

## La pandemia duplica el teletrabajo en España, con más de 3 millones de personas fuera de las oficinas

- Los datos recogidos durante la 3ª ola del EGM revelan que más de 1.600.000 personas han comenzado a teletrabajar en 2020, lo que supone un 54% del total de trabajadores a distancia en la actualidad.
- Por edades, los jóvenes entre 20 y 34 años son quienes más trabajan desde casa, mientras que en el lado contrario se encuentran los empleados entre 55 y 64 años.

**Madrid, 2 de febrero de 2021.-** Si hiciéramos un ranking de las palabras más usadas en 2020, además de las evidentes como coronavirus, confinamiento, o mascarilla, destacaría seguro una más: **teletrabajo**. La pandemia ha cambiado por completo la forma de trabajar de miles de trabajadores, incluyendo también la implantación de entornos de trabajo híbridos que la tecnología hace posibles.

Con el fin de entender mejor **la realidad del teletrabajo en nuestro país**, AIMC incluyó en el trabajo de campo de la 3ª ola del EGM (del 9 de septiembre al 17 de noviembre de 2020), distintas preguntas relacionadas con esta cuestión.



*“Aunque cuando acabemos con la pandemia, lo más seguro es que se recupere parte del trabajo presencial, es muy probable que la fórmula del teletrabajo, completo o parcial, se mantenga en España, acercándonos a cifras similares al resto de la Unión Europea”, asegura José Andrés Gabardo, Director Técnico de AIMC.*

## Casi 1 de cada 5 trabajadores lo hace desde casa

Los datos revelan que un 18% de los trabajadores realizaron todo, o parte de su trabajo desde casa, **lo que equivale a más de 3.000.000 de personas**. Concretamente, el 8% lo hicieron a tiempo completo fuera de la oficina, mientras que el 10% restante lo hizo de manera semi-presencial.

Modalidad de trabajo		
	Población (000)	Porcentaje
Siempre trabajo fuera de casa	13.588	81,8%
Unas veces salgo para trabajar y otras teletrabajo	1.670	10,1%
Teletrabajo siempre en casa	1.339	8,1%

El incremento del trabajo en remoto se entiende mejor al compararlo con la situación en España un año atrás. Y es que, del total de personas trabajando a distancia en la actualidad, solo un 29% ya lo hacían a finales de 2019, mientras que un 54% de encuestados ha iniciado el teletrabajo durante 2020. Esto se traduce en **que más de 1.600.000 de los trabajadores actuales han comenzado a teletrabajar como consecuencia de los efectos del COVID-19 en nuestro país**.

Si atendemos al índice socioeconómico de los encuestados, aquellos que se sitúan en las categorías más altas son los que más teletrabajan, representando a más del 35% y llegado casi al 15% los que declaran hacerlo siempre. A medida que bajamos en la clasificación, se observa también cómo gana terreno el trabajo puramente presencial.

Diferencias por índice socioeconómico							
% vertical	IA1	IA2	IB	IC	ID	IE1	IE2
Trabajadores (000)	2.238	3.301	2.620	5.317	1.496	1.598	27
Siempre trabajo fuera de casa	64,5%	74,4%	76,2%	90,4%	90,3%	94,5%	100%
Unas veces salgo para trabajar y otras teletrabajo	20,6%	15,5%	13,1%	4,9%	4,7%	1,9%	-
Teletrabajo siempre en casa	14,8%	10,4%	10,7%	4,7%	5%	3,7%	-

## Las mujeres y jóvenes de entre 20 y 34 años, los que más teletrabajan

Algunos otros datos que nos revela esta 3ª ola del EGM tienen que ver con cómo se distribuye el teletrabajo por cuestiones de género o edad. Por ejemplo, aunque el porcentaje de hombres y mujeres que teletrabajan en algún momento de la semana es muy similar, cuando nos fijamos en quienes lo hacen exclusivamente desde casa, las mujeres están 2 puntos por encima que los hombres.

Diferencias por género		
	Hombre	Mujer
Siempre trabajo fuera de casa	82,1%	81,7%
Unas veces salgo para trabajar y otras teletrabajo	10,8%	9,1%
Teletrabajo siempre en casa	7,1%	9,2%

Si atendemos a la edad, observamos cómo los perfiles más jóvenes son quienes más trabajo desde casa realizan. **Superan el 20% los jóvenes de entre 20 a 34 años que únicamente teletrabajan**, mientras que la cifra descuenta hasta el 5,6% entre la franja de 55 a 64 años. Fijándonos en la semi-presencialidad, son los mayores de 65 quienes lideran con un 13,7%.

Diferencias por edad							
% vertical	14 a 19 años	20 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	Más 65 años
Trabajadores (000)	153	593	2.839	4.931	5.091	2.858	131
Siempre trabajo fuera de casa	87,6%	79,1%	77,6%	81,2%	82,5%	86,7%	79,4%
Unas veces salgo para trabajar y otras teletrabajo	-	9,8%	12%	10,8%	9,9%	7,7%	13,7%
Teletrabajo siempre en casa	11,8%	11,1%	10,4%	8,1%	7,7%	5,6%	6,9%

Por último, cabe destacar también las diferencias encontradas también en cuanto a la nacionalidad. Y es que, mientras que un 19,2% de españoles manifiesta estar en alguna modalidad de teletrabajo, esa cifra se reduce a la mitad (10,2%) en el caso de los trabajadores extranjeros.

### **Sobre el EGM**

El Estudio General de Medios (EGM) analiza el consumo de los medios de comunicación en España y está realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). Una Junta Directiva y una Comisión Técnica son las encargadas de dirigirlo con las evoluciones propias y mejoras a lo largo de toda su extensa trayectoria. Actualmente se sigue utilizando como referencia dentro y fuera de nuestras fronteras. Asimismo, el EGM también se utiliza como marco referencial para definir el universo del panel de medición de audiencias online en España de comScore y del panel de medición de audiencia de televisión de Kantar. En la actualidad, el EGM combina cinco estudios, más de 150.000 entrevistas y tres metodologías distintas de captación: entrevista personal, entrevista telefónica (incorporando móviles en 2008) y, desde 2018, entrevistas online. Es un estudio clave y referencial en el mercado nacional.

### **Sobre AIMC**

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 133 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados. AIMC es gestora del EGM desde 1988, un estudio que ofrece el conocimiento más riguroso, objetivo y transparente sobre el consumo de los medios de comunicación en España, además de estar elaborado con el máximo consenso de todos sus asociados.

Para más información visite: <http://www.aimc.es>