

ECONOMIA

20 Agosto 2023, 08:54

Portuguesa Magycal sobe faturação para 1,2 milhões de euros em 2022 e expande presença internacional

por Lusa



A Magycal, responsável pelo desenvolvimento de várias plataformas nos media, totalizou um volume de negócios de cerca de 1,2 milhões de euros em 2022, mais 13% face ao ano anterior, enquanto vai expandindo a presença também no estrangeiro.

"Depois de um fortíssimo crescimento de 2020 para 2021 (na faturação), de cerca de 90%, em 2022 conseguimos mesmo assim crescer 13%" em 2022, para aproximadamente 1,2 milhões de euros, indicou o co-fundador e `chief operating officer` (COO) da tecnológica portuguesa, Pedro Centieiro, em resposta à Lusa.

Neste período, a empresa - que tem entre os principais clientes a Sport TV, a Media Capital, grupo Impresa e o Canal Panda - investiu 250.000 euros em Investigação e Desenvolvimento (I&D), o que corresponde a mais de 20% da faturação da tecnológica.

A empresa, sediada na Costa da Caparica, conta, atualmente, com 16 trabalhadores, entre empreendedores, engenheiros, informáticos, designers e especialistas em marketing, mantendo em aberto a possibilidade de fazer novas contratações este ano.

A Magycal é, assim e entre outros, responsável pela plataforma de `streaming` Opto (SIC), pelo Panda + e pelo `hub` digital da Sport TV, além de ter trabalhado no TVI Player.

Por exemplo, a colaboração com a Sport TV já lhe valeu o prémio ACEPI de App de Desporto 2019, estando a aplicação do canal desportivo - atualmente com mais de dois milhões de utilizadores registados - nomeada agora aos prémios internacionais IBC 2023.

Para Pedro Centieiro, a plataforma `multiscreen` (vários ecrãs) da Sport TV "é um dos maiores projetos tecnológicos inovadores que já se fez, a nível mundial, nesta área".

A nível internacional, a `startup` (empresa com rápido potencial de crescimento económico) tem projetos com o Bayern de Munique e com o grupo Mediante (operador de TV por assinatura e TV por cabo nas Maldivas), entre outros.

Questionada sobre a possibilidade de expandir o seu negócio, a Magycal sublinhou que a concorrência é "forte e diversa" e que a sua presença em Portugal é já muito forte, continuando a ser relevante o fator da proximidade.

"Porém, a médio prazo é sempre a qualidade que vence, e é por essa razão que, desde o início da empresa, nunca perdemos um cliente, e este é um dos fatores que está a ser crucial no nosso processo de internacionalização", referiu o COO da Magycal.

A estratégia de internacionalização da `startup` passa ainda por um crescimento sustentado "sem cometer níveis de investimento que ponham em causa o futuro da empresa".

A Magycal destacou ainda a parceria com a multinacional americana Kaltura, que classificou como um "boost muito importante", que tem permitido à empresa apresentar as suas soluções em mercados como o Reino Unido, Espanha, Estados Unidos, Brasil, República Checa ou Israel.

"Paralelamente, continuamos com a nossa estratégia de expansão internacional de uma forma direta, junto de empresas de media, mas não só. A nossa plataforma Magycal OTT [Over The Top] tem tido uma grande aceitação junto de empresas que estão a passar pela fase de decisão de começar a distribuir os seus conteúdos de uma forma direta, sem correr a empresas distribuidoras. Temos também marcado presença nalguns dos maiores eventos e feiras da área, contactando com potenciais parceiros e clientes", acrescentou Centieiro.

Por outro lado, a empresa tem por objetivo manter-se na "vanguarda da inovação", sem descurar os pormenores, conquistando assim novos clientes, assim como consolidar a produção do Magycal OTT.

"Este processo vai permitir-nos colocar um OTT para um novo cliente a funcionar em duas semanas. Acreditamos que esta rapidez a colocar um produto altamente inovador e personalizável no mercado nos traz uma grande vantagem competitiva, uma vez que neste setor o mais comum são soluções com base em template (costumizáveis, mas pouco inovadoras) ou soluções fechadas, onde há alguma inovação, mas pouco customização", detalhou.

Além da solução OTT, que permite aos telespetadores assistir a transmissões ao vivo, com recursos interativos, a Magycal trabalha também com as `second screens`, utilizadas, por exemplo, nos programas de televisão, permitindo o acesso a questionários e `chats` através do telemóvel.

TÓPICOS

[Sport TV Media](#), [Canal Panda](#), [Magycal OTT](#) [[Over](#), [ACEPI App](#), [Caparica](#), [Unido](#), [Bayern](#), [COO](#), [Checa](#)



Portuguesa Magycal sobe faturação para 1,2 milhões de euros em 2022 e expande presença internacional



Visita à Ucrânia. Marcelo elogia resistência do povo ucraniano e presta homenagem às vítimas

Polestar
—
Porto

Descubra →

WLTP: 14,8-17,2 kWh/100 km a CO₂: 0 g/km. Valores preliminares. Sujeto a certificação final.