



MOVIE WAY

INVESTIMENTO NO SAP BUSINESS ONE COMO ALAVANCA DE DIVERSIFICAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

“A importância da SAP para nós asseme-lha-se ao papel da Movieway no sector do cinema – somos invisíveis mas somos indispensáveis.”

Francisco Serranito, Director-Geral da MovieWay

RESUMO

Empresa

- Nome: MovieWay
- Localização: Sintra
- Sector de Actividade: Distribuição e Logística
- Serviços: Armazenamento e distribuição de filmes
- Colaboradores: 50
- Parceiro de implementação: ROFF

Desafios e Oportunidades

- Modernização administrativa e de procedimentos de gestão, oferta de serviços em tempo real, potenciando a diversificação de actividades e mercados de actuação

Objectivos

- Implementar uma ferramenta que estabelece uma plataforma para a integração de serviços
- Facilitar auditorias e consultas em tempo real aos clientes, permitindo o desenvolvimento de aplicações e a criação de um portal B2B
- Contribuir para a integração de serviços, nomeadamente a armazenagem e a gestão de stocks por parte do cliente final
- Potenciar novas fases de expansão para segmentos da cadeia de valor (DVD e jogos) e para a internacionalização

Soluções e Serviços SAP

- SAP Business One

Pontos-chave da implementação

- Diagnóstico das necessidades e antecipação das necessidades futuras
- Capacidade de resposta dos colaboradores e do parceiro em assegurar um timing muito ambicioso

Porquê a SAP

- Capacidade de resposta no âmbito do plano de informatização da empresa
- Credibilidade e relação custo-benefício no quadro das necessidades diagnosticadas
- Potencialidades no desenvolvimento do negócio no futuro próximo

Benefícios

- Sistematização da informação e da integração de processos
- Avançar na excelência dos serviços para os clientes, potenciando o leque de serviços disponibilizados em tempo real
- Possibilidade de melhorar a gestão de stocks, facilitando os fluxos e o controlo de tráfego

Ambiente

- Hardware: HP
- Sistema operativo: Windows
- Base de dados: SQL 2005



“Somos o único player no mercado da distribuição de filmes”, afirma, peremptório, Francisco Serranito, director-geral da MovieWay, empresa que nasceu há 15 anos. Ao longo de década e meia, a MovieWay tornou-se líder na distribuição das cópias que, semana após semana, chegam às salas de cinema por este Portugal fora.

“Tudo mudou”, sintetiza Francisco Serranito, explicando o que determinou a posição privilegiada da empresa num sector caracterizado, no início dos anos 90, por um significativo número de players e por uma concorrência agressiva. “Conseguimos provar aos nossos clientes que a qualidade do serviço era incompatível com a pulverização do mercado por inúmeras empresas de transporte”, lembra Francisco Serranito, satisfeito com o facto da capacidade da MovieWay ter “mudado o conceito de trabalho” em Portugal. Hoje mantém contratos com todas as distribuidoras cinematográficas a actuar em Portugal, à excepção da Columbia, e a rentabilização aumentou para todos os actores envolvidos na sétima arte que se espalha pelas 400/500 salas do País. Um “monopólio” que envolve enorme responsabilidade e interdependência entre todos os agentes do sector, das distribuidoras aos exibidores. É certo que se trata de uma interdependência que dita “alguma guerra de nervos”, mas também assegurou um novo élan ao mercado cinematográfico, traduzido num aumento considerável do número de espectadores, depois da travessia no deserto experimentada com o boom do vídeo há 10/15 anos atrás.

Nesta cadeia de valor, “somos aqueles que o espectador não conhece, mas sem nós não haveria projecção”. Todas as semanas, uma equipa de cerca de 50 pessoas trabalha para que numa grande sala da capital ou no pequeno estúdio de uma vila no interior seja projectada a tão ansiada estreia.

“Estamos preparados para entregar todas as cópias que o cliente nos peça”, sublinha o director-geral, e a recente informatização garante os ajustamentos necessários consoante o desempenho de determinado filme em termos de bilheteira. Por exemplo, a recente estreia do *Mamma Mia* envolveu inicialmente a distribuição de 65 cópias e já vai em 79, na medida em que o número de espectadores estará a superar consideravelmente as perspectivas iniciais. Um êxito ronda as 100/115 cópias, enquanto um filme médio distribui 60 a 70 cópias. O profundo conhecimento do mercado, nacional e internacional, permitiu a Francisco Serranito crescer na ambição de ser mais do que uma mera transportadora, aproveitando e criando novas oportunidades de negócio e de investimento. E foi assim que tomou a decisão de investir no SAP Business One.

Estratégia de expansão com a SAP

Um dos factores cruciais para a decisão de investir nas soluções SAP adviu da oportunidade de expandir a actividade para o armazenamento de cópias dos clientes, que se iniciou há cerca de dois anos. Perante a necessidade temporária de um cliente fundamental, a Lusomundo, armazenar umas centenas de cópias, a MovieWay cedeu espaço e Francisco Serranito avançou para um projecto mais sólido, na senda do serviço integrado de logística. Para isso teve de montar uma infra-estrutura informática que permitisse consultar stocks, reportar e facilitar a gestão da empresa e dos clientes. “Foi aí que consultei as opções disponíveis no mercado e que seleccionei a SAP e a ROFF como parceiro de implementação”. A verdade é que em “oito semanas tínhamos tudo montado”. Hoje, a empresa é capaz de responder 24 horas por dia às necessidades dos clientes e consegue armazenar 10 mil cópias em 200m², cerca de 10% do que seria expectável sem as soluções informáticas adoptadas.

Ciente de que a MovieWay ainda não utiliza muitas das funcionalidades do SAP Business One, o responsável da empresa está, contudo, satisfeito, até porque o “retorno do investimento já está garantido”. Convicto da capacidade de todos os que trabalham na empresa, Francisco Serranito encara o investimento no SAP Business One como uma alavanca para a expansão do negócio nos próximos 2/3 anos. Primeiro, “no segmento dos DVD e depois nos jogos”, de forma

“A integração de serviços foi decisiva para reforçar a liderança no mercado.”

Francisco Serranito, Director-Geral da MovieWay



Para Francisco Serranito, Director-Geral da MovieWay, o investimento no SAP Business One foi muito importante para reforçar a credibilidade da empresa junto dos seus clientes e dos seus fornecedores.

a “fechar o mercado do audiovisual, sobretudo porque já dominamos o sector do cinema”, esclarece. Nesta altura, as negociações com a Valentim de Carvalho para a distribuição dos DVD estão na fase final, pelo que em 2009 a Movieway já deverá estar posicionada também neste segmento. Para uma empresa em que “a crise passa ao lado”, essa orientação estratégica corresponde a dar o salto para segmentos de mercado que representam 10 vezes a factura-

têm 50 vezes mais salas do que Portugal”, sublinha. Talvez “o formato de franchising” venha a ser mais apropriado para abordar esses mercados.

A crise mora ao lado

Francisco Serranito evidencia orgulho nos resultados obtidos e na equipa que dirige. “A Movieway coloca em primeiro lugar as pessoas, que queremos ver satisfeitas com o tra-

Um dos factores cruciais para a decisão de investir nas soluções SAP adveio da oportunidade de expandir a actividade para o armazenamento de cópias dos clientes, que se iniciou há cerca de dois anos.

Francisco Serranito, Director-Geral da MovieWay

ção do cinema, no caso dos DVD, e 15 vezes, no caso dos jogos. Algo muito importante numa empresa que facturou em 2007 cerca de 1,5 milhões de euros, “sem aumentar o número de clientes”, e que espera atingir a fasquia dos 2 milhões de euros no final do corrente ano, depois de taxas de crescimento de 27,5% e 47,5% em 2006 e 2007, respectivamente. Este impulso derivou, em muito, da aposta feita na armazenagem. Em estudo está ainda a forte possibilidade de internacionalização da empresa para Espanha e, possivelmente, para França. Nesta área houve a hipótese de expansão para o Brasil e PALOP mas a qualidade do serviço impõe proximidade e presença no local, especialmente num país “em que só São Paulo ou o Rio de Janeiro

balho que fazem, porque só assim é possível a sua motivação.” Os fringe-benefits, como seguro de saúde e acções de formação, e os salários são acima da média de mercado, porque o princípio da “responsabilização é vital”. Nada “pode falhar e a disponibilidade tem de ser total”, para que o serviço seja prestado com a qualidade e no timing necessários. Recentemente, o projecto da Movieway foi premiado numa feira internacional, com a presença dos gigantes do cinema mundial, pela inovação e elevado padrão de qualidade. Para o responsável este é o tipo de reconhecimento que justifica como “foi tão importante o investimento no SAP Business One para reforçar a nossa credibilidade junto dos clientes e dos fornecedores”.



(Novembro, 2008)

©2008 by SAP AG. All rights reserved. SAP, R/3, mySAP, mySAP.com, xApps, xApp, SAP NetWeaver, Duet, Business ByDesign, ByDesign, PartnerEdge, and other SAP products and services mentioned herein as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of SAP AG in Germany and in several other countries all over the world. All other product and service names mentioned are the trademarks of their respective companies. Data contained in this document serves informational purposes only. National product specifications may vary.

These materials are subject to change without notice. These materials are provided by SAP AG and its affiliated companies ("SAP Group") for informational purposes only, without representation or warranty of any kind, and SAP Group shall not be liable for errors or omissions with respect to the materials. The only warranties for SAP Group products and services are those that are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services, if any. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty.