



Os novos operadores criaram modelos de negócio ágeis, para tornar o telefone acessível a estratos mais e mais pobres

A Europa tem muito a aprender com a Índia...

Ao ver os preços subirem constantemente e quase nunca descerem, um cidadão pergunta-se se as empresas e os reguladores não deveriam ser mais criativos para encontrar outras vias que não a de lançar mais carga sobre o cliente depauperado.

Quando há semanas regressava de Goa a Mumbai [Bombaim] no voo mais económico (os tempos não dão para mais) da Air India, para daí vir até Lisboa, esperava-me uma surpresa no aeroporto de Dabolim: no *check-in* às 14h30, para o voo das 16h30, perguntam-me se não quero ir no voo que sairia daí por 20 minutos. Quase nunca na Europa permitem uma mudança assim “porque o bilhete não permite”; apesar dos habituais atrasos, tudo está feito para sempre prejudicar o cliente! Aceitei agradecido.

Em Mumbai fiz algumas chamadas telefónicas de uma rede fixa, do próprio aeroporto: seis para Goa e dois para telemóveis de Mumbai. Falei com tranquilidade e pedi a conta. Pasmado, ouvi 15 rupias; pedi para repetir, para me certificar. Sim, era isso, 0,25€ por todas as oito chamadas.

Muitas vezes tinha insistido, nas conferências sobre a Índia, que o “desenvolvimento inclusivo” era um esforço real, citando o “caso” do telefone. Mas não o tinha consciencializado tão vivamente. Referindo-se a Maio de 2011: há na Índia 35 milhões de linhas de rede fixa e, espante-se, 820 milhões de linhas de rede móvel!

Como era antes? Em 1991 - ano da mudança do modelo económico, imposto pelo FMI, para um “modelo de livre iniciativa” - haveria cerca de 5 milhões de linhas fixas. Com a liberalização do sector em 1995 apareceram operadores de categoria - além dos inoperantes incumbentes estatais -, que imprimiram forte dinamismo ao sector. Os antigos empresários, a viverem de favores dos governantes, viram-se ultrapassados e poucos sobreviveram, só os que acerta-



Eugénio Viassa Monteiro

Há na Índia 35 milhões de linhas de rede fixa e, espante-se, 820 milhões de linhas de rede móvel



NOAH SELAM/AFP

ram o passo. E o sector cresceu fulgurantemente.

Os novos operadores criaram modelos de negócio ágeis, na mira de reduzir custos, passando as economias para o cliente, para tornar o telefone acessível a estratos mais e mais pobres. Ao venderem mais aparelhos, os seus preços caíram, sendo adquiridos por muitos mais ainda. Os custos de exploração reduziram-se drasticamente, pois havia mais utilizadores e processos de negócio inteligentes: centrando-se no nuclear, externalizando tudo mais para os mais habilitados; estabelecendo colaborações com os concorrentes, nas áreas de interesse comum, para reduzir custos.

E há a TRAI-Telecom Regulatory Authority of India, com a missão de “assegurar que os interesses dos consumidores estão protegidos e ao mesmo tempo criar condições para o crescimento das telecomunicações (...), de modo a capacitar a Índia para um papel de liderança na sociedade de informação”. Esta é actuante; mas mais são os operadores privados. Cedo descobriram que tor-

nar a comunicação acessível a todos era a melhor forma de obterem maiores lucros, ainda que ganhando muito menos de cada cliente. E, regra geral, o cidadão “conectado” aumenta, por isso, os seus rendimentos.

Os norte-americanos vão aprender com quem sabe: a IBM, com uma força de trabalho de 400.000, tem 160.000 na Índia! Porquê tantos? É que os grandes das tecnologias de informação da Índia são demasiado bons! Um deles, a TCS-Tata Consultancy Services, só no último ano acrescentou 70.000, totalizando 225.000 (número próximo do da IBM).

A “inovação frugal”, que leva a reprojectar aparelhos, com inovações locais, torna-os mais robustos, fiáveis e económicos. A General Electric fala da *‘reverse innovation’* tendente a aperfeiçoar e produzir aparelhagem de diagnóstico a baixo custo e melhores prestações, na Índia, para vender nos EUA. E há mais sectores onde a Índia dá cartas. *Professor da AESE e autor do Livro O Despertar da Índia*