

«En España no se fomenta el espíritu emprendedor y eso es muy triste»

José María Castillejo Presidente de Zinkia Entertainment

ENTREVISTA

JULIÁN MOLLEJO



«Las claves del éxito están en la ilusión, analizar bien lo que vas a hacer, rodearte del mejor equipo de personas y no tener miedo al trabajo»

MURCIA. José María Castillejo (Madrid, 1962) es el VII conde de Floridablanca, aunque es más conocido como el padre de Pocoyó, una creación de su productora Zinkia y que ha conquistado el mundo en poco más de siete años. Más de 50 millones de videos suyos se vieron el pasado mes en 206 países. Castillejo, de formación humanista, es un ejemplo de emprendedor. Estuvo enrolado en proyectos energéticos, de telefonía y automóviles antes de crear Zinkia. La próxima semana visitará Murcia para intervenir en el congreso R2012, organizado por la Asociación Jóvenes Emprendedores de la Región de Murcia, y que analizará cómo reinventarse en época de crisis.

–**Como descendiente del conde de Floridablanca, uno de los murcianos más ilustres de la historia, ¿qué contactos mantiene con la Región de Murcia?**

–Muy pocos. A nivel familiar, desde la muerte del primer conde de Floridablanca prácticamente los vínculos con Murcia desaparecieron. Él no tuvo hijos y yo descendiendo de su hermano, que se instaló en Madrid. Desde entonces mi familia ha seguido en Madrid y no hemos mantenido un vínculo físico con Murcia. Yo sí he desarrollado relaciones personales con murcianos extraordinarios que he ido conociendo con el tiempo y en eso mi condición de conde de Floridablanca me ha ayudado mucho. También he disfrutado mucho en los viajes que he hecho a Murcia en los últimos años.

–**Usted cursó estudios superiores de Humanidades y Filosofía, una formación poco habitual para un hombre de empresa. ¿Cómo acabó siendo empresario?**

–El emprendedor lo que hace es buscar oportunidades y aprovecharlas. Para eso hace falta tener un conocimiento de la sociedad en la que te desenvuelves, y en eso la Filosofía te ayuda porque te preguntas continuamente el porqué de las cosas. También es muy importante para el emprendedor formar equipos, y en ese sentido las Humanidades, sobre todo las clásicas, te ayudan a penetrar al ser humano, que es algo esencial en la vida personal y pro-



José María Castillejo posa junto a varios de los personajes creados por su productora. :: JOSÉ RAMÓN LADRA

fesional. Cuando algún chaval me pregunta qué estudia, yo le recomiendo que si no le atrae algo concreto, como una ingeniería o arquitectura o abogacía, que estudie Humanidades o Filosofía. Luego siempre estará a tiempo de hacer un máster u otra especialización, que es lo que yo hice.

–**Según determinadas encuestas, la principal aspiración de un alto porcentaje de jóvenes es ser funcionarios. ¿A qué lo achaca? ¿Cree que es porque en la escuela española no se fomenta el espíritu emprendedor?**

–Definitivamente no se fomenta el espíritu emprendedor y es muy triste. Debería ser una asignatura obligatoria, de la misma manera que se fomenta la práctica deportiva en los niños y existe una admiración hacia los deportistas, gracias a las figuras mundiales que tenemos en diversos deportes. Si un niño juega bien al fútbol o al tenis, sus padres

lo llevan a la escuela de fútbol o de tenis por la admiración que generan las estrellas y porque hay interés en que sigan el mismo camino. Sin embargo, en España no hay ninguna admiración por el empresario, que los tenemos muy buenos y que triunfan también, como los deportistas, en todo el mundo. En los países anglosajones es justo todo lo contrario, lo que fomentan es el emprendimiento entre los jóvenes.

–**Se dice que las crisis son épocas de oportunidades, pero no parece que el actual sea un tiempo muy propicio para los empre-**

«Hay que desarrollar el talento y la imaginación. La situación está difícil, pero también hay más oportunidades»

dores por la falta de apoyos y de financiación que existe.

–Lo que hay que hacer es desarrollar el talento y la imaginación. Los tiempos son los que son y no los podemos cambiar, no podemos darnos cabezazos y estar quejándonos de lo que tenemos. Hay que salir adelante en las circunstancias en las que nos ha tocado vivir. Es más difícil, pero también es cierto que las oportunidades son mayores. Lo que hay que hacer es aprovechar lo que tienes, sacarle el máximo rendimiento y afrontarlo con un espíritu positivo. Para mí no es más difícil esta época de lo que fue la postguerra o el final del siglo XIX, y mira como España salió adelante y triunfó y se convirtió en una gran nación.

–**Usted ha desarrollado varios proyectos empresariales en muy diversos sectores antes de alcanzar el triunfo global con Zinkia. ¿Cuál diría que es la clave del éxito empresarial?**

–Básicamente son tres cosas. En primer lugar, ilusión, porque va a ser muy duro y muy difícil. En segundo lugar, analizar bien lo que vas a hacer, no lanzarse a lo primero que se te ocurra, y luego rodearte del mejor equipo de personas que puedas; el talento de las personas que te rodean es clave para el éxito de tu empresa. Y, por último, no tener miedo al trabajo. El emprendedor es un hombre que tiene que trabajar 24 horas al día y siete días a la semana, y tiene que hacerlo con ilusión para motivar a su equipo.

–**Usted viaja mucho por su trabajo. ¿Cómo se ve a España en el extranjero? ¿Está sufriendo el desprestigio exterior del que tanto se habla aquí?**

–No creo que sea así. Hay sorpresa y perplejidad por las noticias que les llegan, y que, a veces, son muy parciales y exageradas sobre hechos muy concretos que no afectan para nada al resto de la ciudadanía.

–**¿A qué noticias se refiere?**

–A las de protestas y conflictos, por ejemplo, y que dan la impresión de que es general. La marca España, después de mucho esfuerzo y sacrificio, es una marca muy potente a nivel mundial, y que de una marca tan potente se oigan los comentarios que se están oyendo causa perplejidad. Pero la marca España es fantástica y difícil de romper.

–**Zinkia también está sufriendo la crisis, de hecho presentó en abril un expediente de regulación de empleo. ¿Cómo le va en la actualidad?**

–Estamos pasando momentos difíciles y tenemos que apretarnos el cinturón. Hay que recortar gastos lo más posible porque se ha terminado la financiación, los bancos la han cortado de forma abrupta. Ahora gastamos un 40% menos de lo que gastábamos hace un año y medio, no nos queda más remedio. Las expectativas de futuro son buenas, seguimos creciendo a nivel internacional y tenemos planes para seguir haciéndolo. Pero, muchas veces, o haces los recortes o desapareces, y hemos hecho recortes muy importantes, no solo en personal. Es lo que toca.

–**¿Qué proyectos son esos que tienen para seguir creciendo en el extranjero?**

–Estamos muy centrados en Pocoyó. La crisis nos hace ser muy cautos con los nuevos proyectos, aunque los tenemos, pero el riesgo ahora es muy alto. Estamos desarrollando la marca Pocoyó, que tiene una presencia mundial muy potente. Sabemos por Youtube que en 206 países distintos el mes pasado se vieron más de 50 millones de videos de Pocoyó. Ahora estamos trabajando en un proyecto muy bonito con el Gobierno de Estados Unidos, que consiste en desarrollar un conjunto de 'apps' (aplicaciones para tecnologías móviles) para repartir a los niños y que aprendan bien el inglés. Estamos muy ilusionados con este proyecto porque va a poner a Pocoyó en todos los colegios públicos norteamericanos a partir del año que viene.

–**He leído una anécdota graciosa sobre el origen de Pocoyó. La idea surgió cuando un socio contó que había oído a su hija decir 'Jesusito de mi vida eres niño 'pocoyó'...**

–Sí, es cierto y al día siguiente lo registramos. Lo primero que tuvimos de Pocoyó fue el nombre.