

Início

Estudos de Mercado

Estratégia

Hardware

Mercados Regionais

Política

R & D

Serviços

Software

Tecnologia

Telecomunicações

GED

Teste e Qualidade de SW

Computação em Nuvem

Gente

Canais

A caminho da internacionalização

Aporte de cerca de R\$ 60 milhões do fundo de participações DGF Investimentos visa um projeto de expansão arrojado.

As operações da Softway, a maior empresa brasileira de aplicativos para suportar atividades de comércio exterior, passaram por fortes mudanças do começo do ano passado para cá. A abertura de duas novas filiais - Rio de Janeiro e Belo Horizonte - que vieram se juntar às que já existiam em São Paulo e Porto Alegre - a colocaram, por exemplo, com presença direta nos principais mercados para seus produtos no País.

Em paralelo, houve também o credenciamento de parceiros comerciais com atuação regional como forma de marcar presença em outros mercados. Outra estratégia da Softway é acelerar o seu processo de internacionalização iniciado com a abertura de uma subsidiária na Argentina, em março último. A ideia é criar operações em outros países onde a Softway já tem uma base de clientes como referência.



A Softway foi criada em 1996 pelo seu atual presidente, Israel Girdi (foto) para desenvolver um sistema para controlar importações que

foi adotado em toda a América Latina pela Hewlett-Packard (HP). De lá para cá, o produto sofreu uma série de melhorias e atualizações que resultaram na atual suíte de aplicativos que tem 16 módulos.

AT A GLANCE

Full name: Softway S/A

Start up: June, 1997

Full time staff: 402 (July 2011)

Reference customers: Bioquímica, CONSTRUTORA NORBERTO ODEBRECHT, Cosan, DELL COMPUTADORES DO BRASIL, GENERAL MOTORS, GOODYEAR, GRUPO ITAUTEC, HONDA AUTOMÓVEIS DO BRASIL, HYDRO, KODAK, KOMATSU DO BRASIL, Mercedes-Benz, MOTOROLA INDUSTRIAL, PHILIPS HEALTHCARE, SABÓ INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE AUTOPEÇAS, RENAULT-NISSAN ALLIANCE, SANDOZ DO BRASIL, VOITH PAPER and VOLVO DO BRASIL

Revenue 2009: US\$ 23,86 million (R\$ 40,61 million)

Revenue mix 2009: Hardware (0%), Software (98%), Services (0%), Other activities (2%)

Growth 2008-2009: US\$ (11,8%), R\$ (5,1%)

Source: All data was researched by this publication

A Softway foi criada em 1996 pelo seu atual presidente, Israel Girdi para desenvolver um sistema que foi adotado em toda a América Latina pela Hewlett-Packard (HP). De lá para cá, o produto sofreu uma série de melhorias e atualizações que resultaram na atual suíte de aplicativos que tem 16 módulos. Para atrair investimentos e reunir novas operações e suas atividades sob um único chapéu, o fundador da Softway criou em 2010 a T. Global que, em seguida, recebeu um aporte de cerca de R\$ 60 milhões do fundo de participações DGF Investimentos. O objetivo foi acelerar os projetos de expansão da Software a fim de ganhar musculatura e abrir capital em três anos. A respaldo ao projeto deve vir do mercado onde a Softway atua. A demanda pelos chamados softwares aduaneiros vem acompanhando o crescimento da balança comercial brasileira. A projeção para 2014 é de que o Brasil movimente o dobro do fluxo que tem hoje. São essas perspectivas favoráveis que estão direcionando nossos investimentos, afirma o diretor de negócios e marketing da Softway, Menotti Antônio Franceschini Neto que destaca ainda “como passo importante para consolidar a posição da Softway no segmento de aplicativos para comércio exterior a aquisição de empresas com atividades complementares”. A primeira foi Softleasing, de São Paulo, que atua no mesmo mercado da Softway. Mas com foco em empresas de menor porte ao contrário da Softway que tem como alvo empresas de maior porte onde seus aplicativos envolvem projetos caros de integração com outros aplicativos como os sistemas de gestão empresarial como os da SAP e Oracle. Por isso, as duas companhias continuaram a operar de forma independente. A proposta, no entanto, é estabelecer um fluxo de parcerias em termos de portfólio, vendas e desenvolvimento de produtos para atender às demandas de empresas de todos os portes. Sob esse cenário, a Softleasing aposta nas ofertas de software como serviço. Nesse modelo, os dados e aplicativos não ficam instalados no computador do usuário e são acessados via internet. O pagamento baseia-se em assinaturas e é semelhante a uma conta de luz ou água.

“Muitas pequenas e médias empresas estão entrando no mercado internacional”.