

EL GRAN CONSUMO SE APUNTA AL INTERCAMBIO DE STOCK

El aumento en la preferencia por la elección de marcas blancas y la disminución del gasto de las familias están llevando a muchas de las grandes marcas de alimentación y bebidas a buscar **nuevos caminos para dar salida a su stock** de productos al tiempo que se introducen en nuevos mercados.

Con esta mentalidad, numerosas multinacionales del sector alimentación están **recurriendo al sistema de intercambio a través de Compensa**, la compañía española pionera en la gestión de estas operaciones en las que **se compra y se vende pagando con productos o servicios**.

Esto supone **grandes ventajas para los clientes de la bolsa de intercambio** que ven este sistema como un complemento a las transacciones económicas tradicionales y lo incluyen en sus presupuestos tal como sucede desde hace años en **EE.UU., Francia, el Reino Unido o Japón**.

Con una **facturación anual de 12 millones de euros en 2008**, Compensa ha visto como **las grandes multinacionales**, especialmente en el sector de la alimentación, se han interesado cada vez más por este sistema en 2009, de forma que **las operaciones de stock suponen ya un 25'3% de la facturación de la compañía**.

Como ejemplo. Podemos citar a diversas compañías que han recurrido a Compensa a lo largo de este 2009. Una conocida marca de productos lácteos ha vendido stock por un valor superior al medio millón de euros, consiguiendo como contrapartida un plan de medios en revistas y exterior al igual que otras compañías dedicadas a las conservas, los refrescos o los frutos secos.

Algunos ejemplos de venta de stock contra publicidad en 2009

SECTOR	VALOR DEL STOCK	MEDIOS
Lácteos	552.960 €	Revistas/Exterior
Cerveceras	106.645 €	Exterior
Conservas	263.846,15	Revistas/Exterior
Vinos y Cavas	214.234,80	Revistas

En primer lugar, la **acumulación de stock** encuentra una solución que **no exige recurrir al descuento, manteniendo intactos los beneficios y la imagen de marca. Compensa vende el stock** de las compañías en **canales alternativos a su distribución habitual**, tanto en España como en Europa, Asia o América, introduciéndolos en **nuevos mercados y ofreciendo una solución a los problemas y gastos de almacenaje y la devaluación**, un problema especialmente importante al tratarse de **productos perecederos** en la mayoría de los casos.

Como contraprestación por esta mercancía, la **compañía alimentaria recibe un plan de medios gracias a Capital Media, central de medios socia de Compensa**, que permite **reforzar los presupuestos de marketing** de la empresa. De esta forma, se **asegura la inversión en publicidad en un momento en que la dinámica general del mercado es recortar los presupuestos** de comunicación. Así la compañía **mantiene abiertos los canales de comunicación con su público objetivo** y potencia su imagen de marca.

Según **datos de IRTA** (International Reciprocal Trade Asociation) este tipo de operaciones **mueven más de diez billones de euros anualmente** en todo el mundo. **En España, el sistema de intercambio fue introducido por Compensa en 1995** y cuenta hoy con **más de 500 empresas clientes** procedentes de 14 sectores de actividad distintos.

En definitiva, una apuesta segura para dar salida al stock e invertir en publicidad... ¿Compensa?



Compensa, empresa española nacida en 1995, cuenta con una **plantilla de 34 personas** y una **facturación de 12 millones de euros en 2008**. Actualmente dispone de una **cartera de 500 clientes y proveedores de 14 sectores diferentes**. Más información en: www.compensa.es

Compensa, Bolsa de Intercambio.
Contacto Prensa: Laura Álvarez
Telf.91.598.18.20
Email: comunicación@compensa.es