

metr PROFESIONALES

MADRID, LUNES 19 DE FEBRERO DE 2007

ALFONSO DE SENILLOSA / FUNDADOR Y PRESIDENTE EJECUTIVO DE WORKCENTER

“Lo sencillo es lo más complicado”

HACE OCHO AÑOS Alfonso de Senillosa le comentó a su novia, ante la apertura de su primera tienda, que habría algún día en el que llegarían a ganar una caja de 50.000 pesetas. Y para eso tenían que hacer, por ejemplo, 50.000 fotocopias. Hoy, el presidente ejecutivo y fundador de Workcenter, los azules centros de documentos abiertos las 24 horas al día, se cubre cuando no llegan a realizar en un día diez millones de fotocopias. Próximos a cumplir los cuarenta ha recibido el Premio Joven Empresario de Madrid. Y ahora su caja, sólo con 2006, es de 15 millones de euros.

► Casi una década después de abrir su primer Workcenter... ¿pensaba que su idea se iba a convertir en una cadena con 22 centros por toda España y más de 400 empleados? Cuando montas una empresa, en lo que piensas es en llegar al día siguiente. Y tienes el gran peligro de estar siempre corriendo hacia delante: tienes tanto que perder que ya no es una cuestión de no ganar, es sólo de seguir mirando al frente. Esa filosofía te da la fuerza para, al final, lograr ganancias. Este reconocimiento de Joven empresario es el colofón a una historia excepcional que nos debe hacer sentir mucho orgullo.

► Llama la atención que Workcenter no funcione con un sistema de franquicias. ¿Por qué? Ésa es una forma buenisima para lograr un crecimiento y una imagen corporativa sólida. Sin embargo, vemos insostenible el modelo de franquicia para Workcenter por las operaciones que día a día realizamos. Nuestro negocio es muy complejo, cada acción que se hace se manufactura, no manejamos, como los restaurantes, un me-



“EL PREMIO Joven Empresario de Madrid es el colofón a una historia excepcional de la que me siento muy orgulloso”.

nú. Es difícil que los 300 o 400 clientes que acudan a un Workcenter pidan lo mismo. Luego está la inversión en tecnología, nosotros rotamos las máquinas de unas tiendas a otras y cuando un nuevo centro abre no quiere decir que su maquinaria sea novedosa. Eso, en un sistema de franquicias, sería muy conflictivo. Hoy por hoy, nuestro modelo de negocio es mucho más caro, pero obvia, nos ofrece una mejor calidad en el servicio al cliente.

► Este negocio surgió en Estados Unidos. Vi una oportunidad y la adapté para el tamaño que podíamos afrontar y para el cliente al que nos dirigia-

mos. El propio fundador de Kinko's, con el cual tengo una buena relación, me confesó que el único negocio que se ha basado en su idea y que ha funcionado fuera de Estados Unidos ha sido el nuestro. He conocido el caso francés y portugués, y ambos han fracasado. Sin Kinko's no existiría Workcenter, pero sin un equipo gestor que supiera las necesidades de este mercado tampoco se hubiese levantado Workcenter.

► Hace ocho años, muy poca gente tenía una cámara digital, una impresora y una conexión a Internet en casa. ¿Todo esto les ha beneficiado? Sí. Todos los ejercicios hemos

crecido un 10% anual en número de clientes que vienen a imprimir sus trabajos, a conectarse a Internet y a fotocopiar. En 2005 llegamos a crecer un 25%. Es decir, cuanto más ordenador e impresora haya en casa, habrá más necesidad y demanda por que sus productos que se usan día a día. Y Workcenter está ahí en el momento en el que se te crea la impresora o se te cae el ADSL...

► El paso de gigante en Workcenter fue hacerse cargo de la reprografía de las grandes empresas? Es una división paralela. Nosotros estamos constantemente leyendo las exigencias del propio mercado. Fueron las grandes empresas, como el entonces Banco Santander, las que nos pidieron una oferta para satisfacer todas sus necesidades. Salí tan bien que el banco redujo... nos y ganó flexibilidad. Para nosotros fue relativamente fácil hacernos cargo de esa labor y además sin producir ninguna incidencia en dos años y medio.

► ¿Se van a introducir en otros mercados?

Definitivamente sí, pero no sé cuándo. Queremos hacer crecer la compañía con la apertura de nuevas tiendas, pero es un equipo que quiere desarrollar nuevos negocios. Va a llegar un momento en el que tendremos un producto todo empaquetado y lo que nos interesará a corto y a largo es una empresa muy rentable y muy sana. Los empresarios tenemos la obsesión de poner banderitas en los mapas pero no hemos dado cuenta de que abrir una tienda más en Madrid es mucho más rentable que en Toledo. De momento, hay mercado aquí, en Barcelona, Valencia...

► Afirma que uno de los

ZOOM



ORIGEN Alfonso de Senillosa logró realizar sus estudios en Estados Unidos gracias a los ordenadores y fotocopiadoras de Kinko's. Inspirándose en ese modelo de negocio, fundó su primer Workcenter en 1998 en la madrileña plaza de San Bernardo.

PRESUPUESTO

La compañía se fundó con dos millones y medio de pesetas; su madre le dejó un millón y el resto lo consiguió con la venta de una moto y un coche.

IMAGEN

Los colores azul y amarillo proceden del escudo de armas de su familia. Amante de las motos, esta combinación de colores era la de su caso en las carreras en las que participó de adolescente. Ha sido siempre muy mal estudiante y en su familia ha habido muchos problemas académicos, pero nunca empresarios.

valores de esta compañía es el personal. ¿Por qué? Para mí lo más importante son los empleados. Nosotros no fabricamos máquinas y tampoco nos dedicamos al negocio inmobiliario. El valor que nosotros aportamos al mercado está basado en un sistema de trabajo realizado por personas. Cuando comencé nosotros no sabíamos de dónde iba a sacar a nuestros trabajadores, por eso nos fijamos en los valores, aunque suene muy romántico. Les ofrecemos un plan de formación, de carrera y salarial que fuera lo suficientemente atractivo para que

El equipo gestor de estos centros de documentos estudia llegar a ciudades más pequeñas, pero sin abrir las 24 horas al día.

los equipos fuesen los mejores. Esta compañía vive de los servicios y es muy dinámica. También muy estresante y tiene que haber un ambiente muy bueno en los centros para que éstos funcionen.

► En su primera tienda bajó un metro el suelo para que desde la calle no se vieran los feísimos culos de las máquinas. ¿Qué otros trucos ha utilizado en Workcenter? Hay miles. Hemos querido en todo momento ofrecer una imagen de transparencia de nuestro proceso de producción siempre con el respeto a la privacidad del documento. Nuestras tiendas siempre están abiertas y acristaladas. Todos los centros sufren una constante evolución, sobre todo en función de las operaciones, para que todo el proceso de trabajo sea limpio. Nos hemos dado cuenta de que lo sencillo es lo más complicado y es lo que mejor funciona. Con este espíritu, hemos sido capaces de tener encargos con mayor dificultad y número. **S. RECIO**
santiago.recio@metropain.com

OPOSICIONES

FARMACIA CONSUMO
VETERINARIA ATS / OTAS
MEDICINA DUEAS

PRESENCIALES / A DISTANCIA

CÓDIGO

C/ PARÍS 112002 MADRID | OFICINA

CHAMPA DE MAJADO - COLLADO VILLANA

91 472 62 44 | 636 270 097

www.academ.es | info@academ.es