



»entrevista
J. Varley, jefe de Barclays

“Los bancos tienen que disculparse”

PÁGINAS 8 Y 9

»empresas & sectores



Un dibujo en el parque

Zinkia saldrá a Bolsa en julio

PÁGINA 12

»dinero & sectores

Invierta con tino

Triunfan los valores defensivos



PÁGINAS 22 Y 23

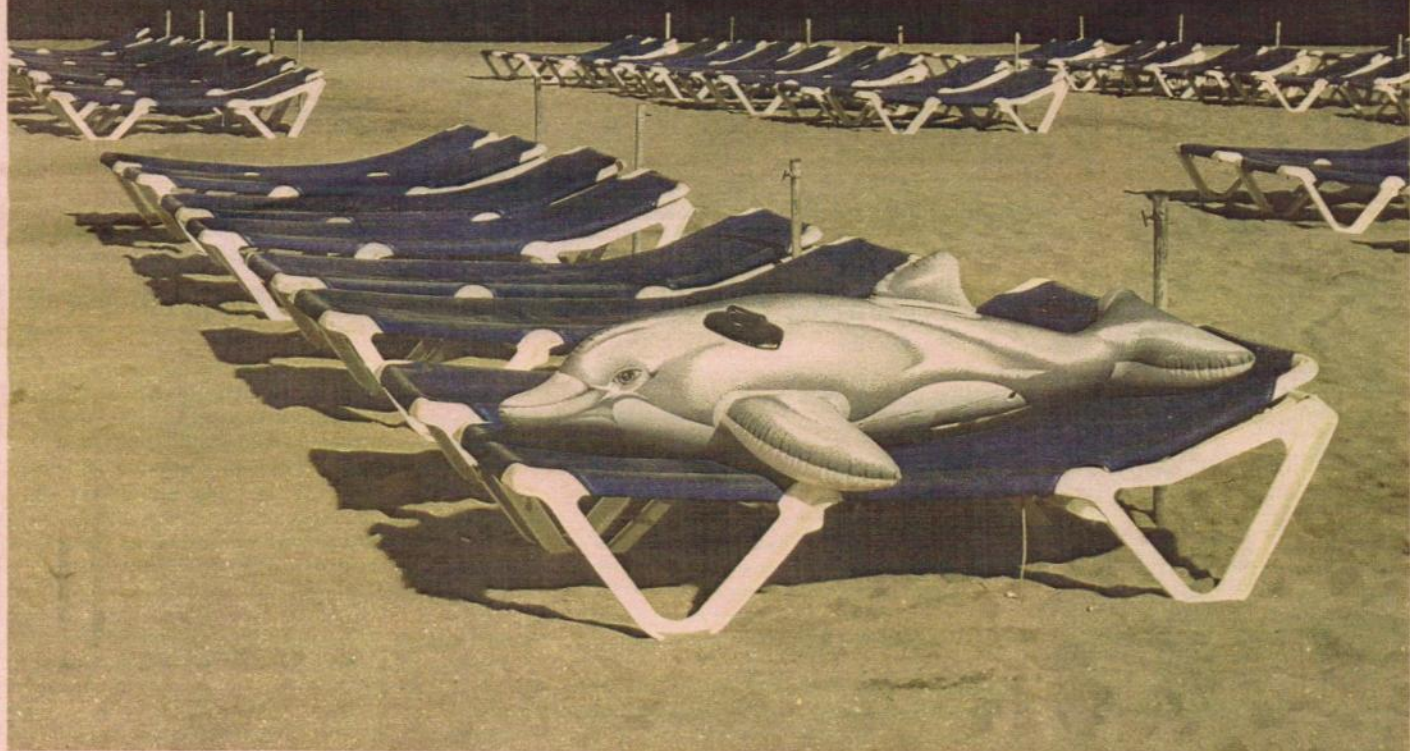
Negocios

EL PAÍS | DOMINGO 28 DE JUNIO DE 2009. NÚMERO 1.234

www.elpais.com/negocios

¿Se llenarán este verano?

La crisis internacional augura una mala temporada al turismo



»laboratorio de ideas

Adivina qué crisis viene esta noche

Por **JUAN IGNACIO CRESPO**

PÁGINA 14

Paisaje después de la batalla

Por **ANTÓN COSTAS**

PÁGINA 15

¿Tienen las empresas derecho a crecer?

Por **JAVIER SÁEZ COSCULLUELA**

PÁGINA 17

»Análisis

La culpa la tiene Reagan Por **PAUL KRUGMAN**

PÁGINA 20

Europa necesita la movilidad laboral Por **VLADIMIR SPIDLA**

PÁGINA 31

La corrección del déficit exterior supera lo previsto

Por **ÁNGEL LABORDA**

PÁGINA 21

breakingviews.com

PÁGINA 16

Ingeniería. sus. fem. tec.: Conocimientos y técnicas para resolver problemas que afectan a la humanidad

Iberdrola. Ingenio para un mundo mejor

»Empresas & sectores.



José María Castillejo, presidente y máximo accionista de Zinkia, en la sede de la compañía en Madrid. / SAMUEL SÁNCHEZ

Pocoyó salta al parque

Zinkia, creadora del famoso dibujo infantil, saldrá a Bolsa en julio

DAVID FERNÁNDEZ

“Jesusito de mi vida eres niño pocoyó”. La hija de David Cantolla siempre se equivocaba a la hora de rezar sus oraciones. Un despiste que sirvió a su padre y a dos creativos más, Guillermo García y Luis Gallego, para poner nombre al personaje principal de la serie de dibujos animados en la que estaban trabajando. En poco tiempo, Pocoyó (que en España emite Boomerang TV, en Digital +) se ha convertido en un éxito mundial y ha permitido a Zinkia, productora especializada en la creación y gestión de marcas de entretenimiento, desarrollar nuevas series y productos.

Esta empresa, fundada en 2001 por Cantolla, Colmán López y José María Castillejo, está en la recta final de su salida a Bolsa. Zinkia será la primera compañía en cotizar en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB), el segmento de contratación diseñado por Bol-

sas y Mercados Españoles (BME) para las pequeñas y medianas empresas. La colocación se hará sólo entre inversores cualificados (más de 50.000 euros) y se articu-

El presidente, José María Castillejo, tiene el 86% de las acciones

Pocoyó genera más del 80% de las ventas y Zinkia desea mayor diversificación

lará a través de una ampliación de capital.

Uno de los tres fundadores de Zinkia, Castillejo, es hoy en día su presidente y máximo accionista. Tiene el 86% del capital tras com-

prar a los otros dos socios sus participaciones. El resto de las acciones se las reparten entre 17 empleados y tres inversores externos. Banesto será el colocador y AFI el asesor registrado.

“La salida a Bolsa es el paso natural para una empresa en plena fase de crecimiento como la nuestra que necesita financiación en un momento en el que lograr un préstamo bancario se ha puesto muy difícil. El MAB nos va a proporcionar transparencia y autonomía”, explica Castillejo. El dinero que capte Zinkia lo invertirá en su expansión internacional y el desarrollo de nuevos negocios como la comunidad *online* de Pocoyó. “Hay empresas con grandes proyectos que lo están pasando muy mal por la falta de liquidez. Si esta crisis nos coge a nosotros hace tres años seguramente no lo habríamos contado. Afortunadamente, hoy día tenemos un negocio diversificado y somos capaces de generar caja. De hecho, las pre-

visiones que tenemos son sin la colocación. No necesitamos de la ampliación para cumplir nuestros objetivos”.

Zinkia tiene tres áreas de negocio. Por un lado está la actividad audiovisual (series de animación para televisión y películas); luego está la división interactiva (juegos para consolas, móviles y contenidos *on line*); y por último el área de explotación de las marcas a través de licencias. Este último negocio, centrado básicamente en el *merchandising*, es el que genera la mayor parte de la facturación gracias al valor de la marca que proporcionan las otras dos áreas. “Las series apenas contribuyen a la cifra de negocio porque las televisiones no quieren pagar por ellas. Sin embargo, la inversión que hacemos en las series es muy rentable porque éstas promocionan la imagen de marca y permiten crear otros contenidos y productos”, explica Castillejo.

Zinkia ya ha llegado a acuer-

dos con televisiones de 15 países para venderles sus series en los próximos meses. “Eso quiere decir que nuestras series tendrán acceso a más de 3.500 millones de personas, más de la mitad de la población mundial”. A este mercado potencial hay que añadir el poder divulgador de Internet. De hecho, en YouTube ya se han producido 27 millones de descargas de las series de esta productora.

Pocoyó supone más del 80% de la facturación de Zinkia, una situación que supone un arma de doble filo. “La serie es capaz en sí misma de convertirse en una multinacional. Los Pitufos, por ejemplo, siguen generando mucho dinero pese a que ya han transcurrido 50 años desde su creación. A pesar de este potencial, sí es cierto que nos obsesiona la diversificación. Por eso, lanzamos en su momento la serie *Shuriken School* y estamos trabajando en el desarrollo de dos nuevas marcas”.

En 2008 Zinkia facturó 5,4 millones, su beneficio bruto de explotación (Ebitda) fue de 900.000 euros y las ganancias netas ascendieron a 1,6 millones. Unas cifras que, en opinión de su presidente, no deben servir de referencia para valorar a la compañía. “Al ser un grupo en plena fase de crecimiento la valoración más acertada es aquella que descuenta los flujos de caja futuros. En este sentido, estamos convencidos de que en tres años vamos a multiplicar varias veces nuestro tamaño”.

En 2008 la productora facturó 5,4 millones de euros y ganó 1,6 millones

El público infantil y el precio de sus productos le ayudan a sortear la crisis

El máximo ejecutivo de Zinkia asegura que están sobrellevando bien la crisis económica ya que su modelo de negocio se dirige a los niños de hasta 14 años. “Y el gasto en sus hijos es lo último que recortan los padres”. Además, los productos que comercializan no suelen superar los 20 euros. “Con motivo de la salida a Bolsa decidimos rebajar en un 30% el presupuesto que teníamos para 2009 ya que queríamos ser prudentes para luego poder sorprender positivamente a nuestros inversores. Sin embargo, tal y como han ido las cosas en los primeros meses del año es bastante factible que repitamos los números de 2008”.

La Bolsa española ha vivido momentos memorables con las salidas a Bolsa. Parques Reunidos, por ejemplo, llevó un elefante a la sede del parque madrileño, Corporación Dermoeestética desembarcó con un grupo de modelos disfrazadas de enfermeras ligeras de ropa... Es posible que en el estreno de Zinkia, previsto para julio, la plaza de la Lealtad de Madrid se llene de peluches con Pocoyó y sus amiguitos Elly, Pato y Pajaroto. En definitiva, color (la rentabilidad está aún por verse) para un momento bursátil tan gris. ■

Un conejillo de Indias

En marzo de 2008 la CNMV dio el visto bueno a la Bolsa española (BME) para el desarrollo del Mercado Alternativo Bursátil (MAB). El objetivo de esta plataforma, que en otros países lleva funcionando desde hace años, es facilitar el acceso al mercado de valores a las *pymes* mediante normas más laxas en cuanto a capitalización, volumen de información y costes que los que se exigen para cotizar en el mercado continuo.

A pesar de estas ventajas y de que

supone una alternativa a la financiación bancaria en un momento en que ésta se ha secado, todavía no ha debutado ninguna *pyme* en el MAB. La crisis ha provocado que los inversores durante muchos meses no quisieran oír hablar de poner su dinero en la renta variable (y mucho menos en empresas de pequeño tamaño). Por eso la salida a Bolsa de Zinkia a través del MAB supone todo un hito para comprobar hasta qué punto los inversores están dispuestos a financiar los proyectos empresariales de las *pymes* españolas.

BME ha hecho una apuesta muy fuerte por este segmento de negocio. Si este tipo de compañías se anima a cotizar puede suponer para la Bolsa un área de negocio

de gran potencial. No en vano, las empresas de mediano y pequeño tamaño representan el 65% del PIB español, emplean al 79% de la fuerza laboral y constituyen el 99% del total de las empresas del país.

Para incorporarse al MAB, las empresas deberán contar con un capital totalmente desembolsado, libre transmisibilidad de acciones, cuentas auditadas y la incorporación se hará a través de una colocación (OPV, OPS) o *listing* (por el nominal), con un importe mínimo de capital flotante de dos millones de euros. Además, tienen que designar un asesor registrado que compruebe el cumplimiento de todos estos requisitos y revise la información presentada. ■