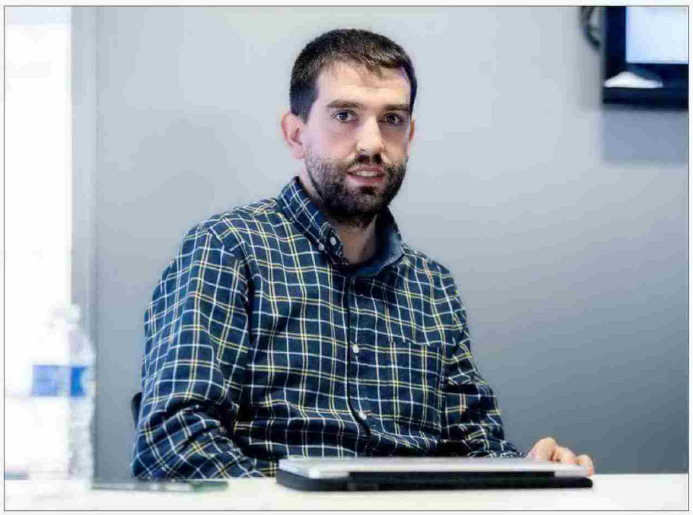
Sergio Aguado: "La clave de nuestro éxito ha sido tener un equipo multidisciplinar" - El Mundo Castellón al Día - 17/07/2017

SERGIO AGUADO | **Socio fundador y director técnico de Cuatroochenta.** La empresa castellonense líder en desarrollo integral de aplicaciones en España y América Latina localizada en el Espaitec de la UJI, bebe del talento universitario que le ofrece Castellón y espera continuar ampliando sus horizontes a nivel internacional.

«La clave de nuestro éxito ha sido tener un equipo multidisciplinar»

MARIA VENTURA CASTELLÓN

Cuatroochenta desembarca en Italia, cumpliendo uno de los objetivos que dos jóvenes se marcaron en el arranque de esta aventura en 2011. Con solo seis años, la empresa es líder en desarrollo integral de aplicaciones en España y América Latina. Cuatroochenta comenzó como una alianza entre dos jóvenes estudiantes de la Universitat Jaume I, Alfredo Cebrián y Sergio Aguado. Este último es, además de socio fundador, el director técnico de Cuatroochenta y espera ver triunfar a la empresa alrededor del mundo, más allá de las siete con las que ya cuenta en Colombia, Argentina, Panamá, Estados Unidos, Italia y Holanda.



EL MUNDO

Pregunta.– Recientemente Cuatrochenta ha anunciado que se expande en Italia. ¿Qué supone este paso en la compañía?

Respuesta.– Estamos intentando expandirnos a otro tipo de mercado. Hemos apostado por tratar de entrar en el mercado europeo. Es un mercado más avanzado con muchas barreras de entrada, porque hay empresas muy potentes. Era uno de los objetivos que nos marcamos hace unos años: desembarcar en países de la zona europea como Italia, Francia, Alemania. Primero ha sido Italia como podría haber sido otro, pero de momento ha sido Italia y estamos muy contentos.

P.– En cuanto a la expansión hacia otros puntos del globo, ¿cómo se plantea la situación, por ejemplo en mercados como el estadounidense donde ya han aterrizado?

R.– Tenemos una oficina en Los Ángeles, que está arrancando ahora mismo. Es el mercado más grande del mundo. Allí los desarrolladores europeos tienen buena fama, de forma que los límites son a nivel comercial, es decir, la capacidad que tengas de expandirte. La competencia es mucho mayor, aunque a nivel de coste, por suerte, somos competitivos. Así como en Latinoamérica y en Centroamérica es más complicado competir con empresas locales por coste, en la zona de América hay muchísima empresa desarrolladora, pero tienen un coste mucho más grande.

P.– ¿Cuál es el plan de negocio de Cuatroochenta?

R.– Tenemos cuatro líneas principales de negocio, una de ellas el desarrollo de aplicaciones a medida. Otra es el desarrollo de productos propios. Cuando vemos que hay una aplicación que nos demandan de manera continuada, apostamos por lanzar un producto que cubra esa necesidad.

Tenemos participaciones en otras empresas. Proyectos que vienen a nosotros para que les ayudemos, por ejemplo start-ups de nueva creación. Por último, otra línea de negocio es el modelo 'Revenúe share', con él participamos en un proyecto con otras empresas. Ayudamos en la parte del canal online y parte de la facturación va destinada a nosotros.

Esos cuatro modelos nos están funcionando y ahora mismo nuestro objetivo es ampliar mercados y optimizar todo lo posible la empresa. Al final siempre hay caminos para poder optimizar y sacar más rentabilidad a las capacidades que tenemos y ese es nuestro objetivo a medio plazo seguir optimizando.

P.– En un entorno inabarcable como Internet y las nuevas tecnologías, ¿qué hace diferente a Cuatroochenta?

R.–Hay muchas empresas de desarrollo que son puramente técnicas y hay muchas empresas de marketing y diseño. Pero la verdad es que nosotros, por suerte, contamos con un equipo con muchísimas aptitudes, no solo técnicas. Esto es un complemento ideal, porque podemos canalizar en una empresa todo el canal online. Yo creo que ese es el gran secreto por el que nos ha ido bien hasta ahora: contar con un equipo multidisciplinar.

P.– ¿Cómo nace la idea?

R.– Nació en noviembre de 2011. Alfredo Cebrián, mi socio, tenía su propia empresa que se llamaba R&MK, dedicada a la investigación de mercados. Yo tenía una empresa de desarrollo de web. Entonces el mercado móvil estaba empezando a nacer y en una sesión de networking en el Espaitec de la Universitat Jaume I (UJI) nos conocimos, empezamos a desarrollar proyectos conjuntamente y vimos que había feeling, considerábamos que lo que podía aportar él y lo que podía aportar yo era pura sinergia y que de ahí podía salir algo interesante. Fue entonces cuando arrancamos Cuatroochenta.

> «Nuestro bien más preciado son los trabajadores, que vienen de la UJI»

> «En 2016 superamos la barrera del millón de euros en facturación»

P.– ¿Por qué se instalaron en el Espaitec de la UJI?

R.– Vimos que era el lugar natural para situarnos en Castellón, justo al lado de la universidad que era donde veíamos que estaba el talento y, de hecho, nosotros también salimos de ahí. Cuando nos conocimos éramos estudiantes de la Universitat Jaume I y,al final, nuestro bien más preciado con diferencia son los propios trabajadores que vienen de la universidad.

P.– ¿Se ha planteado algún cambio de ubicación?

R.– En alguna ocasión se nos ha propuesto movernos a Madrid o a Barcelona, siempre surgen estas ideas. Pero, la verdad es que tenemos la universidad al lado, que es una fuente de talento que no se agota y la calidad de vida de Castellón es inmejorable para nuestro gusto. Además, los chicos, la gente que está con nosotros desde los inicios vive aquí, ha estudiado aquí y le gusta vivir aquí. Abrimos oficinas fuera, pero realmente el centro productivo lo seguiremos manteniendo aquí.

P.– ¿Cómo ha evolucionado el concepto del proyecto desde sus orígenes hasta ahora?

R.– Empezamos siendo seis personas. En 2012 pasamos de seis personas a 13 y empezamos con nuestros primeros proyectos de relevancia. Entre 2012 y 2013 ya hicimos nuestro primer desembarco en una oficina internacional, en Panamá. Contactó con nosotros el grupo Tagarópulos, que es la empresa de capital panameño más importante allí. Tuvimos la suerte de contar con ellos en ese arranque.

Cada vez teníamos más proyectos y clientes de mayor relevancia como Puleva, Northgate, EMT de Valencia y poco a poco nos iban cayendo proyectos de más entidad, por ejemplo 'Atrapa la bandera' el año pasado. En 2016 tuvimos el mayor crecimiento, llegamos casi a las 55 personas, crecimos en 20 personas en un año y ahora estamos en 2017 con la idea de optimizar, ir asimilando este crecimiento que hemos tenido optimizando la empresa y poco a poco ir desembarcando en más mercados.

P.– ¿Qué facturación generó en 2016, vuestro año de mayor crecimiento? ¿Qué resultados presenta el primer semestre de 2017?

R.– En 2016 superamos la barrera del millón de euros. Las previsiones para este año son llegar al millón trescientos y estamos a mitad de año cumpliéndolas.

P.– ¿El crecimiento de la compañía ha respondido por encima de las expectativas de su plan de negocio?

R.– Uno nunca piensa que las cosas van a salir tan bien desde un principio. Teníamos confianza en nosotros mismos. Pero, aún teniendo confianza, no pensábamos que esto iba a ir tan rápido. Hacíamos valoraciones de llegar a 20 o 30 personas como mucho y ya lo hemos duplicado y estamos en varios países.

P.– ¿Cuál diría que es la clave de este éxito?

R.– La clave es el equipo, con diferencia. Tener un equipo muy potente a nivel técnico, a nivel de diseño, a nivel online, a nivel de negocio, tener ese equipo multidisciplinar que nos hace ver las soluciones desde los distintos palos del prisma es la parte más importante y quizá el secreto de que nos haya ido bien hasta la fecha. Porque al final la empresa no depende de los socios, tiene que depender de la gente que está con ellos trabajando.