

Dossier empresarial

empresas

● FULLSTEP

El éxito de una pyme consultora en un sector dominado por las grandes

Consultoras y asesorías van, con el tiempo, haciéndose un hueco en diferentes sectores económicos del mercado español. Fullstep, consultora de compras para grandes empresas, ha logrado consolidarse y apuntar ahora a las pymes.

José Luis Bajo Benayas Madrid

■ ¿Cómo conseguir un hueco en un sector como el de la consultoría de compras donde el mercado está copado por las grandes multinacionales? Eso se plantearon en un principio los fundadores de Fullstep. Con muchos años de trabajo y dedicación, y una combinación de expertos informáticos, consultores y "compradores", hoy su empresa ofrece servicios a algunas de las compañías más importantes del país: Prisa, Banco Sabadell o TelePizza son, actualmente, clientes de Fullstep.

"Ya desde finales de los 80 intuíamos que una empresa de este tipo podía tener mucha salida", explica Pepe Valderrama, director de Fullstep. Y es que el proceso de compras requiere tomas de decisión muy importantes, y gastos de capital humano y económico muy amplios, "a no ser que se proporcionen las fórmulas adecuadas para optimizar recursos".

"Un proceso de compras va ligado a un buen proceso de gestión de información", continúa Valderrama para explicar los primeros pasos de su empresa, allá por 1997. Contrató, junto a su socio Jorge Fernández, a varios informáticos y crearon una primera plataforma que facilitaba a las empresas la búsqueda de proveedores y otras labores en todo ese complicado proceso. En el 99 ya estaba en marcha la versión Fullstep 1.0.

Desde entonces hasta ahora han atravesado el éxito inicial, un profundo bache ante la eclosión de internet, y una fase de estabilidad que ya dura cerca de dos años y que les hace contemplar el futuro con mucho optimismo. En este momento la plantilla está formada por unos 40 empleados, la mayoría

Ha gestionado más de 14.000 procesos de compra para empresas con una facturación entre los 100 y los 1.500 millones de euros

de ellos consultores de procesos y sistemas e informáticos, y cuentan con un *target* de entre 15 y 20 "grandes" clientes, siempre con una facturación que va desde los 100 hasta los 1.500 millones de euros.

CIFRAS DE ÉXITO

Según confirma el propio Pepe Valderrama, todas las cifras de negocio de Fullstep están en constante aumento. Hasta ahora, ha gestionado para las grandes empresas más de 14.000 pedidos por un importe superior a 15 millones de euros, produciendo una media del 11% de ahorros gracias a los sistemas integrales que utiliza en consultoría, compras y aprovisionamiento a través de internet y externalización o *outsourcing*.

Al mismo tiempo, ha negociado más de 7.500 procesos de compras, adjudicados por un valor superior a los 1.300 millones de euros. Por último, su bolsa de clientes y el nombre de los mismos, impresiona: Campofrío, Seur, Bosch, Unión Fenosa o los ya mencionados Banco Sabadell y Grupo Prisa, han confiado sus compras a Fullstep.

"Aún así, somos conscientes de las dificultades, ya que tenemos que competir con consultoras del estilo de Accenture, Oracle o Boston Consulting", añade Valderrama.

PLANES DE EXPANSIÓN

Pese a que sus programas están ideados para dar salida a las pretensiones de compra de



Fullstep tuvo desde el principio dos oficinas: Madrid y Bilbao

las macro empresas, Pepe Valderrama asegura que Fullstep, muy asentada en el sector, tiene un reto de enorme envergadura por delante: llevar a cabo una ampliación de sus servicios a pequeñas y medianas compañías. "Sabemos que no es fácil, y nuestros sistemas tendrán que

adaptarse a las necesidades de estos nuevos clientes. Y estas necesidades son muy distintas", asume, añadiendo que, además, Fullstep deberá contar, para llevar a buen puerto este objetivo, con "proveedores especialistas" en este terreno. Es decir, la diferencia en los sistemas no viene

tan marcada por el sector en el que se trabaje, sino más bien por el tamaño de las propias empresas.

Valderrama anuncia que 2007 podría ser el año del arranque. "Estamos muy cerca del lanzamiento del producto", asegura satisfecho y esperanzado. ●

La complicada lucha por hacerse un sitio de renombre

■ En un número anterior analizábamos el caso de Renacimiento y Aventura, importante proveedor y consultor de servicios tecnológicos a empresas. Ahora hablamos de Fullstep, consultora en el sector de las compras. Poco a poco, el mercado de la consultoría para empresas se está abriendo paso en España, y empresas con un capital nacional empiezan a competir con las grandes multinacionales. Aún así, queda mucho camino por recorrer.

Para Fullstep no ha sido nada fácil. De hecho, allá por el año 2000, la empresa vivió uno de sus peores momentos a causa de la competencia de los

grandes. Su plantilla quedó reducida a la mitad. En su caso, la crisis vino motivada, además de por la eclosión de internet, por el mal momento de lo que en su sector llaman "modelo de mercado". "Se decía que cada agente debía tener su propio portal de compra", explica el Director General de Fullstep.

Fue entonces cuando llevaron a cabo un importante cambio de técnicas y posturas ante el negocio. Decidieron enfocar todos sus esfuerzos a crear un producto solvente, con el objetivo de "optimizar recursos". Se volcaron en las nuevas tecnologías e invirtieron un gran capital.

