



ENTREVISTA
Miguel Triguero,
Director y fundador de Beat Green, Transmisión de Sociedades Urgentes



Miguel Triguero es director y fundador de Beat Green, una empresa que se dedica a constituir sociedades limitadas para su posterior venta. Una idea tan fácil como genial cuando empezó hace más de diez años. Desde entonces se ha convertido en líder en España con una amplia clientela nacional e internacional en más de 35 países. La apuesta por la extrema especialización le ha dado la razón a lo largo de los años.

¿Constituir sociedades para luego venderlas. ¿Cómo se llega a una idea de un servicio de ésta categoría?

Bueno, la idea nace de la propia necesidad y experiencia hace más de diez años cuando se tuvo que constituir una sociedad. Se vio que se podía ofrecer a emprendedores y empresarios un servicio de sociedades constituidas. Una idea tan fácil como luego difícil de organizar.

¿Que ofrece una sociedad preconstituida o “Ready Made” como dicen los ingleses, a un empresario?

Primero no tiene que preocuparse de la constitución de la sociedad. Permitimos que el empresario o emprendedor se concentre en lo que sabe hacer: el contenido de su futura empresa. Para muchos de nuestros clientes hemos acortado el plazo que va de la idea de

negocio a la puesta en práctica. Al fin y al cabo nosotros prometemos “Su sociedad en 24 horas”, aunque a veces puede ser en menos.

¿Que perfil de clientes tiene, si no es una indiscreción?

Es difícil definir un perfil, porque tenemos cerca de 7.000 clientes que provienen de cerca de 35 países del mundo. Con lo cual tenemos una buena parte extranjeros que se establecen en España, tenemos empresarios españoles, despachos de abogados nacionales e internacionales. El abanico es muy amplio. Desde abrir un bar hasta la cuna de una multinacional. Hemos visto y seguimos acompañando a muchas iniciativas.

¿Como describiría los más de diez años de historia de Beat Green?

Creo que hemos tenido un desarrollo de empresa muy normal, como muchas empresas de servicios. Los principios con cierta dificultad por lo novedoso del servicio y porque es difícil darse a conocer cuando empiezas. Sobre todo si tienes un presupuesto muy limitado. Tuvimos la gran suerte que los Medios de Comunicación se interesaran por nosotros. Después siguió una fase de consolidación tanto de la oferta del servicio como de la estrategia empresarial y desde hace unos cuantos años somos líderes en el mercado. Una posición que obliga a seguir mejorando día a día la atención a los clientes y la calidad del servicio.

¿Una especialización tan extrema en la constitución de sociedades, no implica un cierto riesgo en el modelo de negocio?

Bueno, nos lo planteamos al principio. También no teníamos prácticamente competencia. Luego han surgido “imitadores” o competidores que nos ha llevado a crear una gestión de calidad extrema para poder diferenciarnos. A la larga, el tiempo nos confirmó que estábamos en lo cierto con la especialización y la perfección de nuestra oferta.

¿Cómo afecta la crisis a su sector? ¿En España sigue habiendo emprendedores?

Naturalmente hay gente dispuesto a crear su propia empresa. Pero si es cierto que el clima económico internacional ha dejado un claro rastro en la constitución de sociedades. En febrero del 2009 se constituyeron en España 7.582 sociedades, según el INE, un 36 % menos que en febrero del año anterior. Eso quiere decir que en España se sigue creando empresas pero naturalmente bastante menos que en los años anteriores.

¿Qué estrategia de marketing ha seguido estos años? ¿Sigue funcionando en estos tiempos de crisis?

Desde la constitución de Beat Green hemos cuidado las relaciones con los clientes al máximo. Nos apoyamos en el boca a boca que reforzamos con nuestro folleto corporativo. Nos hicieron algunos reportajes en prensa y revistas. También hemos estado en alguna que otra televisión. Pero siempre hemos querido corresponder a nuestra imagen de servicio especializado, consolidado y de máxima calidad. Hacer grandes anuncios y campañas de publicidad no concuerda con nuestra imagen.

Respecto a su segunda pregunta diría rotundamente si. Seguimos siendo líderes en el mercado con una clientela muy consolidada que nos permite capear las tormentas de la crisis económica y financiera.

¿Qué recomienda a un joven emprendedor para que su empresa tenga éxito?

Creo que no hay receta mágica. Para una empresa de servicios, sin embargo, si creo que concentrarse en los que uno mejor sabe y elaborar una sólida estrategia empresarial y de marketing son factores esenciales. Hay que ir construyendo poco a poco unas relaciones sólidas con los clientes a través de una atención personalizada y constante. Y por último, seguir mejorando tanto los servicios ofrecidos como la calidad de atención.