

Entrevista

Qualabs, tecnológica uruguaya que vende software de video a EE.UU. y tiene un cliente "unicornio"

La empresa tecnológica nació en 2017, en plena pandemia consiguió tres clientes del mercado estadounidense y proyecta crecer más de 100% este año.

 ANTONIO LARRONDA
 Viernes, 28 Mayo 2021 04:00

Compartir esta noticia



A sus 34 años, **Juan Pablo Saibene** lidera una empresa de software para el sector de videos que vende servicios para EE.UU., y tiene entre sus clientes a un «unicornio».

Nació en Maldonado y asegura que siempre quiso emprender. Tras formarse en **Universidad ORT** como ingeniero en telecomunicaciones y su experiencia laboral en TCC, encontró la oportunidad de crear la empresa en 2017 junto a dos colegas. Asegura que la clave del éxito es forjar relaciones de confianza «legítimas». Proyecta que en 2021 crecerá más de 100% y en dos años su equipo superará los 100 colaboradores. Preside la **Asociación de Jóvenes Empresarios** desde marzo. Está casado, tiene dos hijos y disfruta de hacer vinos con amigos.

Cofundó Qualabs luego de ocho años en TCC, donde lideraba una sección de innovación, ¿qué lo llevó a iniciar un proyecto de cero?

Emprender siempre me gustó. Estuve cuatro años vinculado a **Desem**, donde participé de programas como el de empresas juveniles. No emprendí antes porque sentía que aún no estaba preparado para enfrentar el desafío que representa. No es solo una actitud, requiere estar preparado, formado y estabilidad económica porque incluye mucho riesgo. En 2017 se dio la coyuntura particular de salir de TCC y tener a esa compañía como primer cliente. Entonces, teníamos el oxígeno necesario para arrancar. Al final nos fuimos cinco personas. El 1° de septiembre creamos la empresa con **Nicolás Levy** e **Ismael Garrido** y me sumé a **AJE** (Asociación de Jóvenes Empresarios) porque me di cuenta que emprender y gestionar una empresa tiene momentos solitarios, casi no tenés en donde apoyarte y la responsabilidad es toda tuya. Vengo de Maldonado, donde no había emprendimientos grandes y ahí crecer es un riesgo. También me animé porque me había casado algunos meses antes y tenía el apoyo de mi señora, que me decía que con sus ingresos podíamos sobrevivir. Ella me impulsó a probar sin el miedo de fracasar. También me sentía preparado porque había terminado un MBA, había aumentado mi círculo de contactos. Hoy somos 33 y en unos meses seremos 45 o 50.



Juan Pablo Saibene. El Ceo Qualabs asegura que la empresa crecerá por encima del 100% este año. (Foto: Francisco Flores)

Comenzaron con TCC, ¿por cuánto tiempo fue su único cliente y cómo fue lograr el próximo?

Fueron pocos meses. En enero de 2018 ya estábamos hablando con **Verimatrix**, de EE.UU., un ex proveedor de TCC de tarjetas para compañías de cable. Pero no fue casualidad. En esto es clave la confianza. En septiembre yo había ido a **Holanda**, a la feria **IBC (International Broadcasting Convention)**, para ver a los contactos que tenía para contarles en todo lo que andábamos. A varios ya los conocía. En ese momento no sabíamos si queríamos hacer productos propios y venderlos, pero entendimos que eso requería mucha inversión, no podíamos hacerlo y nos inclinamos por servicios. A Verimatrix es a quien más le debo. Tenían un proyecto gigante con un **operador muy grande de TV de América Latina** que requería una pequeña pieza que lo hiciera funcionar, un proyecto de dos personas de un mes que destraba un problema gigante de negocios. No podía contratar una **empresa de software**: iba a llevar mucho tiempo porque tenían que explicarle contexto, todo lo que había detrás. Como nosotros ya sabíamos qué es, con una breve descripción de una llamada detectamos qué necesitaban. Ahí entendimos nuestra propuesta de valor: conocemos la industria. Hoy somos una **software factory** aplicada a esta industria, de equipos que dan servicios para complementar el trabajo de otras empresas.

Se definen como una empresa que ofrece productos y servicios para la industria de TV Paga y distribución de video que agilicen su transformación digital, ¿qué han hecho?

Por ejemplo, hacemos lo que hay debajo de **plataformas de video**. Tenemos clientes a los que le hacemos la herramienta de streaming que toma un video y lo distribuye por **Internet**. Luego, ellos venden sus productos a operadores grandes. Hemos desarrollado plataformas de seguridad para que no se pueda robar los contenidos, herramientas que permitan ver en todas las pantallas, porque cada una usa software diferente, **aplicaciones multi pantallas**. En seguridad es donde más estamos.

JUAN PABLO SAIBENE, COFUNDADOR Y CEO DE QUALABS

"Ofrecemos una cultura de aprendizaje no transaccional, que tiene que ver con que todos pueden crecer profesionalmente en la línea que quieran".

¿Cuál es su mercado?

Nuestro foco es EE.UU., un 99,5% de nuestra facturación. Fue por decisión propia, porque lo que tienen las empresas de EE.UU. es que tienen productos para toda la industria, es escalable. No vengo a la región porque no pueden asegurar más volumen. Hoy tenemos cuatro clientes; son empresas medianas para ese país (50 a 500 empleados) pero que crecen cada vez más y nos hacen crecer a nosotros exponencialmente. Además de Verimatrix, que está en el mundo de seguridad, de anti piratería, desde noviembre del año pasado sumamos **Millicast**, **Mux**, y otro que por confidencialidad no puedo mencionar. **Mux** se recibió de «unicornio» hace un mes, tienen un desarrollo de video para e-commerce o clases de gimnasio. **Millicast** está en el mundo del subsecond, videoconferencias escalables para que puedan acceder cientos de miles de personas con tiempo de latencia de menos de un segundo. Su plataforma fue la que utilizó la **NFL** para el último **Super Bowl** a nivel interno, para que los directores de cámara pudieran ver las cámaras desde su casa a través de una PC, sin delay y con calidad de estudio, usando cualquier navegador. Y todo sin gastar en hardware. Salvo Verimatrix, los otros tres llegaron en plena pandemia. Y estamos por cerrar con otro cliente más.



Mercado. La empresa se centra exclusivamente en el mercado de EE.UU., aseguró Saibene. (Foto: Francisco Flores)

¿Cómo llegan a ustedes?

Por referidos. Corremos con la ventaja que en **Uruguay**, tanto el ecosistema emprendedor, de empresas, el área de software y el sistema político son muy confiables en el mundo. Y esto es clave, porque lo que te da el cliente es un activo muy importante, su software, que tiene valor de propiedad intelectual. Y en esto, generar confianza legítima es fundamental. Yo participo en webinars, en una comunidad de desarrolladores de video de unas 6.000 personas en todo el mundo, organicé un meetupp de este tema en Montevideo, el primero de América. Ahí ven que sos serio en el rubro en forma indirecta, en cómo tomás decisiones, en cómo actuás. También soy activo en LinkedIn en contenido de interés. Todo esto construye a una imagen de seriedad y confianza que en esta industria es clave, porque estos clientes no buscan precio sino relaciones de confianza a largo plazo. Es una inversión costosa a largo plazo, pero que da como resultado que hasta ahora todos los clientes se han quedado.

¿Cómo es la competencia?, ¿hay otras empresas que hacen lo mismo que ustedes?

En nuestro nicho específico hay pocas, y en EE.UU. son caras, pero no es solo un tema de costos, porque en la región hay más baratos. Uruguay es caro. Para salir de Uruguay lo fundamental es la confianza; que la gente sepa que sos profesional y confiable es clave.

La pandemia impulsó el consumo de video por streaming, ¿cómo afectará el sector?

Aún la TV tradicional está más prendida en EE.UU. Un estudio reciente dio que son tres horas por día, mientras que Netflix aún son solo cuatro por semana. De mis clientes, los negocios están 50% en TV y 50% en streaming. Pero los que están en TV invierten en la industria digital de video.



Empresa. Su mayor desafío ahora es "hacia adentro", en la forma de "reclutar, de conectarnos dentro del equipo, de generar cultura". (Foto: Francisco Flores)

¿Impactó esto en la facturación de Qualabs?

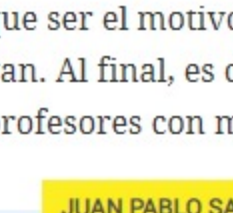
Desde el inicio, crecemos un 70% anual. Cobramos jornales, no horas, asociado a una evaluación posterior del cliente de si eso lo vale. Hoy somos 33 personas y tenemos proyectos vendidos para llegar a 50. Este año proyectamos crecer más de 100% y estimamos que en dos años seremos más de 100 en el equipo. Pero si bien por la pandemia se vio más televisión y streaming, no fue fácil conseguir nuevos clientes. Explotó una vez que las empresas de EE.UU. volvieron a salir a contratar.

¿La pandemia modificó entonces los procesos de innovación de la empresa o no?

No en lo que vendemos, sí en la forma en que operamos. Todo lo que hacíamos está alineado con el camino hacia donde va la industria, lo que pasó fue que aumentó la demanda y ahí tal vez es que nuestra llegada tiene mucho de timing. El desafío más grande es hacia adentro, en la forma de reclutar, de conectarnos dentro del equipo, de generar cultura, porque éramos una empresa muy presencial, de oficina.

Están en un rubro con alta demanda, ¿cómo buscan volver atractiva la empresa a la hora de captar talento?

Para nosotros, las personas son un cliente más y tenemos que mantenerlas pagando y la otra para los que trabajan. Ofrecemos una cultura de aprendizaje no transaccional, que tiene que ver con que todos pueden crecer profesionalmente en la línea que quieran. Y todo super personalizado. Hay talleres internos y actividades para todos, pero la clave son los caminos de desarrollo personalizados. Y cuando seleccionamos elegimos sino quien entra, que no va en si son los mejores del mercado, sino si son los mejores para nosotros. Además, el dinero no tiene que ser el motivo por el que vengan, porque cuando otro les pague más se van. Al final, es como la venta, la mayoría llega por referidos. Incluso llegan profesores con mucha experiencia recomendados por sus alumnos.

JUAN PABLO SAIBENE, COFUNDADOR Y CEO DE QUALABS


«La mejor forma de financiarse es con clientes»

Asumió como presidente de AJE y asegura que al empresario joven no solo lo mueve el dinero. ¿en qué basa esa afirmación?

En AJE decimos «empresario» a propósito, porque en los últimos 10 o 15 años creció el «emprendedor» tecnológico, de startup. Hay muy buenos ejemplos, pero no son la mayoría. De los que llegan a AJE, muchos son profesionales que buscan independizarse, abrir su propio estudio o empresa y no ser el nuevo Google, sino que esta sea su forma de vida. Si creo que tienen en común que todos quieren hacer las cosas bien, porque para todos ser empresario ya no es solo tener dinero, muchos de los que emprenden quieren buscar impacto, crear valor con sus clientes, con su equipo y con el entorno. Por supuesto que buscan rentabilidad, pero ya no es el foco. Hoy bajaron las barreras de entrada para emprender, pero esto trajo mayor nivel de competencia en un mercado que requiere mayor nivel de profesionalización. Hoy hay más financiación que antes, pero creo que la mejor forma de financiarse es con clientes para luego crecer en forma orgánica.