

# "JOSÉ RAMÓN GARCÍA O EL CONSTANTE RETO DEL EMPRENDEDOR"

"Lo mejor que puede hacer un empresario, sobre todo si se considera un empresario emprendedor, es pensar que no ha conseguido nada. El día que crea que he conseguido algo, sé que dejaré de avanzar"



Cuando a finales del año 2002 José Ramón García González ponía en marcha en Santiago de Compostela (La Coruña) su empresa Blusens y lanzaba al mercado los primeros reproductores de DVD, lo hacía con el convencimiento firme de que una nueva compañía pequeña pero manejable tenía múltiples posibilidades de éxito en un mercado tan globalmente competitivo como el de la electrónica de consumo. *"La sensación que nosotros teníamos era que una empresa emprendedora y con un tamaño muy ajustado podía buscarse su hueco, precisamente, gracias a su flexibilidad. Cuando las cosas son tan cambiantes, las grandes empresas son muy lentas, y por ello entendimos que existía un nicho de mercado de empresas mucho más pequeñas, porque llegaban antes a la innovación. Hemos captado siempre el ciclo de vida de los productos en el momento naciente, y ahí obtienes mucha más rentabilidad, cuota de mercado y posicionamiento"*.

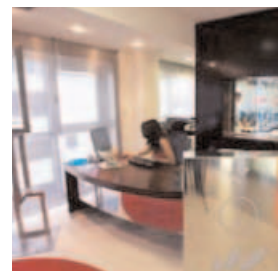
El tiempo y el éxito les ha dado la razón. En poco más de cuatro años, Blusens ha conseguido liderar las ventas de reproductores de mp3 en España, por encima de multinacionales como Sony o Philips. Pero el éxito de la firma gallega no se ha limitado solamente a situarse en la primera posición en la venta de los pequeños reproductores musicales sino que, además, Blusens también ha conseguido unas excepcionales cotas de mercado en reproductores de DVD, pantallas de LCD o sistemas de Home Cinema. De hecho, la compañía de José Ramón García experimentó en 2005 un crecimiento aproximado del 320% en relación con sus resultados de 2004.



Es importante destacar que, prácticamente desde sus comienzos, Blusens se ha caracterizado siempre por su inquietud como empresa, uniendo innovación, creatividad y cercanía al mercado con una ambición reflejada en unos objetivos que, sistemáticamente, no dejan de cumplirse. La posición de liderazgo en innovación alcanzada en el mercado español en tan sólo cuatro años ha impulsado a Blusens a plantearse objetivos aún más ambiciosos: su expansión a nivel internacional. En este sentido, los nuevos desarrollos englobados en el concepto "blugeneration" serán fundamentales en esta etapa.

## INNOVACIÓN

Pero volvamos a los orígenes. Blusens inició su actividad comercial en 2002 con un Plan Estratégico 2002-2005 que ya recogía una serie de objetivos bastante ambiciosos y que estaba diseñado para dar solidez a una empresa que habría de ser diferente e innovadora, y que, además, habría de crecer a ritmos insospechados y aportar savia nueva a un sector, el de la electrónica de consumo, necesitado de un cambio importante. Como señala hoy José Ramón García González, se trataba *"de crear desde cero, desde Galicia y para todo el mundo, una marca de calidad, guiada por la excelencia en todos los aspectos de su funcionamiento, con el objetivo de hacerlo mejor que los demás y, en este sentido, la innovación es uno de nuestros pilares fundamentales. Por ello, hemos incrementado las inversiones en I+D+i hasta superar el 10% de la facturación anual prevista, lo que ha culminado con la creación de un equipo propio de investigación compuesto por 35 personas. Dicho compromiso con la innovación ha potenciado la creación de nuevas sociedades en nuestro grupo de empresas como la madrileña Opera Wireless, líder en el desarrollo de entornos inalámbricos (wireless), demostrando que productos extremadamente avanzados, que como ya hemos apuntado son novedades a nivel mundial, pueden ser desarrollados en España con total garantía"*. Pero la innovación en Blusens no se limita solamente al diseño de nuevos productos sino que también se extiende al ámbito de la comercialización de éstos. En este punto destaca, por ejemplo, cómo a través un proyecto firmado recientemente la compañía gallega ha vuelto a sorprender a los mercados, en esta ocasión al sector de la música, al llevar adelante un acuerdo sin precedentes con Universal Vale Music, la discográfica más importante del mundo, que cuenta en su cartera de intérpretes a estrellas globales como U2, Bon Jovi, Paulina Rubio, David Bisbal o Eminem, entre otros muchos. Mediante esta alianza, los reproductores de música mp3 y mp4 de Blusens incluirán una suscripción de seis meses para la descarga gratuita de todos los discos producidos por la multinacional norteamericana-





na. "Nos hemos dado cuenta de que el público joven tiene la percepción, errónea pero existente, de que la música es gratis, por lo que hemos decidido reducir nuestros márgenes y ofrecerles, por el precio de un solo disco, toda la música que deseen en un año", explica José Ramón García.

**D**e cualquier modo, en opinión del presidente de Blusens, las claves del éxito de su compañía son varias: una apuesta sin fisuras por la innovación

permanente; buscar siempre la mejor relación calidad-precio; posibilitar buenos márgenes de beneficio para la distribución y, además, diseñar un sistema logístico eficiente. Para José Ramón García también es muy importante tener en cuenta cuestiones como "el desarrollo de un lineal de producto de máxima rotación y de gran flexibilidad ante las demandas de los clientes; realizar un marketing agresivo e innovador, y, sobre todo, ofrecer un servicio postventa personalizado y eficiente".

## INTERNACIONALIZACIÓN

**E**n la actualidad, la compañía gallega acaba de abrir dos nuevas sociedades en Dubai y Hong Kong, subrayando con esta última la importancia que el país chino tiene para Blusens: dos centros de producción en Shen Zeng son los encargados de ensamblar los productos de la marca, que menos de treinta horas después se pueden encontrar en más de seis mil puntos de venta de toda España. Un horizonte de crecimiento global para una joven empresa cuyo arrollador crecimiento en un periodo tan corto de tiempo no frena sus ansias de expansión: en 2007 prevé una nueva fase de internacionalización, que sin duda será exitosa si los próximos productos Blusens que saldrán al mercado, como un MP3 con GPS, conectividad Bluetooth y terminal Wifi, obtienen la respuesta que se espera por parte de los consumidores.

**BLU:sens**

