

Outsourcing. Elegir un buen proveedor de servicios

Externalizar servicios en la empresa tiene un riesgo, la confianza hacia el partner, su futura adaptación y profesionalidad en la empresa.

Jordi Mas
Conseller delegat
MAS GOURMETS



Seleccionar una buen partner es muy importante para el futuro y el rendimiento de la empresa. Cuando seleccionamos un proveedor externo de servicios para un área departamental lo hacemos con unos objetivos muy concretos.

En el caso de la gestión del área de comunicación, tocamos un departamento muy delicado ya que nos jugamos la esencia de la empresa en cuanto información, (estrategia, finanzas, comercial, marketing, personal, corporativa e institucional).

Concretamente el partner del area de comunicación para que realice un buen trabajo le debemos explicar prácticamente todos nuestros secretos, y dedicamos mucho tiempo en hacer entender cuál es nuestra filosofía de trabajo y cuáles son nuestros sueños, para que rápidamente capte el mensaje interno y pueda transmitirlo externamente. Por lo que deberemos ir con mucho cuidado ya que de no tener un proveedor con ética empresarial nos saldrá muy caro, tanto a nivel económico como estratégico y de imagen de marca.

En mi experiencia he conocido diferentes proveedores de servicio del área de comunicación unos buenos, otros mejores y algunos que desgraciadamente no han captado la esencia de la empresa. Pero de todos ellos la mayoría han sido éticos, y han entendido perfectamente que la relación profesional tiene unas reglas del juego y cuando se decide abandonar la relación profesional, se sabe asumir la decisión y entienden que la compañía necesita nuevos aires u otras necesidades.

Desafortunadamente existe la otra cara, y donde una vez la empresa decide abandonar la relación profesional, el colaborador al no entender y respetar la decisión, toma como objetivo dañar la imagen de marca de la empresa donde ha trabajado y lo que es peor ir a buscar su competencia para rápidamente trasladarle el "Know How" adquirido y así hacerle más daño.

Las relaciones deben ser equilibradas y ambas deben dar y recibir, la falta de comprensión por parte de estas empresas con falta de ética y deseo por dañar la reputación de la compañía en la que han prestado servicios no es solo una precariedad en valores, se debe también a que el cliente ha dado mucho más de lo que recibía.

...el partner del area de comunicación para que realice un buen trabajo le debemos explicar prácticamente todos nuestros secretos.

Ante tal caso tan poco ético y profesional, debo hacer una recomendación para las empresas que decidan contratar una colaboración tan importante, y que clausulas deben incluir en el contrato:

1. Se debe fijar una clausula de confidencialidad.
2. Se debe establecer un periodo a decidir por la empresa donde el colaborador no pueda trabajar para otra empresa competidora y así no poderle trasladar "Know How" e ideas propias de la empresa.
3. Debe haber una clausula donde se especifique que de conocerse una campaña de desprestigio por parte de la agencia de comunicación se iniciaran acciones legales.

De esta forma evitaremos cualquier represalia de los partners que no son éticos y no saben aceptar el crecimiento de sus propios clientes.

Desgraciadamente siempre existirán profesionales faltos de ética y principios, por ello debemos proteger nuestra empresa con buenos contratos y posteriormente poder expresar abiertamente que pasa internamente en la compañía con total transparencia y tranquilidad, ya que si hay desconfianza o falta de sinceridad con un colaborador es mejor abandonar la relación.

Protege tu empresa ante la falta de ética y déjate ir sin miramientos.