

# ALFONSO DE SENILLOSA

Presidente de Workcenter

## “ME GUSTA IR RÁPIDO EN TODO”

Del circuito a la fotocopiadora.

Ha creado un líder en reprografía con BBVA y Santander de socios.

ENRIQUE UTRERA

Nadie diría que es el dueño. Alfonso de Senillosa, 36 años y propietario de la empresa de reprografía Workcenter, entra como un huracán en la tienda madrileña de la esquina de Velázquez con María de Molina repartiendo besos y abrazos entre los empleados y encargados del establecimiento. “Para mí y para mi negocio son lo más importante”, asegura, casco de motorista en mano y con una sonrisa perenne en los labios.

Cinco minutos bastan para descubrir que De Senillosa es uno de esos emprendedores que siempre hace lo que le pide el cuerpo.

A una edad en la que la inmensa mayoría de los empresarios está echando los dientes, él ya ha puesto a velocidad de crucero un negocio con ocho años de vida que montó junto a la que entonces era su novia, Belén Huidobro, en 1996. “Mi currículum era tan malo que opté por el autoempleo” explica entre risas este licenciado en Ciencias Empresariales que nunca se planteó trabajar por cuenta ajena. Hoy, es el jefe de una compañía que él valora en 30 millones de euros, con 400 empleados, 16 tiendas en las principales capitales españolas y, si se cumplen las previsiones, unas ventas de 12 millones de eu-



MAXIMO GARCIA



### Sin complejos

De Senillosa es uno de esos emprendedores que siempre hace lo que le pide el cuerpo. Subir al mostrador de la empresa o posar junto a su motor es para él pura diversión.

ros a golpe de fotocopias, folletos o impresos publicitarios.

Pero antes de poner en marcha a los 28 años su hasta ahora único proyecto empresarial, De Senillosa se dio el gustazo de matar el gusanillo de sus dos grandes aficiones: el motociclismo y escribir. Con la pluma en la mano fue corresponsal de guerra en el conflicto de los Balcanes de 1994 para el diario El Mundo. Aquello no duró mucho –“fueron apenas seis meses, pero maté el gusanillo porque no quería estar entre los integrantes de la única generación que desde que se inventó la genética no ha vivido una guerra”– y volvió a España para participar en la dirección del equipo de motociclismo Team Marlboro Nivea for Men.

La velocidad es la gran pasión de este ex piloto de *superbikes* –motos de gran cilindrada– y Fórmula 2 que por Madrid sólo se mueve en moto. Y a toda pastilla se mueve también en el mundo de los negocios este vendedor nato que en 1998 recibió el apoyo incondicional de varios *business angels* –inversores que financian el desarrollo de las empresas en fases muy preliminares– y que en 2000 cerraba el círculo poniendo de acuerdo a dos competidores feroces: BBVA y Santander, que hoy cuentan con el 17% del accionariado cada uno. “Les propuse entrar en la compañía con una presentación que hice yo mismo y les convencí. Los dos grandes pesos pesados de la banca española están en

Workcenter, y bien avenidos además”. Un hito del que muy pocos pueden presumir. El proyecto llegaba a la madurez después de un arranque doloroso para financiar su nacimiento: “Tuve que vender mi moto, por la que me dieron un millón de pesetas. Mi madre me prestó otro millón y medio y el resto, hasta cinco millones, lo completó un crédito de BBVA”.

Ahora De Senillosa, que encontró la

**"Fui corresponsal en los Balcanes. No quería ser de una generación que no vivió una guerra"**

inspiración para montar su propio negocio en la empresa estadounidense Kinkos mientras estudiaba en Los Ángeles, va a pisar más el acelerador. “Me gusta ir rápido en todo, pero haciendo las cosas bien. En Workcenter hemos construido un buen chasis y ese chasis nos permite ir rápido con garantías”, asegura este empresario de última generación que, además de los deportes de motor, adora la vela y el golf y confiesa que cada vez tiene menos tiempo para disfrutar de sus aficiones.

En los negocios, la apuesta de De Senillosa no puede ser más agresiva. La em-

presa de reproducción y transmisión de documentos, que presta servicios las 24 horas de los 365 días del año, quiere asaltar ahora el mercado corporativo. Con 16 tiendas situadas siempre en el centro de las grandes capitales españolas –“abriremos otras tres o cuatro este año en Barcelona, Madrid y Zaragoza”–, el 70% del negocio lo aportan pequeñas y medianas empresas, profesionales y particulares. “Pero ha llegado el momento de dar el salto. Ahora vamos a por la producción y gestión en exclusiva de documentos para las grandes empresas españolas. Tenemos centros de producción en toda la Península, lo que nos permite negociar con nuestros clientes precios al menos un 20% más baratos que los de nuestra competencia”, asegura.

Pero la cabeza de De Senillosa no para. Con una fe ilimitada en sí mismo, quiere convertir su compañía en europea a partir de 2007. “Me gustan Francia, Italia, Reino Unido, Holanda y Suiza”, y también aspira a desarrollar su colaboración con la firma de transporte urgente DHL para que los establecimientos de Workcenter se conviertan en centros de recogida y entrega de paquetería. ¿Se puede ir más rápido? Difícilmente, pero De Senillosa no ha nacido para los tragos cortos. En un sector poco profesionalizado y atomizado como el de la reprografía, está naciendo un líder a ritmo de vértigo.

ultrera@recoletos.es