



Softway desembarca en Argentina

Softway S.A, empresa líder en el desarrollo de softwares de exportación e importación, abrirá sus oficinas en la Argentina durante el mes de marzo como parte de su plan de expansión en la región. Desde su nueva sede en el país, Softway atenderá a compañías de primera línea como: Honda, Goodyear, GM, Danfloss, John Deere, Hewlett-Packard, Odebrecht, Dupont, Vasa y San Antonio.

Fundada en 1996, Softway es una empresa especializada en el suministro de soluciones en softwares de importación, exportación y regímenes especiales para operación, gestión y control en comercio exterior. Es líder en Latinoamérica en su segmento y actualmente ofrece soluciones para clientes en Brasil, Argentina, México, Chile, Colombia, Venezuela, Perú, EUA, Panamá, entre otros.

Según el estudio sobre el panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe de la CEPAL, se estima que en 2010 las exportaciones de la región habrían crecido un 21,4%. En este escenario, Argentina incrementó su participación en las exportaciones, principalmente gracias a la venta de materias primas, y se espera continúe este ritmo de crecimiento en 2011.

Softway cuenta con una cartera actual de clientes de 200 empresas de diversos sectores. En la Argentina, actualmente ofrece servicios a 10 clientes y espera aumentar ese número a 50 para 2015. La compañía facturó globalmente U\$S 25 millones en 2010 y la expectativa es que el mercado argentino represente el 10% de la facturación anual en los próximos 5 años.

'Venimos estudiando el ingreso al mercado argentino desde hace dos años, porque se trata del primer paso de la internacionalización de la empresa en términos físicos. Inicialmente, el objetivo para 2015 es contar con una cuota de mercado local de 7%. Vemos en Argentina más de 800 potenciales empresas importadoras y exportadoras para captar', comentó **Neto Antonio Franceschini**, director general de Softway.

'Asimismo, hay un gran número de multinacionales que no operan en Brasil, por lo que es totalmente necesario estar en sus respectivos países para mantenerlas o atraerlas como clientes, a través del desarrollo e implementación de soluciones locales', agregó.

Con el compromiso de ofrecer las mejores soluciones para operaciones de comercio exterior que proporcionen ventajas competitivas para sus clientes, la compañía elige a la Argentina como un mercado estratégico para desde aquí, continuar su expansión a toda la región.



Eduardo Barbosa y Rodrigo Lima

Galería de fotos

