

Brasil atrai investimento da Orange para AL

Heloisa Magalhães

A francesa Orange Business Services, braço prestador de serviços corporativos de infraestrutura de telecomunicações da France Telecom, decidiu aumentar em dez vezes a capacidade de sua rede na América Latina. A estratégia de investimentos da companhia é definida a partir do levantamento de quais países apresentam maior número de multinacionais crescendo no mercado externo. O fato de o Brasil aparecer com destaque na região chamou a atenção da direção da companhia, que decidiu fazer o aporte de recursos, diz o principal executivo da Orange, Vivek Badrinath.

O executivo veio ao Brasil, semana passada, para apresentar aos clientes os planos de crescimento da companhia e visitar o centro de distribuição da Orange, em Petrópolis. A unidade, na cidade serrana fluminense, é uma das quatro que interligam sua rede mundial. As demais estão na Índia (Nova Délhi), Egito (Cairo) e Ilhas Maurício.

Badrinath, 42 anos, com pais indianos radicados na França, é também vice-presidente da área corporativa da France Telecom. Ele lembra que os Estados Unidos, independentemente do momento econômico, sempre aparecem como o maior mercado do mundo para um prestador de serviços de telecomunicações. A Orange está lá, atenta, diz ele, mas reconhece que não é fácil a concorrência com dois gigantes americanos disputando o mesmo mercado, a Verizon e a AT&T.

Na Europa, a grande concorrente é a British Telecom. A Orange identifica maiores oportunidades de crescimento, além da França, onde é líder, na Suíça, país forte em exportações, assim como a Alemanha. Os dois mercados se destacam na liderança por demanda de serviços de telecomunicações.

As multinacionais de Cingapura, em Hong Kong, são conhecidas pela grande presença no mercado internacional. A China continental é outro indiscutível gigante. Mas, de acordo com Badrinath, a operadora China Telecom ainda não se voltou de forma expressiva para a oferta de redes de cobertura internacional na mesma proporção que suas multinacionais dos setores eletrônico, de telecomunicações, transportadoras e construtoras que estão no exterior. Por isso, o bloco se tornou um mercado-alvo.

O executivo lembra que os países africanos também estão em uma nova era, recebendo muitas multinacionais, o que favorece a France Telecom, uma empresa com cem anos que está naquele continente há muito tempo, devido às colônias. Para a Orange, esse mercado tem grande potencial de expansão, pois várias multinacionais de diferentes países são prestadoras de serviços na África.

A Orange tem equipe própria em 130 países, sendo que na América Latina 31 deles contam com 122 pontos de presença. São 440 clientes corporativos na região, desde empresas de mineração e siderurgia, até a Daimler Benz, Souza Cruz, WEG, Carrefour e o banco Santander. "Estamos operando serviços de tecnologia da informação no processo de fusão com o Banco Real", diz Mauro Cruzeiro, vice-presidente de operações da Orange para América Latina.

Com faturamento mundial de €7,2 bilhões, cerca de 5% correspondem às atividades no Brasil. "Pode parecer pouco, mas não é e estamos apostando em crescimento rápido. Enquanto o faturamento na América Latina cresceu 9% durante 2011, o Brasil respondeu por um crescimento entre 10% e 11%, diz Badrinath.

A subsidiária brasileira conta com 650 empregados, sendo que cerca de 300 estão em Petrópolis, no centro inaugurado há dois anos. Cerca de 60% deles são engenheiros. Para capacitar mão-de obra, a Orange mantém parceira com a Universidade Católica de Petrópolis, que passou a incluir espanhol no currículo, já que os técnicos do centro atendem as empresas dos países latino-americanos. Outro parceiro é o Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC), vinculado ao Ministério da Ciência e Tecnologia, onde são realizadas pesquisas e oferecidos cursos de formação em nível de pós-graduação.

Os executivos não informam o valor do investimento que será realizado, nem a potência dos novos equipamentos que serão alocados para o centro de Petrópolis. A implantação deve começar em outubro no Brasil e Chile, estendendo-se depois para Argentina, Peru e Panamá. A rede vai aumentar a capacidade da banda larga, permitindo maior tráfego de serviços de vídeo, como tele presença videoconferência que permite aos participantes remotos a percepção de estarem no mesmo ambiente.

O novo anel viabiliza a comunicação por meio de fibras ópticas submarinas, interligando Estados Unidos, Brasil, Peru e Panamá.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 29 ago. 2011, Empresas, p. B2.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.