

GRUPO DE CONTACTO DE DIRECTORES

PRIMERA EDICIÓN (4 de junio de 2014)

LISTA DE CONTROL PARA CONTRATAR A UN BUEN CONSULTOR

- I. [Trabajo preparatorio interno](#)
- II. [Características personales del consultor](#)
- III. [Conocimientos del consultor](#)
- IV. [Enfoque del consultor para resolver el problema](#)
- V. [Apoyo que ofrece el consultor](#)
- VI. [Infraestructura del consultor](#)
- VII. [Relación comercial](#)

I. Trabajo preparatorio interno

1) ¿Ha definido con claridad para qué necesita a un consultor?

El mercado de las consultorías está plagado de ofertas, y tal vez le convenga compararlas. Debe decidir qué necesita realmente; por ejemplo, quiere que el consultor:

- a) le asesore solo sobre el proceso de registro;
- b) se encargue de todo el trabajo, desde el inicio hasta la presentación del expediente definitivo
- c) se ocupe de determinados elementos del registro (p. ej., estrategia de ensayo, IUCLID);
- d) imparta formación a sus compañeros de trabajo, o bien
- e) se encargue del trabajo de seguimiento (p. ej., supervisión del proceso de evaluación/comprobación del cumplimiento de la normativa en el momento preciso y si es necesario).

2) ¿Ha definido con claridad sus objetivos en relación con el servicio externo?

Un consultor cuesta dinero, y cuantos más servicios presta más caro resulta. Por eso es importante que defina lo que el consultor debe hacer concretamente y el plazo en el que ha de hacerlo. También debe tener claras las cuestiones en las que usted no desea participar.

3) ¿Qué posibles aportaciones puede hacer usted en la empresa? En particular, las siguientes:

a) Conocimientos técnicos especializados internos:

Numerosas empresas tienen muchos conocimientos internos que no saben que tienen. Los compañeros de trabajo son una valiosa fuente de información que a menudo trasciende las actividades habituales de una empresa. Presénteles el proyecto «REACH» e intente averiguar qué pueden aportar.

b) Recursos disponibles:

Defina cuánto tiempo pueden dedicar sus compañeros a actividades destinadas a REACH. Averigüe si hay estudios o equipos de ensayo que pueda utilizar.

c) Experiencias:

Utilice experiencias previas de su empresa, como asuntos reglamentarios, trabajo con consultores o ensayos con sustancias.

4) ¿Está seguro de que necesita un consultor?

En ocasiones produce sensación de seguridad contar con un consultor, pero no es necesario. Sus compañeros de trabajo son los que mejor conocen la empresa y podrían realizar el trabajo o parte del trabajo para el que desea contratar los servicios de un consultor. Conviene no olvidar que las actividades de un consultor no dejan de exigir un seguimiento y cierto grado de supervisión.

5) ¿Ha tenido ya buenas experiencias con un consultor en otras cuestiones?

En cualquier caso, tenga en cuenta que REACH es un reglamento sumamente técnico que exige unos conocimientos muy específicos.

6) ¿Tiene o necesita recomendaciones para un posible consultor?

Pregunte a empresas de su sector o cadena de suministro si pueden recomendarle a un consultor. Tal vez haya incluso programas de certificación/calidad para consultores de REACH en su Estado miembro o región.

7) ¿Está satisfecho con su propia gestión de las sustancias químicas o desea/necesita adaptaciones?

REACH exige mucha dedicación. Preparar un expediente de registro puede ser la oportunidad para revisar sus operaciones de gestión de las sustancias químicas. Esté atento a posibles reestructuraciones de su enfoque sobre cómo gestiona las sustancias químicas en su empresa. Un consultor puede ayudarle en este aspecto, puesto que suele tener experiencia al haber trabajado con muchas empresas de su sector.

8) ¿Está familiarizado con el trabajo de seguimiento que se realiza después de un registro conforme al reglamento REACH?

Sería útil conocer los pasos iniciales que se dan en relación con el expediente o la evaluación de la sustancia después de la presentación de un expediente de registro. Tal vez necesite averiguar cuál es la mejor manera de aplicar el trabajo de seguimiento en su empresa, si procede. Estas cuestiones pueden debatirse en una fase inicial con el consultor, y también puede consultar los documentos de orientación de la ECHA para obtener más información sobre los diversos procesos reguladores (<http://echa.europa.eu/guidance-documents/guidance-on-reach>).

9) ¿Ha previsto suficientes recursos para el trabajo de seguimiento?

Los procesos de seguimiento posteriores a la presentación del expediente podrían exigir más trabajo y supervisión. Por consiguiente, puede contemplar la ayuda de un consultor en ese sentido, p. ej., si decide que no desea que un consultor realice también el seguimiento podría ser suficiente con recibir formación sobre la evaluación/comprobación del cumplimiento del expediente.

10) ¿Necesita un consultor para los trabajos de seguimiento?

Un consultor puede ocuparse de las tareas de seguimiento, lo que le permitiría a usted concentrarse en otras actividades. No obstante, debería reflexionar sobre si es realmente necesario, ya que esto representaría un contrato más amplio. Suscriba un contrato con evaluaciones en las distintas fases, para permitir cierta flexibilidad según sus necesidades a medida que éstas se planteen.

II. Características personales del consultor

1) Antecedentes pertinentes de un posible consultor, p. ej.:

a. Educación y títulos:

REACH exige una amplia gama de conocimientos especializados para garantizar que el expediente cumple todos los requisitos legales. Convendría que el consultor tuviera conocimientos profundos en los ámbitos químico, toxicológico, jurídico y económico, o bien acceso a tales conocimientos.

b. Experiencia profesional:

Las cuestiones pluridisciplinarias complejas, como es un registro REACH, necesitan una experiencia profesional consolidada para planificar y concluir con eficiencia un expediente. Un consultor debería tener la experiencia profesional pertinente. Y, a ser posible, en el sector específico en el que usted trabaja: Es probable que un consultor con experiencia en su sector específico o en el tipo de productos de los que usted se ocupa entienda con mayor rapidez el problema en cuestión, p. ej., su cadena de suministro, las dificultades relativas a los ensayos con la sustancia de su expediente, la exposición y los usos o la identificación de la sustancia.

c. Conocimiento de las herramientas disponibles en el mercado:

En caso de que necesite efectuar una exposición completa y una evaluación de riesgos para cumplir todo el proceso de elaboración de un informe sobre la seguridad química, la experiencia profesional debe incluir un conocimiento profundo de las herramientas respectivas que hay disponibles en el mercado.

2) Historial profesional sólido, p. ej., sin lagunas

La experiencia demuestra que los consultores consolidados en el ámbito de las sustancias químicas suelen trabajar bien. Ahora bien, hay consultores con menos experiencia que ofrecen también resultados comparables. En cualquier caso, sea crítico si tiene la impresión de que los conocimientos de un consultor sobre REACH son limitados.

3) Buena reputación, sobre todo en el sector al que usted pertenece

Pregunte a otras empresas de su sector o cadena de suministro sobre sus experiencias con el consultor. Una buena reputación es siempre un excelente indicador de que los servicios son satisfactorios.

4) Miembro de asociaciones sectoriales pertinentes

Los consultores que pertenecen a distintas asociaciones a menudo se someten a una evaluación crítica por parte de éstas. En tal caso, encontrará información al respecto en el material de presentación del consultor o en la asociación pertinente. Algunas asociaciones han elaborado normas y/o certificaciones de calidad.

5) ¿Dedica el consultor tiempo suficiente a entender la situación específica en la que está usted?

Cada caso es diferente. En la primera reunión que mantenga con el consultor, éste debe dedicar el tiempo suficiente a escuchar su caso. No acepte una reunión corta y superficial.

6) ¿Está el consultor abierto a sus intervenciones/ideas, y es flexible en relación con ellas?

El problema que expone al consultor es un problema específico suyo y usted conoce mejor su empresa que él. Un consultor debe ser abierto y constructivo en relación con las intervenciones e ideas que le proponga, y mostrarse dispuesto a debatir y decidir la mejor vía de actuación.

7) ¿Se expresa el consultor de una manera comprensible para usted?

REACH es una legislación compleja en la que hay que tener en cuenta diversos aspectos (p. ej., el jurídico, el químico, el económico, el de gestión de riesgos, etc.). Un consultor debería poder explicarle sus ideas y sugerencias de manera que usted las entienda y le permitan tomar una decisión informada.

8) ¿Es capaz el consultor de guiarle de manera eficiente?

Quizá no tenga usted conocimientos suficientes sobre los requisitos de REACH. La labor del consultor es corregir sus errores y proponerle mejores soluciones. ¿Por qué, si no, iba a pagar por sus servicios?

9) ¿Sabe si el consultor desempeña actividades con otros clientes y sectores?

Resultaría útil conocer otras actividades del consultor en el sector al que usted pertenece o en otras empresas que estuvieran en una posición parecida a la suya. Pregunte al consultor sobre otros proyectos en curso y anteriores.

10) ¿Le convencen las referencias que le presenta el consultor?

Es habitual que los consultores presenten referencias. Debería usted sentirse cómodo con la información que le ofrecen. Debería plantearse también ponerse en contacto con algunas de las personas que ofrecen referencias del consultor.

11) ¿Se siente cómodo con el consultor?

No olvide que va a trabajar intensamente con él durante el próximo mes (o meses). Su impresión personal y la de alguno de sus compañeros han de tenerse en cuenta.

12) ¿Necesita tener dudas?

Debe considerar que la oferta más económica no es necesariamente siempre la mejor opción. El trabajo de consultoría nunca va a ser fácil. Es preciso que sea cauto con respecto a los consultores que ofrecen descuentos.

III. Conocimientos del consultor

1) ¿Tiene el consultor experiencia práctica en su sector, su mercado específico y su entorno empresarial?

Conviene hacer preguntas y pedir referencias. Es un factor positivo que el consultor conozca su mercado específico, y lo ideal sería que también tuviera experiencia en el mismo. Procure entender lo que el consultor puede hacer por usted. No deje preguntas (suyas o de sus compañeros) sin contestar.

2) ¿Es capaz el consultor de admitir sus límites profesionales y de recomendarle otro experto para que cubra áreas adicionales?

Nadie lo sabe todo. No obstante, es importante que el consultor tenga acceso a todos los recursos necesarios para realizar el registro en cuestión. Debe saber lo que el consultor puede realizar y lo que ha de buscarse por otras vías. Tenga en cuenta asimismo que si se externalizan demasiados aspectos, la programación temporal puede resentirse; en este sentido, el consultor debe tener un «plan B».

IV. Enfoque del consultor para resolver el problema

1) ¿Se siente cómodo con el enfoque/método que adopta el consultor para analizar y resolver problemas?

Este es también un aspecto personal. Se trata de su empresa y, por tanto, usted y sus compañeros deben sentirse cómodos con el servicio que les ofrece el consultor.

2) ¿Dedica tiempo el consultor a entender el problema antes de proponer soluciones?

Escuchar es esencial para entender y resolver un problema. Normalmente, ningún consultor conoce su empresa en la primera reunión. Eso significa que es usted quien debe exponer su situación específica y sus necesidades. Tenga cuidado de no verse «forzado» a contratar un servicio debido a las buenas dotes de venta del consultor: tal vez a usted no le convengan los servicios «de serie».

3) ¿Plantea el consultor los problemas desde una perspectiva amplia, no aislada?

REACH ofrece numerosas soluciones para un mismo problema. Por ejemplo, se pueden realizar ensayos o utilizar otros métodos (como la extrapolación). La primera opción es más exacta; la segunda, más económica, si se acepta. Los debates en el FIIS desempeñan asimismo una función esencial en este sentido. Solo una evaluación caso por caso puede determinar cuál es la mejor opción.

En ocasiones puede resultar también más razonable desde el punto de vista económico no cubrir todos los usos que haya cubierto hasta ahora. Lo que conviene a la competencia puede no ser sostenible para usted. Los dos ejemplos mencionados muestran que no hay una solución estándar. En consecuencia, es muy importante que el consultor evalúe su situación de la manera más amplia posible y que intente encontrar la mejor solución para su caso.

Si el consultor le recomienda no realizar una presentación conjunta, debe quedar claro que solo es posible una exclusión parcial de cierta información. Incluso en ese caso, el consultor tendrá que ofrecerle la debida justificación de la exclusión parcial y garantizarle que él tiene acceso legítimo a los datos que usted necesitará en consecuencia.

4) ¿Le ofrece el consultor una solución individual y no un producto estándar? ¿Se adaptaría a sus necesidades un producto estándar?

Las soluciones estándar pueden funcionar en algunos casos y suelen ser más económicas, pero como hemos dicho anteriormente, REACH es un sistema complejo que exige la evaluación minuciosa de cada caso concreto.

5) ¿Tiene en cuenta el consultor que la solución sea sostenible?

Tener un expediente terminado es algo positivo. No obstante, debe tener cuidado de que los datos cubran los requisitos que exige REACH. Por ejemplo, la calidad de los datos de ensayos deben ser suficientes, la identidad de la sustancia y los datos del ensayo correspondiente deben presentarse con claridad, y los aspectos relativos a la exposición y los usos deben ser realistas. El consultor que elija ha de tener en cuenta estos aspectos y responder a sus preguntas. Sea crítico si se proponen exenciones para cada una de las variables.

V. Apoyo que ofrece el consultor

- 1) ¿Tiene el consultor suficiente capacidad para ofrecerle apoyo del modo en que usted desea?

Cuantos más empleados tenga el consultor, más recursos se podrán dedicar a su caso, si fuera necesario. Después de definir lo que usted desea y en qué medida, debe pedir al consultor que le garantice los recursos que prevé destinarle.

- 2) ¿Se ha establecido claramente el alcance de las prestaciones?

Debe abordar las responsabilidades siguientes:

- análisis de la situación de la empresa y posibles obligaciones
- gestión e introducción de datos en las herramientas de TI, como IUCLID y CHESAR
- negociación y administración de FIIS/consorcios

- 3) En caso de emergencia, ¿podría acudir al consultor incluso en horario fuera de oficina?

Este aspecto es útil, aunque no vital a los efectos de REACH. No obstante, puede ser importante si se presentan problemas técnicos, p. ej., incidencias informáticas al presentar el expediente de registro.

- 4) Cuando mantiene una conversación en persona con el consultor, ¿muestra éste interés y motivación para resolver su problema de una forma adecuada?

La persona responsable de su proyecto en la consultoría debe estar motivada e interesada en trabajar en su caso. Si su impresión es otra, piénselo dos veces.

VI. Infraestructura del consultor

- 1) ¿Está satisfecho con la infraestructura del consultor?

Como primer paso, visite la oficina del consultor y su página web. Pídale que le muestre las instalaciones, incluidas las de los proveedores de servicios (p. ej., laboratorios de ensayos), si procede. Tenga en cuenta que no todas las consultorías tienen todo en sus instalaciones, pero deberían disponer de acceso/conexiones a los recursos que precisa su proyecto. En función de los ensayos que se necesiten se pueden escoger distintos proveedores de servicios (es decir, que se pueden establecer relaciones comerciales con otros laboratorios o proveedores). Este aspecto se puede decidir en el marco de un SIIF, por ejemplo.

Pregunte al consultor por qué es adecuada la infraestructura para su proyecto concreto.

- 2) ¿Le convencen los materiales publicitarios (p. ej., folletos, presentación de la página web)?

Los folletos y la presentación de las páginas web suelen decir mucho del grado de profesionalidad que tiene una empresa. No obstante, sea cauto en este sentido: en ocasiones una buena apariencia oculta deficiencias profesionales.

3) ¿Está localizada la oficina del consultor en un sitio conveniente para usted?

A algunas personas les gustan las conversaciones cara a cara y a otras no. Tenga en cuenta sus preferencias con respecto al modo de comunicación.

4) ¿Está satisfecho con la disponibilidad que tiene el consultor (p. ej., teléfono, correo electrónico, etc.)?

La telecomunicación flexible le ofrece una gama más amplia de posibles consultores y, en consecuencia, un mercado más amplio para escoger la mejor oferta para usted. No obstante, debería llegar a un acuerdo con el consultor respecto al modo de comunicación que usted prefiere y al grado de intensidad de la misma.

5) ¿Va a haber una persona encargada de la supervisión y el seguimiento del proyecto de principio a fin?

Su decisión de escoger una consultoría dependerá en gran medida de la impresión que le cause la persona con la que ha mantenido contacto hasta ese momento. Asegúrese de que esta persona participa también en el proyecto. En particular, asegúrese de que los contactos los mantiene con la persona que va a supervisar el proyecto.

6) ¿Es el supervisor la persona con la que mantiene contacto directo? De no ser así, ¿hay otra persona responsable claramente definida?

Su contacto debe ser la persona que va a supervisar el proyecto. En cualquier caso, debe haber una persona claramente definida que sea la responsable de su proyecto. Esta persona debe ser también su contacto. Evite a toda costa la opacidad en las responsabilidades y los deberes.

7) ¿Tiene información sobre los compañeros de trabajo del supervisor, incluidas sus capacidades, su formación, su titulación, etc.?

Infórmese sobre la empresa consultora en su conjunto. Obtenga la mayor información posible sobre otras personas que participen en el proyecto y sobre cuál va a ser su colaboración. Asegúrese de que todas las áreas pertinentes las cubre una persona concreta. Para reducir costes, aquí puede incluir también a personas de su empresa. Lo mejor sería que conociera a todo el equipo del proyecto antes de aceptar los servicios de un consultor.

VII. Relación comercial

1) ¿Es la oferta del consultor la más adecuada para usted en comparación con las demás?

No es recomendable tener solo una oferta. Procure hacerse con una buena visión general del mercado. Defina exactamente lo que necesita tener y cuánto está dispuesto a pagar.

2) ¿Es gratuita la primera cita de selección?

Cabe esperar que así sea, puesto que es una práctica habitual.

3) ¿Es clara la oferta en relación con los plazos, los objetivos y las modalidades de trabajo?

Sea preciso en estas cuestiones desde el principio. Así se evitarán posibles malentendidos posteriores. También es importante evaluar estos aspectos junto con el consultor desde una perspectiva crítica. En esta fase es más fácil corregir errores.

4) ¿Está satisfecho con la oferta? En particular, con los siguientes aspectos:

a. Precio del servicio prestado:

Compare los precios del mercado, hágase una imagen general y decida qué es lo que más le conviene.

b. Modalidades de pago:

Procure no pagar todo al principio. Puede acordar el pago fraccionado, en correspondencia con el trabajo realizado hasta el momento acordado. Será una garantía para usted y un incentivo para que el consultor cumpla sus plazos. Considere la posibilidad de imponer sanciones en caso de que no se realice el trabajo correctamente o en el plazo previsto.

c. Opciones para la cancelación del contrato:

Defina posibles situaciones en las que podría cancelarse un contrato, p. ej., incumplimiento de ciertos plazos, aumento excesivo de los costes, indisponibilidad de recursos, calidad inferior a los niveles acordados.

d. Acuerdos sobre el presupuesto y desviaciones:

Llegue a un acuerdo claro sobre las cantidades que puede usar el consultor para las distintas tareas, p. ej., ensayos, administración, asistencia a reuniones en su nombre (FIIS, consorcios). Las condiciones y los procedimientos en relación con las desviaciones deben acordarse con anterioridad.

e. Derechos que tiene su empresa:

Si su empresa no es la titular del trabajo que va a realizar el consultor, debería al menos asegurarse de que tiene todos los derechos necesarios para usar y compartir los resultados del trabajo del consultor a los efectos de REACH.

5) ¿Contempla el consultor la realización de un seguimiento de la evolución del proyecto? ¿Hay indicadores objetivos para ello?

Resulta útil contar con estos indicadores, ya que el proceso se hace más transparente y a usted le permite seguir mejor los progresos de su expediente. Pida al consultor que le facilite tales indicadores o propóngale elaborarlos de manera conjunta.

6) ¿Habrá consecuencias para el consultor si los objetivos no se logran, o no se logran en el plazo previsto?

En algunos sectores es habitual imponer sanciones en caso de incumplimiento de plazos u objetivos.

7) ¿Se aplicará alguna medida si algo no sale conforme a lo previsto?

Pregunte al consultor si tiene un «plan B» y pídale que le garantice que va a trabajar en el proyecto hasta que la sustancia esté legalmente en el mercado.

8) ¿Tiene garantía de que el consultor no trabaja para la competencia?

Este aspecto no es necesariamente importante. Puede incluso ser una ventaja, dado que, en tal caso, el consultor adquiere más experiencia en un caso similar. No obstante, asegúrese de que no se incumple ninguna obligación relativa a la confidencialidad (p. ej., divulgación de información comercial confidencial).

9) ¿Está seguro de que el consultor será discreto y no pondrá en peligro la información comercial confidencial?

Los conocimientos técnicos especializados son cruciales y deben protegerse. Asegúrese de que el consultor no divulgará ninguna información que su empresa considere confidencial. Estas cuestiones deben definirse con claridad en un contrato de servicios que detalle las sanciones y vías de recurso pertinentes.

10) ¿Incluye el contrato el trabajo de seguimiento? ¿Está éste definido con claridad?

Como ya se ha mencionado, el registro es solo el inicio de un proceso más amplio. Si desea que el consultor sea responsable del trabajo de seguimiento, procure llegar a un acuerdo sobre este respecto al principio. Tenga en cuenta cualquier posible coste que pueda aparecer con posterioridad.

Si decide asumir la supervisión y el seguimiento posterior a la presentación del expediente, asegúrese de que el consultor le facilita toda la información necesaria que garantice un traspaso sin contratiempos. Puede empezar, por ejemplo, con elementos como los nombres de usuario y contraseñas en REACH-IT, y terminar con los certificados de ensayos y los datos sin procesar para el expediente de registro. Tal vez los necesite en caso de que se realice una evaluación del cumplimiento de normativas de su expediente.