

Interiores

“Si Pocoyó triunfa en EEUU, multiplicará por diez su tamaño”

ENTREVISTA JOSÉ MARÍA CASTILLEJO ORIOL Presidente de Zinkia/ Como socio de control de la firma creadora del éxito de la animación española, el directivo pelea su proyecto en bolsa, mientras estrena hoy una emisión de deuda para respaldar sus planes.

Marta Fernández. Madrid

“Jesusito de mi vida, eres niño pocoyó”. Y así nació Pocoyó, el personaje de animación, cuyas aventuras se emiten hoy en 130 países, por lo que la mitad de la población mundial (unos 3.500 millones de personas) puede ver esta creación *made in Spain*. Nació de la inocente equivocación (mientras rezaba por la noche) de la hija de David Cantolla López, que, junto con su hermano Colman López Cantolla y José María Castillejo, lanzaron desde la productora Zinkia el pequeño dibujo animado de mirada curiosa y ataviado de azul. “Pocoyó apareció en nuestras vidas de forma casual, pero también porque nos aburría ver con nuestros hijos los dibujos animados”, admite José María Castillejo Oriol (Madrid, 1962), presidente y accionista de control de Zinkia, que cotiza desde mediados de 2009 en el MAB (Mercado Alternativo Bursátil).

A partir de la expresión infantil de una niña, arrancó en 2003 un año de trabajo para registrar la marca y realizar los bocetos hasta dar con la identidad del personaje y sus amigos: el elefante Elie, el larguirucho Pato, la perrita Loula y el pájaro Pajaroto.

Y, mientras, el negocio de Zinkia se fue tejiendo en torno a la producción de esta serie de animación, y la gestión y explotación comercial de una marca como Pocoyó (con 53 licenciarios en España, más de 1,1 millones de DVD vendidos y 700 referencias de productos) y de segundas enseñanzas como Shuriken School, Mola Noguru o The Fishtail Saga.

La empresa, que prevé cerrar 2010 con una facturación de 10 millones de euros, está de estreno hoy con el lanzamiento de la campaña para una emisión de bonos por 11 millones de euros, crucial para financiar su crecimiento.

Un pequeño ídolo

Su baza es el multipremiado Pocoyó, que pronto tendrá una hermana (Pocogina) y que vive en una serie de televisión (en España, se emite en TVE, Clan TV, Boomerang, Jazztel TV y varios canales de teléfonos móviles), la Red (a través de *Mundopocoyo.com*), jue-



Fotos: Rafa Martín

“SOY DE MADRID; EXACTAMENTE, DEL PUNTITO CERO”. Así se autopresenta José María Castillejo, sentado en la misma mesa en que en 2003 nació Pocoyó, que acompaña al directivo en esta imagen. Licenciado en Humanidades por la Universidad de Salamanca y en Filosofía por la Universidad Pontificia Gregoriana de Roma, arrancó su carrera en un banco americano, antes de dirigir su destino hacia lo que más le gusta: emprender y crear empresas. “Lo aprendí en casa. Mi abuelo era un modelo de empresario, con negocios en energía y el sector industrial”, explica Castillejo, huérfano desde pequeño y que, por ello, se crió con sus abuelos. El ejecutivo, casado y con seis hijos (incluidas unas trillizas) de 3 a 8 años, viaja “muchísimo” y es aficionado a la navegación, el campo, la caza y la lectura, sobre todo, histórica. “Me gusta identificar agujeros negros que no han sido bien explicados, como demostrar que Cristóbal Colón no es genovés, sino mallorquín; la ayuda de España a Estados Unidos de América en su independencia y cómo Isabel la Católica llegó al trono de Castilla”.

gos y *merchandising*, una revista mensual (desde septiembre) y, próximamente, en una película. En la red social Facebook, mueve 250.000 seguidores y, en YouTube, más de 200 millones de descargas.

¿Cuál es el atractivo de un muñeco coronado por un gorro de orejeras? Su llamativo colorido sobre un fondo blanco (elegido porque resultaba más barato) se suma a “un 3D muy básico, con el que el niño se encontró, por primera vez, con una sensación de personaje que no es de cartón piedra, sino real. Significó un hito en la manera de hacer animación para niños”, desgrana Castillejo. Y añade: “La personalidad y los guiones están concebidos para que el niño se sienta capaz de estar dentro del mundo de Pocoyó”.

Antes de toparse con el *universo Pocoyó*, Castillejo parti-

cipó en empresas variopintas. La última fue la distribuidora de telefonía móvil Vivavoce, que vendió a Carphone (The Phone House). Allí, conoció a los hermanos David Cantolla y Colman López, procedentes de Teknoland (que compró Terra y hoy ya ha desaparecido) y que, hace tres años, salieron de Zinkia tras vender su participación.

“En los inicios, teníamos tiempo y dinero para experimentar y arrancar una aventura empresarial”, recuerda Castillejo. “Zinkia se planteó desde el principio como una empresa de entretenimiento para entretenernos nosotros”.

“Las empresas del MAB nos empezamos a plantear si estamos en el lugar adecuado”

Así, nació una firma independiente ajena a un gran grupo, dedicada inicialmente a juegos para móviles y que entró en el negocio de animación con Pocoyó, dirigido a niños de 3 a 6 años. “Nos dijeron que estábamos locos. En las televisiones, no funcionaban los dibujos animados de preescolar. Fueron unos inicios durísimos en una industria muy endogámica”.

Tras varios años de expansión, Zinkia saltó al MAB en junio de 2009, acompañada de Pocoyó. “Teníamos planes de salir a cotizar en septiembre de 2008 en el AIM (Mercado Alternativo Bursátil de

“En la vida, no hay que apegarse ni a las cosas, ni a las ideas. Pocoyó crecería más rápido en un grupo”

Londres). El mundo se cayó y lo retrasamos”. Surgió el proyecto del MAB como un mercado ideado para pymes con potencial de expansión y como una buena opción para Zinkia. La compañía realizó una ampliación de capital del 15% para salir al MAB. Banesto, como banco colocador, valoró la acción a 3,85 euros, pero el precio de coloración se fijó finalmente en 1,92 euros.

Ahora, Zinkia, con un valor en bolsa de 24,32 millones, cotiza en el entorno de los 1,20 euros y cerró ayer a 1,17 euros, un precio similar al de la jornada anterior. Con el 72% del capital (a través de la sociedad

“EEUU supone la mitad del negocio mundial de la animación”

Jomaca 98), Castillejo es el accionista de control; un 10% está en manos de los empleados y en torno al 18% cotiza en bolsa en manos de “inversores institucionales españoles”.

La crudeza de la bolsa

La disciplina bursátil está siendo dura. La firma presentó hace unos meses una revisión de previsiones. “Hemos fallado en alguna cifra pero he cumplido religiosamente todo lo que iba a hacer”, justifica Castillejo. Con un equipo de 90 personas, Zinkia elevó sus pérdidas semestrales un 77%, hasta 1,33 millones, pero prevé generar un ebitda (resultado bruto de explotación) de 30 millones en 2012.

“No me arrepiento de salir al MAB, pero creo que no está creciendo al ritmo que debería en número de empresas [hay ocho]. Se está sometiendo a las