

Divide y vencerás

Cada vez más habitual entre las empresas del sector cosmético, la externalización de servicios se ha convertido en una práctica clave en la estrategia de crecimiento de muchos negocios.

Mayor eficiencia, optimización de recursos y especialización, son algunas de las ventajas que aporta la delegación de tareas específicas en compañías de *outsourcing*.

Por *Ramón Goya Gato*, DIRECTOR EJECUTIVO DE DR. GOYA ANÁLISIS



La palabra “outsourcing”, uno de tantos anglicismos importados

en nuestro idioma, hace referencia al proceso de externalización que muchas empresas realizan con algunas fases o aspectos de su proceso productivo o de servicios transversales.

El objetivo de esta externalización no es otro que el de trasladar la responsabilidad de una tarea a un tercero, que, generalmente, está especializado en ese tipo de trabajo o servicio.

Los **motivos** que generalmente llevan a las empresas a la externalización suelen ser los siguientes:

- La tarea no es considerada relevante para el proceso productivo de la empresa, de modo que se externaliza, destinando los principales recursos a tareas que sí lo son. Ej. La atención telefónica externalizada por un banco.
- La tarea exige un conocimiento específico en términos legislativos, y está sometida a actualizaciones constantes. Ej. La gestión laboral, contable

EL PROCESO DE EXTERNALIZACIÓN, MUY EXTENDIDO EN UNA ECONOMÍA GLOBALIZADA E INTERCONECTADA COMO LA EXISTENTE HOY DÍA, PERMITE UNA EXTRAORDINARIA COORDINACIÓN ENTRE LOS AGENTES ECONÓMICOS

o fiscal, que las empresas dejan en manos de gestorías o asesorías, o bien las tareas relativas al regulatorio que se externaliza en consultoras especializadas.

- La tarea exige un conocimiento específico en términos técnico-científicos e igualmente está sometida permanentemente a la actualización del “estado del arte”. Ej. La externalización de procesos de control de calidad a terceros.
- La tarea implica una inversión muy elevada en instalaciones y equipamiento, de modo que ese riesgo se deja en manos del tercero, mientras que la empresa externalizadora se centra en el proceso de venta. Ej. Las marcas de reconocido prestigio, cuyo fuerte es la gestión de la marca, el *marketing* y el diseño, que ponen en manos de terceros la fabricación de sus productos (tecnología, calzado, textil, joyería, perfumería).

El proceso de externalización, muy extendido en una economía globalizada e interconectada como la existente hoy día, permite una extraordinaria coordinación entre los agentes económicos, que logran así una optimización de sus recursos en procesos para los que están altamente cualificados y a los que procuran dotar cada día del máximo nivel de eficiencia.

Entre las **ventajas** que el outsourcing ofrece, podríamos enumerar las siguientes:

- La empresa que externaliza puede dedicar sus principales recursos a lo que se consideraría su “*core business*”, es decir su actividad principal, aquella en la que es realmente eficaz y eficiente.
- Se deja la realización de ese aspecto o etapa externalizada, en las manos expertas de otras empresas para las que esa actividad sí es un aspecto central.
- Se reducen gastos porque no hay que invertir en equipamientos o personal para la realización de dichas actividades. La externalización puede implicar un gasto fijo pero moderado, como puede ser el caso de una Asesoría Laboral o Fiscal, o bien un gasto variable que sólo se produce en modo “pago por uso” cuando se necesita. En cualquiera de los dos casos, se reduce el gasto que de otro modo tendría la empresa original de manera fija.
- La empresa en la que se externaliza suele estar al tanto de las novedades legislativas y de avances tecnológicos, de modo que ese conocimiento se pone a disposición de la empresa externalizadora, que de otro modo no tendría acceso a ella, o lo tendría a un coste mucho mayor.
- Las empresas a terceros tienen una mayor productividad en los procesos externalizados, dado que trabajan a diario en

ellos con volúmenes elevados de trabajo, lo que les lleva a una mayor optimización de los mismos.

No obstante, a pesar de todas las ventajas que el proceso ofrece, también deben considerarse

algunos inconvenientes:

- El proceso externalizado estará sometido a un menor control que el que se puede tener cuando se realiza en la propia empresa.
- Existirá una dependencia del tercero en términos de tiempos de entrega, lo que puede a su vez comprometer los plazos de entrega del producto o servicio final.

Si este proceso de externalización se realiza adecuadamente, se puede disfrutar de las ventajas expuestas anteriormente, minimizando los inconvenientes mencionados.

La externalización es, por tanto, un proceso muy interesante en lo relativo a la optimización de los recursos de los que una empresa dispone, si bien debe hacerse con criterio, contrastando muy bien en manos de quién se realiza dicha externalización. Para ello es conveniente llevar a cabo una prospección de mercado e identificar aquellas empresas que ofrecen los servicios buscados, pedir referencias y confirmar la existencia de certificaciones o acreditaciones de calidad que garanticen el nivel exigido al producto o servicio.

AUNQUE LO HABITUAL ES QUE SE EXTERNALICEN ETAPAS PRODUCTIVAS O ASPECTOS DE MENOR IMPORTANCIA, EN OCASIONES HAY EMPRESAS QUE EXTERNALIZAN ALGUNAS ETAPAS DE SU PRODUCCIÓN DE FORMA INTEGRAL



Adicionalmente, en el caso de procesos especialmente sensibles se suele llevar a cabo auditorías de calidad para contrastar que los procedimientos de trabajo tienen los estándares de calidad esperados por el cliente, y definir por contrato unos niveles de exigencia y calidad. De igual modo es conveniente también que los proveedores pasen un período de evaluación hasta que se les dé el visto bueno final.

Aunque lo habitual es que se externalicen etapas productivas o aspectos de menor importancia, en ocasiones, y aunque pueda sorprender, hay empresas que externalizan algunas etapas de su producción de forma integral. Así,

nombres muy conocidos, como Nike o Apple han dejado en manos de terceros la fabricación de sus productos, dado que su “fuerte” no es la fabricación, sino el diseño, el *marketing* del producto, la experiencia de uso de usuario etc.

Por ilustrar lo anteriormente comentado, en nuestro laboratorio actuamos como proveedor de servicios a terceros que deciden externalizar su control de calidad o los ensayos que les permiten evaluar sus productos antes de la puesta en el mercado, pero a su vez externalizamos aspectos relevantes de nuestra actividad, como la calibración y cualificación de sondas de temperatura, estufas y autoclaves,

o la toma de muestras cuando ésta debe ser realizada en zonas geográficamente alejadas de nuestra ubicación.

En definitiva, parece razonable que dentro de la gestión estratégica de la empresa, se analicen minuciosamente todas aquellas actividades que se realizan en la empresa, para mantener internamente todas aquellas en las que es competitiva en términos de *know-how*, de personal cualificado, de equipamiento, de capacidad de inversión y de escalado de operaciones, y externalizar aquello que sea accesorio o en lo que otras empresas puedan hacerlo de manera mejor y más eficiente 🌿



SEE the future: Safety • Ethics • Eco-sustainability

**amitahc
Iberia**

A value provider



Activos exclusivos



Formula concept



Ingredientes innovadores

NUESTROS PARTNERS



BiosControl®



Contact amitahc Iberia

www.amitahc.com | sales.es@amitahc.com | Phone: +34 936250780