

LOS LÍDERES DE 2020



Javier Fernández de Bobadilla en el taller donde realiza las camisetas promocionales. VÍCTOR LERENA

«Si quieres hacer obra social, hazlo con tu dinero, ¿no?»

Javier Fdez. de Bobadilla, 27 años
Cofundador de Herzio.com

ANA FERNÁNDEZ
MADRID

En 2005, Javier Fernández se codeaba con gente de Tuenti y decidió ponerse manos a la obra para crear un proyecto por internet con su socio, David. El complicado mercado musical le dio la clave para crear una plataforma para dar a conocer a nuevos grupos. El emprendimiento ahora va más allá y los artistas tienen la oportunidad no solo de promocionar su música sino de costear el «merchandising» según la demanda (camisetas o gorras), lo que garantiza ingresos con una mínima inversión. Esta es la clave de Herzio.com.

—¿Qué inconvenientes presenta el mercado musical español?

—Yo creo que al final está todo muy politizado. Hay un montón de iniciativas, con una ley muy complicada. Sobre las descargas, no se trata ni «del todo gratis» ni de un delito. Todo el

mundo sabe cómo funciona internet y hay que darle a los artistas los instrumentos para que decidan lo que quieren hacer. Algunos no quieren pertenecer a una discográfica, porque les coartan, y creen que es mejor dar su música gratis porque les sirve de publicidad.

—¿Ahora no solo promocionan a los grupos de música sino que les ayudan con su «merchandising»?

—La idea es que los grupos se den a conocer a través de redes sociales y amigos. En esta plataforma tenemos dos aplicaciones: ellos pueden vender sus entradas a los fans y les proporcionamos «merchandising on demand». Cada grupo elige sus diseños, el tipo de prendas que quieren comercializar, determinamos el coste, nos dicen lo que quieren ganar y generamos un catálogo virtual. Además de fabricarlo, lo empaquetamos y lo enviamos. Intentamos decirle al artista que hay una oportunidad de ganar di-

El que no arriesga...

«Ahora la ambición es trabajar para el Estado. La gente no arriesga porque tiene miedo al fracaso»

nero. Ellos ganan con nosotros y nosotros ganamos con ellos.

—¿Qué tipo de música tiene más tirón en internet?

—Quizá el Pop-rock, pero no sólo en internet. Es el estilo por el que se cantan más grupos, pero hay de todos los géneros con un nivel impresionante. Por ejemplo, jazz y música electrónica. Todos los avances tecnológicos hacen que cada vez sea más fácil producir y autoproducirse. No hace falta una gran inversión para grabar un disco; es muy sencillo y cada día salen cientos de grupos nuevos.

—¿Se puede vivir de internet o es una utopía?

—Se puede vivir muy bien de internet. Hay empresas que tienen mucho éxito. En España hay compañías geniales. El problema es que empezar supone un riesgo mayor porque los beneficios no son inmediatos, pero una vez que te posicionas puedes escalar muy bien. Tuenti es un ejemplo muy claro.

—Usted que es joven y tiene amigos que están empezando, ¿cree que se está exportando la idea del joven emprendedor norteamericano?

—Hay un poco de eso pero mucho menos de los que debería ser. Ahora la ambición es trabajar para el Estado. Trabajar pocas horas, la comodidad y el tiempo libre es la prioridad en España. La gente no arriesga porque, además, hay mucho miedo al fracaso. En Estados Unidos si empiezas y no sale bien, vuelves a empezar. De hecho, muchos que inician un proyecto buscan a personas que ya hayan fracasado porque así aprovechan su experiencia.

—Lleva tres años trabajando en su proyecto, ¿considera que ha superado la prueba?

—¡Djalá. Cuando empezamos a subir la primera cuesta tuvimos que hacer un alto para aclarar las ideas. Ahora volvemos a empezar con más fuerza. Tenemos un montón de usuarios de la primera plataforma por lo que el despegue será más rápido, pero realmente no tenemos una empresa que ofrezca todavía mucha rentabilidad.

—¿No le tienta la idea de fichar por una gran empresa?

—Puede ser una solución muy buena. Si alguien quiere comprar nuestro producto o contratarme será porque el producto es bueno y lo podrá llevar a cabo con más medios. Seguirá la filosofía que tenemos en Herzio.com. Al final esto es un negocio y tienes el deber profesional y moral de devolver el dinero que te han dado para lanzar el proyecto. Si quieres hacer obra social, hazlo con tu dinero, ¿no?

El nuevo formato del negocio musical

La empresa Herzio.com nació de la mano de Javier Fernández de Bobadilla y David Zafrá (24 años) como un trampolín para dar a conocer a los grupos musicales que empezaban su carrera artística. Hoy es una compañía que intenta que estos grupos ganen dinero con sus promociones y se relacionen con sus fans. La página www.herzio.com también cuenta con enlace a Facebook y una emisora de radio.

¿Dónde se ve dentro de diez años?

«Espero que con una gran comunidad y habiendo solucionado los problemas de la gente que empieza»