llamados pueblo digital o vecindario digital, etc.

Dado que el teletrabajo es una forma flexible de organización laboral, hay actividades profesionales que pueden abarcar dos o más de las situaciones descritas.

Existe un buen número de actividades que pueden desarrollarse a través del teletrabajo, tales como contactos de la empresa con sus agentes, con sus clientes, con sus proveedo-

res, trabajos de secretaría, asesoría fiscal, laboral, jurídica, contabilidad, traducción, mecanografía, consultoría especializada, arquitectura, ingeniería, edición, enseñanza, promociones y venta de productos telefónicos, marketing, estudios de mercados, vigilancia de bosques y medio ambientes, realización de trámites, investigación, seguimiento de valores bursátiles, diseño gráfico, etcétera, son solo algunas de las posibilidades.

El teletrabajo no es una profesión, sino una forma de trabajo flexible para llevar a cabo sus actividades laborales para desarrollar un servicio o tarea utilizando las TIC, se puede llamar “trabajo en remoto”.

Esto exige además un dominio telemático como el ordenador, el smarphone o cualquier otra de las nuevas tecnologías ya que serán sus herramientas de trabajo. Requiriéndose un perfil adecuado con gran autodisciplina, dominio de las TIC, capacidad de comunicación interpersonal y de organización de sus responsabilidades y tiempo de trabajo. Según el Acuerdo Marco Europeo sobre Teletrabajo (AMET), se establece que “el teletrabajo es una forma de organización y/o de realización del trabajo, utilizando las tecnologías de la información en el marco de un contrato o de una relación de trabajo, en la cual un trabajo que podría ser realizado igualmente en los locales de la empresa se efectúa fuera de estos locales de forma regular”.

El presente acuerdo cubre a los teletrabajadores. Se entiende por teletrabajador toda persona que efectúa teletrabajo según la definición anterior. ([Directiva 91/533/CEE](#)). Más información en los siguientes enlaces: [teletrabajo](#), [ficha ntp 412](#).

Teletrabajo, un modelo en el que ganan todos: [Vídeo1](#) de IT Televisión, [Vídeo2](#) de Excelsior TV.

Algunos enlaces web del manual pueden variar al cambiar de nombre los ministerios, cambiar la dirección de la página o desaparecer. Se puede buscar la información actualizada a través de cualquier buscador web.

### 3. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL TELETRABAJO

#### 3.1 VENTAJAS

Las ventajas de este sistema se pueden dividir en tres grupos: ventajas para el trabajador, para la organización y para la sociedad.

##### 1. Para el trabajador:

- En primer lugar aumenta la flexibilidad del trabajo, tanto de horarios como del orden de las tareas a afrontar, lo cual le permite distribuir el tiempo de la forma que crea más conveniente y le facilita un mayor autocontrol, aspecto este muy valorado en todas las experiencias de teletrabajo y que suele dar lugar a un incremento de la productividad del trabajador.
- Otro aspecto a denotar es el del incremento de las oportunidades de trabajo, ya que el teletrabajador no se encuentra ya limitado por la localización geográfica o por los horarios a la hora de aceptar un empleo.
- Otra de las ventajas percibidas de este sistema es que permite una mayor adecuación persona-trabajo, ya que la empresa contrata a determinado teletrabajador para realizar una determinada tarea que sea adecuada a su perfil, y viceversa, el teletrabajador podrá aceptar aquellas tareas que mejor se adecuen a sus características, formación, capacidad y situación personal y profesional, sin verse limitado por otras consideraciones geográficas o de horario. Fomentando la inserción laboral de las personas residentes en el entorno rural y oportunidades laborales a personas con discapacidad.
- Una de las ventajas o características más valoradas del teletrabajo es la posibilidad de conciliar la vida laboral y la familiar. El hecho de trabajar desde su propio domicilio permite el dedicar más tiempo a la familia, e incluso el afrontar tareas como el cuidado de los hijos, de personas a nuestro cargo, etc.
- Por último, y no menos importante, la reducción de los desplazamientos y de la supervisión directa por parte de los directivos, contribuye grandemente a la reducción del stress, uno de los males de nuestro tiempo y causante de tantas faltas por “enfermedades” y descensos de productividad, mejorando la salud.

##### 2. Para la organización,:

- La ventaja más evidente y que mueve a mayor número de empresarios a implantar el teletrabajo es la reducción de costes, sobre todo los de alquiler de inmuebles, de mobiliario, de transporte, etc...
- Otra de las ventajas percibidas por los empresarios es el notable incremento de productividad percibido en aquellos trabajadores que mejor se adaptan al teletrabajo.

En España, según datos oficiales del INE (Instituto Nacional de Estadística) del año 2014 el 22% de las compañías, tanto grandes como pequeñas, cuentan con programas de teletrabajo aumentando la productividad entre un 5% y un 25% respecto a los que trabajan una jornada laboral en la oficina, en 2009 la cifra era del 16%. Otro dato que ofrece el INE es que el teletrabajador dedica un 11% más de horas a trabajar que el que está en la oficina convencional y ahorrándose entre un 15% y un 20 % de tiempo en reuniones o transporte.

- Resulta también remarcable como ventaja el aumento de posibilidades de contratación, ya que como en el caso de los trabajadores la elección de esto son se encuentra limitada por factores ajenos a la propia tarea a desarrollar, como lo serían la localización geográfica, la infraestructura de comunicaciones de la región o las limitaciones que impone la vida familiar en cada caso.
- Debemos incluir en este apartado de las ventajas el hecho de que la implantación del teletrabajo conlleve la migración hacia un sistema de control por objetivos-resultados, aunque esto sólo constituirá una ventaja dependiendo de la capacidad de la empresa para adaptarse a este sistema. En este sistema no se juzgan las horas que el trabajador está en su puesto, tan solo la calidad del trabajo realizado y el cumplimiento de los plazos previstos para ello.
- Por último, debemos destacar dentro del posible ahorro que conlleva el teletrabajo, el apartado relativo al ahorro en gastos de desplazamiento.

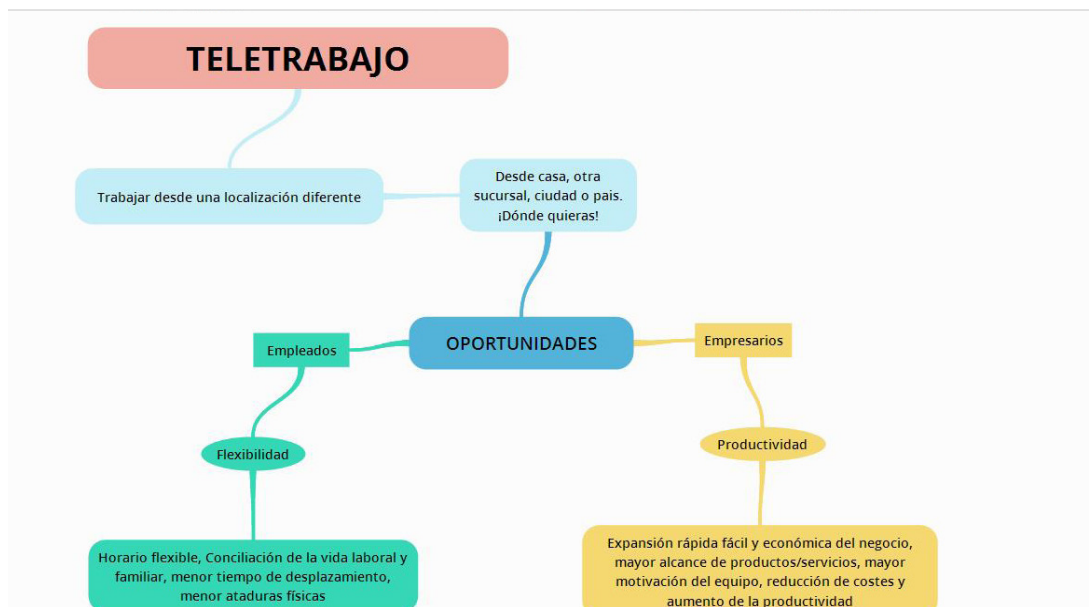
### 3. Para la sociedad:

- Las ventajas que merecen ser destacadas son, entre otras; reducción de la congestión de tráfico y de la consiguiente polución. La política occidental y la europea en particular tienden en la dirección de favorecer e incentivar el teletrabajo por sus consecuencias beneficiosas para el medio ambiente.
- Otra de las ventajas evidentes para la sociedad del teletrabajo es la posibilidad de favorecer o promocionar el desarrollo de las zonas más aisladas o deprimidas, ya que la implantación de telecentros o centros de teletrabajo en poblaciones rurales a las que se dota de los más modernos medios de comunicación o los telecottages, incentivan tanto las posibilidades de promoción de las pymes rurales como el desplazamiento de trabajadores de la ciudad a estas zonas, ya que pueden teletrabajar en este ambiente más favorable, reduciendo la necesidad de desplazamiento a las ciudades a tan solo un par de viajes mensuales.
- Una de las ventajas más evidentes y beneficiosas se refiere a la posibilidad de integrar en la vida laboral a sectores de la población con graves problemas en este campo, como lo serían los minusválidos o aquellas personas que por motivos personales o familiares no pudieran acceder a un puesto de trabajo debido a su imposibilidad de desplazarse (personas con niños o ancianos a su cargo, mujeres embarazadas, trabaja-



dores con enfermedades leves que si bien les impide el desplazamiento no los inhabilita para realizar su trabajo desde su casa, etc.). En el caso de las personas discapacitadas, cuya inserción laboral es peor, por tratarse de dificultades permanentes, a través del teletrabajo se perfila como la alternativa más válida para dotarlos de un puesto de trabajo.

- Por último, otra de las ventajas que aporta el teletrabajo a la sociedad es la mejora en la colaboración entre áreas, sobre todo en el laboral, favorece el que puedan colaborar en el desarrollo de un mismo proyecto personas de todo el mundo, casi a tiempo real. Existen asimismo herramientas como el IRC o video conferencia, tipo skype o vídeo que permiten la comunicación en tiempo real de colaboradores en cualquier país.



### 3.2 DESVENTAJAS

Vamos a separarlas en dos grupos, desventajas percibidas para las personas y para la organización, ya que es difícil encontrar desventajas reales o remarcables para la sociedad.

#### 1. Para las personas:

- Una de las desventajas puede ser la sensación de soledad. La falta de interacción diaria entre compañeros, de vida social o de la posibilidad del contacto cara a cara puede provocar pequeñas crisis de sensación de aislamiento o soledad. La solución a este problema es muy fácil, se deben articular una serie de reuniones semanales o mensuales entre todos los componentes de la empresa para intercambiar opiniones, colaborar directamente o simplemente realizar vida social.
- Otra de las consecuencias a superar es la sensación por parte del teletrabajador de

que su carrera se estanca, ya que piensa que si no ven su trabajo no pueden valorarlo en su justa medida, y achacará a su no presencia en la empresa el que se promoció a otros compañeros en lugar de a él mismo.

- Otro factor a considerar es que no todos los trabajadores son capaces de compaginar trabajo y familia, ya que el no separar ambos mundos puede llevar a la excesiva injerencia de las responsabilidades familiares en el trabajo de la persona, por asumir más tareas domésticas de las que puede desempeñar para el correcto desempeño de su trabajo.
- Se debe tener en cuenta también el hecho del desfase legislativo, o lagunas legales, que existen en este momento respecto al tema del teletrabajo. En este sentido, ya que el teletrabajo no constituye un trabajo específico, prácticamente todos los modelos de contrato existentes en la actualidad son elaborados por las empresas siguiendo sus propios criterios, lo cual repercute negativamente en la protección social del teletrabajador. (Para más información véase el tema 3 del manual).
- Uno de los efectos secundarios que pueden surgir en la adopción del teletrabajo es la incapacidad de los directivos para aceptar el nuevo tipo de relación laboral, ya que la falta de contacto con sus empleados lleva a la sensación de pérdida de las señales visibles de su poder o de su status.

## 2. Para las organizaciones:

- Una de las más evidentes e intuitivas desventajas de este tipo de organización es el alto coste inicial de los equipos y de la infraestructura con la que es necesario dotar a la empresa.
- Otra desventaja es acostumbrar a directiva y empleados al sistema de dirección por objetivos, ya que surge una desconfianza inicial sobre las horas que el teletrabajador dedica al trabajo. Esta desconfianza se supera con el transcurso del tiempo, y la constatación de la mejora en la productividad de los trabajadores.
- Otro de los factores que son percibidos como un elemento negativo del sistema de teletrabajo es el tema de la seguridad en las comunicaciones y la confidencialidad. Ya que las transmisiones de información relativas a la empresa van a circular por Internet, pero de todas formas puede solucionarse con unos sencillos métodos de encriptación de los mensajes, con claves solo conocidas por directivos y empleados, que aseguran que ellos y solo ellos podrán tener acceso a la información.

Llegados a este punto, se preguntará ¿y a mí, pequeño o mediano empresario, en qué me beneficiaría el teletrabajo? No es fácil contestar a esta pregunta y antes de hacerlo es necesario acometer un análisis de la estructura de su empresa, de su funcionamiento y de la infraestructura de la que está dotada.

Antes de intentar afrontar este sistema, debe preguntarse:

¿Está preparada la infraestructura de mi empresa para afrontar el reto? La adopción del teletrabajo, sea al nivel que sea, conlleva unas necesidades de tecnología muy amplias, desde ordenadores potentes hasta conexión a Internet, o las líneas telefónicas necesarias. ¿Está preparado mi personal, tanto de base como directivo, para el cambio? Las necesidades de formación y de sensibilización ante el nuevo entorno de trabajo son problemas a afrontar necesariamente, pues de nada sirve actualizar la infraestructura informática y de comunicaciones de la empresa si no cuento con una plantilla capaz de adaptarse a la tecnología o al reto que supone el control por objetivos-resultados.

Por último, ¿está usted mismo preparado para soportar unos comienzos de rendimientos inciertos, durante el ajuste y adaptación de tareas y funciones al nuevo esquema?

#### 4. MODALIDADES DE TELETRABAJO

En sus inicios el teletrabajo comprendía principalmente el trabajo a domicilio, hoy día abarca un conjunto de modalidades que ofrecen a empresario y a trabajador la posibilidad de elegir el más idóneo a sus necesidades; tipología que va a depender de factores como: el lugar del ejercicio de la prestación, tipo de trabajo y la duración del mismo, tamaño de la empresa, equipamiento necesario, tipo de conexión existente, etcétera.

En cuanto a la clasificación por tipos, podemos referirnos a:

1. Teletrabajo en casa: Es la más frecuente de las modalidades y se lleva a cabo en el domicilio del trabajador que puede estar trabajando por cuenta ajena o propia.
2. Oficinas satélites: Son oficinas de la propia empresa localizadas cerca de los domicilios de los teletrabajadores.
3. Telecentros: Son centros de trabajo compartidos por varias empresas, fundamentalmente PYMES, y profesionales. Son gestionados por proveedores de servicios de comunicaciones que actúan como arrendatarios.
4. Teletrabajadores Móviles o itinerantes: Son teletrabajadores que por su movilidad continua deben realizar su trabajo donde se encuentren, como puede ser en la oficina del cliente, en su propio medio de transporte, etc. Son conocidos como nómadas ya que necesitan estar conectados con su oficina móvil, en cualquier lugar, por medio de equipos informáticos portátiles con conexión a voz y datos, para ofrecer el mejor servicio a sus clientes.
5. Telecottages: Consiste en una red de centros de teleservicios asociados, en zonas rurales, que suelen utilizarse para proyectos de teleenseñanza y para prestar servicios a las PYMES de esa zona.

Vamos a analizar las modalidades de teletrabajo desde tres grandes puntos de vista: El trabajo en el domicilio, los centros de teletrabajo o telecentros y teletrabajadores móviles, itinerantes o nómadas.