

Mosyle

107%
CAGR ao ano

98%
receita recorrente

“O apoio da DGF foi sem dúvida alguma instrumental para que nosso plano de nos mudar para os Estados Unidos fosse possível, nos permitindo provar que com muito trabalho duro poderíamos sim ser não só competitivos, mas melhores do que os líderes globais no nosso mercado.”

Alcyr Araújo - Fundador e CEO

A Mosyle é uma startup do setor de EdTech, fundada por Alcyr Araújo. A empresa desenvolveu uma ferramenta pioneira para gestão de dispositivos móveis (MDM) para o mercado educacional brasileiro. A empresa atualmente está situada nos EUA, resultado de um processo de internacionalização apoiado com os recursos investidos pelo DGF, conta com mais de 12 mil clientes ao redor do mundo, e foi reconhecida pela Apple em seu Pricing List. A Mosyle possui duas principais soluções: Mosyle Manager, feito para o mercado educacional, e Mosyle Business, feito para o mercado B2B no geral.

NECESSIDADES DA EMPRESA

- Investimento para ganho de escala - internacionalização e consolidação da empresa no mercado americano
- Investimento em tecnologia para focar exclusivamente no mercado MDM
- Investimento em P&D para atualizações e testes do produto
- Investimento em contratações para expansão, tanto nacional quanto internacional

CRIAÇÃO DE VALOR ATRAVÉS DE PE&VC

- Aumento das receitas recorrentes no exterior após o processo de internacionalização
- Melhora da Capacidade Operacional, através do estabelecimento de KPIs de acompanhamento e melhora de processos internos
- Implementação de novas estratégias de vendas, para atingir o público-alvo no exterior e no mercado doméstico
- Contratações de pessoas seniores para cargos de liderança após internacionalização
- Estratégia de reposicionamento de marca, aumentando foco no MDM educacional integrado com solução da Apple

RESULTADOS

No ano de entrada do DGF (2015), a Mosyle faturou aproximadamente R\$ 2M. Em 2018, a empresa faturou R\$ 17,4M, ou seja, um CAGR de 107% ao ano durante o período, graças à estratégia agressiva de internacionalização adotada pela empresa. A empresa também ficou mais eficiente em custos, já que o EBITDA saiu de R\$ -124K em 2016 para R\$ 9M em 2018. A estratégia do foco em MDM para escolas surtiu bom resultado na receita recorrente, que atingiu 98% do total das receitas. O lançamento do Mosyle Business também foi um sucesso, já que cresceu de 2.659 usuários em jan/19 para 40.553 usuários em ago/19.



MATRIZ
Winter Park / Florida

GESTOR
DGF Investimentos

INFO
www.mosyle.com
www.dgf.com.br

INVESTIMENTO
15/01/2015

VALOR INVESTIDO [R\$ MM]
2

FORMA DE AQUISIÇÃO
Ação Preferencial

PARTICIPAÇÃO
(INICIAL/MÁXIMA/ATUAL)
11.14% / 21.33% / 12.00%

DESINVESTIMENTO
24/01/2019

FORMA DE DESINVESTIMENTO
Venda para demais acionistas

RETORNO
TIR realizada 82,5%
MOIC realizado 11,1

Mosyle

107%
CAGR p.a.

98%
recurring income

“The support of DGF was undoubtedly instrumental for ensuring the feasibility of our move to the USA, allowing us to prove that, with plenty of hard work, we could be not only competitive, but even better than global leaders on our market.”

Alcyr Araújo - Founder & CEO

A start-up in the EdTech sector established by Alcyr Araújo, Mosyle developed a trail-blazing mobile device management (MDM) tool on Brazil's education market. It is currently getting settled in the USA as the next step in an internationalization process underwritten through funds invested by DGF. With more than 12,000 clients all over the world, it is acknowledged by Apple on its Pricing List, and offers two main solutions: Mosyle Manager, for the education market; and Mosyle Business, for the B2B market in general.

COMPANY NEEDS

- Investment for gains in scale – internationalization and consolidation of the company on the US market;
- Investment in technology in order to focus exclusively on the MDM market;
- Investment in R&D for product tests and updating;
- Investment in hiring for expansion, both domestic and international

VALUE CREATION THROUGH PE&VC

- Higher recurring revenues abroad after the internationalization process;
- better operating capacity through establishing KPIs for overseeing and upgrading internal processes;
- implementation of new sales strategies in order to reach target publics on foreign and domestic markets;
- Hiring senior staff for management positions after internationalization
- Brand repositioning strategy, with a tighter focus on educational MDM integrated with the Apple solution.

OUTCOMES

During the year when DGF arrived (2015), Mosyle posted revenues of some BRL 2 million. In 2018, its revenues reached BRL 17.4 million, meaning a CAGR of 107% p.a. During this period, thanks to its aggressive internationalization strategy. It also handled its costs more efficiently, with its EBITDA rising from BRL 124,000 in 2016 para BRL 9 million in 2018. The strategy of focusing on MDM for schools proved beneficial for recurring revenues, which reached 98% of total revenues. The launch of the Mosyle Business version was also a success, rising from 2,659 users in January 2019 to 40,553 users in August that same year.



HEAD OFFICE
Winter Park / Florida

MANAGED BY
DGF Investimentos

INFO
www.mosyle.com
www.dgf.com.br

INVESTMENT
January 15, 2015

AMOUNT INVESTED
BRL 2 Million

TYPE OF ACQUISITION
Preferred Shares

STAKE
INITIAL/MAXIMUM/CURRENT
11.14% / 21.33% / 12.00%

DIVESTMENT
January 24, 2019

TYPE OF DIVESTMENT
Sale to other shareholders

PAYBACK
IRR realized 82.55%
MOIC realized 11.1