

ENTREVISTA **LUIS PÉREZ BERMEJO** Presidente del Grupo Radiotrans

“Nuestro mayor éxito fue tener la visión estratégica de internacionalizarnos”

El Grupo Radiotrans ofrece desde 1992 servicios de radiocomunicaciones y seguridad electrónica a través de sendas unidades de negocio, y hoy supera los seis millones de euros entre capital social y fondos propios. Con oficinas en ocho países y amplia presencia en África y Latinoamérica, se ha convertido en un referente en I+D+i.

¿En qué áreas se divide su negocio?

Tenemos dos unidades de negocio independientes, Radiocomunicaciones y Seguridad Electrónica, que actúan bajo dos actividades diferenciadas: por un lado, como mayoristas, manteniendo una red de distribución en España y en el exterior de más de 300 empresas y, por otro, disponemos de un potente departamento de ingeniería e I+D+i que nos permite abordar proyectos de alta sofisticación tecnológica.

¿Qué productos y servicios ofrecen?

En radiocomunicaciones, además de los equipos de radio propiamente dichos y los repetidores para ampliación de coberturas, disponemos de centros de control de comunicaciones y despacho e integradores de comunicaciones, telemetría y sistemas Scada. Los equipos que mayor volumen aportan a la línea de seguridad electrónica son los sistemas de vídeo vigilancia, seguidos de los sistemas de control de accesos, detección de incendios e intrusión.

¿Qué actividades desarrollan en materia de I+D+i, ingeniería y formación?

Cuando nos trasladamos al Parque Tecnológico de Leganés, de la Universidad Carlos III, creamos un departamento de I+D+i íntimamente asociado al de ingeniería. También disponemos de un centro de formación, donde periódicamente formamos a nuestros clientes tanto presencialmente como a través de webinars. Donde mayor incidencia tienen las aplicaciones (I+D+i) y cursos de formación es en los mercados verticales de la seguridad pública y transporte, las utilities, las químicas y petroquímicas y la industria en general.

¿Cuál es su presencia internacional?

Radiotrans está compuesta por una compañía matriz con sede en España y una serie de empresas filiales con oficinas en Portugal, Italia, Marruecos, Venezuela, Perú, Colombia, Panamá y República Dominicana. También cubre el área geográfica del Magreb y todo el África subsahariana. Más del 60% de nuestra cifra de negocio consolidada en 2016, que superó los 30 millones de euros, correspondió al mercado exterior.



¿Cuándo apostaron por esa presencia internacional?

El mayor éxito de nuestra compañía se centra en haber tenido la visión estratégica hace ya más de 15 años de internacionalizarnos, lo que nos forzó a cambiar el modelo de gestión, profesionalizándolo, y ha redundando en un mayor volumen de negocio y en la generación de rentabilidades superiores a la media de nuestro sector. Tomamos la decisión cuando la situación de Radiotrans era inmejorable en España. Eso nos permitió absorber sin problemas todos los costes de aprendizaje debido a nuestra inexperiencia en mercados exteriores. La internacionalización también nos ha forzado a elaborar planes estratégicos que integran los negocios de los distintos países.

¿Cuáles han sido los mayores logros en sus 25 años de historia?

En este cuarto de siglo han pasado muchas cosas y muy positivas para Radiotrans. Lo más importante es que nos hemos convertido en el líder en España y estamos entre las cinco primeras empresas a nivel europeo de nuestro sector y me atrevería a decir que entre las diez primeras a nivel mundial. En este tiempo, hemos pasado de ser una pyme a una compañía transnacional con operaciones propias en más de 25 países de Europa, África y América. Además, estamos orgullosos de pres-

tar especial atención a la calidad, al medio ambiente y a la responsabilidad social corporativa, como lo acreditan las certificaciones ISO 9001 e ISO 14001 y las normas de compliance internas. Sin olvidar nuestra actividad profesional, somos conscientes de que nuestro papel en la sociedad no debe circunscribirse únicamente al suministro de soluciones tecnológicas. Entendemos que debemos desempeñar un papel importante en la sociedad, y por eso Radiotrans mantiene un compromiso de apoyo a sectores y colectivos en riesgo de exclusión social.

¿Con qué equipo trabajan y en qué instalaciones?

La plantilla de Radiotrans la integran más de 50 personas, y más de la mitad son titulados universitarios. Además, co-

laboramos con empresas con un alto perfil tecnológico, como nuestro principal partner tecnológico, Motorola Solutions, del que somos distribuidor oficial en Europa, África y América Latina. En nuestra sede en el Parque Tecnológico de Leganés tenemos centralizados todos los servicios corporativos.

¿Cómo define la visión y la misión de Radiotrans?

Nuestra visión se define por la participación en las áreas tecnológicas de las radiocomunicaciones y seguridad electrónica, contribuyendo al desarrollo de eficiencias mediante la oferta de soluciones competitivas, ajustadas al último estado del arte. Nuestra misión es convertirnos en el socio profesional y preferencial de nuestro cliente, aportando a su institución o negocio soluciones innovadoras que aporten ventajas competitivas o bien mejora de eficiencias.

¿Cuál es el premio que mejor recuerdo les ha dejado?

El Grupo Radiotrans ha sido reconocido por un prestigioso grupo de medios de comunicación como la compañía número 131 del ranking europeo de empresas de mayor crecimiento (Europe's Fastest Growing Companies). Si consideramos que en Europa hay aproximadamente 25 millones de empresas, estar entre las 150 primeras de mayor crecimiento es un dato por el que nos sentimos muy orgullosos.

¿Cuáles son sus planes a corto y medio plazo?

En el corto plazo nos estamos focalizando en las filiales recientemente creadas en Italia y en la República Dominicana. Para el medio y largo plazo, hemos elaborado un plan estratégico 2017-2025, cuyas líneas básicas de actuación son la renovación escalonada de la cúpula directiva, la modificación progresiva de la estrategia de negocio, la digitalización de procesos internos y externos para mejorar eficiencias y la incorporación de nuevas gamas de productos y servicios. Todo el plan estratégico tiene el fin de mejorar la orientación hacia el cliente. Creemos que nuestro crecimiento viene determinado por la ampliación de territorios en los que operamos, 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.



Equipos que comercializa Radiotrans

R Radiotrans

www.radiotrans.com