

**Presentado por: Andrea Rodríguez Sánchez**

**Código Estudiantil: 6600294**

**Especialización Mercadeo de Servicios**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Universidad Militar Nueva Granada**

## **INCIDENCIAS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL TELETRABAJO CON RELACIÓN EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE**

La satisfacción del cliente, se ha convertido en el principal reto de las grandes compañías a nivel mundial, razón por la cual, se requieren planes de mejoramiento y cambios continuos en los procesos, que busquen optimizar las relaciones cliente – trabajador. Por esta razón, las compañías hoy en día, requieren una relación más directa y personalizada con sus clientes, con el fin de conocer sus verdaderas necesidades, y crear una sensibilización por parte de los funcionarios que inciden directa o indirectamente, en la proporción del servicio para el cliente.

Hoy en día, la implementación de nuevas tecnologías conjugadas con esquemas y políticas claras por parte de la gerencia de las compañías que impliquen conocimiento por parte de cada uno de los involucrados en el servicio, buscan generar cada vez más experiencias novedosas y satisfactorias para el cliente o usuario de determinado bien o servicio. Estas modernas tecnologías, han concebido un despliegue generalizado de nuevas formas de trabajo y de atención al cliente, que pretenden un beneficio colectivo: Gerencia-trabajador y que como toda innovación, se debe centrar en la satisfacción final del cliente o usuario.

Respondiendo a ello aparece el Teletrabajo, el cual se considera hoy en día en la forma más clara de búsqueda de reducción de costos operativos en las empresas, sin embargo en algunos casos, no se considera al cliente como la verdadera razón de ser de esta aplicación.

Según el ABCD del Decreto reglamentario del trabajo, emitido por el Ministerio de Trabajo de Colombia(2012), el Teletrabajo es una forma de organización laboral, que se da en el marco de un contrato de trabajo o de una relación laboral dependiente, que consiste en el desempeño de actividades remuneradas, utilizando como soporte las tecnologías de la información y la comunicación –TIC- para el contacto entre el trabajador y empleador sin requerirse la presencia física del trabajador en un sitio específico de trabajo.

El presente escrito, pretende establecer las incidencias o desventajas de la Implementación del Teletrabajo en relación con el cliente o usuario, teniendo en cuenta que, aunque se ha venido realizando en varios lugares del mundo, generando experiencias positivas, se deben revisar cada uno de los factores implícitos dentro de la puesta en marcha, de acuerdo a niveles de entorno sociales, económicos y culturales.

A pesar de que en la mayoría de los países en los que se ha puesto en marcha esta modalidad, como una forma de mejorar, no sólo las condiciones laborales de los trabajadores, sino de implementar una alternativa novedosa de comunicación con el cliente que permita realizar diversas actividades comerciales de manera rápida, segura, y práctica, es claro que para un cliente común, que no posea experiencia y fácil adaptabilidad al cambio de procesos, ésta no va a ser bien vista en términos reales.

Para establecer las falencias en la implementación del Teletrabajo como mejora en el proceso de atención al cliente, en primer lugar estudiaremos el nuevo enfoque al servicio, que surge de la necesidad de conocer a fondo las necesidades del cliente, en sus sentimientos y forma de vida, las nuevas tecnologías y las facilidades que surgen a través de ellas no sólo para el cliente sino en beneficio mutuo con el trabajador; en segundo lugar se estudiará el concepto del Teletrabajo, su aplicación a nivel mundial, sus orígenes y su adaptabilidad en las diferentes sociedades; por último se estudiarán tanto aspectos positivos como negativos que surgen de la implementación del Teletrabajo en las empresas y su gran incidencia a nivel de relación y satisfacción de las necesidades del usuario bajo diferentes circunstancias, entre otros, la relación entre el nivel de agrado con el que los empleados de determinada empresa realizan su trabajo (de acuerdo a las condiciones dadas), y la interacción positiva que se pueda obtener con los clientes bajo esta condición.

Con el fin de introducirnos un poco en lo que ha sido el enfoque organizacional de las empresas con respecto a la relación con el cliente, es necesario retomar algunos de los grandes autores que sugirieron la opción del enfoque relacional en la gestión de los clientes y el creciente interés en la retención de los mismos, visión que se dio a conocer por autores como David Ford (1986), quien sugirió que en la gestión a largo plazo de las relaciones con los clientes existe una función claramente definida para un gestor de relaciones (relationship manager), cuya principal función es la de ser la principal “persona de contacto” entre la empresa y el cliente.

No obstante a lo anterior, y a que muchos de los grandes empresarios en las últimas décadas han demostrado su gran interés en solidificar la relación con el cliente, muchos de ellos han dejado en manos del “personal de contacto”, la

responsabilidad directa de la fidelización y retención de clientes, situación que ha deteriorado en parte la buena imagen de las compañías.

Un estudio realizado por la American Society for Quality de Estados Unidos en 1996, mostró que la razón principal del abandono de clientes de empresas de servicio se presentaba principalmente por la indiferencia del personal de contacto (Gosso, 2008). Lo anterior, se soporta en el hecho de que la mayoría de las compañías delegan la responsabilidad del trato directo con el cliente al personal menos capacitado para cumplir la función que en últimas, fijará el nivel de crecimiento o no de la compañía.

Ahora, poniéndonos en el lugar del cliente, no podemos aseverar que el único factor que incida en la toma de decisión a la hora de escoger un bien o servicio, sea explícitamente el trato con el personal de contacto; eso depende de muchos factores tales como: el tipo de servicio que se preste y el cliente al cual vaya dirigida la oferta de cierto producto; es por esto que la gerencia de la empresa tiene la labor más importante, que consiste en establecer hasta qué punto debe enfocarse en la relación con el cliente, de qué modo debe llegarle a las personas que requieren de sus servicios, que método debe utilizar para satisfacer sus necesidades y no perder recursos en el intento de acaparar el mercado.

Así las cosas, por ejemplo, si nos enfocamos en un sector del comercio altamente competitivo y que cada día tiene más y más consumidores, como lo es el sector de las telecomunicaciones, en especial la venta de celulares, podemos ver que el hecho de tener más o menos clientes depende en gran medida, de la calidad humana de aquellos que proporcionan el servicio; sin embargo, no basta con una linda sonrisa y un saludo cordial; los consumidores de esta línea de servicio, buscan aún más que esto, buscan personas preparadas a nivel tecnológico que no sólo puedan venderles un producto, sino que aconsejen, muestren diferentes posibilidades, establezcan similitudes de productos, ventajas y desventajas del

servicio que ofrecen, lo cual podría definirse como un valor agregado de la empresa; sin embargo y al convertirse en un factor indispensable para el cliente, sería lo más básico que podría ofrecer una compañía que comercialice este tipo de productos, lo cual pone a la gerencia en la gran responsabilidad de contar con el personal capacitado para estos desafíos.

En este y otros ejemplos de servicios, se puede ver claramente que un aspecto básico incide en la relación directa con el cliente, pero ¿qué pasaría si este tipo de asesorías que pueden requerir los clientes se pudiese hacer de una forma más cómoda tanto para la empresa como para el cliente?; es probable que un usuario que requiera comprar un celular nuevo, no esté en busca de una atención personal, si la empresa está en capacidad de dar a conocer ese mismo producto, bajo la misma responsabilidad, de forma virtual.

Según lo anterior, se puede deducir que la atención personalizada a los clientes, no es el único factor que incide en un mayor nivel de satisfacción; es necesario conocer las necesidades de cada cliente y realizar un estudio de mercado para el producto o servicio en particular que se ofrezca; cada cultura es diferente, cada grupo de usuarios a los que se dirige un producto espera atención que se adapte a sus necesidades, unos pueden estar esperando cambios, otros desearían que el servicio continuara prestándose de la misma forma; todo depende de cada situación en particular, sin embargo el enfoque debe ser siempre el mismo, lograr superar las expectativas del cliente a todo nivel.

Una de las aplicaciones del Teletrabajo en relación con la atención al cliente, según Roliver, incide en lo siguiente “Los agentes que entran en contacto con los Clientes que demandan atención, ya sea técnica, de calidad, para reclamaciones, de carácter comercial, etc. puede ser establecida por medio del teléfono IP, integrado en la red interna de la empresa, con un bajo coste”, (2009).

No obstante a lo anterior, si nos enfocamos en la cultura de la sociedad colombiana, en donde actualmente se está implementando en algunas empresas el trabajo remoto desde los hogares, podemos inferir que la gran mayoría de usuarios prefieren una atención personalizada en la que haya contacto con el asesor, y se tiene la percepción de que si se interpone una queja o reclamo por medio del teléfono o de un correo electrónico, éste no va a ser atendido de la misma forma en que si esta solicitud se hiciera personalmente; es por esto que muchos de los usuarios, prefieren incurrir en costos adicionales y tal vez en soportar un ambiente con muchos usuarios peleando por un puesto en la fila, entre otros, con el fin de que sean escuchados personalmente y de no ser resueltas sus inconformidades, pasar a una segunda instancia de manera inmediata.

Es aquí donde se refleja que a pesar de que existe un grupo de trabajadores enfocados y especializados en el trato directo con el cliente, si el usuario no queda satisfecho con la posición inicial de este personaje, solicitará una revisión de su caso que muy probablemente implicará que otros trabajadores que aparentemente no tengan relación directa con el cliente, sean los indicados para darle una respuesta eficiente a los usuarios.

Así las cosas, nuevamente llegamos al punto en que todos los empleados de la compañía, deben estar preparados para en determinado momento ser el contacto directo, y lograr la satisfacción de los clientes.

No obstante a lo anterior, y de acuerdo al artículo titulado "*La opción de trabajar desde la casa*", publicado por la revista Semana, "el teletrabajo no es para todo el mundo, como, por ejemplo, quienes tienen cargos de atención al público" (2012); sin embargo no se hace la claridad, a qué tipo de atención hace referencia; es probable que con la implementación del teletrabajo, se comience por hacer pruebas piloto, en las que trabajadores que no tienen un contacto directo con el cliente, puedan tener su lugar de trabajo en casa y supuestamente, trabajar más a

gusto y generar mejores resultados;no obstante, en el largo plazo, las empresas buscando reducir sus costos operativos, tratarán de implementar todas las actividades desde los lugares de residencia de cada trabajador, hasta el punto de reducir la atención personalizada al cliente al mínimo y obligar a los usuarios a cambiar su cultura y tradiciones con respecto al trato directo.

Actualmente y a pesar de contar con la facilidad que ofrecen los medios electrónicos para todo tipo de solicitud, quejas, reclamos, y que las compañías prestan igual atención, sin tener preferencias a quienes inciden en el costo de radicar un documento físico, y en el transporte que implica el desplazamiento al lugar de atención, las filas, los clientes prefieren ser escuchados de manera personal, lo que puede ser resultado de un problema de comunicación (que puede ser subsanado con una buena capacitación), tanto por parte de quienes tienen como función recibir estas llamadas, como de quienes realizaran la solicitud por medio electrónico o telefónico.

Pese a lo anterior, es lógico pensar que las personas muestran un comportamiento social tradicional, que no permite concebir estos nuevos avances como solución a sus problemas, pero quienes le han apostado a aplicar el teletrabajo en sus empresas, probablemente han realizado un estudio de sus clientes, estableciendo que efectivamente podría generarse una reacción positiva y una recepción clara del nuevo sistema implementado; es el caso de BANCOLOMBIA, un banco con amplia trayectoria en el país, que abrió sus puertas en 1875 con el fin de atender las necesidades de servicios financieros que tenía la economía del país. En ese momento fue catalogada como la entidad líder en la promoción del ahorro de más de un millón de colombianos, actualmente es líder en la industria financiera colombiana. (BANCOLOMBIA, 2012).

Es así como muchas empresas que cuentan con clientes empresariales, que aprovechan igualmente los avances tecnológicos para la adquisición de productos, y demás relaciones comerciales, buscan en el teletrabajo, una oportunidad de brindar comodidad y superar las expectativas del cliente al mostrarle cada día nuevas formas de hacer negocio sin necesidad de trasladarse geográficamente de un lugar a otro.

Según Ciprés ¿Qué debe hacerse? “Promover el Teletrabajo en hogares y oficinas satélite de manera que los viajeros ya no tendrán que viajar largas distancias para trabajar. A partir de ahí, se puede conectar electrónicamente a cualquier entorno profesional que necesiten, independientemente del sistema en uso” (2012); Esta afirmación nos lleva a pensar que la promoción del teletrabajo, sólo generaría ventaja para aquellos trabajadores que deben desplazarse grandes distancias para llegar a sus trabajos, sin pensar en la incidencia que un trabajador que se encuentre en un sitio diferente a la empresa, en un ambiente diferente al laboral, con personas que no tienen relación con sus funciones en la compañía, puede generar en el resultado final esperado, el cual claramente es la satisfacción del cliente.

Un ejemplo claro de la falta de estudio de mercado previo a la hora de implementar el teletrabajo en las empresas colombianas, se deriva tras la firma del Decreto del teletrabajo en este país, ya que uno de los puntos importantes trata sobre los incentivos que puede llegar a obtener una empresa a medida que contrate a sus trabajadores bajo esta modalidad: *“La Red Nacional de Fomento al Teletrabajo implementará incentivos para aquellas entidades y empresas que creen nuevos puestos de teletrabajo, en especial si contratan a población en*

*condición de discapacidad, desplazamiento forzoso, aislamiento geográfico, mujeres cabeza de hogar, reclusos y ciudadanos cuya vida esté amenazada”.(LEY 1221 DE 2008, 2008)*

Este es un claro ejemplo de que la sociedad Colombiana tiene entre sus prioridades el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos en condiciones especiales, aún mas teniendo en cuenta la trayectoria de violencia y pobreza que se vive en cada rincón del país; aún así, el fomento internacional del teletrabajo, como ya se ha mencionado anteriormente, tiene entre sus claros objetivos, no sólo el beneficio del trabajador, sino el de tener la capacidad de brindar más y mejores productos a los clientes, minimizando costos y atrayendo diferentes mercados con la implementación de tecnología y facilidades para los usuarios.

Una de las razones que justifican el planteamiento anterior, tiene que ver con el estado anímico de los trabajadores, sus relaciones y beneficios adicionales que puedan incentivar el desarrollo de las labores diarias de quienes se encuentran aportando con sus funciones al crecimiento y posicionamiento de una compañía, sin embargo estas condiciones, de no tener un propósito claro a largo plazo, podrían considerarse gastos innecesarios que finalmente no desatarían ningún beneficio general.

Así las cosas, las políticas de la Empresa encaminadas a mejorar las condiciones de los empleados, deben plantearse de tal manera que “se dirijan las competencias de los recursos y se incentiven los comportamientos de los individuos hacia los objetivos empresariales” (Wright y Snell, 1991).

En el caso del Teletrabajo, la empresa buscando un mejoramiento de ambiente laboral, puede descuidar en cierta manera la atención de los clientes, así que los gerentes empresariales, se verían en el dilema de establecer políticas enfocadas hacia el cliente o hacia los colaboradores de la Empresa, pero ¿porqué no enfocarnos hacia ambos y que uno sea causa del otro?, es decir que como resultado de una satisfacción del trabajador, se genere una disposición total y plena hacia el cliente.

Lo anterior tiene un sentido muy amplio, dado que en la aplicación a casos reales, en especial en culturas y sociedades como la de Colombia, es posible que sea 100% efectivo, y que en la búsqueda de nuevos y mejores resultados empresariales, nos encontremos en cambio con costos innecesarios que sacrifiquen de cierta manera la consecución de logros diferentes en cuanto al servicio, como lo son inversión en tecnología, aumento del recurso humano, mejoramiento del ambiente para el cliente, con nuevas y mejores sedes de atención personalizada, entre otros.

Poniendo un ejemplo, en una empresa en la cual los trabajadores de cierta área, logran establecer un contacto cercano entre todos a nivel personal y laboral, es decir, individuos trabajan juntos en grupos formales o informales para realizar tareas que individualmente no podrían llevar a cabo, esto se llama trabajo en equipo, a pesar de que cada funcionario posee ciertas tareas individuales, se vale de otros para lograr objetivos comunes y generales respecto a dichas tareas.

Estar en un ambiente laboral, que le recuerde a cada trabajador que pertenece a una compañía, que existen objetivos por cumplir, que no se está solo, puede propender a establecer esquemas de trabajo de colaboración, de aporte de ideas y acompañamiento no solo de los líderes de las áreas funcionales, sino de los propios compañeros de trabajo.

Es en ese momento en que se visualiza el Teletrabajo, más como una forma de reducir costos y mejorar las condiciones laborales para los trabajadores, en especial aquellos que requieren más tiempo en sus hogares, que realmente para mejorar el trato y la atención a los clientes, la implementación de nuevas y mejores tecnologías para facilitarle la vida a los usuarios, quedando como base la nueva mentalidad que pretende no sólo para empresarios sino para trabajadores, realizar cambios de hábitos, horarios y manejar el nuevo concepto del servicio, en relación con trabajadores, clientes y proveedores.

Luego de haber mencionado a cada una de las partes implícitas en la adaptación de un nuevo modelo de trabajo, y así mismo los efectos que puede generar en cada una de ellas, a continuación, se relacionan las ventajas y desventajas del teletrabajo para cada una de las partes que compone el mercado:

**Tabla 1.**

	<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
<b>EMPLEADORES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ahorro de costos</li> <li>• Flexibilidad de la organización a nivel de imagen</li> <li>• Consecución de objetivos en el corto plazo.</li> <li>• Incentivos otorgados por parte del Gobierno que en el caso de Colombia premia a las empresas que incentiven este nuevo modelo de trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultad de control de tiempo y calidad del trabajo.</li> <li>• Disminución de la confidencialidad de la información.</li> <li>• Dificultad para mantener la estructura.</li> <li>• Dificultad para motivar a los trabajadores.</li> <li>• Baja productividad de los trabajadores.</li> </ul>
<b>EMPLEADOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción de tiempo y costes de desplazamiento al</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vulneración del derecho al descanso.</li> <li>• Invasión a la</li> </ul>

	<p>lugar de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menos afectación de la vida familiar.</li> <li>• Horario flexible.</li> <li>• Mejor balance de la vida laboral y familiar.</li> <li>• Manejo personal de su tiempo sin presiones de tipo laboral.</li> </ul>	<p>privacidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultad para concentrarse en asuntos del trabajo</li> <li>• Protección social y laboral más complicada o nula.</li> <li>• Formación para el manejo de las nuevas tecnologías.</li> <li>• Necesidad de grandes dosis de autodisciplina.</li> <li>• Al no existir una regulación laboral todavía para el teletrabajador, puede encontrarse desprotegido ante problemas como accidentes laborales, contratos, seguridad social, planes de jubilación o coberturas sanitarias.</li> <li>• Falta de lugares e implementos adecuados.</li> </ul>
<p><b>USUARIOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de realizar sus trámites desde casa.</li> <li>• Reducción de costos en transporte y papelería.</li> <li>• Se evita realizar filas engorrosas y esperas de turno.</li> <li>• Reducción de tiempo al realizar cualquier tipo de requerimiento en las Empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No contacto directo con el área de atención.</li> <li>• Por ser una sociedad tradicional, la atención telefónica o virtual podría no ser aceptada.</li> <li>• Se percibe falta de personal al tanto de lo que pasa con el usuario.</li> <li>• Genera incredulidad entre los clientes o usuario acerca del buen servicio.</li> </ul>

Acorde a lo anterior, se tienen bastantes elementos que discutir, con respecto a lo bueno o malo que podría ser para cada uno de los agentes que entran en el sistema del Teletrabajo, incluyendo a los clientes.

En primer lugar, si visualizamos la columna que muestra las desventajas que representaría para los tres grupos que se afectarían con la implementación del teletrabajo, se deduce que estas desventajas son el fruto de una mala implementación o una desorganización al interior de la Empresa.

En el caso especial del cliente quien es el individuo que nos interesa en este escrito, la afectación positiva radica en el hecho de que los empleados que por organización interna de la Empresa trabajen desde su casa, posean los mejores implementos e información para poder aportar en la consecución de los objetivos concretos de la organización.

En el artículo del Diario Portafolio, titulado “Las 10 ventajas corporativas del teletrabajo” se nombra como una de las más importantes, la mejora de la calidad del servicio al cliente, especificando que las políticas del trabajo móvil ofrecen a las empresas flexibilidad para implementar y equipar el personal de acuerdo a las necesidades de sus clientes, en lugar de obligarlos a adaptarse a las limitaciones de la organización, lo cual aparentemente luce extraordinario y puede llegar a convencer tanto a las empresas como a los usuarios de que el teletrabajo es el mejor escenario a la hora de demostrar la mejora en los procesos y los resultados finales de las compañías.

Todo lo que se ha comentado muestra que el modernismo que sigue la cultura de la sociedad nos está llevando lentamente a lo que se puede reconocer como desaparición del contacto directo o físico entre las personas. Lo que tarde o temprano va a ser un escenario no muy complicado de adaptación incluso en sociedades tercermundistas como lo es en Colombia.

Uno de los grandes retos de la sociedad tecnológica y comercial es incluir una cantidad significativa de usuarios en el mundo del servicio tecnológico, mostrando sus bondades a nivel de ahorros de los que ya hemos hablado.

Un caso importante que muestra que vamos por buen camino en este proceso, se trata de la aplicación de ley anti trámite, mediante la cual los usuarios de servicios de públicos, de salud, legales, entre otros, han experimentado un gran avance y mejora de su calidad de vida, teniendo en cuenta que antes un trámite como la Denuncia por pérdida de documentos, implicaba desde el desplazamiento de las personas a la Estación de Policía, hasta el costo que generaba el transporte y la fotocopia del formato para diligenciar los documentos perdidos.

En esta medida, el usuario se ha visto en la necesidad de incorporarse a este nuevo modelo, mostrando su disposición al aprendizaje y capacitación básica en sistemas para hacer uso de estos nuevos servicios prestados por el Gobierno Nacional.

En este esquema, se puede deducir que existe una disposición de la sociedad a capacitarse cuando los servicios ofrecidos pueden generarle ahorro en dinero y tiempo, sin embargo no podemos generalizar la aplicación de la tecnología y el trabajo virtual, reflejado en la atención virtual para los usuarios en todos los campos.

Según un estudio de Mercer, quien es un proveedor mundial líder en servicios de consultoría en Recursos Humanos, *en cuanto a cargos, la mitad de las empresas que implementan prácticas de teletrabajo, lo hacen a todo el personal y el otro 50% tienen una oferta segmentada, de acuerdo con la actividad*, lo cual tiene que ver específicamente con la necesidad de permanecer en un lugar de trabajo para mantener un contacto cercano con el

cliente de manera física, en cargos relacionados con ventas, reclamaciones, asesorías, de algunos tipos de bienes y servicios.

Actualmente encontramos que muchas empresas que en el pasado nunca creímos que pudieran llegar a brindar la atención por medio electrónico, lo están haciendo, y en esta medida están optimizando su nivel de atención de manera demográfica, esto implica que la atención a los clientes aunque no es física, aunque no muestra un contacto ni visualización de con quien se está llevando una conversación, ha ampliado geográficamente la cantidad de usuarios que se atienden simultáneamente y sin necesidad de encontrarse los trabajadores en un mismo sitio de trabajo, solamente teniendo una conexión a internet o en algunos casos únicamente con una línea telefónica.

La ventaja de llegar a ciertos lugares en donde los usuarios no contaban con atención a sus requerimientos, de atender simultáneamente a varios usuarios en diferentes lugares geográficamente hablando, incide en excelentes resultados estadísticamente hablando, cumpliendo con estándares definidos en muchos sectores de la economía, sin embargo, este crecimiento ¿implica mayor satisfacción del cliente?, es una pregunta que para muchos puede sonar poco relevante en la medida en que el teletrabajo más que inconformidades, ha representado múltiples beneficios entre aquellos que lo han implementado.

Teniendo en cuenta el objeto del presente trabajo, podemos deducir que al buscar el crecimiento económico, muchas veces se descuida el cliente y su adaptabilidad a las nuevas formas de trabajo que se aplican mundialmente y que van de la mano con la globalización en la que todos los países se hallan inmersos.

Como se ha venido hablando del tema, se observa que la implementación del teletrabajo, revierte en cierta medida lo que se conocía como servicio personalizado, a pesar de que la gran mayoría de las compañías que han empezado a tener parte de su personal en teletrabajo, tienen una idea clara acerca de cuáles son las áreas que requieren de su personal dentro de las instalaciones de la Empresa, los buenos resultados de las pruebas piloto de algunos trabajadores desde su hogar, van a ir incrementando el número de tele trabajadores, incluso llegando a implicar aquellos que atienden personalmente.

El teletrabajo es entonces una nueva forma de prestar servicio, es una evolución de la forma de trabajar y así mismo repercute en la creación de necesidades en los usuarios. ¿A qué tipo de cambios se deben acostumbrar o se están acostumbrando los usuarios de servicios? Innumerables sin duda, el conocimiento y el avance tecnológico nos dejan sin opción, tal vez con la expectativa de ver en este nuevo proyecto, una oportunidad y posibilidad de mejora. Existe resistencia al cambio, y es lógico cuando tenemos preestablecido como usuarios que las cosas se hacen diferente, que el servicio no depende de un sistema, de una computadora, que para muchos el servicio depende de las personas, de su conocimiento y capacidad para solucionarnos los problemas de manera oportuna y presencial.

La confianza de muchos en la implementación del teletrabajo y toda la aplicación de tecnología que esto implica, no solo responde a las ventajas que se han venido enunciando a través de este escrito, como lo son el ahorro general que beneficia de manera conjunta a empresario y cliente, sino que se traducen en el hecho de que esto no ha sucedido de manera repentina, para llegar a la aplicación de esta metodología de trabajo, se ha realizado un sin número de estudios a nivel mundial, pruebas desde actividades básicas que empezó a desarrollar el trabajador desde su lugar de vivienda, hasta hoy en día poseer su propio lugar de trabajo en su casa y realizar desde allí el mayor

número de labores posibles, incluso aquellas que tienen que ver con la atención directa con el cliente.

Teniendo en cuenta que el Teletrabajo es una forma de trabajo relativamente novedosa, y su implementación ha sido segmentada en la mayoría de las empresas que la han implementado, se puede deducir que efectivamente cada una de las empresas que ven en el Teletrabajo una oportunidad de mejorar la prestación de sus servicios, pero que no se atreven a descuidar ciertas funciones y labores de las áreas que consideran representan la imagen de sus Empresas. Es así como de acuerdo al libro “El Teletrabajo, entre el mito y la realidad”, en casos de dependencias como ventas, servicio al cliente, asesorías, aún no se atreven a implementar y desarrollar estos nuevos retos, sobre todo en países en Desarrollo como Colombia, en donde a pesar de que el teletrabajo de por si genera una reducción de costos visible en sus estados de cuenta, requiere de una gran inversión inicial en compra e implementación de nuevas tecnologías, lo cual representa de por si una seguridad de que no se va a poner en peligro el crecimiento de la empresa. ¿Y cuál sería una consecuencia desafortunada de la implementación de esta nueva forma de trabajo? El rechazo o la no adaptabilidad del cliente, lo cual podría desencadenar una posible salida del mercado al tener el servicio en este caso un sustituto con el cual el usuario pueda mantener la confianza.

### **¿Entonces, cual es el éxito de la implementación del teletrabajo?**

A continuación se enuncian de acuerdo a lo antes analizado, los aspectos a tener en cuenta en una empresa a la hora de llevar a sus trabajadores a trabajar desde su casa:

1. Establecer el tipo de servicio que se presta y a que segmentos de población está dirigido.

Lo anterior, puede ser la base del éxito o fracaso de la implementación de este nuevo modelo de contratación de personal y de prestación de servicio, dado que los usuarios pueden o no estar en la posibilidad de adaptarse de manera positiva a este nuevo experimento.

2. Segmentar los usuarios y sus necesidades, para así poder establecer en que segmentos de usuarios no repercutiría el cambio de ubicación de los trabajadores.

Es claro que una presentación de un informe, un reporte gerencial, que se pueda realizar desde la casa, no va a mostrar ninguna clase de efecto en los usuarios.

3. Al tomar la decisión de trasladar a trabajadores que tengan que ver con el contacto con clientes, ya sea por reclamaciones, asesorías, o cualquier tipo de servicio al cliente, se debe contar con personal altamente calificado y comprometido con obtener la satisfacción del cliente.

Lo anterior, dado que este es el punto en el que el usuario se puede sentir importante o ignorado por parte de la Empresa. Es importante aclarar que aquí es donde se establece que tan bueno o malo es el servicio que presta la Compañía.

4. En el caso de la atención a clientes virtual, antes de ser implementada, se debe contar con una aprobación del cliente, es decir que se debe informar previamente y establecer la aceptabilidad o no, y de ser necesario realizar una capacitación no solo al personal que va a desarrollar la actividad de manera virtual, sino a aquellos que van a recibir el servicio de una nueva manera.

Es claro que a pesar de que existe un avance en el conocimiento tecnológico de la población en general, también es cierto que cuando

se está acostumbrado a realizar ciertas actividades de alguna manera el cambio puede ser engorroso.

5. Contar con buen material tecnológico y así mismo proporcionar a los trabajadores que se encuentren en su lugar de residencia, un ambiente en el que puedan desarrollar sus actividades de la mejor manera posible y validar que esto no disminuya en ninguna medida la productividad y mucho menos repercuta de manera negativa en la relación con los clientes.

Vale la pena establecer que muchas veces se presentan caídas de sistema, Internet, u otros implementos que podrían fallar, por lo que no está de más tener una segunda opción o un plan B, para que no se vea perjudicado el usuario en cualquier tipo de eventualidad.

6. Informarse acerca de la normatividad vigente en el lugar (país) en donde se implemente este tipo de trabajo, para no incurrir en malos manejos o evadir responsabilidades que conciernen a un nuevo modelo de trabajo y que más tarde podría desencadenar problemas legales asociados con inconformidad de trabajadores y usuarios.

En el caso de Colombia, como ya se mostró, este nuevo modelo no solo implica deberes sino que también proporciona a la Empresa como tal cierto beneficio por brindar esta modalidad a personas en estado de incapacidad o madres cabeza de hogar.

Los anteriores son algunos de los puntos importantes a tratar cuando se piensa en el establecimiento del teletrabajo en cierta Empresa, es claro que así como los avances tecnológicos han venido creciendo excesivamente al punto de que poco a poco va desapareciendo el contacto cara a cara, también se puede evidenciar la gran importancia que muchos de los grandes

Empresarios le han dado al contacto, a crear ámbitos acogedores de atención a clientes, encontrando en ellos la fidelización de un cliente que se ve inmerso en una sociedad virtual y que muestra necesidad de carisma en la adquisición de productos y servicios.

Por lo anterior, no podemos dar media vuelta y dejarnos llevar un mundo que solo busca beneficios económicos, hay que recordar que en muchos casos el usuario prefiere la buena atención por encima de un buen producto o un buen precio, y que en casos importantes, un buen producto y a buen precio, se ve opacado con una mala atención, con un cliente insatisfecho que se convierte en una bola de nieve que transmite su mala experiencia entre la sociedad.

Es así como podemos concluir que el Teletrabajo es una alternativa para cambiar no solo la forma en que se trabaja, sino la forma en cómo se presta un servicio, y que en la medida en que se realice un análisis profundo del mercado que se tiene, de la sociedad en donde se presta el servicio, de los trabajadores que desarrollarían sus actividades desde su hogar, de la capacidad económica para inversión en tecnología con que cuente la Empresa para la implementación de dicho modelo, esto podría llegar a ser un éxito en términos de aceptación, adaptabilidad, satisfacción de los clientes y de esta forma rentabilidad para la Empresa.

El factor importante a tener en cuenta es que no se debe dejar de lado el posible impacto que esta implementación tenga en aquellos que reciben el bien o servicio, no olvidar que cada cliente espera de las nuevas estrategias empresariales solo su beneficio y que así debe ser. Finalmente, gracias al usuario y a sus necesidades es que las Empresas tienen su razón de ser, que no basta con un trabajador que demuestre conocimiento pleno de lo que vende u ofrece, que los clientes aún esperan un caluroso recibimiento y un buen apretón de manos a la hora de recibir su servicio y que de todos los

integrantes de la empresa depende esta aceptación, desde el Gerente, hasta aquel que es el contacto directo con el cliente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Artículos Diario Portafolio.

Juan Manuel Ramirez. Artículo Diario Portafolio. *Pacto por Teletrabajo en Colombia ya tiene 50 Entidades.* Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/teletrabajo-colombia-0>

Artículo Diario Portafolio. *13 Empresas de Antioquia firmaron pacto por el Teletrabajo.* Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/empresas-antioquia-teletrabajo>

Maria Alejandra Pautassi. Artículo Diario Portafolio. *El teletrabajo aumenta la productividad por el menor Estrés. Entrevista con el padre del teletrabajo.* Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/entrevista-el-padre-del-teletrabajo>

Jose Carlos García. Artículo Diario Portafolio. *Gobierno firma decreto del teletrabajo.* Disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/gobierno-firma-decreto-teletrabajo>

Artículo revista Semana. *La opción de trabajar desde casa.* Disponible en:

<http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/la-opcion-trabajar-desde-casa/257515-3>.

Alejandro Suarez. Artículo Diario Portafolio. *Teletrabajo, el negocio de los buenos empleados*. Disponible en: <http://www.finanzaspersonales.com.co/trabajo-y-educacion/articulo/teletrabajo-negocio-buenos-empleados/48861>

Cristina Bustamante. Artículo Diario Portafolio. *“El retorno de Inversión del trabajo remoto es gigantesco”*. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/%E2%80%98el-retorno-inversion-del-trabajo-remoto-es-gigantesco>

Forment García Anna, Capital Humano, N. 255, Junio 2011, Editorial WOLTERS KLUWER ESPAÑA

Teletrabajo. Barbosa Valeria Karina, Valeria Karina Barbosa. Editorial Académica Española, 2012

El papel Estratégico de la Gestión de los Recursos Humanos. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa Vol 4. No. 3,1998 pp 16-28. Garrido Samaniego Maria Jose- Perez Santana Maria Pilar. Universidad de Valladolid. Satisfacción de los clientes internos:

El teletrabajo. Entre el mito y la realidad. Jordi Buirá. Editorial UOC. Febrero 2012

LA EXPERIENCIA DEL TELETRABAJO EN COSTA RICA. Llubere Azofeifa Jorge. Telerwork 2010 Argentina 15th International ITA Workshop. Buenos Aires Argentina Agosto 2010.

