

SAPHETY APOSTA NA AMÉRICA LATINA

INTEGRANTE DO GRUPO SONAE, A SAPHETY CONTA COM 15 ANOS DE MERCADO E É PIONEIRA NA ÁREA DAS COMPRAS ELETRÓNICAS. RUI FONTOURA, CEO HÁ SEIS ANOS, FALOU COM A PME MAGAZINE SOBRE A INTERNACIONALIZAÇÃO DA EMPRESA.

POR: DENISSE SOUSA

A Saphety é, atualmente, o maior operador de faturação eletrónica em Portugal e foi uma das primeiras empresas a atuar na área de desmaterialização de documentos comerciais. Trabalha com empresas um pouco por todo o mundo e recentemente entrou na América do Sul, abrindo escritórios nos dois maiores mercados latinos: o Brasil e a Colômbia.

Com cerca de 130 colaboradores, a Saphety atua transversalmente em todos os setores, mantendo uma presença forte em todo o fornecimento do retalho, mas tendo também presença na administração pública, saúde e por todos os restantes setores.

Apesar de providenciar serviços em mais de vinte países, a base de operações fica sempre em Portugal.

“Somos uma empresa que atua na área do *software as a service*, temos uma estrutura de software que está sempre em Portugal, por isso o serviço que damos a qualquer empresa em qualquer país do mundo é sempre feito a partir de um software que aqui está instalado”, explica Rui Fontoura, CEO da empresa.

Para o responsável, a internacionalização só faz sentido quando a empresa sabe se tem potencial ou não para o fazer e este foi o caso da Saphety.

“Não existe um conjunto de passos que tenha de se seguir, como se fosse um guião. A primeira coisa é perceber se a empresa tem capacidade ou se, dentro da sua oferta, tem algo diferenciador para que consiga ter sucesso noutro país, porque ir para outro

país vender o que já existe dificilmente se irá conseguir. Depois, é preciso selecionar os mercados onde se quer atuar e a partir daí selecionar os países onde se entende que a oferta da empresa tem mais potencial”, sustenta.

Rui Fontoura considera que a já reconhecida presença do grupo Sonae no Brasil e o facto de a legislação na faturação eletrónica ser favorável à oferta da Saphety facilitaram a entrada da empresa no país do Carnaval.

“No Brasil, optámos por comprar uma pequena empresa que já tivesse uma base de clientes e daí fazer crescer o negócio.”

Já na Colômbia, um país com 50 milhões de habitantes e a terceira maior economia da América Latina, o CEO conta que o método de entrada foi diferente: “Abrimos uma empresa do zero, contratámos pessoas locais e estabelecemos uma estratégia de venda.”

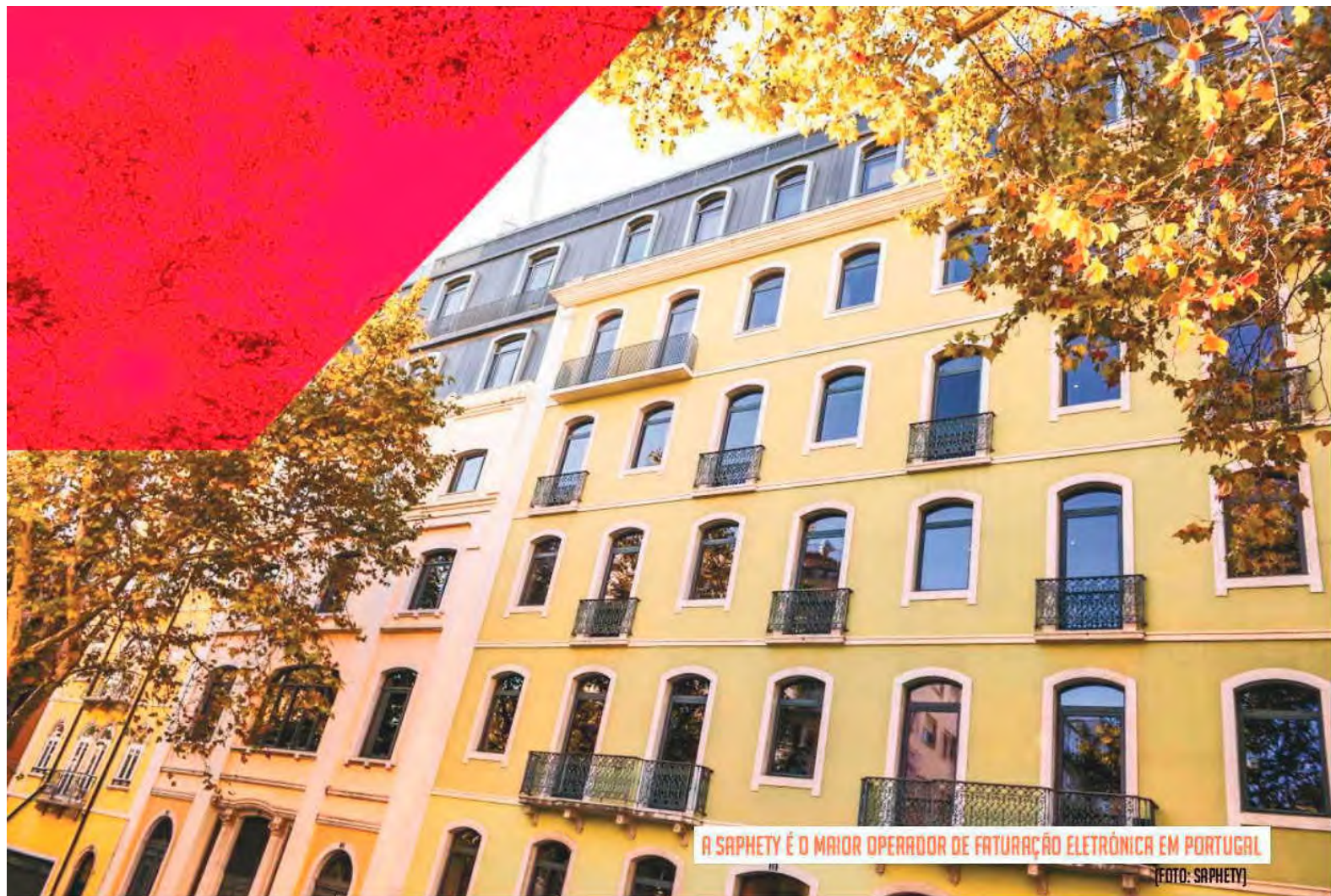
Para apostar na Colômbia foi necessária muita pesquisa e recorrer a indicadores económicos que dessem uma previsão de quando a Colômbia seguiria os passos do Brasil, na aprovação de uma legislação favorável à faturação eletrónica.

“Nós apostámos que na Colômbia essa legislação própria iria entrar em vigor dois ou três anos depois de entrarmos no mercado e isso aconteceu o ano passado”, conta

No norte da Europa, a Saphety não tem escritórios abertos, mas a venda de serviços é feita a partir dos escritórios em Portugal.

“Isso permite-nos ir à Suécia, onde temos um grande cliente, vender uma solução, mas depois a implementação desta solução é feita aqui e o serviço é todo prestado de Portugal. Localmente, em cada país onde estamos presentes ou temos clientes, temos equipas de desenvolvimento de negócio e uma pequena equipa de suporte técnico local, mas o suporte técnico mais alargado é feito a partir daqui.”

Em África ainda não surgiram oportunidades de internacionalização, principalmente devido à inexistência de legislação favorável: “Para a nossa área de atuação, contratação eletrónica, faturação eletrónica, com a exceção da África do Sul, neste momento não temos essa intenção. Há outras áreas geograficamente



que estão mais perto do nosso tipo de soluções como a América Latina, talvez o Médio Oriente.”

ADAPTAR-SE A DIFERENTES CONTEXTOS

Além de trabalhar com a América Latina, a Saphety mantém relações comerciais com países como a Suécia, Finlândia e Dinamarca e aqui as culturas de fazer negócio entram em choque. Para Rui Fontoura, as diferenças maiores ocorrem na gestão de expectativas: “Os nórdicos não criam expectativas, mas não impedem a possibilidade de fazer negócio, enquanto os latinos criam mais expectativas, mas não necessariamente oportunidades de negócio”.

O responsável sublinha ainda a extraordinária capacidade de adaptação dos portugueses e das empresas portuguesas a estas diferentes culturas de negócio: “É uma mais-valia para nós.”

“GRUPO SONAE DÁ-NOS SOLIDEZ E CONFIANÇA”

Apesar de a Saphety fazer parte do grupo Sonae, menos de 20% do negócio é feito dentro do grupo. Rui Fontoura rejeita a ideia de estar “dependente do grupo”, mas assume algumas vantagens desta ligação.

“Obviamente, quer em Portugal ou em qualquer país onde atuamos, fazer parte do grupo Sonae dá-nos uma solidez financeira, uma confiança que passamos aos nossos clientes, diferente do que se fôssemos uma empresa de pequena dimensão”, sustenta.

A solidez da Saphety também advém das certificações que a empresa conseguiu ao longo dos anos. Em julho de 2008, a Saphety recebeu a certificação ISO 9001, que se refere ao nível do Sistema de Gestão da Qualidade e permite apostar na melhoria contínua e ser regularmente avaliada no seu desempenho. Em julho de 2016, recebeu a certificação ISO 27001, que reconhece a Segurança da Informação nos processos de desenvolvimento, gestão e operação das plataformas de negócio.

Com o número de ataques cibernéticos sofridos por parte de grandes empresas, a Saphety vê no investimento na segurança uma forma de manter não só os seus clientes a salvo, mas também a própria empresa.

“A ISO 27001 é uma certificação de segurança de informação. É a primeira forma que a Saphety tem de garantir aos seus clientes que existe uma série de procedimentos, da nossa parte, feitos de forma a garantir a segurança de informação. Por outro lado, trabalhamos com empresas especializadas de forma a garantir que os nossos sistemas estão sempre atualizados e que fazemos tudo o que é possível para evitar qualquer perda de informação.”

Empresas como o LinkedIn, Yahoo ou Ebay foram alvos de ataques cibernéticos no passado. Para isso, a Saphety conta com mecanismos para evitar o pior: “Trabalhamos com empresas especializadas de forma a garantir que fazemos tudo o que é possível para estarmos protegidos. Depois, se na pior das hipóteses acontecer alguma coisa, temos toda uma redundância, um backup para recuperar o que eventualmente foi perdido.”

2015 DE CRESCIMENTO E 2017 DE EXPANSÃO

Em 2015 a Saphety registou um crescimento de 10% no volume de faturação: “Temos conseguido crescer todos os anos, o que é importante para nós. Em 2015, já fizemos mais de 40% do negócio no mercado internacional, o que significa que já não estamos tão dependentes do mercado português. Foi um ano de adaptação aos mercados onde estamos, nomeadamente, Colômbia e Brasil, mas globalmente um ano positivo.” Em 2016 a Saphety continuou a crescer, em especial em clientes internacionais com crescimento superior a 45%. A previsão da Saphety para 2017 é de atingir um crescimento superior a 20%, baseado na consolidação dos mercados atuais e entrada em novos mercados. A estratégia passa por continuar a evoluir a sua oferta de forma a aumentar o seu posicionamento nos seguintes cinco setores: público, retalho, telecomunicações, automóvel e saúde.

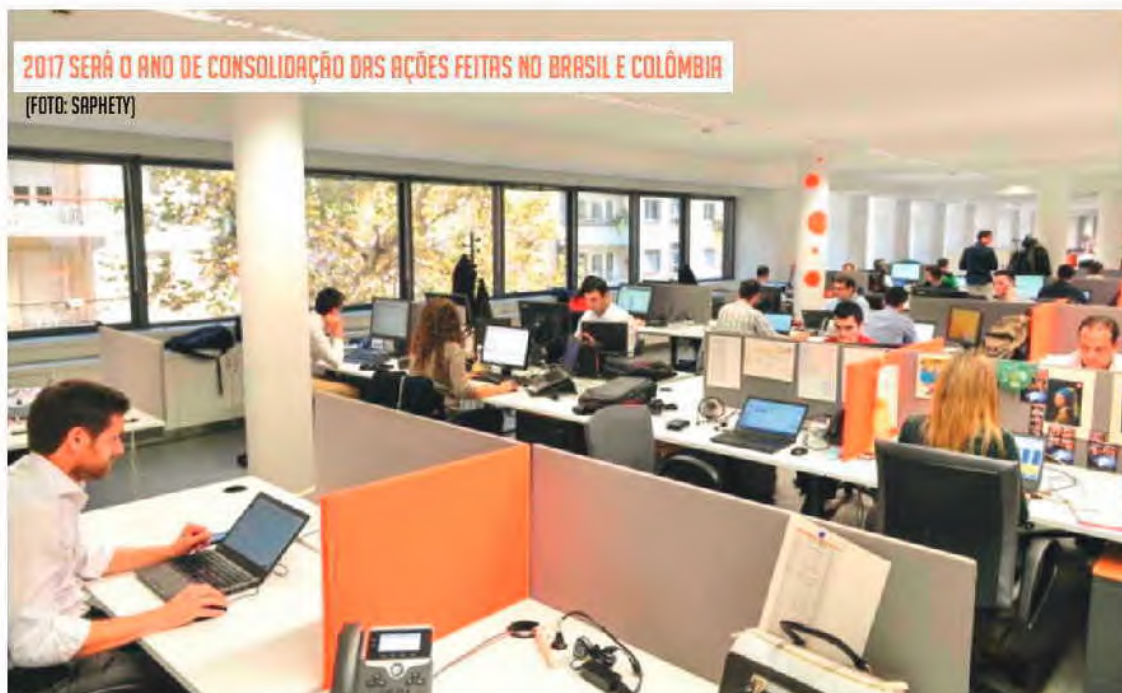
“Queremos que estas duas operações [Colômbia e Brasil] tenham o seu ano de verdadeira consolidação e crescimento. Vamos apostar mais em Espanha, apesar de considerarmos que temos o mercado ibérico, na realidade, temos mais Portugal que Espanha, mas para o ano vamos focar-nos mais em Espanha.”

Além disso, Rui Fontoura quer “consolidar a aposta em transformar a Saphety numa empresa que tem mais de 50% do seu negócio feito no mercado internacional”.

“Queremos claramente aumentar a nossa participação internacional e vender um pouco por todo o mundo. Não temos tensões de abrir mais escritórios, porque já temos dois escritórios em dois países fundamentais, de grande dimensão, de referência para toda a América Latina. Por isso o nosso objetivo é consolidar e fazer destes dois negócios duas operações em crescimento e com uma dimensão grande e que façam a diferença.”

2017 SERÁ O ANO DE CONSOLIDAÇÃO DAS AÇÕES FEITAS NO BRASIL E COLÔMBIA

(FOTO: SAPHETY)





ID: 67817152

01-01-2017

LÁ FORA

RUI FONTOURA, CEO DA SAPHETY

(FOTO: SAPHETY)

