

ANÍMATE A INTERCAMBIAR

No gastes dinero, saca partido al trueque empresarial

El *bartering* o intercambio comercial llama a las puertas de las 2,5 millones de pymes españolas. Sus ventajas: permite la rotación de *stock*, mejora la tesorería, amplía la base de clientes y evita impagados. ¡Y lo que te ahorras!



Nada hay tan arraigado a la condición humana como cambiar unas cosas por otras. Los especialistas en intercambio apuntan a los fenicios como los pioneros en practicar esta fórmula comercial.

La historia nos ofrece exóticos ejemplos de ello, desde los producidos en las rutas hacia Oriente de la mano de comerciantes genoveses, hasta los que dieron lugar durante la conquista de América a la entrada de nuevos productos en nuestras economías. Es decir, el intercambio ha existido siempre. Tan antiguo como la rueda, apuntan por ahí.

Puesta al día

Pero tal y cómo hoy se conoce, es decir, una fórmula comercial regulada y normalizada, debemos situar su origen en los Estados Unidos en los años 80. En esa época los profesionales de la publicidad se esforzaron en impulsar la utilización masiva de la táctica, hasta el punto de dotarla de forma y contenido, de profesionalizarla, y acuñar para ella una nueva denominación: *bartering*.

El término, que en inglés significa textualmente intercambio, quiere erradicar de alguna manera la connotación de trapicheo que acompaña a su antecesor, el trueque.

Participación comercial

Las cosas están cambiando, afortunadamente, y lo cierto es que el intercambio ha cobrado plena vigencia y genera hoy en día el 15% del comercio internacional o lo que es lo mismo, 8.400 millones de dólares (7.000 millones de euros), según datos ofrecidos por la asociación del sector IRTA.

El principal mercado del intercambio se mantiene en el continente americano, especialmente en Latinoamérica y Estados Unidos, donde unas 500 compañías mueven un volumen de negocio de 2.300 millones de dólares. En Europa y Oriente Medio existen cerca de cien operadoras de este tipo de comercio que generan un valor de 1.800 millones de euros, destacando a madurez de este mercado en Francia e Inglaterra. Mientras tanto, Asia y Australia, pese a su extensión y población, mantienen la actitud más rezagada del mundo con otras cien sociedades que generan unas ventas de unos 1.500 millones de euros.

El potencial de crecimiento del *bartering* es aún un caminote largo recorrido, y podría representar un negocio de unos 50.000 millones de dólares en todo el mundo. Solamente en España, donde el intercambio comercial lleva apenas una década de desarrollo, las 2,5 millones de pequeñas y medianas empresas que tenemos podrían mover unos 5.000 millones de euros, si se animaran a participar más activamente.

Pieza clave en el desarrollo que ha tenido y que aún le aguarda al intercambio ha sido la aparición de Internet como vehículo libre y gratuito de comunicación entre empresas y particulares. La Red constituye un acceso democrático a la información, y ello genera nuevas

vías, antes insospechadas, de abrirse a relaciones, formular propuestas y cerrar negocios con la agilidad que sólo Internet puede producir. Sin embargo, producto de esa misma inmediatez, es la aparición de numerosos fraudes.

Operaciones garantizadas

Hay que estar siempre alerta. Por eso, es importante para realizar un buen *bartering* elegir los entornos más seguros, aquéllos en los que los interlocutores te ofrezcan su talante más serio y profesional. Si tu intermediario goza de una cartera de clientes de prestigio, eso es síntoma de que funciona; si le avala un grupo fuerte detrás, es otra señal; si hacen públicas sus cuentas de resultados y están saneadas, te encuentras ante al mejor *partner* para acompañar tu andadura.

Pero tener el mejor tutor no es suficiente. A la hora de cerrar un negocio de intercambio, aunque éste no tenga traducción monetaria, debes seguir las mismas formalidades que otro tipo de transacciones: redactar el contrato de compraventa, identificar documentadamente a los agentes del proceso, detallar los términos pseudoeconómicos de la operación, fijar los plazos de entrega, y demás aspectos que nos proporcionen legalidad.

Porque a la hora de reclamar, los intercambios tienen los mismos derechos y garantías que cualquier transacción originada en el *mundo real* bajo el paraguas del pago en efectivo. En el caso español, la Ley de Garantías de Bienes de Consumo de 2004 y demás normativa vigente.

Todo tipo de clientes

El intercambio como alternativa al sistema tradicional es un mercado que acoge a todo tipo de cliente profesional: ya sean empresas o autónomos. Aunque la trayectoria del *bartering* lo ha perfilado como una herramienta muy útil para la pequeña y mediana empresa, las multinacionales han sido las primeras en detectar su efectividad.

Oscar Sánchez, director general de **Kyocera Mita España**, admite que en su compañía el intercambio “ha ampliado la base de clientes, ha tenido un impacto muy positivo sobre la tesorería y ha permitido la rotación de *stocks*, además de constituir un medio de pago habitual de campañas de publicidad, por ejemplo, con *El Mundo*”. Todos tienen cabida, salvo los particulares.



Intercambios a la medida

En un principio, los sectores más activos en el intercambio fueron los que venían a satisfacer las necesidades primeras de las empresas como agencias de publicidad, informática, impresión u ofimática. Las infinitas posibilidades que representa la fórmula han ido abriendo el zoom para dar paso a viajes, automóviles, servicios profesionales, restaurantes, moda y bienes de equipo.

En la actualidad, toda actividad económica es susceptible de formar parte del fenómeno del intercambio comercial. Un ejemplo: **Acambiode.com** cubre con los diez sectores que representan sus casi 75.000 empresas, el 98% de todas las necesidades empresariales.



Otra de las características del trueque es que siempre se ajusta a la medida de quienes intervienen en él. Pueden producirse de forma puntual acorde a una necesidad concreta o con carácter permanente y generar una relación continuada en las que ambas partes se transforman en agente comerciales del otro.

También pueden darse los intercambios directos, en los que no hay presencia de interlocutor alguno a la hora de formalizar el trato (como ocurre con los promovidos por **Acambiode**). Depende de con quién se actúe, el intercambio puede ser único, es decir, servicio por servicio, producto por producto, o multilateral.

Beneficios tangibles

En cuanto a las ventajas que genera decidirse a practicar el intercambio comercial, todos, ya sean intermediarios o empresas con experiencia, coinciden en mostrar su entusiasmo. No existen desventajas, el esfuerzo es mínimo, el servicio es completamente gratuito.

En el ámbito de la tesorería, reduce a cero los movimientos de capital mientras el resto de los departamentos sí perciben sus consecuencias, reduce los gastos, mejora la capacidad adquisitiva, aprovecha la liquidez, evita impagos y optimiza los recursos patrimoniales, supone una línea de crédito flexible sin intereses, evita la intermediación financiera y aumenta los beneficios. Por su parte, en el área logística, se da salida a *stocks* largamente guardados sin producir costes adicionales y ahorra tiempo ya que las operaciones se producen casi en tiempo real.

En cuanto a las ventas, se amplía el horizonte de cliente, se conocen nuevos canales de venta, surge la oportunidad de actuar en mercados nacionales e internacionales y se generan nuevas relaciones con empresas de otros sectores. Y quizás la más habitual de todas las repercusiones para la empresa se produce en el departamento de publicidad que se abre a nuevas campañas promocionales, soportes promocionales específicos y *targets* más fieles a la oferta.

En suma, el trueque empresarial mejora la circulación sanguínea de la empresa en su conjunto. "No hay nada que perder", sería el eslogan. ¿Intercambias?

Las cifras

La International Reciprocal Trade Association (Irta) en su último estudio bianual estima que:



- El 15% del comercio internacional se produce según los esquemas del intercambio.
- Eso supone un volumen total de 8,43 billones de dólares.
- En Estados Unidos, más de 500 empresas se dedican al intercambio y mueven 2.300 millones de dólares.
- En Europa y Oriente Medio hay 100 compañías especializadas que generan un volumen de negocio de 1.800 millones de euros.
- Los países europeos donde está más consolidado el intercambio son Inglaterra y Francia.
- En Australia y Asia actúan 100 empresas que alcanzaron en este sector 1.400 millones de dólares de facturación.

ACAMBIODE.COM Una mirada internacional

Jaime Martínez es director técnico de **Acambiode.com**, portal de Internet del **Grupo Intercom**, enfocado a poner en relación a empresas y profesionales autónomos que desean intercambiar. Desde su creación en 2001, han ido construyendo un directorio de 75.000 entidades que han producido 700.000 contactos de intercambio.

Los miembros de este directorio cuentan con un servicio automatizado que les informa puntualmente acerca de las empresas que más se ajustan a sus necesidades. Pero también, brinda la oportunidad de publicar notas de prensa o catálogos de productos, de forma que cada miembro cuenta con una especie de escaparate virtual.

OJD considera que **Acambiode** es líder en intercambios empresariales a través de Internet como testimonian las 600.000 visitas que recibe cada mes. Si durante su primer año de actividad ingresaron 2.238 empresas en su bando de datos, seis años después la entrada mensual de miembros a su red asciende a 2.800 entidades.

“Un factor muy interesante de nuestra propuesta al mercado del intercambio es la internacionalización”, señala Jaime, En 2003 ampliaron su acción a Latinoamérica y en 2005 se adentraron en Portugal y Brasil. Ello ha ampliado mucho las posibilidades de generar contactos entre países donde se pueden encontrar precios más bajos o mejores demandas de determinados productos. Es decir, la exportación de los servicios de intercambio sugiere nuevas oportunidades.

ROBOTRONIX TECNOLOGÍA De páginas web y otros servicios

Francisco Armell López, gerente y técnico de esta empresa valenciana dedicada a la reparación de ordenadores, detectó al poco tiempo de constituir su empresa la demanda de sus clientes por servicios de construcción de webs: “Y si quieres que éste se quede satisfecho, debes buscar por donde sea lo que te pide”, comenta. Así que, con la ayuda de un buscador de Internet, se topó con **Acambiode.com** y decidió probar suerte. Al registrarse, definió qué buscaba y qué ofrecía. La construcción de su propia web sería la primera demanda. El contacto con **Serviweb**, de Cartagena, se produjo rápidamente y ésta última se puso manos a la obra en la creación de la página de **Robotronix**, que se vería concluida tras muchas modificaciones a finales de 2006. El resultado de aquel intercambio es que la empresa de Francisco es hoy distribuidora de los servicios de Serviweb.



Sin embargo, ésta no ha sido la única incursión de **Robotronix** en el mundo del trueque puesto que ha suscrito un nuevo acuerdo con **D-Compras**, vendedora de productos electrónicos y de informática, con la que intercambia *banners*.

“La experiencia me gusta”, concluye el empresario de Ontinyent (Alicante), “porque, además de conocer personas, empresas y servicios, en el momento que necesitas cualquier cosa, sabes dónde acudir”.

SERVIWEB

La mejor manera de empezar

Ricardo Suárez Caballero estuvo ocho años trabajando como profesional independiente en el área del diseño gráfico y diseño, alojamiento y promoción de páginas web antes de constituir su empresa en 2005. Mantuvo la actividad y decidió continuar intercambiando, como ya venía haciendo, pero de una manera más formal. Contactó con **Acambiode.com** a través del **Grupo Intercom** y consiguió en muy poco tiempo publicidad y tratos comerciales de diferente índole.



Serviweb realiza intercambios de forma ocasional, solicitando traducción de textos para páginas web o fotografías puntuales como ocurre con la madrileña **Aleintra**, o estableciendo acuerdos de manera permanente como sucede con **Robotronix**, ya señalado en páginas anteriores. “Aunque es cierto que hemos realizado intercambio, también es cierto que hay gente que hace declaración de intenciones pero no tienen nada detrás”, asegura el emprendedor de Cartagena.

La valoración ha sido y sigue siendo muy buena: “Incluso hay sectores, no como el nuestro donde existe tanta competencia, que pueden salir más beneficiados con el intercambio, y es idóneo para abrirte camino porque con relativo poco esfuerzo puedes conseguir tratos comerciales interesantes y darte a conocer”, concluye.

ANIMATIUM MADRID Cuando probar no cuesta

Ángel María Herrera Burguillo es un empresario inquieto del sector cultural. Entre sus iniciativas estuvo adquirir en 2005 la franquicia para Madrid de **Animatium**. Sus servicios de animación van dirigidos a particulares (infantiles y adultos) y a empresas (fiestas y acciones promocionales), indistintamente.



El respaldo de una central les ha abierto muchas puertas de cara al cliente, sin embargo, el día a día se construye solo. De ahí que, desde el comienzo de la actividad, hayan practicado el intercambio, aunque sólo hace un año descubrieron **Acambiode**: “Como empresa de servicios, debo tener muchos contactos”, explica. Por ese medio, Ángel ha encontrado autónomos con oficio de magos o actores y empresas de vinilos o agencias de publicidad. Con éstas últimas se les ha abierto una oportunidad de negocio singular: “Les ofrecemos ser su departamento de marketing, porque vivir la marca sólo se consigue con el *animarketing*”, reconoce.

Los contactos no vienen a casa, y el intercambio supone una fuente inagotable de propuestas: “Probar es sencillo. Y aunque no todo el mundo aporta valor, el coste de intentarlo es muy bajo. Se pueden conseguir muchas ventajas”.