

## 7 PEQUEÑOS GIGANTES / COMPENSA



# Un modelo basado en el trueque tradicional



**CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.** Como compañía gestora e intermediaria, Compensa se dirige principalmente al entorno mayorista por ser este el que más encaja con su modelo de negocio. Además abarca el ámbito minorista y la gran distribución.

TEXTO IRENE BARREDO

## Compensa abandera un negocio que radica en el clásico intercambio de productos sin que tengan lugar movimientos de tesorería

Aunque parezca mentira, la posibilidad de intercambiar productos y servicios entre empresas sin desembolsar efectivo existe desde 1995, cuando Compensa, una compañía dedicada al intercambio multilateral, empezó a desarrollar su actividad de manera pionera en España.

“Observando las posibilidades del sistema en nuestro país, mi hermano y yo decidimos importar desde empresas de

Francia, Inglaterra y EE UU la técnica del *bartering*, un modelo de negocio nacido en los años ochenta en América, que se basa en el clásico trueque y que se lleva a cabo mediante la compraventa de productos sin realizar movimientos de tesorería”, relata Alejandro Chitty.

Así, Compensa es una empresa de servicios que gestiona las relaciones entre compradores y vendedores, clientes ambos que no necesariamente tienen intereses comunes, pero sí objetivos similares: aumentar sus ventas, dar sali-





**OFICINAS.** Compensa dispone en la actualidad de una plantilla de 35 empleados, que están repartidos entre las oficinas de Madrid, donde está la sede (en la imagen), Cataluña, Islas Baleares y Canarias.



**FUNDADORES.** Alejandro y Marcos Ruiz Chitty, dos hermanos de ascendencia anglo-española -nacidos en Reino Unido, pero criados en Francia-, introdujeron este modelo hace una década.

## DATOS BÁSICOS

### SOCIOS

**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. Abarca muchos ámbitos del marketing y la comunicación además de la inversión en herramientas propias y la formación continua del equipo.

### INNOVACIÓN

**CON CLARA TENDENCIA** al mundo online, Camarote



Creativo es una agencia de publicidad cuyo trabajo consiste en el desarrollo de la estrategia publicitaria y la creatividad. Desde 2008 y como respuesta a las demandas del sector, incorpora Camarote Interactivo, dedicada al desarrollo de estrategias de optimización en motores de búsqueda (Google, Bing,

Yahoo...) y redes sociales, así como de la planificación de medios online.

### SERVICIOS

**DESDE ESPAÑA, LA** compañía se apoya básicamente en empresas que trabajan con el intercambio multilateral entre compradores y vendedores en

toda Europa. Desde nuestro país también gestionan cuentas cuya sede está en el extranjero, pero que quieren penetrar en territorio español con el aliciente del intercambio. De esta manera, Compensa quiere alzarse como una alternativa, es decir, como una vía más para hacer negocios.

da 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. Es el caso de unas importantes bodegas españolas que nutren a muchos de los clientes de Compensa de sus productos (vinos y champanes), que son utilizados por empresas que organizan eventos. "A cambio, otras compañías con las que trabajamos les proveen de regalos de incentivos, viajes y, sobre todo, campañas de publicidad", explica Chitty. De esta manera, gestora y clientes contribuyen a crear una gran bolsa de intercambio que genera 27 operaciones semanales, más de 100 mensuales y alrededor de 1.300 anuales, alcanzando una facturación que ronda los 13,5 millones de euros.

Al poco tiempo y a raíz de las demandas de sus clientes, en 2003, los hermanos Chitty decidieron dar un paso más y profesionalizar la parte dedicada al sector publicitario. "Con este fin creamos Capital Media, la agencia de medios de Compensa que supone un 65% de la facturación del grupo y que desde hace nueve años planifica y compra a los clientes sus planes de medios tanto en intercambio como en efectivo, puesto que funciona como una agencia de medios al uso", reconoce. Unos dos años más tarde, en 2007, nacería Camarote Creativo. "Se trata de la agencia creativa e interactiva del grupo cuya labor se centra en el desarrollo de la estrategia publicitaria de sus clientes a nivel creativo, en la conceptualización, el diseño, la programación web y la planificación de medios online", explica.

Asimismo, el grupo cuenta con una unidad de *trade* (comercio) destinada a ser un complemento para aquellas empresas que necesitan dar salida a los productos que no encuentran hueco en un mercado en recesión o que buscan hacer de la crisis una oportunidad sin poner en riesgo su liquidez. Y lo hace tanto a nivel nacional como en mercados extranjeros, facilitando al cliente nuevos canales donde colocar su producto. "El cliente de Compensa forma parte de una bolsa de intercambio que le da la posibilidad de adquirir planes de comunicación, productos y servicios

**La compañía ofrece una solución a aquellas empresas que quieren dar salida a su stock sin poner en riesgo su liquidez**

sin generar movimientos de tesorería y, además, contar con una nueva vía para dar salida a su stock", apunta.

Los proveedores de la compañía son también clientes, ya que 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. "Así, mediante las llamadas cuentas de compensación -muy similares a las cuentas corrientes bancarias-, cuando el cliente vende obtiene beneficio, al igual que cuando compra, la anotación es negativa y de esta manera va com-

pensando la cuenta", matiza Alejandro Chitty.

Cada usuario supone una cuenta y, dependiendo del producto o servicio que ofrezca y lo que quiera a cambio, las distintas unidades de negocio comenzarán a trabajar. "Por poner un ejemplo, si la unidad de *trade* da salida al stock de un cliente, Capital Media le compensa con una campaña publicitaria por el mismo valor", cuenta.

La compañía ofrece financiación para las compras y gastos cotidianos de las empresas, tales como la organización de eventos, viajes de incentivos, regalos de empresa; para la creación, gestión, puesta en marcha y seguimiento de sus planes de comunicación a través de Capital Media y Camarote Creativo, y para dar una salida rápida y eficaz a sus stocks.

Actualmente, Compensa es gestora de las relaciones de más de 500 empresas, además de abarcar 14 sectores de diferente actividad: publicidad, automoción, turismo, alimentación, bienes de consumo, informática y ofimática, entre otros. Aunque el 80% de la actividad de la compañía es de carácter nacional, Compensa 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. En 2011, el grupo obtuvo una facturación de 13,5 millones de euros y para este año las previsiones apuntan a que habrá un incremento cercano al 10%.

## Del Atleti a DaimlerChrysler

**El principal cliente** de Compensa es aquella pequeña y mediana empresa o multinacional que tiene gastos significativos tanto en su estrategia de marketing y comunicación como en sus gastos generales, además de aquellas empresas españolas que deseen liberar stocks y excedentes principalmente en mercados extranjeros a cambio de planes de comunicación.

"Nos dirigimos a directores financieros que busquen optimizar sus partidas y recursos de los balances y cuentas de resultados, a directores comerciales que quieran aumentar las

ventas al financiar sus gastos con producto, directores de marketing que quieran conseguir su plan de comunicación al mismo precio pero pagándolo con su producto, y a directores de logística que quieran reducir excedentes y stocks", explica con todo detalle Alejandro Chitty.

Entre algunos de los casos de éxito que atesoran en la compañía se encuentran clientes tan significativos como el Club Atlético de Madrid, Domecq Bodegas (Pernod Ricard), Kyocera, Hearst España, Police, IWC, Baume & Mercier, Daimler Chrysler y un larguísimo etcétera. Y es que Compensa suma experiencias en un gran número de sectores.

¿qué tienes?  
te lo cambio  
por lo que  
necesitas