

## ENTREVISTA

# “El crecimiento de nuestro grupo durante la etapa 2012-2015 se sitúa muy por encima del 500%”

**Luis Pérez Bermejo** Presidente de Radiotrans

El informe elaborado por el Financial Times FT 1000 que lista las empresas europeas de mayor crecimiento durante el periodo que va desde 2012 a 2015, incluye a Radiotrans como una de las compañías españolas más innovadoras y de más rápida evolución. Actualmente comercializan sus productos y servicios en más de 25 países y se sitúan en el “Top 5” europeo en el sector de la ingeniería, suministro y desarrollo de productos y soluciones en el ámbito de las telecomunicaciones profesionales y la seguridad.

**¿Qué cifras de crecimiento han registrado en los últimos años?**

De acuerdo con la publicación del Financial Times, el crecimiento de nuestro grupo durante la etapa 2012-2015 se sitúa muy por encima del 500%, no obstante, lo que a nosotros nos gusta citar es el crecimiento sostenido a lo largo de nuestros 25 años de historia, un crecimiento superior al 20%.

El pasado mes de abril Radiotrans cumplió 25 años de existencia; estamos muy orgullosos de haber alcanzado el cuarto de siglo.

**El mayor porcentaje de empresas que forman parte del listado FT 1000 tienen su base en Londres, seguidas de París, Milán y Berlín. ¿Cuál es la fórmula de éxito de Radiotrans como empresa con sede en Madrid?**

Aunque nuestra sede social está en la Comunidad de Madrid, en concreto en Leganés, nunca hemos considerado nuestro mercado restringido a esta comunidad. En los inicios focalizamos nuestros esfuerzos comerciales en toda España, y hace ya más de 15 años tomamos la decisión estratégica de salir al exterior. En primer lugar, creamos las dos primeras filiales en Marruecos y Portugal, por simple proximidad física, posteriormente, y por proximidad cultural, decidimos dar el salto a Latinoamérica, donde actualmente tenemos sedes en Venezuela,

Colombia, Perú, Panamá y República Dominicana, y en este año hemos abierto una delegación en Italia.

Tenemos concentrada nuestra actividad en dos unidades de negocio independientes: por un lado, “Radiocomunicaciones”, y por otro “Seguridad Electrónica”. En ambas actividades somos líderes en España, referentes en unos nichos muy concretos del sector de la seguridad y, además, muy maduros.

**¿Qué significó para Radiotrans esta internacionalización?**

Como ya he indicado, nuestra actividad se concentra en sectores muy maduros, donde las cifras de crecimiento son prácticamente vegetativas, es por ello y con el ánimo de seguir creciendo, por lo que tomamos la decisión de salir al exterior. Éramos y somos conscientes que el crecimiento de nuestro negocio solo puede venir de la mano de la ampliación de mercados potenciales.

La decisión de salir al exterior la tomamos cuando la situación de nuestra compañía en España era inmejorable en cuanto a liderazgo y rentabilidad, lo que nos permitió absorber sin mayores problemas todos los costes de aprendizaje y también digerir una gran multitud de imprevistos fruto de nuestra inexperiencia en mercados exteriores.

La internalización nos ha forzado a pasar de ser una pyme, a ser una compañía

transnacional con filiales y Jointventures propios en 10 países de tres continentes distintos. También realizamos exportaciones directas desde España, hoy en día vendemos nuestros productos y servicios en más de 25 países.

En definitiva y volviendo a nuestra fórmula de éxito, la clave está en que nuestra compañía se centra en haber tenido la visión estratégica hace ya más de 15 años de internacionalizarnos, lo cual nos forzó a cambiar el modelo de gestión, profesionalizándolo, y que ha redundando no solo en un mayor volumen de negocio, sino también en la generación de rentabilidades superiores a la media de nuestro sector.

La internalización también nos ha forzado a cambiar el modelo de gestión, hemos tenido que elaborar planes estratégicos que integren los negocios de los distintos países, bajo un entorno cultural ya muy diverso. Nuestro equipo humano está formado por personas de más de 10 nacionalidades, lo que nos enriquece como empresa.

**¿En qué consideran han sido innovadores dentro de su sector?**

Por un lado, actuamos como mayoristas, manteniendo una red de distribución en España y en el exterior de más de 300 empresas, lo que nos otorga una gran capilaridad, distribuyendo productos de compañías líderes en el mundo de



**“Disponemos de un potente departamento de Ingeniería e I+D+i que nos permite abordar proyectos que impliquen la integración de sistemas de comunicaciones complejos y sofisticados”**

la electrónica (Motorola, UTC, etc.).

Por otro lado, disponemos de un potente departamento de Ingeniería e I+D+i que nos permite abordar proyectos que impliquen la integración de sistemas de comunicaciones complejos y sofisticados.

La innovación en nuestro sector viene dada por disponer de soluciones tecnológicas asociadas al último estado del arte, y eso lo conseguimos gracias al nivel de nuestros partners tecnológicos y también a los recursos y capacidades de ingeniería que disponemos como empresa, y que nos sitúan entre las cinco primeras compañías de Europa en nuestro sector.

**¿Qué productos y soluciones están ofreciendo a sus clientes?**

Estamos focalizados básicamente en el campo de la seguridad, pero también en

la industria y el transporte. Los productos que ponemos en el mercado tienen como objetivo mejorar la seguridad de las personas y de las instalaciones, así como la mejora de eficiencias. En Radiocomunicaciones diseñamos e instalamos redes dirigidas a la seguridad pública, privada, Utilities (agua, gas), industria y energía. Las redes típicas están compuestas por infraestructuras de comunicaciones con centros de control y repetidores para incrementar coberturas, así como equipos móviles y portátiles (emisoras y walky talkys). En Seguridad Electrónica el foco es la intrusión, el control de accesos, CCTV, fuego, etc.

**¿De qué forma esperan crecer en los próximos años?**

Creemos que nuestro crecimiento viene determinado por la ampliación de los territorios donde opera-

mos, así como la incorporación de nuevas líneas de negocio que tengan sinergia con los productos y servicios que hoy en día ponemos en el mercado. No obstante, los cambios tecnológicos se producen hoy en día a grandes velocidades, por lo que hay que estar expectante para poder absorber de forma inmediata esas nuevas tecnologías que puedan surgir en los sectores en los que nos movemos.

**Por último, ¿qué nuevos proyectos tienen en mente?**

A corto plazo hemos elaborado un plan estratégico que define las actuaciones de Radiotrans para el periodo 2017-2025, en el que se fijan las prioridades que debemos abordar en los próximos tres años, que no son otras que consolidar el negocio de las dos últimas filiales que hemos creado en Italia y en República Dominicana y redefinir la línea de productos y servicios que ofreceremos al mercado en la última fase del plan estratégico.

**R Radiotrans**

www.radiotrans.com