

# BLUSENS GLOBAL CORPORATION

*...si quieres ir rápido, viaja solo; si quieres llegar lejos,  
hazlo acompañado.*

Credenciales de Compañía

©Blusens Global Corporation

BLU:SENS

## PRESENTACION DE LA COMPAÑIA

- Blusens, es una compañía de **capital íntegramente gallego**, que se ha posicionado en el mercado español de electrónica de consumo como una de las mejores empresas del sector. En la actualidad cuenta con presencia en más de 50 países.
- Creada como una *start up* en el año 2002 con un capital social de 3.000 €, Blusens ha alcanzado una facturación de más de 45 MM€ en el año 2009, llegando a ser la empresa líder en el mercado nacional en la venta de MP3 y MP4, con una cuota de mercado superior al 20%. Hoy en día el portfolio de la compañía está ampliamente diversificado (LCD, TDT, DVD, ...), y por ello está reconocida por el mercado como una marca de referencia en el sector.
- La compañía dispone de un **modelo de negocio diferenciado**, realizando, de forma interna todos los aspectos clave de la cadena de valor como son : I+D+i; Diseño; Control de Calidad, Componentística, Distribución y Logística, Postventa, incluyendo el ensamblaje de algunos productos como las LCD y HDMM para España, subcontratando el resto de la fabricación en Asia.
- Blusens comercializa sus productos enfocándose en las grandes superficies y centrales de compras, también hay que destacar la importancia que está adquiriendo el canal corporativo a través de la Banca, Aseguradoras, etc....

## PERFIL SOCIOS PROMOTORES

### JOSÉ RAMÓN GARCÍA

- Cofundador, Presidente y Consejero Delegado de Blusens Technology
- Director General LKS zona Noroeste.
- Más de 100 proyectos de asesoramiento en diversas ramas empresariales
- Galardonado con diversos premios: destaca el Premio Nacional Joven Empresario 2007

### MIGUEL SILVA

- Cofundador, Vicepresidente y Consejero Delegado de Blusens Techonology
- Director General Televés para Oriente Medio y Asia.
- Presidente Fundador del *Spanish Business Council* en los Emiratos Árabes Unidos
- Excelente cartera de contactos en Oriente Medio, Africa...
- Larga experiencia profesional en Asia.

• El fuerte **crecimiento** de Blusens en este breve periodo de tiempo se ha debido principalmente a **cuatro pilares fundamentales** :

➤ **Innovación** : La disponibilidad de un **equipo propio de I+D+i** permite diseñar, en base a las exigencias de nuestros clientes, productos muy innovadores y diferenciados frente a la competencia. Como ejemplo podemos nombrar los reproductores MP3 con tecnologías Wifi y Bluetooth, los navegadores con imágenes reales en 3D, y los dispositivos de Hogar Conectado, pioneros todos ellos en el mercado.

➤ **Flexibilidad productiva**. La capacidad de maniobra que proporciona el control de la mayor parte de la cadena de valor en nuestro negocio, nos permite diseñar y fabricar nuestros productos en plazos muy ajustados, llegando en el caso de back orders a entregar en menos de 15 días en punto de venta con elevados controles de calidad.

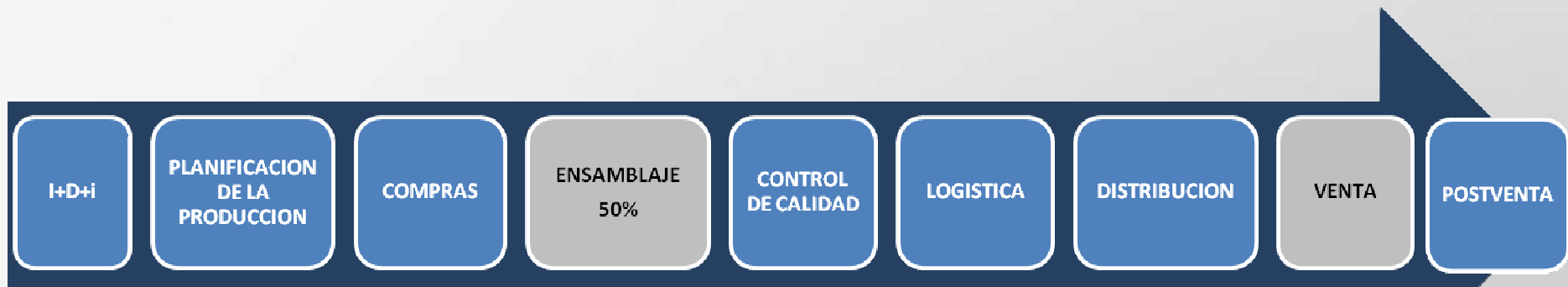
➤ **Excelente relación calidad-precio**. Ofrecemos productos de última generación, con estándares de calidad elevados y similares a las grandes marcas, a precios mucho más competitivos.

➤ **Acertada estrategia de marketing**. Actualmente disfrutamos de un importante reconocimiento de marca, producto de nuestras ambiciosas campañas de marketing, destacando entre ellas el patrocinio del equipo de motociclismo Blusens Aprilia en el mundial de 125cc y 250 cc, patrocinio del equipo Xacobeo Blusens Obradoiro de la liga ACB, acuerdos con la 20<sup>th</sup> Century Fox, Universal, etc...

- Posicionamiento de marca, gracias a una buena política de marketing y unos elevados estándares de calidad y servicio.
- La mejor relación Calidad-Precio
- Ser competitivo en todas las gamas de producto.



- La actividad y el éxito empresarial se basa en la rapidez y anticipación de aportar al mercado productos innovadores.
- Control de la cadena de valor, desarrollando de forma interna el 75% del valor añadido del producto :



Inversión: 5%  
Facturación 08

Subcontratado  
(China) + propio  
(LCD HDD)

Grandes  
superficies

Recogida  
gratuita  
Solución:  
7días máx.

# MODELO DE NEGOCIO Y POSICIONAMIENTO ESTRATEGICO

- 2007-2012 Consolidación de la marca a partir de una estrategia de crecimiento a largo plazo basada en tres pilares fundamentales :



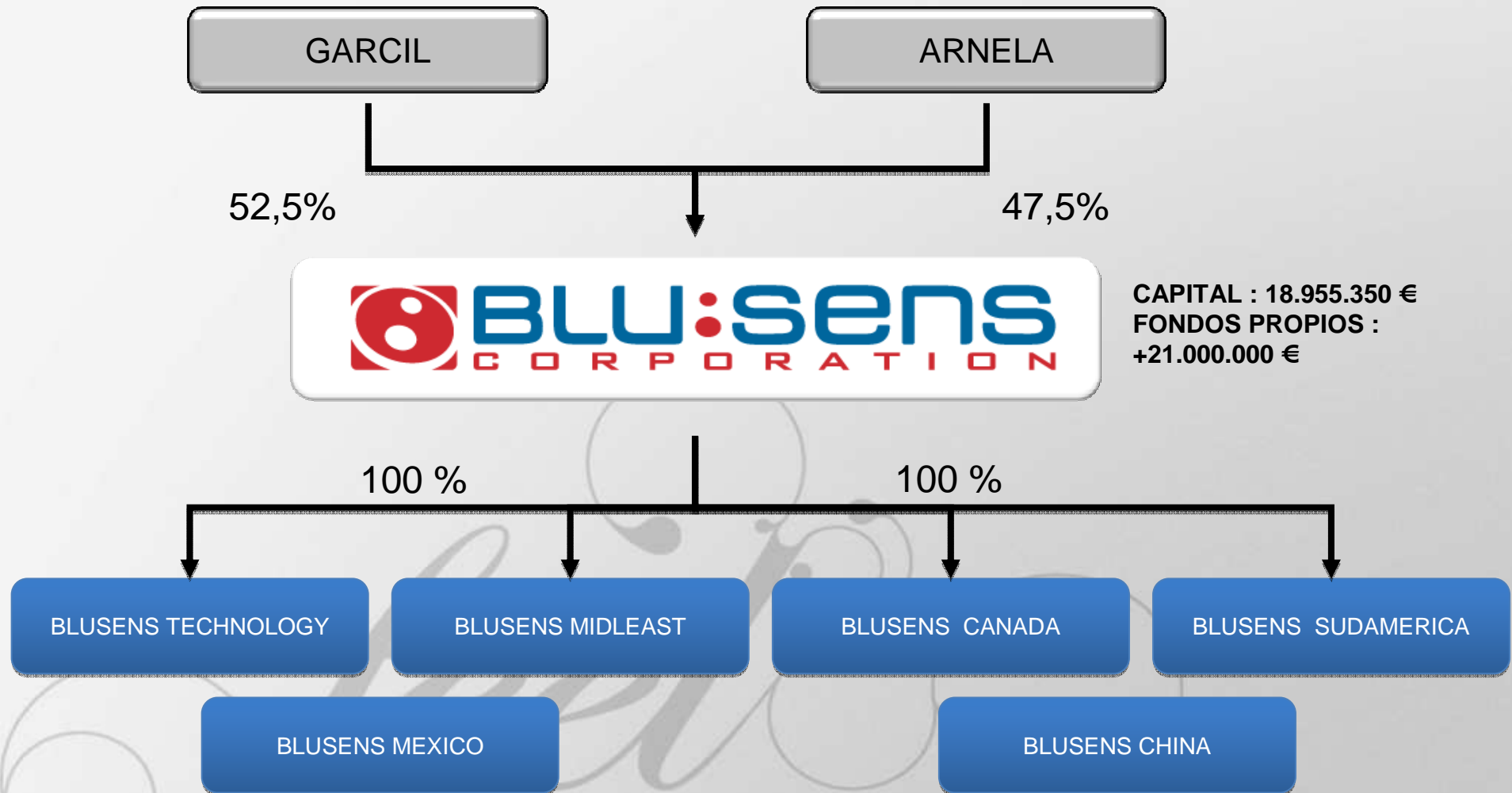
En 2008 se inicia un proceso de búsqueda de un socio inversor que apoye a la compañía en su fase de expansión internacional.

Tras una búsqueda de varios meses, y después de valorar diferentes propuestas, se dio entrada al Holding Inversor **Inveravante**, propiedad de **Manuel Jove** y antiguo propietario de la constructora Fadesa.

El vehículo inversor utilizado por Inveravante es la Sociedad de Capital Riesgo Arnela, que adquiere el 47,5% de la compañía BLUSENS GLOBAL CORPORATION SL. La entrada del socio inversor se hace a través de una ampliación de capital por importe de 10 millones de euros, a la que acude la sociedad patrimonial **Garcil SL**, propiedad de José Ramón García y Miguel Silva al 50%.



# ORGANIGRAMA SOCIETARIO



## PILARES DEL EXITO

- Innovación permanente, creatividad, I+D+i propio.
- Seriedad y consistencia en el negocio.
- La mejor relación Calidad/Precio del mercado
- Componentes de alta calidad y bajo RMA.
- Portafolio de productos de máxima rotación.
- Flexibilidad ante las demandas de clientes.
- 7% facturación se invierte en Marketing Global que promueve el posicionamiento de la marca a nivel internacional.
- 5% facturación se invierte en proyectos de I+D+i propios, competitividad tecnológica a nivel internacional.



PRESENTE EN MÁS DE 6.000 PUNTOS DE VENTA EN ESPAÑA

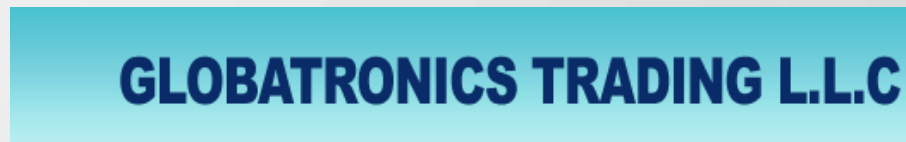
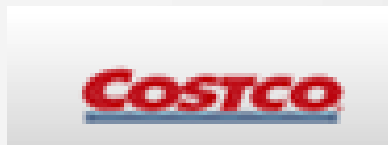


**HIPERCOR**



**BLU:SENS**

# PRESENTE EN MAS DE 50 PAISES



# EVOLUCION ECONOMICA DE LA COMPAÑIA

## Lanzamiento (2001-2004)

-Nace la compañía con 3.000 € de Capital.

-Conseguimos financiación bancaria inicial 600.000 €, con lo que podemos fabricar y vender nuestros primeros reproductores a importantes centrales de compras (DVD)

## Expansión y Consolidación Nacional (2005-2009)

-Los socios fundadores abandonan sus puestos de trabajo para centrarse en el pleno desarrollo de la compañía.

-Conseguimos seguir financiando nuestro crecimiento con financiación bancaria, disponen en la actualidad de mas de 40 € Mn en líneas de financiación (exterior y comerciales).

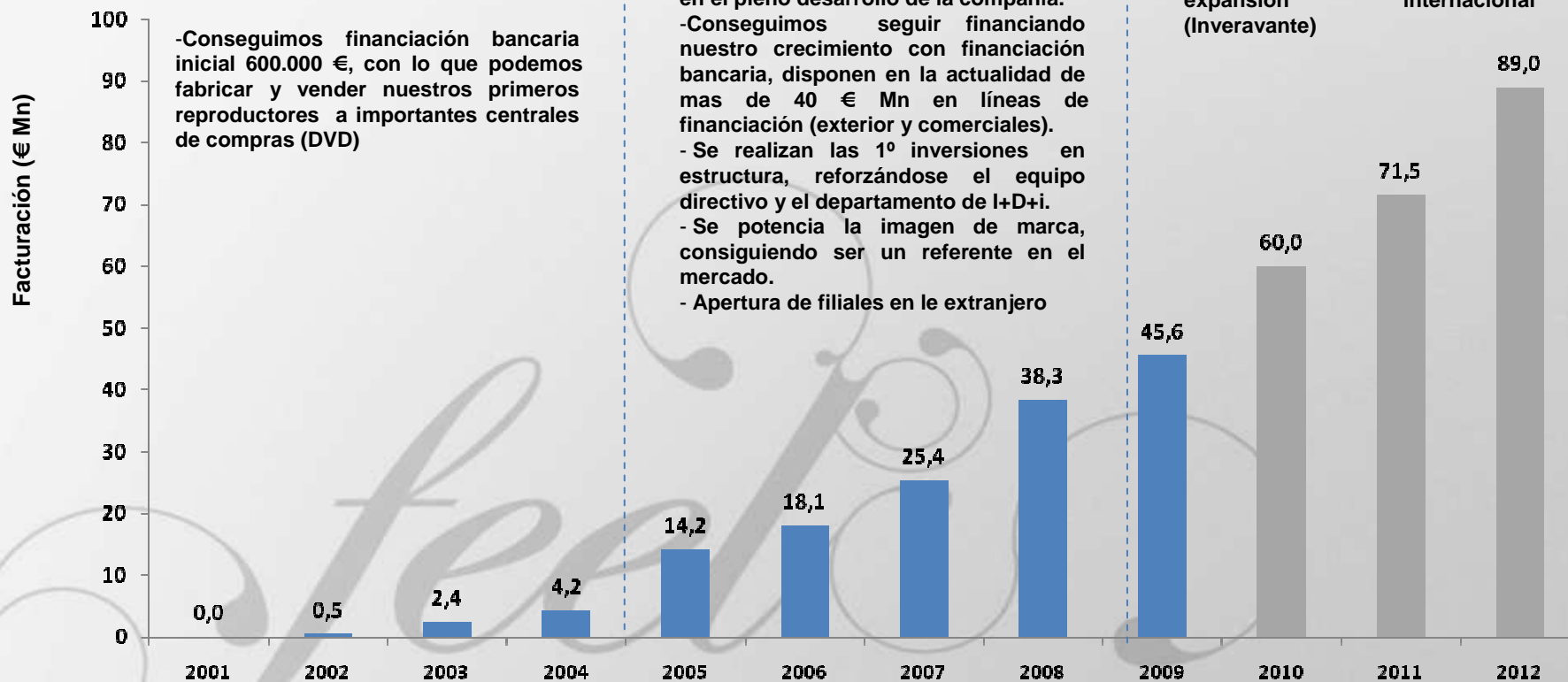
- Se realizan las 1º inversiones en estructura, reforzándose el equipo directivo y el departamento de I+D+i.

- Se potencia la imagen de marca, consiguiendo ser un referente en el mercado.

- Apertura de filiales en le extranjero

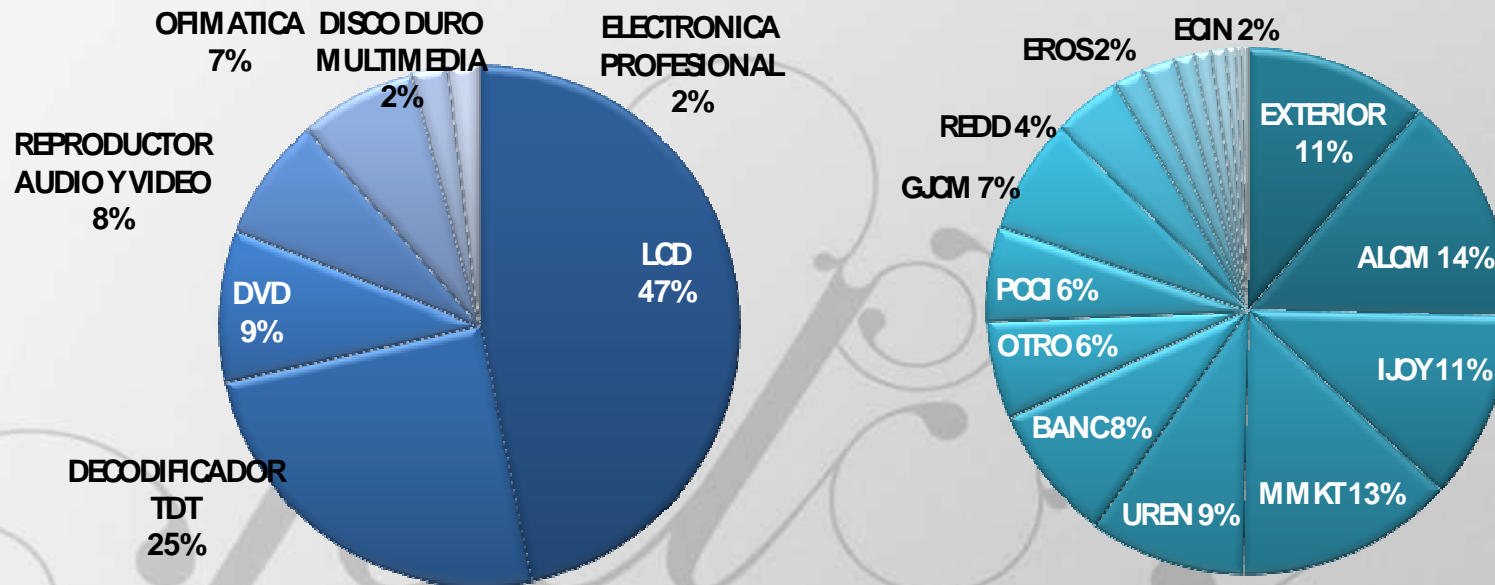
## Internacionalización (2009-2012)

- Búsqueda de socio financiero para acometer la nueva fase de expansión internacional (Inveravante)



## DISTRIBUCION POR PRODUCTOS Y CLIENTES

- Amplia diversificación de productos y clientes.
- En 2009 la venta de LCD supuso el 47% de la facturación de la compañía, tanto a nivel nacional como internacional.
- La venta internacional supuso el 11% de la facturación Global.



# EVOLUCION RECURSOS HUMANOS

## Lanzamiento (2001-2004)

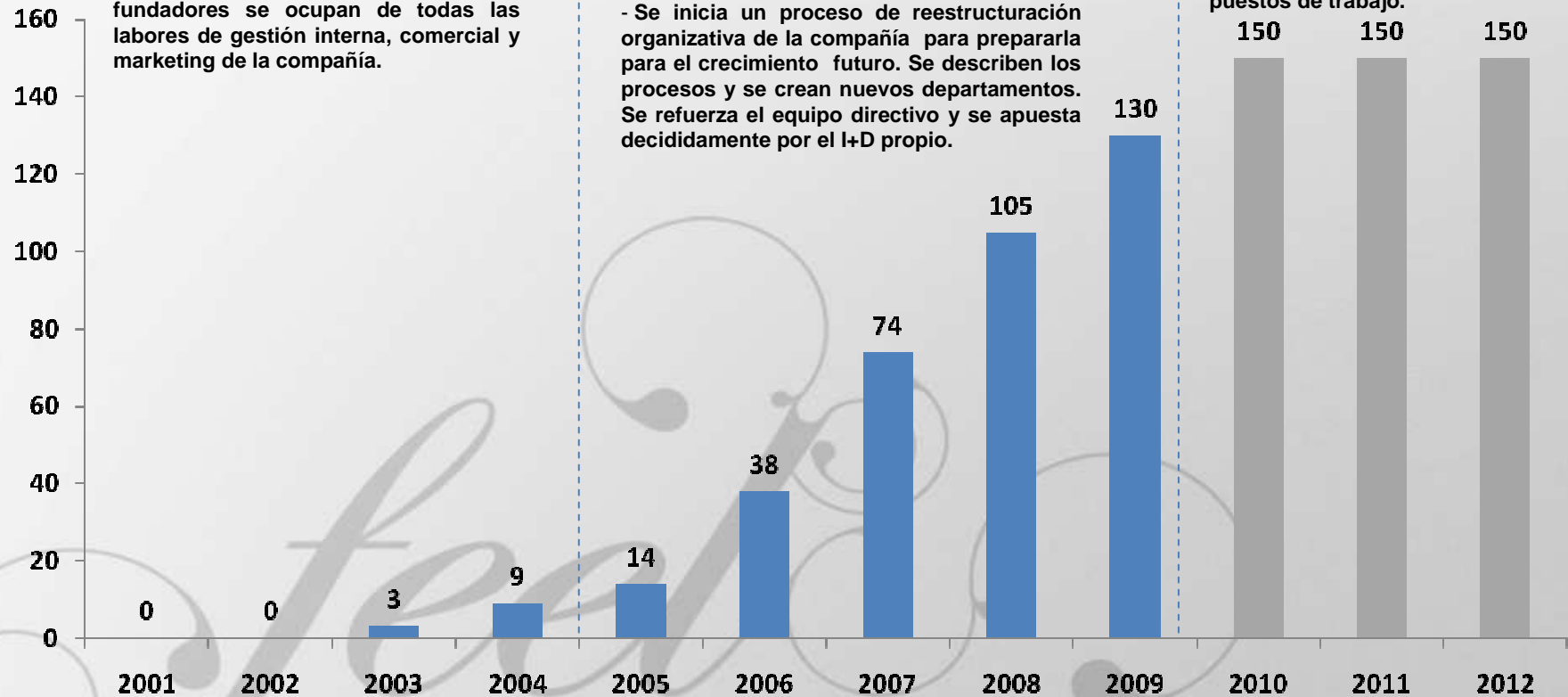
-En los inicios se compatibilizan empleos por cuenta ajena con la puesta en marcha de la sociedad. Los socios fundadores se ocupan de todas las labores de gestión interna, comercial y marketing de la compañía.

## Crecimiento (2005-2009)

-Los socios fundadores abandonan sus puestos de trabajo para centrarse en el pleno desarrollo de la compañía.  
- Se inicia un proceso de reestructuración organizativa de la compañía para prepararla para el crecimiento futuro. Se describen los procesos y se crean nuevos departamentos. Se refuerza el equipo directivo y se apuesta decididamente por el I+D propio.

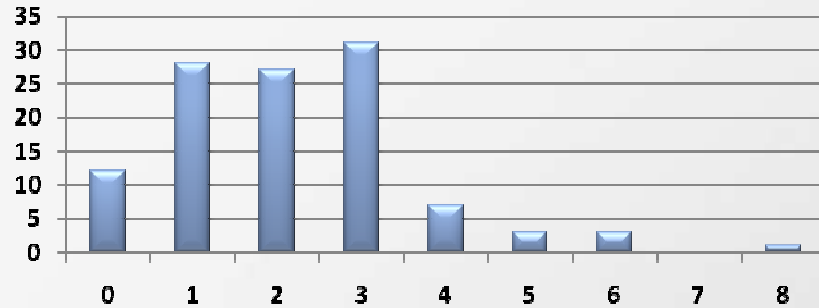
## Consolidación (2009-2012)

- Consolidada la fase de crecimiento y expansión internacional, se plantea un mantenimiento de plantilla a medio plazo consolidando los puestos de trabajo.

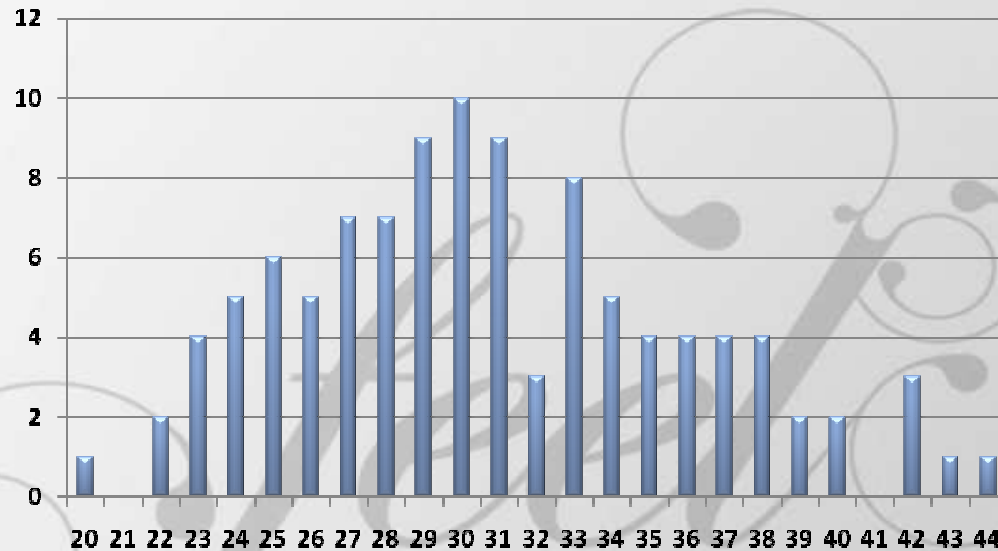


# EVOLUCION RECURSOS HUMANOS

## Antigüedad personas

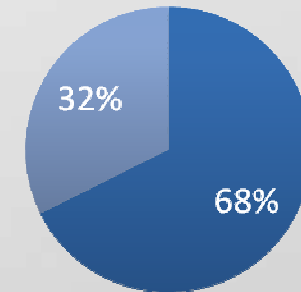


## Edad personas



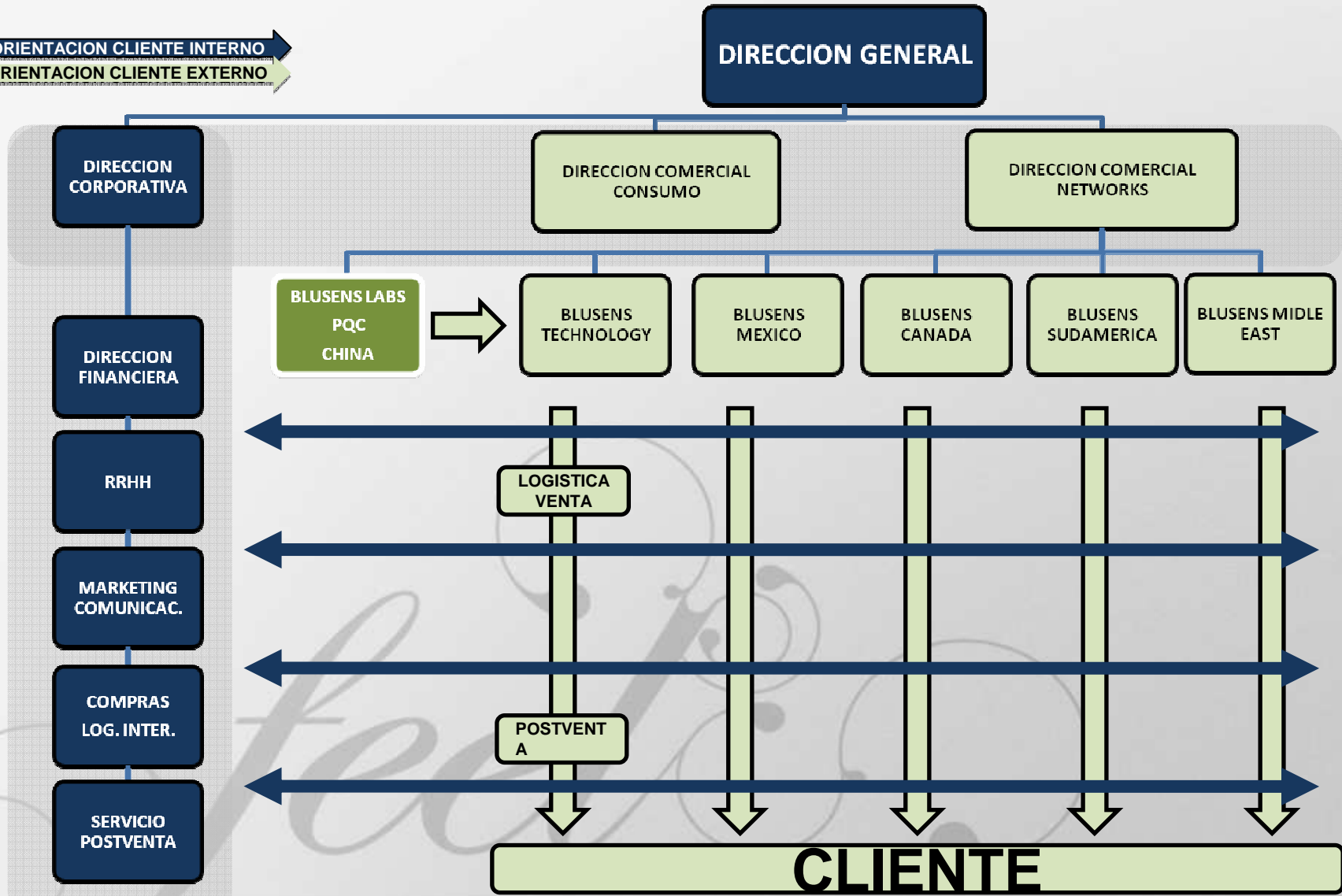
## Distribución por género:

32% Mujeres  
68% Hombres





# ORGANIGRAMA CORPORATIVO



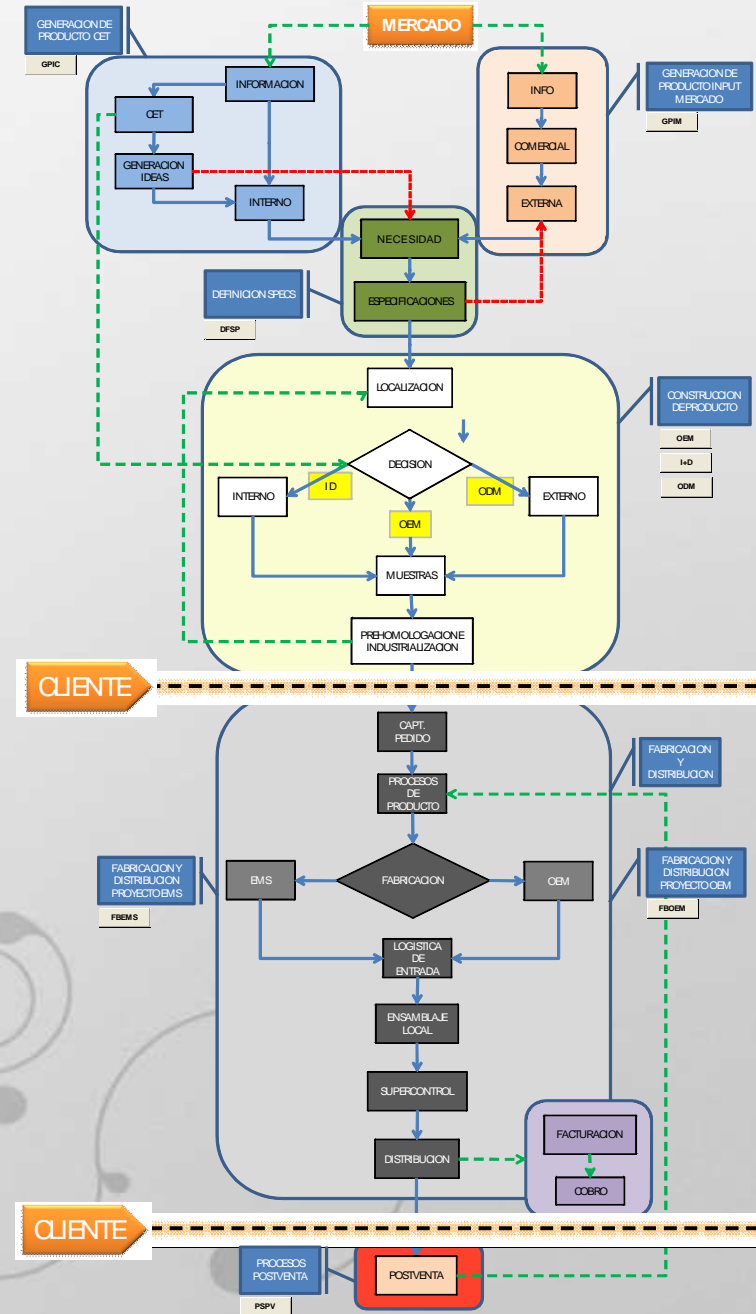
# ORGANIGRAMA FUNCIONAL

- Blusens se organiza en base a procesos de trabajo relacionados entre sí bajo una estructura horizontal.
- Los equipos autogestionan sus recursos, y orientan sus decisiones en base al objetivo global



# MAPA DE PROCESOS

- El trabajo se organiza en base a los procesos claves del negocio, de forma que todas las decisiones y actuaciones estén dirigidas a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, proveedores y empleados, creación de valor.
- Los equipos autogestionan sus recursos, y orientan sus decisiones en base al objetivo global, siguiendo el flujo de trabajo.
- Los líderes de los equipos trabajan en sintonía, coordinándose mediante foros y comités en los que se planifican los procesos, se redefinen los objetivos, se analizan los resultados, y se toman las decisiones oportunas.
- La implantación del sistema de gestión integral, que recoge todos los procesos claves de la compañía, provee de la información necesaria para la gestión de dichos procesos.



## GESTION DE LAS PERSONAS

- En Blusens entendemos que las personas son la principal fuente de valor de la compañía (innovación, diseño, gestión, servicio...), y por lo tanto el fundamento de nuestro modelo de gestión.
- La política de RRHH en Blusens se va dirigida a conseguir la satisfacción del empleado, mediante de la capacitación, implicación e integración de las personas.

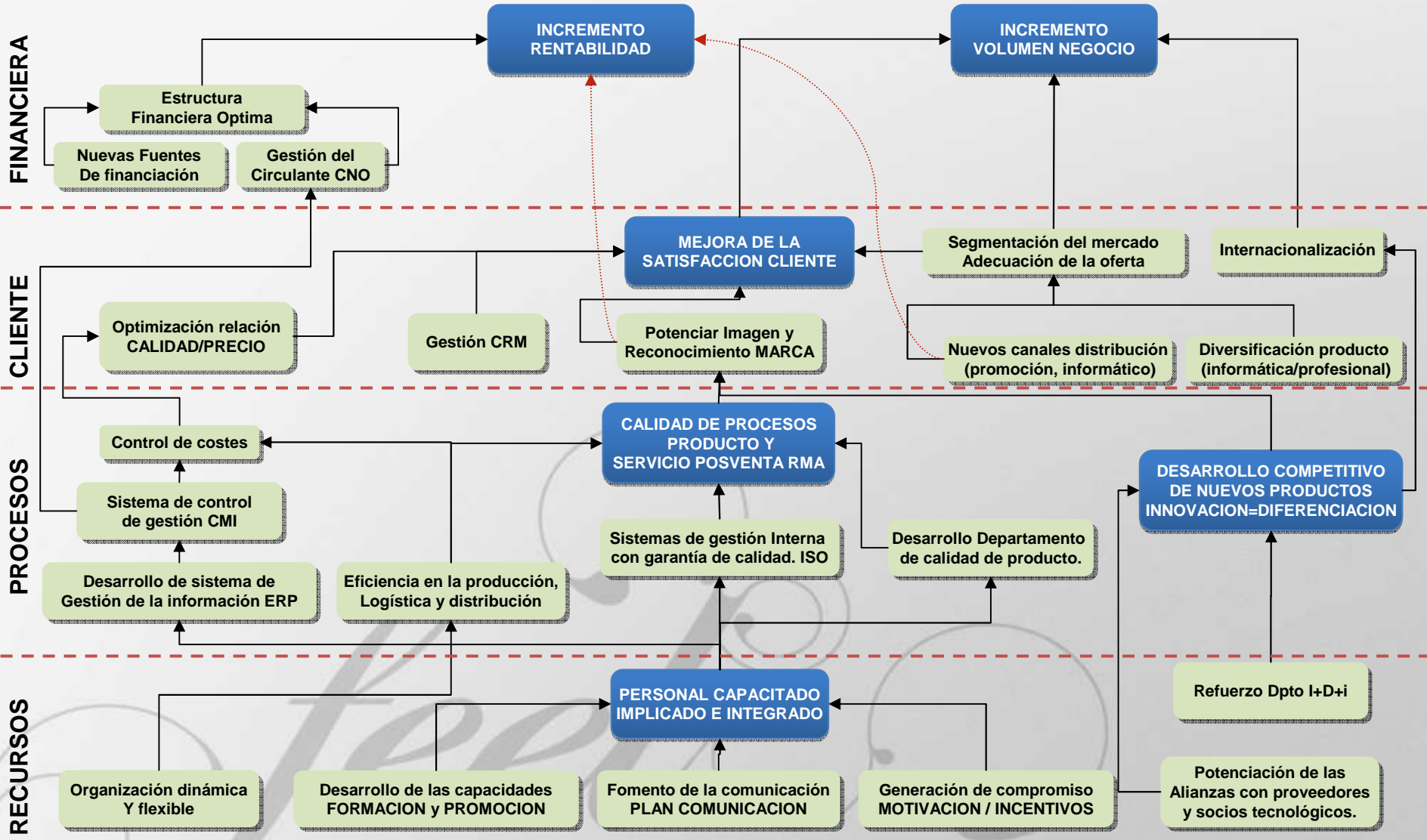


## GESTION DE LAS PERSONAS

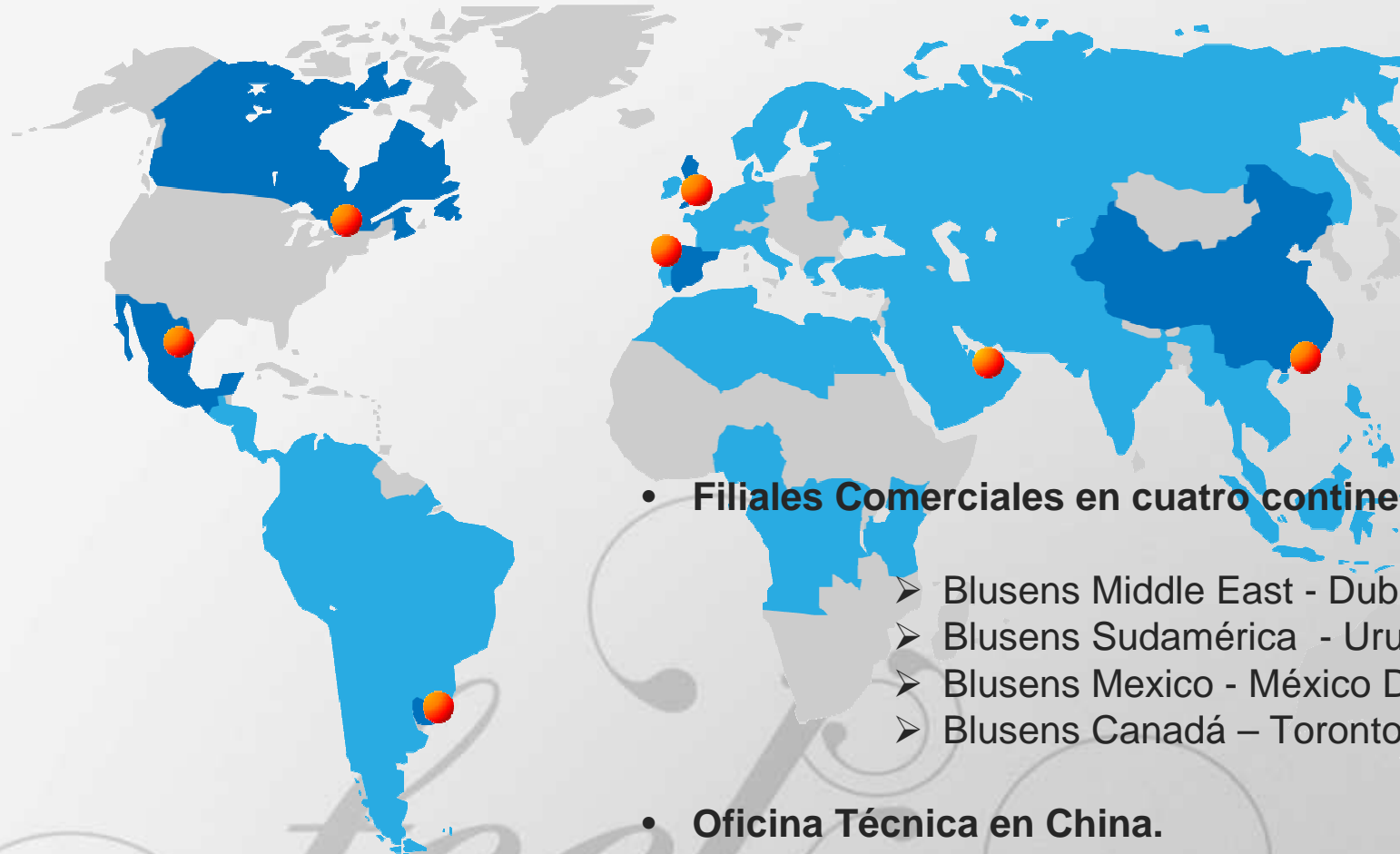
- Una gestión excelente de las personas debe promover la innovación y mejora continua de los procesos, con un eficiente aprovechamiento de los recursos, lo cual redundará en la obtención de productos y prestación de servicios de alta calidad a precios más competitivos, lo cual nos permitirá continuar creciendo con alta rentabilidad.



# MAPA ESTRATEGICO



## EXPANSIÓN INTERNACIONAL



- **Filiales Comerciales en cuatro continentes:**

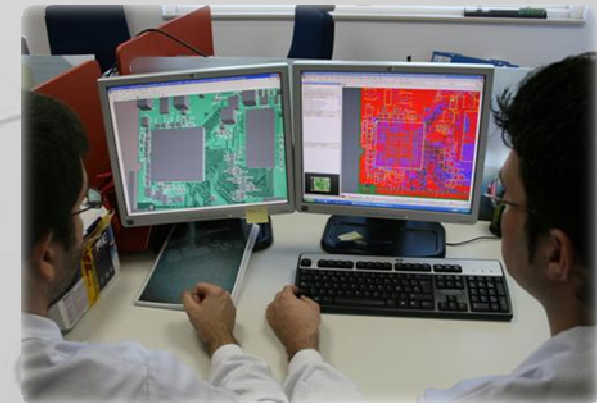
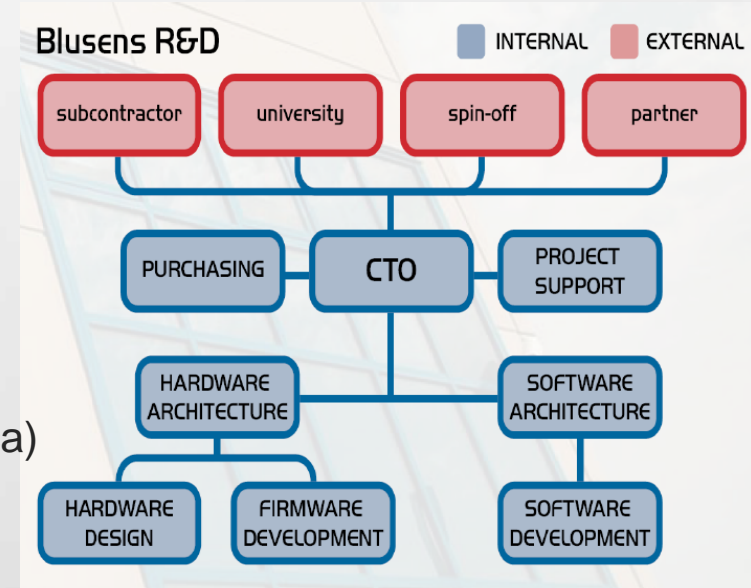
- Blusens Middle East - Dubai
- Blusens Sudamérica - Uruguay
- Blusens Mexico - México D.C.
- Blusens Canadá – Toronto

- **Oficina Técnica en China.**

- Presencia en ferias internacionales: CES Las Vegas, IFA Berlín, GITEX Dubai...

# INNOVACIÓN HECHA 100% EN ESPAÑA

- Inversión del 5% de la facturación para I+D.
- Equipo investigador propio – **Blusens Labs**
  - Investigación 100% en España
  - Alta capacitación (telecomunicaciones, informática)
  - Exhaustivos procesos de control de calidad
- Acuerdos y colaboración con empresas y proveedores del más alto nivel:
  - Sigma Designs, Gigle, Samsung, Casio, LambdaStream, Toshiba, ViXS....
- Asociación con marcas potentes, presencia nacional e internacional:
  - Telefónica, Traslumina, R.
- Garantía de **autonomía tecnológica**.
- Orientación a la generación de **negocio**
  - Patentes, OEMs, licencias...





## PRODUCTOS I+D BLUSENS

- **Blusens G12**, primer MP4 Bluetooth del mundo
- **Blusens G01**, primer navegador GPS del mundo capaz de mostrar la ruta sobre imagen real aérea.
- **Blu:brain**, Centro de Entretenimiento del Hogar Conectado: un sofisticado centro multimedia capaz de gestionar, reproducir y distribuir contenidos audiovisuales provenientes de televisión digital terrestre, disco duro, Internet, conexión WiFi o fuentes de audio, vídeo y almacenamiento externas.



# PRODUCTO

- Electrónica de consumo de última generación

➤ Portabilidad

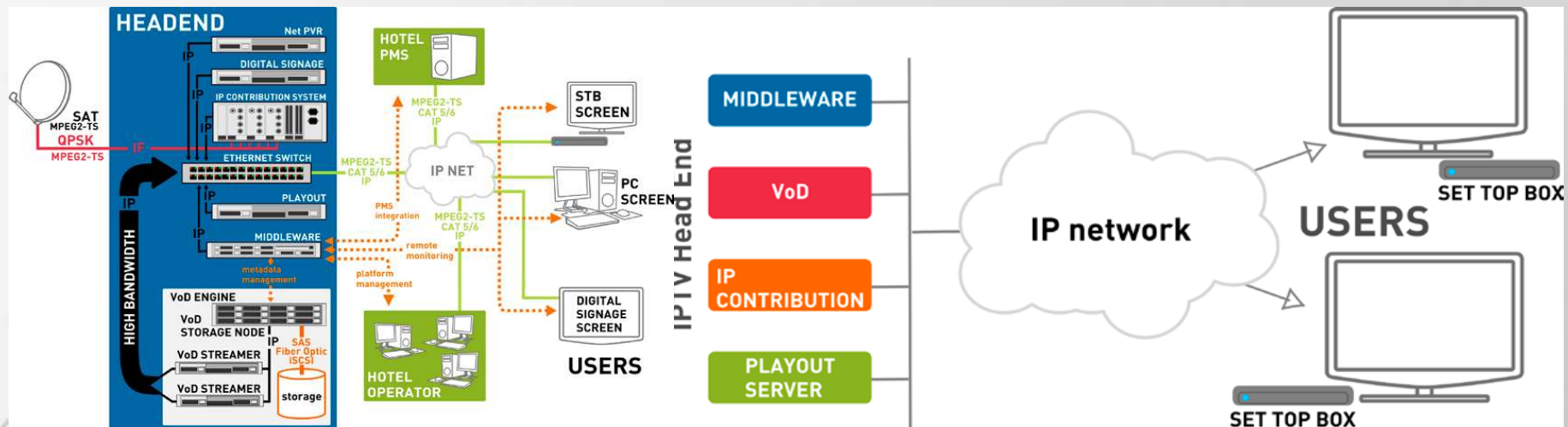


➤ Hogar Conectado : Convergencia tecnológica.



# PRODUCTO

- Electrónica profesional y residencial



# MARKETING

- Diseño, Elegancia, Tendencias
  - Acabados impecables, especial atención al diseño
  - Personalidad e identidad propias
  - Enfoque en la diferenciación tecnológica



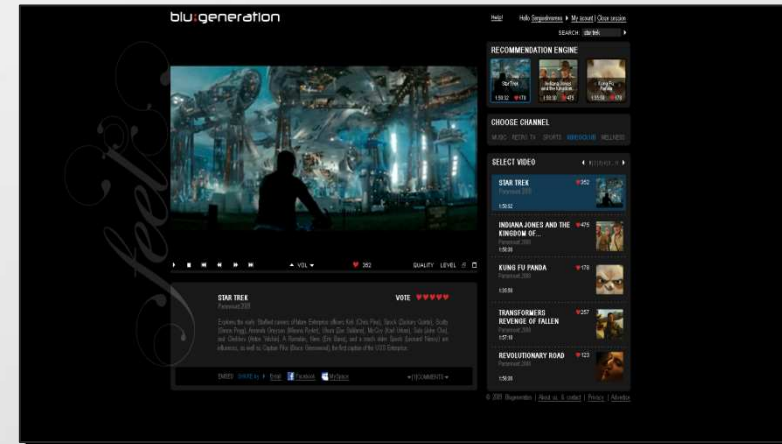
# MARKETING

- Dinamismo, gran presencia en deportes de élite
  - Patrocinio Equipo Blusens BQR, Mundial de MotoGP
  - Importante presencia en TV en horarios de máxima audiencia a nivel nacional e internacional, apoyo al deporte, adecuación al público objetivo
  - Patrocinio equipo Xacobeo Blusens de la ACB
  - Identificación con público en general



# MARKETING

- Contenidos, TV, descargas
  - Comunidad de usuarios Blusens TV
    - ✓ New generation Internet TV
    - ✓ La comodidad del hogar conectado
  - Gestión a través de Blusens Interactive.



- Contenidos, música
  - Blusens Music: sello discográfico digital propio
  - Una nueva forma de distribuir música
  - Creamos nuestro propio contenido
  - Apoyamos cantantes noveles



©BLUSENS GLOBAL CORPORATION 2010

*feet*

BLU:SENS