

Compensa: El intercambio multilateral

Desde hace **15 años**, la posibilidad de intercambiar productos y servicios entre empresas sin desembolsar efectivo es una realidad en nuestro país. Y lo es gracias a Compensa, compañía dedicada al **intercambio multilateral** que desde 1995 desarrolla su actividad de manera pionera en España.

Alejandro y Marcos Ruiz Chitty inauguraron este modelo de negocio hace más de una década, basado en el trueque tradicional y que se lleva a cabo mediante la compra venta de productos **sin realizar movimientos de tesorería**.

Es la línea de actuación de Compensa, que junto a **dos socios estratégicos**, se consolida como una alternativa financiera para el diverso tejido empresarial español. **Capital Media**, su agencia de medios, nació en 2003 como socio destinado a financiar sus planes de medios de intercambio. Por su parte, **Camarote Creativo** es la agencia de publicidad y marketing del grupo desde 2007 y su trabajo se centra en la promoción, la creatividad y la estrategia publicitaria.

Compensa es una empresa de servicios que **gestiona las relaciones entre compradores y vendedores**. Clientes que no necesariamente tienen intereses comunes pero sí objetivos similares: aumentar sus ventas, dar salida a su stock por medio de una vía alternativa, ampliar su presupuesto de marketing o financiar sus compras sin recurrir a líneas de crédito o préstamos.

Gestora y clientes contribuyen, de esta manera, a crear una gran Bolsa de Intercambio que genera 27 operaciones semanales, más de 100 mensuales y alrededor de 1.300 anuales. **Su facturación ronda los 13 millones de euros**.

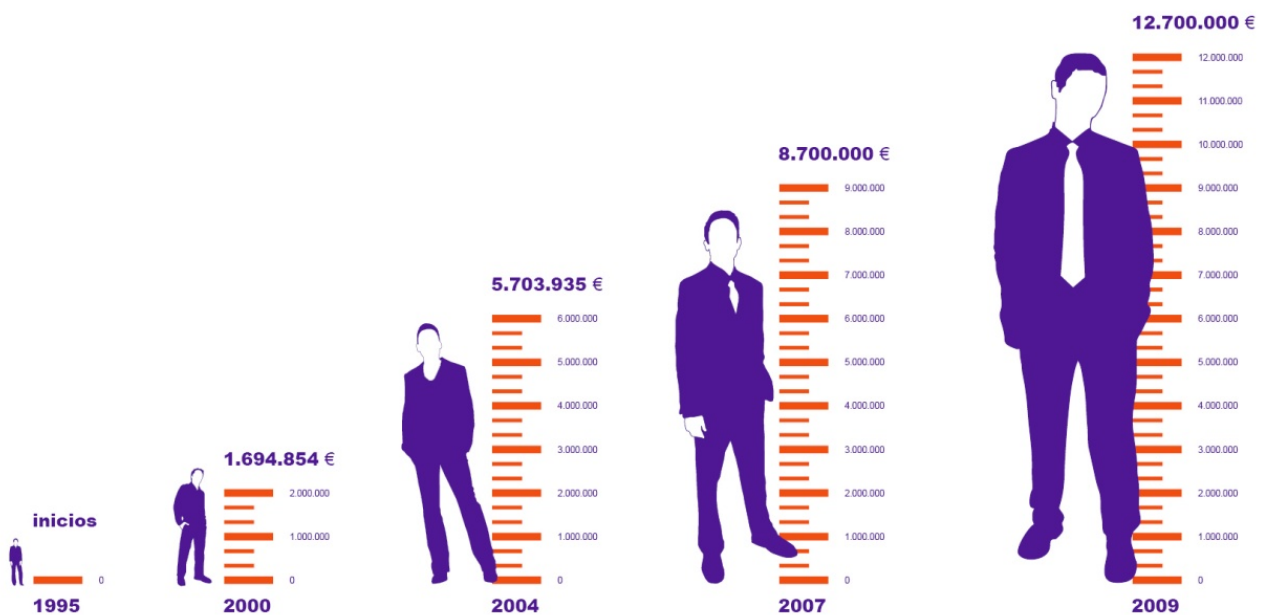
Actualmente, el grupo cuenta con **500 clientes / proveedores de 14 sectores diferentes** de actividad: informática, hoteles, medios de comunicación, motor o eventos son sólo algunos de sus márgenes de actuación.

Aunque el 80% de la actividad de Compensa es de carácter nacional, la compañía ha conseguido asentarse en **10 países** diferentes de Europa a través de campañas en medios interactivos, ventas de stock en aquellas zonas e introducción de marcas extranjeras en España.

Por su modelo de negocio, Compensa puede considerarse una **gran alternativa** para aquellas empresas que, debido a la coyuntura económica actual, no quieren poner en riesgo su liquidez.

Además de beneficiarse de las ventajas que, ya de por sí, el intercambio multilateral ofrece, el cliente de Compensa puede además **dar salida a los productos** que no encuentran huecos en un mercado en recesión.

En definitiva, Compensa es una alternativa, una vía más, y así lo demuestra su evolución en el volumen de negocio. Desde su fundación en el año 95, la empresa ha experimentado un **crecimiento constante**, pasando de facturar 258.00 euros en 1996 hasta alcanzar casi 13 millones en 2009. Cifras que la consolidan como la **primera empresa española en gestión de intercambios**.



Las reglas del juego

Compensa fija su actividad en el intercambio multilateral, una técnica que los hermanos Ruiz Chitty **importaron de empresas de *bartering*** de Francia e Inglaterra y cuya fórmula del éxito va más allá de hacer coincidir los intereses de dos compradores. Se busca además que éstos se satisfagan a través de una bolsa de intercambio.

La compañía es abanderada de un **modelo empresarial basado en el clásico trueque** pero que da un paso más: el cliente forma parte de un sistema que le da la posibilidad de incrementar sus ventas, adquirir productos y servicios sin generar movimientos de tesorería o contar con una nueva vía para dar salida a su stock sin recurrir al descuento ni entrar en competencia con sus canales habituales de venta.

Los proveedores de Compensa son, a la vez, clientes. Cada uno aporta sus bienes y servicios a la espera de que se cubran sus necesidades. Es en ese momento cuando el sistema de intercambio comienza a funcionar.

Lo hace mediante las llamadas **Cuentas de Compensación, muy similares a las cuentas corrientes bancarias**: cuando el cliente vende, obtiene beneficio; cuando compra, la anotación es negativa. Así se va compensando la cuenta.

Compensa analiza las peticiones del cliente para poder así satisfacer sus demandas. Es éste quien controla el 100% de las operaciones de intercambio, en las que no se tiene en cuenta ni el tiempo en que éstas se realizan, ni el precio de los productos intercambiados.

El plazo es variable porque depende de la existencia o no del producto en la bolsa. Al igual que ocurre en las operaciones con efectivo, es la compañía vendedora la encargada de fijar fecha de entrega.

Tanto Compensa como comprador y vendedor firman un contrato legal que rige las operaciones. En él se detallan exactamente cómo son las reglas del juego y el compromiso tanto de las empresas que realizarán el intercambio como de la gestora.



Sus socios estratégicos: Capital Media y Camarote Creativo.

El grupo Compensa está formado por tres empresas independientes pero interrelacionadas. A la empresa matriz se le unen sus dos socios estratégicos: Capital Media y Camarote Creativo.



Capital Media es su agencia de medios. Desde 2003, planifica y compra a los clientes sus planes de medios, tanto en intercambio como en efectivo y su labor se centra en la estrategia, en la planificación y en la tramitación de campañas.

Sin embargo, Capital Media abarca otros **muchos ámbitos del marketing y la comunicación** tales como la investigación del mercado y la innovación a través de nuevos proyectos y formatos. A ello se une la inversión en herramientas propias y la formación continua del equipo, factores que contribuyen a generar valor añadido para sus clientes.

La agencia **basa su visión de negocio en el modelo ROI A+: el retorno sobre la inversión adicional y asegurado** para sus clientes; y lo hace mediante estrategias novedosas y creativas que marcan la diferencia. Es un referente para empresas como Kyocera, Babylliss o Rodman.



Nace en 2007 como agencia de publicidad de servicios plenos, **con clara tendencia al mundo online** y respondiendo a las necesidades del mercado. Su trabajo consiste en el desarrollo de estrategia publicitaria y creatividad; en la conceptualización, el diseño y la programación web.

Desde 2008, y como respuesta a las demandas del sector, incorpora **Camarote Interactivo, dedicada al desarrollo de estrategias SEO, SEM y SMM**, así como de la planificación de medios online.

Su labor es avalada por clientes como Infoadex, Dodegas Domeq (Campoviejo), Solac, Impactmedia o WD40 entre otros. Empresas que constituyen solo una pequeña muestra del gran posicionamiento de Camarote Creativo en el sector.

Casos de éxito

Cadena Ser

Son clientes de Compensa desde el año 2001. Uno de los clientes más antiguos de la compañía.

En 2010 ha realizado dos operaciones en las que ha ejercido como vendedor produciendo cuñas y diez en las que ha sido comprador. Compensa les ha proporcionado ordenadores portátiles, televisiones, cámaras de vídeo, MP5, Ipads, ordenadores y cruceros.

Club Atlético de Madrid

Clientes desde 2004. En el año 2010 como vendedor, en dos operaciones, han vendido palcos. Como comprador, en seis operaciones, han adquirido vino, jamones y tóner.

Bodegas Domecq

Tres años como clientes. La relación con Compensa comenzó en 2007. Este año le han servido 19 operaciones de vino y champagne.

Daimler Chrysler

Lleva trabajando con Compensa desde 2004. Desde entonces se han desarrollado numerosas campañas publicitarias en medios de comunicación.