

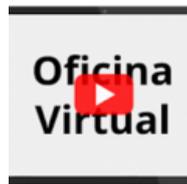
Oficina Virtual de empresa

¿Qué es?

Es un espacio virtual (y real) en el que se llevan a cabo actividades similares a las de una oficina convencional, pero sin necesidad de poseer un espacio físico propio por parte de la empresa.

En él se puede trabajar de forma remota, desde cualquier lugar, mediante una gama de funciones accesibles a través de Internet. Como sentencia la empresa Check Point, “*pone la oficina en su bolsillo*”. Algunos la definen como una oficina móvil.

Es diferente de una Oficina Virtual de la Administración Pública o de una Sede Electrónica, en cuyo espacio se encuentra la información pública y desde donde se puede acceder a los trámites telemáticos.



¿Para qué sirve?

Las OV están orientadas a dar servicios a los clientes optimizando recursos, tiempo, alcance e imagen, PERMITIENDO:

- ubicar el negocio en una dirección prestigiosa y cercana al cliente, que valora el mercado de clientes, ofreciendo una **imagen** de empresa profesional y bien establecida, con una amplia **variedad de servicios** de apoyo, aunque se trabaje de forma remota. Según un estudio de Servcorp (2018), el 80% de las personas confían más en una empresa si tiene una dirección local

No importa desde dónde trabaje

Una oficina virtual le ayudará a recibir a sus clientes en un lugar con una imagen adecuada y un servicio de atención profesional.



BENEFICIOS

- Excelente imagen corporativa a sus clientes.
- Tiene 80% de ahorro frente a una oficina física.
- Ofrece una mayor presencia ante la competencia.
- Representa sólo 20% de inversión versus oficina amueblada.

El cliente puede contactarte fácil y rápidamente a través de tu secretaria, sin perder llamadas o mensajes.

- minimizar los **gastos fijos** que genera una sede física, pues no es necesario invertir en espacios e instalaciones propias, en el mantenimiento de las mismas (limpieza, revisiones, etc.), ni en salarios de plantilla de personal; solo el pago de una tarifa fija por los servicios y recursos que utiliza
- flexibilidad** para atender a distancia a los clientes en cualquier momento y desde cualquier lugar, sin necesidad de estar presente físicamente, ahorrando tiempo y conservando toda la información (horario, espacio y operatividad flexible)
- productividad**, concentrando los esfuerzos en la estrategia de negocio y delegando la gestión administrativa y el mantenimiento de infraestructuras
- capacidad para **expandir** la actividad de la Organización en localizaciones virtuales ubicadas en cualquier lugar. Ofrece la oportunidad de acceder a nuevos mercados con un menor riesgo de inversión

Son una BUENA OPCIÓN cuando se necesita disponer de una dirección comercial y un teléfono local de contacto como, por ejemplo, en el caso de:

- autónomos**, que necesitan una dirección de empresa y no quieren dar a sus clientes y proveedores su dirección particular o trabajan desde

diferentes lugares

- -**emprendedores** o **nuevas empresas** que necesitan una dirección fiscal mientras van creciendo
- -empresas en **expansión** o internacionalización, que están probando mercados
- -**multinacionales** que necesitan tener delegaciones en diferentes zonas para acercarse a los clientes
- -empresas con **personal distribuido**, que no precisan ubicaciones físicas
- -empresas **online**, con **teletrabajo**, **comercio electrónico** o **startups**, que no necesitan un espacio físico
- -empresas que requieren **asistencia adicional** y no tienen espacio disponible
- -entidades de **gestión flexible** (sin horario estricto, con servicio fuera de la oficina física)

LIMITACIONES:

Trabajar con oficinas virtuales también puede generar dificultades psicosociales que suelen ser comunes con las redes de teletrabajo

- -Están relacionadas con el mantenimiento de una cultura compartida, comunicación fluida, auto implicación, organización productiva, orientación a resultados e integración entre personas que trabajan en entornos diferentes
- -Son dependientes de internet. Si este servicio falla, clientes y proveedores no cuentan siempre con una oficina física para tramitar reclamaciones y preguntas
- -Dificultades de personalización en la atención a los clientes, dado que desde la OV se atiende a diferentes mercados de diferentes empresas de forma simultánea
- -No todas las actividades se pueden virtualizar. Algunas requieren espacio físico y atención directa personalizada

Explicación

Las OV se pueden considerar un nivel intermedio entre la descentralización que implica el teletrabajo y las clásicas oficinas presenciales.

Disponen de medios materiales como espacios físicos, mobiliario de oficina, conexión a Internet, equipos de comunicación, etc.

A nivel humano, cuentan con personal de atención al cliente, personal técnico (propio y asociado), de mantenimiento, etc., así como responsables de coordinación.

Veamos algunos aspectos relacionados con las OV, como los servicios que ofrecen y los principales criterios que se aconsejan para elegir qué OV interesa a una empresa.

1.- SERVICIOS

¿Qué aspectos de una Organización se pueden administrar de forma remota? Las OV ofrecen un conjunto integral de prestaciones que se pueden personalizar y por ello se consideran entidades multiservicio.

Como señala Witland, “... *suelen tener varios niveles de ofertas de servicio, los cuales son una muestra de la evolución que han sufrido a lo largo del tiempo y a los que se podrán añadir otros en el futuro* ...”.

1.a.- SERVICIOS CENTRALES

Son los servicios más comunes que ofrecen las OV y se pueden clasificar en varios niveles y precios, por ejemplo:

Básico (administrativo):

- -Domiciliación postal, virtual, fiscal y social: dirección postal, fiscal, comercial y mercantil; se puede usar esa dirección para registrar el negocio, abrir

| BUSINESS PLATA | BUSINESS PLATA COMPLETO | BUSINESS ORO | BUSINESS PLATINO | BUSINESS PLATINO COMPLETO |
|--|--|--|--|--|
| 30 €/mes | 74 €/mes | 95 €/mes | 120 €/mes | 155 €/mes |
| Domiciliación fiscal y legal | Domiciliación fiscal y legal |
| Servicio de correspondencia | Servicio de correspondencia | Servicio de correspondencia | Servicio de correspondencia | Servicio de correspondencia |
| Utilización de nuestra dirección en tu papelería | Utilización de nuestra dirección en tu papelería |
| Atención de visitas personalizadas | Atención de visitas personalizadas |
| Aviso de faxes y cartas certificadas | Aviso de faxes y cartas certificadas |
| --- | Dedirección digitalizada de todo tu correo vía e-mail | Dedirección digitalizada de todo tu correo vía e-mail | Dedirección digitalizada de todo tu correo vía e-mail | Dedirección digitalizada de todo tu correo vía e-mail |
| --- | --- | Atención telefónica y recepción de mensajes durante 10 h/día. | Atención telefónica personalizada y recepción de mensajes durante 10 h/día. | Atención telefónica personalizada y recepción de mensajes durante 10 h/día. |
| Acceso al resto de servicios (balas, secretariado, fotocopias, fax...) | Acceso al resto de servicios (balas, secretariado, fotocopias, fax...) | Acceso al resto de servicios (balas, secretariado, fotocopias, fax...) | Acceso al resto de servicios (balas, secretariado, fotocopias, fax...) | Acceso al resto de servicios (balas, secretariado, fotocopias, fax...) |

una cuenta bancaria comercial, ubicar geo localización, ...

- -Gestión postal: recepción - custodia – aviso - distribución de correo, ...
- -Gestión de correo electrónico: escaneo de correo, ...
- -Control de envíos: recepción, almacenamiento y envío de paquetes, despacho virtual, ...

Comunicación (secretaría, en diversos idiomas):

- -Contestador telefónico: número telefónico (genérico o privado), recepción de mensajes, grabación o desvío de llamadas, ...
- -Atención telefónica: atención telefónica, contestación personalizada de llamadas, ...
- -Atención personal directa: atención a visitantes, ...

Uso de instalaciones:

- -Uso puntual de oficinas y despachos, ...
- -Salas de reuniones: horas de sala de reuniones, ...
- -Espacios laborales para empleados, ...

1.b.- SERVICIOS COMPLEMENTARIOSLas OV pueden incluir una gran variedad de servicios complementarios de diversos tipos y precios, como:

Socialización:

- -Acceso a comunidades virtuales
- -Coworking, con sinergias entre empresas que se localizan en una misma oficina virtual

Actividades:

- -Acceso a actividades formativas en línea
- -Organización de viajes o eventos

Tramitación y gestión:

- -Gestión de agenda de trabajo
- -Gestión de cobros, facturas e impagos
- -Gestión de tiendas online
- -Constitución de sociedades

Asesoría:

- -Asesoramiento en márketing digital, laboral, fiscal, contable

Uso de recursos:

- -Impresora, fotocopidora, escáner
- -Wifi de alta velocidad
- -Diseño de sitios web

Configurar y poner en marcha servicios de OV se puede hacer el mismo día de su solicitud. Son modelos de oficina muy versátiles y competitivos, teniendo en cuenta los servicios que ofrecen.La personalización en función de las necesidades es muy importante. Los usuarios pueden ir ampliando o reduciendo sus servicios en función de sus necesidades.

2.- CRITERIOS PARA ELEGIR (O MONTAR) UNA OFICINA VIRTUAL

Existen criterios que utilizan las empresas a la hora de elegir la OV que más se adapta a sus necesidades y que están relacionados con aspectos críticos que debe cuidar cualquier OV. Se pueden agrupar en recursos, servicios, funcionamiento y condiciones, por ejemplo:

Recursos:

- -Ubicación de interés: valorar las ubicaciones que pueden ser más interesantes para los clientes de la empresa (por proximidad, acceso, imagen, prestigio, etc.).
- -Espacios de uso: analizar los espacios que pueden usar los clientes, físicos (salas de reuniones, oficinas, espacios multiuso, etc.) y virtuales (web, plataformas, video llamadas, aplicaciones móviles, etc.).
- -Plataformas funcionales: analizar la tecnología que ofrece el proveedor de la OV, en función de los servicios seleccionados. Comprobar la rapidez y seguridad en el acceso a la información.

Servicios:

- -Oferta - selección de servicios a medida: seleccionar qué servicios necesita la empresa, en función de sus retos, necesidades de los clientes, recursos necesarios y rentabilidad esperada.
- -Colaboraciones: valorar que organizaciones participan en la oferta de servicios de la OV (agencias de servicios empresariales, etc.)

Funcionamiento:

- -Calidad - competencia profesional: comparar la calidad, experiencia y solvencia de diferentes proveedores de OV en relación con los servicios que necesita la empresa. Las personas que ofrecen los servicios de OV deben estar formadas profesionalmente en atención profesional al cliente. Además, se van familiarizando con las empresas y aportan progresivamente un mejor servicio. Un sistema de calidad que avale su nivel de provisión aumenta la confianza en sus servicios.
- -Trato personalizado: trabajar con diferentes empresas de forma simultánea tiene el riesgo de perder el trato personalizado que desea todo cliente. Es importante comprobar cómo se gestiona ese riesgo y se mantiene la personalización en todo momento.
- -Coordinación de la información: valorar el tipo de información que comparte la OV con la empresa (contenido, volumen, formato, plazo, canal, etc.), ya que se considera crucial para la toma de decisiones empresariales.

Condiciones:

- -Precio: valorar costes comparados de los proveedores seleccionados, tanto fijos como variables, así como las variaciones a lo largo del tiempo. Clarificar que se incluye en la cuota mensual.
- -Flexibilidad de la oferta de servicios: estudiar las condiciones de vinculación a la OV (tipo de contrato, plazos y renovaciones, horarios de servicio, flexibilidad en ampliación o recorte de servicios, facilidad de reserva de espacios, garantía de protección de datos, etc. Se suele pagar por adelantado, mediante una cuota fija de servicios, el periodo de tiempo contratado.
- -Vinculación legal: entender las condiciones marco en las que se desenvuelve la empresa a través de la OV (domiciliación, fiscalidad, protección de datos, etc.)

Si quiere conocer otros conceptos de gestión, puede acceder a la plataforma abierta y gratuita <http://sugestion.quned.es/> que es un proyecto de Responsabilidad Social Intelectual de la Cátedra de Calidad de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) compartido con los profesionales que han redactado las fichas.

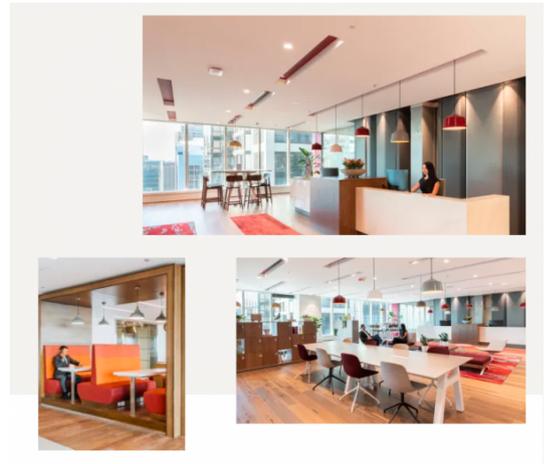


Ejemplos prácticos

Se pueden ver algunos ejemplos prácticos accesibles en la red en el momento de elaboración de la ficha (las fuentes originales pueden haber cambiado su contenido o acceso posteriormente).

Existen diversos tipos de organizaciones donde se ofrecen servicios de oficinas virtuales como pueden ser los espacios compartidos de coworking, centros de negocios o incubadoras de negocios incipientes.

-<https://madrid.impacthub.net/coworking/oficina-virtual/> ejemplo de oficina virtual en Impact Hub Madrid, “... llévate la oficina donde estés y disfruta de recursos útiles para conectar e impulsar tu negocio. Podrás domiciliar tu empresa en una ubicación premium en Madrid y atender allí a tus clientes o colaboradores ...”.



-<https://www.mioficinaweb.es/oficina-virtual.php> ejemplo de oficina virtual en Mi Oficina Web, “... la oficina virtual de Mi Oficina Web le da la solución más cómoda y eficaz para trabajar con flexibilidad e independencia, de la forma más sencilla, práctica y económica. Puede trabajar en la oficina, desde casa, trabajar a distancia o desde cualquier lugar ...”.

-<https://www.regus.com/es-es/virtual-offices> ejemplo de oficina virtual en REGUS, “... nuestras oficinas virtuales se encuentran en las principales ciudades y localidades del mundo. De este modo, usted puede representar a su empresa profesionalmente y aprovechar al máximo todas las oportunidades que se le presenten ...”.

-<https://www.utopicus.es/oficina-virtual> ejemplo de oficina virtual en UTOPICUS, “... el servicio de Oficina Virtual te permite domiciliar tu empresa en una de las ubicaciones de Utopicus, desde donde gestionaremos la recepción de paquetería y mensajería a nombre de tu empresa, así como las visitas y llamadas que recibas ...”.

-<https://www.vivendibc.com/oficina-virtual-domiciliacion-fiscal> ejemplo de oficina virtual en VIVENDI, “...oficina permanentemente atendida, donde podrás centralizar y coordinar tu actividad empresarial sin necesidad de contratar un espacio físico de forma fija ...”.

En muchos países existen asociaciones agrupan a los principales representantes del sector de oficinas virtuales, como la GWA (Global Workspace Association) de Estados Unidos, la BCA (Business Center Association) en Gran Bretaña o la AMCEN (Asociación Mexicana de Centros de Negocios y Oficinas Virtuales), entre otras.

Aplicaciones y soportes frecuentes

| REDER | Algunas Aplicaciones | Algunos Soportes Observables |
|-------|--|---|
| R | Gestionar objetivos y resultados | Cuadro de indicadores de negocio |
| | Planteamiento de servicios disponibles | Cartera de servicios |
| E | Reforzar oferta de recursos | Convenios con entidades complementarias |
| | Asegurar la calidad del servicio | Sistema de garantía de calidad |
| D | Ofertar servicios a los clientes | Oferta de servicios y condiciones |
| | Formalizar vínculo con clientes | Solicitud personalizada de servicio, contrato |
| E | Control de servicios | Registro de actuaciones por empresa |
| | Control de recursos | Inventario de recursos disponibles |
| | Control de perfiles laborales | Fichas de puestos de personal |
| | Conocer opinión de clientes | Cuestionarios de satisfacción |
| R | Conocer otras experiencias | Base de datos de la competencia |
| | Mejorar capacidades del personal | Plan de actualización profesional |

Cuestiones clave para autoevaluar Puedes valorar la idoneidad de la generación de una Oficina Virtual (máximo = 100)

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| ¿Se han identificado los segmentos de clientes que pueden estar interesados en la OV? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ¿Se dispone de los recursos materiales, tecnológicos y humanos necesarios para cubrir las necesidades y expectativas de los clientes? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ¿Se dispone de una cartera propia de servicios, amplia y escalable, a medida de cada tipo de usuario? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ¿Se dispone de colaboraciones relevantes que puedan aportar servicios complementarios? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ¿Se ha valorado el nivel de beneficios que ofrece la OV en relación con la competencia? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ¿El sistema de solicitud, costes y contratación es flexible para los clientes? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ¿Existe un plan de marketing adaptado a los diferentes segmentos de usuarios? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ¿Cuenta con un sistema de calidad que homogenice la gestión y el servicio a los diferentes usuarios? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ¿Se ha realizado un plan de contingencia en función de los riesgos del servicio que ofrece la OV? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ¿Se cuenta con un sistema de actualización periódica de competencias, para la plantilla de la OV? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

Información adicional del autor



Autor: Ángel Minondo Urzainqui Cargo: Subdirector técnico Cátedra de Calidad de la UNED "Ciudad de Tudela"
Empresa/organización: [UNED Tudela](http://www.unedtudela.es)
Actividad: Formación Universitaria Contacto: www.unedtudela.es