

O caso português Altitude Software

por João Miguel Leandro

Caso apresentado no âmbito do MBA na Harvard Business School (Estados Unidos).

A empresa metanacional portuguesa Altitude Software é utilizada como exemplo ilustrativo dos desafios com que este tipo de empresas se deparam, e da forma como abordam o problema. O grande objectivo deste caso foi tirar conclusões sobre as alternativas disponíveis a empresas "não tradicionais" que não podem (ou não devem) ser financiadas por dívida, em países onde o mercado tradicionalmente não olha para o *venture capital*, nem para o mercado de capitais como alternativa de financiamento.

Destaca os desafios que se coloca a este tipo de empresa em obter financiamento num mercado como o português. As alternativas "não tradicionais" disponíveis são muito limitadas, principalmente por falta de *know-how* dos investidores portugueses em como avaliar uma empresa de tecnologia. Isto tem profundo impacto económico visto que muitas empresas são "mortas à nascença" por falta de financiamento e outras começam tão devagar (utilizando apenas fundos próprios) que mesmo que tenham uma vantagem inicial acabam por ser ultrapassadas por empresas estrangeiras (nomeadamente dos EUA) que têm acesso a um mercado financeiro desenvolvido.

O trabalho concretiza o caso específico de financiamento da Altitude, que ao conceber um produto tão credível e de qualidade, se tornou conhecida nos EUA e levantou interesse neste mercado. Neste caso, o *venture capital* veio ter com eles, e não o contrário, como é normal nos EUA (onde quem quer começar uma empresa procura vários *venture capitalists* até arranjar um investidor). Tratou-se de um caso pontual. A questão é que muitas empresas portuguesas também têm qualidade mas não têm essa sorte, pelo que nunca se desenvolvem, o que trás um impacto negativo para a economia do país.

Finalmente, trata-se a questão da tentativa de IPO (ida à bolsa) feito pela Altitude na Holanda, e as outras alternativas consideradas pela empresa. Assim como os pontos fortes e fracos de cada uma delas. ■

João Miguel Leandro
Estudante de MBA em Harvard Business School.
E-mail: JoaoMLeandro@netscape.net