

Outsourcing

Carlos Bellver
Dtor. de Marketing - Ventas
Toll Pharma - Madrid

La competitividad en la Industria Farmacéutica y la reducción del gasto sanitario han modificado sustancialmente el modelo tradicional en el que **se disponía de todos los servicios para el desarrollo de la actividad y control de la compañía** con cierta independencia.

El **outsourcing** como herramienta estratégica esencial

Los gestores de la industria farmacéutica recurren a la calidad y eficacia, pero ninguna empresa consigue el máximo de eficiencia en todos sus procesos. Las empresas deben conseguir su máximo nivel en aquello que suponga el core-business de la compañía. Externalizando, se consigue desarrollar actividades anexas mientras la compañía se dedica exclusivamente a la razón de su negocio. Además, permite exigir a su partner calidad y buen ratio/coste efectividad.

Existen otras compañías que se acercan al modelo de compañía virtual siendo un reducido grupo "core" que se encarga de sólo operaciones de gestión de los proyectos y empresa. En otros casos, es el control financiero la causa de que las operaciones se vean externalizadas.

El outsourcing estaba planteado originalmente para solucionar problemas de capacidad de producción y abastecimiento a corto plazo. Hoy es una herramienta estratégica esencial.

Los procesos actuales de desarrollo son extremadamente caros y la existente competitividad hace que sea necesario amortizar los gastos lo más rápidamente posible. El outsourcing tiene su gran arma en la ventaja competitiva frente a la competencia que no utilizan esta herramienta para multiplicar sus recursos.

Además, es un excelente instrumento de acceso a tecnologías de última generación.

Como puntos fuertes podemos citar:

1. Gran capacidad de respuesta en tiempos que hoy en día en el negocio de la producción son impensables.
2. Flexibilidad de los turnos de fabricación que consiguen amoldar sus planes para dar respuesta a las necesidades del cliente.
3. Cambio de costes fijos por variables por lo que los recursos propios del cliente no se ven afectados, pudiéndose abordar con más flexibilidad los picos de demandas de servicio.

Las necesidades del cliente deben abordarse de manera flexible tanto para operaciones puntuales como para proyectos completos.



Este servicio alcanza desde la gestión de materiales hasta el producto terminado, pasando por la compra del principio activo o del resto de los componentes. En este sentido, una buena gestión de compras por ejemplo por troqueles, consigue una considerable reducción en el precio final.

Todos los estudios o producciones, pueden ser contratados de forma individual aunque no estén ligados a procesos productivos o proyectos en desarrollo.

Las instalaciones y equipos deben permitir dar un tratamiento dinámico a las órdenes de trabajo garantizando la seguridad de los procesos.

La búsqueda de proveedores alternativos, el soporte técnico documental, la mejora de procesos, el desarrollo de nuevas formulaciones, son algunos ejemplos de las soluciones que las empresas de outsourcing pueden aportar a sus clientes.

El outsourcing pone de forma inmediata los recursos humanos y técnicos a disposición del cliente que le permite focalizar todos sus esfuerzos y energías en su core-business.

Entre otras ventajas permite:

- Realizar múltiples proyectos a la vez.
- Dar valor añadido a sus recursos humanos.
- Aumenta la experiencia.
- Recibe innovación e ideas.
- Reduce costes operativos.
- Incrementa la flexibilidad.
- Soluciona problemas particulares.
- Disminuye riesgos.
- Produce un rápido acceso a nuevas tecnologías.
- Mejora el "lead time".

A la hora de seleccionar un buen partner es imprescindible valorar aspectos cualitativos como experiencia, confidencialidad, conocimiento; aspectos económicos como estabilidad financiera, costes o aspectos operativos

como recursos humanos, maquinarias, procedimientos, cumplimiento de normativas. Es indispensable cerciorarse de que nuestro partner dispone de los permisos y autorizaciones en vigor así como de capacidad suficiente para cumplir con la legislación.

Una mala selección nos ocasionaría retrasos, pérdidas de calidad, aumento de costes e incluso problemas legales. Es fundamental disponer de un buen sistema de selección que nos asegure una buena elección.

Todos los términos de la colaboración deberán estar claramente fijados en el correspondiente contrato.

El mercado de genéricos europeo es negocio para las empresas de outsourcing. En muchos países es aún inmaduro y relativamente nuevo. Se concentra en pocas compañías y su ritmo de crecimiento es lento. Si consideramos que el crecimiento de estas compañías viene determinado por su capacidad de aumentar su portfolio, concluimos que los genéricos aumentarían así como el desarrollo de nuevas entidades genéricas.

Las empresas de outsourcing deben ser independientes a la comercialización de productos con objeto de no interferir con los intereses de su cliente. Conviene que incluyan en su cartera de servicios, además de una especialización (formas sólidas, líquidas, antibióticos, etc.) dosieres que les permitan contactar con su futuro cliente de forma rápida por darle respuesta a una necesidad.

Los países del este europeo si son capaces de aprovechar las ayudas que les ofrece la unión europea, pueden ser unos fuertes competidores. Pero, realmente, la amenaza viene de Asia, en concreto de China e India, países con una mano de obra muy competitiva y de tecnología avanzada.

Las empresas de outsourcing deben ofertarse no como meros proveedores de servicios de producción ó desarrollo, sino como auténticos "compañeros de viaje" que se identifique y comprometa con las necesidades de sus clientes ofreciéndoles una estrecha colaboración que le permita dar una respuesta ágil a un precio competitivo.