

¿Cuáles son los criterios más importantes para elegir un proveedor de outsourcing?



Fuente: Grant Thornton IBR

BAE Negocios

Las empresas que tercerizan privilegian la fiabilidad

Recién después se preocupan por los costos

negocios@diariobae.com

Las organizaciones tercerizan los procesos "back-office" de sus negocios, principalmente para aumentar la eficiencia y reducir costos. Liquidación de nómina, recursos humanos y contabilidad —los procesos más comunes para realizarlos mediante outsourcing— son en gran medida transaccionales, y muchas empresas determinan que especialistas externos pueden ejecutarlos de manera mucho más rentable. Por lo tanto, podría esperarse que el dominio de las habilidades técnicas pertinentes de los proveedores sea el factor crítico de éxito en cualquier relación. La última investigación del International Business Report (IBR) de Grant Thornton, sin embargo, revela algo diferente.

Los aspectos intangibles de estas relaciones —ser un socio fiable, de confianza y otras habilidades "no técnicas"— cuentan a la hora de hacer que las relaciones en base al trabajo de outsourcing funcione, tanto o más que los factores difíciles (como por ejemplo las capacidades especializadas). Dado el objetivo primordial de impulsar la rentabilidad, se esperaría que las empresas se centrasen en el precio del proveedor como cri-

terio principal de selección. Sin embargo, para los líderes de negocios, los costos se ubican en segundo lugar luego de la fiabilidad. La confianza es el otro factor clave en los tres principales criterios de selección.

Las empresas deben asegurarse de que los proveedores entregarán los trabajos en tiempo y forma, y de acuerdo a la calidad requerida. Pero esto va más allá: muchas compañías dependen de su proveedor de outsourcing para seguir cumpliendo con los requisitos

Las empresas deben asegurarse de que los proveedores entregarán en tiempo y forma

regulatorios. El gobierno del Reino Unido, por ejemplo, impuso recientemente requisitos más estrictos sobre la nómina a las empresas. Otros países como Brasil y Argentina también enfrentan nuevas y difíciles normas de información tributaria para empresas extranjeras y nacionales.

Alejandro Charró, Socio de Outsourcing de Grant Thornton Argentina, sostuvo: "Esta dependencia ayuda a explicar por qué la confianza es un factor tan importante. En los mercados emergentes de Asia y Amé-

rica Latina, por ejemplo, esta confianza se construye generalmente a través de la interacción personal, la base de cualquier buena relación de negocios".

La comunicación se torna esencial para crear altos niveles de confianza. De hecho, los líderes empresariales encuestados expresaron que es el ingrediente excluyente para una experiencia de outsourcing exitosa.

La comunicación entre el cliente y el proveedor debe ser buena en muchos niveles. Establecer reuniones de actualización periódicas con el proveedor debe ser una característica estándar de cualquier trabajo de outsourcing. En algunos mercados, como en América Latina, los clientes pueden llegar a preferir que estas reuniones sean frecuentes y cara a cara. Pero los proveedores también deben saber reconocer cuando sus clientes están ocupados y quizás prefieran la reducción de la frecuencia de las reuniones. Las buenas prácticas de comunicación también significan responder rápidamente: tres cuartas partes de los líderes de negocios sostuvo que es importante que las reuniones con el proveedor de outsourcing puedan concertarse en un plazo muy corto —dentro de las 24 horas— si surge algún problema.