

OBJETIVO: FLEXIBILIZAR, REDUCIR COSTES FIJOS Y AUMENTAR LA EFICACIA EN EL SERVICIO



# El «outsourcing» español madura en ventas

## Subcontratación

Comenzó con el encargo a empresas externas de actividades como la seguridad, administración, reclutamiento de personal o limpieza. Su ámbito de actuación alcanza ya al sector público

Joan Carles Valero

La crisis anima cada vez más a las empresas, pero también a las administraciones públicas, a centrarse en su tarea principal. De ahí que opten por subcontratar a especialistas áreas completas de actividad con los objetivos de flexibilizar, reducir costes fijos y aumentar la eficacia en el servicio.

El «outsourcing», que en España comenzó con el encargo a empresas externas de las actividades de seguridad, administración, limpieza, transporte, restauración, mantenimiento y reclutamiento de personal, madura ahora en áreas consideradas estratégicas para las empresas, como son la red comercial y la gestión de los recursos humanos, especialidad de Winche, e incluso alcanza al sector público de la mano de Meta4 en la gestión

del personal en hospitales y ayuntamientos.

Cuando el actual ministro de Trabajo, Celestino Corbacho, era alcalde de L'Hospitalet, defendía con vehemencia que los Ayuntamientos pudieran contratar seguridad privada para vigilar las dependencias municipales ya que, en su opinión, era un derroche destinar a esas tareas a los escasos agentes de la policía local. Corbacho no sólo pretendía ahorrar costes; también perseguía elevar el servicio público al centrar a la Guardia Urbana en sus labores propias, que son las de protección ciudadana.

A similares conclusiones han llegado algunos ayuntamientos españoles, como el de Gerona, o también hospitales, como el Consorcio Hospitalario de Vic, a la hora de encargar a Meta4 la gestión de sus recursos humanos en aras de

elevar la calidad del servicio público.

El fenómeno del «outsourcing» en la Administración va ahora más allá de la gestión de nóminas y ha posibilitado un incremento de más del 23% en la facturación de estos especialistas que también se adentran en los campos de la gestión del talento, la evaluación del desempeño ligada a la dirección por objetivos y la formación continua. Según Julio Agredano, director de Meta4 en Cataluña, se trata de que «los empleados dejen de ser una celda en una página Excel».

## Vendedor marquista

En el terreno comercial, se acaba la imagen del vendedor marquista que desarrolla su propio estilo. También periclitó el sempiterno comercial empático. Para Javier Scherk, director general de Winche, «ahora el modelo que exige el mercado es el de una red de profesionales que visita de forma sistematizada las trincheras del consumo: los puntos de venta».

Con la crisis, el punto de venta se ha convertido en el

## Funcionarios

En opinión de Meta 4, la evaluación del funcionario por sus méritos será imprescindible en un futuro inmediato, pero se requiere la voluntad política de un pacto de Estado que tenga por objetivo profesionalizar la Administración. En la búsqueda de la eficiencia del funcionariado, «hay que medir primero el perfil de la actividad y el contorno de sus responsabilidades para ligar luego las retribuciones al nivel del desempeño de esas tareas», señala Julio Agredano, director en Cataluña de Meta 4. Una solución que no comporta especial dificultad para esta compañía especializada en herramientas y servicios de gestión de los recursos humanos.

campo de batalla comercial y en un cruce de oportunidades: las farmacias venden productos que curan pero también otros que proporcionan bienestar; las ferreterías ofrecen menaje para el hogar y hasta los bancos se han convertido en tiendas de electrodomésticos. La apoteosis de la seducción frente al imperio del precio se manifiesta con más crudeza en los lineales del hipermercado por la ausencia de vendedores especializados que atienden a los consumidores. De ahí que el marketing en el punto de venta se extienda a todos los campos comerciales y externalizar la fuerza de ventas haya madurado en España.

## Cambio de hábitos

Javier Scherk, director general de Winche, opina que «los hábitos de los consumidores han cambiado, entre otros factores, por la irrupción de nuevos alimentos y comidas étnicas derivados de la inmigración, la moda de los denominados «alimentos» que no sanan pero proporcionan bienestar, así como una mayor disponibilidad de tiempo y la creciente importancia del precio por la crisis». Por eso suben como la espuma las marcas blancas.

La especialidad de Winche no es otra que optimizar el tiempo de sus vendedores en el punto de venta, que es el lugar donde se produce el 69% de las decisiones de compra, de forma que «la fuerza de ventas resulta un 15% más eficiente al hacer un 15% más de visitas con un 10% de reducción de costes, lo que supone un 25% de ahorro», según «vende» Scherk. La expansión de esta empresa se centra ahora en los canales, y de los supermercados y redes especializadas como farmacias o ferreterías, amplía su actividad en banca y energía, donde trabajan para Gas Natural, por ejemplo.

Respecto al «outsourcing» en los servicios públicos, subcontratar la gestión de los recursos humanos en los hospitales no obedece exclusivamente a la necesidad de recortar gastos. Julio Agredano, de Meta 4, subraya que al hacerse cargo su empresa de esta actividad, por ejemplo en la gestión de los turnos de enfermería, se logra aumentar la eficacia en la prestación del servicio asistencial. En un complejo hospitalario como el de Vic, con 1.500 personas, «el jefe de servicio necesita herramientas para tomar decisiones en tiempo real sobre la cobertura asistencial», asegura Agredano.