

Banco de Portugal dá luz verde a soluções financeiras da Dell EMC

| PIII

Associados da AHRESP vão disponibilizar pagamentos SEQR

| PIV

Novas formas de pagamento Segurança e conformidade geram inovação

Com os consumidores a comprar cada vez mais online. Com o incremento da variedade da oferta de soluções de pagamento inovadoras. A preocupação transversal dos fabricantes, das instituições financeiras e dos consumidores continua a ser a segurança das transações. A conformidade com a Diretiva PSD2 é outra preocupação.



OPINIÃO

Para além do óbvio na escolha do software de gestão



CLÁUDIA RAPOSO
COO da PHC Software

Considerando o forte ambiente concorrencial a que as pequenas e médias empresas (PME) estão atualmente sujeitas, torna-se necessário assegurar o suporte às suas estratégias de crescimento e garantir a integridade dos seus processos internos, tirando partido dos recentes avanços nas tecnologias de sistemas de informação.

A informação desempenha um papel fundamental para assegurar que a adequação da estratégia delineada, quer a identificação atempada de quaisquer desvios que possam colocar em causa a sua execução. Assim, a forma como os dados são recebidos, estruturados, processados, entregues e interpretados enquanto informação relevante para a gestão torna-se essencial.

Para assegurar o sucesso do seu negócio, as empresas dependem das soluções tecnológicas de gestão, também conhecidas como software de gestão, como um elemento constitutivo do seu negócio, que permitem responder mais rapidamente aos desafios dos mercados com ganhos de flexibilidade, produtividade, entre outros.

A escolha de um software de gestão passa por um criterioso processo de seleção, que tem em consideração mais do que os meros processos tecnológicos e a capacidade de responder aos requisitos, legais e outros, da organização.

O software deve, de forma alargada, constituir uma base central para a liberdade de mudança nas organizações. E desta forma é importante separar o que é um requisito do software daquilo que constitui a sua mais valia diferenciadora.

Assim sendo, é essencial as-

segurar que este tipo de soluções de gestão seja capaz de responder aos objetivos atuais, mas, acima de tudo, que seja capaz de crescer em conjunto com a organização e contribuir para o seu sucesso. A diferenciação das empresas não é feita pelo cumprimento de requisitos legais. É a capacidade de gestão e de surpreender os seus clientes nas quatro dimensões essenciais da gestão – a colaboração, a experiência do consumidor, os processos e a decisão.

O papel de um bom software de gestão é o de fornecer uma base sólida e eficaz para endereçar estas diferentes dimensões. É necessário que as empresas as utilizem como um elemento indissociável da gestão empresarial contemporânea.

Uma gestão que evolui à medida das necessidades empresariais. Para o concretizar, é imprescindível uma grande sinergia e compreensão de cada negócio e de cada setor, e um foco muito claro na conjugação das necessidades de gestão com as potencialidades da tecnologia, porque o objetivo principal e crucial tem sempre de ser o potenciar a excelência nos quatro pilares da gestão acima referidos. ●

“A informação desempenha um papel fundamental para assegurar a adequação da estratégia delineada e a identificação atempada de desvios que possam colocar execução em causa”.



SERVIÇOS FINANCEIROS

BdP dá luz verde a soluções da Dell EMC

O Banco de Portugal acaba de autorizar as soluções de leasing financeiro e contratos de cessão de crédito da gigante norte-americana.

MAFALDA SIMÕES MONTEIRO
mmonteiro@jornaleconomico.pt

A Dell Financial Services, que já comercializa produtos de “renting”, vai passar a disponibilizar soluções de “leasing” financeiro e contratos de cessão de crédito no mercado português.

“Num futuro muito próximo, quase imediato, vamos começar a comercializar também produtos financeiros como “leasing” financeiro e contratos de cessão de créditos [um produto semelhante ao “factoring”], avançou Gonçalo Vilela, responsável pela Dell Financial Services em Portugal, *Jornal Económico*.

Este responsável acrescentou já ter luz verde do Banco de Portugal para poder começar a comercializar os referidos serviços, que vêm complementar e aumentar a oferta de soluções até agora disponibilizada pelo gigante tecnológico em Portugal.

“Até agora a empresa só fazia contratos de locação operacional, ou “renting”, que não obrigam a regulação”, lembrou.

Os novos produtos, agora autorizados vão permitir à Dell EMC “ajudar a financiar negócios a que antigamente não tínhamos acesso, nomeadamente negócios no setor

público e negócios exclusivamente de software”.

A área de financiamento da Dell EMC é um dos quatro pilares do triângulo de oferta da empresa que, terceira maior do setor a nível mundial, de acordo com os diretores-gerais da empresa – Isabel Reis e Gonçalo Ferreira, diretor-geral da Dell EMC Commercial em Portugal. Desde a fusão, a Dell EMC tem uma dupla liderança em Portugal com a antiga líder da EMC e o antigo líder da Dell à cabeça da empresa.

O empresa já obedece às regras do regulador há algum tempo, tendo agora sido autorizado a comercializar novos produtos.

O Dell Bank integra o universo da Dell EMC, que, nas palavras de Gonçalo Vilela, “está permanentemente a construir soluções muito atrativas, com taxas de juro mais baixas do que as praticadas na banca”. Trata-se de um banco especializado, que tem como única atividade financiar TI”.

Isabel Reis assinala que foi uma coincidência a aprovação dos novos produtos pelo Banco de Portugal a tempo do Dell EMC Fórum.

A estratégia da Dell EMC está focada em quatro grandes áreas: a *cloud*, no topo, no pressuposto de que todas as empresas, por questões de custo, de flexibilidade, ou seja por que motivo for, vão ter de [no futuro] adoptar a *cloud*, seja pública, híbrida ou privada”, explicou Isabel Reis.

A seguir situa-se o nível de infra-estrutura que suporta as soluções internas que estão alojadas na *cloud*. Na base, situam-se os serviços de implementação, e de financiamento com o objetivo de facilitar o acesso das empresas às soluções da empresa”.

O Dell EMC Fórum, o primeiro grande evento realizado pela tecnológica após a fusão, juntou esta semana, em Lisboa, parceiros e clientes em Portugal. No total registaram-se na reunião mais de 600 participantes. ●

BLOCKCHAIN

Cifragem da Bitcoin pode ser aplicada a inúmeros negócios

Nasceu com a bitcoin, poderá ser utilizada por qualquer indústria num futuro próximo. A tecnologia cifrada de blockchain pode ser aplicada a negócios tão distintos como a agro-indústria, a logística e até nos seguros.

MAFALDA SIMÕES MONTEIRO
mmonteiro@jornaleconomico.pt

O blockchain é uma cadeia distribuída digital que utiliza algoritmos especializados para assegurar que as transações são válidas e autênticas. Está assente numa arquitetura descentralizada e protegida por uma poderosa cifragem digital. Deste modo, o blockchain pode substituir outros intervenientes nas trocas de bens e serviços, como é o caso dos bancos, assegurando que as transações e o acordo entre as partes é honrado, explica Raimund Gross, responsável pela inovação em blockchain no SAP Innovation Center Network.

“O blockchain pode ajudar a melhorar processos que envolvam várias partes, proporcionando vários níveis de transparência com base em múltiplas autorizações de segurança. O mecanismo intrínseco de confiança e transparência, associado à finalidade das transações, vai melhorar processos (tempo e preço) e irá igualmente permitir cenários que nunca antes foram possíveis”, explica o mesmo responsável.

Transparência e confiança

Segundo Raimund Gross, o valor acrescentado desta tecnologia é precisamente assegurar confiança e transparência nos processos de negócio. A informação necessária, de confiança, segura e de qualidade estará disponível para todas as partes envolvidas.

Segundo o investigador, os tec-

nólogos apenas “precisam de traduzir o conceito da tecnologia blockchain numa mensagem de valor perceptível para as pessoas do negócio, assinalando as vantagens e benefícios que estas podem trazer para cada departamento, processo ou indústria. “A tecnologia só virá a ser massivamente adotada se os responsáveis de negócio compreenderem porque é que devem prestar atenção” ao blockchain.

A velocidade e a precisão são a “moeda” da economia digital e a capacidade do blockchain validar rapidamente parceiros de confiança e facilitar a manutenção de registos e transações pode ser vantajoso para todas as indústrias, refere Raimund Gross.

A bitcoin foi de facto a primeira aplicação assente no conceito e arquitetura de cifragem blockchain, mas não é o único cenário onde a tecnologia poderá ser relevante no futuro.

“O valor acrescentado da tecnologia blockchain é precisamente assegurar confiança e transparência nos processos de negócio”

Atualmente a discussão está a aproximar-se cada vez mais do mundo empresarial. Isto é necessário tanto em matéria de características tecnológicas como em aspectos conceptuais.

Benefícios para empresas e utilizadores

As empresas podem, num primeiro momento, ficar apreensivos face à tecnologia blockchain, afinal nasceu da tecnologia subjacente à moeda digital Bitcoin, que por vezes levanta suspeitas. No entanto, atualmente é amplamente reconhecida como tendo um potencial disruptivo que se aplica a muito mais que moedas. De facto, “o blockchain é relevante para todas as indústrias e para qualquer transação que precise ser segura e verificável”. Como é o caso da rastreabilidade de produtos agro-industriais, podendo-se fazer engenharia invertida para chegar do prato ao produtor. Outro cenário possível poderia permitir aos profissionais de imobiliário a partilha de informação digital para melhorar os processos de gestão do negócio. Outra possibilidade é o mercado dos seguros assentes em blockchain em que as seguradoras, transportadoras e fabricantes poderiam partilhar critérios como o risco, percurso, condições climáticas ou tipo de veículo para negociar a cobertura do transporte. “É uma arquitetura de negócio totalmente nova e poderá mesmo ser o pilar para a construção de uma nova geração de aplicações transacionais”, termina. ●



Benoit Tessier/Reuters

PUB



Your business. Your way

faturação + armazéns + crm + internacional + lotes + stocks + s/n
+ pontos-de-venda + após-vendas + reparações
+ ecommerce + plano-financeiro + moedas

Rapidez e resiliência, na Cloud desde 2004 – gestix.pt



Your business. Your way

ENTREVISTA **JOÃO PEDRO DUARTE**, country manager da SEQR Portugal

Associados da AHRESP vão disponibilizar pagamentos SEQR

A SEQR tem uma carteira de soluções de pagamento diversificada e está a procurar aumentar ainda mais essa oferta. Este ano já lançou pagamentos contactless e vai em breve formalizar uma parceria com a AHRESP.

MAFALDA SIMÕES MONTEIRO
mmonteiro@jornaleconomico.pt

A SEQR vai assinar brevemente um protocolo com a Associação de Restauração e Similares de Portuga (AHRESP) através do qual dará acesso às suas soluções de pagamento mediante o pagamento fixo de um valor mensal, sem despesas adicionais por pagamento. Desta forma esta carteira digital, já utilizada com o método de pagamento em cadeias como a Starfoods ou a Science4you, poderá vir a tornar-se uma alternativa aos tradicionais cartões.

Segundo o country manager da SEQR, “vamos procurar chegar ao retalho tradicional através de um modelo sem custos por transação”. João Pedro Duarte explica que o modelo de negócio estará assente num modelo de pagamento mensal que permite um número ilimitado de transações.

A parceria será formalizada em breve com a AHRESP, embora os vendedores da SEQR já estejam a comercializar as soluções com base neste novo modelo de pagamento.

Numa entrevista ao country manager da SEQR, uma empresa do grupo sueco Seamless, a conversa foi além das soluções da empresa. O responsável acredita que “os dados vão ser das fontes de receitas mais fortes a médio prazo”.

Como tem evoluído o mercado dos pagamentos digitais?

Primeiro houve um foco, nos últimos dois anos, no online que passou em seguida para as lojas físicas. Agora verificamos que o telemóvel está igualmente a tornar-se num meio de pagamento. Na

SEQR estamos a lançar soluções para máquinas de vending, a fortalecer nos parques, a entrar nas bombas de gasolina, abrangendo todos os cenários que de uma forma ou outra não eram antes abrangidos.

Já este ano, a SEQR lançou uma solução de pagamento “contactless” que, acreditamos poderá a vir a ser um standard. A solução “contactless” pode ser utilizada por quem tenha uma conta SEQR instalada num dispositivo com NFC, independentemente do comerciante fazer ou não parte da nossa rede, em lojas dispersas por todo o mundo.

Continuamos a disponibilizar a solução de pagamento por QR Code, que já conta com cerca de 600 lojas ligadas diretamente, como é o caso das marcas da cadeia Starfoods ou das lojas Science4You. Para suportar esta solução a SEQR firmou uma parceria com a Mastercard, embora a solução possa funcionar, quando assim configurada, com outras redes de pagamento.

Como olha para o mercado das startups Fintech?

Em janeiro de 2018 entra em vigor a Directiva PSD2 (Payment Service Directive) do Parlamento Europeu. Esta diretiva obriga os bancos a fornecer application program interfaces (API) abertas que para que empresas, como as fintech, possam aceder a dados de conta bancárias. A diretiva vai retirar um conjunto de limitações que permitirá às fintech posicionar-se em novos mercados, com novas soluções. Esta situação irá certamente contribuir para o nascimento de novos players no mercado.

“

psum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec nec vulputate massa, ac vulputate ipsum. Vestibulum in lobortis mauris. Fusce egesta psum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Vislumbra outras tendências?

O blockchain também vai alterar toda a componente de transações, introduzindo mais segurança, tempo real, a que se soma uma componente analítica por cima de todas estas transações. Igualmente nesta situação as startups fintech vão aproveitar para criar soluções disruptivas no mercado. Entretanto, os bancos vão também reagir, mas de uma forma mais lenta.

A SEQR, que embora fintech, não é já uma startup, também não é banca. Na prática, temos autorização do Banco de Portugal para operar como instituição financeira no mercado, o que nos obriga a seguir determinadas regras, sem a agilidade de uma startup que está a dar os primeiros passos. No entanto ainda temos flexibilidade para investir em novas áreas.

Existem ainda os beacon que vão também trazer consigo alterações relacionadas com a proximidade, velocidade, marketing e tempo real. A SEQR também está a trabalhar nesta área com alguns projetos internos e com parceiros.

Depois do ransomware Wannacry, os portugueses aparentam estar mais atentos às questões relacionadas com a segurança e as variantes vão surgir, os analistas não sabem é quando. Como salvaguardam o dinheiro dos vossos utilizadores, quando se assiste a um incremento das ameaças de cibersegurança?

A segurança está muito ligada ao tipo de conta que um utilizador pode ter num telemóvel. O dinheiro físico só é afetado se alguém conseguir entrar nos nossos sistemas e alterar alguma coisa. Mas o utilizador está sempre pro-

tegido, porque, como entidade de meio de pagamento somos responsáveis pelo dinheiro em conformidade com as regras AML, de Prevenção do Branqueamento de Capitais e do Financiamento do Terrorismo. Na prática, não podemos ter contas pré-pagas (wallets) com mais de 2500 euros, nem efetuar pagamentos SEPA superiores a 750 euros. Até estes valores, o cliente tem o seu dinheiro assegurado.

Como vê o mercado de transações e pagamentos daqui a 10 anos?

Até lá ainda vai ser mais complexo. Vão surgir mais soluções, mais tecnologias, mais moedas. Hoje existe o blockchain, amanhã





surtem outras duas ou três. Dentro de 20 anos ter-se-á chegado a um standard, como em muitas outras tecnologias e indústrias. Vão ficar os mais fortes, os que tiverem mais adesão por parte dos utilizadores, baseados nos custos e na segurança.

Que outras novidades tem em carteira?

Vamos lançar brevemente a solução Secure Go, que está a ser testado na Alemanha durante o mês de Junho. É a primeira aplicação totalmente destinada a adolescentes. Através delas os pais podem carregar a conta dos filhos em tempo real através de um cartão ou de uma conta SEQR para que o filho possa fazer compras “contactless”. ●

DADOS: UM ATIVO

Para além das transações, também os dados estão a ganhar peso, em múltiplos mercados. A SEQR está a trabalhar com os parceiros para aproveitar os dados recolhidos e gerar mais valias para as várias entidades envolvidas. Para o efeito está a tirar partido do o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) que, segundo João Pedro Duarte, country manager da SEQR Portugal, irá “responsabilizar as empresas e a obrigá-las a ter aceitação formais dos utilizadores, para que saibam quais são os objetivos para a recolha dos dados”. Segundo João Pedro Duarte, tudo está relacionado com a importância que os dados estão a

ganhar com o novo modelo. “Nós achamos que os dados vão ser das fontes de receitas mais fortes a médio prazo, mais forte que a transacional”.

No entanto, para que sejam um ativo é necessário atribuir-lhes valor. “A valoração dos dados é complexa”. Na SEQR “trabalhamos projeto a projeto”. Exemplo disso, é o portal do comerciante que estamos a desenvolver para os nossos clientes e que permite segmentar os consumidores com base em perfis de comportamento, direcionando campanhas, ofertas e proporcionando interações. Saber o que comprou, quando, perceber melhor o comportamento do consumidor.

OPINIÃO

Pagamentos mobile: os bancos estão preparados para as ameaças?



ALFONSO RAMÍREZ

Diretor-geral Kaspersky Lab Iberia

Nos últimos anos, o crescimento dos dispositivos móveis tem-se realizado a um ritmo impressionante, estimando-se que em Portugal, atualmente, o número de subscrições mobile seja superior à população total do país em quase 50% (We Are Social, Hootsuite 2017).

Esta invasão do smartphone no nosso dia-a-dia é visível nas mais diversas áreas, incluindo quando realizamos operações financeiras. Por isso mesmo, os “hackers” têm dedicado cada vez mais tempo e recursos ao desenvolvimento de programas maliciosos direcionados especificamente a dispositivos móveis. De facto, em apenas um ano (de 2015 a 2016), o número de ataques de “ransomware” dirigidos a dispositivos Android multiplicou-se por quatro.

Temos notado que os bancos têm cada vez mais consciência de que os riscos emergentes associados aos serviços bancários móveis os expõem a novas “ciberameaças”. Neste sentido, e em comparação com as instituições não-financeiras, os bancos têm revelado uma preocupação cada vez maior com a segurança das transações financeiras, já que os investimentos seguros são uma prioridade para o sucesso dos seus negócios.

Sofrer ataques, tanto nas suas infraestruturas como nas dos seus clientes, faz com que os bancos gastem três vezes mais em segurança de TI do que as instituições não-financeiras, de acordo com a investigação “Riscos de Segurança nas Instituições Financeiras” elaborada pela Kaspersky Lab e pelo B2B International.

As previsões dos próprios bancos mostram que esta preo-

cupação tem razão de existir. Atualmente, cerca de metade (47%) dos clientes dos bancos já acedem aos serviços bancários online ou através de dispositivos móveis.

No futuro espera-se que estes números continuem a crescer, sendo que cerca de 42% das instituições bancárias prevê que, no espaço de três anos, o serviço bancário móvel seja a principal forma de interação dos clientes com os seus bancos. O mesmo estudo admite também que os clientes são demasiado descuidados nos seus comportamentos online. A nível de ataques a maioria dos bancos admite (46%) que os seus clientes são frequentemente alvos de “phishing”.

Mas a verdade é que apesar de os bancos estarem a dedicar esforços e orçamentos à segurança do seu perímetro contra ciberameaças conhecidas e desconhecidas, proteger a amplitude das suas infraestruturas de TI que agora existem – de tradicionais a especializadas, a ATM e terminais de pontos de venda – tem-se provado uma tarefa difícil. O cenário vasto e dinâmico das ameaças, em conjunto com o desafio de melhorar a segurança dos hábitos dos seus clientes, tem dado aos “hackers” um leque maior de pontos de vulnerabilidade a explorar.

Em particular, o crescimento dos ataques de “phishing” e de engenharia social a clientes tem levado os bancos a reavaliar os seus esforços de segurança nesta área. Mais de metade (61%) considera como prioridade melhorar a segurança das suas aplicações e websites, assim como a implementação de mecanismos de autenticação e verificação de login mais complexos (52%).

Mesmo tendo, por norma, melhores sistemas de segurança instalados para detetar ataques, quase um quarto das instituições financeiras que têm incidentes de segurança só os descobrem quando são notificadas pelos clientes. Isto demonstra que existe uma necessidade de ir além das tecnologias de prevenção para proteger bem essas organizações. ●



Maxim Zmeyev/Reuters

MOBILIDADE

Visa melhora segurança nos pagamentos online

A empresas de serviços financeiros anunciou melhorias na tecnologia que simplifica os pagamentos online sob a sua chancela.

A empresas de serviços financeiros anunciou melhorias na tecnologia que simplifica os pagamentos online sob a sua chancela.

A Visa anunciou melhorias no seu serviço “Verified by Visa”, uma solução desenvolvida com o intuito de tornar as compras online mais seguras ao aumentar a garantia de que os pagamentos são de facto efetuados pelo titular legítimo da conta.

A plataforma tecnológica é considerada a “próxima geração da plataforma 3-D Secure” e com as atualizações agora introduzidas serão melhoradas a “segurança e a conveniência dos pagamentos online” através de dispositivos móveis.

Com o objetivo de garantir que os emissores e retalhistas têm tempo para testar, aprimorar e implementar totalmente as soluções, as

regras atuais da Visa para transações através do 3-D Secure estender-se-ão à versão atualizada a partir de abril de 2019.

A Visa espera uma adoção antecipada da nova versão a partir do final do segundo semestre de 2017 e pretende continuar a trabalhar com clientes e parceiros em todo o mundo para apoiar as novas soluções 3DS 2.0, com foco na contínua melhoria da segurança dos pagamentos e crescimento das autenticações, para assegurar experiências de pagamento digital transparentes e dinâmicas.

O 3-D Secure 2.0, melhorado fornecerá dados contextualizados às instituições financeiras e aos retalhistas para autenticar melhor os consumidores e reduzir a fraude em transações feitas por meio de um dispositivo móvel, browser, aplicação ou dispositivo conecta-

do, explica a instituição financeira em comunicado. Em simultâneo a experiência do consumidor não foi descurada, porque apesar do processo de autenticação é garantido que o processo de aquisição é fácil e rápido.

A empresa explica que “aprimorou a transferência de dados entre retalhistas e emissores para recorrer a um número sem precedentes de atributos de transação, por exemplo, tipo de dispositivo, endereço de envio”.

Deste modo, os retalhistas e instituições financeiras podem autenticar os clientes com mais precisão em tempo real, o que contribui para que o tempo de checkout seja diminuído (-85%) e para que o abandono do carrinho baixe até 70%.

A Visa não deixou de assinalar que se assiste a um incremento

acentuado das compras online com recurso a dispositivos móveis. Na Europa atualmente há três vezes mais pessoas a comprar online por este método face a 2015. Embora a grande maioria dos europeus tenha utilizado um dispositivo móvel para efetuar pagamentos, “as questões de fraude e segurança continuam a ser a principal causa de dissuasão,” afirmou Mike Lemberger, vice-presidente senior para Soluções de Produtos Europeus da Visa.

Em conformidade com a PSD2 A atualização fornece ainda “todas as ferramentas necessárias para garantir a conformidade da Diretiva PSD2 com os pagamentos com cartão”. A Diretiva Europeia que obriga a maior abertura e transparência das Entidades Financeiras entra em vigor no início do próximo ano. ●

A Visa espera uma adoção antecipada da nova versão a partir do final do segundo semestre de 2017

ENTREVISTA **RUI CORDEIRO**, Director Geral Operações XD

XD LIDERA E INOVA NO SOFTWARE DE PONTO DE VENDA EM PORTUGAL



RUI CORDEIRO
Director Geral Operações XD

Como tem sido o processo de evolução da XD Software, desde a formação até agora?

A XD nasce como uma startup em 2012 e verificou que existia uma lacuna no mercado que era a inexistência de aplicativos para o retalho que fossem desktop mas que pudessem correr multi plataforma; nesse sentido construímos a nossa primeira aplicação XD POS em código nativo para correr em Windows, Linux e MAC. Desta forma os nossos clientes podem instalar equipamentos de baixa gama em S.O. Linux nos Pos, e na sede podem ter acesso a backoffice em Windows.

Os nossos produtos de frente de loja, devido ao interface com o utilizador e funcionalidades, conquistaram em Portugal 23,000 cliente neste período, clientes esses com maiores necessidades, tendo a XD evoluído para soluções mais avançadas tecnologicamente.

Há 2 anos, decidimos democratizar o acesso a soluções de alta gama, analisamos o melhor que existia no mercado como a SAP, Navision, e criamos uma ferramenta com as mesmas capacidades, incluído Business Intelligence, CRM, Gerador de reports visual, lançando um ERP XD Unlimited com as funcionalidades que existem nas ferramentas de topo mundial, por um preço acessível a qualquer empresário Português.

Que investimento foi feito e como se faz o desenvolvimento de novas soluções?

O investimento inicial foi reduzido, com 200k permitiu manter uma equipa de 6 programadores em desenvolvimento por 1 ano até lançarmos as nossas soluções em meados de 2013, sendo que, desde então, estamos em permanente investimento, re-

forçando a equipa com novos elementos no departamento de R&D, e atualmente temos uma equipa de 20 programadores séniores. Calcular o nosso investimento não é algo imediato, acredito que esteja neste momento na ordem dos 2 milhões a nível de R&D.

As soluções iniciais nasceram de “benchmarking”, os sócios da XD possuem um passado de 20 anos no desenvolvimento de soluções, tendo no passado, com uma empresa local, conquistado um parque de 50,000 clientes em Portugal, essa empresa foi vendida á multinacional Sage em 2007, sendo que ao entrar novamente no mercado em 2012 a primeira dificuldade foi fazer ainda melhor do que já tínhamos feito, pois é complicado voltar a conquistar a liderança do mercado, quando o nosso produto concorrente também foi idealizado por nós.

Atualmente, no dia a dia, quem manda na evolução do produto é o cliente, falamos com ele, vemos as suas necessidades, vemos como podemos criar soluções que lhes permitam gerir a sua empresa de forma mais eficiente e produzimos isso para ele. É simples, produzimos o que o mercado nos pede.

Como foi o desempenho em 2016, face a 2015?

Crescemos 20,34 % mas já em cima do crescimento de 17% no ano anterior, e este primeiro semestre esperamos fechar com um crescimento de 25%; os nossos números ainda são relativamente baixos, e iremos terminar o ano com 1,2 K de vendas em software, mas são valores líquidos, uma vez que todo o nosso canal de distribuição é constituído por distribuidores informáticos, que separam a vertente do hardware, formação e parametrização, que é cobrada diretamente pelo nosso canal, constituída por 400 parceiros distribuidores.

Que análise faz do mercado, em Portugal e a nível global?

Portugal é um mercado muito maduro, quando há 20 anos já era normal entrar num restaurante e o sistema ser touch Screen, os nossos vizinhos Espanhóis, na sua maioria ainda utilizam caixas registadoras. Não é um mercado em crescimento, já que o retalho, em vez de novos negócios, em ruas que outrora dispunham de elevado negócio, hoje estão preenchidas com letreiros “aluga-se” e assim 95% das

nossas vendas são realizadas a substituir aplicativos de concorrentes, sendo que novo negócio escasseia. A nível global não existe uma tendência, cada país tem a sua economia a ritmos diferentes, sendo que a estabilidade política tem sido atualmente o nosso barómetro, no caso de Espanha e Portugal, no período em que se estava a formar governo, as nossas vendas paralisaram, e no dia seguinte, após o anúncio, faturamos em 24h o mesmo que nos 2 meses anteriores.

Quais foram os principais obstáculos enfrentados?

Num mercado paralisado, o cliente, mesmo sabendo que existe uma solução melhor, é reservado, espera para ver se algo melhora, e isso condiciona a evolução da escolha de uma nova ferramenta de gestão. Até 2016 condicionou também o fato de sermos startup que não transmitia confiança a grandes organizações; mas hoje é mais fácil, dispomos de grandes clientes de referencia. Hoje um cliente avalia o facto de, por exemplo, o XD ser o software que gere o Casino de Lisboa e nesse sentido concordar que a solução XD também tem capacidade de gerir o seu restaurante, ou se gere um franchising de 170 lojas é porque é bom e não tem dúvida após analisar o produto de que é uma solução para o seu negócio.

O facto de todo o crescimento da empresa ter sido orgânico, também limitou a nossa capacidade de expansão; por outro lado tem-nos permitido um crescimento sustentado e uma rigorosa atenção onde investimos cada euro.

Como decorreu o processo de internacionalização e quais são os próximos passos?

Angola e Moçambique foi um processo natural, com recurso a vídeo chamada temos com os nossos distribuidores nesses países o mesmo relacionamento que com um distribuidor que se encontra no Porto ou Lisboa. Em Angola já somos líderes absolutos no mercado da restauração e a bom caminho para liderar o mercado do retalho generalista.

Espanha e Brasil tem sido demorado, por erro tentamos levar o modelo de negócio bem sucedido em Portugal para esses países e não resultou. Tivemos 3 anos de aprendizagem de uma nova cultura e a perceber como nos relacionar com os nossos distribuidores. O software é o mesmo, mas conquistar a confiança do consumi-

dor foi um longo processo. Possuímos delegações em Sevilha e em São Paulo há 3 anos, mas só agora estamos a conseguir realizar negócios; atualmente com 300 clientes em São Paulo e 500 em Espanha mas na sua maioria conquistados este ano de 2017

Quais são as expectativas de desenvolvimento no futuro próximo?

Queremos ser líderes de mercado no Brasil e em Espanha; se formos bem sucedidos estaremos com um estatuto suficiente para podermos abrir o capital a novos investidores. A XD é a Ferrari do software de gestão para o retalho, mas com o crescimento orgânico demoráramos anos a conquistar uma posição mundial, com o perigo de perdermos o “timing” de estarmos com o produto certo no momento certo. Iremos necessitar de criar alianças e realizar joint ventures com empresas locais nos diversos países para onde vamos avançar. Atualmente comercializamos soluções para 7 países, mas para já a nossa batalha será Espanha e Brasil; sendo bem sucedidos nesses mercados, o passo seguinte acontecerá naturalmente.

Quais são os principais desafios que se colocam à organização, no futuro?

Pessoas.

A XD possui uma cultura muito própria, acreditamos que a organização deve estar em permanente espiral positiva, e isso implica um entendimento e focalização da equipa nos objetivos. Sendo os desafios cada vez maiores, pretendemos uma contínua evolução da equipa, quer nas suas capacidades técnicas quer nas suas capacidades emocionais, e desejamos também transportar a nossa cultura para os 400 distribuidores que nos representam localmente, e encontrar nos diversos países o parceiro de negócio local que, para além de capacidade financeira e posição de mercado, consiga com a XD realizar uma aliança saudável e criar sinergias. ●





ESPECIALISTAS EM SOFTWARE DE GESTÃO COMERCIAL E PONTO DE VENDA

A ESCOLHA DE 23000 CLIENTES

GESTÃO COMERCIAL UNLIMITED

A MAIS EVOLUÍDA E INOVADORA FERRAMENTA PARA A GESTÃO EFICAZ DO SEU NEGÓCIO.

SOLUÇÕES ESPECÍFICAS VERTICAIS



RETAILHO



RESTAURAÇÃO E DISCOTECAS



OFICINAS



SPA E CABELEIREIROS



SUPERMERCADOS E FRUTARIAS



TALHOS



PANIFICAÇÃO E PASTELARIAS



ASSISTÊNCIA TÉCNICA, RMA'S E REPARAÇÕES



PEDIDOS, CONSULTAS DE MESA E CONTAS EM TABLETS



RELATÓRIOS ON-LINE NO TELEMÓVEL



INVENTÁRIO, CONTAGEM E CONSULTA DE PREÇOS



MOBILIDADE / AUTOVENDA

XD 360°

PODEROSA FERRAMENTA PARA OS SEUS NEGÓCIOS

Poderoso backoffice online com todas as análises que necessita, desde rentabilidades a controlo de stocks para uma nova visão e maior controlo da sua empresa. Tudo num só lugar.



DISPONÍVEL ATRAVÉS DE: SMART TV, Android, iPhone, iPad, Web Browser

XD sms

AUMENTE O TRÁFEGO DO SEU NEGÓCIO COM O XD SMS

- Envio e agendamento de campanhas
- Gestão de contactos
- Histórico de envios
- Webservice para integração em aplicações

