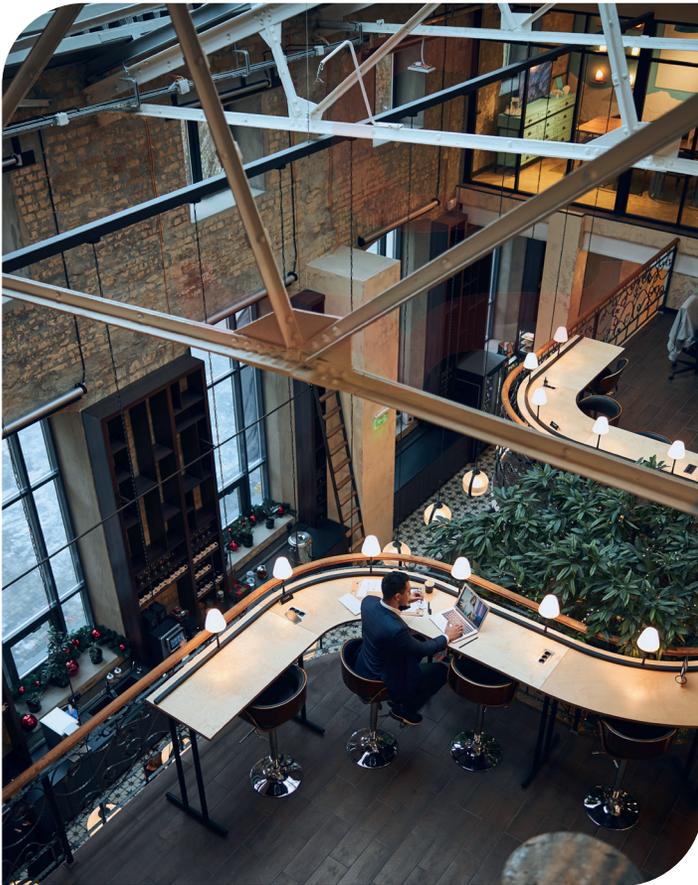


Tema 1

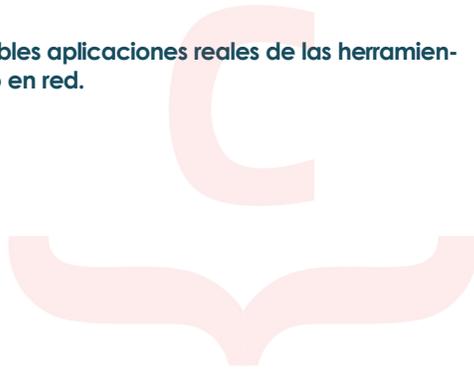
Conceptos básicos de trabajo en red



- Descripción de los conceptos de trabajar en red
 - Definición de networking
 - Descripción de coworking
 - Localización de herramientas de gestión en red
 - Elementos informáticos
 - Claves per organizar el software para trabajar en red: programas base
-

OBJETIVOS:

- Distinguir las características y ventajas del trabajo en red.
- Conocer posibles aplicaciones reales de las herramientas de trabajo en red.



INTRODUCCIÓN

Las herramientas para el trabajo en red son aplicaciones y plataformas diseñadas para facilitar la colaboración y la comunicación entre equipos de trabajo, especialmente cuando se encuentran en ubicaciones remotas o trabajan de forma distribuida. Estas herramientas permiten a los miembros del equipo compartir información, coordinar tareas y mantener una comunicación fluida, incluso sin estar físicamente en el mismo lugar.

1. DESCRIPCIÓN DE LOS CONCEPTOS DE TRABAJAR EN RED

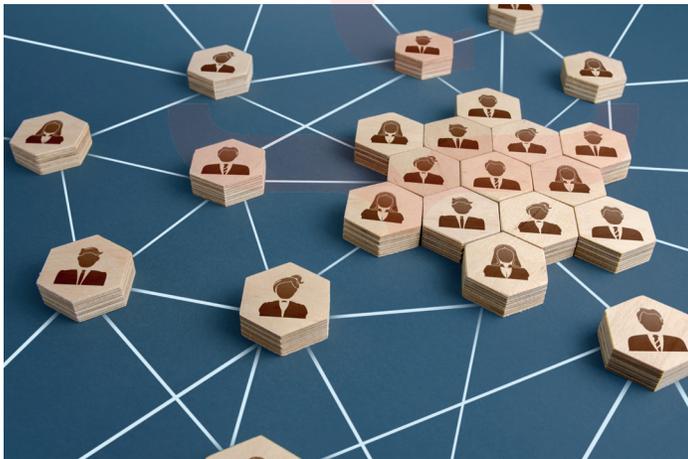
El concepto de “trabajar en red” se refiere a la colaboración y comunicación entre individuos, grupos o sistemas, facilitada por tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Así, el trabajo colaborativo, apoyado por el uso de ordenadores y dispositivos móviles con acceso a internet, es aquel que realiza un grupo o equipo de personas, cuya colaboración es fundamental para alcanzar una serie de objetivos comunes, pudiendo realizar su actividad en remoto y sin necesidad de compartir el mismo horario ni espacio físico. Asimismo, la Web facilita los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad profesional a través de dos vertientes: la comunicativa (redes sociales, chats, foros, boletines electrónicos, herramientas de trabajo colaborativo, etc.) y la archivística y documental (documentos electrónicos, archivos de mensajes, bases de datos, búsquedas de información, enlaces, revistas y libros electrónicos, etc.).

Cuando afrontamos el trabajo colaborativo *online* es necesario seguir una serie de buenas prácticas, pues hemos de tener en cuenta que manejamos distintos espacios físicos, horarios y organización personal. Por ello, resulta tan relevante adoptar ciertos hábitos para comunicarse a través de los diversos canales. De igual modo, es necesario recordar la necesidad de establecer una serie de normas para que cumplan todos los miembros de la comunidad en el proceso de participación:

- **Colaboración:** trabajar en red implica colaborar de manera efectiva con otros, ya sea dentro de una organización, entre organizaciones o a nivel global. La colaboración puede tener lugar de manera sincrónica o asincrónica y se facilita mediante herramientas digitales.
- **Comunicación:** ha de ser fluida y frecuente; recibir *feedback*, es decir, comentarios y seguimiento sobre las tareas realizadas para saber si se adecúan a lo esperado o es necesario efectuar modificaciones; y expresar los mensajes de forma clara, concisa, argumentada y sin circunloquios. Las herramientas de comunicación en red pueden abarcar desde correos electrónicos y mensajería instantánea hasta plataformas de videoconferencia. Los miembros del equipo de trabajo colaborativo han de saber o, en su caso, determinar, cuáles van a ser sus herramientas de comunicación, así como la idoneidad de uso de cada una de ellas.
- **Conectividad:** es esencial para trabajar en red. La capacidad de acceder a la información y a otras personas en cualquier momento y lugar, a menudo habilitada por la tecnología, es clave para la eficacia en el entorno laboral actual.
- **Tecnologías de la información y la comunicación (TIC):** el uso de TIC, como ordenadores, dispositivos móviles, *software* colaborativo y plataformas en la nube, facilita la creación y el mantenimiento de redes de trabajo. Estas herramientas permiten compartir información, colaborar en proyectos y mejorar la eficiencia operativa.
- **Trabajo remoto:** el trabajo en red a menudo implica la capacidad de trabajar de forma remota. Los avances tecnológicos han permitido que los profesionales realicen sus tareas desde ubicaciones diversas, promoviendo la flexibilidad laboral y la inclusión de equipos distribuidos.
- **Gestión del conocimiento:** trabajar en red implica la gestión efectiva del conocimiento. Las redes permiten compartir y acceder a conocimientos y experiencias colectivas, facilitando el aprendizaje continuo y la innovación.
- **Plataformas colaborativas:** su uso, como intranets, herramientas de gestión de proyectos y sistemas de compartición de documen-

tos, facilita la colaboración y el intercambio de información en tiempo real.

- Seguridad de la información: la seguridad es una consideración crítica al trabajar en red, especialmente cuando se comparten datos sensibles. Implementar medidas de seguridad, como cifrado y autenticación, es esencial para proteger la información.
- Gestión de redes sociales: las redes sociales empresariales, internas o externas, pueden desempeñar un papel en la construcción de relaciones profesionales, la colaboración y la difusión de información relevante en un entorno laboral.
- Flexibilidad y adaptabilidad: trabajar en red requiere flexibilidad y la capacidad de adaptarse a cambios tecnológicos y organizativos. La agilidad es esencial para mantenerse eficaz en entornos laborales dinámicos.



En resumen, trabajar en red implica la integración de personas, tecnologías y procesos para lograr una colaboración efectiva, promover la comunicación y mejorar la eficiencia en el ámbito laboral. La evolución continua de la tecnología y la forma en que las organizaciones adoptan y gestionan estas herramientas también influyen en la manera en que se lleva a cabo el trabajo en red.

2. DEFINICIÓN DE NETWORKING

El término *networking* puede traducirse como “trabajar en red”, ya que hace referencia al intercambio informativo y colaborativo entre las personas, por lo que tiene especial importancia la comunicación digital. Es la actividad dirigida a tejer una red de contactos profesionales para entablar relaciones laborales, comerciales, de aprendizaje y/o de servicios.

Sus beneficios son múltiples, tanto en relación con el desarrollo de la carrera profesional individual como a nivel empresarial o corporativo:

- Incremento de posibilidades profesionales en el mercado laboral.
- Conocimiento amplio del mercado laboral.
- Aprendizaje continuo y permanente.
- Fidelización de clientes.
- Promoción del profesional y/o la empresa.
- Difusión de nuestros productos y/o servicios.
- Conocimiento de clientes potenciales.
- Nuevos contactos profesionales: colaboradores, empleados y socios.

La práctica del *networking* favorece que amplíemos las posibilidades profesionales en el mercado laboral, así como su conocimiento. También que estemos al día de las tendencias y novedades del sector, obligándonos a un aprendizaje continuo y permanente. Fidelizar clientes, promocionar nuestra actividad o a nuestra empresa, difundir nuestros productos y servicios y contactar con posibles clientes, empleados, colaboradores, colegas y socios, son algunas otras de sus numerosas ventajas.

En consecuencia, los beneficios del *networking* son múltiples, tanto en relación con el desarrollo de la carrera profesional individual como a nivel empresarial o corporativo.

2.1 Tipos de networking

A efectos prácticos, es necesario distinguir entre dos tipos de *networking*: presencial (*offline*) o virtual (*online*).

- *Networking* presencial: se desarrolla normalmente en reuniones, recepciones, conferencias y eventos; refuerza los mensajes a través de la comunicación no verbal, facilita mayor cercanía en el trato y obtiene reacciones en tiempo real de los interlocutores, las cuales pueden aportar una información valiosa. No obstante, para practicarlo es necesario poseer habilidades sociales y adoptar una actitud proactiva.
- *Networking* virtual: se desarrolla principalmente a través de medios sociales, por lo que cuenta con una serie de ventajas e inconvenientes. Gracias a esa comunicación a través de ellos, podemos entrar en contacto con personas de cualquier parte del mundo y tener acceso a perfiles profesionales que, de otra forma, nos sería casi imposible. Además, la posibilidad de conectar en cualquier sitio y lugar facilita todavía más la comunicación. No obstante, a pesar de sus ventajas, sus principales inconvenientes son la lentitud en la comunicación, ya que el interlocutor puede tardar horas o incluso días en dar respuesta; la necesidad de disponer de dispositivos digitales con conexión a internet, a la que no siempre tenemos acceso; y la ausencia del lenguaje no verbal que sí obtenemos en el trato cara a cara.

Lo más adecuado es combinar el *networking* presencial y el virtual cuando nos sea posible. Crear nuevos contactos a través de las redes y acudir a eventos profesionales y conocerlos en persona nos hará salir de nuestra zona de confort y establecer relaciones más firmes. Por el contrario, es posible que al asistir a conferencias o actividades conozcamos a individuos interesantes que no formen parte de nuestros contactos *online*, por lo que podemos aprovechar para incluirlos. De tal forma, conseguiremos los beneficios de ambas estrategias para lograr los objetivos que nos hayamos marcado.

Debido a que la comunicación a través de los medios sociales va a ser un componente fundamental, y no podemos olvidar que el rastro y la presencia que tenemos en internet es nuestra carta de presentación ante todo el mundo, tanto a nivel personal como profesional,

adquiere especial relevancia el cuidado de la identidad digital para poder llevar a cabo buenas acciones de *networking*, así como vigilar la huella digital que hemos ido dejando en la Red.



2.2 Estrategia de networking

Para que el *networking* sea efectivo es necesario desarrollar una estrategia con la que definir el perfil a utilizar, el público al que vamos a dirigirnos y las actuaciones que vamos a realizar. Lo primero que hemos de decidir es si nuestra estrategia va encaminada a potenciar nuestro propio perfil profesional, a nivel individual, o si hemos de seleccionar un perfil empresarial, en el supuesto de los negocios, pequeñas y medianas empresas, organizaciones, asociaciones, etc. Una vez que tengamos decidido el perfil, que será el que habremos de utilizar como tal en las redes, hemos de seleccionar el público al que nos dirigimos. ¿Nos interesa conocer y captar a más clientes? ¿Necesitamos entrar en contacto con profesionales y colaboradores de nuestro sector para nuestros proyectos? ¿La empresa requiere más distribuidores o socios? ¿Necesitamos relacionarnos en un ámbito determinado de nuestro sector profesional para incrementar nuestras posibilidades laborales? Estos son solo algunos de los públicos a los que podemos decidir dirigirnos. En ocasiones, puede que tengamos

varios en mente, pero hemos de centrarnos en el más relevante, ya que determinará el resto de opciones a decidir en nuestra estrategia.

Si hemos escogido el público, deberemos determinar las formas en las que vamos a comunicarnos o entrar en contacto con él. Es el mejor modo de elegir las herramientas, ya que no tiene sentido que perdamos el tiempo y el esfuerzo en un entorno en el que las personas que buscamos no se mueven. Por ejemplo, si lo que queremos es hallar contactos para nuevas oportunidades laborales, lo primordial es que estemos en una red social profesional como LinkedIn, pero esta no será la más adecuada si lo que queremos es llegar a nuestros clientes, que a lo mejor están en Instagram, en Meta o en YouTube.

Deberemos investigar en los medios especializados referentes a nuestro sector y área de actividad para estar al tanto de las tendencias, conocer quiénes son los nombres influyentes y por dónde se mueven y comunican en los medios sociales. Una forma rápida de conocer las novedades de tales materias es suscribirse a los boletines de temática afín a la nuestra, por medio de listas de distribución de correo, los cuales nos mantendrán al día a través de correos electrónicos.

Una vez que sepamos dónde se mueve nuestro público y esos contactos que deseamos entablar, siempre con relación a nuestra área de interés, es hora de participar en las redes sociales, en los foros, blogs, etc.; asistir a eventos, como conferencias y congresos; y, si nos interesa, unirnos a alguna asociación. Recuerda que hemos de participar con educación, humildad y de forma colaborativa, aportando valor con nuestras intervenciones y compartiendo nuestros conocimientos.

Para poder desempeñar todo ello de forma correcta, adquiere especial importancia la gestión de los contactos que entablamos, tanto en su clasificación como en su mantenimiento. La clasificación más efectiva de los contactos es aquella que los agrupa por categorías, ya sea personal y profesional, o según áreas de actuación: académica, laboral, ocio, etc. De igual modo, hemos de mantener actualizada la lista de contactos para que no surjan las complicaciones o podamos perder oportunidades por un dato antiguo o erróneo.

2.3 Networking en redes sociales

Las redes sociales son una de las herramientas principales para practicar el *networking* en el entorno *online*, ya que nos permiten la puesta en contacto con profesionales y empresas con las que, de otra forma, resultaría complicado, así como estar al tanto de eventos y tendencias en torno a nuestro sector profesional.

Básicamente, las principales buenas prácticas de *networking* en redes sociales son:

- Crear la estrategia personal.
- Seleccionar las redes en las que participar en función del sector y las necesidades.
- Sinceridad y transparencia en la presentación y en los datos que se muestran.
- Productividad.
- Primar la calidad de los contactos sobre la cantidad.
- Cuidar, colaborar y alimentar la red.

Cuando llevemos a la práctica nuestra estrategia de *networking* virtual en las redes sociales, habremos de seleccionarlas adecuadamente en función del sector en el que nos movemos y nuestras necesidades. Hemos de ser honestos y transparentes en nuestra presentación, productivos, primar la calidad de los contactos sobre la cantidad y cuidar nuestras relaciones en la Red, aportando valor e interviniendo en ella.

Las cuentas de redes sociales abandonadas o desatendidas causan muy mala impresión, tanto a nivel empresarial como profesional o personal. Se transmite una imagen de desinterés y desidia que consigue el efecto contrario al deseado. No tiene sentido mantener abierta una red que no se utiliza en la que solo se ha escrito una publicación y que permanece inalterable aunque pasen meses o años. Lo más recomendable es abrir una o dos cuentas en las redes sociales que consideremos imprescindibles (Instagram en el sector de la moda, X en los medios de comunicación, etc.) e ir incrementando la presencia en redes en función de las necesidades y si resulta posible su gestión.

3. DESCRIPCIÓN DE COWORKING

El *coworking* es un concepto que se refiere a un estilo de trabajo en el cual profesionales independientes, emprendedores y pymes de diferentes sectores comparten un espacio de trabajo común, ya sea físico o virtual. A través del *coworking*, estos profesionales pueden desarrollar sus proyectos profesionales mientras fomentan la colaboración y la creación conjunta de ideas. La única diferencia de una sala de trabajo es que en el espacio *coworking* existe un gestor del espacio, cuyo trabajo es presentar a los distintos trabajadores para mejorar la comunicación e intereses entre ambos. Esto ayuda a crear oportunidades profesionales y personales que no podrían darse si se trabaja individualmente.



Este modelo de trabajo ha ganado popularidad en las últimas décadas debido a la creciente tendencia hacia el trabajo independiente y la flexibilidad laboral. Las características comunes de un espacio de *coworking* incluyen:

- Espacio compartido: los usuarios comparten un espacio físico común que puede incluir escritorios, mesas, salas de reuniones y áreas comunes. Es decir, los *coworkers* comparten un entorno de trabajo, lo que les permite interactuar y establecer conexiones.
- Flexibilidad: los espacios de *coworking* suelen ofrecer opciones flexibles que permiten a los usuarios elegir entre planes diarios, semanales, mensuales o incluso por horas, según sus necesidades.

- Independencia y comunidad: uno de los aspectos más destacados del *coworking* es la oportunidad de establecer conexiones y redes profesionales. Los miembros pueden colaborar, intercambiar ideas y beneficiarse de la diversidad de habilidades y experiencias presentes en la comunidad. Aunque trabajan en el mismo espacio, cada profesional mantiene su independencia. Sin embargo, la base del *coworking* radica en la comunidad, donde un gestor o *community builder* trabaja para fomentar la colaboración entre los miembros.
- Infraestructura compartida: además de los espacios de trabajo, los *coworkings* suelen ofrecer servicios compartidos como internet de alta velocidad, impresoras, salas de reuniones equipadas y áreas de descanso. Por lo general, deben estar especialmente adaptados y diseñados para brindar un área amplia, cómoda y bien iluminada, así como contar con una conexión eficiente y rápida.
- Ambiente colaborativo: a diferencia de un entorno de oficina tradicional, los espacios de *coworking* fomentan un ambiente más relajado y colaborativo. Los espacios de *coworking* establecen reglas para garantizar un ambiente de trabajo adecuado para todos.
- Eventos y actividades: muchos espacios de *coworking* organizan eventos, talleres y actividades para fomentar la interacción entre los miembros y promover el aprendizaje y el desarrollo profesional.

Coworking



El *coworking*, por tanto, proporciona a los trabajadores independientes y a pequeñas empresas un entorno de trabajo compartido que combina la flexibilidad con la estructura necesaria para fomentar la productividad y la colaboración. Además, ofrece una alternativa atractiva para aquellos que buscan escapar de la soledad del trabajo remoto o que desean evitar los costes y compromisos asociados con la gestión de una oficina independiente. En España, el movimiento de *coworking* ha crecido rápidamente en los últimos años y existen cientos de espacios distribuidos por todo el país.

Toma nota

El *coworking* se entiende como una cesión de espacio para que el profesional trabaje en un entorno compartido. Los espacios de *coworking* deben regirse por una serie de normas de convivencia que permitan que el clima de trabajo sea el adecuado para toda su comunidad.

4. LOCALIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DE TRABAJO EN RED

Por herramientas de trabajo en Red entendemos la identificación y disponibilidad de herramientas, recursos o aplicaciones que son accesibles a través de una Red, generalmente en entornos empresariales o colaborativos. Son herramientas que permiten acceder, crear y compartir información, al tiempo que interactuar y comunicarse con otros usuarios. Estas herramientas tienen una serie de características y consideraciones:

- Intranet y plataformas colaborativas: implementar una intranet o plataformas colaborativas que alberguen diversas herramientas y recursos compartidos, facilitando el acceso y la colaboración entre los miembros del equipo. Entre los entornos de trabajo colaborativo *online* hemos de destacar G Suite (Google Apps for Work) y Office 365. No obstante, tanto Google como Microsoft ofrecen diversas aplicaciones gratuitas, como la elaboración de documentos colaborativos, solo con tener una cuenta de correo