ESPECIAL

TELECOMS & GADGETS

UM OLHAR SOBRE O RETALHO DAS TELECOMUNICAÇÕES

O ano de 2020 vai definir o antes e o depois de toda a indústria das telecomunicações em Portugal, com a chegada da quinta geração móvel. Que contexto nos espera este ano, depois de um 2019 de abrandamento nas vendas? Como é que o setor poderá adaptar a sua oferta às mudanças que aí vêm?

ANÁLISE

Mercado nacional de smartphones recuou mais de 5% no ano passado ● II

TECNOLOGIA

Os 'gadgets' mais disruptivos de 2020

Do 'gaming' à beleza, há equipamentos tecnológicos que se destacaram na conferência CES, em Las Vegas, e poderão ser os próximos investimentos tanto dos mais curiosiosos pelo digital como dos utilizadores comuns. ● IV

FÓRUM

O que procuram os consumidores e quais as tendências em 2020 ● VI

RETALHO DE TELECOMUNICAÇÕES

Venda de smartphones recuou mais de 5% em Portugal em 2019

Oferta diversificada e exigência do consumidor podem ter contribuído para quebra global na venda de telemóveis em Portugal. Smartphones dobráveis são tendência para 2020. Mercado aguarda 5G.

JOSÉ VARELA RODRIGUES
jrodrigues@jornaleconomico.pt

O retalho de telecomunicações, mais concretamente a venda de smartphones, o principal produto de comunicação eletrónica dos nossos dias, decresceu em Portugal 5,35%, para um total 2.597.534 milhões de unidades vendidas (ver tabela) em 2019. Em 2018 as marcas e fabricantes presentes no mercado nacional tinham colocado nas mãos dos portugueses 2.744.391 de smartphones. Auscultados os agentes do mercado nacional (ver fórum, pag. 6 e 7), a quebra nas vendas poderá ser um sintoma da transformação que o retalho de telecomunicações português atravessa ou o efeito da pressão dos preços (contando colateralmente com o 'triângulo' EUA-Huawei-China, pág.3).

O perfil do consumidor revela que o nível de exigência tem vindo a aumentar, e "a crescente oferta de produtos faz com que o consumidor tenha acesso a uma multiplicidade de opções, o que resulta numa maior exigência, informação e ponderação por parte do mesmo", explicou fonte oficial da Huawei Portugal ao JE. "O facto de o consumidor estar mais exigente e, consequentemente, mais informado, faz com que seja um desafio constante para as marcas", acrescenta a mesma fonte.

Pode ser neste quadro que se enquadra, em parte, o recuo na venda de smartphones em Portugal. Quanto aos *gadgets* acessórios e complementares às telecomunicações em 2019, por exemplo, a FNAC Portugal sentiu "um crescimento de 170%" nas unidades *wearables* vendidas, "onde os *smartwatch* foram a grande alavanca de crescimento do mercado", explicou o diretor comercial da empresa, Pedro Falé.

Todavia, o retalho das telecomunicações deverá crescer nos próximos anos, até com o contributo da implementação da quinta geração da rede móvel em Portugal.

De acordo com o estudo "Visão 360º do Mercado TIC e Digital em Portugal" da consultora IDC, dentro de dois anos o mercado de tecnologias de informação e comunicação (TIC), onde se incluem os serviços e retalho de telecomunicações, deverá ascender a 8.586 milhões de euros. O valor corresponde a uma taxa anual de crescimento composta de 1,5%, sendo que se estima que, em 2022, a economia digital venha a pesar 40% no produto interno bruto (PIB) português. Uma prospetiva da qual poderá beneficiar o retalho de telecomunicações.

Tendências para 2020

Se no último ano prevaleceram os smartwaches, as pulseiras de monitorização e os smartphones com elevada autonomia e câmara com elevada qualidade fotográfica, em 2020, Pedro Falé acredita que, "com a introdução do 5G, os smartphones com tecnologia *foldable* (smartphone dobrável), as colunas com assistente de voz e a mobilidade elétrica com especial incidência nas bicicletas elétricas" serão as tendências.

PEDRO FALÉ
Diretor Comercial da FNAC Portugal

"Um smartphone capaz de oferecer um ecrã gigante num corpo de um smartphone normal, garante ser uma das promessas do futuro", corroborou fonte oficial da Huawei Portugal.

A mesma fonte indicou que para a fabricante chinesa, o segmento dos *wearables* e *hearables* "se destaca cada vez mais" e, por isso, acredita "que terá um papel importante em 2020". E como fundamenta essa aposta? "Pelo constante desenvolvimento destes produtos que se deve, sobretudo, ao facto de o consumidor estar cada vez mais exigente e querer produtos que melhorem o seu dia a dia e estejam conectados entre si", respondeu.

O impacto do 5G nas vendas

O grande impacto no retalho das telecomunicações no mercado nacional, porém, deverá fazer-se sentir com a afirmação do 5G, ainda que no imediata seja pouco provável a massificação de smartphones 5G entre os portugueses.

O diretor comercial da FNAC Portugal é claro: "Haverá uma tendência de lançamento de equipamentos que vão permitir a utilização desta nova tecnologia com claras vantagens ao nível do utilizador".

A nova tecnologia móvel vai traduzir-se, por exemplo, numa maior capacidade de transmissão de dados nos dispositivos móveis 5G (isto é, menor latência), e também numa maior eficiência na gestão e consumo das baterias dos equipamentos

Para a Huawei Portugal, que já vende em Portugal um smartphone compatível com o 5G (o Huawei Mate 20X 5G), "a chegada da rede de quinta geração promete revolucionar a forma como se vive, bem como o mercado de smartphones como se conhece à data de hoje".

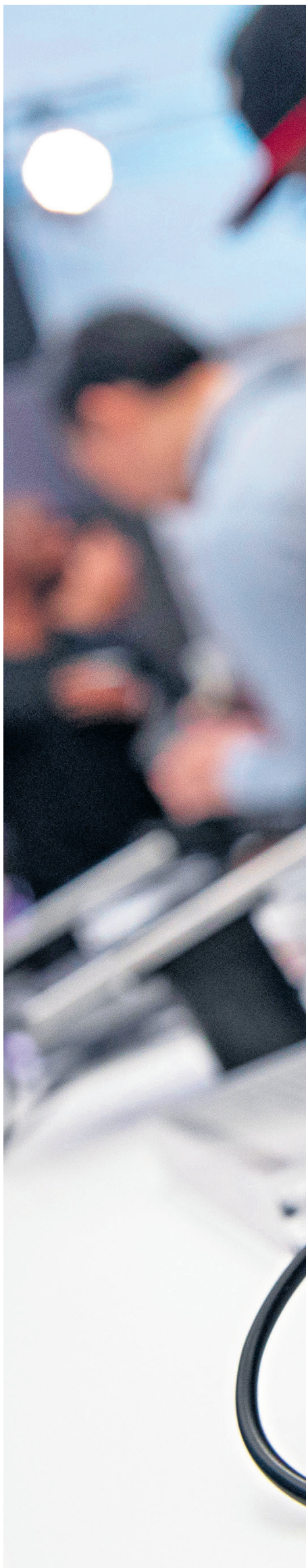
Mas não é só a empresa chinesa a disponibilizar no mercado português um smartphone 5G. Também a coreana Samsung já oferece dispositivos com rede 5G em Portugal.

Em 2019, a venda de equipamentos compatíveis com a rede 5G da Samsung correspondeu a 1% das vendas globais da fabricante criada por Lee Byung-chull em 1938. O JE tentou contactar a Samsung a fim de perceber quanto da referida percentagem teria sido influenciada pelo mercado português e quais as perspetivas da marca para Portugal em 2020, mas não foi possível obter uma resposta até ao fecho desta edição.

AS FABRICANTES QUE MAIS SMARTPHONES VENDERAM EM PORTUGAL EM 2018 E 2019

	2018		2019		
Fabricante/Marca	Unidades	Quota (%)	Unidade	Quota (%)	Variação anual (%)
Samsung	718.781	26,2	825.056	31,8	14,79
Huawei	790.691	28,8	751.704	28,9	-4,93
Apple	313.652	11,4	323.782	12,5	3,23
TCL	140.713	5,1	143.415	5,5	1,92
Xiaomi	85.516	3,1	119.358	4,6	39,57
Outros	695.038	25,3	434.219	16,7	-37,53
Total	2.744.391	100,0	2.597.534	100,0	-5,35

Fonte: IDC EMEA



Mike Segar/Reuters

RETALHO DE TELECOMUNICAÇÕES

Huawei perdeu trono das vendas para Samsung em Portugal

Consumo de smartphones da Huawei abranda após entrada da empresa na lista negra dos EUA. Xiaomi regista maior variação anual em 2019.

A Huawei já não é a fabricante que mais smartphones vende em Portugal, de acordo com os dados da consultora IDC relativos aos anos de 2018 e 2019, a que o Jornal Económico teve acesso. A empresa chinesa, que nos últimos anos tinha consolidado a sua pegada no mercado português, recuou nas vendas em 2019 e perdeu o lugar cimeiro do *ranking* das marcas que mais smartphones vendem em Portugal para a coreana Samsung.

No último ano (ver tabela), a fabricante chinesa comercializou 751.704 smartphones, recuando 4,93%, enquanto a Samsung colocou nas mãos dos portugueses 825.056 unidades, registando uma subida de 14,79% nas vendas. Consequentemente, a quota de mercado da Samsung passou de 26,2% em 2018, para 31,8% em 2019, ao passo que a Huawei estagnou (de 28,8% em 2018, passou para um *share* de 28,9% em 2019).

Tal como o Jornal Económico noticiou no início deste mês de fevereito, a fabricante criada por Ren Zhengfei em 1987 admitiu "algum abrandamento no consumo" dos seus produtos no último ano. Portugal não foi exceção, segundo contou o *head of sales* da Huawei Portugal, Tiago Flores, num encontro com jornalistas. Mas garantiu que tal não teria afetado as vendas da empresa – o que, no caso do mercado português, os dados da IDC desmentem.

O recuo das vendas de smartphones da Huawei em Portugal estará relacionado com a entrada da fabricante na lista de empresas que o Departamento do Comércio dos Estados Unidos impede de ter relações comerciais com empresas norte-americanas.

Segundo Tiago Flores, o referido abrandamento surgiu, "principalmente, porque as pessoas não sabiam exatamente qual seria o impacto" da entrada da fabricante de telemóveis na chamada 'Entity List'".

A rápida atuação da Huawei junto das lojas terá sido fundamental para que o recuo nas vendas não fosse mais acentuado. Em Portugal, segundo o responsável, a prioridade foi entrar em contacto com as lojas que vendem produtos da marca e informar que "não haveria nenhum impacto para qualquer utilizador de smartphone da marca Huawei", após a entrada da empresa na 'lista negra' norte-americana.

"A nossa primeira grande preocupação foi informar corretamente e, a partir daí, o que fizemos foi esbater as dúvidas. Continuamos a liderar muitos segmentos de mercado", disse.

A adminsitração Trump decidiu colocar a Huawei na "Entity List", em maio de 2019, por acreditar que a empresa tecnológica chinesa representa um risco de cibersegurança para os Estados Unidos. Resultado? As empresas norte-americanas deixaram de transferir tecnologia para a Huawei (mas também de receber) sem uma licença especial de Washington.

A Huawei sempre considerou que a decisão de Trump seria "ilegal e mal orientada" e, por isso, já terá apelado à Comissão Federal de Comunicações dos EUA para que a empresa fosse retirada da "Entity List".

Xiaomi dispara

Além da Huawei ter perdido o título de campeã de vendas em Portugal para a Samsung, os dados da IDC mostram que uma outra marca chinesa se destaca – e muito – entre os portugueses, a Xiaomi. Esta fabricante viu a sua quota de mercado disparar de 3,1% em 2018, para 39,57% em 2019 – a maior variação anual verificada. As vendas da empresa de Pequim pularam das 85.516 unidades vendidas em 2018, para os 119.358 smartphones comercializados no último ano. Em Portugal há um domínio das marcas asiáticas: no *top5* das fabricantes que mais vendem, três são chinesas e uma é da Coreia do Sul. Do lado ocidental do planeta, apenas se destaca a norte-americana Apple. ● *JVR*

No 'top 5' das fabricantes que mais vendem em Portugal, três são chinesas, uma é da Coreia do Sul e outra norte-americana

OS 'GADGETS' MA
DISRUPTIVOS DE 2

Do *gaming* à beleza, há equipamentos tecnológic
na conferência de Las Vegas CES e que poderão
investimentos quer do consumidor mais curioso
do utilizador comum. Há escovas de dentes com
dobráveis, (mais) telemóveis e mini-máquinas qu

MARIANA BANDEIRA E JOÃO TERESO CASIMIRO

COLGATE PLAQLESS PRO

A escova da Colgate venceu o prémio de melhor *gadget* de inovação no CES 2020, porque usa tecnologia para melhorar a maneira como os indivíduos lavam os dentes, adaptando-se a cada um e dando informação em tempo real sobre em que zonas da boca os utilizadores se devem focar. Equipada com vários sensores, a escova requer uma conexão ao smartphone via Bluetooth. Ao passar por cada dente a escova envia informações diretamente ao smartphone: acende uma luz azul para avisar que detetou uma zona de placa bacteriana e uma branca para informar que os dentes estão completamente limpos. Posteriormente, as pessoas consultar a *app* para verem onde falharam e se as áreas escovadas estão realmente limpas. As estimativas do mercado apontam para que comece a ser comercializada este ano com um preço entre os 200 e os 300 euros.

PERSO

É o futuro da beleza no presente. A L'Oréal apresentou este ano o Perso, que o grupo francês garante ser o primeiro dispositivo móvel com Inteligência Artificial relacionado com cosmética e cuidado da pele. O hardware de *beauty tech* cria fórmulas personalizadas de cremes, batons ou bases para cada pessoa a partir de fotografias (tiradas através de uma app) e de dados de localização geográfica que permitem identificar condições externas que possam ter influência na pele. Como se baseia em algoritmos, o equipamento com 6,5 polegadas carateriza-se por se adequar às caraterísticas do utilizador. "Utiliza IA para otimizar as fórmulas e fica mais inteligente à medida que o usas", explicou Guive Balooch, responsável pela incubadora de inovação da empresa, que desenvolveu o produto. O aparelho vai permitir aos clientes criarem um tom de batom peculiar para combinar com roupas que estão a utilizar no momento. A L'Oréal adiantou que em 2021 terá uma marca parceira neste projeto.

WACACO MINIPRESSO

O conceito de máquina de café portátil não é propriamente inovador – na verdade tem, pelo menos, quatro anos – mas o potencial deste produto tem sido destacado neste início de 2020 pelas publicações de tecnologia para o setor automóvel pelo seu "travel size" e "travel design", que deverão conquistar mais fãs de viagens e, naturalmente, de cafeína. A comodidade e conveniência de ter uma bebida quente, tirada no momento, de forma rápida (2 minutos) e sem necessidade de usar energia elétrica parece o ideal para as manhãs difíceis em que o tempo não chega para ligar a cafeteira. A máquina pesa 425 gramas e utiliza pressão de vácuo para preparar o café em pó com água quente (neste caso, é o utilizador que tem de a colocar). Os preços variam entre os 47,90 euros e os 75,90 euros (com diferentes cores disponíveis, como preto, verde e vermelho). A bolsa para guardar a Wacaco tem um custo de cerca de 18 euros.

LENOVO THINKPAD X1 FOLD

Depois dos telemóveis dobráveis é a vez dos tablets. O lançamento do novo tablet da Lenovo marca a introdução dos ecrãs dobráveis neste tipo de dispositivos. Com a possibilidade de tomar várias formas, o Lenovo ThinkPad de 13 polegadas oferece uma versatilidade ímpar, tem três modos de *display* – ecrã completo, ecrã com teclado e duplo ecrã. Destaca-se também a robustez das proteções que o envolvem, com o objetivo de prevenir possíveis acidentes. Vem equipado com o sistema operativo Windows 10 pro, tem 8gb de memória, três portas USB (USB-C Gen 1, USB-C Gen 2, USB-C), um leitor de cartões de memória, bateria com autonomia para 11 horas, câmara fotográfica de 5 megapixéis e também estará preparado para funcionar com a rede 5G. Adicionalmente, permite incorporar um teclado físico, caso o utilizador não queira utilizar o virtual, maximizando o ecrã original desdobrado. A sua comercialização é uma das incógnitas. Segundo informações publicadas pela marca chinesa, o ThinkPad X1 Fold deverá começar a ser comercializado "algures no final de 2020". O preço já foi estabelecido – 2.499 dólares (2,300 euros) – e contempla o fator novidade, uma vez que não existem atualmente no mercado dispositivos semelhantes, neste caso, tablets dobráveis.

BALLIE

É uma mera bola, mas que de bola e de simples tem pouco. A "Ballie", um robô de assistência pessoal, também foi divulgada em primeira mão em Las Vegas em janeiro com a promessa de ser uma companhia personalizada que "entende e apoia" o dono, a sua família e até os seus animais de estimação. Trata-se de um pequeno aparelho (protótipo) com câmaras, sensores e IA que reconhece a pessoa e que o tem em casa, anda atrás dela – algo que, de facto, nos vídeos promocionais parece um pouco sinistro –, "faz" tarefas domésticas (i.e. manda os outros eletrodomésticos inteligentes fazerem as ditas), relembra compromissos da agenda, apoia nas atividades físicas e "toma conta" do cão. Os preços e os detalhes sobre as funcionalidades e a tecnologia por trás deste *home device* não foram divulgados, mas sabe-se que estará disponível em várias cores, entre as quais amarelo, verde e lilás.

STEELSER
STRATUS

A multiplicação de plataformas gaming cria a nec
garanta eficiência e conforto, sem menosprezar a
marca de periféricos Steelseries oferece precisar
especializada em ratos gaming, lança agora o se
Stratus Duo, um comando multiplataforma que já
plataformas mobile. Muitas vezes, o problema co
com a compatibilidade, ou seja, o que funciona p
uma Xbox. Adicionalmente, as drives que têm de
dos problemas e uma dor de cabeça na hora de j
dos inconvenientes antes referidos, e posiciona-s
domínio das consolas. Sem fios, tem autonomia
adaptador que segura o smartphone. Na relação
melhor, especialmente se tivermos em conta o ca
Steelseries. Já está no mercado e tem um custo

IS
2020

os que se destacaram
ser os próximos
pelo digital, quer
Bluetooth, tablets
e produzem batons.

RIES DUO

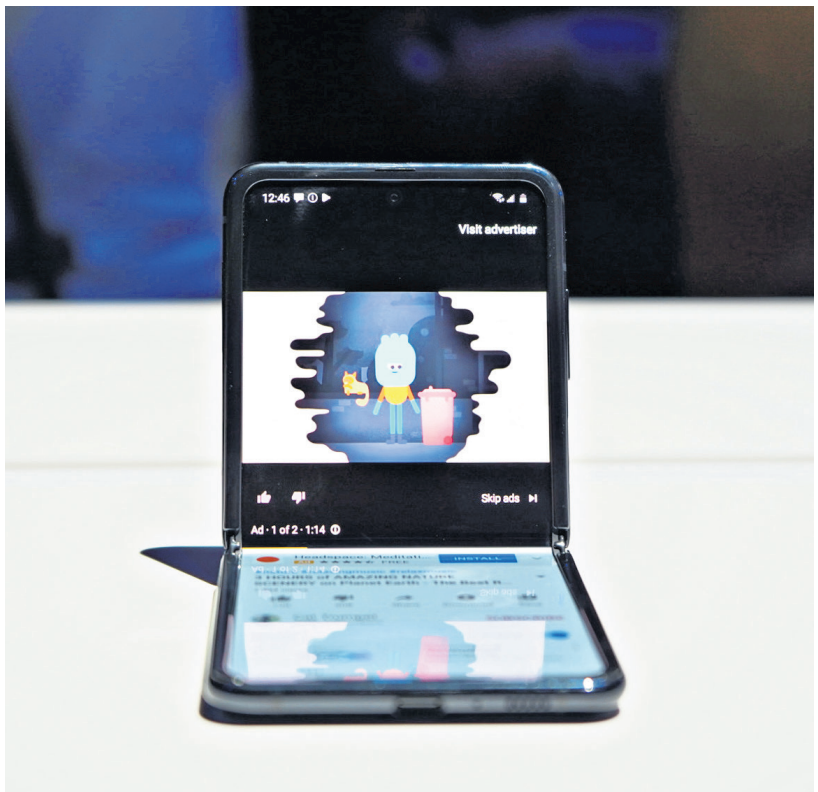
cessidade de ter um comando que
a qualidade de fabrico. A reconhecida
mente isto. Tendencialmente
u mais recente produto, o Steelseries
inclui a compatibilidade com as
m este tipo de dispositivos prende-se
ara uma Playstation não funciona para
ser instaladas são muitas vezes o maior
jogar. O Stratus Duo não tem nenhum
se como o principal comando fora do
para mais de 20 horas e encaixe para o
qualidade/preço é muito difícil encontrar
arimbo de qualidade conferido pela
de 55 euros.

SIDE POCKET WIRELESS

Nos dias que correm, moda e tecnologia andam de mãos dadas. São vários os exemplos em que a própria funcionalidade de determinado dispositivo não chega, ou seja, há que saber combinar funções e conceitos. A Side Pocket Wireless (SPW) ambiciona assim combinar moda e tecnologia de carregamento de telemóveis. Por vezes, recorrer a uma powerbank para recarregar a bateria do telemóvel é um simples ato estático, com esta bolsa de cintura – equipada com uma powerbank de 13.400 amperes, consegue carregar (várias vezes) qualquer smartphone via wireless. Foi apresentada numa das maiores convenções mundiais de tecnologia, a Consumer Eletronic Show (CES), em janeiro deste ano, e confirmou-se como um caso de sucesso. Um dos maiores desafios do desenvolvimento tecnológico é criar dispositivos que consigam ser eficazes e, de preferência, não muito caros. A Ampere é tudo isto com o seu Side Pocket Wireless, que promete revolucionar a maneira como as pessoas utilizam os seus dispositivos móveis, sem problemas de bateria. Ideal para idas à praia, viagens ou turismo no geral. Já está disponível no mercado e tem um custo de 120 dólares (110 euros), mas pode adquirir só a bolsa (46 euros) ou apenas a powerbank (73 euros).

SONOS ONE

Com a popularização da tecnologia inteligente e, neste caso, o recurso aos comandos por voz, a nova coluna apresentada pela Sonos incorpora o que de melhor há no mercado, com a qualidade a que nos habituou a fabricante americana. Vem equipada com o assistente virtual da Amazon – Alexa –, para oferecer uma experiência intuitiva, sem fios e de alta qualidade auditiva. Também pode ser controlada através da aplicação no smartphone, para situações em que não seja possível especificar determinados pormenores, como por exemplo, a escala de volume que vai de um a dez, o que pode tornar difícil a personalização do "volume ideal" pretendido, mas recorrendo à aplicação é possível personalizar mais detalhadamente este e outros aspetos. Foi desenhada para espaços fechados, com uma acústica singular, e possui um design minimalista. Está preparada para funcionar exclusivamente através da tecnologia wireless, podendo, em alternativa, ligar-se um cabo de rede localizado na parte traseira do dispositivo. Não sendo uma coluna portátil, é um dos melhores produtos deste género para ter em casa, quer seja para ver filmes, praticar meditação ou o simples "ouvir música". Comparativamente aos seus produtos concorrentes, colunas de casa, tem um custo alinhado com o mercado, 191 euros.



Z FLIP

O novo telemóvel dobrável da Samsung chega a Portugal esta sexta-feira, 21 de fevereiro, e custa 1.529,90 euros, nas cores mirror purple e mirror black. Inesperadamente, a multinacional sul-coreana havia divulgado, em antecipação, um vídeo promocional deste equipamento durante o intervalo da cerimónia dos Óscares, no Dolby Theater. O smartphone é o primeiro com uma tela de vidro que se dobra (ao contrário do Fold, que era de plástico) e pode ser utilizado a 90 graus. "O Fold foi mais do que um equipamento, foi uma mudança. Agora damos outro passo. Os smartphones fazem parte da nossa vida quotidiana, mas este não é um qualquer", referiu Rebecca Hirst, diretora de Marketing da Samsung Reino Unido. A empresa divulgou-o oficialmente no evento "Unpacked", que decorreu em Londres e em São Francisco, explicando que não é necessário abri-lo para ver as notificações ou tirar selfies e que dará aos clientes acesso ao YouTube Premium, por exemplo.

OURCAM READ

No mundo da "literatura tecnológica", destacamos este dispositivo portátil que visa auxiliar pessoas com dificuldades na leitura causadas por patologias como a dislexia, por exemplo. O utilizador deve apontar o gadget para o livro/documento que pretende e carregar num botão. Depois, o aparelho encarregar-se-á de enviar um raio laser para destacar o texto escolhido (impresso ou em PDF) e de começar a ler a página ou esse excerto em voz alta. A OurCam Read – cujo preço ronda os 1.500 dólares – poderá ser uma boa surpresa no mercado, sobretudo porque a israelita OrCam Technologies, responsável pelo desenvolvimento do produto, não é nova nestas andanças de soluções para cidadãos com deficiências ou incapacidades. Deverá chegar aos Estados Unidos em breve, para depois 'voar' para a Alemanha e Japão.

TRANSFORMAÇÃO É PALAVRA DE ORDEM NO RETALHO TELCO

O mercado das telecomunicações português abraça este ano a quinta geração das redes móveis. A nova vaga tecnológica coloca desafios à indústria, com os departamentos de retalho de smartphones e aparelhos acessórios a ter de fazer corresponder a sua oferta à procura dos consumidores. O impacto do 5G e os hábitos de consumo dos portugueses são pontos a relacionar e a explorar para os principais 'players' nacionais.

1 O QUE PROCURAM OS CONSUMIDORES?

2 QUAIS SERÃO AS TENDÊNCIAS EM 2020?

3 O QUE VAI MUDAR NO RETALHO DE TELECOMUNICAÇÕES COM O 5G?

JOÃO EPIFÂNIO
Chief Sales Officer/B2C da Altice Portugal

ASSISTENTES DE VOZ EM PORTUGUÊS

1. Os smartphones continuam a estar no *top* de preferências dos portugueses, sendo um dos gadgets mais procurados no mercado, resultado das permanentes evoluções que as marcas têm introduzido nos modelos mais recentes. Por outro lado, os *wearables* [acessórios conectáveis] têm vindo a ganhar muita relevância e uma procura cada vez maior, como por exemplo os *smartwatches*, *smartbands*, *earpods*, acessórios de música (colunas ou headphones), entre outros. Para a Meo, marca da Altice Portugal, é fundamental manter-se atualizada em termos de oferta de modo a garantir que os seus clientes têm acesso aos melhores e mais modernos equipamentos e tecnologias.

2. O ano de 2020 é importante na indústria. Por isso mesmo, é preocupação da Altice Portugal manter a diversificação da oferta, apostando em ter no seu portfólio inovações como os smartphones dobráveis, que conta com cada vez mais fabricantes a apostar neste novo formato, e cada vez mais variedade nos *wearables*, com aumento na oferta de *smartwatches*, *smartbands* e *earpods*, entre outros. É também esperado para este ano o lançamento de novas consolas de *gaming* (Sony e Microsoft), uma modalidade que conta com o apoio da Altice Portugal desde a primeira hora, através da sua marca Moche. Por último, mas não menos relevante, vamos assistir à chegada e dos assistentes de voz em português. No entanto, o maior desafio de 2020 está reservado ao 5G onde a Altice Portugal se tem posicionado como líder inequívoco, não só através do investimento em infraestrutura de fibra ótica, mas também com a realização de inúmeros testes e demos de soluções e de rede.

3. O 5G promete velocidades muito superiores, menos latência e maior densidade permitindo que cada vez mais equipamentos se liguem entre si. Assim, vamos assistir por um lado ao lançamento de smartphones e *routers* de nova geração e por outro ao crescimento dos *devices* conectados, à medida que vão surgindo novos ecossistemas possibilitados por esta tecnologia, em áreas tão diferentes como a saúde e a agricultura. A Altice Portugal, através das suas várias marcas, tem já soluções concretas em algumas destas áreas como seja soluções de IoT [Internet das Coisas] como sistemas de recolha de lixo otimizados, ou telemetria da água, ligados a *devices*.

DANIEL BEATO
Diretor de Marketing Particulares da NOS

POPULARIZAÇÃO DE SMARTWATCHES OU SMARTBANDS

1. Enquanto operador de telecomunicações e retalhista sentimos que os consumidores são cada vez mais exigentes com o processo de compra (comodidade é fator crítico), com as opções onde comprar e receber os produtos e a utilização dos mesmos. Com a importância crescente que os smartphones e outros equipamentos têm nas suas vidas, os utilizadores procuram essencialmente produtos que lhes garantam resposta às exigências de consumo e processamento de informação, o que se traduz num crescimento acentuado das vendas das gamas média/alta em detrimento dos produtos mais acessíveis. Num mercado cada vez mais indiferenciado não chega ter os melhores produtos. Os clientes avaliam o portfólio disponibilizado e a respetiva competitividade de preço. A existência de seguro contra danos, de acessórios de proteção, de um serviço de pós venda credível ou a flexibilidade da compra a prestações sem juros são algumas variáveis fundamentais para a decisão de compra final. Ciente desta realidade, a NOS acompanha esta tendência e tem criado propostas de valor integradas como, por exemplo, o lançamento dos seguros de proteção de equipamentos em 2019.

2. O ano de 2020 ficará seguramente marcado pelo lançamento do 5G. Esta nova geração móvel vai criar um vasto número de oportunidades para abordar desafios sociais, ambientais e da vida de cada um de nós. A velocidade, a latência e o aumento de capacidade de *devices* conectados vão dar lugar a grandes evoluções no IoT e na forma como vivemos e nos ligamos uns aos outros. O 5G é uma aposta clara da NOS - pretendemos liderar este movimento, contribuindo para a introdução de inovação disruptiva no mercado e de crescente excelência de serviço. O ano de 2020 ficará ainda marcado pela introdução de equipamentos com ecrãs dobráveis, pelo alargamento do eSIM (em que a NOS foi pioneira em Portugal), por tempos de refrescamento de ecrã consideravelmente mais rápidos – fundamental para *gaming* – e pela popularização de outros equipamentos conectados como *smartwatches* ou *smartbands*.

3. O 5G vai ter um grande impacto em todo o tecido económico e o retalho, seguramente não será exceção. Em agosto a NOS disponibilizou o primeiro smartphone em Portugal com suporte para 5G e lançou recentemente mais dois novos telemóveis *flagships* da Samsung com acesso à tecnologia 5G. Até ao final do ano, a NOS continuará a lançar equipamentos 5G em *price points* cada vez mais acessíveis permitindo o início da democratização deste tipo de smartphones. Na qualidade de operador e de retalhista, a NOS tem, naturalmente, um papel e até uma responsabilidade acrescida em democratizar o acesso ao 5G, não só através da implementação da rede mas também no acesso à tecnologia, aos vários equipamentos e no lançamento de novos serviços. Este papel da NOS é absolutamente critico para o ritmo do impacto positivo do 5G na vida dos portugueses. A médio prazo, introduziremos novos equipamentos conectados que vão "enriquecer" a vida aos seus utilizadores, tornando-a mais interativa e digital. Tecnologias como a realidade aumentada, realidade virtual e projeção holográfica vão ser exponenciadas por uma rede atualmente já preparada para o 5G que permitirá suportar utilizações mais exigentes em cenários de total mobilidade.

ANTÓNIO MARGATO
Diretor de Marketing para o Consumo da Vodafone Portugal

MAIS PRODUTOS LIGADOS À INTERNET DAS COISAS

1. Hoje os consumidores têm acesso a muito mais informação e são cada vez mais exigentes na qualidade dos produtos e serviços. Isso obriga as marcas a reinventarem-se, procurando não só inovar, mas sobretudo antecipar as necessidades dos clientes. A par disso, o perfil '*always on*' dos consumidores atuais torna-os mais atentos às tendências dos mercados internacionais e,

sobretudo no segmento mais jovem, preocupam-se cada vez mais com a sustentabilidade dos produtos que adquirem.

2. Produtos e serviços com interação por voz recorrendo a assistentes de voz virtual – que tanto controlam a TV, falam do tempo, marcam mesa num restaurante ou, até, contam uma anedota – é uma das grandes tendências deste ano. Uma realidade já em vários mercados através de colunas inteligentes, mas que tarda a chegar a Portugal por causa da falta de suporte da língua portuguesa (excluindo aqui o português do Brasil). Outra das tendências é o crescimento de produtos IoT, uma realidade cada vez mais presente nas nossas vidas, seja através da casa cada vez mais inteligente e conectada (com lâmpadas, termóstatos, estores, frigoríficos, etc., ligados à rede), no carro (onde já não vivemos sem o uso de apps que nos dão dados de tráfego em tempo real e alertas colaborativos para otimizar rotas de viagem) ou outros acessórios como *smartwatches* e *trackers* de localização (para não se perder o rasto a malas, bicicleta, motas ou automóveis) e de atividade física. E esta conectividade será ainda mais potenciada pela nova tecnologia eSIM, que permitirá, por exemplo, praticar desporto sem necessidade de transportar um telemóvel. Nos smartphones a tendência é o aumento do número de câmaras fotográficas e com maior resolução, com a grande novidade dos ecrãs dobráveis que irão permitir maior versatilidade. Também em 2020 é expectável um aumento da oferta e do consumo de serviços de vídeo/streaming, tanto em casa como em mobilidade, com mais *players* a operar em Portugal (Netflix, HBO Portugal, Disney+, Apple TV+, etc.).

3. O 5G será a tecnologia que irá permitir a massificação de dispositivos ligados e de serviços que exigirão da rede velocidades mais altas e tempos de resposta instantâneos (latências baixas). Estas características vão potenciar ainda o aparecimento de novos serviços cada vez mais interativos e imersivos, nomeadamente de realidade aumentada e realidade virtual, criando nos consumidores a necessidade de subscreverem tarifários de dados *worry free*, de forma a usufruírem de todos estes dispositivos e serviços sem preocupações. O 5G vai permitir ainda a explosão de sensores ligados diretamente à rede móvel, ligando tudo a todos e todos a tudo. Nos automóveis, por exemplo, vai permitir a comunicações diretas entre veículos, semáforos e pedestres, evoluindo até soluções de condução assistida e autónoma.

PEDRO BREHM
Presidente Executivo & CEO da Phone House

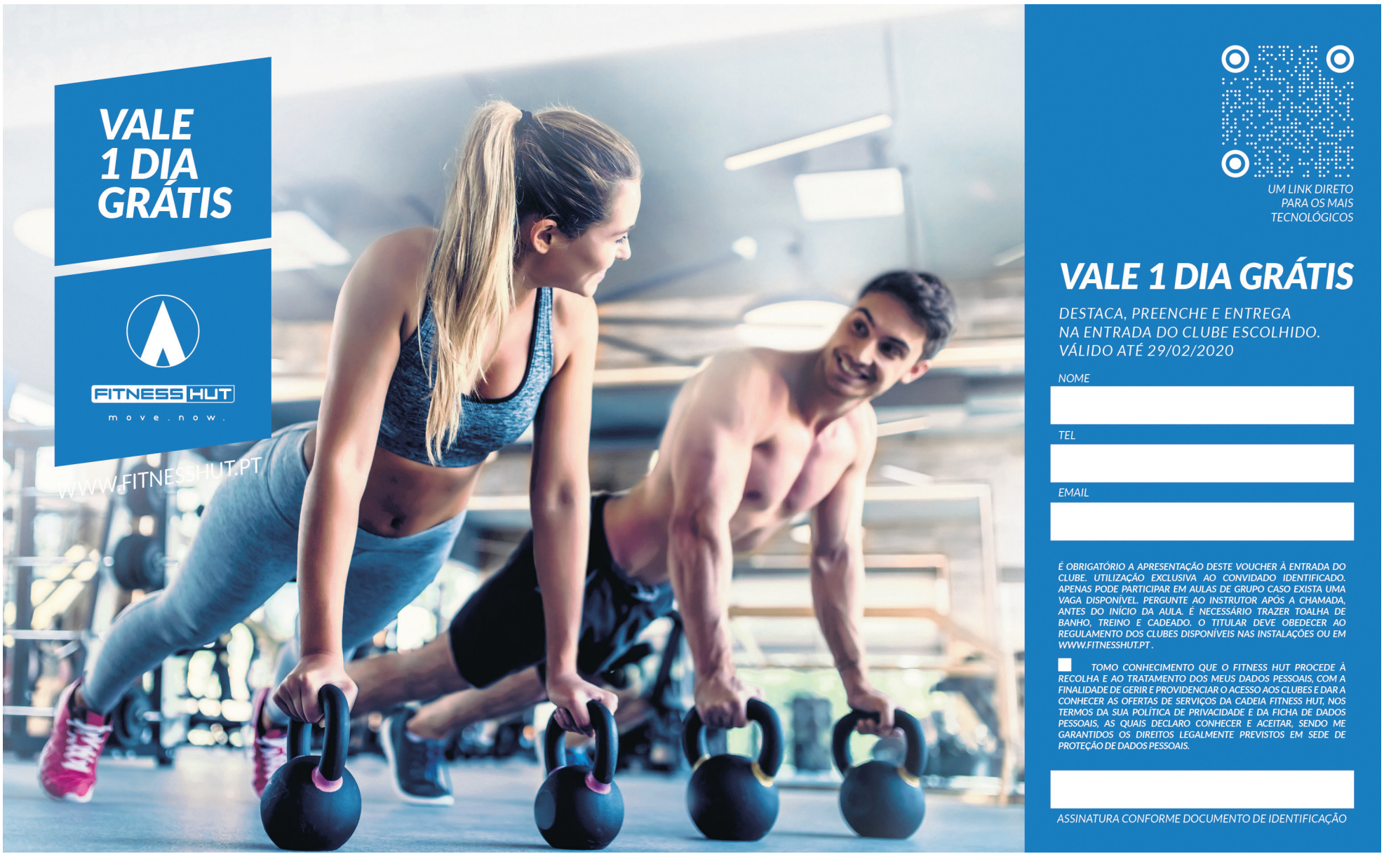
E-COMMERCE VAI MUDAR COM IA

1. É curioso verificar uma evolução do perfil dos consumidores, os quais estão mais informados e exigentes. Se até há cinco ou seis anos parecia evidente que o *e-commerce* iria sobrepor-se ao comércio mais tradicional, hoje tal não se verifica. Mesmo com a crescente utilização dos canais digitais e respetiva reputação. Vemos, antes, uma realidade *omnichannel* que entronca em duas premissas: no online a pesquisa quanto às características do produto, bem como as opiniões de outros consumidores; e o lado mais humano e especialista da loja física, que, afinal, não deixou de ser fundamental na hora de efetuar uma compra. Em suma, estamos a falar de um mundo digital que ganha relevo, numa integração perfeita com as lojas físicas. Verificamos, por experiência própria, os excelentes resultados da implementação de uma estratégia *omnichannel*, através da qual é possível comprar um equipamento no site e escolher a loja física onde levantá-lo. E se este estiver esgotado em determinado espaço, é possível verificar onde se encontra disponível e solicitar o seu envio de acordo com a disponibilidade do cliente. Com esta transformação espera-se que o consumidor usufrua de uma experiência diferenciadora e global, que o deixe amplamente satisfeito e disposto a voltar.

2. Se o mercado acha que os últimos anos foram tremendos quanto à evolução de todo o setor das telecomunicações, então 2020 marcará a entrada numa nova dimensão.
No que concerne aos *players* que se encontram no mercado português, claro que vamos assistir a novidades em termos de equipamentos, com natural pressão nos preços. E um negócio mais diversificado implicará estratégias diferenciadoras, onde a experiência ocupa lugar de primeira grandeza. No ponto de vista tecnológico, sem dúvida que "A" tendência que abrirá novos horizontes é o 5G, com implicações, por exemplo, na realidade aumentada, e em tudo o que de incrível esta proporciona. Mas não só. A IoT encontra agora espaço para atingir uma outra dimensão: atente-se, pois, ao desenvolvimento de soluções para as *smart cities*. Também a utilização dos motores de inteligência e a inteligência artificial (IA) terão maior preponderância. Uma palavra, por fim, para o *e-commerce*, tecnologia que utiliza a IA com o objetivo de automatizar o comércio eletrónico. Tal visa aprofundar a perceção do comportamento do consumidor e possibilitará a adoção de estratégias personalizadas mais direcionadas a cada caso. Estejam atentos a esta tendência, que veio para ficar e vai revolucionar o comércio global.

3. Na área das telecomunicações vamos assistir uma evolução dramática. Inevitavelmente, os smartphones, todos, mais tarde ou mais cedo terão esta tecnologia, embora a implementação ou acessibilidade ao 5G não seja imediata, acontecerá de forma gradual. Os índices de latência ou velocidade de rede são incalculáveis. Imagine que tem a oportunidade de conduzir um carro cem vezes mais rápido! É um mundo e uma tecnologia sem igual. Para as empresas que trabalham neste setor, em especial, no comércio de dispositivos de telecomunicações, vão surgir oportunidades que não se cingirão ao hardware. Como tal, na oferta de serviços o setor terá que se adaptar aos desafios que se colocarão e encontrar a melhor forma de satisfazer os consumidores.

PUB



PUB

FÓRUM BANCA 2020

PROGRAMA

09h00 **Receção dos convidados**

09h30 **Nota de boas vindas**
António Brochado Correia – Presidente, PwC
Filipe Alves – Diretor, O Jornal Económico

09h45 **Fernando Faria de Oliveira** – Presidente, Associação Portuguesa de Bancos

10h05 **REFLEXÃO SOBRE OS ATUAIS (E FUTUROS) DRIVERS DE RENTABILIDADE NA BANCA**
Luis Barbosa – Partner, PwC

10h25 **Coffee-break**

10h40 **Mesa redonda**
O CAMINHO PARA A RENTABILIDADE:
O NOVO PARADIGMA DE RELAÇÃO COM O CLIENTE BANCÁRIO E AS NOVAS EXIGÊNCIAS COLOCADAS SOBRE O COLABORADOR BANCÁRIO (UPSKILLING OU RESKILLING?)
Darshan Chandarana – PwC UK
Sarah Passmore – PwC UK
Moderação: **Shrikesh Laxmidas,** Diretor Adjunto, O Jornal Económico

11h40 **Mesa redonda**
O ESTADO DA NAÇÃO: BALANÇO E DESAFIOS
Paulo Macedo – CEO, CGD
Miguel Maya – CEO, Millennium BCP
António Ramalho – CEO, Novo Banco
Pablo Forero – CEO, BPI
Licínio Pina – Presidente do Conselho de Administração Executivo, Crédito Agrícola
Moderação: **Filipe Alves,** Diretor, O Jornal Económico

12h40 **Encerramento**

forumbanca2020@jornaleconomico.pt
21 765 53 07 e 21 765 53 38
www.jornaleconomico.sapo.pt/conferencias

O Jornal Económico

5 março
FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN, AUDITÓRIO 2
LISBOA

pwc