

Roteiro de Apresentação: A História da ASUS

Tempo Estimado: 15 a 16 Minutos

Baseado em: Relatório de Pesquisa & Slides HTML v4

00:00 – 01:30 | Introdução e Origens

(Slide 1: Capa - Tech Style)

- **Ação:** Deixar a animação da rede neural rodar por alguns segundos antes de começar.
- Orador: "Bom dia/Boa tarde a todos.
Hoje vamos explorar a trajetória de uma empresa que não só acompanhou, mas definiu a evolução da tecnologia moderna. Vamos falar da ASUS.
Muitos conhecem a marca pelos portáteis nas prateleiras ou pelos componentes gaming, mas a verdadeira história da ASUS é sobre uma obsessão pela engenharia. É a história de como uma pequena startup num apartamento em Taipé se transformou numa gigante que hoje lidera a revolução da Inteligência Artificial.
Vamos começar esta viagem."
(Pressione ➡ para avançar)

(Slide 2: 1989: A Fundação)

- Orador: "Tudo começa em 1989. O cenário é Taipé, Taiwan.
Naquela época, Taiwan era vista pelo mundo ocidental apenas como uma 'fábrica de baixo custo' para montar peças desenhadas por outros. Não havia inovação própria. Quatro engenheiros visionários — T.H. Tung, Ted Hsu, Wayne Hsieh e M.T. Liao — trabalhavam na Acer, a grande gigante da época. Eles estavam frustrados. Eles queriam mais. Queriam criar hardware de ponta, focado em engenharia pura.
Decidiram arriscar tudo. Saíram da Acer e, com as suas poupanças, fundaram a ASUS num pequeno apartamento. O objetivo inicial? Ser uma consultoria de design de hardware de elite."

(Slide 3: A Origem do Nome)

- Orador: "Uma curiosidade que poucos sabem é a origem do nome.
Os fundadores inspiraram-se na mitologia grega, especificamente no Pegasus, o cavalo alado que simboliza a sabedoria, o conhecimento e a inspiração artística. A ideia era que a empresa 'voasse' a novas alturas.
Mas, houve aqui uma jogada de marketing muito pragmática. Eles removeram as três primeiras letras — 'PEG' — ficando apenas com 'ASUS'.
Porquê? Para garantir que a empresa aparecesse no topo das listas alfabéticas em

diretórios comerciais e feiras, ficando à frente de concorrentes como a Acer ou a Apple. Um misto de mitologia e estratégia pura."

01:30 – 04:00 | O Ponto de Viragem (Engenharia)

(Slide 4: O Grande Desafio 1990)

- Orador: "Menos de um ano após a fundação, a empresa enfrentou o seu momento 'David e Golias'.

Em 1990, a Intel estava prestes a lançar o processador 486. Naquela altura, empresas de Taiwan tinham de esperar cerca de 6 meses depois das grandes empresas americanas (como a IBM) para receber os protótipos.

A ASUS não quis esperar. Mas tinham um problema: não tinham o chip.

O que fizeram? Engenharia 'às cegas'. Baseando-se apenas na sua compreensão da arquitetura anterior (386) e em esquemas técnicos teóricos, desenharam a placa-mãe sem nunca ter visto o processador físico."

(Slide 5: Parceria com a Intel)

- Orador: "Quando finalmente levaram o protótipo à sede da Intel em Taiwan para testar, aconteceu algo incrível.

A própria placa-mãe de referência da Intel não estava a funcionar bem. A ASUS ligou a sua placa 'feita às cegas' e... funcionou perfeitamente. Mais do que isso: os engenheiros da ASUS ajudaram a corrigir os erros da própria Intel.

O resultado foi imediato: A Intel declarou a ASUS como parceira preferencial. A partir desse dia, a ASUS passou a receber os chips ao mesmo tempo que a IBM, eliminando para sempre o atraso tecnológico de Taiwan. Foi aqui que a lenda começou."

(Slide 6: A Liderança de Jonney Shih)

- Orador: "Em 1993, junta-se à equipa Jonney Shih, que viria a tornar-se o Chairman e o rosto carismático da empresa.

Sob a sua liderança, a ASUS adotou uma filosofia de engenharia rigorosa misturada com estética. Ele foi o responsável por transformar uma empresa de componentes técnicos numa marca global de consumo, trazendo conceitos de 'Design Thinking' para o centro das decisões."

04:00 – 06:30 | Expansão e Prova de Fogo

(Slide 7: Diversificação)

- Orador: "Durante os anos 90, a empresa explodiu em diversidade. Deixaram de fazer apenas o 'cérebro' do computador (a placa-mãe) para fazer tudo o resto.

Começaram a produzir placas gráficas, servidores robustos e drives óticas. Em 1997, deram o grande passo e lançaram o seu primeiro notebook, o P6300. Mas, num mercado dominado por marcas americanas e japonesas, eles precisavam de provar que eram duráveis."

(Slide 8: O Teste Espacial - MIR)

- Orador: "E a prova definitiva veio... do espaço.
Em 1998, os portáteis ASUS P6300 foram selecionados para uma missão na estação espacial russa MIR.
Durante 600 dias, estes computadores operaram em microgravidade e condições térmicas instáveis. Relatos dos cosmonautas indicaram que portáteis de concorrentes falharam e sobreaqueceram, mas os da ASUS continuaram a funcionar sem falhas durante toda a missão.
Isto criou o slogan lendário da época: 'Rock Solid' (Sólido como Rocha)."

06:30 – 09:00 | Definindo Mercados: ROG e Netbooks

(Slide 9: Nasce a ROG)

- Orador: "Em 2006, o mercado de PCs estava a ficar comoditizado. A ASUS decidiu apostar num nicho que, na altura, era pequeno: os gamers hardcore.
Criaram a Republic of Gamers (ROG).
A ideia não era apenas pôr luzes coloridas; era criar hardware desenhado para ser levado ao limite, com sistemas de energia complexos para overclocking. O primeiro produto, a placa-mãe Crosshair, redefiniu o que se esperava de componentes de alta performance."

(Slide 10: A Revolução Eee PC)

- Orador: "No ano seguinte, 2007, a ASUS fez exatamente o oposto. Em vez de super potência para poucos, focou-se na portabilidade para todos.
Lançaram o Eee PC 701.
Pesava menos de 1kg, usava memória flash (um antepassado dos SSDs modernos) e custava cerca de 300 a 400 dólares.
Este pequeno dispositivo criou sozinho a categoria 'Netbook'. Vendeu milhões e colocou o nome ASUS na casa de famílias comuns em todo o mundo. Foi o primeiro computador de muita gente."

09:00 – 11:30 | A Grande Reestruturação e Inovação

(Slide 11: Separação da Pegatron)

- Orador: "Mas o sucesso trouxe um dilema estratégico.
A ASUS fabricava computadores para a sua própria marca, mas também fabricava (como OEM) para concorrentes como a Dell, HP e Apple.
Havia um conflito de interesses óbvio. Os clientes tinham medo que a ASUS roubasse os seus segredos.
Em 2008, iniciaram uma separação radical que terminou em 2010:
 1. A **ASUS** ficou com a marca, o design e a inovação.
 2. A Pegatron ficou com as fábricas e a manufatura de terceiros.
Hoje, a Pegatron é uma empresa independente que fabrica, por exemplo, o iPhone e componentes para a Tesla, enquanto a ASUS ficou livre para competir globalmente."

(Slide 12: Parcerias de Luxo)

- Orador: "Livre do peso das fábricas, a ASUS focou-se no design.
Fizeram parcerias icónicas, como a série ASUS-Lamborghini, usando fibra de carbono e couro real, e colaborações com designers como Karim Rashid. Eles provaram que um PC Windows podia ser um objeto de desejo e luxo."

(Slide 13: Inovação em Formatos)

- Orador: "Esta liberdade criativa levou a experiências ousadas em 2011 e 2012.
Lançaram o Transformer, um tablet que virava portátil com um teclado destacável.
E o bizarro PadFone: um smartphone que se inseria dentro de um tablet para lhe dar vida.
Embora nem todos tenham sido sucessos de massa, mostraram uma vontade incansável de inovar no formato, algo que está no ADN da empresa."

11:30 – 13:30 | A Era Mobile e Filosofia Zen

(Slide 14: A Família ZenFone)

- Orador: "Em 2014, entram a sério nos smartphones com o ZenFone.
A estratégia inicial foi agressiva: usaram chips Intel Atom para baixar o custo, conquistando mercados emergentes como o Brasil e a Índia.
Mais tarde, em 2018, perceberam que o mercado mudou e pivotaram a estratégia: saíram do mercado de massa para focar exclusivamente em 'Power Users' e Gamers, com o ROG Phone e os ZenFones compactos de alta performance."

(Slide 15: A Linha ZenBook)

- Orador: "Nos portáteis, nasceu a linha **ZenBook**. Foi a resposta aos MacBooks, introduzindo o acabamento em alumínio com círculos concêntricos ('Zen'), que se tornou a assinatura visual da marca até hoje."

(Slide 16: In Search of Incredible)

- Orador: "Tudo isto consolidou-se sob o lema 'In Search of Incredible'. Não é apenas marketing; é uma filosofia interna que dita que a tecnologia deve começar nas pessoas. A busca pelo 'Incrível' é a busca pela perfeição entre a engenharia dura e a experiência emocional do utilizador."

13:30 – 14:30 | O Presente Tecnológico

(Slide 17: Reinventando o Laptop)

- Orador: "Recentemente, a ASUS liderou a tecnologia de telas duplas. Começaram com o ScreenPad (um touchpad que era uma tela) e evoluíram para o ZenBook Duo, que tem duas telas de 14 polegadas. Eles estão a redefinir como trabalhamos em movimento."

(Slide 18: ROG Hoje)

- **Ação:** *Deixar a animação de partículas vermelhas correr.*
- Orador: "A divisão ROG tornou-se um império. Hoje representa cerca de 40% da receita da empresa. Temos o ROG Phone, que domina o nicho mobile gamer, e o ROG Ally, que desafiou o Steam Deck. É um ecossistema completo que vai muito além das placas-mãe onde tudo começou."

(Slide 19: AIoT e Negócios)

- **Orador:** "Mas a ASUS também olha para o futuro B2B com a **AIoT**, equipando hospitais inteligentes, fábricas automatizadas e fornecendo servidores de IA para a nuvem."

14:30 – 16:00 | Futuro e Conclusão

(Slide 20: Compromisso Verde)

- Orador: "E não podemos ignorar o planeta. A ASUS estabeleceu metas para 2025: aumentar em 100% o uso de materiais sustentáveis. Estão a usar materiais inovadores como o 'Ceraluminum' — uma fusão de cerâmica e alumínio — para criar produtos que são, ao mesmo tempo, ultra-duráveis e ecologicamente responsáveis."

(Slide 21: O Futuro - Copilot+ e IA)

- Orador: "Chegamos a 2025. A ASUS posicionou-se na vanguarda do 'AI PC'. Foram os primeiros a lançar portáteis com os novos chips que possuem NPUs dedicadas (como o Vivobook S 15), permitindo que a inteligência artificial rode localmente no

computador, garantindo privacidade e velocidade sem depender da nuvem."

(Slide 22: Conclusão - Tech Style)

- **Ação:** *Animação final azul.*

- Orador: "Para concluir:

A história da ASUS é a jornada de quatro engenheiros num apartamento, a tentar decifrar um chip sem o ter nas mãos, para uma líder global que hoje define o futuro da IA e do Gaming.

Eles provaram que, no mundo da tecnologia, a engenharia de qualidade e a coragem de inovar são, e sempre serão, o melhor marketing.

Muito obrigado pela vossa atenção."
