



Portugal Telecom



www.telecom.pt

Aproximar pessoas, melhorar vidas e superar expectativas são os princípios que definem a PT como um Grupo para o Futuro. A contínua aposta na inovação e qualidade permitem disponibilizar soluções pioneiras e de valor acrescentado a clientes distribuídos por vários pontos do mundo. A PT intervém activamente na educação, ambiente, cultura e desporto, assumindo diariamente o seu compromisso com a sociedade.

Produtos e Valores da Marca

Inovação e pioneirismo são sinónimos da marca PT. A Portugal Telecom é uma empresa comprometida com a excelência e com a satisfação do cliente fornecendo serviços de reconhecido valor ao nível do negócio fixo, móvel, multimédia, dados e empresarial. A actividade do Grupo abrange todos os segmentos do sector das telecomunicações e detém várias marcas líderes no mercado. O percurso da empresa acompanha de perto a evolução das comunicações em Portugal apresentando, de forma continuada, produtos e serviços que respondem às necessidades dos clientes e que superam expectativas. Além de contribuir para o desenvolvimento da Sociedade de Informação e Conhecimento, e do próprio país, a PT cria soluções para minorar as dificuldades de cidadãos com necessidades especiais, diminuir barreiras e combater a info-exclusão.

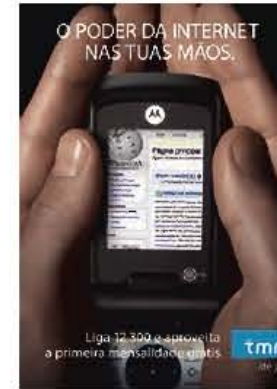
Através da adopção das melhores práticas, qualidade e profissionalismo, e consciente do impacto da sua actuação na economia e comunidade, a PT prossegue uma gestão de responsabilidade empresarial e social procurando alcançar elevados níveis de integridade, governança e sustentabilidade. A PT é um Grupo de referência em Portugal

que coloca os clientes e os cidadãos no centro da sua actividade com o intuito de fazer mais e melhor e prestar o melhor serviço.

Inovação e Comunicação

Para que os clientes não deixem nada por dizer, a PT Comunicações (PTC) lançou chamadas grátis na rede PT à noite, com carácter permanente. Um lançamento que foi ao encontro das necessidades de mercado. Para dar a conhecer esta oferta, os Gato Fedorento deram vida ao lema "Chamadas Grátis à noite para todos e para sempre". Os Gato Fedorento têm sido veículo de comunicação da PTC, tendo contribuído para a elevada notoriedade da empresa. Em 2007, a PTC obteve o 1º lugar do Top Ten das marcas mais recordadas do mercado total e a campanha de comunicação da marca recebeu vários prémios, dos quais: 1º Lugar do sector de Telecomunicações

nos Prémios de Eficácia da APAN; Prémio Prata para Melhor Campanha TV e Prémio Bronze para Melhor Filme TV no 9º Festival do Clube de Criativos de Portugal. O Meo foi um dos lançamentos em destaque no ano de 2007. A televisão da PTC possui funcionalidades inovadoras e transporta o controlo dos conteúdos televisivos para a mão do utilizador. Um novo conceito de interacção com a TV que se distingue pela inovação, conveniência, qualidade e simplicidade. 2007 foi um ano de actividade intensa para a tmn, culminando com a celebração dos seis milhões de clientes. De salientar o lançamento da Internetnotelmóvel, um serviço pioneiro para navegar na internet, com uma experiência muito semelhante à de um PC. Consciente da importância da internet no desenvolvimento da sociedade, empenhou-se no programa e-escola e disponibilizou banda larga móvel e um PC portátil por apenas 150 euros. Segundo o estudo de Recordação de Publicidade Genérica, da Marktest, as marcas PT e TMN ocuparam o primeiro e segundo lugares da tabela em 2007, superando as marcas internacionais que, nos últimos anos, ocupavam o primeiro lugar.



novidades. Para assinalar o 12º aniversário, o portal comprometeu-se a lançar uma novidade de 15 em 15 dias superando as expectativas dos internautas portugueses. Para proporcionar uma experiência semelhante à navegação no portal, foi anunciado o SAPO Mobile: um serviço para aceder aos conteúdos do portal Sapo através do telemóvel.

Mercado

O Grupo PT é um operador global de telecomunicações, líder nacional nos sectores em que actua. Além de ser uma referência no mercado nacional, é um caso de sucesso internacional registando participações nos continentes europeu, americano, asiático e africano. O Brasil representa um dos grandes investimentos do Grupo participando naquela que é considerada a maior empresa de comunicações móveis da América do Sul: a Vivo. No seguimento de uma estratégia internacional criadora de valor, a PT investiu na plataforma GSM no mercado brasileiro, em 2006, ano em que adquiriu

1995

Nasce o portal SAPO (Servidor de Apontadores Portugueses) na Universidade de Aveiro, tomando-se no maior portal português.

1995

A TMN é o primeiro operador, a nível mundial, a lançar um cartão pré-pago - Mimo - garantindo a democratização do telemóvel e fidelização de milhões de clientes.

1999

Conclusão do processo de digitalização da comutação, no mês de Outubro, que tinha tido início em 1987.

2005

A PT foi a primeira empresa portuguesa a disponibilizar a Factura Electrónica com validade legal, conferida através da certificação de assinatura digital.

2006

A cobertura de Banda Larga chegou a todo o território nacional. O Grupo PT anunciou a activação das últimas centrais.

2007

No final do primeiro semestre, a PT anunciou o lançamento progressivo do Meo.

reconheceram o Sapo como a marca de confiança na Categoria de Internet. O Sapo ADSL lançou, em 2007, várias promoções para desmistificar o preço como barreira de acesso à internet: "Nunca foi tão barato navegar em grande"; "Queres ter net à borla? Borla aí!"; e "Neste regresso às aulas todos recebem o mesmo". A campanha de Natal publicitada em conjunto com a promoção da PTC alcançou elevados índices de recordação. Com o lançamento do SAPO Internet Móvel, o Sapo passou a proporcionar a Banda Larga com total mobilidade.

O maior portal português de internet celebrou 12 anos de liderança, inovação tecnológica e aposta na comunidade. 2007 foi marcado pela nova "homepage" do portal Sapo e o lançamento do SAPO Local, mas sobretudo por um ritmo acelerado de

Factos que desconhece

O Portal SAPO recebe a visita de mais de 900 mil pessoas por dia e são vistas 15 milhões de páginas diariamente.

Os números informativos 118 e 1820 recebem 100 mil chamadas por dia, 34 milhões por ano e o tempo médio de chamada é de 1 minuto a 18 segundos.

A PT investe por ano, em Portugal, cerca de 600 milhões de euros nas suas redes de telecomunicações.

No início de 2007, o serviço Case T da TMN registava mais de 100 mil clientes.

No fim do 3º trimestre de 2007, a PT tinha adicionado mais de 6 mil clientes ao serviço Meo.

uma participação de controlo no operador incumbente da Namíbia. Em Agosto de 2007, anunciou a parceria com a Helios Investment Partners, "private equity" de referência em África Subsariana, um passo fundamental na estratégia de expansão no mercado africano.

Vantagens Competitivas e Desenvolvimentos Futuros

A convergência de serviços e redes, o investimento em mercados emergentes e o lançamento do portal Sapo nos Países Oficiais de Língua Portuguesa são alguns dos desafios PT. Num mercado extremamente competitivo e em constante evolução, o Grupo PT detém a experiência e "know-how" necessários para fornecer serviços pioneiros e os mais competitivos do mercado. O desenvolvimento e oferta de soluções nas diferentes áreas de negócio possibilitam a criação de sinergias e de importantes ganhos de escala. O compromisso PT com a investigação, desenvolvimento e busca de novos talentos, aliados ao motor da actividade do Grupo - a inovação - permitem oferecer produtos únicos e ir ao encontro das necessidades dos clientes e da sociedade em geral porque "Inovar, Mudar e Melhorar: é a nossa tradição".