

veja nesta edição do telebrasil em foco

A participação do presidente da Portugal Telecom na Futurecom 2010.

FUTURECOM

"Sociedades conectadas"; o registro de Zeinal Bava, da Portugal Telecom



Conferencista Zeinal Bava, no telão

O eletrônico substituiu o presencial. Perante um auditório repleto, a figura de Zeinal Bava, presidente da Portugal Telecom, surgiu vindo de longe nos telões do auditório Brasil, na Futurecom 2010. Sua mensagem enfatizou uma nova era de globalização com mais conectividade e com aceleração dos padrões de consumo e mostrou como a empresa se adaptou aos novos ventos. Veja aqui.

A Portugal Telecom é uma associada TELEBRASIL.

O engenheiro eletricitista e eletrônico Zeinal Abedin Mohamed Bava é licenciado pelo University College London. Desde 2008, é o presidente-executivo da Portugal Telecom. Sua apresentação, durante a Futurecom 2010, foi em 27 de outubro último.

Uma síntese de sua apresentação: ocorre uma aceleração do consumo no mundo. Há uma nova era de conectividade percorrendo a sociedade. As telecomunicações são cada vez mais importantes. É a globalização em uma nova fase. Para **ter** sucesso nesse novo ambiente, são fatores críticos **ter** flexibilidade, inovação e execução.

Geopolítica dos mercados

No grande jogo mundial da globalização econômica, três variáveis podem ser consideradas. Um país para entrar nesse cassino precisa **ter** PIB nominal acima de US\$ 1 bilhão (*12 países*) ou população acima de 100 milhões (*12 países*) ou ainda área acima de 3 milhões de km² (*oito países*). No pano verde da roleta do mercado de massa, em grande escala, apenas podem jogar EUA, **Brasil**, Índia, China e Rússia.

Esses jogadores do mercado de massa são os "países-baleia", grandes, populosos e ricos. A riqueza *per capita*, o poder nuclear ou ainda ser, ou não ser, do Conselho de Segurança da ONU, não são levados em conta nessa seleção.

Há países com elevada população, mas sem área ou produção: Bangladesh, Nigéria, Paquistão, México, Indonésia. Há países ricos, mas pequenos e com pouca gente: Alemanha, Espanha, França, Itália e Reino Unido; ou muita gente, como o Japão. A Austrália, por sua vez, tem muita área, mas pouca gente e riqueza. O Canadá tem área e riqueza, mas com baixo índice demográfico.

Outra variável a considerar é a atividade tecnológica. Segundo o Banco Mundial, em 2008, foram 1 milhão de pedidos globais de patentes solicitados pelo Japão (32%), EUA (29%), BRIC – **Brasil**, Rússia, Índia, China – (22%), Europa Ocidental (9%) e outros (9%). Já quanto ao crescimento dos pedidos de patente, de 2000 a 2008, os emergentes estão suplantando os países maduros. A derivada dos BRICs cresceu 19 pontos; a dos EUA, sete; a do Japão e a da União Europeia diminuiu dois pontos cada. Os

demais países ficaram na mesma.

Zeinal Bava apresentou ainda as projeções do crescimento anual do PIB para a próxima década. Em ordem decrescente, o PIB da China vai crescer 10,1%; o da Índia, 8,8%; o do **Brasil**, 6,3%; o da Coreia, 5,2%; o da União Europeia, 4,5%; e dos EUA, 3,8%. Em suma, o futuro do crescimento da economia mundial pode ser visto como ocorrendo nos países emergentes, com destaque para o "efeito China".

A aceleração do consumo

Em sua apresentação, o alto executivo da Portugal Telecom ressaltou que ocorrem, mundialmente, novos padrões de consumo e de crescimento da classe média. Olhando os grandes números, a classe média mundial, com 403 milhões de lares em 2008, deve chegar a quase 700 (697) milhões em 2020. A maior parte do aumento dos lares será nas economias emergentes (244 milhões).

Os países emergentes apresentam indícios de novos padrões de consumo. Na Coreia, cerca de 60% dos usuários de Internet já fazem chamadas de Voz sobre IP (VoIP), a partir de seus computadores pessoais. Na China, 25% das vendas de telemóveis são de telefones inteligentes (*Smartphones*). No Brasil, 78% da população com acesso à Internet possuem conta em redes sociais. Na Índia, 63% dos lares deverão ter TV paga até 2020.



Os telões do auditório Brasil mostraram a tradicional comparação da aceleração da tecnologia eletrônica. Há 20 anos, computadores processavam a informação a 25 MHz/s ($2,5 \times 10^6$). Hoje, a 3,6 (GHz $3,6 \times 10^9$). A velocidade com que se processam dados cresceu três ordens de grandeza.

A memorabilia das comunicações, consultada apenas as duas últimas décadas, é rica de exemplos. Faz 20 anos, o "pager" e o "bip" eram a única forma acessível de contato móvel. Um disco rígido com capacidade de 1 Gigabyte pesava 38 quilogramas (*supõe-se sem embalagem*). A comunicação escrita em tempo real era feita por fax e o acesso à informação, por suporte físico.

Hoje, a comunicação é face a face, estejam os interlocutores na mesma cidade ou em locais distantes no mundo. Os telefones inteligentes já podem armazenar até 32 GB. A comunicação ocorre em tempo real via e-mail, "chat", redes sociais, SMS/MMS (*short message service/multimedia message service*). E as informações podem se acessadas a qualquer hora e em qualquer lugar nas enciclopédias coletivas e "on-line".

O rádio levou 38 anos para chegar a 50 milhões de ouvintes. O Twitter, menos de um ano. Entre esses marcos, a televisão levou 13 anos; a Internet, quatro; o ipod, três; o Facebook, um ano.

Tendências



Visão do auditório, de olho no telão

Dentre as tendências para o setor das telecomunicações, o presidente-executivo da Portugal Telecom destacou os telefones inteligentes ou "Smartphones". Na Europa, em 2012, prevê-se que de cada dez telefones móveis, sete serão "inteligentes".

Segundo pesquisa, em 2009, os serviços mais utilizados nos "Smartphones" europeus foram SMS, fotos e vídeos, pesquisas e correio eletrônico, todos com penetração entre 65 e 77%. Seguem-se o MMS, as redes sociais, os mapas e a música com penetração de 50%.

As redes sociais constituem um novo fenômeno. Elas "canibalizam" os meios tradicionais de comunicação e têm uma utilização cada vez com mais mobilidade. Nos EUA, em um ano, cresceu 61% o uso das rede sociais às expensas do tráfego de voz. Este caiu 16%. E os usuários do Facebook Mobile, em julho de 2010, atingiram 150 milhões. Cresceu seu uso 2,7 vezes em apenas oito meses.

Já na área empresarial, um fenômeno digno de nota é o "cloud computing". "Cloud" é nuvem em inglês e também é a simbologia utilizada para representar a rede global. *Cloud computing* é, pois, a computação distribuída na nuvem, na rede à qual estamos todos interconectados. Setenta CIOs (*chief*

information officer) opinaram sobre "cloud computing": 1/3 já utilizou e a maioria tem planos para fazê-lo. O "cloud computing" deverá se estender ao mercado individual para armazenar, com segurança e ordenadamente, fotos, vídeos, música e vídeos pessoais.

Ocorre uma mudança nas maneiras de "ver televisão", mostrou o conferencista. Nos EUA, as pessoas estão cada vez mais optando por ver vídeo com OTT (*over the top technologies TV*). O vídeo chega diretamente ao dispositivo via Internet. Estão perdendo terreno o DVR (*digital video recorder*), o "pay-per-view", o "video-on-demand" e a tevê linear. Já perderam seu espaço o DVD (*digital video disc*) e o VHS (*video home system*)

Desafios

Suplantar desafios – "navegar é preciso" – sempre fez parte da herança lusitana. O presidente da Portugal Telecom referiu-se ao "churn", o fato de um cliente querer trocar de fornecedor, como um desafio a ser suplantado. Outro desafio será oriundo da explosão do tráfego digital, principalmente de vídeo, que vai exigir novidades nas redes, isto é, redes de nova geração.

Novos padrões de consumo – família, trabalho, Estado, entretenimento, informação, *domótica* (*domus*, casa) – e maior conectividade vão levar ao aumento explosivo do crescimento de dados. Em 2008, os multiplicadores previstos foram de cinco vezes para o tráfego fixo e de 66 vezes para o tráfego móvel. Para navegar na Web bastariam 2 e 1 Mbit/s. Já a telepresença requer muito mais da ordem de 15/15 Mbit/s (*up e down load*). Aí está o desafio.

Estratégia

Zeinal Bava explicou que a estratégia da Portugal Telecom se apoia na inovação e na execução operacional. Para tanto, contempla ofertas "distintivas" para todos os segmentos onde atua. Vale dizer, no segmento residencial (pessoal), de um lado; e no segmento corporativo e da PMEs, de outro.

Para a inovação, a Portugal Telecom tem uma abordagem estruturada e utiliza parceiras estratégicas. Para a execução operacional se vale de redes de nova geração e de uma atenção especial aos clientes. Na parte internacional, o alvo são as geografias com forte potencial de crescimento, destacados o Brasil e a África.

"A Portugal Telecom transformou a forma de ver televisão em Portugal", disse o presidente da operadora, referindo-se ao "Meo" que, em julho de 2010, superou 700 mil clientes, abocanhando 27% do mercado.

A nova tevê, como chamou o conferencista, é "multiscreen". Ou seja, a tela pode ser a do computador, a do televisor ou a do dispositivo móvel; os conteúdos são 3D e HD (*high definition tv*); há interatividade; e disponibilizam-se aplicações e "widgets", que são os "gadgets" do "Windows" ou botões, ícones, barras que podem ser adicionados à tela. Tudo isso navegando na crista da tecnologia.

Detalhando um pouco mais, o Meo oferece comercialmente quatro serviços de televisão: por ADSL, pela rede de fibra óptica, por satélite e através da rede 3G da TMN (*o braço móvel da PT*). Na rede ADSL e de fibra óptica, o Meo oferece o *triple play*: TV, Internet, telefone; e por satélite, apenas conteúdos televisivos. Conteúdos televisivos por ADSL utilizam IPTV (*Internet protocol television*) que difere da Webtv (*televisão por Internet*).

Outro olhar da prestadora lusitana foi massificar os dados móveis em Portugal. A Portugal Telecom lidera (54%) as vendas de "Smartphones" e (51%) da banda larga móvel. Mantém ainda destaque na proporção de dados não SMS (*short message services*) – o SMS é o tráfego tradicional – que compõem a receita de dados das empresas.

Quanto à inovação, a chave do sucesso na Portugal Telecom, o ciclo nasce com a geração livre de ideias que, submetidas a um crivo, são implementadas e geram lucro. Este alimenta a gestão cujo "*top management*" energiza o gerador de ideias. As parcerias estratégicas não são esquecidas e são firmadas com fornecedores, empreiteiras, especialistas e produtores de conteúdo.

No mundo concreto, a Portugal Telecom lançou um ambicioso programa de fibras ópticas FTTH/B (*fiber to the home and to the building*) em Portugal, alcançando cerca de 1/3 dos lares. Já são quase (671) 700 mil lares. O índice capex (*capital expenditure*) por casa passada foi de duas a três vezes superiores dos outros concorrentes.

"A Oi é o nosso futuro no mercado brasileiro e para isso investimos", afirmou Zeinal Bava. Acreditando que é importante carregar uma marca mundial, a Portugal Telecom tem como estratégia investir 2/3 de seus ativos fora de Portugal e alcançar, em breve, 100 milhões de clientes. A presença internacional da Portugal Telecom estende-se a países como Cabo Verde, Moçambique, Timor, Angola, Quênia, China, Brasil, São Tomé e Príncipe e Namíbia. (JCF)

agenda

< /SPAN >

expediente

O TELEBRASIL Em Foco - Notícias é uma realização da equipe de jornalismo da TELEBRASIL.
Tel.: (21) 2244-9494; fax (21) 2542-4092; e-mail: telebrasil@telebrasil.org.br
É permitida a reprodução de qualquer parte do conteúdo desta publicação, desde que citada fonte (autor, data e veículo).

Caso você não deseje receber o TELEBRASIL Em Foco, por favor [clique aqui](#).