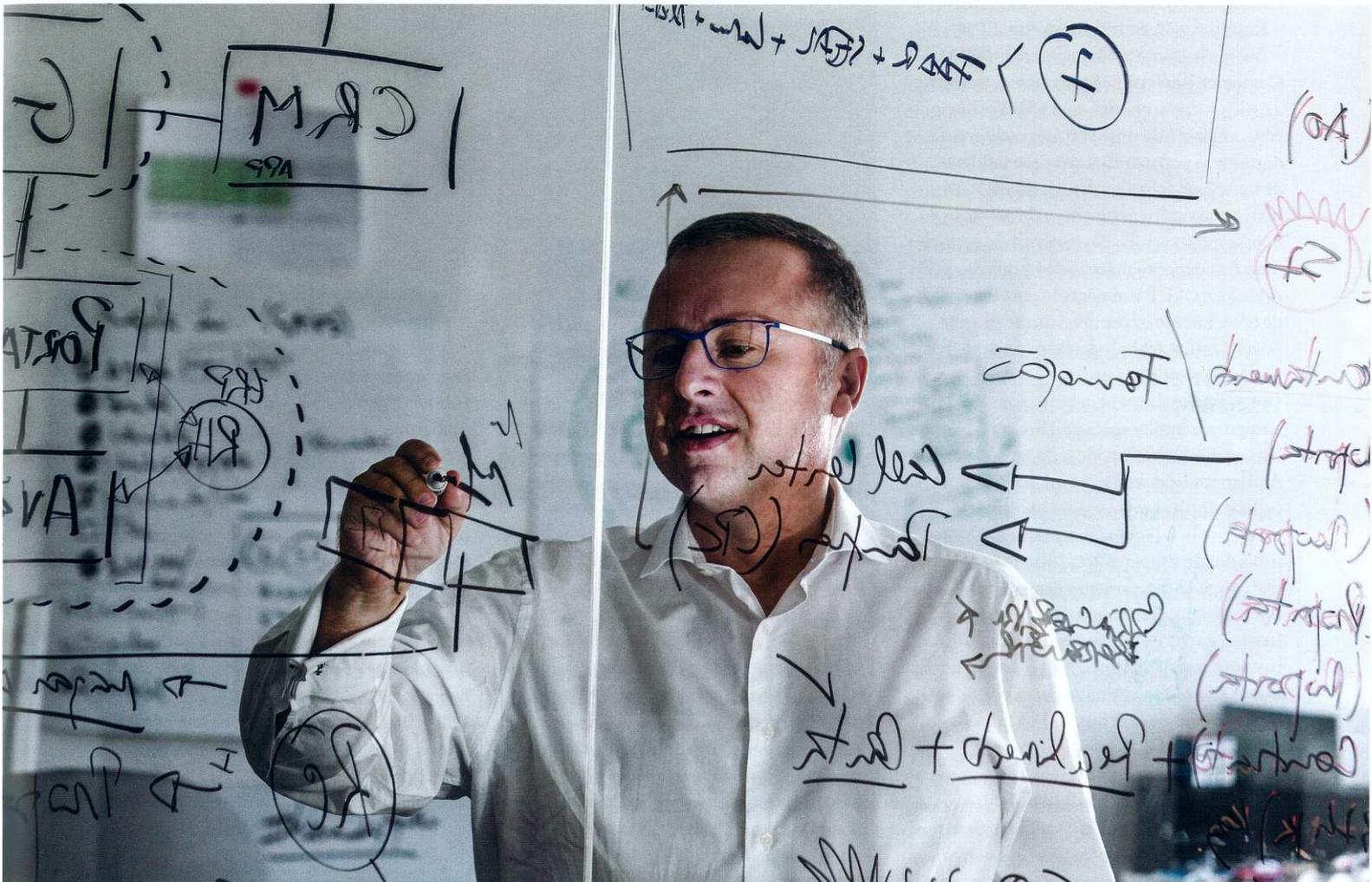


ALIDATA DÁ O SALTO DA INTERNACIONALIZAÇÃO



A Alidata, a mais antiga empresa de software de gestão, criada em 1984, foi distinguida na iniciativa "Heróis PME", que reconhece empresas e gestores que venceram desafios empresariais exigentes. Depois de um momento difícil durante a ainda recente recessão económica, o esforço de internacionalização deu frutos: a Alidata vai fechar 2017 com cerca de 3 milhões de euros, tem escritórios em seis países e projetos em mais de 20. O CEO da Alidata, Fernando Amaral, conta a história de um percurso inspirador.

Texto: Sandra Costa // Fotografia: Rodrigo Cabrita

O que o levou a candidatar a Alidata à iniciativa "Heróis PME"

Decidimos concorrer por acharmos que temos uma história diferente, que está ligada à história do país dos últimos anos, onde os grandes temas eram a crise e o défice.

Eu trabalhei 20 anos numa multinacional com 150 mil empregados, a Capgemini, e em pleno olho do furacão da crise nacional eu e um grupo de pessoas na casa dos 40 anos decidimos sair da nossa zona de conforto e iniciar um projeto próprio. Foi uma atitude disruptiva.

Na altura saímos com o Sendys, que era um produto da Capgemini, e em 2012 adquirimos posição na Alidata, uma empresa de

software de gestão originária de Leiria, com mais de 30 anos. Eu conhecia os antigos sócios pois tinha trabalhado na Alidata com 18 ou 19 anos e, como a Alidata atravessava algumas dificuldades económicas, proporcionou-se a oportunidade.

É preciso perceber que a Alidata é a primeira softwarehouse portuguesa e que esta é uma área de negócio que sofreu transformações enormes, onde é preciso estar sempre na ponta da tecnologia, o que é muito diferente hoje em relação ao que era há 30 anos atrás.

Hoje, a Alidata tem projetos em 20 países de cinco continentes diferentes e é especialista no desenvolvimento de software de

gestão para empresas no setor industrial, manutenção e reparação automóvel.

Pode detalhar as soluções e serviços que a Alidata tem para o mercado?

A Alidata tem uma linha de serviços muito abrangente, que inclui soluções de ERP – Enterprise Resource Planning, BPM – Business Process Management e CRM – Customer Resource Management. Somos a única softwarehouse com CRM próprio, consequência de uma estratégia diferente das outras softwarehouses, que tendem a desenvolver soluções dentro do ERP. Também temos software na área de printing e hoje somos o centro de desenvolvimento de uma das maiores marcas de impressoras do mundo, a Oki. É um negócio com uma taxa de crescimento expectável muito grande, pois há muito trabalho a fazer na área da gestão de consumíveis.

Outro aspeto diferenciador é que a Alidata assegura a implementação direta no cliente. Nunca nos seduziu a ideia de ter uma rede de distribuição em Portugal, preferimos trabalhar diretamente com os clientes. Hoje em dia há imensos softwares e a dificuldade é integrá-los. Procuramos trabalhar no cruzamento destas tecnologias. Por exemplo, combinamos software com hardware CCTV (videovigilância), o que permite, ao colocar um código de produto, visualizar todas as imagens em que aquele produto é movimentado.

Além da venda do software, que outros serviços presta a Alidata?

A base de trabalho com os clientes é sempre o software, mas também fazemos consultoria, para diagnosticar as necessidades do cliente, e auditoria de sistemas. É esperada nova legislação sobre proteção de dados, que vai alterar a forma como a informação é estruturada dentro das empresas.

A nossa visão de negócio aponta sobretudo para um trabalho de alfaiate e desenvolvemos soluções para nichos de mercado que identificamos como estratégicos. Foi o caso da OKI: identificámos uma oportunidade e contactámos a empresa em Portugal, oferecendo-lhe o serviço. Acabámos por vender o serviço também em Espanha, Inglaterra e Japão.

Quem são os principais clientes da Alidata?

Temos clientes muito diversificados, mas



“A Alidata assegura a implementação direta no cliente. Nunca nos seduziu a ideia de ter uma rede de distribuição em Portugal, preferimos trabalhar diretamente com os clientes”.

somos muito fortes no ramo automóvel. Ganhámos um concurso internacional com a Euromaster e temos uma solução específica para a manutenção na área de oficinas em Portugal. Ainda na área automóvel, temos a Sakthi Portugal, que produz peças para o setor automóvel. Na área da logística e dos transportes, temos a Torrestir, por exemplo.

Quais são as áreas onde esperam crescer mais no curto e médio prazo?

Este negócio tem passado por muitas transformações. Num primeiro momento vendia-se hardware e oferecia-se o software, depois começámos a vender software e a oferecer hardware e hoje vivemos um momento em que o que é vendável é a solução, o serviço. Hoje, o cliente não quer comprar um produto, está focado em comprar soluções, e por isso ganha importância a venda do software como um serviço.

Portanto, é no aluguer de soluções que esperam crescer mais?

No aluguer e na venda de soluções. Identificamos lacunas e processos de melhoria e

através do software propomos soluções que resolvem problemas aos clientes.

Antigamente vendia-se um grande leque de soluções ao mesmo cliente, da contabilidade, à faturação, aos recursos humanos, etc. Hoje o mercado é muito maduro e praticamente todas as empresas têm software de faturação, por exemplo. Os clientes segmentam as áreas que querem otimizar e só investem para resolver problemas. Por outro lado, os sistemas têm muita dimensão dentro das organizações e torna-se muito complicado trocar de A a Z.

É difícil antecipar quais são as soluções onde vamos crescer. Antes íamos para as reuniões e falávamos muito... Hoje reunimos com os clientes, ouvimos os seus problemas e, com a nossa experiência, diagnosticamos a melhor solução para ele.

Qual é a percentagem de PME entre os clientes da Alidata?

Não anda longe da média nacional, que ronda os 90%. Temos clientes muito grandes, a Accenture é nosso parceiro há mais de 30 anos, mas a grande maioria é PME.

Neste momento a Alidata tem escritórios em seis países e presença em mais de 20. Qual é a estratégia de internacionalização?

Estamos presentes em Portugal, Luanda, Maputo, Macau, São Paulo e Cabo Verde, com escritórios próprios e temos presença noutros países através de parceiros distribuidores, que asseguram a implementação, caso da Argentina, Chile, Colômbia, entre outros.

Num mundo com um nível de incerteza tão grande como o nosso, qualquer estratégia a três ou cinco é muito falível. Mas temos uma visão definida, que delinea o caminho que pretendemos seguir, e que passa pela presença nos PALOP, sobretudo na área de software de gestão, onde há proximidade com a nossa realidade em termos legais, fiscais e de recursos humanos. Para além da língua, que é um fator de proximidade. Estamos a entrar no mercado da Guiné Bissau, com um parceiro, e vamos consolidar a presença nos países onde estamos, nomeadamente da América Latina, que têm taxas de crescimento muito interessantes. Temos alguns planos para a China, mas é um mercado muito grande e com regras muito diferentes, que tem de ser visto com algumas reservas. Também queremos crescer no Brasil, mas é outro mercado difícil, devido à dimensão e diferenças entre os Estados.

A nossa presença internacional passa muito por acompanhar empresas portuguesas nos seus processos de internacionalização. Por exemplo, identificamos clientes da área de vinhos ou da distribuição que começam a trabalhar com Macau ou a China e damos-lhes apoio nos processos tecnológicos.

Quanto representa o volume de negócios gerado no exterior na faturação da Alidata?

Representa 40% e prevejo que, nos próximos três anos, tenhamos metade da faturação realizada em Portugal e a outra metade no exterior. Até porque o negócio quando cresce lá fora também cresce em Portugal, pois uma parte significativa do desenvolvimento das soluções é feita em Portugal.

As soluções são produzidas em Portugal ou também contratam colaboradores nos países onde trabalham?

A Alidata tem atualmente 60 colaboradores. Os recursos humanos no exterior asseguram a primeira linha de assistência técnica. Também fazemos muito apoio remoto, a partir de Portugal. O help desk também está localizado em Portugal e trabalha numa janela horária alargada, para dar resposta às diferenças dos fusos horários.

Planeiam crescer em números de colaboradores?

A Alidata está integrada no Grupo Sendys, que hoje tem 150 colaboradores.



HERÓIS PME

Alidata premiada na primeira edição

No passado dia 24 de outubro, a Alidata foi uma das dez empresas vencedoras da primeira edição da iniciativa promovida pela Yunit Consulting. Foi premiada por ter sobressaído durante o período de grave recessão económica em Portugal e ter "dado o salto" nos últimos anos. Em 2012, quando o atual CEO, Fernando Amaral, adquire a Alidata, a empresa enfrentava problemas económicos devido à crise económica que o país então enfrentava. Este ano, vai faturar cerca de 3 milhões de euros, contando com 60 colaboradores, escritórios em seis países e projetos em 20 países por todo o mundo.

Ao destacar histórias como a da Alidata, a iniciativa "Heróis PME" quer dar visibilidade a casos de sucesso que muitas vezes não chegam à ribalta e, com isso, inspirar outras PME a investir no futuro. "Queremos destacar empresas que se distinguem e têm sucesso, seja pelo percurso do sócio, pela sua origem, pela forma como foram construídas ou pelo impacto que têm na região", explica Bernardo Maciel, um dos sócios da Yunit Consulting. "É importante aproveitar esta fase em que se respira um clima económico diferente, psicologicamente mais atrativo para investir, para trazer histórias que sirvam de inspiração. Temos exemplos de diversos pontos do país, de setores de atividade diferentes, que mostram que os percursos não são todos lineares nem fáceis e, mesmo assim, vale a pena investir e dar o salto".

Quando iniciámos, no final de 2009, com a saída da Capgemini, éramos 13 pessoas. Temos vindo a crescer e isso tem repercussões em termos de recursos humanos. Em maio deste ano a Alidata tinha o equivalente à faturação de todo o ano passado. A internacionalização acarreta um esforço acrescido aos nossos recursos humanos, e respetivas famílias, que têm de deslocar-se para os países onde temos presença, às vezes por períodos longos. Os portugueses têm uma grande facilidade de relacionamento com outras culturas, o que facilita os processos de internacionalização. Tanto conseguimos trabalhar com um empresário alemão como com um empresário brasileiro ou moçambicano.

A Alidata prevê fechar 2017 com um volume de negócios de cerca de 3 milhões de euros. Quais são as perspetivas para o próximo ano?

Em 2016 faturámos 2,4 milhões de euros, este ano vamos faturar 3 milhões de euros e acreditamos que vamos continuar a crescer em 2018. O mercado tecnológico tem sido muito benigno nos últimos anos, pois muitas empresas decidem reduzir custos investindo em tecnologia, que permita otimizar os processos de produção, logística, etc. Nos últimos dez anos temos sempre vindo a crescer e também é a nossa perspetiva para 2018.

Pode descrever as ações de RSE – Responsabilidade Social Empresarial que a Alidata tem em prática?

Temos em curso dois projetos de RSE no centro de país. Sou de Cernache do Bomjardim, perto de Vila de Rei, e não esqueço as minhas origens. Temos lá um projeto de voluntariado de competências, em que colaboradores da Alidata ministram um curso de informática a uma turma de 18 alunos do ensino profissional, que vai do 10º ao 12º ano. Também criámos na Sertã uma empresa, a Labseal, uma startup que se dedica à investigação e desenvolvimento na área tecnológica, com especial foco no desenvolvimento de soluções móveis e produtos inovadores. Em conjunto com a Câmara Municipal da Sertã estamos empenhados em captar e fixar pessoas no interior do país. Porque há um problema estrutural de desequilíbrio no país que tem de ser corrigido. ✖