

17 

OUTSOURCING

“La evolución del *contract manufacturing* es muy positiva”



Marc
Xalabarder

CEO y CTO de
Neftis Laboratorios

Tras casi dos décadas dedicados a diseñar y producir todo aquello que, hasta su intervención, solo existe en la mente de sus clientes, Marc Xalabarder, CEO y CTO de Neftis Laboratorios, habla con detalle de los entresijos de su función en la cadena de producción de cosméticos, del mercado español y de lo que le depara al *contract manufacturing* en un futuro próximo.

Neftis Laboratorios lleva casi veinte años dedicado al *full service* a terceros, también llamado *outsourcing* o *contract manufacturing*. ¿Qué lleva a una empresa en primera instancia a subcontratar la creación de sus productos y mantener su producción así en el tiempo?

La actividad de una empresa dedicada a la creación de una marca que promociona una o varias líneas de productos requiere de una concentración de esfuerzos en todos los ámbitos. Desde la idea inicial, diseño, *marketing* y comunicación, así como la gestión comercial con distribuidores y la propia distribución de productos son algunas de las muchas fases implicadas en el negocio.

No es extraño, entonces, que a la hora de considerar todas las etapas que engloban la creación del producto en sí y su fabricación, muchas empresas opten por la subcontratación de éstas para centrarse en los demás retos del negocio.

Además, se debe tener en cuenta que para la fabricación de cosméticos y productos sanitarios hay

que tener instalaciones que sigan una serie de directrices y requisitos para asegurar la calidad de los productos, así como personal cualificado para la creación de éstos. Esto supone una inversión elevada en tiempo y recursos económicos, y es en este punto donde muchas compañías prefieren subcontratar la producción a empresas capacitadas para ello.

Diseño, desarrollo, formulación, fabricación, *packaging* y manipulado. ¿Cuál es el servicio que más os reclaman? ¿Ha evolucionado la demanda con el paso del tiempo?

En el inicio de nuestra actividad la mayoría de los proyectos iban orientados a la realización de procesos de fabricación y envasado.

Con los años, la demanda se ha ampliado a otras actividades menos industriales y más relacionadas con la creación de valor. Muchos clientes reclaman un servicio 360° que va desde la propuesta de ideas de fórmulas, diseños y *packaging* para sus productos, hasta el manipulado y acondicionamiento secundario, con la finalidad de obtener un producto listo para su distribución a un precio cerrado y conocido.

La de la belleza es una industria en constante movimiento que no conoce de límites para la imaginación y la innovación. Las últimas tendencias apuntan a los productos sostenibles, ecológicos y *cruelty free*. ¿De qué manera os influyen estas oscilaciones en las preferencias de los consumidores? ¿Se han convertido estas tendencias en nuevos requisitos de vuestros clientes?

Por supuesto, las variables constantes del mercado nos influyen, la adaptación es una constante en nuestro sector, y precisamente es uno de nuestros tres objetivos estratégicos: adaptación, sostenibilidad y crecimiento.

En Neftis Laboratorios no entendemos una evolución positiva de nuestra actividad sin abarcar y atender proyectos que se adapten lo mejor posible a todos los requisitos de nuestros clientes, siendo lo más sostenibles y respetuosos posibles, ya que de ello depende precisamente nuestro crecimiento futuro.

Por esta razón estamos siempre abiertos a cualquier demanda de nuestros clientes.

¿Cómo funciona exactamente *el contract manufacturing*? ¿Empezar a trabajar con un cliente

nuevo supone siempre empezar desde cero para ofrecer un servicio completamente personalizado o existen unas bases?

Cada casuística que recibimos en Neftis es tratada de manera totalmente personalizada, aunque podríamos clasificar tres principales vías para trabajar los proyectos:

- Fórmula sugerida: el equipo de I+D realiza la fórmula propuesta por el cliente
- Producto estándar: disponemos de un amplio catálogo de más de 300 fórmulas cosméticas diseñadas por nuestro equipo de I+D
- Nueva creación: el cliente escoge todos los componentes que incluye el cosmético: los activos, el color, el olor, la textura y el *packaging*.

Una vez escogida la fórmula nuestro departamento de *marketing* y *packaging* acompañará al cliente para encontrar el envase más adecuado y funcional. Será en el área de I+D donde se realizarán las pruebas de compatibilidad con la fórmula para comprobar su estabilidad.

En cuanto al *packaging* primario y secundario podemos proponer soluciones de nuestro catálogo o podemos investigar y estudiar opciones 100% personalizadas para el cliente, todo ello siempre orientado a suministrar un producto totalmente acabado y listo para su distribución.

Las instalaciones de una empresa dedicada al servicio a terceros deben ser muy completas. En el caso de Neftis, ¿cómo son y qué departamentos participan de ellas?

Efectivamente Neftis dispone de una infraestructura muy completa para el desarrollo de nuestra actividad.

Los tres ejes principales e indivisibles son: las instalaciones (6.000m²), el equipo de personas y un buen sistema de gestión de calidad.

Nuestras instalaciones disponen en gran medida de salas blancas que aseguran unas condiciones de fabricación óptimas.

Los departamentos clave involucrados en el proceso de producción son:

- I+D, implicado en la creación de las fórmulas y su estabilidad.
- Control de Calidad, que cuidará de la realización de los correspondientes controles que aseguren la calidad del producto durante su fabricación, así como en el producto final.
- Regulatorio, un área que cada vez coge mayor peso, dado que es indispensable conocer las distintas

regulaciones concretas de cada país en la distribución a nivel internacional de los productos acabados.

- Garantía de calidad, sin duda el eje que vertebra el correcto funcionamiento de la calidad global en una estructura tan compleja como la de Neftis. Cumpliendo con las normas UNE-EN ISO13485: para productos sanitarios y UNE-EN ISO 22716: 2008 para productos cosméticos, estos sistemas de gestión de calidad garantizan la fabricación de productos seguros y estables en un flujo productivo eficiente.
- Operaciones: con sus áreas de planificación, elaboración y envasado, acondicionado secundario y almacén aseguran el correcto flujo productivo para garantizar el éxito en el *full service*.

El resto de las áreas no son menos importantes y complementan el buen funcionamiento de las actividades desarrolladas en Neftis.

España es un referente de excelencia en la formulación, fabricación y distribución de productos cosméticos y de cuidado personal. Se sitúa como el quinto mayor mercado de Europa para el sector y es el segundo mayor exportador de fragancias y perfumería del mundo. Desde Neftis Laboratorios, ¿cómo ves nuestro mercado? ¿Cuáles dirías que son las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de nuestro tejido empresarial?

Desde Neftis Laboratorios hemos podido comprobar el notable interés a nivel internacional de los productos y producción de cosmética y cuidado personal en España, ya que, efectivamente, es un país referente en este sector.

En cuanto a la situación actual del mercado, nos encontramos en una reactivación de la actividad post-pandemia que afectará muy positivamente a una esperada reactivación económica.

Analizando nuestro tejido empresarial podríamos destacar el mundo cambiante en el que vivimos y la constante evolución de nuestro sector como la principal debilidad. Esto implica una gran y constante inversión en innovación, tecnología y recursos.

Una amenaza clara es el futuro del *packaging*. Actualmente todos buscamos ser lo más sostenibles posible y en el sector cosmético es más complicado. Los principios activos e ingredientes cosméticos necesitan de envases que protejan el producto de temperaturas y agentes externos para que éste conserve sus propiedades

y características. Este requerimiento puede llegar a ser incompatible con ciertos formatos más ecológicos, con lo que tenemos un gran trabajo de búsqueda e investigación de soluciones más *green*.

A su vez, esta misma amenaza es una gran oportunidad ya que queda en nuestras manos la responsabilidad de cambiar las tendencias de *packaging* para ayudar al sector a conseguir los objetivos de sostenibilidad deseados.

Nuestra gran fortaleza es la creciente demanda de productos y servicios de nuestro sector. La cosmética abarca todas las edades de nuestra población, y la esperanza de vida es cada vez mayor: una población que no renuncia a gozar de un buen estado de salud en el sentido más amplio, además de la inquietud de mostrar una buena imagen. Esto nos permite a las empresas del sector seguir innovando y aportando soluciones para el cuidado de la salud y la imagen de la población.

Tras casi dos décadas en la industria y habiendo abarcado todas las actividades clave del proceso de producción del sector, ¿qué podemos esperar de su empresa en los próximos años? ¿Cómo puede evolucionar el *contract manufacturing*?

Nuestra empresa está enfocada a mejorar día a día desde el rigor y el trabajo en equipo. Nos gusta la innovación y los retos. Actualmente estamos trabajando en nuevos formatos de productos sanitarios como las jeringuillas precargadas para poder ofrecer a nuestros clientes en un futuro próximo.

Otro de nuestros objetivos es la sostenibilidad. Apostamos por un crecimiento sostenible en el sentido más amplio de la palabra. Adoptamos medidas internas para que nuestras instalaciones sean más sostenibles (en el año 2021 instalamos 886 paneles solares para nuestro autoconsumo). Buscamos proveedores alineados con nuestros valores de sostenibilidad y buscamos materiales para ofrecer a nuestros clientes que tengan el menor impacto posible en el medio ambiente.

La evolución del *contract manufacturing* es muy positiva. La tendencia general que observamos entre nuestros clientes es que se prefiere conocer y controlar el coste de los procesos de fabricación para poderlo externalizar. Con ello se consigue tener una estructura de costes clara, definida y garantizada, para poder focalizar esfuerzos en procesos de distribución y creación de marca, eliminando factores de riesgo que pueden afectar negativamente al retorno de la inversión 