

Las empresas de Castellón deben digitalizarse para ganar competitividad - Mediterráneo - 31/10/2020

Las empresas de Castellón deben digitalizarse para ganar competitividad

◉ Cuatroochenta y su modelo para aportar valor a los clientes centran la sesión

◉ El perfil del capital humano y la gestión del tiempo son dos de las bases para el desarrollo

IVÁN CHEGA
ichega@mediterraneo@mediterraneo.es
CASTELLÓN

La digitalización del tejido empresarial de la provincia de Castellón y los procesos de la industria son dos de los principales retos que abordan las compañías en estos momentos para incrementar su competitividad y prepararse para el futuro. Con la mirada puesta en este desafío, la consultora especialista en desarrollar soluciones digitales Cuatroochenta protagonizó ayer la nueva edición del Desayuno Empresarial de **Mediterráneo** y Bankia, que acogió el céntrico hotel Intur de la capital.

El director de este diario, José Luis Valencia, destacó la intención de «poner en valor el talento del territorio». Una idea compartida por la directora de zona de Bankia, Cielo Falco, que mostró su predisposición a colaborar con las empresas.

El CEO de Cuatroochenta, Alfredo R. Cebrián, desglosó el modelo de negocio de la tecnológica, recién salida a bolsa en el BME Growth, y destacó las claves para la evolución de esta compañía emprendedora, surgida en el seno del EspaiTec de la Jaume I.

La gestión del tiempo fue uno de los recursos a tener en cuenta que resaltó el conferenciante, que afirmó: «Si comenzáramos a enfocarnos más a gestionar el tiempo



► El CEO de Cuatroochenta, Alfredo R. Cebrián, expuso ayer la trayectoria de la compañía ante los asistentes al acto celebrado en el hotel Intur de Castellón.

de la gente, las empresas crecerían mucho más». Del mismo modo, hizo hincapié en la relevancia para evolucionar que tiene el capital humano y la selección de perfiles con capacidad de aprendizaje, resolutivos y con conocimientos de búsqueda de la información.

Por otro lado, Cebrián repasó la trayectoria de Cuatroochenta, que hasta hoy ha desarrollado proyectos para situaciones como el hospital de campaña de Ifema, en Madrid, o para la gestión de inmuebles de la Sareb, entre una inacabable lista. «Estamos muy orientados a ejecutar», comentó, y entre esas líneas a llevar a cabo se encontraba la entrada al mercado bursátil, algo que no se detuvo pese a la crisis por la pandemia, que también les permitió acelerar el desarrollo de algunas ideas.

Los siguientes pasos para Cuatroochenta mantienen esta línea de crecimiento iniciada mediante el aumento de las adquisiciones y el desarrollo de producto, con la incorporación de perfiles profesionales que les permitan colocar las soluciones que desarrollan en el mercado internacional y siguiendo la máxima de que «para escalar es necesario consolidar y tener proyectos grandes», sin olvidar el sello de origen. ▀

el ponente

ALFREDO R. CEBRIÁN ► CEO CUATROOCHENTA

«La clave no es conseguir clientes, sino saber dónde poner tus servicios»

El consejero delegado, cofundador y CEO de Cuatroochenta, Alfredo R. Cebrián, es licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Jaume I de Castellón. Junto a Sergio Aguado, fundó la compañía en el 2011, tras dirigir una *spin-off* dedicada a la investigación de mercados y planificación estratégica en el ámbito del marketing.

En la conferencia de ayer, Cebrián ofreció los ejes para la evolución de la empresa, como que «la clave no es conseguir clientes, sino saber dónde poner tus servicios». En esta línea, comentó que «Cuatroochenta no es una gran idea, es una gran ejecución y una buena selección del mercado», sin dejar de lado la relevancia de otros aspectos clave para el funcionamiento diario como la confección de un equipo en el



► Alfredo R. Cebrián.

que delegar responsabilidades, mantener un grado elevado de exigencia o ponerse en la piel del usuario de la tecnología. Una cuestión que valoran en especial los clientes, a los que también

ofrecieron todas las facilidades posibles ante el inicio de la pandemia. Sin embargo, Cebrián invitó a «abrazar la complejidad», al considerar que «la simplicidad es muy importante, pero no se aplica a todo», en el sentido de que no es posible desarrollar el mismo modelo para todos los emprendedores, como pudo comprobar al percatarse de que el sistema que se está aplicando por defecto no valía en el caso de su empresa, puntualizó.

La especialización en soluciones para aspectos muy concretos marcan en estos momentos su actividad, como sucede con el sector cerámico para el que desarrollan productos dedicados, por ejemplo, a la gestión de visitas o localización en el interior de instalaciones, para responder a las necesidades actuales. i.c.

las claves

1 ENTRADA EN BOLSA
Cuatroochenta ha entrado recientemente en el BME Growth, mostrando como los mercados pueden ser interesantes para las empresas emprendedoras.

2 TRAYECTORIA
Entre la trayectoria de la compañía destacan la creación de soluciones para el hospital de Ifema o la gestión de inmuebles por parte de la Sareb.