

25 ANOS A GRANDE... ALTITUDE

Começaram de fora para dentro. Apesar de portuguesa, os primeiros clientes da Altitude Software eram internacionais. A comemorar os 25 anos de actividade, a história desta tecnológica confunde-se com a própria história do mercado das TI em Portugal.



Desde Maio de 2017 que a empresa ocupa três andares nas Natura Towers.

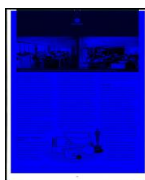
Por: Susana Marvão

A altitude Software tem uma particularidade, diz-nos Mário Silva Pereira, chief strategy officer (CSO) desta empresa portuguesa: nasceu internacional. O primeiro cliente, há 25 anos, foi o Banco Nacional do Brasil. A história, aqui, fez-se ao contrário. E só depois de muitos clientes sem "sangue luso" é que resolveram virar-se para Portugal. Um quarto de século depois, os números comprovam esta estratégia, com a grande maioria do negócio a ser

conquistado além-fronteiras. «O facto de termos nascido internacionais, e só depois termos voltado para Portugal, faz-nos acreditar que ajudámos a moldar e a fazer crescer o tecido tecnológico que hoje temos», sobretudo no que actualmente apelidamos de 'customer experience' ou 'customer engagement'. Além dos contact centers, área onde a Altitude Software sempre se distinguiu, Mário Silva Pereira explica que, também na abordagem ao cliente, a empresa nacional marcou «um ponto importante», acrescentando que Portugal é, hoje, «um dos líderes nesse mercado também por

Mário Silva Pereira assumiu, em Janeiro de 2017, o cargo de chief strategy officer.

A empresa tem hoje mais de 800 clientes, como Iberdrola, Mapfre, Santander, Banco Popular, IKEA e Cruz Vermelha Espanhola.



IT

Reportagem



A Altitude Software conta com mais de 300 colaboradores em 16 escritórios em todo o mundo e com uma rede de mais de 80 parceiros.

causa da influência da Altitude». O chief strategy officer confessa que essa realidade é «muito agradável». Mas houve mais áreas onde a Altitude desbravou caminho. É com orgulho que o Mário Silva Pereira diz ter contratado muitas pessoas ao longo dos anos que, entretanto, foram saindo e abrindo ou liderando empresas que hoje gravitam à volta do sector das tecnologias da informação em Portugal. Safira, Outsystems e Teleperformance são apenas alguns exemplos de empresas com 'sangue Altitude'. «Somos um marco no tecido tecnológico do software. É uma escola e continua a ser, com pessoas de grande calibre, umas que ficam e outras que partem para naturalmente fazerem o seu próprio percurso». Europa e América Latina são os grandes motores que alavancam os números financeiros da Altitude. Mas há mais regiões. América do Norte, incluindo México, Médio Oriente e Ásia, são ainda geografias que abraçam a empresa portuguesa.

SER GLOBAL "ESCONDE" A CRISE

Sendo uma empresa com presença global, o impacto da crise ou melhor, das crises que vão assolando as diversas geografias, não é tão acentuada. «As ondas de menor investimento acabam por ter timings diferentes nas várias regiões,

o que nos beneficia», explicou Mário Silva Pereira. Por outro lado, o CSO diz que a própria solução, ao permitir otimizar - ser mais eficiente e produtiva - a relação simbiótica entre clientes e empresas, é válida em períodos de crescimento onde as empresas procuram mais promoções e interações com o cliente e aumentar revenues, mas também em períodos mais difíceis em que se buscam otimizações. «Há um mercado muito interessante para nós, o da recuperação de dívidas, que ganha muita força em mercados em época de vacas magras, como o brasileiro». Ou seja, a solução é válida em alturas de crescimento, com procura de maiores vendas e receitas, como em fases de retracção, com a procura da recuperação de crédito, ou recuperação de vendas ao mesmo tempo mantendo a satisfação dos clientes e produtividade interna. «O retorno do investimento nesta solução é real», garantiu o responsável. Isto vai,

sobretudo, permitido à Altitude superar os ciclos de crescimento e contracção que a economia mundial vai vivendo.

O FUTURO

Fazer chegar interações às pessoas certas, seja por voz, mail, chat, Facebook, Whatsapp, etc., já não chega. Há, hoje, todo um processo de automatização para saber o que se pode fazer em modo self-service, mas sempre integrando o factor humano - este parece ser o futuro. «Muitas empresas evitam o factor humano, pensam que os custos não se justificam, mas a nossa filosofia de aproximação é automatizar, levar muita coisa para o self-service, garantir o nível de satisfação do cliente, mas tendo apoio humano. Há que fazer esse equilíbrio entre o factor humano e automático». Em termos de geografias, o objectivo da empresa é manter-se líder nos mercados onde já estão presentes, como Portugal, Espanha e Brasil, e apostar em mercados como o dos Estados Unidos. «É um mercado muito grande, muito estabelecido, mas que continua a ter muitas oportunidades». Como mais-valias, Mário Silva Pereira diz que a Altitude Software tem a flexibilidade: «Somos uma equipa com pessoas de várias origens e proximidade, além da tecnologia, claro». 'Inovadora', 'sólida' e 'tecnológica' são os "adjectivos" que este responsável gostaria de ver



Atualmente, a Altitude tem como principais accionistas um fundo europeu privado de investimento, focado no sector das tecnologias, e o BBVA, grupo global de serviços financeiros.



 Reportagem


A Altitude é uma das empresas de tecnologias de informação de origem portuguesa com maior presença internacional.

ligados à Altitude, com a certeza de que o grande objectivo é «apoiar a simbiose da relação com o cliente, ajudando a trazê-lo para dentro da empresa».

NOVA DÉCADA

Em 2000, quando a Easyphone se transformou em Altitude Software, ganhou um novo posicionamento, menos ligado ao canal voz. Na mesma altura era lançada a uCI2000, uma suite de software multimédia para CRM centrada na web. Dois anos depois, a Altitude Software organizava a primeira grande conferência mundial de utilizadores e parceiros. Com isto, ganhou novos investidores, liderados por Gastão Taveira, actual presidente da empresa, enquanto a solução Altitude uCI recebia «novas funcionalidades, uma grande flexibilidade e capacidade de integração com soluções complementares». Actualmente, a Altitude tem como principais acionistas um fundo europeu privado de investimento, focado no sector das tecnologias, e o BBVA, grupo global de serviços financeiros. Em 2016 foi anunciado o lançamento do Altitude Xperience, uma nova geração de soluções para a gestão de centros de contacto, totalmente modular e escalável, que integra as interações e canais de contacto com os clientes, com toda a organização. A Altitude Software conta com mais de trezentos colaboradores em dezasseis escritórios em todo o mundo e com uma rede de mais de oitenta parceiros. As suas soluções têm mais de trezentos mil utilizadores em oitocentas organizações, entre as quais se encontram organizações como a Ikea, Santander, Transcom, Logica, Iberdrola, Folha de S. Paulo ou Mapfre.

NO INÍCIO, ERA A EASYPHONE

A história da Altitude Software começa com a fundação da SSF (Software para Sociedades Financeiras) em 1988, liderada por Carlos Quintas, engenheiro e empresário português. Foi nesta empresa que foi desenvolvida a solução Easyphone, um software de ligação entre computadores e centrais telefónicas, com o primeiro cliente a ser o Banco Nacional no Brasil.

Em 1993, a SSF lança a empresa Easyphone para desenvolver em exclusivo esta solução para um novo mercado global que se começava a expandir de forma rápida. Os primeiros clientes surgem um pouco por todo o mundo, incluindo o Japão, através de uma parceria com a IBM, onde a solução Easyphone se torna uma das primeiras soluções de software para contact centers. Os anos seguintes são de grande crescimento. Na Europa, Caixa Geral de Depósitos, Santander, Credit Agricole escolhem a Easyphone para os seus centros de contacto; na América do Norte, a solução é adoptada por sociedades financeiras como o Royal Bank of Canada e a John Harland Company (Estados Unidos).

Em 1998 é conquistado o cliente 'número cem', com a Easyphone a contar com quatro dos dez maiores bancos do mundo entre os seus clientes. Em simultâneo, a empresa inicia um processo de rápida expansão internacional, abrindo escritórios nos quatro continentes até em Silicon Valley, enquanto consegue atrair diversas rondas de financiamento com capitais de risco e investidores europeus e americanos, no valor de dezenas de milhões de dólares.

Em 1999 a Easyphone adquire a Intervento uma empresa que lhe permite desenvolver uma solução de contact center multimédia, adicionando novos canais de contacto para as empresas.





ID: 77032441

01-09-2018

34

**Altitude**

A Altitude Software comemora 25 anos de actividade e a sua história confunde-se com a própria história do mercado das TI em Portugal.