

cenit

Centro de Estudios para la Transformación

TELETRABAJO, CAMBIO CLIMÁTICO Y POLÍTICAS PÚBLICAS¹

Encuesta a Teletrabajadores de Empresas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Informe de Resultados del Trabajo de Campo

Equipo de Investigación²:

Daniela Ramos (Coordinadora)

Andrés López

Verónica Gutman

Sandra Panés

Andrés Niembro

Martín del Castillo

Sofía Fernández Guerrico

Abril 2012

¹ Este informe fue elaborado a partir de la investigación llevada a cabo por la Fundación CENIT en el marco del proyecto “Teletrabajo, Cambio Climático y Políticas Públicas”, Subvención N° 105235-001 del IDRC.

² Investigadores de la Fundación CENIT

Índice

Introducción	3
Nota metodológica	5
Resumen Ejecutivo	6
1. Perfil de los teletrabajadores	8
2. Hábitos de viaje de los teletrabajadores	15
3. Percepciones de los teletrabajadores.....	20
4. Otros impactos del teletrabajo	25
Bibliografía	28

Introducción

Este informe presenta algunos resultados de la investigación que llevó a cabo el CENIT con el financiamiento del Internacional Development Research Centre (IRDC) de Canadá, cuyo objetivo general es estudiar el impacto socioeconómico y medio ambiental que podría tener la difusión del teletrabajo entre las empresas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires³ (CABA).

La investigación aborda un concepto sumamente antiguo pero que ha cobrado nueva relevancia en los últimos años a partir de la difusión masiva de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs): el trabajo desde el hogar o, más genéricamente, el teletrabajo⁴.

Está claro que hoy en día la tecnología provee diferentes herramientas que posibilitan mantener lazos muy fuertes entre el trabajador y la empresa aún cuando éste no se encuentre físicamente en la misma. Teléfonos inteligentes, computadoras, teleconferencias, sistemas de control y resguardo de datos, acceso remoto, etc. son todas herramientas que hoy están disponibles para un número cada vez mayor de trabajadores y que, sin duda, están cambiando la naturaleza misma del trabajo y de las relaciones laborales. Esto a su vez se ve profundizado por el hecho de que cada vez más estos trabajadores pertenecen a lo que la literatura denomina “*knowledge workers*”⁵.

El teletrabajo, gracias a su flexibilidad, ofrece diversas oportunidades tanto para las empresas como para sus empleados y al mismo tiempo abre nuevos desafíos para ambos. Así, la introducción del teletrabajo puede afectar tanto la vida social de los trabajadores como la cultura de la empresa, las rutinas laborales, las políticas de selección y retención de personal y, desde ya, su productividad.

Asimismo, el teletrabajo podría repercutir sobre el medio ambiente en la medida en que su aplicación permita reducir los viajes por motivos laborales. En este sentido, la diseminación de esta práctica podría modificar los hábitos de *commuting*, impactando sobre las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) que provienen del transporte. A su vez, y de manera indirecta, al modificar las pautas de consumo y relacionamiento social de los trabajadores con su entorno, también podría alterar los patrones de

³ La investigación se realizó simultáneamente en Lima, Perú y en el Distrito Federal de México.

⁴ Si bien existen diversas definiciones de teletrabajo, aquí adoptaremos el criterio anglosajón de *telecommuting*, es decir, nos interesa el caso de aquellos trabajadores que, gracias a la aplicación de esta modalidad laboral flexible dejan de viajar a la oficina diariamente. Quedan por lo tanto excluidos de nuestro análisis los trabajadores *free-lance*, los autoempleados y aquellos trabajadores que brindan servicios a distancia pero desde la empresa (ej. un trabajador informático en la Argentina que asiste a una persona en Francia pero lo hace desde las oficinas de la empresa no forma parte de lo que aquí denominamos teletrabajo).

⁵ Bélanger (1999).

consumo energético y las rutinas de viajes laborales y no laborales no sólo del trabajador sino de su entorno familiar derivando así en mayores alcances ambientales⁶.

En el caso de la Argentina es poco aún lo que se conoce sobre esta práctica laboral y sus potenciales repercusiones, por lo que aspiramos a que este informe contribuya al conocimiento acerca de una temática que se está instalando en el mundo del trabajo en nuestro país⁷.

La encuesta a teletrabajadores que presentamos en este informe ha sido realizada entre los meses de septiembre y noviembre del 2011, siendo este trabajo de campo una primera aproximación a algunos aspectos relacionados con el efecto que tiene esta nueva modalidad laboral tanto en la calidad de vida de los trabajadores como en su rutina de viajes.

Dado que desconocemos el universo de teletrabajadores, la encuesta no constituye un trabajo de campo con representatividad estadística, pero ofrece un acercamiento cualitativo a esta temática no disponible hasta el presente.

⁶ Todos estos temas están siendo estudiados en el mundo, a partir de las experiencias de algunos países en los que esta práctica se ha difundido con cierta fuerza, pero aún siguen siendo más las dudas que las certezas sobre sus consecuencias.

⁷ Diferentes acciones se vienen desarrollando que dan cuenta de la importancia que va cobrando el teletrabajo tanto en el sector privado como público: la Coordinación de Teletrabajo del MTEySS ingresó a la Cámara de Senadores un Proyecto de Ley de Teletrabajadores en relación de dependencia con la finalidad de fijar un piso mínimo sobre el cual las partes puedan negociar las condiciones específicas bajo las cuales se desarrolle el teletrabajo. Asimismo, se puso en marcha el Programa Piloto de Seguimiento y Promoción del Teletrabajo en Empresas Privadas (PROPET) con el objetivo de promover el teletrabajo en el sector privado. Durante el 2010 se firmaron los protocolos para la creación del Comité Tripartito de Observatorio y Seguimiento del Teletrabajo (MTEySS), en el 2011, en base a la experiencia del PROPET, se lanzó el manual de buenas prácticas en el teletrabajo.

Nota metodológica

El objetivo que guió el trabajo de campo fue caracterizar los programas de teletrabajo desde la visión de los empleados que participan en ellos. En particular, el relevamiento apuntó a recabar información acerca de las motivaciones que inducen a los trabajadores a adoptar esta modalidad laboral, los principales obstáculos y ventajas que han hallado en esta práctica y los cambios más relevantes en los hábitos de viaje que se han generado a partir del teletrabajo, tanto para ellos como para el resto del entorno familiar.

La encuesta se difundió entre 17 empresas localizadas en la Ciudad de Buenos Aires que habían sido previamente entrevistadas y que contaban con programas formales o informales de teletrabajo. De este grupo obtuvimos respuesta de 7 empresas, a las cuales se agregaron otras 10 firmas que también teletrabajan pero que no habían sido entrevistadas en la etapa previa.

Fueron encuestados un total de 106 teletrabajadores que se desempeñan en empresas pertenecientes, en su mayoría, al sector de servicios, en particular proveedoras de servicios vinculados a las tecnologías de la información (TI), y, en menor medida, al sector de las telecomunicaciones.

Para realizar la encuesta⁸ se utilizó un sistema administrado a través de Internet provisto por la empresa Survey Monkey, bajo el supuesto de que la población objetivo está familiarizada con la utilización de las TICs y que, en principio, está habituada a completar formularios *online*. Este sistema tiene la ventaja de que no interfiere en el vínculo entre la firma y el trabajador, evitando un potencial sesgo generado por la mediación de los gerentes de recursos humanos. Asimismo, los encuestados pueden completar la encuesta libremente, en el momento y lugar de preferencia.

Dado que no disponemos de información acerca del universo de teletrabajadores, esta encuesta no tiene representatividad estadística. No obstante, como no existe hasta el momento ningún relevamiento a teletrabajadores, sus resultados aportan un buen conjunto de datos cualitativos acerca de este grupo de trabajadores que permite tener una primera aproximación al tema bajo estudio.

⁸ El cuestionario se diseñó sobre la base de la información que las empresas y los informantes claves suministraron durante las etapas previas del trabajo de campo.

Resumen Ejecutivo

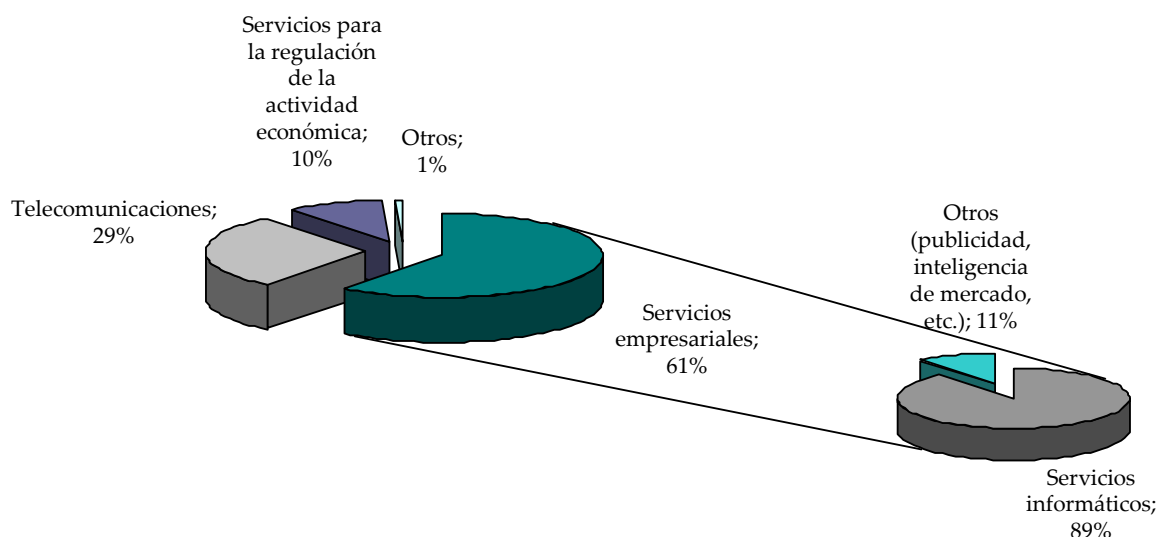
- Los trabajadores que respondieron la encuesta pertenecen en su gran mayoría a firmas de servicios empresariales, destacándose las de servicios TI, y en menor medida a empresas de telecomunicaciones
- La composición según sexo de la muestra es 54% mujeres y 46% hombres.
- Los teletrabajadores que respondieron la encuesta mayoritariamente se concentran en la franja etárea que va de los 31 a los 40 años.
- Respecto al nivel educativo, prácticamente el 60% de los encuestados posee título universitario o superior. Sin embargo, no resulta desdeñable que un gran grupo de empleados se desempeñan bajo esta modalidad organizacional sin poseer título de grado.
- Las áreas de trabajo en las que se desempeñan los teletrabajadores encuestados pertenecen en su mayoría a actividades vinculadas con el manejo de información.
- Con relación a la frecuencia de días que los empleados teletrabajan, se observa una gran dispersión entre los encuestados, siendo el promedio de 11 días al mes.
- Al analizar el medio de transporte que utilizan los teletrabajadores que respondieron la encuesta, se observa que la incidencia del automóvil particular es muy notoria.
- Desde el punto de vista ambiental resulta relevante indagar sobre el uso del automóvil durante la jornada en la cual se trabaja de forma remota. En concordancia con una gran parte de la literatura internacional sobre el tema, el comportamiento de los trabajadores encuestados permite intuir que el teletrabajo contribuye a reducir los kilómetros totales recorridos durante la jornada laboral.
- Entre las características que los encuestados creen que son las más valoradas por las empresas para ofrecerles la posibilidad de teletrabajar se ubica en el primer lugar con 86%, el tener disciplina de trabajo y organización, seguido con un 85% por ser responsables.
- En torno a las motivaciones para teletrabajar, las respuestas se concentraron en 3 opciones siendo la más recurrente tener mayor flexibilidad horaria (64%), en segundo lugar, evitar viajar (62%) y en tercer lugar conciliar la vida familiar, personal y laboral (61%).
- Entre las ventajas más importantes del teletrabajo, los encuestados indicaron las que se vinculan a mejoras en su calidad de vida: mayor disponibilidad de tiempo para estar con la familia (68%) y para atender asuntos personales (62%). A su vez, un aspecto destacable, principalmente desde el punto de vista de la firma, es que una gran mayoría reconoce como ventaja el haber mejorado su productividad.

- En relación a las desventajas se destaca en primer lugar la menor interacción profesional con los compañeros y colegas de la empresa (es la principal desventaja señalada por los hombres, 67%, y la segunda entre las mujeres, 58%).
- Respecto de los cambios que debieron realizar los teletrabajadores para desempeñarse bajo esta nueva modalidad organizacional, el 44% indicó que no fue necesario incorporar cambios en el hogar o en su conducta para desarrollarse como teletrabajador. Dentro del grupo que sí debió realizar modificaciones, se destaca la necesidad de autolimitarse para no trabajar más horas que las estipuladas por el convenio de trabajo.
- Con relación a los gastos laborales, aproximadamente dos terceras partes de los encuestados indicaron que disminuyeron a partir de que empezaron a teletrabajar, una porción menor, el 27%, que permanecieron igual, pero en ningún caso se manifestó un aumento.
- Sobre la capacitación recibida por los empleados que accedieron a la encuesta, el 63% de teletrabajadores de la muestra indica no haber recibido ningún tipo de capacitación. De los que sí recibieron (37%), las dos temáticas más mencionadas fueron manejo de herramientas informáticas y normas de seguridad en el hogar.

1. Perfil de los teletrabajadores

Los trabajadores que respondieron la encuesta pertenecen en su gran mayoría a firmas de servicios empresariales, destacándose las de servicios TI, y en menor medida a empresas de telecomunicaciones (gráfico 1). De ellos, el 54% son mujeres.

Gráfico 1: Distribución de los teletrabajadores por sector de actividad



Si bien nuestra encuesta no tiene representatividad estadística vale la pena mencionar que la literatura internacional en torno a la temática de género y el teletrabajo; en general no encuentra diferencias estadísticas significativas de género en la probabilidad de teletrabajar⁹, aunque algunos trabajos sí encuentran que entre las mujeres hay una mayor preferencia por el teletrabajo¹⁰

La **antigüedad** en la empresa de los trabajadores que respondieron la encuesta es, en promedio, de 6,4 años. Asimismo, la mayoría expresó haber comenzado a teletrabajar a partir del 2009¹¹ (gráfico 2). Estos datos sugieren que el teletrabajo, en general, no está disponible para quienes recién ingresan en la firma, lo que estaría en línea con los resultados de las entrevistas en profundidad a empresas, aunque no se puede concluir que la antigüedad sea un factor determinante para la adopción del teletrabajo.

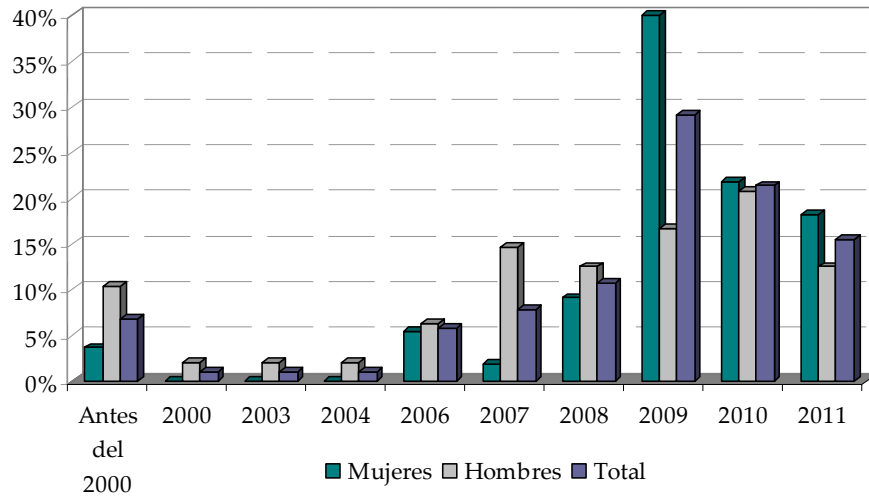
⁹ Walls *et al.* (2006), Pérez Pérez *et al.* (2003), entre otros.

¹⁰ Mahamassani *et al.* (1993) citados en Handy y Mokhtarian (1996a).

¹¹ El 29% de los encuestados indica haber comenzado a teletrabajar en dicho año (2009), precisamente el año en que se desató la epidemia de la gripe A N1H1.

Al analizar esta variable según el sexo, se observa que las mujeres que teletrabajan y respondieron la encuesta tienen mayor antigüedad en la firma (7,4 contra 4,9 de los hombres) y, a su vez, son quienes comenzaron a teletrabajar más tardíamente.

Gráfico 2: Año en que comenzaron a teletrabajar



Sobre este punto, algunos trabajos empíricos analizados a nivel internacional encuentran que la probabilidad de teletrabajar aumenta con la antigüedad en el puesto de trabajo¹², en tanto otros detallan que esta variable no es un factor que influya en el interés por teletrabajar¹³ e incluso algunos encuentran que la probabilidad de teletrabajar aumenta a medida que descende la antigüedad en la empresa¹⁴.

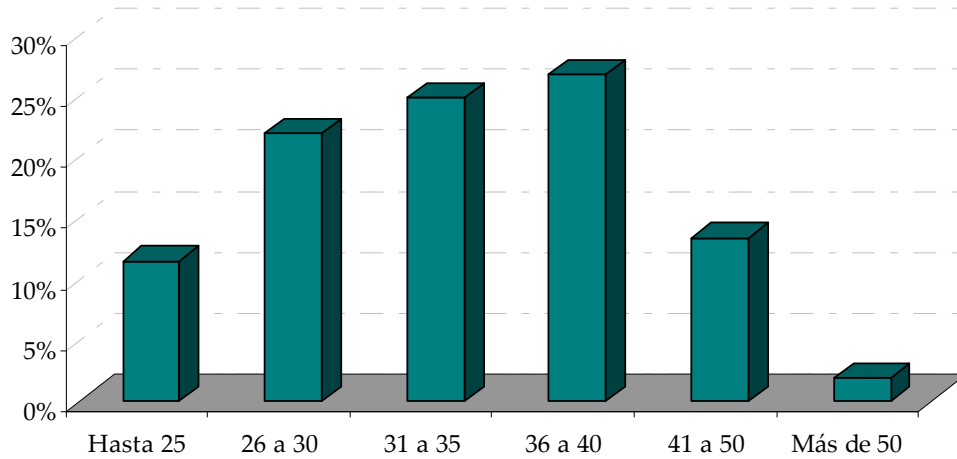
¹² Popuri y Bhat (2003) citados en Walls *et al.* (2006). Basado en encuestas a hogares de New York 1997-98.

¹³ Por ejemplo, Bélanger (1999).

¹⁴ Sullivan *et al.* (1993) citados en Handy y Mokhtarian (1996b).

Los teletrabajadores que respondieron la encuesta mayoritariamente se concentran en la franja etárea que va de los 31 a los 40 años.

Gráfico 3: Edad de los teletrabajadores



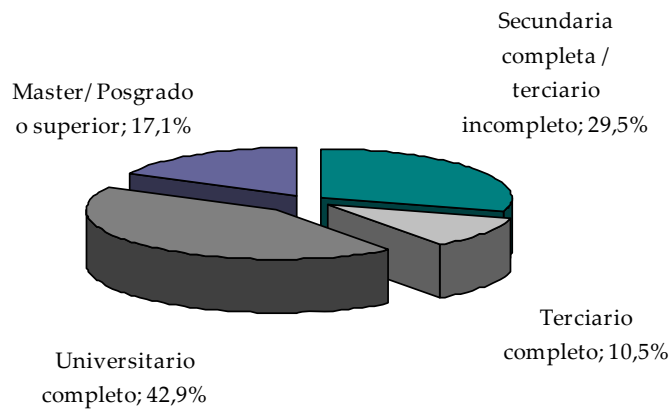
Sobre este punto, los estudios empíricos disponibles muestran que en general la probabilidad de teletrabajar aumenta con la edad¹⁵, aunque algunos estudios no hallan una relación significativa entre la propensión al teletrabajo y la edad de los trabajadores¹⁶.

¹⁵ Peters *et al.* (2004), Drucker y Khattak (2000), Walls *et al.* (2006), entre otros.

¹⁶ Para profundizar en la discusión ver Bélanger (1999).

Respecto al **nivel educativo**, prácticamente el **60% de los encuestados posee título universitario o superior** (gráfico 4). Sin embargo, no resulta desdeñable que un gran grupo de empleados se desempeñan bajo esta modalidad organizacional sin poseer título de grado.

Gráfico 4: Máximo nivel educativo alcanzado



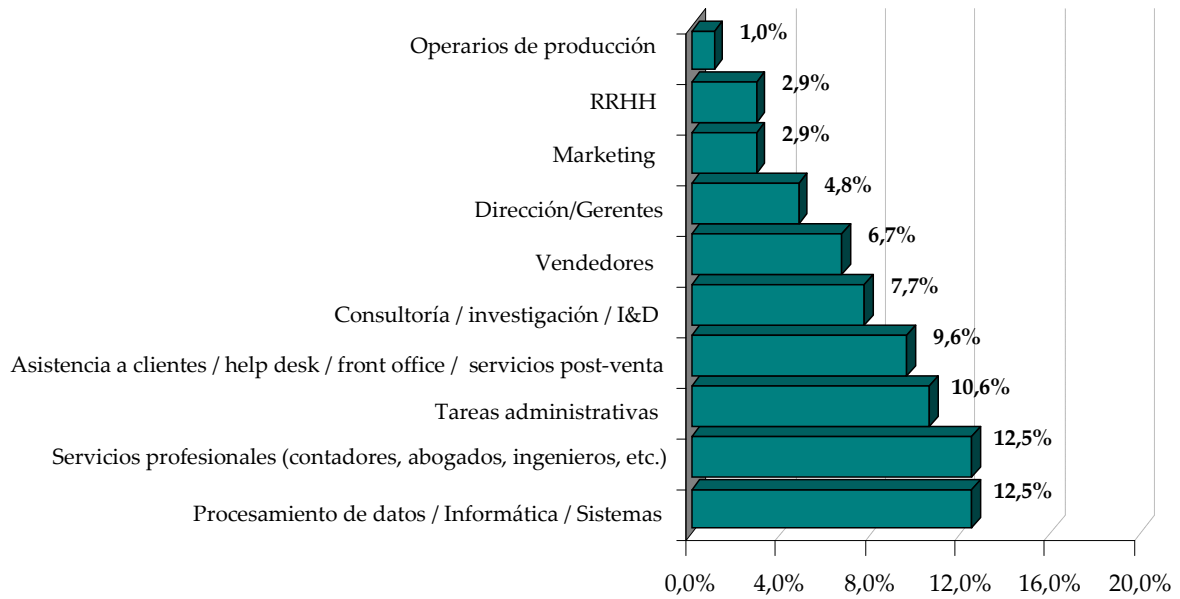
*La evidencia internacional muestra que suelen ser los trabajadores más educados los que tienen mayores **probabilidades** de teletrabajar¹⁷, en general porque se les presentan mayores oportunidades. Este resultado no sorprende teniendo en cuenta que la mayor parte del teletrabajo está mediado por las TICS y suele pertenecer al grupo de tareas desempeñadas por los denominados “knowledge workers”. Sin embargo, la **preferencia** por teletrabajar por parte de los empleados no parece guardar relación con el nivel educativo¹⁸.*

¹⁷ Ver Illegems *et al.* (2001), Popuri *et al.* (2003), Peters *et al.* (2004) y Walls *et al.* (2006).

¹⁸ Sullivan *et al.* (1993) citados en Handy y Mokhtarian (1996b), Peters *et al.* (2004).

Las **áreas de trabajo** en las que se desempeñan los teletrabajadores encuestados pertenecen en su mayoría a actividades vinculadas con el manejo de información (gráfico 5).

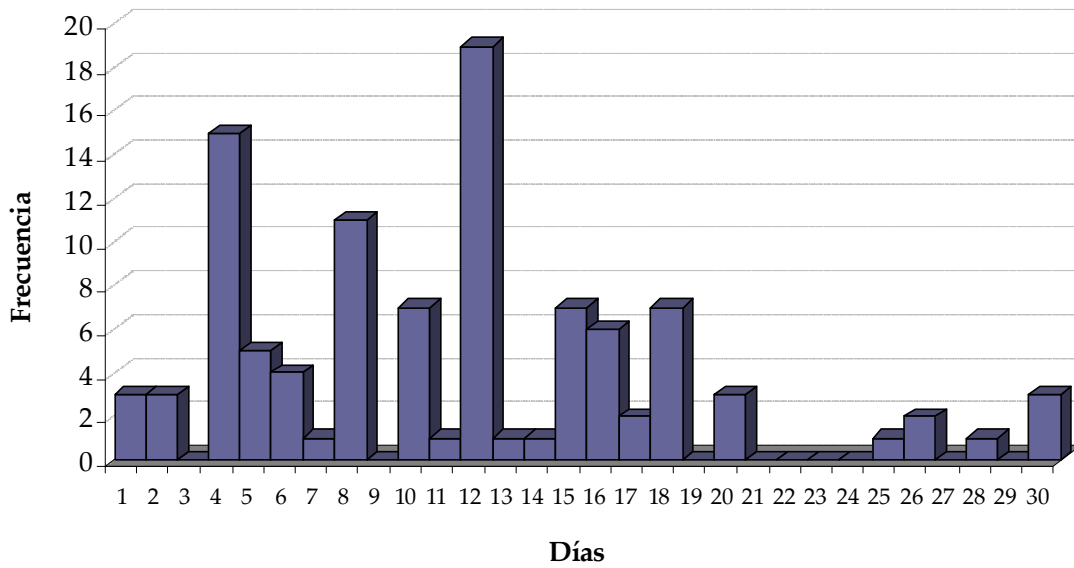
Gráfico 5: Área de trabajo



Sobre las funciones y cargos, los teletrabajadores que forman parte de esta encuesta en su mayoría prestan servicios profesionales o bien son analistas, analistas *seniors*, gerentes o *managers*.

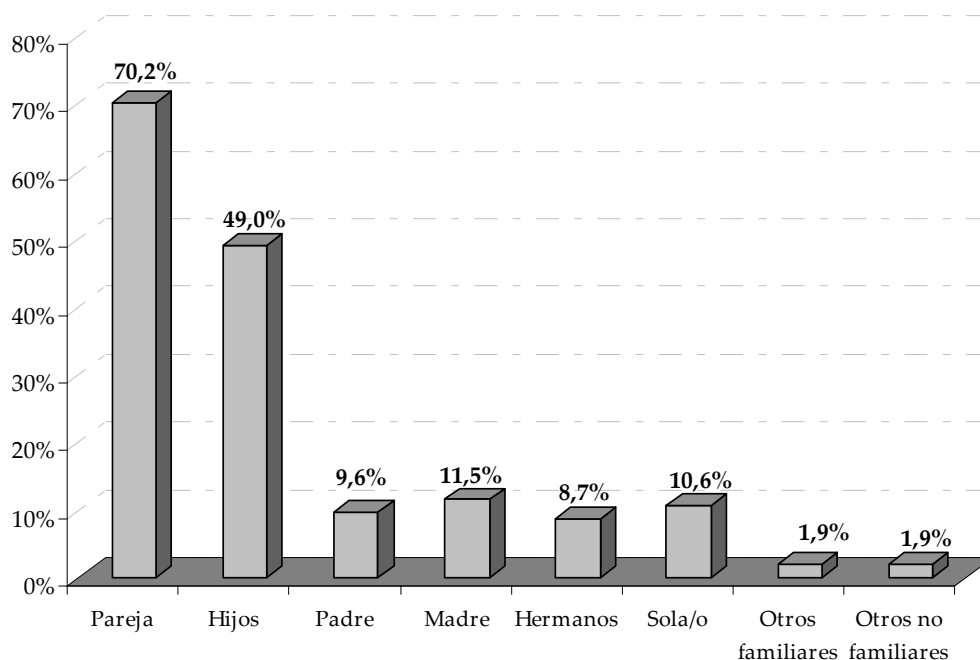
Con relación a la **frecuencia de días que los empleados teletrabajan**, se observa una gran dispersión entre los encuestados, siendo el promedio de 11 días al mes. Al pormenorizar el análisis hay un grupo mayoritario que teletrabaja 3 días por semana (constituido principalmente por mujeres) y un segundo grupo que lo hace 1 día por semana (gráfico 6).

Gráfico 6: Frecuencia de días de teletrabajo



Con relación a la **conformación de los hogares**, el 70,2% de los encuestados vive en pareja y el 49% indica tener hijos (gráfico 7), en su mayoría menores a 10 años, lo cual es esperable teniendo en cuenta que la mayor parte de los que respondieron la encuesta son jóvenes¹⁹.

Gráfico 7: Composición del Hogar de los teletrabajadores



Las investigaciones disponibles sobre estos temas en el mundo desarrollado muestran que si bien la composición del hogar (hijos, pareja, etc.) no afecta la posibilidad de teletrabajar sí influye en el deseo por hacerlo²⁰. La literatura también destaca otras características de los hogares que pueden tener incidencia significativa sobre la probabilidad de teletrabajar (existencia de más de un vehículo en el hogar, hogares monoparentales vs. biparentales, lugar de residencia, etc.²¹)

Por último, a pesar de que únicamente el 10,6% de los que respondieron la encuesta dijo vivir solo, el 53% de los encuestados manifestó que durante la jornada de teletrabajo está en la casa solo, mientras que el resto está en el hogar compartiéndolo con otra persona.

¹⁹ Serían necesarios estudios con representatividad estadística para poder asociar la composición del hogar y otros aspectos demográficos a la práctica del teletrabajo.

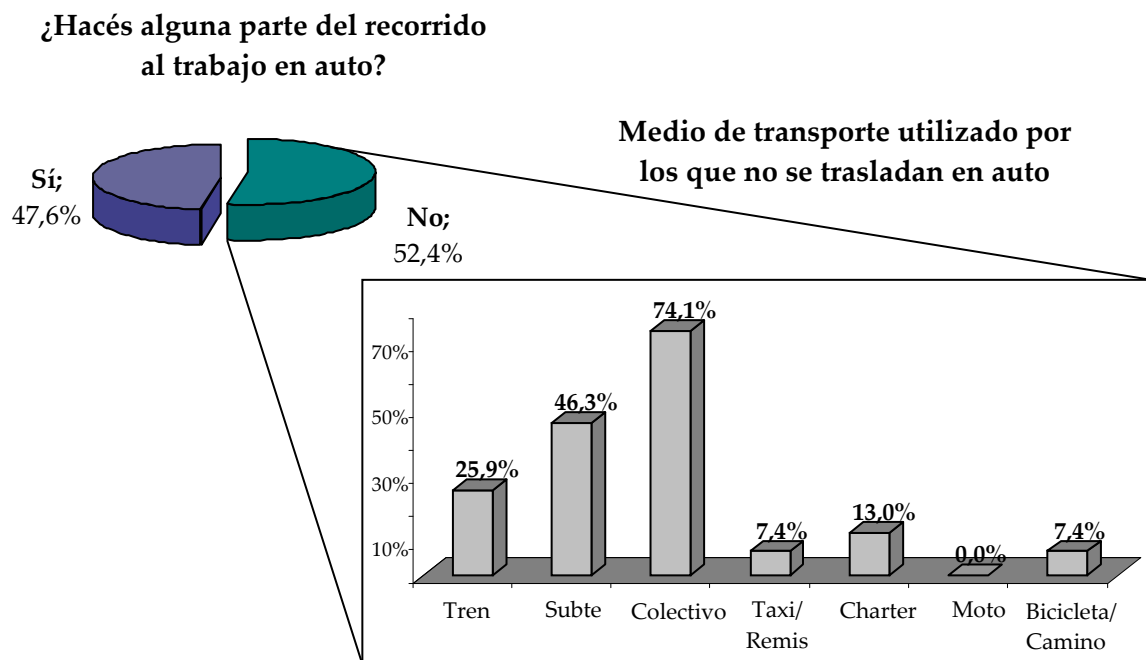
²⁰ Ver Peters *et al.* (2004), Iscan y Naktiyok (2005), Mahamassani *et al.* (1993) citados en Handy y Mokhtarian (1996a) y Sullivan *et al.* (1993) citados en Handy y Mokhtarian (1996a), entre otros.

²¹ Para una discusión sobre estos temas ver, entre otros, Drucker y Khattak (2000) y Walls *et al.* (2006).

2. Hábitos de viaje de los teletrabajadores

Al analizar el **medio de transporte** que utilizan los teletrabajadores que respondieron la encuesta, se observa que la incidencia del automóvil particular es muy notoria. Puntualmente, casi la mitad de los encuestados dijo realizar alguna parte del recorrido al trabajo mediante ese modo en tanto que el resto se desplaza, principalmente, por medios públicos de transporte y, en menor medida, en charter, caminando o en bicicleta (gráfico 8).

Gráfico 8: Distribución modal de los viajes al trabajo



Nota: La pregunta admitía más de una respuesta (combinación de modos).

A su vez, la gran mayoría del grupo de teletrabajadores demora en llegar al trabajo entre media y una hora.

Si bien no es posible establecer una comparación estadística, vale la pena mencionar que los teletrabajadores que respondieron la encuesta demoran en promedio más tiempo en llegar al trabajo que el que se desprende de las encuestas de movilidad disponibles para el área metropolitana (cuadro 1)²². Respecto a las distancias recorridas por los

²² Sin embargo, hay que mencionar que mientras que las estadísticas sobre el Gran Buenos Aires incluyen los viajes de quienes viven y trabajan en el conurbano, éstos no están presentes en la encuesta a teletrabajadores puesto que se trata de trabajadores de empresas localizadas en la Ciudad de Buenos Aires. Al haber una menor concentración demográfica en las localidades del conurbano y, por ende, un menor problema de

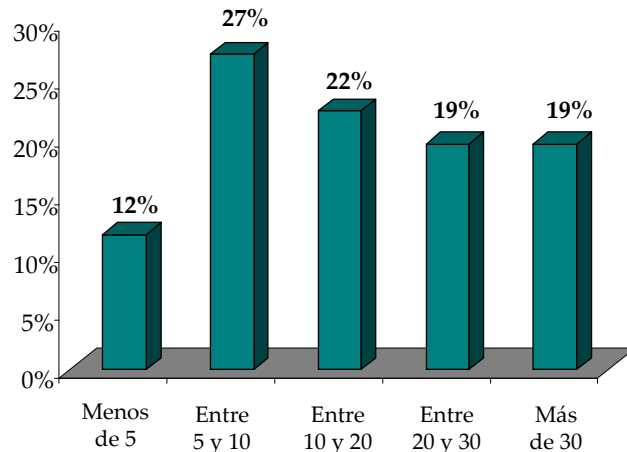
encuestados, que no necesariamente guardan relación con el tiempo que insume el viaje en una ciudad como la de Buenos Aires, muestran que, al menos, el 40% de los trabajadores proviene del Conurbano Bonaerense, según se deduce del gráfico 9. Al distinguir según el empleo del automóvil particular vs. transporte público para ir al trabajo, se pone de manifiesto que en promedio quienes viven más lejos optaron por el transporte privado.

Cuadro 1: Tiempo en llegar al trabajo

Tiempo de transporte	ETE 2009	Encuesta a TT 2011
Vive en el establecimiento	0,8%	0%
Hasta 30 minutos	39,3%	9,7%
De 31 a 60 minutos	32,9%	44,7%
De 61 a 90 minutos	17,7%	28,2%
Más de 90 minutos	9,2%	17,5%
Total	100%	100%

Fuente: elaboración propia sobre la base de la Encuesta a Trabajadores en Empresas 2009, ETE, del Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social.

Gráfico 9: Distancia desde el hogar al trabajo (kilómetros)



Un aspecto relevante desde el punto de vista ambiental es indagar sobre el uso del automóvil durante la jornada en la cual se trabaja de forma remota. Uno de los motivos por el cual el teletrabajo ganó tanta atención en los últimos tiempos, principalmente hacia fines de los 90, es su eventual externalidad positiva para la sociedad en lo que al medio ambiente se refiere. Al evitar el traslado diario de los individuos desde sus domicilios hasta sus lugares de trabajo, el teletrabajo tiene la potencialidad de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Sin embargo, la literatura destaca la existencia de un posible “efecto rebote”, consistente en el hecho de que el trabajador que dispone de un automóvil lo utilice en su día de teletrabajo para realizar viajes no laborales o bien, en el caso de que fuera diariamente al trabajo en auto, lo deje disponible para el uso por parte de otro miembro del hogar. De este modo, el ahorro de emisiones de GEI derivado de no desplazarse hasta la oficina podría ser contrarrestado en forma parcial, total (o incluso superado). De cualquier manera, en general los estudios sobre el tema encuentran que si bien en

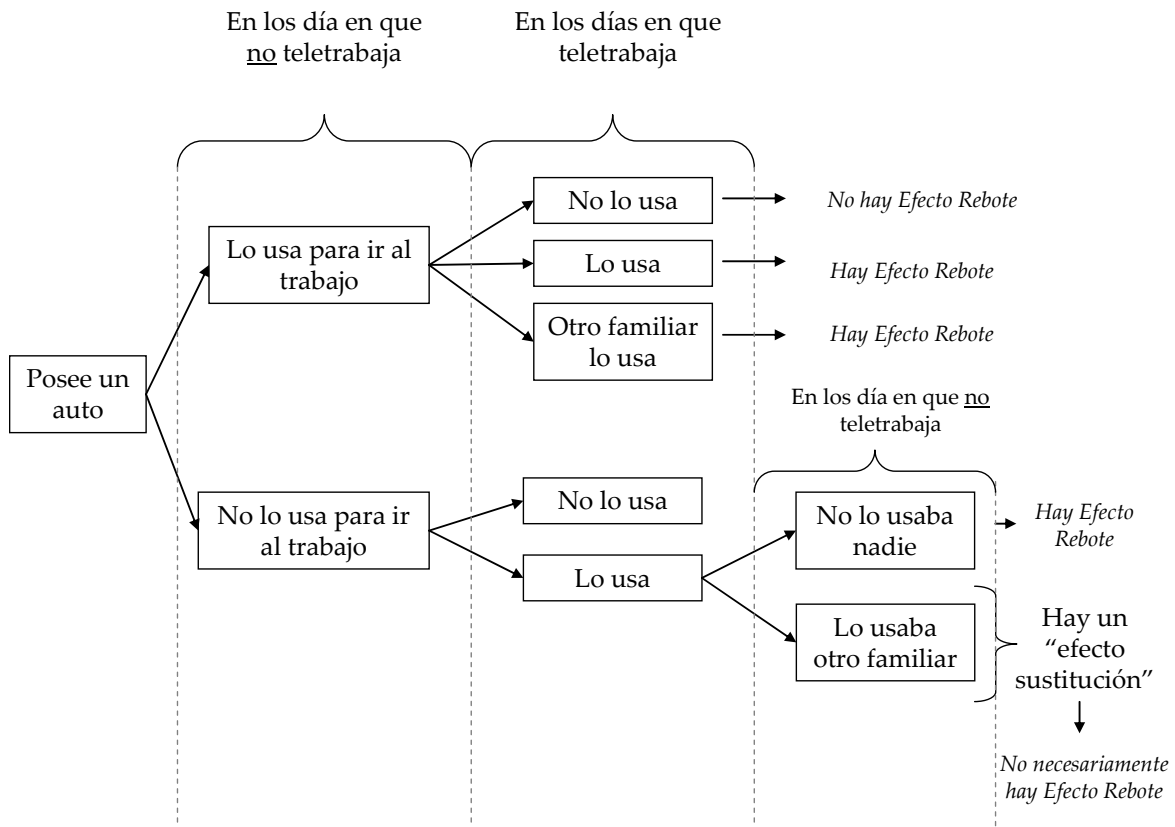
congestión del tránsito, es posible que los tiempos dedicados al *commuting* sean menores que el destinado por quienes residen en la Ciudad de Buenos Aires.

Por otro lado, al no ser la encuesta a teletrabajadores un relevamiento representativo de la población de trabajadores sujetos a esta modalidad laboral, la comparación se realiza sólo con los fines de caracterizar a nuestros encuestados, de ninguna forma es posible extraer conclusiones generales.

los días de teletrabajo se realiza un mayor número de viajes no laborales, estos suelen ser de menor recorrido.²³

Dentro de aquellos que poseen automóvil debemos observar dos conductas: por un lado, la de aquellos que van diariamente a su lugar de trabajo en auto y, por el otro, la de quienes utilizando algún otro medio de transporte para ir habitualmente a la oficina poseen un automóvil que podría ser eventualmente empleado el día en que se teletrabaja (grupo de trabajadores que representa el 42% de los que no viajan en auto). La figura 1 esquematiza la situación. El primer grupo representa el 47% de los encuestados y el segundo el 22%.

Figura 1: El efecto rebote



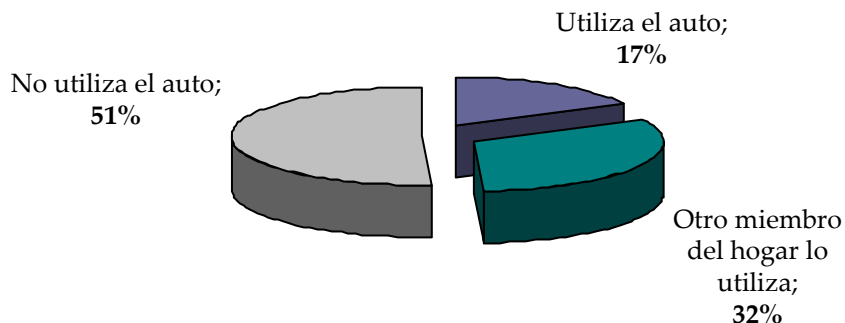
Entre quienes habitualmente utilizan el vehículo propio para ir al trabajo²⁴, el 51% dice que no es utilizado los días que teletrabaja -con lo cual el efecto rebote sería igual a cero-. En tanto, en el resto el auto es utilizado o bien por el propio teletrabajador (17%) o por

²³ Kitamura *et al.* (1991), Henderson y Mokhtarian (1996), Koenig *et al.* (1996), Mokhtarian y Varma (1998), Mokhtarian *et al.* (2004), Choo *et al.* (2005), Ory y Mokhtarian (2005).

²⁴ Según la encuesta, el 94% de quienes respondieron ir al trabajo en vehículos privados lo hace en su propio auto en tanto el restante 6% va en vehículo particular pero como acompañante en el auto de otra persona.

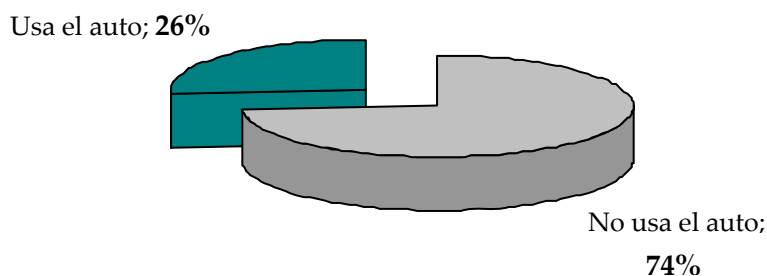
algún miembro de su familia (32%) (gráfico 11).

Gráfico 11: ¿Utiliza el auto el día de teletrabajo?



Respecto al segundo grupo, aquellos trabajadores que a pesar de poseer un auto no lo utilizan habitualmente para ir a la oficina, los resultados de la encuesta indican que el 26% lo usa el día en que teletrabaja (gráfico 12). La relevancia de este grupo reside en que, dado que no emplean el automóvil particular para viajar al trabajo, el ahorro de emisiones de GEI que presupone el teletrabajo es presumiblemente muy bajo o incluso nulo, por lo que su uso en los días de teletrabajo implica la existencia de un efecto rebote muy elevado (pasan de no utilizar el auto a hacerlo)²⁵.

Gráfico 12: Empleo del automóvil en el día de teletrabajo por parte de quienes no lo utilizan para ir habitualmente al trabajo



Para el agregado, tomando ambos grupos de trabajadores, nos queda la siguiente situación (ver cuadro 2): un 45,3% de los encuestados no genera efecto rebote (en estos casos el auto, antes en movimiento, permanece inmóvil), el 43,4% contrarresta el menor uso del auto para ir al trabajo con nuevos desplazamientos (generados por el teletrabajador o por algún otro miembro del hogar) y el restante 11,3% corresponde a encuestados que no utilizan el auto para ir diariamente al trabajo pero lo emplean el día de teletrabajo.

²⁵ No fue indagado, pero este uso del automóvil no generaría nuevas emisiones de GEI si el uso al que se hace referencia constituye una sustitución entre los miembros del hogar (ver la figura 1).

Cuadro 2: El efecto rebote

Posee auto	Va al trabajo en auto	No lo usa cuando TT	45%	Ahorro de emisión de GEI
		Lo usa cuando TT	15%	Efecto rebote: se contrarresta el efecto generado por dejar de ir al trabajo
		Otro familiar lo usa cuando TT	28%	
	No va al trabajo en auto	Lo usa cuando TT	11%	Nuevas emisiones de GEI
	Total		100%	

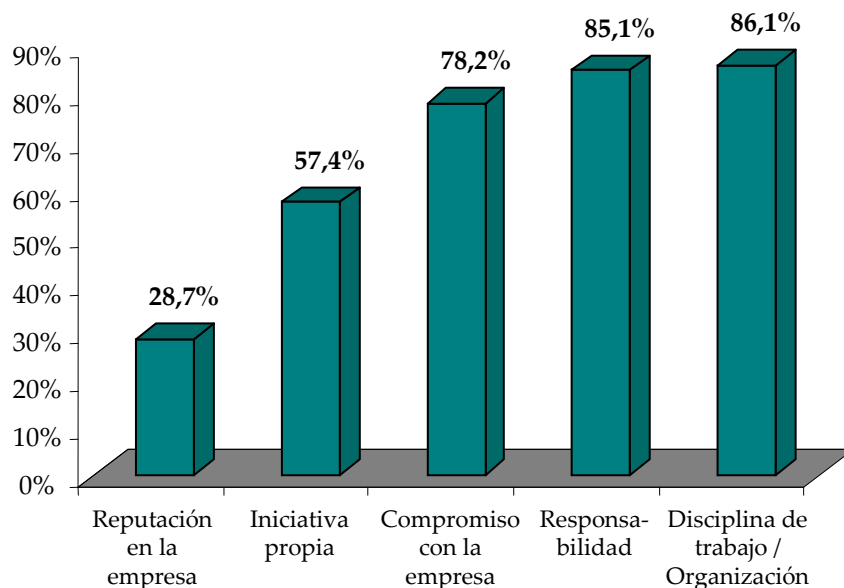
Esta relativamente alta proporción de trabajadores que no realiza desplazamientos en auto los días que teletrabajan se podría explicar, parcialmente, por el hecho de que, a diferencia de lo que ocurre en otros países, el teletrabajo en Argentina parece ser desarrollado enteramente en el hogar (la totalidad de los encuestados indicó su propio domicilio como el lugar donde desarrolla las tareas), lo que reduce la necesidad de movilidad en relación al teletrabajo basado en telecentros.

Sin bien no disponemos de información sobre las distancias recorridas en los días en que se teletrabaja, la información del cuadro precedente parece indicar, dada la elevada proporción de trabajadores que no realiza desplazamientos en auto cuando se trabaja de forma remota, que el efecto rebote no superaría al ahorro derivado de no trasladarse hasta la oficina y que, por ende, podría esperarse un efecto favorable de esta modalidad laboral sobre el medio ambiente.

3. Percepciones de los teletrabajadores

Entre las **razones que los teletrabajadores encuestados creen que son las más valoradas por las empresas** para ofrecerles la posibilidad de teletrabajar se ubica en el primer lugar con 86%, el tener disciplina de trabajo y organización, seguido con un 85% por ser responsables, mientras que el compromiso con la empresa está en el tercer lugar con 78% de las ponderaciones (gráfico 21). En las entrevistas que realizamos a empresas con programas de teletrabajo se destacaba como un valor muy importante el desempeño del empleado y el compromiso con la empresa.

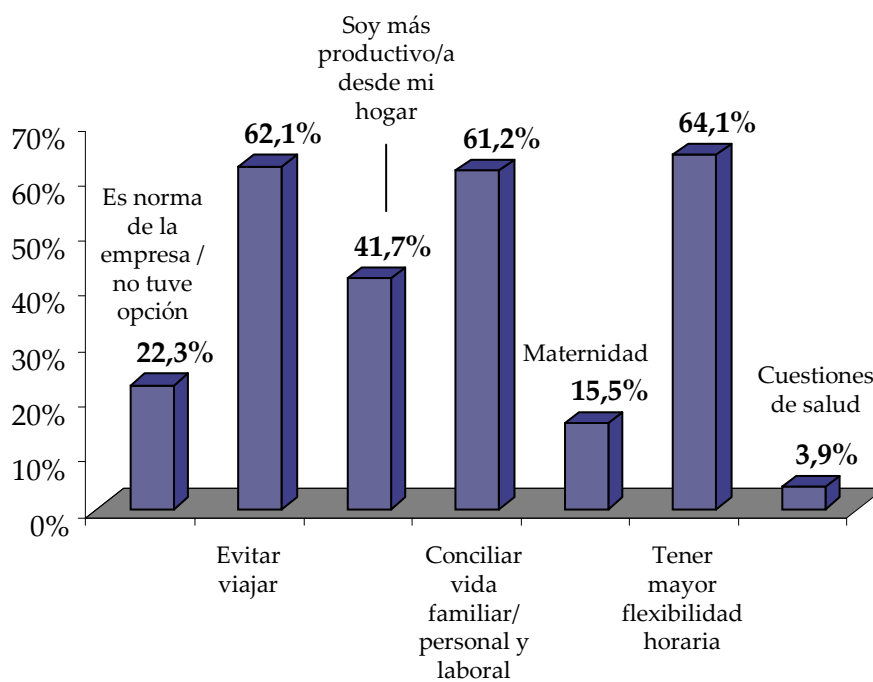
Gráfico 21: Cualidades más valoradas por la firma según la percepción de los teletrabajadores



Nota: la pregunta admite respuestas múltiples

En torno a las **motivaciones para teletrabajar**, las respuestas se concentraron en 3 opciones siendo la más recurrente tener mayor flexibilidad horaria (64%), en segundo lugar, evitar viajar (62%) y en tercer lugar conciliar la vida familiar, personal y laboral (61%) (Gráfico 13).

Gráfico 13: Motivos o drivers para teletrabajar

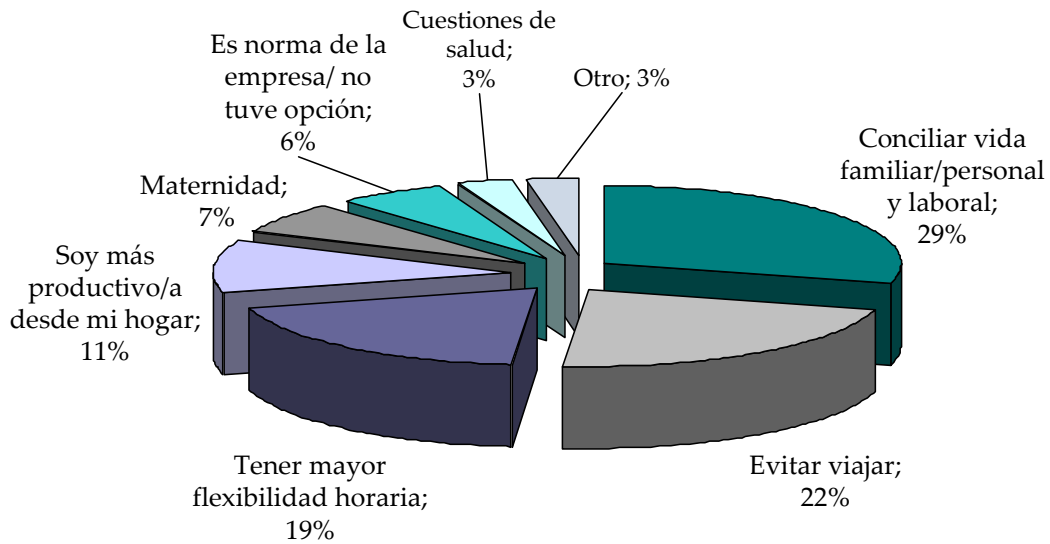


Nota: la pregunta admite respuestas múltiples

Al desdoblarse las motivaciones por sexo, conciliar la vida familiar, personal y laboral aparece como el principal motivo indicado por las mujeres, en tanto que los hombres señalaron en primer lugar contar con mayor flexibilidad horaria.

Al pedirle a los encuestados que señalen cual fue la motivación más importante (entre las opciones elegidas –respuesta múltiple-) conciliar la vida familiar, personal y laboral es la opción más destacada tanto para hombres como para mujeres (gráfico 13)²⁶. Colocan en un segundo lugar el evitar viajar; luego de haber analizado los tiempos dedicados al *commuting*, no resulta sorprendente que esta opción haya sido señalada entre las motivaciones más importantes.

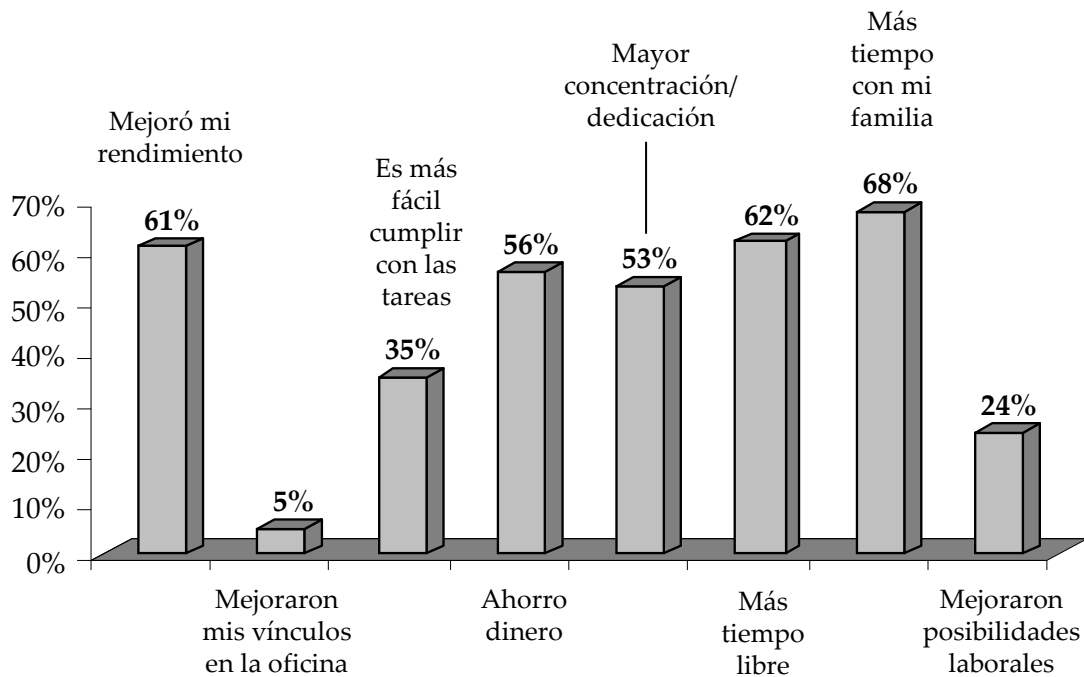
Gráfico 13: Motivo más importante para teletrabajar



²⁶ Las razones más enunciadas por los gerentes y responsables de las empresas entrevistadas en torno a los motivos por los que las empresas implementan estos programas han sido también el beneficio de los empleados y conciliar el trabajo con la vida familiar.

Finalmente, al momento de analizar las **ventajas** más importantes del teletrabajo, los encuestados manifestaron las que indican mejoras en su calidad de vida: mayor disponibilidad de tiempo para estar con la familia (68%) y para atender asuntos personales (62%). A su vez, un aspecto destacable, principalmente desde el punto de vista de la firma, es que una gran mayoría reconoce como ventaja el haber mejorado su productividad (gráfico 15). Al observar dicha variable según sexo, para los hombres que respondieron la encuesta ahorrar dinero es una clara ventaja del teletrabajo (73%).

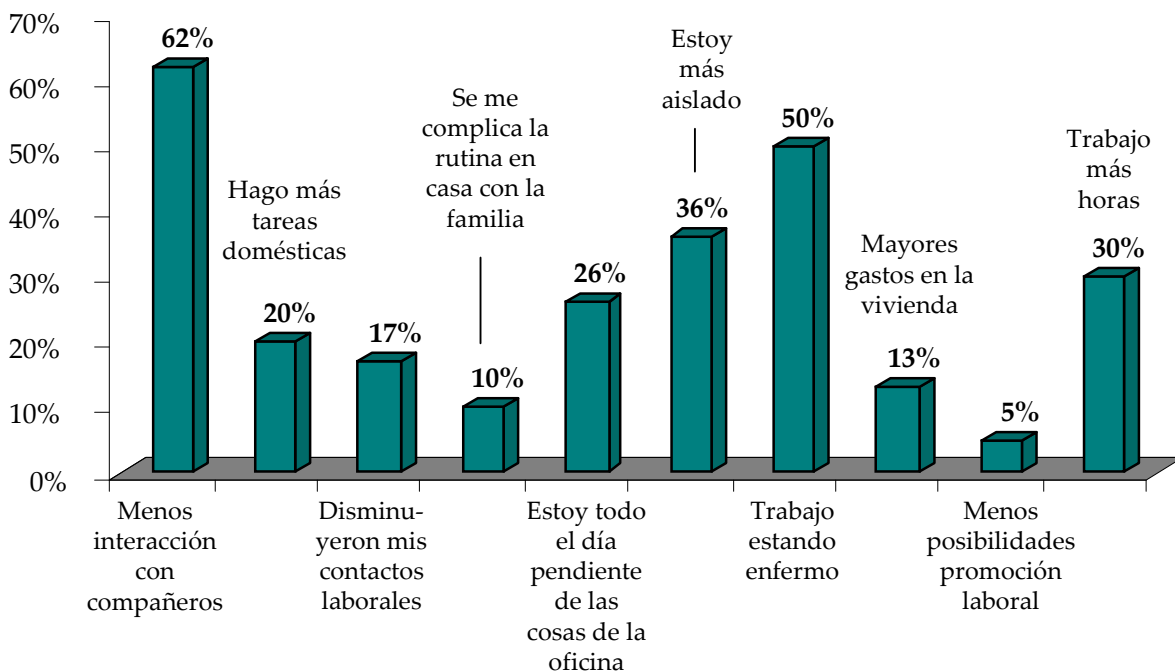
Gráfico 15: Ventajas de teletrabajar



Nota: la pregunta admite respuestas múltiples

En cuanto a las **desventajas** percibidas (gráfico 16) se destaca en primer lugar la menor interacción profesional con los compañeros y colegas de la empresa, (es la principal desventaja señalada por los hombres, 67%, y la segunda entre las mujeres, 58%). Por otra parte, el 50% de los teletrabajadores señala que trabaja aún cuando está enfermo (fenómeno más notorio entre las mujeres, 60%, que entre los hombres, 38%). En relación con los inconvenientes que causa sobre la vida personal, el 36% indica que se encuentra más aislado socialmente, algo que ya había sido destacado en las entrevistas en profundidad a empresas como una de las principales preocupaciones de los gerentes de RRHH²⁷.

Gráfico 16: Desventajas de teletrabajar



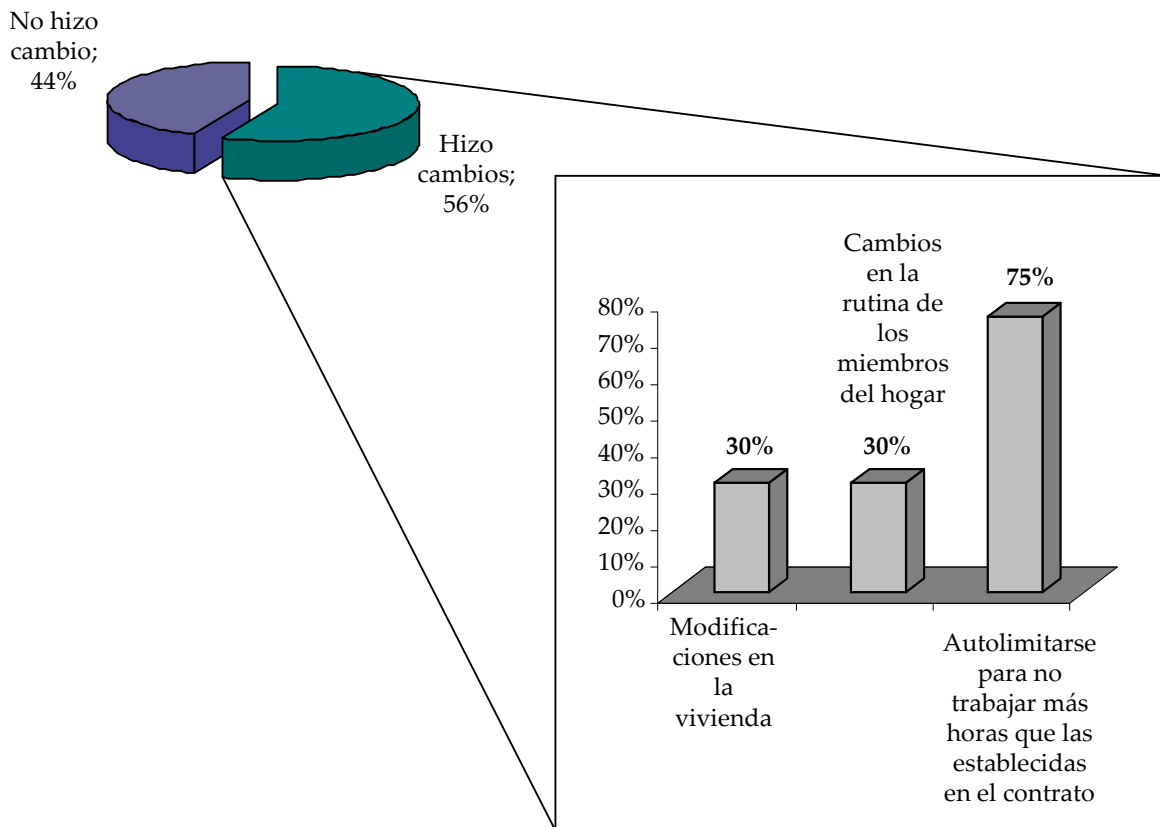
Nota: la pregunta admite respuestas múltiples

²⁷ Sería tal vez pertinente direccionar algún encuentro de reflexión entre los responsables de las áreas de recursos humanos de las firmas a fin de analizar posibles soluciones a la temática del aislamiento, que ha sido una recurrente tanto en la bibliografía internacional como en el trabajo de campo realizado en el marco de la presente investigación

4. Otros impactos del teletrabajo

Respecto de los **cambios que debieron realizar los teletrabajadores** para desempeñarse bajo esta nueva modalidad organizacional, el 44% indicó que no fue necesario incorporar cambios en el hogar o en su conducta para desarrollarse como teletrabajador. Dentro del grupo que sí debió realizar modificaciones, se destaca la necesidad de autolimitarse para no trabajar más horas que las estipuladas por el convenio de trabajo (gráfico 17). En términos generales, este resultado se corresponde con los hallazgos recogidos en las entrevistas a los responsables de las empresas de la muestra.

Gráfico 17: Cambios para poder teletrabajar desde el hogar



Nota: la pregunta admite respuestas múltiples

Al momento de indicar si **fue necesario adquirir equipamientos** (escritorios, sillas, etc.), herramientas informáticas (computadoras o dispositivos como teléfonos inteligentes) o contratar servicio de Internet para teletrabajar, los encuestados mayoritariamente apuntaron que no fue necesario hacer compras.

Cuadro 3: Adquisición de equipamiento necesario para teletrabajar

	Para poder teletrabajar tuviste que comprar/contratar...		
	equipamientos para tu hogar (escritorio, silla, etc.)	computadora o dispositivos como teléfono inteligente	servicio de banda ancha
Sí	28%	12%	36%
No	69%	86%	61%
Ns/Nc	3%	2%	3%
Total	100%	100%	100%

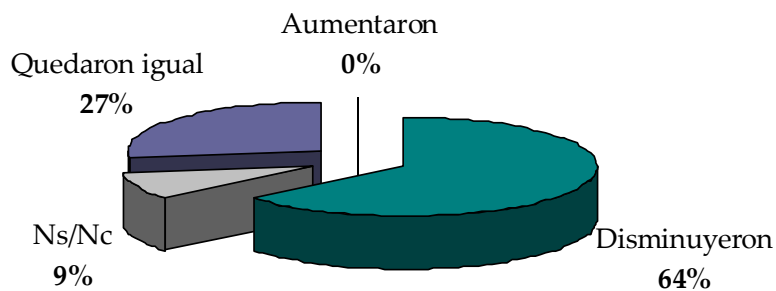
En cuanto al impacto del teletrabajo en los **gastos corrientes**, por el lado de los servicios (gastos en Internet, luz, agua y telefonía) la mayoría manifestó no haber experimentado incrementos. En relación a otros gastos como ser almuerzos, viajes y vestimenta, la gran mayoría señaló haberlos disminuido (cuadro 4).

Cuadro 4: Variación en los gastos del hogar a partir del teletrabajo

	A partir de que teletrabajás gastás...				
	más en internet	más en luz, gas, teléfono	menos en almuerzo/comida	menos en ropa	menos en viaje
Sí	12%	38%	83%	66%	95%
No	85%	55%	14%	26%	3%
Ns/Nc	3%	7%	3%	8%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

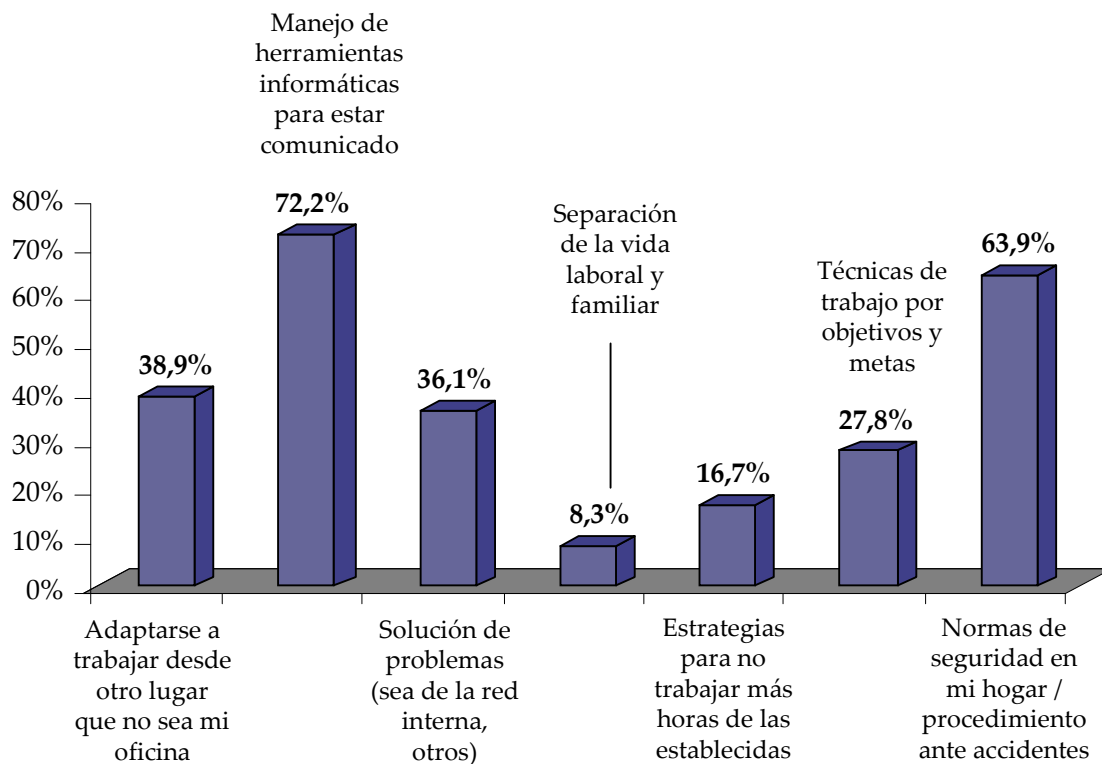
En síntesis, como lo ilustra el gráfico 18, aproximadamente dos terceras partes de los encuestados indicaron que sus gastos laborales disminuyeron a partir de que empezaron a teletrabajar, una porción menor, el 27%, que permanecieron igual, pero en ningún caso se manifestó un aumento.

Gráfico 18: Cambios en los gastos laborales a partir de teletrabajar



Sobre la **capacitación** recibida por los empleados que accedieron a la encuesta, el 63% de teletrabajadores de la muestra indica no haber recibido ningún tipo de capacitación. De los que sí recibieron (37%), las dos temáticas más mencionadas fueron manejo de herramientas informáticas y normas de seguridad en el hogar (gráfico 19).

Gráfico 19: Temas de capacitación



Nota: la pregunta admite respuestas múltiples

Bibliografía

Arling, P. A. (2004). The Impact of Telework on Performance: A Social Network Approach (Research in Progress). America's Conference on Information Systems.

Bélanger, F. (1999). "Workers' propensity to telecommute: An empirical study." Information & Management **35**: 139±153.

Cairns, S., L. Sloman, C. Newson, J. Anable, A. Kirkbride and P. Goodwin (2004). Teleworking. Smarter Choices – Changing the Way We Travel. London, Department for Transport: 252-278.

CENIT-OPyME (2011). Estudios sobre la Difusión del Teletrabajo en las Empresas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Informe de Resultados del Trabajo de Campo, Centro de Investigaciones para la Transformación (CENIT) y Observatorio PyME.

Choo, S., P. L. Mokhtarian and I. Salomon (2005). "Does Telecommuting Reduce Vehicle-Miles Traveled? An Aggregate Time Series Analysis for the U.S." Transportation **32**(1): 37-64.

Drucker, J. and A. J. Khattak (2000). "Propensity to Work from Home: Modeling Results From the 1995 Nationwide Personal Transportation Survey." Journal of the Transportation Research Board **1706**(Transportation Planning, Public Participation, and Telecommuting): 108-117.

Handy, S. and P. Mokhtarian (1996a). "Forecasting telecommuting." Transportation **23**(2): 163-190.

Handy, S. and P. Mokhtarian (1996b). The Future of Telecommuting, Institute of Transportation Studies, UC Davis.

Henderson, D. and P. Mokhtarian (1996). "Impacts of Center-Based Telecommuting on Travel and Emissions: Analysis of the Puget Sound Demonstration Project." Transportation Research Part D **1**(2): 29-45.

Illegems, V., A. Verbeke and R. S'Jegers (2001). "The organizational context of teleworking implementation." Technological Forecasting & Social Change **68**: 275–291.

Iscan, O. F. and A. Naktiyok (2005). "Attitudes towards telecommuting: the Turkish case." Journal of Information Technology **20**: 52–63.

Kitamura, R., P. L. Mokhtarian, R. M. Pendyala and G. Konstadinos (1991). An Evaluation of Telecommuting as a Trip Reduction Measure. California, Berkeley, California.

Koenig, B., D. Henderson and P. Mohktarian (1996). The Travel and Emissions Impacts of Telecommuting for the State of California Telecommuting Pilot Project, Institute of Transportation Studies, UC Davis.

Mahmassani, H., J.-R. Yen, R. Herman and M. Sullivan (1993). "Employee attitudes and stated preferences towards telecommuting: an exploratory analysis." Transportation Research Record **1413**: 31-44.

Mokhtarian, P. and K. V. Varma (1998). "The Trade-Off Between Trips and Distance Travelled in Analyzing the Emissions Impacts of Center-based Telecommuting." Transportation Research Part D **3**(6): 419-428.

Mokhtarian, P. L., G. O. Collantes and C. Gertz (2004). "Telecommuting, residential location, and commute-distance traveled: evidence from State of California employees." Environment & Planning A **36**(10): 1877-1897.

Ory, D. T. and P. L. Mokhtarian (2005). The Impact of Telecommuting on the Commute Time, Distance, and Speed of State of California Workers, Institute of Transportation Studies, UC Davis.

Pérez Pérez, M., P. de Luis Carnicer and Á. Martínez Sánchez (2003). La adopción y difusión pontencial del teletrabajo: estudio de factores explicativos basados en teorías organizacionales. XI Congreso Nacional de ACEDE.

Peters, P., K. G. Tijdens and C. Wetzels (2004). "Employees' opportunities, preferences, and practices in telecommuting adoption." Information & Management **41**(4): 469-482.

Popuri, Y. D. and C. R. Bhat (2003). On Modeling the Choice and Frequency of Home-Based Telecommuting.

Sullivan, M., H. Mahmassani and J.-R. Yen (1993). "A choice model of employee participation in telecommuting under a cost-neutral scenario." Transportation Research Record(1413): 42-48.

Walls, M., E. Safirova and Y. Jiang (2006). What Drives Telecommuting? The Relative Impact of Worker Demographics, Employer Characteristics, and Job Types, Resources for the Future.