

Las grandes empresas delegan la gestión de sus compras

El director general de Fullstep asegura que es una inversión de rápida rentabilidad

Luis Ordóñez
lordonez@neg-ocio.com

La evolución en la gestión de las compras, como casi todo en este mundo, se ha visto influenciada por tres factores fundamentales: la globalización, la focalización en lo que cada uno es especialista y las nuevas tecnologías, cuyo repunte máximo se vivió con la explosión de internet.

Por eso nacen empresas como Fullstep, una compañía creada por y para compradores. José Valderrama, fundador y director general de la

El sector del automóvil fue pionero en cambiar la función de compras.

empresa de servicios -consultoría, sistemas de compras y aprovisionamiento a través de internet y *outsourcing* (externalización)- explica que el área de compras "tiene cada vez más importancia en las empresas, que están evolucionando hacia mercados globales y hacia la focalización".

De esta manera, a finales de los 90 tanto Valderrama como Jorge Álvarez, fundadores de Fullstep, vieron la oportunidad de aplicar su experiencia en el mercado del automóvil, "que a finales de los 80 y principios de los 90 -argumenta Valderrama-, empezó a revolucionar la función de compras. De ser un proceso atomizado, con decisiones autóno-



José Valderrama, fundador y director general de Fullstep.

mas de distinta gente dentro de la compañía, a ser un proceso único en toda la empresa, donde participaban distintos actores cada uno con una función distinta con el objetivo de recoger cuanto más información mejor sobre a quien se le puede comprar una pieza o un producto de servicio. Pensamos que esa evolución iba a llegar a todos los demás campos. Llega primero al automóvil porque es uno de los sectores más competitivos y de los primeros que se hacen globales. Vimos que esa tendencia iba a llegar a otros sectores, por lo que empezamos con el negocio de consultoría para empresas importantes".

Siete años después de que

fundaran la compañía, Fullstep cuenta entre sus clientes a grandes empresas como Unión Fenosa, CECA, Campofrío, Bosch, Telepizza, Seur o Fagor.

Y es que con el soporte informático conveniente y un plan de acción, Valderrama asegura que pueden ofrecer "un producto con un retorno de la inversión muy rápido ya que, si la empresa tiene volumen como es el caso de la mayoría con las que trabajamos, a nada que les ahorres un 10% hablamos de mucho más dinero de lo que puede ser un proyecto de implantación".

Una función la de compras que en muchas empresas es la parte "más importante de la

cuenta de resultados". Algo que se hace cada vez más difícil de gestionar por la globalización y la creciente competencia, como son ejemplos "China e India, que nos han invadido de productos de muy bajo coste".

Adaptarse a las pymes

En negocios más pequeños, sin embargo, el tema es distinto, comenta el director general de Fullstep. "No tienen un volumen suficiente para pagar un proyecto como el que hacemos".

Es un negocio rentable con grandes compañías pero dudoso con las más pequeñas.

Las empresas pequeñas, en cambio, "sí se podrían beneficiar de los sistemas y del *software*. Lo que estamos haciendo ahora es desarrollar nuestros sistemas y nuestra plataforma para empresas grandes y, con esa misma plataforma pero con una parametrización diferente, ponerla a disposición de empresas mucho más pequeñas con un coste mucho más reducido. Sin la necesidad de parametrización tan fuerte como tiene una grande, pero básicamente con la misma funcionalidad. Es una de nuestras apuestas de Fullstep, porque a los negocios pequeños también les puede beneficiar que les gestionemos sus compras".