



Javier Castro, en las oficinas madrileñas de BeeDIGITAL, en manos de los fondos de inversión Metric Capital y Evolvere.

“Vivir un momento crítico refuerza a una empresa”

JAVIER CASTRO CEO de BeeDIGITAL, antiguas Páginas Amarillas.

Nerea Serrano. Madrid

“Vivir un momento crítico refuerza a una empresa”. Esta frase de Javier Castro (Estella, Navarra, 1966), pronunciada justo antes de que confinamiento y Covid formaran parte de nuestro vocabulario, es premonitoria. Y es que algunas empresas ya batallaron por la supervivencia antes de que una pandemia sembrara de incertidumbre la mayoría de los sectores. La lucha de la compañía que Castro dirige, BeeDIGITAL, se comprende con su apellido: antiguas Páginas Amarillas.

El directorio aterrizó en España en 1967 y era “Google antes de Internet”, pero nació la red y la icónica guía perdió protagonismo, lo que obligó a la empresa a reinventarse, en fondo y forma. Tras varias etapas de metamorfosis, ahora responde al nombre de BeeDIGITAL y lidera soluciones de marketing online para pymes y autónomos. Esta entrevista, realizada en dos fases, también se ha adaptado a la actualidad; todo es renovación cuando enfrente está la mutación de Páginas Amarillas: “No hay transformación digital en España como la nuestra, que afecta a clientes, personas, al modelo de organización... El equipo entiende que no es una idea del CEO o algo que está de moda, sino que, si no nos transformábamos, esta empresa no tenía

futuro”. Si parece tan simple, ¿por qué algunas se han perdido por las lomas de la digitalización? “Estos procesos fallan porque no se consigue cambiar la cultura de la empresa; hace falta mucha comunicación para convencer a las personas y ser pacientes. No es un camino de rosas”.

Castro cree tener convencidos a los 350 trabajadores del grupo, pero la comunicación también debe dirigirse a los clientes. “Desarrollamos la presencia digital de las pymes, expandiendo su información, creando su web, perfiles sociales y generando tráfico de calidad”. Ofertan distintos paquetes de presencia digital que van desde los 37 hasta los 200 euros al mes. “Antes teníamos un modelo de renovación de contrato anual y decidimos apostar por la suscripción mensual, donde cada mes debes ganarte a tu cliente”.

Con la situación actual, tener una buena presencia en internet es fundamental. “El mundo digital se ha convertido en el único punto de contacto con clientes; hemos pasado del nivel de necesidad de digitalizarse para las pymes al nivel de extrema urgencia”. Este aumento de la presencia en la Red intensifica el debate sobre la privacidad. Castro considera que “estamos listos para ceder parte de nuestra privacidad a cam-

“Transformarse no es una moda o una idea del CEO. Si no lo hubiéramos hecho, no tendríamos futuro”

“Ofreceremos ‘marca blanca’ de marketing digital a través de una gran firma de telecomunicaciones”

bio del valor que nos aporta internet”. Y, según el directivo, especialmente ahora en el control del Covid-19. “Si la cesión de datos de posicionamiento de nuestros smartphones implica poder acceder a una mayor movilidad, estaremos dispuestos”.

Actualmente, el 90% de los ingresos de la compañía son digitales y vaticina que en 2021 serán del 100%. ¿Significa el fin de las Páginas Amarillas en papel? “Se siguen imprimiendo, pero desaparecerán y ese horizonte no está muy lejos”, dice.

El foco de la compañía se mide en bits. BeeDIGITAL es socia de Google, y entre sus clientes está Amazon. ¿Cómo puede necesitar el rey del comercio electrónico a una empresa de marketing digital? “Es nuestro cliente offline, le ofrecemos bases de datos para llegar a determinados

perfiles a través del buzono”, reconoce Castro, quien sitúa el futuro de la compañía en las alianzas, como la que está a punto de sellar “con una gran operadora de telecomunicaciones”, de la que por ahora no puede dar el nombre: “Una empresa de telecomunicaciones vende fibra, televisión, móviles, pero ¿por qué no ofrecer a su cliente un servicio adyacente como el marketing digital? Ahí entramos nosotros ofreciendo algo así como marca blanca. Ya tenemos un acuerdo con la Comunidad de Madrid y en un futuro añadiremos alianzas con bancos o eléctricas”.

Lo que sí adelanta Castro es que el inminente acuerdo no será con Telefónica, su casa durante más de 32 años, en la que, entre otros cargos, lideró Terra en Latam. “Cuando asumes un nuevo trabajo has de enfocarte en la motivación de tu equipo; si no consigues eso, tu estrategia no funcionará, por muy buena que sea”. Cinco años es el máximo que el ejecutivo ha liderado un proyecto, y le pareció una eternidad. “Un buen periodo de tiempo para aportar valor y no acomodarte son cuatro años”. En BeeDIGITAL ya va a cumplir tres: ¿estamos ante el esprint final de la guía en papel y de su CEO? “Esto es una transformación 365 grados, a lo mejor en cuatro años no me da tiempo, pero no más de seis (risas)”.