

TELECOM.

anuário / 2018

AS 100 MAIORES EMPRESAS

AS MAIS EFICIENTES

A EMPRESA DO ANO

AS 10 QUE MAIS CRESCERAM

AS 10 MAIS RENTÁVEIS

O MERCADO BRASILEIRO

A EVOLUÇÃO NÃO PARA

A TIM sabe que a evolução é o caminho para o futuro. Por isso, a cada dia, traz para você mais tecnologia, mais qualidade, mais entretenimento, mais possibilidades. O mundo está mudando. Mude você também.



 **TIM**



Z+

A
INTERNET
ALÉM DO
MEGA.

QUANDO VOCÊ
PENSA QUE A
INTERNET NÃO
PODE MAIS EVOLUIR:
CHEGAMOS COM



COPEL
Telecom

Confiança é o que liga a gente.

GIGA

A melhor internet para você **jogar, assistir filmes, ouvir música e trabalhar** com banda simétrica para fazer download e upload na mesma velocidade, tudo ao mesmo tempo sem travar. Isso porque a **Copel Giga tem entrega de 100% do sinal**. Você recebe a velocidade total que contratou. Além de você e a sua empresa poder usar o quanto quiser sem preocupação, pois é **sem franquia**.

APROVEITE O PREÇO PROMOCIONAL DE LANÇAMENTO*.

VIVA A EVOLUÇÃO DA INTERNET.

*O preço promocional de R\$1.499,90 será mantido por um período de 12 meses e estará disponível somente para a cidade de Curitiba.

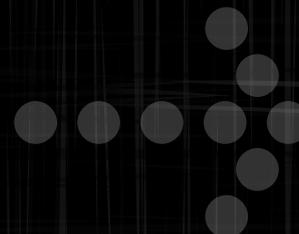
ACESSE E ASSINE:

WWW.COPELTELECOM.COM

TELECOM.

anuário | 2018

- 6 | O mercado brasileiro
 - 18 | Critérios de avaliação
 - 20 | Índice das 100 maiores
 - 22 | Ranking das 100 maiores
 - 28 | As maiores e os destaques
 - 30 | A empresa do ano
 - 34 | As 10 mais rentáveis
 - 38 | As 10 que mais cresceram
 - 78 | Guia de empresas
-
- ❖ empresas destaques do ano
 - 43 | produtos
 - 44 | Componentes, partes e peças – Furukawa
 - 46 | Equipamentos de comunicação – Intelbras
 - 48 | Equipamentos para Redes Corporativas - Leucotron
 - 50 | Fios e cabos – Cabletech
 - 52 | Infraestrutura – Seccional
 - 54 | Software – Linx
 - 56 | serviços
 - 58 | Canais de comercialização – Allied
 - 60 | Consultoria, projeto e desenv. de aplicat. – ViaW
 - 62 | Gerenciamento de redes – CenturyLink
 - 64 | Serviços convergentes e Telefonia Fixa – Algar Telecom
 - 66 | Serviços corporativos – Primesys
 - 68 | Serviços de call center – Atento Brasil
 - 70 | Serviços de infraestrutura de rede – Embratel Star One
 - 72 | Serviços de integração – Stefanini
 - 74 | Serviços digitais – Hispamar Satélites
 - 76 | Serviços móveis – Vivo



Os sinais frios dos números indicam que 2017 pode ter trazido um alívio para a economia brasileira. Afinal, depois de um biênio catastrófico, em que o PIB do país caiu 3,8 e 3,6% (em 2015 e 2016), o ano passado voltou a registrar marca positiva, ainda que modesta: + 1%. A inflação, outro indicador relevante do comportamento da economia, também surpreendeu positivamente: ficou em 2,95%, uma vitória, diante dos 6,29% de 2016. A produção industrial, depois de três anos de perdas, fechou o ano com crescimento de 2,5%. E, após dois anos em queda, as vendas no varejo cresceram 2%. Esses índices, num país de alguma estabilidade, poderiam significar um alento e tanto. Poderiam. Acontece que outros tantos indicadores insistiram em apontar para baixo: o nível de desemprego chegou a 12,7%, o maior desde 2012 (o Brasil tinha 12,3 milhões de pessoas em busca de trabalho em 2017); o investimento público caiu para 1,17% do PIB, o menor nível em quase 50 anos (União, estados e municípios não investiram nem o mínimo para garantir a conservação de estradas, prédios e equipamentos públicos); a dívida pública federal subiu 14,3%, para R\$ 3,55 trilhões, o maior patamar da série histórica, que começou em 2004.

Outros valores fundamentais para a cidadania também foram acometidos da mesma bipolaridade: a credibilidade dos políticos continuou seu mergulho em direção ao fundo do abismo, mas a confiança na Justiça recuperou sinais vitais, com operações bem-sucedidas de combate à corrupção; os índices de reprovação do governo federal continuaram ladeira abaixo, enquanto as instituições passaram incólumes por todo tipo de sabotagem. Nesse cenário, o mercado brasileiro de telecomunicações manteve um discreto equilíbrio: muito distante dos anos de euforia do início do século, mas também pouco próximo do ambiente de terra arrasada que se poderia prever. De acordo com o levantamento do Anuário Telecom, o setor teve um crescimento nominal, em reais, de 1,29%, passando dos R\$ 163,9 bilhões de 2016 para R\$ 165,9 bilhões em 2017. Descontada a inflação de 2,95%, porém, o índice que se deve levar em conta foi de -1,26%. Em dólares, o mercado registrou crescimento de 3,38%.

No universo de 100 empresas pesquisadas, o Anuário revelou que 70% delas apresentaram lucro em seus balanços (foram 75% em 2016). Outro sinal de vitalidade do setor detectado pelo Anuário foram os índices de rentabilidade sobre as vendas das dez empresas mais rentáveis do setor, que variaram de 14 a 61%. Para este ano de 2018, em que pesem as incertezas escancaradas no período pré-eleitoral, é preciso manter a esperança de que bons indicadores econômicos se reflitam generosamente, também no setor brasileiro de telecomunicações. E que as turbulências políticas sejam superadas, para que o país retome sua trajetória de crescimento, com justiça social.

Wilson Moherdau
Diretor de Redação

diretor de redação

Wilson Moherdau

colaboradores

Ana Luiza Mahlmeister (textos); Denise Danelli (produção de conteúdo); Izabel Auresco (assistente de produção); Marcelo Max (capa e edição de arte)

diretor comercial

Marcio Valente

diretoras de publicidade

Silvia Meurer e Sonia Lopes

representação comercial

SM Eventos SP

O Anuário Telecom é uma publicação anual da



Av. Brigadeiro Luís Antônio, 2.344 – cj. 116

Jardim Paulista – São Paulo, SP

CEP 01402-900

f (55 11) 3805-0429

São Paulo – SP

Brasil

www.forumeditorial.com.br

Não é permitida a reprodução total ou parcial do conteúdo deste Anuário sem a autorização expressa da Fórum Editorial.

jornalista responsável

Wilson Moherdau (MT 10.821)

Impressão

Gráfica Cocktail



2017

O mercado em compasso de espera

A privatização do setor de telecomunicações no Brasil completa 20 anos neste ano de 2018. Foi um período de imensas transformações, novos negócios e mercados. A rede de dados e a banda larga passaram a predominar sobre os serviços de voz, e a cobertura de redes ópticas de alta velocidade e de satélites para regiões mais remotas cresceu de forma exponencial. O processamento de um grande volume de dados e imagens, e o vídeo sob demanda trouxeram mais pressão sobre os provedores de banda larga fixa e móvel. Em paralelo, a escalada da conexão entre as coisas, ou Internet das Coisas (IoT, na sigla em inglês), traz novos desafios, e a mobilidade se prepara para mais um salto tecnológico, com a chegada da quinta geração de serviços móveis (5G). Todos esses movimentos modificaram e continuam revolucionando o setor. O levantamento do Anuário Telecom com as 100 maiores empresas do setor mostra um crescimento da receita líquida em reais de 1,29% em 2017 comparado a 2016, passando de R\$ 163,9 bilhões para R\$ 165,9 bilhões. Descontada a inflação de 2,95%, porém, o mercado encolheu 1,26%.

Nestes últimos dois anos – 2017 e 2018 –, as operadoras reforçaram investimentos nas conexões ópticas para atender as redes 4G e 4,5G, e novos satélites de comunicações entraram em serviço. Segundo a Anatel, entre 2015 e 2021 a capacidade satelital terá aumentado 360%, com 17 satélites em órbitas nacionais, 37 estrangeiros autorizados, e quatro com órbita não geoestacionária, com previsão da entrada em órbita de mais três unidades até 2021.

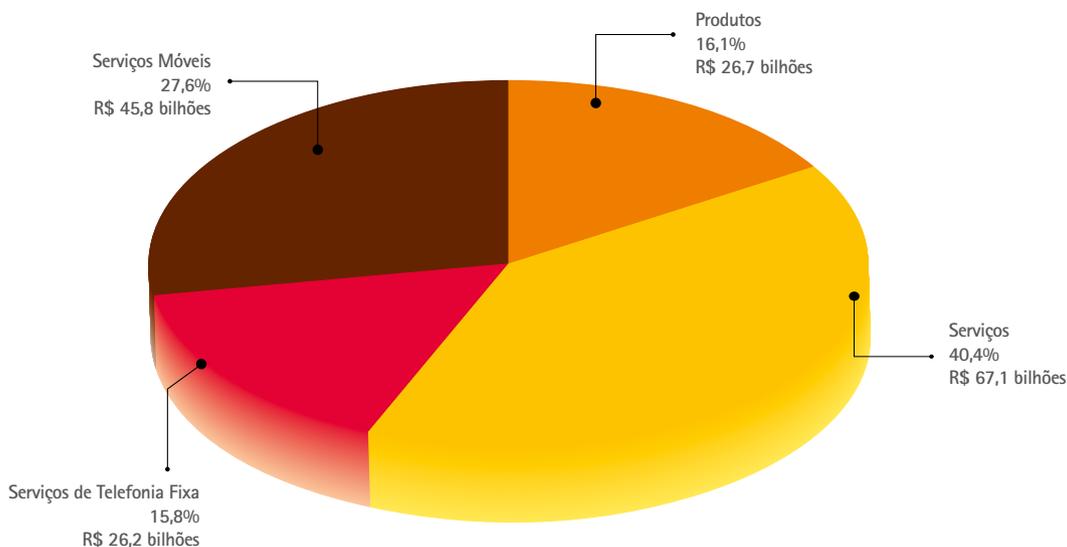
“O mundo quer dados com mobilidade”, ressalta o presidente do SindiTelebrasil, Eduardo Levy Moreira. Para acompanhar essa evolução, as operadoras apostam na fibra óptica para entregar infraestrutura de rede que suporte o novo mundo de dados e imagens. A rede 4G alcançou 50% do mercado móvel e as teles já se preparam para a próxima geração, a 5G, que vai exigir um maior número de antenas de alta capacidade interligadas por hubs ópticos. Em 2019, as conexões 4G LTE já deverão superar em quantidade de assinaturas a sua antecessora, a 3G. Para 2022, 65% das conexões móveis serão 4G, como consequência principalmente da expansão da cobertura dessas redes, segundo a consultoria GlobalData. Em 20 anos, o número de celulares alcançou 235,5 milhões, a banda larga fixa chegou a 30 milhões de acessos e a móvel a 204 milhões, e a TV paga, a 17,9 milhões. O número de trabalhadores diretos no setor passou de 80 mil para 500 mil.

Não há regulação que acompanhe mudanças tão rápidas em tão pouco tempo. Por isso, as empresas

convivem com gargalos crônicos, diz Levy. Entre eles está a dificuldade de interiorização da cobertura por restrições impostas pelas prefeituras à colocação de antenas, e o alto custo da venda ou aluguel do espaço para abrigar essas estruturas. Além do alto tributo sobre os serviços – em torno de 50% –, Levy lembra que a Lei Geral de Telecomunicações (LGT) tem 21 anos e há muito tempo acompanha a demanda por novos serviços. Segundo ele, as metas de universalização de linhas fixas, por exemplo, acabaram perdendo sentido diante dos novos serviços: “Temos leis obsoletas como a obrigação de atendimento 24 por 7 no call center e a instalação e manutenção de orelhões”. Ele prevê que o PLC 79/2016, que continua em tramitação, e propõe a troca de diversas obrigações por cobertura de banda larga, deve modernizar a LGT.

Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee), a indústria encerrou 2017 com faturamento de R\$ 136 bilhões, um crescimento de 5% em relação a 2016, quando alcançou R\$ 129,4 bilhões. A produção industrial teve um aumento de 5% na comparação com 2016, o mesmo percentual alcançado pelos investimentos, fechando com um resultado de R\$ 2,5 bilhões, ante R\$ 2,38 bilhões em 2016. Já a utilização da capacidade instalada do setor passou de 71% para 77% em 2017. “Nossos indicadores demonstram que estamos em processo de recuperação em um ambiente de maior previsibilidade”, afirma o presidente executivo da Abinee, Humberto Barbato. O subsegmento de telecomunicações, se-

O mercado em 2017 R\$ 165,9 bilhões (receita líquida)





divulgação



Levi, do SindiTelebrasil: **“O mundo quer dados com mobilidade”.**

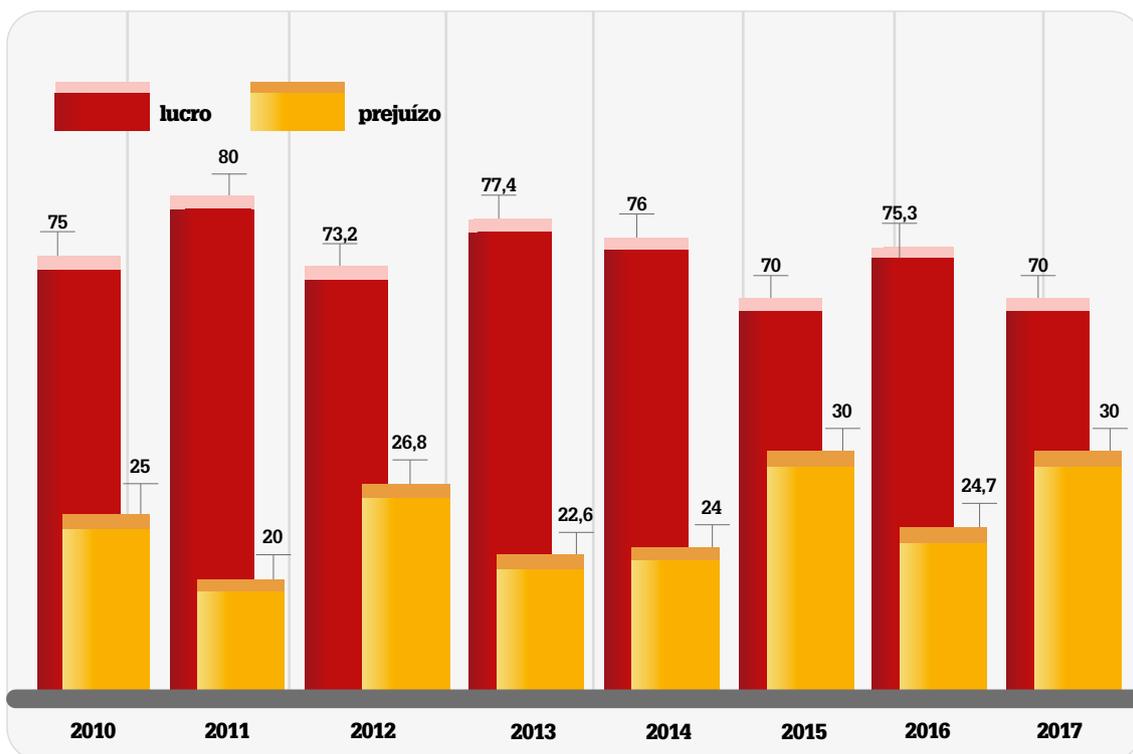
gundo a associação, registrou um crescimento de 8% em 2017, só perdendo em crescimento para Utilidades Domésticas (12%) e Informática (10%).

“Nos últimos anos, as operadoras de telecomunicações sentiram a redução das linhas fixas e a migração de voz para dados, passando rapidamente para a ampliação de serviços móveis, buscando outros mercados para recompor a receita com ofertas de serviços

de nuvem e data centers”, explica Pietro Delai, gerente de pesquisa e consultoria da IDC Brasil. Na opinião dele, redes de Internet das Coisas (IoT) devem ganhar mais importância nos próximos anos com o avanço das novas redes 5G: “Veremos vários movimentos das operadoras para atender essas demandas futuras”.

No segmento de infraestrutura, o primeiro semestre de 2018 se mostrou melhor que 2017, que ainda sofreu efeitos da crise econômica. O primeiro trimestre de 2018 foi positivo para as empresas e o segundo não chegou a perder o ritmo, mas sofreu o impacto do degraú cambial, com a desvalorização do real frente ao dólar, encarecendo os equipamentos que dependem de peças importadas, principalmente processadores e memória. 2017 foi bom para o segmento de consumo, com o crescimento da venda de smartphones. Segundo a IDC, as vendas de aparelhos no país totalizaram 47,7 milhões de unidades, 9,7% (43,5 milhões) superior ao registrado em 2016. Apesar do aumento, o número representa queda de 12,5% (6,8 milhões de unidades) na comparação com 2014, o melhor ano de venda de smartphones no Brasil até agora. A liberação

O desempenho das 100 maiores (% de empresas)



MERCADO

de saques das contas inativas do FGTS incentivou o consumidor que vinha protelando a troca do aparelho.

2017, segundo Pietro, mostrou aos empresários que a economia é mais estável que a política: mesmo com o impeachment da presidente e a queda de ministros, o dólar não disparou e houve uma certa resiliência do mercado, apesar do desemprego e da desaceleração de muitos setores. “A incerteza política já não traz tanta imprevisibilidade como na década passada, e, para 2018 e 2019, as perspectivas de crescimento do PIB continuam positivas”, diz.

O movimento de digitalização dos processos e o amadurecimento do mercado de TI e telecom são fortes elementos de tração dos negócios, acrescenta.

As empresas ouvidas pelo Anuário Telecom apontaram 2017 e o primeiro semestre de 2018 como positivos para os negócios. Os bons resultados da Embratel, por exemplo, vieram de áreas chave como soluções digitais, IoT, mobilidade, soluções de nuvem e segurança. “Conquistamos a liderança no segmento de carros conectados, com mais de 90% de participação, fornecendo solução para as maiores montadoras que atuam no Brasil e vamos continuar a ampliar as estruturas de rede, data centers, nuvem e IoT nos próximos anos”, afirma o CEO, José Formoso. A companhia alcançou 5,5 milhões de dispositivos conectados e tem mais de 600 clientes em diferentes verticais de negócios.

Um dos pontos altos de 2018, segundo Formoso, foi o início da operação comercial do satélite Star One D1, lançado em 2016: “Essa unidade é resultado do investimento de cerca de US\$ 400 milhões, na entrega de nova capacidade satelital no Brasil e nas Américas do Sul, do Norte e Central”. Equipado com Bandas C, Ku e Ka, permite novos serviços corporativos, distribuição de vídeo e backhaul de celular. Outra novidade foi o anúncio da construção do novo satélite, Star One D2, que será lançado no final de 2019.

Entre as operadoras, os dois últimos anos foram marcados por investimentos intensivos na infraestrutura de redes de banda larga fixa e móvel. “Os preços se tornaram muito mais competitivos nesse período e nosso diferencial passou a ser a oferta de serviços convergentes, focados na melhor experiência dos clientes”, explica Leonardo Capdeville, CTO da TIM Brasil. A empresa apostou na Internet residencial via

4G (WTTx), opção para atender regiões com demanda de banda larga reprimida devido à carência de ofertas e a uma infraestrutura de rede fixa ainda em desenvolvimento. Esse serviço alcançou mais de 80 cidades em todas as regiões do país. Em 2018, a TIM expandiu a rede de banda ultralarga fixa para localidades nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. “Queremos ampliar o alcance da tecnologia FTTH, que leva a fibra até a casa do cliente, entregando maiores velocidades de navegação”, diz Leonardo. A empresa terminou 2017 com cobertura 4G em 3 mil cidades e, para melhorar a cobertura móvel, ativou a frequência de 700 MHz em todas as capitais do Brasil, somando ao todo 1.130 municípios, melhorando o alcance da cobertura indoor. A meta até 2020 é operar em mais 4 mil cidades em 700MHz.

Segundo o executivo, a empresa manteve a liderança na cobertura 4G, chegando a 3.138 cidades e alcançou 31,3 milhões de usuários no segundo trimestre de 2018, um aumento de 39,8% em relação ao mesmo período de 2017: “O reflexo dessa evolução está no percentual do tráfego de dados que já acontece nessa rede, de 68%, sendo que no final de 2017 esse número representava 60%”. Ele destaca também que a TIM foi a primeira a operar em duas frequências no 4G e a pioneira na América Latina em utilizar carrier aggregation com três frequências. Atualmente conta com mais de 500 municípios operando com 4,5G e deve chegar a mais de mil até o final do ano. “Outro destaque foi o lançamento de serviços no 4G, como o VoLTE (serviço de voz utilizando a rede 4G), hoje em 1.559 cidades”, diz Leonardo.

Divulgação



Formoso, da Embratel: liderança no segmento de carros conectados.



divulgação



Leonardo,
da TIM:
aposta
em banda
ultralarga,
ofertas
convergentes
e serviços
multimídia.

Após um reposicionamento de estratégia, a TIM comemorou o aumento de assinantes no segmento pós-pago que rendeu a adição, ao final de 2017, de 1 milhão de clientes. A estratégia se refletiu nos resultados de 2017, quando alcançou uma margem EBITDA de 36,6% no ano e 41,6% no trimestre, um recorde histórico para a companhia. O lucro líquido acumulado foi de R\$ 1,2 bilhão no ano. “Terminamos 2017 com 17,8 milhões de usuários no segmento pós-pago, um aumento de 19,6% na comparação anual”, afirma.

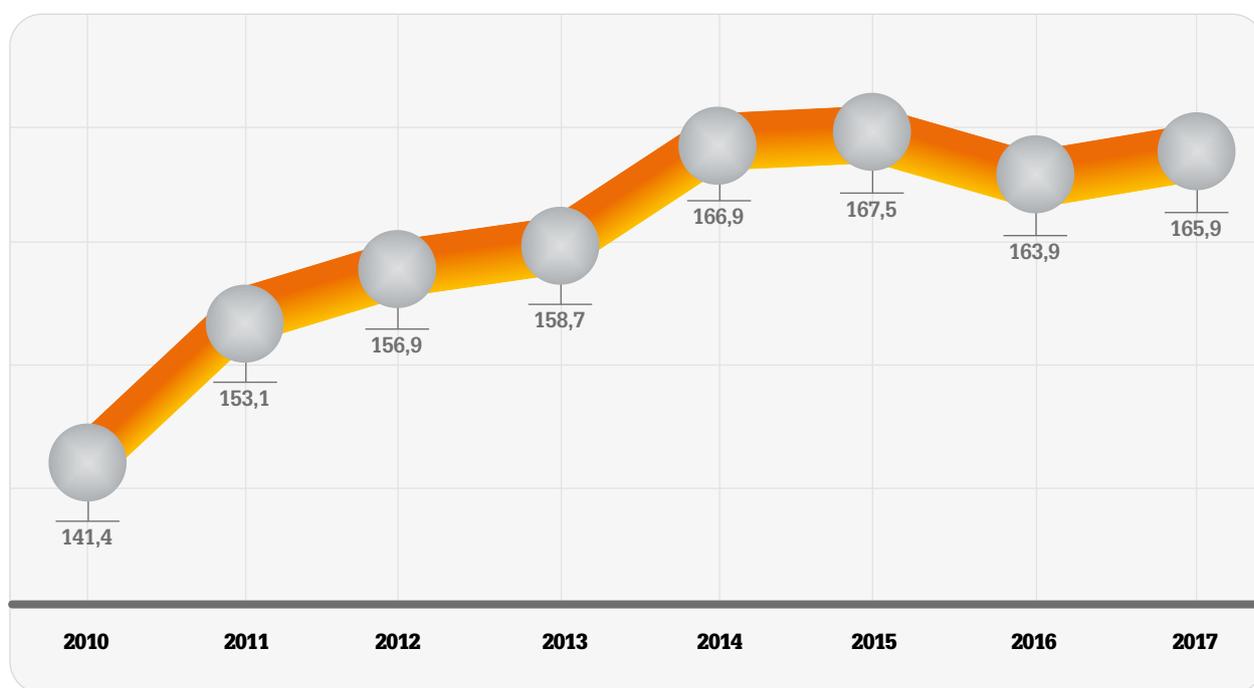
A mudança do perfil da base de clientes e a aposta

na evolução da rede 4G trouxeram resiliência ao negócio da TIM. Até 2020, a empresa planeja investir R\$ 12 bilhões, com foco na expansão da infraestrutura e na digitalização nas interações com os usuários. Na opinião do executivo, ainda há avanços no 4G a serem conquistados no Brasil, mas a empresa já trabalha na preparação do ecossistema da rede 5G, que deve entrar em operação entre os anos de 2021 e 2022.

O plano da operadora para 2019, segundo Leonardo, é continuar investindo na infraestrutura, principalmente em fibra óptica e 4G, para melhorar a experiência do usuário, apostando na banda ultralarga, em ofertas convergentes e serviços multimídia: “Também priorizamos o mercado corporativo, especialmente o segmento de pequenas e médias empresas, e o desenvolvimento de novos fluxos de receita, como a IoT e mobile marketing”.

Os fornecedores de infraestrutura se beneficiaram da expansão das redes das operadoras. Os projetos de modernização foram responsáveis por alavancar a receita da Ericsson, que em 2017 consolidou sua reestruturação global e focou em setores estratégicos, explica Georgia Sbrana, vice-presidente de marketing,

Evolução do mercado (em R\$ bilhões)



MERCADO

| 12 |



Georgia,
da Ericsson:
“Sistemas que
permitam o
engajamento
digital com os
consumidores
em tempo
real a partir
de dados serão
fundamentais”.

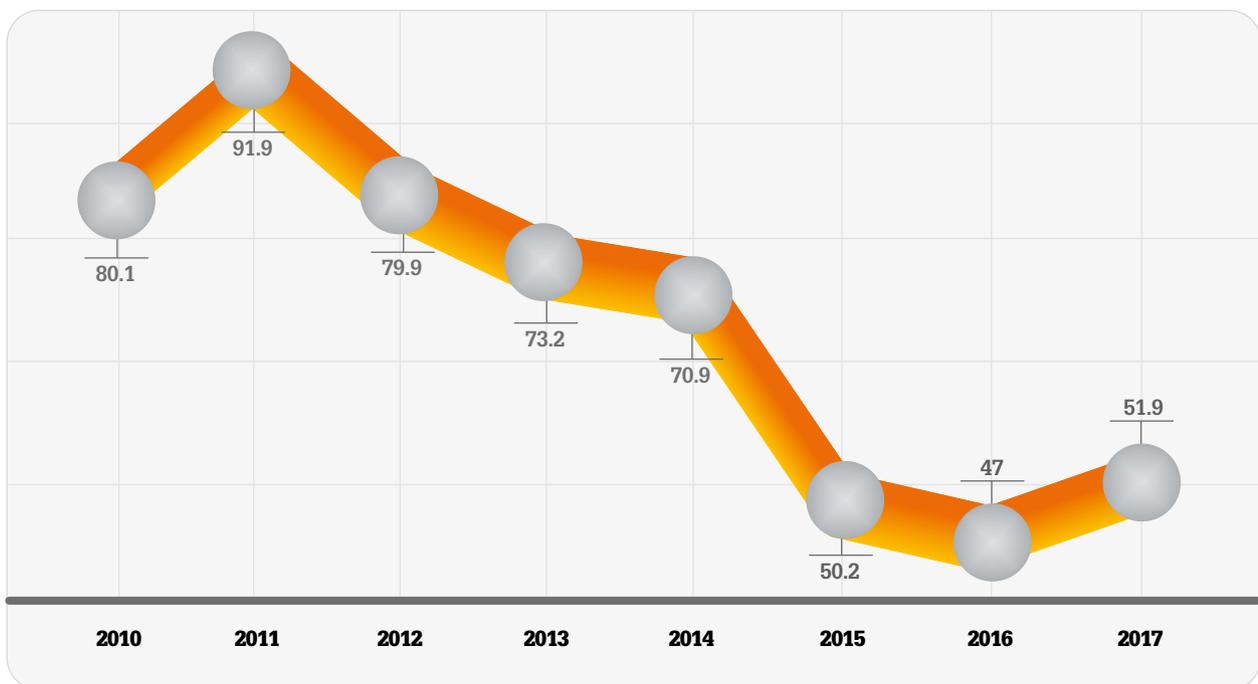
comunicação, relações institucionais e governo. Ela atribui os bons resultados no Brasil ao investimento de 19% do faturamento global em pesquisa e desenvolvimento, com 600 pesquisadores e desenvolvedores: “Nos consolidamos como empresa de software com a incorporação de talentos e metodologias ágeis, e na mudança de mindset, que tem ajudado a unidade brasileira a se destacar na operação global”, afirma a executiva.

Em 2017, a Ericsson definiu três áreas prioritárias para sustentar o crescimento: redes de telecomunica-

ções, serviços digitais e tecnologias emergentes baseadas em IoT. “A banda larga móvel tem crescido mais de 200% ao ano e representa uma importante fonte de receita para as empresas de telecomunicações, demandando investimentos em melhoria da capacidade da rede por parte das operadoras”, avalia Georgia. Os destaques em 2018, de acordo com ela, foram negócios nas áreas de IoT, cidades inteligentes e agronegócio: “Avançamos em serviços digitais, virtualização de core de rede e fizemos parcerias para Internet das Coisas, além de nos preparar para a chegada do 5G no Brasil”.

Para 2019, Georgia prevê a massificação das redes 4,5G, além de novas tecnologias que vão pavimentar o caminho rumo ao 5G, dando suporte ao crescente volume de dados trafegados pelas redes. Segundo a executiva, a receita do negócio tradicional de banda larga móvel não tem acompanhado o crescimento dos dados. De acordo com o Ericsson Mobility Report, o tráfego de dados móveis aumentará oito vezes até 2023, enquanto as receitas de serviços tradicionais apenas 1,5%. “Nesse cenário, temos apoiado as operadoras na avaliação e adoção de novos modelos de

Evolução do mercado (em US\$ bilhões)





negócio e sua integração ao ecossistema digital, principalmente em oportunidades com IoT”, diz. Georgia assinala que os hábitos dos consumidores vêm mudando rapidamente nos últimos anos e as empresas precisam investir em melhores experiências para os clientes, além de atrair novos: “Sistemas que permitam o engajamento digital com os consumidores em tempo real a partir de dados serão fundamentais”.

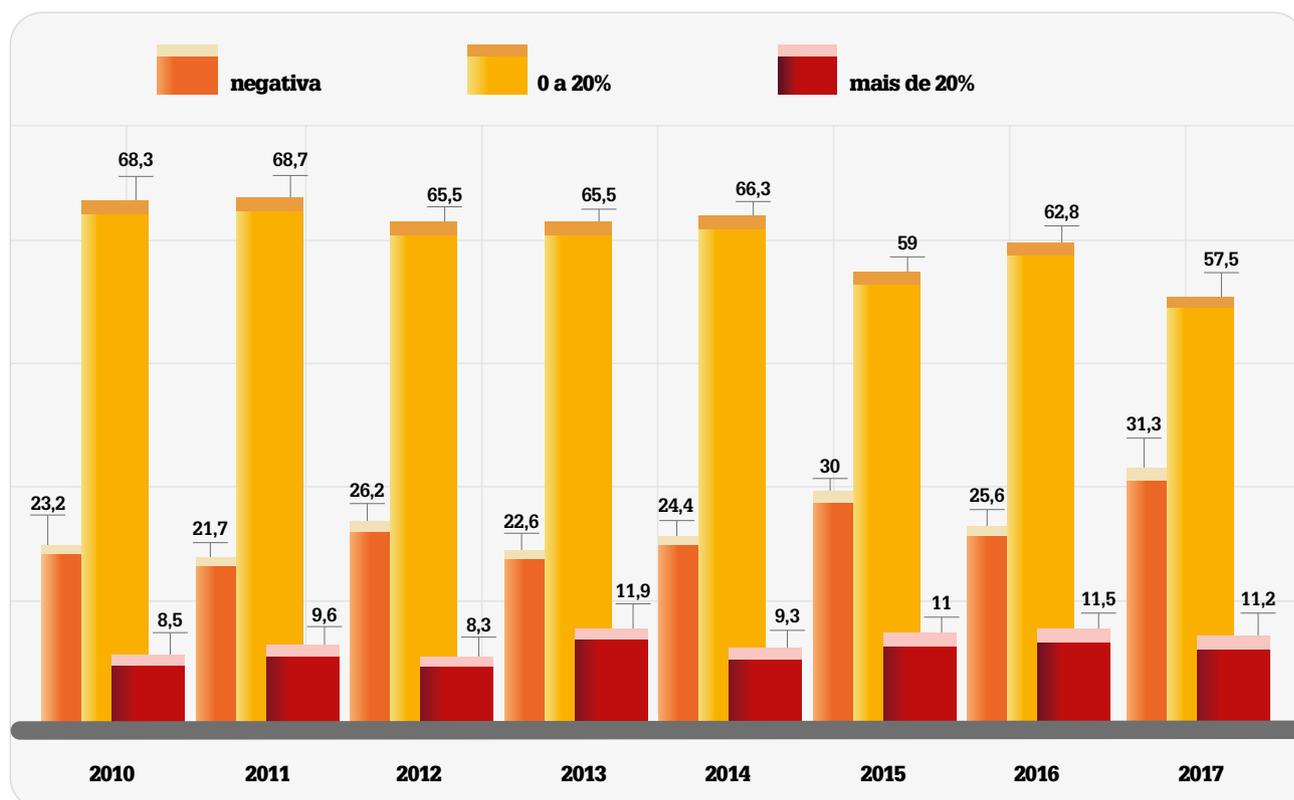
A Ericsson ampliou sua participação de mercado no primeiro semestre de 2018, tanto globalmente quanto no Brasil, em negócios tradicionais e emergentes. “A modernização da infraestrutura de rede das operadoras, a adoção do 700 MHz e a expansão do 4,5G foram projetos muito relevantes para nosso negócio de redes. Estamos trabalhando para que o Brasil se destaque nos resultados globais como em 2017”, diz Georgia.

O avanço dos negócios em nuvem que demandam serviços gerenciados e interconexão foram responsáveis pelos bons resultados de empresas como Dedalus e Equinix. A Dedalus, que presta serviços de nuvem pública, aumentou sua base de clientes e ampliou o

portfólio. “Houve um amadurecimento da percepção do mercado de que os serviços gerenciados em nuvem são essenciais para o uso pleno dos recursos de telecomunicações, impulsionando nossas vendas”, diz o presidente da Dedalus, Mauricio Fernandes. As certificações ampliaram a presença da companhia entre grandes e médias empresas, e em 2018 houve um aumento do interesse por serviços de consultoria em áreas como IoT, inteligência artificial, Big Data e Machine Learning, com a previsão de expandir essas ofertas em 2019. Em 2018, a Dedalus anunciou o início de sua atuação na América Latina, expansão que começou pela Argentina e é mais um fruto da parceria firmada com a Exceda há um ano, aproveitando o movimento de modernização da região. “Devemos seguir adiante em nossa expansão regional pela América Latina, ampliar ofertas em edge computing e tecnologias digitais para garantir um uso pleno da nuvem entre nossos clientes”, afirma Fernandes.

A Equinix, plataforma de interconexão que conta globalmente com 200 data centers, sendo dois no Brasil, não para de crescer. “Nosso mercado não foi

Rentabilidade sobre vendas líquidas (% de empresas)





Maurício,
da Dedalus:
**expansão pela
América Latina
com a ampliação
da oferta de
edge computing
e tecnologias
digitais.**

afetado pela crise e temos recebido muitos clientes multinacionais, membros da plataforma Equinix de outras regiões que estão expandindo seus negócios na América Latina e no Brasil, e exigem a mesma qualidade de infraestrutura e serviços que encontram lá fora para otimizar negócios”, diz o presidente, Eduardo Carvalho.

A empresa passou a oferecer no Brasil soluções de nuvem híbrida voltada para clientes com estratégia multicloud de alta performance. “Globalmente, e com impacto no mercado brasileiro, tivemos o anúncio da próxima geração da nossa plataforma global, através de conexão direta física e virtual com os centros de dados International Business Exchange (IBX) ao redor do mundo, um passo importante para permitir que os clientes se conectem sob demanda a qualquer outro cliente, de qualquer localidade”, afirma. A nova plataforma permite aos principais provedores de tráfego da Internet, incluindo ISPs e empresas de conteúdo, a troca de tráfego em redes públicas e privadas em um mesmo ecossistema, facilitando a expansão de suas operações globalmente.

As oscilações do dólar, porém, tiveram impacto no custo dos equipamentos, segundo Eduardo: “Mesmo em um momento de crise, o mercado tem como particularidade fazer com que o cliente tenha ganhos ao alterar seu Capex para Opex, ou seja, contratar serviços e plataformas conforme demanda e não mais um serviço fixo”. As áreas de manufatura, comércio e serviços têm dirigido seus investimentos não apenas para a otimização da infraestrutura, mas também para topologias e soluções que privilegiem interconexão de ecossistemas e diversos provedores, diz ele.

A Sonda, provedor de serviços terceirizados de TI, consolidou negócios no país que representam 33% de

sua operação. A partir da integração de ofertas, fruto de aquisições feitas nos últimos anos, a empresa uniu as frentes Sonda IT, Sonda Ativas, CTIS e Pars em um portfólio que inclui três divisões: Serviços de TI, Plataformas e Aplicativos. “Historicamente, nosso maior resultado vem da área de Serviços de TI, que contempla nossas operações de service desk, field services, data center e cloud computing, entre outras frentes de trabalho de serviços especializados, respondendo por aproximadamente 70% dos resultados”, afirma Afonso Nina, CEO da Sonda no Brasil. Após a integração das ofertas, a empresa aposta no full outsourcing, aproveitando a capilaridade para o atendimento das necessidades de terceirização dos clientes. Para isso, inaugurou uma nova área, a Inovação & Gestão de Clientes, que oferece outsourcing transformacional.

Para 2019, a Sonda aposta especialmente em soluções de automação robótica de processos e sistemas analíticos.

A IoT aparece como uma promessa de bons negócios para a Huawei no Brasil. Em março, a multinacional chinesa assinou um memorando de entendimento com a Prefeitura Municipal de Campinas, no interior de São Paulo, e com o CPqD, para promover a instalação de tecnologias de IoT voltadas para a segurança pública na cidade, além de manter um Centro de Inovação para Cidades Inteligentes no campus da PUC-RS desde 2016. Segundo Marcelo Pan, diretor jurídico e de compliance, outra frente é a capacitação de profissionais brasileiros com o Seeds for the Future, que seleciona alunos para um programa de imersão em laboratórios na China: “Queremos promover o conhecimento em tecnologias emergentes para abrir terreno à inovação no Brasil”.

Segundo um estudo da Global Connectivity Index (GCI) 2018 divulgado pela Huawei, o Brasil está na 44ª posição quando se trata de conectividade e preparo para a economia digital, na frente de outros países da América Latina como Argentina (55ª) e Colômbia (54ª), mas atrás do Chile, que ocupa o 33º lugar. O estudo revela que o Brasil tem avançado nos últimos dois anos na adoção do 4G, além de investir cada vez mais em tecnologias como Big Data e computação em nuvem. Em uma análise sobre as oportunidades de investimento no país, o levantamento cita a infraestrutura de telecomunicações como o principal desafio para o desenvolvimento tecnológico.

A fatia de cada um.

Participação dos segmentos nas áreas de atividades

Produtos

	Receita Líquida (R\$ mil)	Participação (%)
Terminais	11.135.615,76	41,63
Infraestrutura	6.571.192,19	24,57
Equipamentos para Redes Corporativas	4.921.221,53	18,40
Fios e Cabos	1.361.363,67	5,09
Software	1.341.951,69	5,02
Componentes, Partes e Peças	843.375,71	3,15
Outro Produtos	324.090,36	1,21
Equipamentos de Comunicação	250.990,13	0,94
Total	26.749.801,04	100,00

Serviços

	Receita Líquida (R\$ mil)	Participação (%)
Serviços Móveis	45.831.492,04	32,93
Serviços Convergentes	40.023.438,59	28,76
Serviços de Telefonia Fixa	26.239.409,48	18,85
Serviços de Call Center	6.980.546,95	5,02
Serviços de Integração	5.160.884,28	3,71
Serviços Digitais	4.374.307,56	3,14
Serviços Corporativos	3.032.350,44	2,18
Gerenciamento de Redes	2.507.320,69	1,80
Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	2.163.475,87	1,55
Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	1.671.413,96	1,20
Serviços de Infraestrutura de rede	1.199.241,58	0,86
Total	139.183.881,44	100,00

Furukawa. Soluções inovadoras em redes de comunicação.



Um mundo cada vez mais digital exige velocidade e eficiência.

Em um cenário cada mais competitivo e convergente, as organizações necessitam de uma rede de comunicação eficiente.

Para impulsionar a produtividade e agilizar o resultado dos seus negócios, conte com a tecnologia e segurança da Furukawa, uma empresa que investe continuamente em pesquisa e desenvolvimento e possui as principais certificações nacionais e internacionais.

Somos inovação.

Safe City
Smart Grid
FTTx
Data Center
Enterprise e
Laserway
Industrial



Para mais
informações,
escaneie.



**FURUKAWA
ELECTRIC**

0800 412100
www.furukawatam.com

Critérios de Avaliação

A pesquisa e a comparação dos resultados financeiros das empresas do mercado de telecomunicações, no ano fiscal de 2017, são um trabalho realizado pela equipe da Fórum Editorial, sob a supervisão técnica do professor Japir de Mello Junior (Análise Financeira), da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo.

Na elaboração do ranking, foram analisadas as demonstrações financeiras contidas nos balanços do período, pelo critério da legislação societária.

O Anuário Telecom compara as empresas pela evolução de sua receita líquida, uma vez que as vendas líquidas são o critério de avaliação mais adequado: são aquelas que, efetivamente, entram nos cofres das empresas. Quando as empresas participantes não publicam balanços, nem informam a receita líquida, deduz-se 11% da receita bruta para obter a líquida (o percentual de 11% representa, em média, as deduções do faturamento bruto que resultam na receita líquida de fabricantes e prestadores de serviços).

Foi mantido o critério das análises anteriores, com a publicação dos valores em dólar médio. Para correção das demonstrações financeiras do exercício fiscal de 2017, do ativo, do passivo, e dos resultados, os valores foram convertidos em R\$ mil e divididos pela média anual do dólar mensal médio (R\$ 3,1992). O mesmo procedimento foi adotado para a transformação do lucro líquido.

PRINCIPAIS INDICADORES:

1. Receita líquida em reais: é o indicador para a classificação das empresas no ranking das 100 maiores.

2. Receita líquida em dólares: a conversão para dólar foi efetuada segundo metodologia definida acima.

3. Crescimento real das vendas: é a variação real do faturamento líquido da empresa, em relação ao exercício anterior, convertido em dólar, em %.

4. Rentabilidade sobre o patrimônio: é o lucro líquido do exercício, dividido pelo patrimônio líquido da empresa, em %.

5. Rentabilidade sobre as vendas líquidas: é o lucro líquido do exercício, dividido pela receita líquida, em %.

6. Liquidez corrente: é obtida dividindo-se o ativo circulante pelo passivo circulante.

Esse indicador mede a capacidade da empresa de saldar seus compromissos no curto prazo.

7. Endividamento sobre o patrimônio líquido: é calculado dividindo-se o passivo total da empresa (passivo circulante + passivo exigível a longo prazo) pelo patrimônio líquido, em %. Indica a participação de terceiros no total de recursos da empresa e é um dos indicadores de alavancagem financeira.

8. Endividamento financeiro sobre o ativo total: é obtido por meio da divisão dos empréstimos e financiamentos de curto e longo prazos pelo ativo total, em %. Mostra a participação de empréstimos bancários nos recursos totais aplicados na empresa, sendo um dos indicadores de risco financeiro.

9. Despesas financeiras sobre vendas: esse índice é obtido dividindo-se as despesas financeiras líquidas pela receita líquida, em %. Indica o montante da receita líquida consumida pelas despesas financeiras.

10. Retorno sobre investimento: é a relação entre o lucro e os ativos totais. Mede a eficiência da administração e o correspondente retorno sobre o investimento da empresa.

11. Rentabilidade por funcionário: é o lucro líquido do exercício dividido pelo número de funcionários (registrados e terceirizados) da empresa.

A ESCOLHA DOS DESTAQUES DE 2017

Os critérios para a escolha dos destaques (as empresas mais eficientes em cada segmento) se baseiam nos seguintes índices, e respectivos pesos:

	Peso
1. Crescimento da receita líquida, em %	10
2. Rentabilidade sobre vendas, em %	30
3. Rentabilidade sobre o patrimônio, em %	20
4. Liquidez Corrente	10
5. Endividamento sobre o ativo, em %	(10)

Nos anos em que a variação cambial for 10 pontos percentuais superior à inflação do período, não será considerado o crescimento da receita líquida na cesta de pontos. Não é o caso para 2017, onde a variação do dólar foi de 8,9%.

A aplicação desses indicadores é o fator de pontuação final para classificação das empresas fabricantes de equipamentos, com exceção das empresas que terceirizam mais de 50% da produção.

Na classificação das empresas de desenvolvimento de software e de serviços, não é considerada a rentabilidade sobre o patrimônio, pois se entende que o patrimônio dessas empresas são os recursos humanos. Para essas empresas, a rentabilidade sobre o patrimônio foi substituída pela rentabilidade por funcionário. Neste caso, o item tem peso 20.

Esse conceito é utilizado para medir a rentabilidade de empresas de serviços. Como não possuem ativos imobilizados significativos, essas empresas dependem exclusivamente de seus funcionários. Portanto, a lucratividade por funcionário é um ótimo indicador de rentabilidade. Consideramos o lucro líquido em milhares de dólares.

A metodologia escolhida considera importantes indicadores da saúde econômico-financeira de

uma empresa, como a rentabilidade e a capacidade de saldar compromissos. Os pesos atribuídos procuram ressaltar a lucratividade, principalmente a margem existente sobre vendas. Uma empresa com vendas crescentes, margem elevada sobre vendas, boa rentabilidade sobre o patrimônio, liquidez superior a 1,0, nível reduzido de endividamento e valor elevado de lucro líquido por funcionário é uma empresa saudável.

Para a escolha dos destaques, foram utilizados os seguintes critérios: informações econômico-financeiras com pelo menos dois índices, obtenção de, no mínimo, 10% da receita no segmento e, em 2017, um faturamento líquido de pelo menos US\$ 1,5 milhão nos segmentos de produtos e serviços. Para as distribuidoras e revendedoras também foi considerado um faturamento líquido de US\$ 1,5 milhão.

A Empresa do Ano é escolhida por esses critérios, além de outros como estratégia empresarial, investimentos, base instalada e produtividade.

No caso dos rankings das 10 empresas que mais cresceram e das 10 empresas mais rentáveis, foi considerado o desempenho apenas das empresas que tiveram mais de 50% do faturamento em telecomunicações, e que figuram no ranking das 100 maiores.

Índice das 100 maiores

() Classificação no ranking por receita líquida proporcional em Telecom

A

ACCENTURE (21)
AeC CONTACT CENTER (25)
ALGAR CELULAR (36)
ALGAR MULTIMÍDIA (32)
ALGAR TECH (38)
ALGAR TELECOM (29)
ALLIED (13)
ALMAVIVA (22)
APPLE (6)
ASGA SISTEMAS (78)
ATENTO (15)
AUTOTRAC (50)
AXOON CONEXÕES CORPORATIVAS (90)

B

BRASILSAT (95)
BRQ DIGITAL SOLUTIONS (42)

C

CABLETECH (53)
CEMIG TELECOM (55)
CENTURYLINK (24)
CISCO DO BRASIL (12)
CLARO (2)
CLEMAR ENGENHARIA (59)
CONTAX (47)
COPEL TELECOM (40)
CPqD (57)

D

DIGITEL (92)
DTCOM (96)

E

EMBRATEL STAR ONE (27)
ENGESET (52)
EQUINIX DO BRASIL (37)
ERICSSON (10)
EZENTIS BRASIL (46)

F

FURUKAWA (26)

G

GO2NEXT CYNET (82)
GRUPO BINÁRIO (66)
GUIATEL (88)

H

HARALD (63)
HISPAMAR SATÉLITES (35)
HUAWEI DO BRASIL (11)

I

ÍCARO TECHNOLOGIES (83)
INSTITUTO DE PESQUISAS ELDORADO (58)
INTEL (33)
INTELBRAS (23)

J

JUNIPER (39)

L

LEUCOTRON TELECOM (72)
LG ELECTRONICS (14)
LINKTEL CORPORATE (74)
LINX (65)
LOCAWEB (44)
LOGICALIS (18)

M

MAPRA (98)
MOTOROLA SOLUTIONS (16)
MTEL (81)

N

NAVITA (76)
NEC (45)
NEGER TELECOM (86)
NEOVIA SOLUTIONS (80)
NESIC (70)
NETSERVICE (73)
NEXANS (64)
NOKIA DO BRASIL (5)

O

OI (3)
OLITEL (71)
ONDA (93)

P

PADTEC (48)
POSITIVO (28)
PRIMESYS (31)
PRYSMIAN GROUP (34)

R

RADIANTE ENG TELECOM (60)

S

SAMSUNG (9)
SECCIONAL (85)
SERCOMTEL (49)
SERCOMTEL CONTACT CENTER (84)
SET TELEINFORMÁTICA (100)
SIEMENS (8)
SISGRAPH (99)
SISPRO (97)
SOLUTIONS (67)
SPREAD TECNOLOGIA (54)
STEFANINI (51)

T

TATA CONSULTANCY SERVICES (41)
TDATA (7)
TELEBRAS (62)
TELEMONT (20)
TELEPERFORMANCE BRASIL (19)
TELESPAZIO BRASIL (61)
TELLFREE BRASIL (91)
TELSIGN CONSULTORIA (89)
TERRA (43)
3CORP TECHNOLOGY (69)
TIM (4)
TRIAD SYSTEMS (75)
TRÓPICO (68)

U

UNITELCO (77)
UNOTEL TELECOM (94)
UOL (30)

V

VIAW (79)
VIVO (1)
VOXAGE - SERVIÇOS INTERATIVOS (87)

W

WESTCON BRASIL (17)

Z

ZATIX (56)

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA PRÁTICA

ADOTE QUATRO INICIATIVAS QUE ALIAM A VISÃO ESTRATÉGICA A RESULTADOS REAIS DE EFICIÊNCIA

CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

Foco no cliente já não é suficiente. Gerenciar experiência e jornada do cliente é o que gera satisfação e fidelidade, e pode se pagar ao direcionar corretamente os investimentos.

GESTÃO DE APIs

Em um ambiente aberto e orientado a plataforma, as APIs se multiplicam e gerenciá-las bem é questão de sobrevivência. Uma arquitetura adequada reduz custos de desenvolvimento e manutenção.

GESTÃO DE REDE HÍBRIDA

Redes virtualizadas são realidade, mas o legado ainda é o principal desafio operacional. Saber gerir corretamente esse ambiente híbrido é estar preparado para o futuro.

AUTOMAÇÃO

Mais que uma possibilidade, uma necessidade. Para ganhar produtividade, controle e robustez, é preciso mapear o que e como automatizar.

SAIBA MAIS:
acesse icarotech.com/tdtelecom
ou visite-nos na Futurecom 2018



AS 100 MAIORES

Class. Atual	Class. Ant.	Empresa	Principal segmento de negócios em telecomunicações	Rec. Líquida Prop. (R\$ mil)	Receita Líquida (R\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. US\$ (%)	Cresc. Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (R\$ mil)
1	1	VIVO	Serviços Móveis ^(15,13,17,16)	43.206.832	43.206.832	13.505.511	10,69	1,64	69.461.358
2	2	CLARO	Serviços Móveis ^(15,13,20,18)	30.725.977	32.006.226	10.004.447	7,31	-1,46	14.517.124
3	3	OI	Serviços de Telefonia Fixa ⁽¹⁵⁾	23.789.654	23.789.654	7.436.126	-0,35	-8,49	-13.512.523
4	4	TIM ²	Serviços Móveis ⁽¹⁵⁾	15.794.551	15.794.551	4.937.031	13,56	4,28	16.724.656
5	6	NOKIA DO BRASIL ^{1,2}	Terminais ⁽⁹⁾	4.494.876	4.494.876	1.405.000	-3,10	-11,02	NI
6	7	APPLE ^{1,2}	Terminais	4.098.175	5.854.536	1.830.000	5,78	-2,86	NI
7	10	TDATA	Serviços Convergentes	3.812.713	3.812.713	1.191.771	70,33	56,42	1.599.350
8	64	SIEMENS ²	Serviços de Integração	2.881.200	2.881.200	900.600	-39,15	-44,12	NI
9	5	SAMSUNG ^{1,2}	Terminais	2.525.620	6.826.000	2.133.658	29,14	18,59	NI
10	11	ERICSSON ²	Infraestrutura ^(11,6,9,12)	2.520.952	2.520.952	787.994	26,69	16,34	525.554
11	12	HUAWEI DO BRASIL ^{1,2}	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(6,5)	2.480.000	2.480.000	775.194	25,79	15,51	NI
12	9	CISCO DO BRASIL ^{1,2}	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados	2.183.454	2.183.454	682.500	-2,50	-10,47	NI
13	15	ALLIED	Terminais ⁽¹⁾	2.066.642	2.616.002	817.705	32,54	21,72	948.758
14	13	LG ELECTRONICS ^{1,2}	Terminais	1.997.740	6.659.135	2.081.500	10,90	1,84	NI
15	14	ATENTO	Serviços de Call Center	1.959.776	3.015.040	942.436	15,89	6,43	298.999
16	17	MOTOROLA SOLUTIONS ^{1,2}	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ^(6,7)	1.288.478	1.288.478	402.750	7,40	-1,37	NI
17	18	WESTCON COMSTOR ¹	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(4,6,9)	1.200.000	1.200.000	375.094	13,63	4,35	NI
18	21	LOGICALIS	Serviços de Integração ^(12,6,10,19)	1.093.100	1.093.100	341.679	42,59	30,94	NI
19	25	TELEPERFORMANCE BRASIL ^{1,2}	Serviços Digitais	1.050.000	1.050.000	328.207	53,48	40,94	NI
20	19	TELEMONT ²	Gerenciamento de Redes	999.887	999.887	312.543	27,90	17,45	52.491
21	20	ACCENTURE	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ⁽¹¹⁾	997.321	3.116.628	974.190	24,49	14,32	1.246.242
22	-	ALMAVIVA ^{1,2}	Serviços de Call Center	915.219	915.219	286.077	0,00	0,00	113.333
23	31	INTELBRAS	Terminais ^(2,3,7)	862.613	1.597.431	499.322	54,46	41,84	525.666
24	23	CENTURYLINK	Serviços Corporativos ^(12,13,18,19)	811.220	811.220	253.570	12,58	3,38	341.509
25	22	AeC CONTACT CENTER	Serviços de Call Center	756.673	756.673	236.519	1,98	-6,35	81.266
26	26	FURUKAWA	Fios e Cabos ⁽¹⁾	749.603	749.603	234.310	25,41	15,16	391.327
27	47	EMBRATEL STAR ONE	Serviços Digitais ^(18,16)	690.167	690.167	215.731	20,12	10,31	1.234.973
28	29	POSITIVO	Terminais ⁽⁹⁾	669.763	1.913.608	598.152	19,35	9,60	506.375
29	27	ALGAR TELECOM	Serviços Corporativos ^(15,13,14)	664.777	906.926	283.485	13,64	4,35	1.169.965
30	24	UOL ²	Serviços Convergentes	649.440	649.440	203.001	-8,12	-15,63	1.981.026
31	32	PRIMESYS	Serviços Corporativos	596.777	596.777	186.539	26,07	15,77	578.030
32	35	ALGAR MULTIMÍDIA ²	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	535.423	535.423	167.362	25,89	15,60	640.372
33	30	INTEL ^{1,2}	Componentes, Partes e Peças	531.067	2.655.336	830.000	5,60	-3,03	NI

1 - Dados Estimados 2 - Segmentação Estimada

PRODUTOS: 1) Componentes, Partes e Peças; 2) Equipamentos de Comunicação; 3) Equipamentos para Telefonia; 4) Fios e Cabos; 5) Infraestrutura; 6) Software; 7) Terminais; 8) Outros produtos.

Ativo Perm. (R\$ mil)	Lucro Bruto (R\$ mil)	Lucro Operacional (R\$ mil)	Lucro Líquido (R\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Rent. s/ Invest. (%)	Giro dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (R\$ mil)
76.653.122	22.934.302	5.730.773	4.608.790	6,64	10,67	0,94	45,96	3,89	2,09	4,55	0,43	29,09
42.706.022	12.129.152	-1.929.961	-1.371.199	-9,45	-4,28	0,74	346,10	6,55	12,06	-2,12	0,49	-
35.475.842	8.803.404	-5.557.540	-6.656.162	0,00	-27,98	0,35	0,00	79,42	13,44	-9,70	0,35	-1.733,83
21.007.324	8.331.995	1.407.651	1.147.943	6,86	7,27	0,98	87,12	14,85	3,12	3,67	0,50	0,00
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
449.650	2.706.818	1.866.965	1.292.826	80,83	33,91	1,53	116,08	0,00	-1,42	37,41	1,10	1.064,05
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
109.571	292.619	151.080	49.747	9,47	1,97	1,01	479,36	9,56	-3,81	1,63	0,83	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
737.936	335.762	32.330	25.124	2,96	0,96	1,29	163,06	17,84	2,61	1,13	1,17	27,76
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
657.073	422.416	108.064	67.912	22,71	2,25	1,21	527,37	8,89	3,48	3,62	1,61	0,87
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	11,40	3,50	1,27	2,36	40,80	2,60	3,40	0,81	47,70
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60.201	195.564	81.949	65.221	124,25	6,52	1,08	498,73	18,70	0,23	20,75	3,18	-
261.862	760.846	220.615	113.915	9,14	3,66	1,89	67,75	0,00	-0,87	5,45	1,49	9,57
179.088	201.765	-54.152	-38.122	-33,64	-4,17	2,19	472,40	2,35	9,87	-5,88	1,41	-
200.533	598.513	185.314	175.942	33,47	11,01	1,88	132,65	15,01	0,52	14,39	1,31	56,03
727.500	359.499	82.763	51.029	14,94	6,29	1,09	196,72	17,65	17,39	5,04	0,80	82,84
144.535	123.983	78.550	50.446	62,08	6,67	1,11	344,78	5,70	0,02	13,96	2,09	2,26
247.988	231.628	32.658	32.372	8,27	4,32	1,53	73,32	16,87	0,66	4,77	1,11	27,74
0	357.331	256.203	192.765	15,61	27,93	1,29	118,60	0,00	10,33	7,14	0,26	1.009,24
172.866	493.349	-43.987	-47.551	-9,39	-2,48	1,29	242,41	30,64	4,34	-2,74	1,10	-
2.538.391	472.565	236.394	230.488	19,70	25,41	0,57	150,17	3,13	12,85	7,87	0,31	14,73
2.016.709	303.170	399.525	385.201	19,44	59,31	1,93	27,77	3,75	1,07	15,22	0,26	-
0	132.206	92.741	74.545	12,90	12,49	1,46	31,95	0,00	-0,93	9,77	0,78	-
651.166	329.850	176.701	120.474	18,81	22,50	1,19	36,51	4,31	0,92	13,78	0,61	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-

SERVIÇOS: 10) Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos; 11) Serviços de Integração; 12) Gerenciamento de Redes; 13) Serviços de Telefonia Fixa; 14) Serviços Móveis; 15) Serviços Convergentes; 16) Serviços Corporativos; 17) Serviços Digitais; 18) Serviços de Infraestrutura de Rede; 19) Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center; 20) Serviços de Call Center; 21) Holdings (não operacionais).

AS 100 MAIORES

Class. Atual	Class. Ant.	Empresa	Principal segmento de negócios em telecomunicações	Rec. Líquida Prop. (R\$ mil)	Receita Líquida (R\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. US\$ (%)	Cresc. Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (R\$ mil)
34	34	PRYSMIAN GROUP	Fios e Cabos	481.555	1.203.888	376.309	34,08	23,13	486.598
35	33	HISPAMAR SATÉLITES	Serviços Digitais	460.728	460.728	144.014	-2,51	-10,48	228.052
36	37	ALGAR CELULAR ²	Serviços Móveis ⁽⁵⁾	427.467	427.467	133.617	13,37	4,11	579.447
37	39	EQUINIX DO BRASIL ²	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	426.054	426.054	133.175	31,61	20,86	786.253
38	36	ALGARTECH ²	Gerenciamento de Redes ^(11,10)	416.928	416.928	130.323	0,49	-7,72	83.285
39	38	JUNIPER ^{1,2}	Infraestrutura ^(7,8)	356.711	356.711	111.500	0,72	-7,51	NI
40	43	COPEL TELECOM	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center ^(16,18)	352.009	380.550	118.952	28,16	17,69	483.195
41	42	TATA CONSULTANCY SERVICES ^{1,2}	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	333.500	667.000	208.490	18,30	8,63	NI
42	89	BRQ DIGITAL SOLUTIONS	Serviços de Integração ⁽¹⁰⁾	308.627	308.627	96.470	-4,04	-11,88	71.503
43	40	TERRA ²	Serviços Convergentes	293.626	293.626	91.781	6,44	-2,26	316.161
44	-	LOCWEB ²	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center ⁽¹⁵⁾	293.166	293.166	91.637	0,00	0,00	102.277
45	41	NEC	Infraestrutura ^(7,18,6,12,2)	291.044	368.410	115.157	-7,13	-14,72	100.563
46	45	EZENTIS BRASIL	Gerenciamento de Redes	288.034	288.034	90.033	15,19	5,78	31.752
47	16	CONTAX ²	Serviços de Call Center	276.281	368.375	115.146	-9,97	-17,32	122.800
48	-	PADTEC ²	Infraestrutura	253.825	253.825	79.340	0,00	0,00	63.933
49	51	SERCOMTEL	Serviços de Telefonia Fixa ^(14,19)	201.091	201.111	62.863	20,24	10,42	72.857
50	46	AUTOTRAC	Serviços Digitais ⁽²⁾	194.763	246.535	77.061	1,56	-6,73	125.052
51	49	STEFANINI	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ⁽¹¹⁾	194.001	1.021.056	319.160	14,92	5,53	120.501
52	52	ENGESET ²	Gerenciamento de Redes	193.683	193.683	60.541	51,43	39,06	64.941
53	48	CABLETECH	Fios e Cabos ^(5,1)	175.045	175.045	54.715	2,35	-6,01	86.436
54	50	SPREAD TECNOLOGIA	Serviços de Integração	165.000	300.000	93.773	8,90	0,00	NI
55	57	CEMIG TELECOM ²	Serviços de Infraestrutura de Rede ⁽¹⁶⁾	120.724	123.188	38.506	30,94	20,25	247.367
56	55	ZATIX ²	Serviços Digitais	115.593	115.593	36.132	12,66	3,45	106.699
57	53	CPqD	Software ⁽¹⁰⁾	111.326	272.190	85.081	1,35	-6,93	253.825
58	56	INSTITUTO DE PES. EL Dorado	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	106.113	173.955	54.375	10,51	1,48	NI
59	58	CLEMAR ENGENHARIA	Serviços de Infraestrutura de Rede ^(11,5,19,8,12,10)	100.597	143.710	44.921	16,93	7,38	NI
60	59	RADIANTE ENG TELECOM	Serviços de Telefonia Fixa ^(12,10,11)	91.596	91.596	28.631	16,78	7,24	17.463
61	61	TELESPAZIO BRASIL	Serviços de Infraestrutura de Rede ^(16,19)	73.841	80.262	25.088	14,14	4,82	57.365
62	-	TELEBRAS ²	Serviços de Infraestrutura de Rede	73.293	73.293	22.910	0,00	0,00	589.821
63	54	HARALD	Infraestrutura ^(1,4)	63.710	63.710	19.914	-40,93	-45,75	178.420
64	63	NEXANS	Fios e Cabos ⁽¹⁾	59.641	596.406	186.423	-12,30	-19,46	179.334
65	65	LINX	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ⁽⁸⁾	57.159	571.590	178.667	25,54	15,29	1.170.520
66	60	GRUPO BINÁRIO	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(10,11,6,12)	55.136	68.920	21.543	-26,10	-32,13	NI

1 - Dados Estimados 2 - Segmentação Estimada

PRODUTOS: 1) Componentes, Partes e Peças; 2) Equipamentos de Comunicação; 3) Equipamentos para Telefonia; 4) Fios e Cabos; 5) Infraestrutura; 6) Software; 7) Terminais; 8) Outros produtos.

Ativo Perm. (R\$ mil)	Lucro Bruto (R\$ mil)	Lucro Operacional (R\$ mil)	Lucro Líquido (R\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Rent. s/ Invest. (%)	Giro dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (R\$ mil)
243.683	271.515	46.302	40.131	8,25	3,33	1,69	102,54	3,88	-0,58	4,07	1,22	34,78
258.929	64.964	23.882	15.521	6,81	3,37	0,97	98,68	0,00	2,30	3,43	1,02	-
543.564	144.488	79.857	61.610	10,63	14,41	1,22	27,12	2,47	0,44	8,36	0,58	-
700.649	145.773	-8.752	-42.162	-5,36	-9,90	3,38	88,04	0,00	19,03	-2,85	0,29	-
163.961	63.331	-28.245	-19.060	-22,89	-4,57	1,02	237,00	4,66	2,78	-6,79	1,49	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
883.196	192.188	75.324	54.052	11,19	14,20	0,89	118,28	2,25	4,96	5,12	0,36	78,91
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14.057	59.422	2.178	2.088	2,92	0,68	2,01	103,25	15,36	-0,10	1,44	2,12	1,03
5.648	202.753	136.329	229.940	72,73	78,31	1,51	79,12	0,00	-5,38	40,60	0,52	-
163.572	135.750	27.773	16.006	15,65	5,46	0,79	172,80	25,83	5,25	5,74	1,05	-
55.426	106.962	-29.563	-27.143	-26,99	-7,37	1,24	327,42	32,10	4,02	-6,31	0,86	-54,95
10.482	43.053	3.902	5.434	17,11	1,89	0,82	424,00	1,51	5,01	3,27	1,73	-
475.400	5.839	-79.162	-65.543	-53,37	-17,79	1,48	1.186,73	0,00	10,79	-4,15	0,23	-
67.419	137.698	62.090	18.278	28,59	7,20	1,98	264,66	37,70	1,79	7,84	1,09	-
181.019	79.358	-3.499	-4.421	-6,07	-2,20	0,74	315,82	2,60	2,23	-1,46	0,66	-3,61
39.289	134.577	0	55.751	44,58	22,61	3,10	35,58	0,00	0,00	32,88	1,45	185,22
22.220	199.003	72.338	52.079	43,22	5,10	2,08	139,83	1,53	-0,65	18,02	3,53	4,74
25.610	39.971	20.304	13.639	21,00	7,04	1,98	79,92	2,68	0,51	11,67	1,66	0,00
17.850	55.318	40.042	27.135	31,39	15,50	5,03	19,64	0,00	-0,55	26,24	1,69	122,23
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
322.085	51.914	9.044	3.145	1,27	2,55	0,80	47,40	0,00	8,39	0,86	0,34	0,00
150.517	42.658	-45.995	-45.995	-43,52	-39,79	0,57	99,50	20,73	14,35	-21,81	0,55	0,00
229.458	56.134	-10.883	-13.123	-5,17	-4,82	1,51	86,03	12,99	2,74	-2,78	0,58	-13,51
NI	NI	NI	NI	14,20	7,10	2,90	38,00	0,30	-0,30	10,30	1,44	17,40
NI	NI	NI	NI	-1,62	-0,80	-2,88	-42,16	-29,66	-0,64	-1,13	-1,41	-1,17
6.614	8.524	640	378	2,16	0,41	1,07	117,92	11,25	1,06	0,99	2,41	0,42
17.561	21.145	3.631	1.595	2,78	1,99	1,95	71,95	11,40	2,31	1,62	0,81	24,17
2.771.871	-119.953	-243.817	-243.817	-41,34	-332,66	1,59	480,72	7,34	44,00	-7,12	0,02	0,00
22.737	8.672	-10.678	-11.077	-6,21	-17,39	21,17	11,88	2,77	-13,52	-5,55	0,32	-19,33
177.246	70.273	-95.902	-95.902	-53,48	-16,08	1,56	200,55	36,14	5,71	-17,79	1,11	-143,57
814.241	402.717	108.761	84.845	7,25	14,84	4,25	33,62	6,22	-6,02	5,42	0,37	26,84
NI	NI	NI	NI	13,11	5,59	2,11	63,00	7,92	-4,59	5,59	1,50	40,96

SERVIÇOS: 10) Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos; 11) Serviços de Integração; 12) Gerenciamento de Redes; 13) Serviços de Telefonia Fixa; 14) Serviços Móveis; 15) Serviços Convergentes; 16) Serviços Corporativos; 17) Serviços Digitais; 18) Serviços de Infraestrutura de Rede; 19) Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center; 20) Serviços de Call Center; 21) Holdings (não operacionais).

AS 100 MAIORES

Class. Atual	Class. Ant.	Empresa	Principal segmento de negócios em telecomunicações	Rec. Líquida Prop. (R\$ mil)	Receita Líquida (R\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. US\$ (%)	Cresc. Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (R\$ mil)
67	-	SOLUTIONS	Infraestrutura ⁽⁴⁾	50.363	50.363	15.742	-17,86	-24,57	24.882
68	62	TRÓPICO	Gerenciamento de Redes ^(6,11,2,1)	34.722	42.867	13.399	-10,42	-17,74	29.013
69	70	3CORP TECHNOLOGY	Serviços Corporativos ^(8,12,7)	33.992	33.992	10.625	23,07	13,02	10.962
70	68	NESIC ²	Serviços de Integração ⁽³⁾	32.380	32.380	10.121	-0,36	-8,50	6.794
71	-	OLITEL ²	Serviços de Integração	28.927	28.927	9.042	0,00	0,00	1.147
72	74	LEUCOTRON TELECOM	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados	28.796	28.796	9.001	18,69	8,99	28.687
73	71	NETSERVICE	Serviços de Integração	28.567	35.709	11.162	9,26	0,33	47.533
74	-	LINKTEL CORPORATE ²	Serviços Convergentes	26.888	26.888	8.405	0,00	0,00	NI
75	75	TRIAD SYSTEMS	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	26.060	42.033	13.139	24,47	14,30	NI
76	76	NAVITA	Serviços Corporativos	23.955	23.955	7.488	15,92	6,45	15.381
77	73	UNITELCO	Serviços Corporativos	23.291	23.291	7.280	-7,53	-15,08	2.706
78	80	ASGA SISTEMAS	Software ⁽¹⁰⁾	22.819	22.819	7.133	56,27	43,51	5.283
79	69	VIAW	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	21.868	21.868	6.835	-23,92	-30,13	2.686
80	82	NEOVIA SOLUTIONS	Serviços Convergentes ⁽¹⁰⁾	21.579	21.579	6.745	4,30	-4,22	NI
81	67	MTEL TECNOLOGIA	Serviços de Infraestrutura de Rede	19.074	90.829	28.391	-9,17	-16,59	NI
82	77	GO2NEXT CYNET	Serviços de Integração ^(5,12,10,18,3,4,1,2,6,7,9,17)	19.012	19.012	5.943	9,93	0,95	14.206
83	78	ÍCARO TECHNOLOGIES	Serviços de Integração ^(10,6)	17.577	25.110	7.849	19,66	9,88	12.329
84	79	SERCOMTEL CONTACT CENTER	Serviços Digitais	16.459	17.325	5.415	5,65	-2,98	1.972
85	86	SECCIONAL	Infraestrutura	13.926	27.852	8.706	26,21	15,90	34.407
86	91	NEGER TELECOM	Componentes, Partes e Peças ^(2,3)	13.699	14.420	4.507	44,51	32,71	3.011
87	85	VOXAGE - SERVIÇOS INTERATIVOS	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(6,10,11,9)	13.396	13.396	4.187	11,19	2,10	3.222
88	83	GUIATEL ^{1,2}	Serviços Digitais	13.000	13.000	4.064	1,84	-6,48	NI
89	90	TELSIGN CONSULTORIA	Serviços de Integração	11.274	11.867	3.709	12,59	3,39	4.358
90	-	AXOON CONEXÕES CORPORATIVAS ^{1,2}	Serviços Convergentes	10.938	10.938	3.419	0,00	0,00	2.918
91	92	TELLFREE BRASIL	Serviços Digitais ⁽¹⁸⁾	10.698	11.886	3.715	16,63	7,10	NI
92	88	DIGITEL ²	Infraestrutura ⁽⁹⁾	6.860	9.800	3.063	-30,38	-36,07	3.000
93	96	ONDA ^{1,2}	Serviços Convergentes	6.473	6.473	2.023	8,90	0,00	NI
94	-	UNOTEL TELECOM ²	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	4.888	4.888	1.528	0,00	0,00	-25.094
95	95	BRASILSAT	Gerenciamento de Redes ⁽²¹⁾	3.748	3.748	1.172	-40,22	-45,10	341.065
96	-	DTCOM ²	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	3.447	3.447	1.077	0,00	0,00	-1.176
97	98	SISPRO ²	Software	3.172	15.858	4.957	2,24	-6,11	9.269
98	100	MAPRA ^{1,2}	Gerenciamento de Redes ⁽⁷⁾	2.495	2.495	780	0,00	-8,17	NI
99	97	SISGRAPH	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	1.770	46.210	14.444	-3,86	-11,72	NI
100	-	SET TELEINFORMÁTICA	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ⁽⁷⁾	1.654	1.654	517	0,00	0,00	1.203

1 - Dados Estimados 2 - Segmentação Estimada

PRODUTOS: 1) Componentes, Partes e Peças; 2) Equipamentos de Comunicação; 3) Equipamentos para Telefonia; 4) Fios e Cabos; 5) Infraestrutura; 6) Software; 7) Terminais; 8) Outros produtos.

Ativo Perm. (R\$ mil)	Lucro Bruto (R\$ mil)	Lucro Operacional (R\$ mil)	Lucro Líquido (R\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Rent. s/ Invest. (%)	Giro dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (R\$ mil)
320	9.065	8.642	5.775	23,21	11,47	6,94	16,62	0,00	-5,17	19,90	1,74	175,00
2.122	17.209	2.828	2.130	7,34	4,97	2,23	70,30	14,35	-0,76	4,31	0,87	20,48
9.312	16.856	7.203	4.470	40,78	13,15	1,28	194,07	28,20	7,38	13,87	1,05	49,67
1.168	4.551	-6.283	-6.283	-92,48	-19,40	2,37	200,24	0,00	1,10	-30,80	1,59	-
819	12.335	1.221	812	70,79	2,81	2,12	1.759,11	22,22	0,16	3,81	1,36	-
6.415	13.858	2.486	1.905	6,64	6,62	6,91	13,58	1,70	-1,81	5,85	0,88	12,29
45.807	26.981	2.578	1.607	3,38	4,50	1,39	155,70	3,51	8,56	1,32	0,29	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-17,58	2,90	1,00	-510,35	26,21	7,91	4,20	1,45	4,84
9.651	7.267	1.467	1.467	9,54	6,12	2,41	27,62	5,28	0,07	7,47	1,22	8,24
14.753	14.724	-4.722	-3.000	-110,86	-12,88	1,32	918,92	10,67	5,13	-10,88	0,84	-30,93
132	15.144	5.009	3.810	72,12	16,70	1,32	112,76	0,25	2,42	33,90	2,03	64,58
250	20.244	15.957	13.376	497,99	61,17	3,50	36,11	0,00	0,02	365,86	5,98	535,04
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	5,92	-	182,52	-
NI	NI	NI	NI	276,00	-25,70	1,15	-1.900,00	84,00	-22,10	-15,30	0,60	-147,86
12.352	12.964	2.287	1.463	10,30	7,70	3,41	5,41	0,00	4,32	9,77	1,27	24,38
1.702	9.832	3.701	2.599	21,08	10,35	2,47	53,33	0,00	-1,29	13,75	1,33	22,03
5.052	4.007	636	370	18,76	2,14	1,17	425,61	0,00	-0,14	3,57	1,67	0,91
29.744	8.910	5.728	3.910	11,36	14,04	1,98	47,10	0,04	-0,69	7,73	0,55	0,00
180	13.181	5.203	3.616	120,09	25,08	3,12	44,34	0,00	-0,35	83,20	3,32	109,58
1.843	13.373	-364	-364	-11,30	-2,72	1,54	206,24	32,03	6,96	-3,69	1,36	-4,28
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1	3.436	-276	-276	-6,33	-2,33	2,95	50,94	20,13	0,19	-4,20	1,80	-1,73
635	9.245	2.048	1.462	50,10	13,37	1,93	68,37	8,79	-1,55	29,76	2,23	-
NI	NI	NI	NI	-19,55	-92,54	0,14	-123,19	531,00	65,41	-84,32	0,91	274,97
0	5.200	-2.800	-9.400	-313,33	-95,92	0,74	1.430,00	41,83	26,53	-20,48	0,21	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.126	1.811	-1.434	-1.434	0,00	-29,34	0,49	0,00	83,61	0,00	-6,04	0,21	-
247.441	1.280	10.165	603	0,18	16,09	47,05	0,57	0,00	-50,05	0,18	0,01	12,06
14.041	-65	-1.393	-1.393	0,00	-40,41	0,72	0,00	0,00	11,14	-5,74	0,14	-
7.402	1.461	-26	1.079	11,64	6,80	1,37	35,63	0,00	-14,84	8,58	1,26	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
343	886	180	-8	-0,67	-0,48	2,40	67,00	18,32	11,00	-0,40	0,82	-

SERVIÇOS: 10) Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos; 11) Serviços de Integração; 12) Gerenciamento de Redes; 13) Serviços de Telefonia Fixa; 14) Serviços Móveis; 15) Serviços Convergentes; 16) Serviços Corporativos; 17) Serviços Digitais; 18) Serviços de Infraestrutura de Rede; 19) Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center; 20) Serviços de Call Center; 21) Holdings (não operacionais).

maiores e destaques



produtos

MAIORES	SEGMENTOS	DESTAQUES
INTEL	Componentes, Partes e Peças	FURUKAWA
INTELBRAS	Equipamentos de Comunicação	INTELBRAS
CISCO DO BRASIL	Equipamentos para Redes Corporativas	LEUCOTRON TELECOM
PRYSMIAN GROUP	Fios e Cabos	CABLETECH
NOKIA TECNOLOGIA	Infraestrutura	SECCIONAL
ERICSSON	Software	LINX



serviços

MAIORES	SEGMENTOS	DESTAQUES
ALLIED	Canais de Comercialização	ALLIED
ACCENTURE	Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	VIAW
TELEMONT	Gerenciamento de Redes	CENTURYLINK
VIVO	Serviços Convergentes	ALGAR TELECOM
VIVO	Serviços Corporativos	PRIMESYS
CLARO	Serviços de Call Center	ATENTO
ALGAR MULTIMIDIA	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	COPEL TELECOM
CLARO	Serviços de Infraestrutura de Rede	EMBRATEL STAR ONE
SIEMENS	Serviços de Integração	STEFANINI
VIVO	Serviços de Telefonia Fixa	ALGAR TELECOM
VIVO	Serviços Digitais	HISPAMAR SATÉLITES
VIVO	Serviços Móveis	VIVO



Tecnologia e conectividade para a sua empresa na era digital

Conectividade | Data Center e Serviços na Nuvem | Voz & UCC | Segurança | Serviços Gerenciados de TI

Acelere a sua transformação e mantenha seu negócio conectado com as soluções da CenturyLink.

Rede Global:

- Presença em mais de 60 países.
- Mais de 360 Data Centers no mundo.
- Mais de 720.000 quilômetros de rede de fibra óptica global.
- Mais de 100.000 edifícios conectados.

www.centurylink.com.br

Contate-nos

Tel: 0800.771.4747

E-mail: contato.br@centurylink.com



CenturyLink

A Copel Telecom é a empresa do ano

Com mais de 33 mil quilômetros de cabeamento de fibra no estado do Paraná, a Copel Telecom, que atua na prestação de serviços de Tecnologia da Informação e comunicações do grupo Copel, aumentou a oferta de serviços na base de clientes domésticos e pequenas e médias empresas, ampliando o portfólio. Empresa do Ano do Anuário Telecom e destaque em Serviços de Hosting e Servidores ou Data Center, a Copel Telecom alcançou receita líquida total de R\$ 380,5 milhões, com um crescimento de 17,6% comparado a 2016, e rentabilidade de 14,2% sobre as vendas. Esses números lhe valeram ainda a inclusão entre as dez empresas que mais cresceram em 2017 e as dez mais rentáveis de todo o setor.

“Com os serviços de transmissão se tornando commodities, investimos em novos equipamentos e ampliamos nossa rede dual band para assegurar continuidade e confiabilidade, ao mesmo tempo em que adicionamos novas ofertas para rentabilizar essa rede”, diz o diretor presidente, Adir Hannouche.

A empresa redimensionou a infraestrutura de fibra óptica FTTH (Fiber to the Home) para atender a demanda, dando mais capacidade para horários de pico com carga máxima, ajustando a disponibilidade da rede. Uma das estratégias importantes do ano, segundo Adir, foi desenvolver mais serviços para o varejo e pequenas e médias empresas, por meio da rede Copel Giga, com capacidade de 1 Gbps. Em 2017 e 2018, diz, a Copel ampliou o número de cidades cobertas com backbone de 200 Gbps para 390 municípios, por meio da modernização do anel óptico e a integração e rotas redundantes, atendendo empresas e operadoras: “Temos pontos de presença em todos os municípios do Paraná que

contam com subestações da Copel Energia”. A empresa cobre 83 municípios com rede GPON e FTTH e planeja alcançar 100 cidades até o final de 2018.

As razões do crescimento da companhia, segundo Adir, foram adequar ofertas para o consumidor das classes A e B – o varejo – e definir novos serviços para as pequenas e médias empresas: “Mantemos o modelo de negócio bem azeitado com ofertas que fazem sentido tanto para o consumidor quanto para o controlador, o grupo Copel”. A maior fatia de serviços fica com o varejo, ou os usuários domésticos.

Entre as razões do alto crescimento está a sinergia entre as telecomunicações e a automação, responsável pela transformação digital no segmento de energia. Com produtos instalados nas empresas de energia do grupo, a Copel prevê a oferta desses serviços para o mercado. “Desenvolvemos sistemas de redes inteligentes para coleta e medição de dados energéticos dos consumidores, em cima de uma plataforma de comunicação com fibra óptica, que permite ao setor elétrico a automação e o controle da rede por meio de um centro operacional”, explica.

Ele destaca que a empresa mantém seu diferencial ao oferecer banda larga com 100% de fibra óptica de tráfego simétrico, permitindo distribuir conteúdo com maior qualidade.

A Copel Telecom também manteve o foco na governança corporativa, usando plataformas analíticas, integrando processos de negócio e acompanhando os principais indicadores, com base em dados atualizados diariamente sobre as operações.

O Grupo Copel dispõe de dois data centers padrão tier 3 de classe mundial. Essa infraestrutura permitiu au-

mentar a velocidade da banda larga e a segurança digital das empresas do grupo. “Em 2019 devemos oferecer serviços para mercados fora do grupo Copel com um data center complementar”, prevê o diretor presidente. A ideia, segundo ele, é lançar novos serviços por meio de parcerias com outras empresas, combinando produtos próprios e de terceiros, incluindo soluções de hardware e software de energia e conectividade embarcada, para pequenas e médias empresas: “Quando a Copel for vender energia no mercado livre, uma das possibilidades é oferecer pacotes corporativos incluindo conectividade para as pequenas e médias empresas”.

Até 2012, a empresa vendia apenas capacidade no atacado para 399 municípios. Em 2013, potencializou sua rede de fibra óptica, passando a atender o varejo, ofertando acesso à Internet para clientes residenciais e pequenas e médias empresas. O serviço começou pela cidade de Irati, na região Centro-Oeste do Estado, onde a empresa conquistou mais de 400 clientes (90% residenciais) para o serviço de acesso a banda larga que usa a tecnologia GPON.

A crise energética encareceu o custo do capital, e a Copel buscou alternativas de captação como a emissão de debêntures para prover recursos e mitigar riscos. A partir de 2015, começou a emitir debêntures para financiar a expansão de infraestrutura de telecomunicações no Paraná, conforme autorização do Ministério das Comunicações. O projeto permitiu a implantação, ampliação e modernização da rede de telecomunicações, utilizando cabos ópticos e sistemas de transmissão digital no estado. Em julho de 2017, o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Telecomunicações aprovou o projeto de investimento



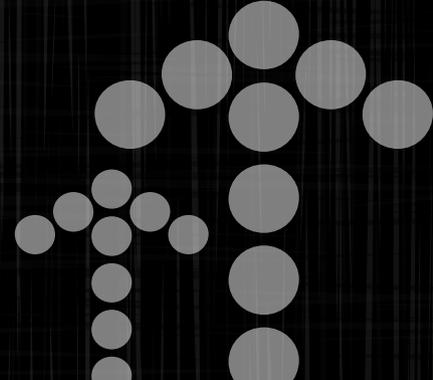
divulgação

Adir Hannouche

diretor presidente

Ofertas adequadas para o consumidor doméstico, pequenas e médias empresas.

em infraestrutura de telecomunicações da Copel, para levar rede de transporte e de acesso de banda larga para o Paraná e Santa Catarina, ampliar e modernizar a infraestrutura de rede em cabo óptico de alta capacidade, para prestação de serviços de banda larga e de telecomunicações. Com a emissão de debêntures, a empresa teve direito à redução da alíquota do Imposto de Renda que incide sobre os rendimentos auferidos. Com a modernização da infraestrutura, em 2018 a companhia expandiu o atendimento residencial na região Noroeste do estado do Paraná. O atendimento corporativo está em todos os 399 municípios e com a expansão, a rede residencial passou a cobrir 80 cidades, no total.

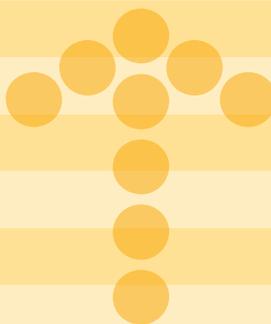


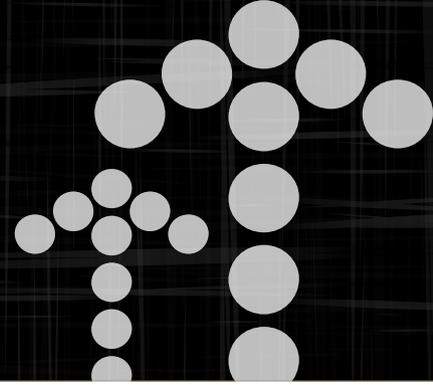
Para atender melhor o cliente residencial, a empresa lançou um aplicativo para celulares que permite o acesso à sua conta. O consumidor pode conferir informações básicas sobre a conta, como velocidade do plano contratado, endereço, meio de pagamento e data de vencimento. Faz atendimento via WhatsApp para tirar dúvidas e pode enviar sugestões com o ícone do aplicativo. Permite também consultar faturas e o histórico, desde a contratação do plano, com maior controle dos pagamentos realizados. Já as contas futuras são disponibilizadas em arquivo para visualiza-

ção em PDF, com boleto para o pagamento online. O cliente pode também consultar o gráfico de consumo de banda. A Internet da Copel Telecom não tem franquia, ou seja, o consumo de banda é ilimitado nos planos Copel Fibra. Mesmo assim, se o cliente quiser saber a quantidade de gigabytes de download e upload usados de acordo com o mês e o ano, basta consultar essa funcionalidade no aplicativo. Ele pode também alterar seus dados cadastrais e cancelar serviços. Outra funcionalidade é o diagnóstico de conexão e teste de velocidade, podendo saber se há algum problema

Os números vencedores (2017)

Receita Líquida (R\$ mil)	380.550
Patrimônio Líquido (R\$ mil)	483.195
Ativo Permanente (R\$ mil)	883.196
Lucro Bruto (R\$ mil)	192.188
Lucro Operacional (R\$ mil)	75.324
Lucro Líquido (R\$ mil)	54.052
Crescimento Receita Líquida (%)	17,69
Rentabilidade sobre patrimônio (%)	11,19
Rentabilidade sobre vendas (%)	14,20
Liquidez Corrente	0,89
Endividamento s/ Patrimônio	118,28
Endividamento s/ Ativo	2,25
Desp. Financeiras s/ Vendas	4,96
Retorno sobre investimentos (%)	5,12
Giro dos Ativos	0,36
Lucro Líquido por Funcionário (R\$ mil)	78,91





na rede. Logo que o diagnóstico é finalizado, o cliente pode medir a velocidade da Internet por meio de um aplicativo externo, o Speed Test, que pode ser acessado pelo site da Copel Telecom ou baixado no celular. Com a instalação de extensas redes de fibra no estado, um dos desafios da empresa foi destinar os restos de fibra óptica das operações de campo, que somaram quase 200 toneladas de materiais até 2017. Para resolver o problema, desenvolveu um processo para a reciclagem do material. Aprovado pelo Comitê de Sustentabilidade, foi criado um processo para atender os princípios da Política Nacional de Resíduos Sólidos e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável e economia circular, envolvendo toda a cadeia de fornecedores. Foi incluída em contratos de prestação de serviços a destinação do principal resíduo. As fibras ópticas que estavam armazenadas nos almoxarifados tiveram destinação correta, após um processo de licitação que escolheu a empresa responsável pela reciclagem. Os restos de material foram transformados em diversos subprodutos, como polietileno, aramida e fibra de vidro, que podem ser reaproveitados na indústria e na produção de outros materiais. A Copel Telecom reciclou 193 toneladas de cabos de fibra óptica entre 2017 e 2018.

Para atender uma necessidade da Copel Distribuição, a Copel Telecom desenvolveu um aplicativo móvel de prevenção de riscos que faz a análise preliminar dos riscos referentes a determinadas tarefas. O Easy APR usa georreferenciamento e é vinculado a ordens de serviço. O sistema foi desenvolvido para prevenir na Copel Distribuição riscos que poderiam ser evitados ou amenizados, desde que adotadas algumas medidas preventivas no início das atividades, diz Adir. A APR – Análise Preliminar de Risco é prevista em diversos regulamentos do Ministério do Trabalho e Emprego, e a avaliação é considerada essencial antes da execução de inúmeras atividades. O aplicativo é instalado em smartphones ou tablets interligados a uma rede

de dados Wi-Fi ou celular. Após coletar as informações necessárias, transmitem os dados que são armazenados em servidores. O objetivo é identificar, previamente, os riscos de determinada atividade para promover melhorias e garantir mais segurança para a execução dos trabalhos. Na Copel Telecom, o app é utilizado por eletricitistas de manutenção, construção de linhas e redes de alta e baixa tensão de energia elétrica, e para documentar e compreender as características físicas do local. Para Adir, o novo aplicativo é um exemplo de como “a inteligência e o conhecimento dos negócios da companhia são usados para oferecer uma solução simples, funcional e que pode preservar vidas”. O sistema pode ser utilizado por qualquer empresa de energia, telecomunicações, e outros segmentos cujas normas exijam atenção para estudar os riscos envolvidos na ação das equipes e evitar acidentes de trabalho e vítimas.

O desafio tecnológico do desenvolvimento do Easy APR foi encontrar uma solução para dispositivo móvel com o uso de georreferenciamento. Os dados armazenados garantem a integridade da informação desde que exista rede de comunicação disponível. O benefício do app para a companhia está no cumprimento de normas regulamentares do Ministério do Trabalho. Como provedora regional de banda larga no atacado e varejo, a Copel Telecom deve se beneficiar com o novo Plano Geral de Metas de Competição, apresentado em julho de 2018, e que vinha sendo discutido desde 2016. Ele estabelece níveis de competitividade das ofertas de capacidade no atacado e serviços no varejo para cada município, variando de municípios categoria 1 (plenamente competitivos) até municípios categoria 4 (onde mesmo com estímulos à competição a prestação de serviços é inviável sem políticas públicas). O controle de preços das ofertas no atacado passa a ser feito pelo modelo de custo em uma metodologia que a Anatel considera menos intervencionista do que a que vinha sendo aplicada.

As 10 empresas mais rentáveis

A difícil equação de obter boa rentabilidade em

épocas de desaceleração da economia dirige os holofotes às estratégias, escolhas e investimentos das empresas mais rentáveis no ranking do Anuário Telecom. Os dois últimos anos exigiram a definição de políticas claras de investimento, entrada em novos mercados e mais acuracidade na prestação de serviços.

Com a significativa rentabilidade de 36,3% sobre as vendas, a operação de satélites da Embratel Star One, braço da Embratel para o segmento, se beneficiou do lançamento do nono satélite da frota: o Star One D1, resultado de cerca de US\$ 400 milhões de investimento. A nova capacidade satelital vai atender, além do Brasil, outros países da América do Sul, do Norte e Central. Está equipado com Bandas C, Ku e Ka, dando à Embratel capacidade de entregar novos serviços corporativos, como distribuição de vídeo e backhaul de celular via satélite. Com o Star One D1, a empresa atende regiões que precisam de interconexão de redes celulares via satélite, além de prover interligação de empresas à Internet. “O Star One D1 é o maior já construído pela Embratel Star One e o nono satélite da frota, o maior da América Latina”, diz o presidente da empresa, José Formoso. O novo satélite faz parte da quarta geração, designada como Família D, e complementa a estrutura já composta por cinco satélites em órbita geoestacionária (Star One C1, C2, C3, C4 e C12) e por três em órbita inclinada (Brasilsat B2, B3 e B4). “Hoje, oferecemos capacidade satelital para as maiores empresas do Brasil, principais emissoras de TV, canais independentes, bancos e diversos órgãos do governo brasileiro, recebendo e transmitindo si-

nais de televisão, rádio, telefonia, Internet e dados para aplicações de entretenimento, telemedicina, tele-educação e atividades empresariais”, explica Formoso. De acordo com ele, com o novo satélite, a Embratel assegura a continuidade dos serviços em Banda C e amplia as ofertas disponíveis de dados, vídeos, celular e Internet de alta velocidade.

Veterana no ranking das mais rentáveis do Anuário Telecom, a ViaW obteve 66,7% de rentabilidade sobre as vendas, superando a marca de 2015, quanto alcançou o também expressivo índice de 56,9%. Especializada em redução de custos de telecomunicações e tecnologia da informação, a empresa, Destaque do ano no segmento de Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos, é especialmente requisitada em épocas de aperto de margens. Os projetos no segmento varejista – em bancos e lojas – e novos mercados como a Internet das Coisas (IoT) trouxeram bons resultados em 2016, explica o presidente da ViaW, Nelson Reis. Em 2016, além dos projetos tradicionais no mercado corporativo, a empresa foi contratada para apoiar duas grandes empresas na otimização de seus custos e eficiência de gestão: um grande banco e uma das maiores redes varejistas na área de beleza, que têm, cada uma, mais de 4 mil lojas e agências. Em outra frente, o volume de projetos para as pequenas e médias empresas foi recorde em 2016 e 2017 em todas as regiões do país, mostrando que esse nicho também busca menores custos. Com a crise econômica, diz Nelson, as empresas estão mais pressionadas por resultados operacionais, principalmente na redução de custos no exercício fiscal

As campeãs da rentabilidade

CLASSIFICAÇÃO NO RANKING	AS 10 EMPRESAS MAIS RENTÁVEIS	RENTABILIDADE S/ VENDAS (%)	RECEITA LÍQUIDA (R\$ MIL)
79	VIAW	61,17	21.868
30	UOL	59,31	649.440
27	EMBRATEL STAR ONE	27,93	690.167
29	ALGAR TELECOM	25,41	906.926
86	NEGER TELECOM	25,08	14.420
50	AUTOTRAC	22,61	246.535
78	ASGA SISTEMAS	16,70	22.819
53	CABLETECH	15,50	175.045
40	COPEL TELECOM	14,20	380.550
85	SECCIONAL	14,04	27.852

de 2017: “Esse movimento está ocorrendo tanto em grandes corporações quanto nas médias e pequenas empresas, ampliando nosso mercado”. Algumas empresas estão reduzindo seus pontos geográficos com o fechamento de lojas e agências, buscando soluções de menor custo e mudando sistemas tradicionais de rede de dados MPLS para xDSL ou SD-WAN. Outro movimento, segundo ele, é a migração dos serviços de voz fixa para soluções digitais, além da otimização de custos e soluções de datacenter e computação em nuvem. Para 2018, as perspectivas são ainda mais positivas, com a entrada da ViaW em novos negócios de consultoria de eficiência, identificando carências operacionais em outros setores, como o de energia. Com foco em serviços digitais e conteúdo, o portal Terra alcançou 27,9% de rentabilidade, atraindo a atenção da Telefônica que adquiriu a empresa em julho de 2017. Embora ambas fossem empresas controladas pelo grupo Telefônica, eram operações totalmente independentes. O portal tem três linhas

de negócios: serviços digitais, mobilidade com o desenvolvimento de aplicativos para operadoras, e publicidade. “A compra do Terra vai acelerar a transformação digital da Vivo. Com a integração dos portfólios, vamos ampliar a oferta de serviços digitais para clientes das duas empresas”, afirma o presidente da Vivo, Eduardo Navarro. Ele reforça que o Terra manterá seu foco no jornalismo noticioso e, por meio do acordo com a Vivo, a tendência é uma ampliação desses serviços: “Cada vez mais, as plataformas móveis exigem conteúdos dos mais variados”.

A atuação nos mercados de telecom, Internet e sistemas de defesa e segurança pública garantiu à Neger uma rentabilidade de 27,4% sobre as vendas. “Apesar da crise econômica, certos nichos de mercado continuam com demanda e crescimento expressivos, como os serviços de acesso à Internet e de valor adicionado para áreas rurais e regiões remotas, pouco atendidas hoje pelas demais operadoras”, explica o diretor, Eduardo Neger. Ele atribui os bons

resultados aos investimentos em pesquisa e desenvolvimento, que garantiram inovação nos mercados onde atua: “Hoje, perto de 80% de nosso faturamento provém de produtos e serviços desenvolvidos nos últimos cinco anos”. O segmento de telecomunicações rurais mantém a demanda estável e levemente aquecida no Norte e Centro-Oeste do Brasil, o que permitiu boas vendas nessas regiões. Segundo Neger, o crescimento do uso de aplicações em nuvem demanda mais pontos de acesso à Internet nas áreas rurais e regiões remotas, com impacto positivo na demanda de produtos e serviços da empresa. Ao completar 20 anos em 2016, o UOL comemora também a rentabilidade de 21,1% sobre as vendas como aponta o estudo do Anuário Telecom. Na opinião do diretor geral, Ricardo Dutra, poucas empresas denominadas Internet “puro sangue” têm essa longevidade, e mais difícil ainda é continuar rentável e sustentar o crescimento. Em 2016, a empresa bateu o recorde histórico de audiência, garantindo sustentabilidade financeira em um mercado sempre dinâmico e disruptivo, diz.

Cobertura jornalística

Esse sucesso, segundo ele, é atribuído aos investimentos na extensa cobertura jornalística das movimentações políticas e dos Jogos Olímpicos: “Temos uma redação dedicada e mobilizada para proporcionar o melhor conteúdo para o nosso usuário”.

A empresa também lançou dois produtos estratégicos: além do PagSeguro, a Moderninha Wi-Fi e a Moderninha Pro, ampliando o portfólio de equipamentos e serviços de meios de pagamento. Em 2017, lançou a iniciativa CarnaUOL, evento de carnaval na capital paulista que reuniu no estádio do Canindé mais de 20

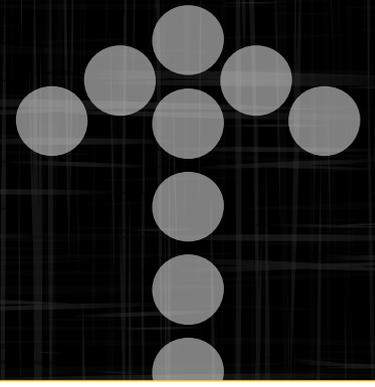
mil pessoas, e no Rio de Janeiro reservou um camarote exclusivo na Sapucaí, reunindo 10 mil pessoas, além da cobertura on-line da maior festa do Brasil.

Para o mercado publicitário, o UOL passou a oferecer projetos de mídia (principalmente on-line) e eventos (majoritariamente off-line). A solução permite às marcas começar um diálogo on-line e oferecer a experiência do mundo off-line. “Uma empresa do segmento automotivo, por exemplo, consegue divulgar um novo modelo de veículo no mundo digital, com uma série de informações para o consumidor, desde preço até opcionais, e ainda agendar um test-drive de maneira organizada e em contato direto com o cliente”, explica Ricardo. Com a onda recente de fake news, o UOL foi muito procurado por anunciantes e agências para oferta de conteúdo premium, ambiente seguro e ferramentas que facilitam a medição do retorno das ações de mídia. Na área de jornalismo e conteúdo, a empresa reformulou o aplicativo de notícias para ficar mais leve e rápido, além de lançar o UOL de Primeira, que conta os bastidores do futebol, exclusivo para os assinantes.

Entre as estratégias para alcançar os bons resultados de 2016, Ricardo aponta o investimento em técnicas e ferramentas de pesquisa para a avaliação do comportamento para entender as necessidades e demandas dos consumidores.

A diversificação das linhas de negócio, segundo ele, permitiu à empresa compensar o menor crescimento em algumas áreas, mesmo em um cenário de retração: “O mercado vem se recuperando e, mesmo em um cenário economicamente difícil, os anunciantes têm voltado a investir em marketing”.

Apesar da dificuldade do ambiente de negócios, especialmente para o mercado publicitário, os produtos



voltados para as pequenas e médias empresas e e-commerce tiveram bom desempenho, já que muita gente se viu forçada a empreender. “Para 2018, o sentimento de mercado é de otimismo moderado, o que ao meu ver, já é bom”, conclui Ricardo. O UOL segue sem depender de áreas específicas, balanceando serviços para o consumidor final, empreendedores e anunciantes de grande porte.

Uma ferramenta que fez a diferença para manter sua base, ele lembra, foram os investimentos na automação do atendimento: “Atualmente, o cliente tem preferência utilizar canais eletrônicos e nós ganhamos em eficiência e em redução de custos”. A empresa lançou o chatbot para algumas editorias de conteúdo, como esportes e estilo, e também para alguns produtos. “É um trabalho de aprimoramento constante, pois precisamos manter a base de conhecimento atualizada, mas o ganho para o cliente, e conseqüentemente para os nossos negócios, é real”, afirma. A previsão para 2018 é continuar crescendo em audiência, principalmente porque será o ano de Copa do Mundo e eleições.

Aposta na inovação

Com 21% de rentabilidade sobre as vendas e premiada como Empresa do Ano pelo Anuário, a Algar Telecom manteve investimentos em inovação, apesar do cenário econômico adverso, expandindo serviços. Em agosto de 2017, inaugurou um centro de inovação digital com foco em novos negócios em sua sede, em Uberlândia (MG). Batizado de Brain, vai atuar em áreas como Internet das Coisas (IoT), cibersegurança, computação em nuvem e sistemas digitais, que também foram foco em 2016. A ideia é buscar parcerias estratégicas com grandes organiza-

ções, universidades e startups para os novos projetos voltados ao business to business. De acordo com o diretor presidente da Algar Telecom, Jean Borges, a empresa colheu bons resultados nesse mercado e agora completará as ofertas com novas tecnologias.

As vendas por atacado para o segmento de micro, pequenas e médias empresas, representaram 54% da receita bruta de telecomunicações em 2016 e devem continuar crescendo, prevê Jean: “Tivemos boa aceitação de nossos serviços de dados e links dedicados para o segmento corporativo, contemplando outras operadoras e provedores de banda larga (ISPs)”.

A oferta de produtos inovadores foi a alavanca dos bons resultados da Seccional, que obteve 17,3% de rentabilidade sobre as vendas. A empresa. Destaque do Ano no segmento de infraestrutura pelo 12º ano consecutivo, aproveitou o desaquecimento da economia para reestruturar processos internos e expandir o centro tecnológico, redimensionando a logística e a área fabril. “Ampliamos a capacidade de produção e intensificamos o treinamento dos colaboradores”, afirma o diretor, Paulo Emmanuel Abreu Junior. Em 2016, a empresa desenvolveu novas versões do Ultra Fast Site, que permite a instalação de um site completo de até 60 metros de altura em tempo reduzido. Em pesquisa e desenvolvimento, focou em projetos de geração de energia e telecomunicações que tiveram como resultado novas patentes na área. No segmento industrial, a Seccional concluiu etapas do processo de lean manufacturing –filosofia de gestão que elimina desperdícios –, que resultou na expansão da capacidade produtiva e agilidade na logística, permitindo movimentação de 2 mil toneladas mensais de produtos por turno. Com a nova metodologia a Seccional investiu na eficiência dos processos, trabalhando somente na demanda do momento.

As 10 empresas que mais cresceram

Transformação dos modelos de negócio, atuação em novas verticais, oferta de tecnologias disruptivas, redes ópticas de banda ultralarga e segurança digital contribuíram para os bons resultados das dez empresas que mais cresceram do Anuário Telecom 2018.

No topo do ranking, a AsGa Sistemas aumentou em 43,5% a receita líquida em reais, com a retomada dos investimentos das operadoras em 2017, figurando também entre as dez empresas mais rentáveis. “Conseguimos ganhos expressivos de produtividade, em função do grau de especialização da nossa equipe, que se refletiu numa importante redução dos gastos, além de um expressivo incremento dos resultados do serviço de Revenue Assurance (RA)”, diz Plínio Guilherme da Silva Filho, diretor presidente da AsGa.

A empresa se recuperou da recessão econômica que se instaurou no país em 2016, agravada pela suspensão legal de pagamentos da sua principal cliente, a Oi. Além da RA, o foco da AsGa, desde a sua fundação, é o desenvolvimento de software e a operação de sistemas para as operadoras em suas várias áreas, como a monitoração da rede para gestão de desempenho e troubleshooting, soluções de bilhetagem, sistemas de apoio à mediação, gestão de clientes e detecção de fraudes, entre outros.

Em 2017, junto com uma parceira tecnológica israelense, venceu a concorrência internacional para fornecimento de uma plataforma SON (Self Organized Network), para implantar uma rede de âmbito nacional. Também em 2017 criou uma estrutura direcionada para a inovação e sistemas complexos, dando início

a projetos voltados para áreas de interesse já identificadas nas operadoras de telecomunicações como a de controle, incluindo auditoria automática de contratos de clientes em relação aos serviços efetivamente instalados na rede, e certificação de vendas realizadas por cartão de débito ou de crédito com registro no sistema de NFC-e do lojista.

No segmento de serviços digitais, a AsGa Sistemas iniciou em 2017 os primeiros projetos em RPA (Robotic Process Automation), já com resultados ao longo de 2018.

“Com o início da implementação do 5G, teremos oportunidade de participar desse vasto mercado potencial, seja através do fornecimento de soluções de gestão para os nossos clientes – as operadoras de telecomunicações – ou até mesmo de produtos para os usuários finais”, prevê Plínio.

Os produtos da AsGa Sistemas são voltados essencialmente para o B2B e B2B2C e o início da implantação das redes 5G deve impulsionar a demanda por sensores e sistemas voltados à Internet das Coisas.

Um estudo do BNDES/MCTIC, que resultou no Plano Nacional de Internet das Coisas, destaca quatro ambientes prioritários e respectivas áreas estratégicas. Segundo um critério combinado de demanda e capacidade de desenvolvimento no país, foram listados o mercado urbano (mobilidade; segurança; energia e saneamento); rural (recursos naturais e insumos; maquinário; agrotóxicos); indústria (processos; bens de capital; estoque), e saúde (doenças crônicas; prevenção; gestão de SUS). “Dadas as restrições orçamentárias do governo, no entanto, é pouco provável que

As campeãs do crescimento

CLASSIFICAÇÃO NO RANKING	AS 10 EMPRESAS QUE MAIS CRESCERAM	CRESCIMENTO RECEITA LÍQUIDA (%)	RECEITA LÍQUIDA (R\$ MIL)
78	ASGA SISTEMAS	43,51	22.819
23	INTELBRAS	41,84	1.597.431
19	TELEPERFORMANCE BRASIL	40,94	1.050.000
86	NEGER TELECOM	32,71	14.420
18	LOGICALIS	30,94	1.093.100
13	ALLIED	21,72	2.616.002
37	EQUINIX DO BRASIL	20,86	426.054
55	CEMIG TELECOM	20,25	123.188
40	COPEL TELECOM	17,69	380.550
10	ERICSSON	16,34	2.520.952

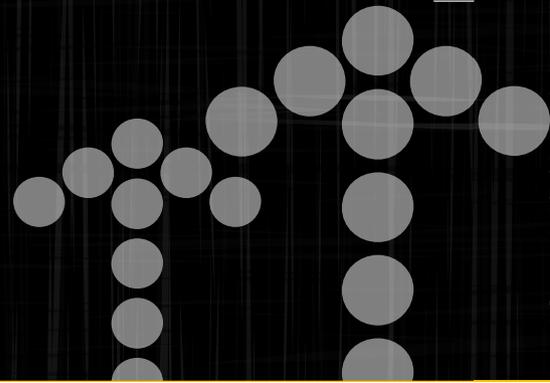
sejam desencadeadas em 2018 e 2019, na extensão prevista, as iniciativas governamentais previstas nesse plano para apoiar o desenvolvimento dessas áreas. Nesse sentido, acreditamos que o mercado vai se mover por si próprio, mas o mapeamento do plano será muito útil para orientar os fornecedores de soluções IoT”, afirma ele.

Na opinião do executivo, há ainda desafios tecnológicos a serem ultrapassados com relação a rede e conectividade, uma vez que, tecnicamente, cada tipo de aplicação necessitaria de tempos de latência distintos. O enorme volume de tráfego de dados que se prevê com a interligação dos dispositivos vai exigir conexões otimizadas, como se fosse uma “rede camaleônica”, capaz de ajustar sua velocidade automaticamente à necessidade da aplicação.

A renovação do portfólio de produtos com base na tecnologia IP e a capacidade de inovar nos mercados onde já atuava alavancaram os resultados da Intelbras, segunda no das dez que mais cresceram do

Anuário Telecom, e Destaque do Ano no segmento Equipamentos de Comunicação. Com crescimento de 41,8% da receita líquida em reais, a empresa desenvolveu soluções e serviços para provedores de Internet além de atender os mercados tradicionais.

Antecipando-se à demanda por sistemas voltados à Internet das Coisas, lançou plataformas integradas com produtos de fácil instalação para o segmento de casas inteligentes, como câmeras wi-fi e fechaduras biométricas. A empresa, que investe 6% do faturamento em pesquisa e desenvolvimento, criando e produzindo equipamentos para residências, condomínios e mercado corporativo, renovou o portfólio com terminais IP (Internet Protocol) e centrais telefônicas com novas funcionalidades, destaca José Carlos Viana, diretor da unidade de telecom. O aquecimento do mercado de sistemas de segurança para condomínios e pequenas e médias empresas que renovaram seu parque com tecnologia de voz sobre IP tiveram impacto importante nos negócios da Intelbras.



A demanda da área rural por telecomunicações foi uma das responsáveis pelos bons resultados da Neger, que registrou crescimento de 32,7% na receita líquida de 2017 e também figura entre as dez empresas mais rentáveis. Segundo o diretor de engenharia Eduardo Neger, a empresa apostou em aplicações em segurança pública, rastreamento rural, inteligência espectral e sistemas de detecção e controle de drones, novos mercados que buscam sistemas inovadores e custos acessíveis. “Esse cenário favoreceu nossa atuação em nichos específicos como serviços de Internet em zonas rurais e remotas”, diz Neger. A empresa também entrou no mercado de IoT, com o desenvolvimento de sensores que permitem o rastreamento de máquinas agrícolas. O lado negativo de 2017, com reflexos em 2018, segundo ele, foi a instabilidade do câmbio, que encareceu o custo de suprimentos e componentes importados, especialmente dispositivos de radiofrequência.

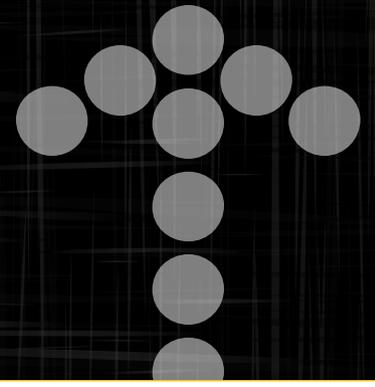
A movimentação das operadoras que se preparam para a rede 5G e a transformação digital de grandes clientes alimentaram os resultados positivos da Logicalis que registrou um crescimento de 30,9% na receita líquida. “O setor de telecom apostou em melhorar a gestão e eficiência das redes virtualizando processos. Em paralelo, os bancos voltaram a investir, o varejo ficou mais aquecido e houve movimentação no mercado de saúde digital”, explica Rodrigo Parreira, CEO da Logicalis para a América Latina. Ele atribui os resultados positivos à retomada dos investimentos por parte dos bancos e operadoras, e o crescimento de projetos disruptivos, principalmente nos setores de utilities e agronegócio. A área de serviços continuados também impulsionou o resultado financeiro, sendo hoje, de

acordo com ele, a unidade de maior rentabilidade da empresa: “Cada vez mais, as novas tecnologias fazem parte das discussões de transformação digital das empresas. Por isso, continuamos investindo em um ambiente propício à inovação, ao mesmo tempo em que fortalecemos ofertas já consolidadas”.

Para expandir presença na região, em maio de 2018, a Logicalis anunciou a intenção de adquirir o grupo Coasin, integrador de sistemas de tecnologia da informação e comunicação (TIC) que oferece soluções para setores como mineração, serviços financeiros, telecomunicações e varejo, com operações no Chile e no Peru. A aquisição, que será realizada pela operação latino-americana da Logicalis, está sujeita à revisão e à aprovação das autoridades locais.

A Coasin é especializada em serviços gerenciados e outsourcing e irá complementar o portfólio da Logicalis, reforçando sua estratégia regional de integradora em mercados como o financeiro e de mineração. “Para continuar crescendo, apostamos em soluções para agronegócio e saúde, além de projetos em IoT”, diz Rodrigo.

A diversificação de negócios e a oferta de novas categorias de produtos foram responsáveis pelo crescimento de 21,7% na receita líquida da distribuidora Allied Tecnologia, Destaque do Ano em Canais de Distribuição. A aquisição de empresas foi parte importante da estratégia da empresa, afirma o CEO, Silvio Stagni. Além de ampliar parcerias, a Allied diversificou o portfólio, integrando a plataforma de vendas on-line Mobcom, que está presente nos maiores varejos online e marketplaces, e a Wooza, uma empresa de ativação de serviços das operadoras de telefonia celular.



Outro mercado que turbinou o resultado das empresas foi o de computação em nuvem, com reflexos importantes no segmento de data centers. Expandindo sua rede no Brasil e América Latina, a Equinix cresceu com a demanda de transformação digital e terceirização de processos de TI e telecom. A companhia integrou serviços e registrou um crescimento de 20,8% na receita líquida que totalizou R\$ 426 milhões. “Tivemos alguns projetos bastante importantes em 2017 no Brasil como a incorporação do data center da Verizon em São Paulo, além de darmos início à segunda fase de expansão da unidade do Rio de Janeiro”, afirma Eduardo Carvalho, presidente da Equinix. A empresa conta com mais de 200 data centers em 52 mercados estratégicos, em 24 países, incluindo o Brasil. Um passo importante para fincar raízes no mercado local foi o lançamento do Equinix Internet Exchange no Brasil, plataforma voltada para ISPs e provedores de conteúdo. “Nos consagramos como um data center que viabiliza a troca de tráfegos em redes públicas e privadas em um mesmo ecossistema que atua globalmente”, destaca. Os resultados da Equinix se devem também à captura de clientes multinacionais que passaram a contar com interconexão no Brasil. As verticais que mais contribuíram para o crescimento da receita, segundo Eduardo, foram os de manufatura, comércio e serviços, que buscaram otimizar sua infraestrutura e ampliar pontos de presença na região.

A retomada dos projetos de expansão e modernização das redes de telecomunicações pelas operadoras foi responsável pelo crescimento de 16,3% na receita líquida da Ericsson. A empresa reestruturou as operações globais e concentrou recursos em setores es-

tratégicos para inovar, ressalta Georgia Sbrana, vice-presidente de marketing, comunicação, relações institucionais e governo da Ericsson.

Em 2017, a empresa definiu três áreas prioritárias para sustentar o crescimento: redes de telecomunicações, serviços digitais e tecnologias emergentes baseadas em Internet das Coisas. Em 2017, a Ericsson investiu o correspondente a 19% de todo seu faturamento global em pesquisa e desenvolvimento, e o Brasil teve um papel importante nessa fatia. Segundo Georgia, não basta apenas o investimento em desenvolvimento de tecnologia: é preciso haver mudanças culturais. A empresa investiu em talentos e incorporou metodologias ágeis, ingredientes fundamentais para a unidade brasileira se destacar na operação global.

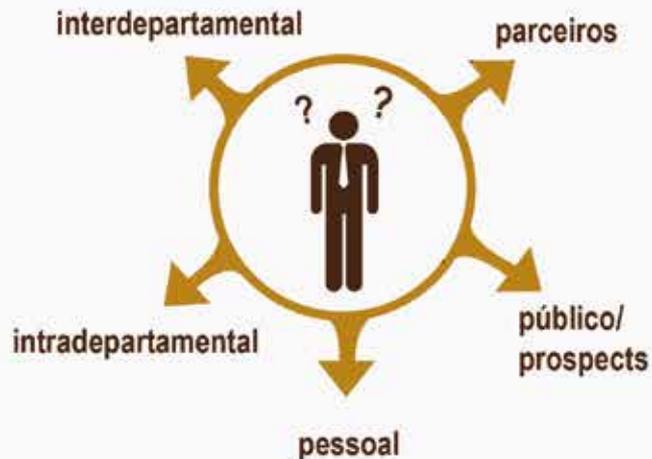
O crescimento de mais de 200% ao ano da banda larga móvel representa uma importante fonte de receita para as empresas de telecomunicações e demandou investimentos em melhoria da capacidade da rede. Outra estratégia que alavancou os resultados da Ericsson no Brasil foi a participação em projetos de transformação digital, cidades inteligentes e no agronegócio em parceria com as operadoras. A empresa ganhou market share em negócios tradicionais e teve importantes conquistas em mercados emergentes.

A preparação das operadoras para a chegada da rede 5G no Brasil também trouxe novos contratos. Outro projeto relevante para alavancar os resultados foi a modernização da infraestrutura das teles com a adoção da frequência de 700 MHz, além da expansão do 4,5G. “Tivemos ainda conquistas na área de serviços digitais, de virtualização de core de rede e em parcerias no mercado de Internet das Coisas”, afirma Georgia.



QUAL O NÍVEL DE **RELACIONAMENTO** COM SEU PÚBLICO?

Temos uma infraestrutura completa de operação com assessoria de planejamento e execução!



NOSSOS SERVIÇOS

TEAM BUILDING

EVENTOS CORPORATIVOS

GOURMET EXPERIENCE

ALMOÇO DE NEGÓCIOS

FILMAGENS

EVENTOS DE INCENTIVO



VENHA E ENCANTE-SE.

RUA BARÃO JACEGUAÍ - 2.046
CAMPO BELO - SP - 04606-004
WWW.EXPERIENCELOUNGE.COM.BR
11 5095.1314



EXPERIENCE
Lounge





produtos

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, ESTÃO OS PERFIS DOS FABRICANTES CUJO DESEMPENHO LHES GARANTIU O PRÊMIO DE DESTAQUE DO ANO DO ANUÁRIO TELECOM 2018, EM SEUS RESPECTIVOS SEGMENTOS: FURUKAWA (COMPONENTES, PARTES E PEÇAS); INTELBRAS (EQUIPAMENTOS DE COMUNICAÇÃO); LEUCOTRON (EQUIPAMENTOS PARA REDES CORPORATIVAS); CABLETECH (FIOS E CABOS); SECCIONAL (INFRAESTRUTURA); E LINX (SOFTWARE)

E-commerce e fábrica no México: os trunfos da Furukawa.

2017 foi um ano de grandes iniciativas da Furukawa Electric LatAm, empresa do Grupo Furukawa Electric, com a inauguração da fábrica no México, voltada à produção de soluções para o mercado de comunicações e um novo centro de distribuição em Curitiba, no Paraná.

Os negócios no Brasil foram beneficiados pela operação do novo e-commerce, com entregas em 48 horas, e que permitiu um rápido atendimento dos provedores regionais de Internet (ISPs) em todo o Brasil. “O atendimento a algumas operadoras de telecomunicações que estão implantando FTTH de forma agressiva também contribuiu para reforçar nosso desempenho”, explica Hélio Durigan, vice-presidente corporativo de engenharia da Furukawa Electric LatAm. A empresa obteve um crescimento de 15,1% na receita líquida e teve 4,3% de rentabilidade sobre as vendas em 2017, de acordo com o Anuário Telecom, sendo destaque pelo quinto ano consecutivo.

Uma das principais áreas de negócios da Furukawa são as soluções para infraestrutura de redes externa e interna, que incluem produtos e equipamentos tanto para redes de acesso em fibra óptica (ambientes FTTx) como para aplicações de Internet das Coisas (IoT). Para reforçar a produção, a nova planta em Mexicali, na Baixa Califórnia, oferece vantagens geográficas e logísticas que dão suporte ao suprimento do mercado americano. A proximidade do Oceano Pacífico oferece facilidades de exportação para outros continentes, além de acesso

a laboratórios técnicos e mão de obra qualificada, diz Hélio. A nova fábrica ocupa uma área de 6 mil m² com duas unidades operacionais – uma para a produção de cabos de fibra óptica e cordões, e outra para conexão e montagem de equipamentos ópticos, cordões e acessórios. A primeira fase das operações, que representou um investimento de US\$ 4,5 milhões, será concentrada na produção de cabos de fibra óptica e cordões para acesso, e em seu primeiro ano deve gerar 150 empregos diretos e 30 indiretos. Para atender às demandas do segmento de comunicações, o grupo tem unidades de produção instaladas na Argentina (Cone Sul), Brasil, Colômbia (Países Andinos) e Estados Unidos. Desde 1997, também opera outra companhia em Mexicali chamada Furukawa Automotive Mexico (Furukawa México, S.A. – FURMEX), que atua no mercado automotivo. “A inauguração da nossa segunda instalação em Mexicali reforça nossos investimentos no desenvolvimento econômico, social e tecnológico da região”, afirma Hélio. Próxima aos Estados Unidos, a planta permitirá ao Grupo Furukawa Electric atender as necessidades dos clientes por meio da subsidiária OFS, que atua nos mercados americano e EMEA (Europa, Oriente Médio e África) de fibra óptica e de cabos de fibra óptica. A Furukawa também inaugurou uma fábrica de conectividade e um novo centro de distribuição em Curitiba, no Paraná. A nova unidade deve atender às necessidades do segmento de data centers e ISPs, que demandam produtos customizados e prazos cada vez mais

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
FURUKAWA	395,70	15,16	4,32	8,27	1,53	16,87



Hélio Durigan

vice-presidente corporativo de engenharia

Implantação mais agressiva de FTTTH contribuiu para melhorar o desempenho.

curtos. Já o centro de distribuição, segundo Hélio, tem o objetivo de atender ao crescimento do de e-commerce: “A intenção é dar mais agilidade às entregas e oferecer um ambiente adequado para o manuseio dos milhares de itens comercializados via Internet”.

Para enfrentar o aumento da demanda por fibra óptica – que continua crescendo no Brasil e em toda a América Latina –, a Furukawa anunciou investimentos na expansão de sua linha de cabos ópticos e também na produção de fibra. “A construção de redes 5G, por exemplo, vai demandar fibra óptica para o fronthaul e o backhaul; por isso vamos ampliar em 20% a capacidade de produção em nossa fábrica em Sorocaba, no interior de São Paulo”, revela Hélio. Essa ampliação está incluída no investimento de R\$ 43 milhões previsto para 2018 e que também deve beneficiar as unidades da Furukawa na Argentina e na Colômbia.

O fornecimento para quatro grandes projetos de data centers no Brasil, o atendimento de cooperativas na Argentina e o incremento das operações no Sudeste Asiático e Norte da África também contribuíram para os bons resultados da empresa. Apesar do cenário econômico imprevisível e a desvalorização do real que impacta diretamente as vendas locais, Hélio Durigan é otimista em relação aos próximos dois anos: “Existe uma demanda muito forte por serviços de banda larga (Fiber-to-the-Home), tanto no Brasil quanto em toda a América Latina, que se traduz em necessidades de diversos materiais para infraestrutura, como cabos óp-

tics, cabos para transmissão de dados, conectividade óptica e metálica, bem como de equipamentos ativos como OLTs, ONUs e outros, além de novos data centers em fase de implantação”.

Ele também espera bons resultados em 2018, com o desenvolvimento de novos produtos – cabos, conectividade, equipamentos e software –, em todas as linhas que compõem o portfólio da Furukawa, além da expansão do e-commerce exclusivo para ISPs com produtos para rápido atendimento. Outra fonte de receita da companhia é a oferta de serviços pré e pós-venda, suporte técnico para início de operação, e treinamento para todos os componentes nos canais Furukawa por meio do IFT – Instituto Furukawa de Tecnologia, que completou 20 anos.

Segundo Hélio, na metade do ano de 2017 o mercado sofreu com a escassez de fibra óptica e seu consequente aumento de preços, gerando impactos na exportação. Nesse cenário, a Furukawa buscou atender clientes fidelizados com contratos de longo prazo. Em 2018 e 2019, no entanto, a situação de escassez de fibra óptica pode se tornar ainda mais crítica.

A indústria 4.0 desponta como um novo mercado a ser explorado nos próximos anos, de acordo com Hélio, com boas perspectivas já em 2018: “Estamos desenvolvendo um sistema completo, o FIS - Furukawa Industrial System, constituído de cabos ópticos e metálicos, conectividade, sensores e software, entre outros itens, para atender esse segmento industrial com previsão de lançamento no primeiro trimestre de 2019”.



Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (R\$ mil)	Giro dos Ativos
749.603	749.603	32.372	27,73	1,11

O investimento em pesquisa faz a diferença na Intelbras

A Intelbras atribui os bons resultados de 2017 a sua capacidade de inovar, acompanhando tendências e as mudanças no comportamento do consumidor. A empresa investe 6% do faturamento em pesquisa e desenvolvimento, criando e produzindo equipamentos para residências, condomínios e o mercado corporativo. “Para esse segmento, renovamos nosso portfólio de telecom com terminais IP (Internet Protocol) e centrais telefônicas com novas funcionalidades, que facilitam e melhoram a comunicação e o atendimento com mais economia”, ressalta José Carlos José Carlos, diretor da unidade de telecom da empresa catarinense.

Além do prêmio de Destaque do Ano, a Intelbras conquistou o segundo lugar entre as dez que mais cresceram, registrando um aumento de 41,8% na receita líquida em reais, com 11% de rentabilidade sobre as vendas. “Trabalhamos muito por esse resultado, atentos ao mercado consumidor, mudando e nos adaptando rapidamente, além de contar com parceiros e colaboradores comprometidos com o crescimento”, diz José Carlos.

Em redes, o foco é atender as demandas dos provedores por soluções produzidas localmente, como OLT e ONU, oferecendo bom custo-benefício e suporte. Oferece também soluções em segurança eletrônica, controle de acesso, sistemas anti-incêndio e energia. “Compusemos um portfólio completo para que os

clientes encontrem tudo o que precisam em uma única marca”, afirma.

Nos dois últimos anos, a Intelbras fortaleceu as unidades de fornecimento de soluções de energia e de sistemas contra incêndios, com uma linha mais abrangente. As unidades de telecom, redes e segurança, segundo ele, renovaram soluções para atender as demandas com tecnologia IP: “Nossa equipe de P&D é desafiada constantemente. Temos um time de engenharia altamente qualificado, que participa de eventos mundiais, estuda tendências e adapta as tecnologias para o perfil do consumidor brasileiro”. A cultura de user experience está cada vez mais presente na criação dos produtos, resultando em uma oferta sob medida para diversos segmentos de negócio.

A equipe de soluções e projetos apoia parceiros em contratos corporativos e cidades inteligentes.

A empresa conta mantém fábricas em Santa Catarina, junto à matriz, São José dos Campos (SP), Minas Gerais e Amazonas, além de dois escritórios internacionais, no México e na China, exportando para mais de 20 países. Uma das apostas da Intelbras é em Internet das Coisas, tecnologia que demanda plataformas integradas. A empresa lançou produtos de fácil instalação, que atendem o mercado de casas inteligentes, como câmeras Wi-Fi e fechaduras biométricas. Para os condomínios, desenvolveu o SCA 1000, que usa dispositivos

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
INTELBRAS	1.413,00	41,84	11,01	33,47	1,88	15,01



divulgação

José Carlos Viana

diretor da unidade de telecom

“Compusemos um portfólio completo, para que os clientes encontrem tudo o que precisam em uma única marca.”

de identificação para registrar e gerenciar o fluxo de pessoas e automóveis. Para segurança eletrônica com tecnologia IP, lançou câmeras de CFTV com resolução 4K e equipamentos de telefonia, como a central telefônica Unnit 3000 com função de gateway, interligando duas redes e permitindo a realização de chamadas com tecnologia VoIP (Voz sobre IP). Ainda dentro da linha VoIP, renovou os terminais IP.

Para integrar-se com outros fornecedores, abriu o código da plataforma de conectividade Zeus, ganhando a colaboração de desenvolvedores independentes. Por meio da interface de programa de aplicação (API), podem ser criadas soluções em nuvem para gerenciamento de ambientes ou aplicativos móveis. O diferencial da plataforma Zeus é a possibilidade de os clientes gerenciarem seus dispositivos como repetidores de sinal, roteadores e radiotransmissores por meio das APIs. A plataforma Zeus está integrada nos Access Points AP 310 e AP 360, lançados no final de 2017, com foco em ambientes empresariais, hotéis e eventos. As APIs em dispositivos Wi-Fi permitem que criadores de soluções personalizem as redes de conexão de empresas, eventos e comércio. Em locais como shoppings e centros comerciais, por exemplo, é possível selecionar quantos usuários podem acessar uma determinada rede Wi-Fi ou controlar a velocidade da rede.

O mercado de fibra óptica é outra aposta da Intelbras

para atender os provedores de Internet, segmento estratégico para a empresa. “Focamos nas tecnologias GPON e EPON, com uma ONU 110, única no mercado brasileiro que utiliza ambas as tecnologias e foi muito bem recebida pelos provedores, pois atendem os projetos de migração e expansão sem necessidade de grande investimento”, explica José Carlos. Nos planos da Intelbras está ainda a produção de uma OLT, além de roteadores com porta giga, tecnologia mesh e AC. Também com foco nos provedores, lançou o Portal Customize, ferramenta online para simplificar a rotina dessas empresas, evitando visitas técnicas desnecessárias a clientes que tenham que resetar seus roteadores e, conseqüentemente, percam as configurações dos seus equipamentos. No Portal, os provedores de acesso à Internet podem gerar firmware específicos para cada cliente ou um único firmware com as configurações principais da sua rede e utilizar nos roteadores em caso de reset. Com isso, é possível acessar remotamente os produtos e, se necessário, realizar alguma configuração adicional.

A empresa reúne uma carteira com cerca de 3 mil provedores de acessos regionais, sendo o Nordeste responsável por 29% dos negócios.

A Intelbras atende residências, condomínios e empresas de pequeno a grande portes, diversificação que dá equilíbrio ao faturamento em momentos de baixa demanda.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

1.597.431

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

862.613

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

175.942

Lucro Líq p/ Func
(R\$ mil)

56,02

Giro dos Ativos

1,31

A Leucotron entra em novos segmentos. E se dá bem.

Mirando a ampliação do seu mercado e acompanhando

a transformação digital dos clientes, a mineira Leucotron, de Santa Rita do Sapucaí, driblou a crise econômica e começou a atuar em novos segmentos.

A tradicional fabricante de centrais telefônicas, que completou 35 anos em 2018, ampliou a oferta de soluções integradas de telecomunicações para todos os portes de empresas.

Com um crescimento de 9% na receita líquida e 6,6% de rentabilidade sobre as vendas, a Leucotron teve em 2017 um ano particularmente importante, com o lançamento de dois novos produtos. O primeiro foi uma plataforma de comunicação, focada em empresas de grande porte, que teve boa aceitação no mercado. Outro foi uma solução para gestão de governança hoteleira, um serviço digital que, segundo seu diretor geral, Marcos Goulart Vilela, tem potencial para atender hotéis globalmente: “Com a retração do mercado de PABX, focamos em outros segmentos e desenvolvemos novos produtos”. Em fevereiro de 2017, a Leucotron lançou o Flux IP, uma central que reconhece chamadas analógicas, digitais ou IP, com 2 mil portas, voltado para grandes hotéis. Até 2016, a empresa atendia apenas pequenos negócios, que necessitavam de equipamentos com capacidade para não mais que 600 usuários. O novo produto abriu oportunidades de fornecimento a hotéis de grande porte e resorts, além da possibilidade de exportação. Segundo Marcos, as

vendas são apoiadas por 300 parceiros comerciais que atendem todo o país, ecossistema que fez com que a companhia superasse a retração do mercado e alcançasse os bons resultados de 2017.

A ampliação do portfólio de produtos foi outra estratégia acertada com a oferta de interface para celulares, gravadores e terminais telefônicos, acessórios IP, software, ramal móvel e apps gratuitos, além de plataformas de comunicação PABX. A Leucotron ampliou também sua presença no mercado de soluções empresariais, oferecendo aplicativos para celular, comunicação unificada, solução para redução de contas telefônicas, ferramentas de produtividade, sistemas para home office, mobilidade e serviços gerenciados, entre outros. Além dos hotéis, a empresa mira negócios em outras verticais, como condomínios e hospitais.

A especialização no mercado hoteleiro permite que a Leucotron desenvolva soluções de acordo com a demanda de clientes de todos os portes, com flexibilidade para oferecer sistemas customizados para o negócio do cliente.

2018 trouxe mais novidades, com a entrada no segmento de chatbots, inicialmente para o mercado hoteleiro, que investe no relacionamento e em experiências diferenciadas. O LeucoBot atua como facilitador no direcionamento das questões dos hóspedes e permite a interação por meio de conversas guiadas, com o objetivo de escalonar o atendimento e o relacionamento. A ferramenta é de fácil navegação e intuitiva, mantendo

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	LEUCOTRON	570,40	9,00	6,62	6,64	6,91	1,70	



Marcos Goulart Vilela

diretor geral

Novos produtos e grandes empresas no radar

do um tom de comunicação quase pessoal. A partir da integração com aplicativos disponíveis no mercado, o LeucoBot otimiza o processo de comunicação, além de dar a possibilidade de os hóspedes falarem e serem atendidos onde quer que estejam no hotel. No setor da hotelaria, de acordo com Marcos, essa tecnologia, além de tendência, já proporciona um novo jeito de se relacionar e dar atenção aos hóspedes: “É um sistema que permite a gestão do capital humano, dinâmico o suficiente para mostrar seus benefícios em hotéis, quer sejam eles pequenos, médios ou grandes”.

O Leucobot permite reduzir custos no atendimento a demandas simples sem acionar pessoas e pode interagir com o hóspede 24 horas por dia, 7 dias da semana. O hotel pode personalizar mensagens de acordo com o cliente, com a linguagem e interfaces dos aplicativos.

Na área de governança hoteleira, a Leucotron lançou o To.Do Hotel, já instalado em diversos empreendimentos em todo o Brasil. O sistema permite aumento de produtividade, controle de processos, diminuição de erros na liberação de apartamentos para check in e check out. Integrado ao software de hotelaria, o To.Do gerencia as atividades por meio de uma interface web. Permite a verificação da disponibilidade de quartos, busca todas as informações sobre check in e check out dos hóspedes e automatiza o trabalho das camareiras na distribuição das rotas de serviços. A recepção também tem acesso a todo o histórico de infor-

mações, o que facilita o comando e a integração das atividades. A partir de um clic do funcionário do hotel em um tablet ou smartphone, as atividades são distribuídas para os demais envolvidos, otimizando tarefas. A Leucotron também adicionou novas funcionalidades para sistemas já lançados, como a plataforma Ision, carro-chefe da empresa, que agora permite a virtualização em data centers próprios ou em nuvem. Além do segmento hoteleiro, a empresa entrou também no mercado de saúde. No final de 2017, lançou o Confirma, sistema que monitora as consultas médicas que precisam ser confirmadas. Com a crescente demanda por serviços de saúde e a agenda dos médicos cada vez mais sobrecarregada, as clínicas e hospitais em geral confirmam o agendamento das consultas junto aos pacientes com um dia de antecedência, na tentativa de evitar o esquecimento e permitir, no caso de desistência, que o horário seja remanejado para outra pessoa. Além do disparo de diversas chamadas simultaneamente e menos tempo despendido na confirmação de todas as consultas, o sistema faz a análise de portabilidade para ligar utilizando o chip certo e seleciona, automaticamente, a forma mais barata de fazer a ligação, inclusive com opção de ligações a custo zero para celulares.

Além do Brasil, a Leucotron tem clientes na Colômbia e na Costa Rica, está implementando soluções no México e quer estender seus negócios para o Peru, Chile e Equador.



Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (R\$ mil)	Giro dos Ativos
28.796	28.796	1.905	12,28	0,88

Com nova fábrica, a Cabletech expande as exportações.

A inauguração de uma nova fábrica em julho de 2018, aumentando em 25% a produção, norteou os esforços da Cabletech nos últimos dois anos. Destaque do Anuário Telecom pelo terceiro ano consecutivo, a empresa também figura entre as dez mais rentáveis. Apesar da queda na receita em 2017, obteve expressiva rentabilidade de 15,5% sobre as vendas.

“Ao longo de 2017, os produtos foram disponibilizados rigorosamente segundo as especificações no local e data determinados pelos nossos clientes”, garante o diretor geral, João Arantes da Silva Filho. O projeto da nova planta de cabos, diz, conduziu as estratégias da empresa: “Controlamos com cautela nosso orçamento e os custos comerciais, realinhando nossos objetivos, além de buscar novos clientes no mercado internacional, fortalecendo as exportações. É preciso inovar sempre, mas não podemos errar, porque não há tempo para correções”.

O controle da poluição na China influenciou fortemente a base dos negócios da Cabletech, pois ocasionou alta de preços das matérias primas em níveis mundiais. “2018 tem sido mais um ano de grandes desafios, e talvez seja o pior dos últimos três anos de crise, porém, por isso tivemos que reinventar nosso negócio a cada momento”, diz João. Mesmo frente às incertezas, segundo ele, a empresa manteve projetos e investimentos em 2018 e iniciou o desenvolvimento de uma linha de cabos de fibras ópticas.

A aposta em cabos ópticos, com o lançamento de uma nova linha de produtos, vem atender as redes de comunicação com novos padrões de conectividade, abastecendo desde grandes operadoras a pequenos provedores de Internet. “Em 2018 e 2019 estamos preparados para suportar e abastecer o mercado com cabos de fibra de alta qualidade também para residências, prédios de apartamentos e comerciais”, garante. O fim do sinal analógico das TVs continuou a ter impacto positivo nas vendas de antenas parabólicas tipo offset, cabo coaxial da família RGE e acessórios. A frequência antes ocupada pelas operadoras de televisão foi para as empresas de telecomunicações para expansão do sinal de banda larga 3G e 4G. Por outro lado, a crise econômica atingiu a TV paga, com a queda de assinantes. Segundo a Anatel, o setor de TV paga perdeu, em 2017, cerca de 5% da base, ou 938,7 mil assinantes a menos em relação a dezembro de 2016. O total de assinantes registrados pela Anatel no final de 2017 foi de 17,8 milhões, contra 18,8 milhões em dezembro de 2016. É o número mais baixo desde outubro de 2013 e representa uma queda de quase 2 milhões de clientes desde o apogeu do mercado, em novembro de 2014. As duas únicas operadoras de TV paga que apresentaram crescimento em 2017 foram Sky e Oi TV. A Sky chegou ao final do ano com 5,3 milhões de assinantes, segundo dados da Anatel, o que representou um aumento anual de 2%, ou 109

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	CABLETECH	1.166,60	-6,00	15,50	31,39	5,03	0,00	



João Arantes da Silva Filho

diretor geral

Prioridade para parcerias e investimento em pesquisa e desenvolvimento.

mil clientes. A Oi TV teve um crescimento de 205 mil clientes no ano, fechando com 1,5 milhão de assinantes, um aumento de 15,7%, e praticamente empatando com a Vivo TV.

João lembra que a crise econômica dos últimos anos drenou boa parte da capacidade de compra da classe C, onde a TV paga mais havia crescido. Outro problema foi a pirataria, especialmente em 2017, com a chegada ao mercado das caixas IP, como HTV e similares, que distribuem ilegalmente conteúdos captados por redes criminosas. A concorrência com serviços OTT, especialmente da Netflix, também contribuiu para a queda da base da TV paga.

Nesse cenário, a Cabletech seguiu com a diversificação do portfólio, oferecendo sistemas de radiofrequência, telefonia celular e teleinformática, atendendo o mercado de banda larga, além da TV paga. “Priorizamos o crescimento sustentável, oferecendo novos produtos para a infraestrutura de telecomunicações e TV, apostando ainda mais em qualidade”, diz João. Segundo ele, a empresa priorizou parcerias e investiu em pesquisa e desenvolvimento para diversificar negócios.

A Cabletech tem capital nacional e foi fundada em 1995. Produz cabos coaxiais homologados pela Anatel e certificados pela Dun&BradStreet, tendo como clientes a DirecTV, Embratel, NET, Oi, Sky e Telefônica, entre outros. Em 2001, iniciou a exportação de produtos e hoje vende para mais de dez países. Em 2005,

mudou-se para um parque industrial com mais de 205 mil metros quadrados, em Caçapava, no interior de São Paulo, próxima às rodovias Carvalho Pinto e Presidente Dutra, proporcionando à empresa uma logística mais ágil. A Cabletech também conta com uma ampla rede de distribuidores em todos os estados brasileiros. Em 2018, com a inauguração da nova fábrica, ampliou em 25% a produção e iniciou a fabricação de cabos ópticos. Tem também operações nos estados de Santa Catarina e Espírito Santo, uma fábrica em Buenos Aires, na Argentina, inaugurada em 2014, e há cinco anos tem outra em Hong Kong.

Seguindo sua estratégia de sustentabilidade ambiental, a fábrica de Caçapava dispõe de sistemas de captação de água, aproveitamento da luz solar, ventilação e descarte de resíduos. Além disso, todas as sobras de matéria-prima oriundas do processo produtivo são encaminhadas para a reciclagem.

Segundo João Arantes, a estrutura moderna do novo complexo industrial é composta por equipamentos de última geração, que permitiram a ampliação do processo produtivo. Os produtos passam por um rigoroso controle de qualidade e monitoramento durante todo o processo. A empresa investe em novas matérias-primas para dar conta dos contratos, atendendo encomendas de cabos e antenas, trabalhando em novas tecnologias de produção e novos materiais para ter mais velocidade de entrega.



Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (R\$ mil)	Giro dos Ativos
175.045	175.045	27.135	11,94	1,69

Queda nas encomendas faz a Seccional buscar novos mercados

Fabricante de torres e postes para telecomunicações e energia, a Seccional segue imbatível no segmento de Infraestrutura do Anuário Telecom: é destaque pelo 13º ano consecutivo. Os negócios em 2017 trouxeram crescimento de 15,9% na receita líquida e 14% de rentabilidade sobre as vendas.

Segundo o gerente comercial, Eduardo Foglia, o período de 2017 e 2018 registrou menos encomendas do que a companhia esperava. Em função disso, foram necessárias reestruturações internas com adequação da equipe, treinamentos e otimização de processos: “O cenário econômico foi muito comprometido pela instabilidade política, em um ano conturbado com a greve dos caminhoneiros e disputa eleitoral. Esperávamos uma recuperação na área de telecomunicações que não atendeu as expectativas”. Essa reestruturação permitiu que a empresa mapeasse novos mercados, se preparando para inovar.

Os resultados de 2017 vieram principalmente do crescimento do segmento de estruturas para transmissão de energia, com os sucessivos leilões de linhas de transmissão pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel). Com a entrada em operação de diversas usinas, incluindo a de Belo Monte e Santo Antônio, serão necessários postes e estruturas metálicas para estender as linhas de transmissão, mercado que a Seccional está atendendo.

A companhia continua investindo em inovação e de-

envolvimento de novos produtos, com a produção da quarta versão do UFS – Ultra Fast Site, produto que permite a instalação de um site completo de telecomunicações de 60 metros de altura em tempo reduzido e com solução mais simples na fundação. Para o mercado de telecomunicações, oferece também Torre Monotubular, Poste Trelaçado e Torre Triangular. Outra novidade são as novas estruturas desenvolvidas para o segmento de energia para suportar as linhas de transmissão. Além de telecomunicações e energia, a Seccional atende os mercados de iluminação, sistemas de emergência e aerogeradores.

Uma das novidades no segmento de infraestrutura, segundo Eduardo, são as empresas de compartilhamento de postes e torres de transmissão. Baseado em um modelo comum nos Estados Unidos, no qual as operadoras de telefonia móvel não são proprietárias de suas estruturas, essas empresas negociam a locação de espaço com as operadoras para a instalação de suas antenas. “A infraestrutura de telecomunicações é muito dinâmica e precisa expandir continuamente a sua área de cobertura para atender as novas tecnologias de redes 4G e 5G, que trabalham com uma faixa de frequência maior. Quanto maior a frequência, menor o seu alcance, necessitando de mais antenas e estruturas para sua operação”, explica Eduardo.

A Seccional fornece estruturas para as maiores empresas de sharing que atuam no Brasil, mercado que

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
SECCIONAL	929,90	15,90	14,04	11,36	1,98	0,04



Eduardo Foglia

gerente comercial

Novas oportunidades com o compartilhamento de torres e postes

teve boa demanda em 2017 e deve se manter nos próximos dois anos com a chegada da rede 5G na telefonia celular.

A conjuntura econômica adversa motivou a busca de maior eficiência de processos internos, com a implantação da metodologia de gestão da inovação de forma conceitual análoga ao lean manufacturing, para simplificar a forma como são integradas as diferentes fases do processo de gestão dos projetos. O primeiro passo é a identificação das oportunidades de inovação e a escolha de um coordenador de projeto, que nomeará sua equipe para definir uma visão de futuro. Logo após é definido o mapa de ideias, ou seja, atenção e esforço com estratégias específicas para melhoria de projetos inovadores de negócio para a solução de um problema. Para isso, é feita a preparação do ambiente operacional que vai adotar a inovação. Por último, são avaliados os erros e acertos do processo, em uma trajetória de aprendizagem. Só então é definido o lançamento do produto no mercado, análise da viabilidade de sua patente e a definição de parceiros para comercialização. A Seccional busca inovar e é dona de uma dezena de patentes no Brasil, diz Eduardo.

O processo de lean manufacturing adotado pela Seccional também otimizou a capacidade produtiva e a logística, permitindo movimentação de mais estruturas por turno.

Eduardo não prevê crescimento de vendas no seg-

mento de telecomunicações até o final de 2018: “Estamos trabalhando muito para melhorar nosso resultado, otimizando todos os nossos processos, desde os administrativos, suprimentos, logística e fabris, buscando a melhoria da eficiência”.

Os investimentos em pesquisa e desenvolvimento são feitos com recursos próprios e a gestão é coordenada pelo acionista majoritário, permitindo mais velocidade na tomada de decisões. A Seccional conta com parcerias com universidades, laboratórios, centros de pesquisa e empresas parceiras, que colaboram em diversos projetos.

A Seccional desenvolve torres e postes metálicos para telecomunicações, iluminação e transmissão de energia desde 1976. O trabalho começou em Itajaí, em Santa Catarina, e logo alcançou proporções nacionais, fazendo da companhia uma especialista em torres monotubulares até 60 metros de altura e torres triangulares de telecomunicação de até 150 metros. Para tanto, firmou uma parceria com especialistas da Seccional Poles, empresa sul-africana que trouxe para o Brasil a tecnologia de encaixe de telescópico para torres, chamada de Slip Joint. Dez anos mais tarde, em 1986, foi fundada a Seccional Tecnologia e Engenharia – STE, que adquiriu a tecnologia Slip Joint, especializando-se no mercado de produção e montagem de torres. Hoje está instalada em uma sede de 60 mil metros quadrados na Cidade Industrial de Curitiba, no Paraná.



Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (R\$ mil)	Giro dos Ativos
27.852	13.926	3.910	-	0,55

O varejo impulsiona as vendas da Linx

Ampliando a oferta de soluções para verticais

de varejo, a Linx reforçou sua presença no mercado com mais de 40% de participação, segundo a IDC. A receita líquida em 2017 alcançou R\$ 571,6 milhões, um aumento de 15,2% na comparação com 2016 e a rentabilidade sobre as vendas foi de 14,8%. O vice-presidente, Dennis Herszkowicz, aponta algumas das verticais atendidas pela empresa como responsáveis pelo aumento das vendas: moda, postos, automotivo, farmácia e food service.

A aposta em SaaS (Software as a Service) segue como um dos principais motores de crescimento da Linx, além das iniciativas em novos mercados e omnichannel. Em 2017, a aquisição de três empresas lhe permitiu agregar novas funcionalidades aos sistemas de varejo. A compra da argentina Synthesis foi o primeiro passo do processo de internacionalização da Linx. Depois vieram a ShopBack, que atua no reengajamento para o e-commerce; e a Percycle, que criou um modelo de publicidade nativa usado pelos principais varejistas e fabricantes do país.

Em 2018, a Linx anunciou duas novas marcas: Linx Impulse Suite e Linx Pay Hub. Segundo Dennis, a primeira foi criada para impulsionar os resultados de varejistas durante toda a jornada de compra on-line e off-line do consumidor: “Sob essa nova marca, reunimos soluções desenvolvidas por quatro empresas adquiridas em um período entre 2015 e 2017 – Neemu,

Chaordic, ShopBack e Percycle”. Já a Linx Pay Hub surgiu para simplificar conexões e acelerar serviços financeiros, com a agilidade de uma fintech.

Em junho de 2018, anunciou a aquisição do Digital Commerce Group (DCG), que tem como foco o desenvolvimento de tecnologias para a venda digital e movimentada por ano mais de R\$ 1,5 bilhão, sendo um dos maiores fornecedores de soluções para e-commerce no país, com destaque para a sua plataforma de integração com marketplaces, o Octopus. O DCG tem dez anos de mercado e conta com equipes técnica e de negócios especializadas no suporte em todas as etapas da concretização das operações do e-commerce. Dennis lembra que o setor varejista espera um crescimento de cerca de 5% este ano, de acordo com a Confederação Nacional do Comércio (CNC): “Esse cenário representa uma boa notícia para os provedores de soluções para o varejo, especialmente quando se avaliam algumas das verticais atendidas”. Fast food, por exemplo, deve acompanhar o ritmo de elevação dos últimos cinco anos e crescer 13%, repetindo o bom desempenho registrado mesmo durante a crise de 2015, quando teve alta de 10%, seguida de 11% em 2016 e 12% em 2017, segundo dados da Associação Brasileira de Bares e restaurantes (Abrasel). “Outras verticais podem crescer este ano e isso elevará o número de lojistas que precisam de soluções inteligentes para otimizar a operação, vender mais e atender cada vez mais clientes”, diz Dennis.

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
LINX	848,70	15,29	14,84	7,25	4,25	6,22



Dennis Herszkowicz

vice-presidente

Reforço do cross selling e aumento do portfólio de ofertas de CRM.

A empresa, de acordo com ele, criou a área de Novos Mercados e lançou a solução de OMS (Order Management System), sistema de gestão de pedidos que integra canais on-line e off-line: “Essa solução surgiu com o objetivo de acelerar a inserção do varejo no contexto omnichannel e já está em operação em importantes varejistas nacionais”.

O primeiro semestre de 2018 foi marcado também pelas aquisições da Itec e da Único Sistemas. A Único opera com ferramentas multicanais de gestão de promoções e fidelidade baseadas em nuvem, que reforçam as ofertas de CRM e engajamento da Linx. “A aquisição está alinhada com nossos objetivos estratégicos e representa um passo importante para o reforço do cross selling e o aumento do portfólio de ofertas de CRM”, afirma. A Itec opera no desenvolvimento e comercialização de softwares de gestão e automação de farmácias, com foco em redes de médio e grande porte.

Em maio de 2018, a Linx e o iCarros – plataforma digital do Itaú para a compra e venda de veículos – lançaram o Linx Auto, solução desenvolvida para lojas multimarcas, com foco na comercialização de veículos seminovos e usados que permite ao cliente conquistar mais negócios por meio de uma gestão mais eficiente dos contatos. A ferramenta também centraliza a gestão financeira da organização desde o fluxo de caixa até emissão de notas fiscais eletrônicas, contribuindo para a gestão dos estoques e o acompanhamento de vendas. Com todas

as informações integradas no Linx Auto, os processos de financiamento tornam-se mais ágeis. A parceria também contribui para a captação de novas oportunidades de negócios, por meio da publicação do estoque em várias plataformas de anúncio do lojista. A solução é baseada em nuvem, conta com suporte da Linx e pode ser acessada através do computador, smartphone ou tablet.

Dennis chama a atenção para a integração de canais, conceito conhecido como omnichannel: “Vamos continuar apostando na oferta de soluções que permitam que os clientes ofereçam experiências cada vez mais convenientes para o consumidor final, diminuam o tempo de entrega no e-commerce, reduzam o valor de fretes e até mesmo aumentem o fluxo em loja, gerando ainda mais negócios”. “A tendência é sofisticar os sistemas para atender a mais demandas e oferecer mais funcionalidades. Por isso, não paramos de investir em pesquisa, desenvolvimento e inovação, para aperfeiçoar a experiência dos varejistas e de seus clientes”, diz.

Em 2019, segundo Dennis, a multicanalidade no e-commerce deve estar madura, oferecendo mais opções para melhorar a jornada de consumidor e trazer mais resultados para os clientes: “Nessa linha, oferecemos uma gama de soluções para ajudar o varejista a melhorar a eficiência de seu negócio”, aponta.

Com capital aberto desde 2013, a Linx tem cerca de 3 mil colaboradores distribuídos entre sua sede em São Paulo, 13 filiais pelo Brasil e sete países da América Latina.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

571.590

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

57.159

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

84.845

Lucro Líq p/ Func
(R\$ mil)

26,84

Giro dos Ativos

0,37

 futurecom 2018

15-18 | OUTUBRO
SÃO PAULO

O maior Evento de **Telecom e TI** da América Latina



www.futurecom.com.br

Promoção e Organização

informa
exhibitions

 @FuturecomEvent  /Futurecom  Blog  /futurecomevent
ACOMPANHE TODAS AS ENTREVISTAS DO FUTURECOM ALL YEAR DURANTE
O ANO TODO ATRAVÉS DO BLOG: BLOG.FUTURECOM.COM.BR



serviços

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, ESTÃO OS PERFIS DAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS, CUJO DESEMPENHO LHE GARANTIU O PRÊMIO DE DESTAQUE DO ANO DO ANUÁRIO TELECOM 2018, EM SEUS RESPECTIVOS SEGMENTOS: ALLIED (CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO); VIAW (CONSULTORIA E PROJETOS); CENTURYLINK (GERENCIAMENTO DE REDES); ALGAR TELECOM (SERVIÇOS CONVERGENTES E SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA); PRIMESYS (SERVIÇOS CORPORATIVOS); ATENTO (SERVIÇOS DE CALL CENTER); EMBRATEL STAR ONE (SERVIÇOS DE INFRAESTRUTURA DE REDES); STEFANINI (SERVIÇOS DE INTEGRAÇÃO); HISPAMAR SATÉLITES (SERVIÇOS DIGITAIS); SERVIÇOS MÓVEIS (VIVO); A COPEL TELECOM, DESTAQUE EM SERVIÇOS DE HOSTING E DATA CENTER, FOI TAMBÉM ESCOLHIDA A EMPRESA DO ANO (VEJA A REPORTAGEM DA PÁGINA 32).

A Allied se reorganiza e se consolida na liderança

Especializada na distribuição de produtos, a Allied Tecnologia é o destaque em Canais de Comercialização pelo oitavo ano consecutivo, além de figurar entre as dez empresas que mais cresceram: sua receita líquida alcançou R\$ 2,6 bilhões, aumento de 21,7% ante 2016. Os bons resultados são atribuídos à diversificação dos negócios e ao investimento em uma equipe profissional diferenciada.

Segundo o CEO, Silvio Stagni, em 2017 a empresa se reorganizou para fortalecer seus pilares de negócios, reforçando a vocação de distribuição, varejo e serviços de entrega de soluções. O executivo, que ocupou a presidência da gigante chinesa de tecnologia Lenovo, ingressou na Allied em fevereiro de 2017 substituindo Ricardo Radomysler, sócio e fundador da companhia, que continua no conselho de administração e atua no desenvolvimento de novos negócios, com destaque para o projeto de expansão internacional.

Além de expandir parcerias, a Allied fez aquisições para diversificar o portfólio de vendas. Entre os destaques de 2017 está o lançamento da plataforma de vendas online Mobcom, que está presente em grandes varejos online e marketplaces. A MobCom oferece entrega em todo o Brasil de smartphones, acessórios, games, informática, TV e câmeras. Outra aquisição da Allied foi a Wooza, uma empresa de ativação de

serviços das operadoras de telefonia celular. A startup fundada em 2008 faz vendas online e ativação de linhas de telefonia móvel para as principais empresas de telecom, além de atuar em outras áreas como varejo, seguros e aluguel de carros. A plataforma da Wooza é parceira das grandes operadoras e ativa mais de 1,2 milhão de serviços online por mês, sem burocracia, com agilidade e simplicidade “Essas aquisições deram maior robustez ao nosso pilar de serviços e diversificaram ainda mais nossa linha de produtos”, destaca Silvio.

Além dessa diversificação, ele explica que a Allied fortaleceu o relacionamento com as marcas já parceiras: “Nos posicionamos como o maior distribuidor de produtos de tecnologia do Brasil, ofertando as principais marcas para grandes redes de varejo”. Atualmente, o portfólio inclui 20 parceiros, entre eles Samsung, Motorola, Apple, LG, Microsoft, HP, Amazon e Google. Atua em dez categorias, com destaque para smartphones, TVs, jogos, e-readers, notebooks e impressoras. Com a Amazon, por exemplo, a Allied é distribuidora exclusiva da família de e-readers Kindle no Brasil. Como revendedor autorizado da Apple, oferece toda a linha, em todo o país. É também importadora e distribuidora exclusiva de produtos Google, e da linha móvel da Sony. Para a Microsoft, a Allied distribui todo o portfólio

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	ALLIED	362,30	21,71	0,96	2,96	17,84	27,77	



divulgação

Silvio Stagni

CEO

Aquisições para diversificar a linha de produtos

lio de games, consoles Xbox, Lives e acessórios, além de produtos específicos para informática, como a linha Office, mouses e teclados.

“Em 2018, passamos a priorizar ações para o mercado de tecnologia, integrando o online com off-line, com a oferta de soluções omnichannel, onde o cliente compra na loja física e recebe o produto em casa, de forma rápida e sem complicação, além de fortalecermos nosso e-commerce, por meio da Mobcom”, diz Silvio. Em 2017, o mercado de smartphones cresceu menos que o esperado. As vendas no país totalizaram 47,7 milhões de unidades, 9,7% mais do que em 2016. Apesar do aumento, o número representa queda de 12,5% na comparação com 2014 – até agora o melhor ano de vendas de smartphones no país, segundo a IDC. A liberação de saques das contas inativas do FGTS injetou dinheiro e ânimo ao consumidor, que vinha protelando a troca do aparelho. Em relação ao sistema operacional dos celulares, o resultado apresentou pouca alteração em comparação a 2016: 95,1% dos aparelhos vendidos tinham sistema operacional Android, e 4,9% IOS, média que se mantém desde 2014. A venda de tablets chegou a 3,7 milhões de unidades, 4,8% a menos do registrado em 2016.

A estratégia para continuar crescendo é aumentar a linha de produtos, indo além das telecomunicações,

com novos negócios para superar o cenário de incertezas econômicas e políticas. “Apostamos na contratação de novos talentos e inovação no modelo de distribuição”, afirma.

Uma das maiores fornecedoras de produtos de tecnologia do país, a Allied foi criada em 2001 e em dezembro de 2014 foi adquirida por cerca de R\$ 1 bilhão pela Advent International, empresa global de private equity. “Temos uma trajetória de crescimento sustentável fortalecendo parcerias e alcançando novos mercados”, diz Silvio.

Em 2018, a empresa, segundo o CEO, espera consolidar presença em negócios já estabelecidos e aprofundar a vocação de oferta de soluções aos clientes e parceiros: “O ano será desafiador para o mercado frente ao cenário macroeconômico brasileiro e às eleições no final do ano”.

A Allied Tecnologia conta com mais de 4,5 mil clientes em nível nacional e, além de servir os mais de 15 mil pontos de venda no varejo, presta serviços para as operadoras de telecomunicações e clientes corporativos.

Para atender diferentes perfis de empresas, a Allied é dividida em seis diretorias: B2B, Ecommerce, Capilaridade, Digital Info, Varejos Nacionais e Plataformas On Line, atuando como integrador e operador logístico para terceiros. Conta ainda com uma equipe de televendas especialmente dedicada aos pequenos varejistas.

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	2.616.002	2.066.641	25.124	2,96	1,17

A ViaW faz da redução de custos um antídoto contra a crise

A maior parte dos resultados que levaram a ViaW pela quinta vez consecutiva a ser Destaque do Ano do Anuário Telecom veio de projetos de melhoria de eficiência em grandes corporações, que buscam redução de custos nos serviços de telecomunicações e aprimoramento na gestão de seus contratos. “Em anos anteriores, atendemos principalmente os segmentos financeiro e varejo, e de 2017 para cá percebemos que outras áreas também estão buscando ganhos de eficiência, entre eles empresas de seguros, energia, saúde, logística, infraestrutura e indústria”, aponta Nelson Reis, sócio diretor da ViaW, especializada em redução de custos de telecomunicações e TI.

A empresa também figura mais uma vez entre as dez mais rentáveis do Anuário Telecom, registrando uma rentabilidade de 61,1% sobre as vendas. Segundo Nelson, 2017 foi um ano excepcional para a empresa em quantidade de projetos fechados, com reflexos em 2018. A ViaW prestou serviços para a DASA, Fastshop, Grupo Energisa, Embraer, Band TV, JSL e Confidence, entre outras. “Esses clientes tiveram seus custos reduzidos em 38% em média, com melhorias nos serviços e na gestão das telecomunicações”, conta.

No atual cenário de instabilidade econômica, ele diz que a Via W tem sido procurada por novas empresas de diversos segmentos, além da recontração por antigos clientes que precisam rever seus processos e cortar mais custos: “A demanda por serviços que dão

mais eficiência aos negócios é crescente e dinâmica”. Outra consequência da crise foi a busca de redução de custos com suas equipes internas. “Agora somos procurados também para resultados adicionais e complementares de eficiência”, explica.

Com uma experiência acumulada de mais de 200 projetos concluídos, registrando cerca de R\$ 1,5 bilhão de reduções de custos para os clientes, a ViaW conta com uma equipe de especialistas que desenvolveu um sistema de análise e gestão, além de um modelo que proporciona risco zero para os clientes, sendo remunerada com parte da redução obtida. “Podemos afirmar que nossa proposta de valor é única e essa é a principal razão do nosso sucesso”, diz Nelson.

Além dos negócios tradicionais em grandes corporações, a empresa consolidou atuação em médias e pequenas empresas, sendo esse o segmento que mais cresceu nos últimos anos e também o mais desamparado pelas operadoras, na opinião dele.

Outro destaque do ano foi a ampliação geográfica, alcançando agora presença em todo o território nacional. “A demanda por serviços para corte de custos em TI, principalmente na busca de eficiência no data center, está crescendo muito e já é um segmento com uma boa representatividade em nossos resultados, com vários projetos concluídos e em andamento”, explica.

Os serviços de recuperação de cobranças indevidas praticadas pelas operadoras também cresceram, sen-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)
VIAW	4.975,70	-30,13	61,17	3,50	0,00	535,00



divulgação

Nelson Reis

sócio diretor

“Nossa proposta de valor é única e essa é a principal razão do nosso sucesso”

do que mais de 95% das empresas clientes da ViaW pagaram a mais do que realmente contrataram e consumiram, independente da operadora ou serviço que utilizam. “A média de erros a favor da operadora vem subindo ano a ano e hoje está na faixa de 14%, o que torna mandatórios a auditoria das faturas e o controle mês a mês”, afirma.

A boa notícia é que é possível fazer uma análise retroativa nas contas, e, através de um processo administrativo de contestação, recuperar esses pagamentos indevidos com correção.

Com a ampliação das regiões atendidas, a empresa aumentou a equipe comercial com pessoal de vendas e consultores. Hoje tem projetos com empresas pequenas e médias localizadas no interior de estados como Rio Grande do Sul, São Paulo, Minas Gerais, Mato Grosso e Ceará.

A inovação também está presente nos negócios da ViaW, com a entrada em um novo segmento, o de pessoas físicas. A companhia adquiriu a startup catarinense Meu Plano, que desenvolveu um aplicativo para plataforma Android e IOS que, segundo Nelson, ajuda a pessoa física a entender melhor o consumo do seu serviço celular: “É uma poderosa ferramenta para ajudar os assinantes a escolherem o plano de telefonia móvel mais adequado para seu perfil de uso”. Outros projetos de aplicativos já estão na agenda da empresa, sempre com foco na redução de custos. Para

o segmento corporativo, está desenvolvendo um sistema mais robusto, que permite o controle de tarifas de telecomunicações e TI de forma mais simples e precisa. “Estamos aprimorando o serviço de gestão em telecom com uma nova ferramenta que vai permitir atender desde grandes corporações, a médias e pequenas empresas”, antecipa Nelson. Outra novidade, diz, é o desenvolvimento de uma ferramenta de gestão empresarial integrada à solução de eficiência e redução de custos com TI e telecom: “Entendemos que o melhor caminho para superar a crise é manter a empresa sempre um passo à frente das tendências e necessidades do cliente com uma proposta de valor relevante. E não é uma tarefa fácil em mercado tão dinâmico. As variáveis são muitas e complexas, com operadoras tradicionais, novas entrantes, empresas de nicho, ISPs, novos serviços e múltiplos modelos de cobrança. Grande parte do trabalho da ViaW é justamente customizar soluções, com quase uma proposta exclusiva para cada cliente.

A ViaW investe também em parcerias com consultorias que complementam seus serviços e prevê a aquisição de empresas que tragam complementariedade à sua estratégia de negócios.

As metas da ViaW para 2019 são ampliar os serviços para pessoa física, com o aplicativo Meu Plano, e buscar novos mercados corporativos ainda desassistidos e carentes em melhoria de eficiência.

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	21.868	21.868	13.376	497,99	5,98

A transformação digital impulsiona a CenturyLink

A ampliação da capacidade de rede e de ofertas

focadas em segurança e infraestrutura, bases para projetos de transformação digital, alavancaram os negócios no Brasil da CenturyLink, integrada à Level3 no final de 2017. A empresa obteve um crescimento de 12,5% na receita líquida que totalizou R\$ 811,2 milhões, registrando ainda 6,2% de rentabilidade sobre as vendas.

Um dos destaques de 2018 foi a inauguração do primeiro scrubbing center de DDoS na América Latina (Centro de Limpeza de Ataques de Denegação de Serviço Distribuído), localizado em São Paulo. “A adição desse centro aos outros 11 da nossa rede mundial beneficia nossos clientes pela menor latência durante os processos de filtragem de ataques originados na região e fora dela, e também por um melhor desempenho da infraestrutura”, explica Marcos Malfatti, da CenturyLink.

Como não há sobreposição entre CenturyLink e Level3, uma vez que a empresa norte-americana não tinha atuação direta na América Latina, a incorporação dos serviços ficou mais simples. A aquisição da Level3 pela CenturyLink, concluída em novembro de 2017, foi o primeiro passo da provedora norte-americana para atuar fora dos Estados Unidos. Segundo Marcos, a união de duas grandes empresas, como a Level3 e a CenturyLink, sempre é um trabalho grandioso, envolvendo as áreas técnicas, sistemas, contábil, administrativo, jurídico, serviço, engenharia, redes, entre outras: “A equipe vem realizando essa transição de forma

bastante eficiente, com o mínimo impacto em nossos clientes”. A aprovação final para a união das empresas se concretizou no último trimestre de 2017 e nesse período a empresa realizou um evento com os clientes para comunicar a mudança. “A CenturyLink era uma empresa principalmente doméstica no mercado norte-americano e tinha poucos clientes na América Latina e especificamente no Brasil, sem nenhuma operação física, nem funcionários ou infraestrutura. Isso facilitou o processo de integração na região”, diz Marcos. Segundo o executivo, são normais eventuais mudanças na estrutura global em função dessa aquisição, mas no Brasil e na América Latina não devem ocorrer muitas transformações.

Os primeiros benefícios para o mercado local já começam a aparecer com a introdução de novos serviços como o CAM (Cloud Application Manager), um ambiente de gestão multicloud, que permite aos usuários administrar workloads em múltiplas plataformas de forma mais simples e amigável. “Com pouco tempo na região, essa ferramenta já vem se mostrando um importante auxiliar na otimização de recursos computacionais”, diz Marcos.

Outra novidade é o Hybrid WAN, que permite planejar, implantar e administrar redes, combinando diferentes tecnologias de segurança e ampliando o alcance dos serviços. No início de 2017, a CenturyLink, ainda como Level3, divulgou o Security Index, estudo realizado em conjunto com a IDC para identificar a maturidade da se-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)
CENTURYLINK	666,70	12,58	6,29	1,09	17,65	82,83



divulgação

Marcos Malfatti

Transição eficiente, com impacto mínimo para os clientes.

gurança da informação e da infraestrutura corporativa de TI das organizações brasileiras. Em abril de 2018, divulgou o Informe sobre Ameaças, no qual o Brasil aparece como o quarto país no mundo na geração de tráfego malicioso, atrás dos Estados Unidos, Rússia e China. “O segmento de segurança traz muitas oportunidades de serviços aos provedores”, reforça Marcos. A empresa também aposta no segmento de multicloud que permite a integração da nuvem privada com a pública. Para esse serviço, firmou parcerias com a Amazon Web Services e a Microsoft Azure. No segmento de telecom, ampliou o backbone em algumas áreas e trouxe novas funcionalidades para sistemas de balanceamento de carga.

Outro projeto importante executado pela empresa nesse período, segundo Marcos, foi a ampliação da equipe comercial, com a inauguração de filiais em estados como Santa Catarina, Bahia, Pernambuco, Goiás e Espírito Santo: “Estendemos o atendimento para regiões do país onde atuávamos apenas com equipes remotas. A abertura de escritórios regionais coloca a empresa mais próxima dos clientes, principalmente do Nordeste e Centro-Oeste”.

“A pressão do consumidor por um modelo de negócios digital segue firme e as empresas precisam atualizar suas plataformas, ter mais segurança e atualizar infraestruturas e modelos de negócio, reduzindo custos de aquisição de ativos”, diz ele.

Marcos atribui os bons resultados no Brasil ao movimento de transformação dos negócios das empresas: “Temos

objetivos ambiciosos e se espera muito da operação do Brasil pelo potencial de crescimento que temos”.

A CenturyLink, segundo o executivo, mantém o foco em serviços de transmissão de dados, redes, capacidade IP, telefonia corporativa, serviços de data center e segurança de TI, incluindo infraestrutura para mercado corporativo de grandes e médias empresas, operadoras e governo: “Esse vem sendo nosso principal mercado desde o início das operações como a antiga Impsat, mantido como Global Crossing e Level3, e continua com a CenturyLink”.

Ele lembra que os serviços de transmissão de dados, IP, data center e voz foram integrados em ofertas completas: “Nosso carro chefe continuam sendo os serviços IP, considerando que hoje temos um dos maiores backbones do mundo, pelo qual passa mais de 70% de todo o tráfego de rede pública IP”. Serviços relacionados à segurança da informação, nuvem e infraestrutura de data center complementam as ofertas de transmissão e podem ser comprados como pacotes isolados em determinados casos.

Segundo o executivo, a greve dos caminhoneiros evidenciou a necessidade de empresas desenvolverem e manterem um plano de recuperação de desastres, incluindo opções de trabalho remoto e formas de acesso às informações em ambiente de nuvem: “Esse é um cenário em que podemos ajudar nossos clientes ofertando essa infraestrutura como serviço com qualidade e competitividade”.

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	811.220	811.220	51.029	14,94	0,80

A Algar Telecom mantém o ritmo e leva dois prêmios

A Algar Telecom teve vários motivos para comemorar os resultados de 2017. A empresa ampliou a base de clientes empresariais e passou a atuar em 24 novas localidades, aumentando ainda a oferta de produtos e serviços, atendendo a demanda dos clientes. Além de se destacar em dois segmentos – Serviços Convergentes e Serviços de Telefonia Fixa –, a empresa figura entre as dez mais rentáveis do Anuário Telecom, com 25,4% de rentabilidade sobre as vendas.

“Esses números evidenciam que a estratégia – amplamente disseminada e cujos pilares são bem conhecidos por nossos associados – permite que todos trabalhem alinhados e possam contribuir ativamente para a conquista dos resultados”, exalta Jean Borges, presidente da Algar Telecom.

Para o segmento de pessoas físicas, segundo ele, a estratégia foi a oferta de produtos convergentes, para aumentar a satisfação e a fidelização da base de assinantes: “Investimos na ampliação da capacidade das redes 4G, em frequências de 700 e 1.800 MHz. E, nas cidades de Uberlândia, Uberaba e Ituiutaba, disponibilizamos a tecnologia 4,5G, além de ampliar a base de banda ultralarga, que já representa 46% da dos serviços de banda larga fixa dos clientes corporativos”.

O segmento mais representativo em termos de faturamento é justamente o corporativo, das micro e pequenas empresas, médias e atacado, de onde vem 55% da receita bruta total da Algar Telecom.

Em 2017, a empresa avançou no Programa de Transformação Digital, que deu mais eficiência à operação e na melhoria da experiência do cliente. Para isso, investiu em novas formas de atendimento, entre elas a Customer Experience Management (CEM), baseada em inteligência artificial e cognitiva. “Nosso compromisso com a inovação e com mais automação tecnológica permitiu oferecer atendimento diferenciado e suportado por uma rede de qualidade e em escala cada vez mais relevante”, diz Jean.

No final de 2017, o GIC – fundo soberano de Singapura – assinou um acordo de investimento para aquisição de 25% de participação na Algar Telecom. “A meta bem definida de toda a organização tem nos ajudado a manter o crescimento sustentável do negócio”, afirma.

O ano de 2018 trouxe ainda mais desafios e oportunidades. Com a conclusão da implantação do cabo submarino Monet, que liga São Paulo à Flórida, nos Estados Unidos, tocando a costa em Fortaleza, no Ceará, a empresa amplia sua fronteira geográfica para o Nordeste.

A iluminação do cabo submarino Monet no final de 2017, que liga o Brasil aos Estados Unidos, com investimento conjunto entre a Algar, a africana Angola Cables, o Google e a Antel, do Uruguai foi um dos destaques do ano. “Com isso, além de serviços de dados e links para os EUA, ainda conseguimos oferecer banda

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	ALGAR TELECOM	1.267,10	4,35	25,41	0,57	3,13	14,72	



Jean Borges

presidente

Foco na oferta de banda larga de altas velocidades

de altas velocidades para nossos clientes e aproveitamos o braço do Monet que chega em Fortaleza para entrar no mercado do Nordeste”, diz Jean.

Os negócios na nova área de atuação começaram na capital do Ceará, com o escritório inaugurado em julho de 2018. Logo após, começou a operação em João Pessoa (PB), Natal (RN) e Maceió (AL). Até o primeiro trimestre de 2019, de acordo com Jean, a Algar Telecom pretende estar presente em sete estados nordestinos e em Vitória, no Espírito Santo: “A empresa entra nessa nova área com foco no B2B, primeiramente em negócios de pequeno e médio portes”.

Após a ativação do cabo Monet, a empresa investiu na construção de uma rede de fibra óptica com mais de 1,1 mil quilômetros, para a entrega de serviços na região. Agora, a Algar dispõe de uma rede de 55 mil quilômetros por todo o país. “Em nossa área de concessão, todas as cidades já têm o 3G e 70% delas têm a tecnologia 4G”, destaca Jean Borges.

Segundo o executivo, a empresa se preparou muito nos últimos anos para obter mais eficiência e focar na expansão de seus negócios, baseada na prestação de serviços com qualidade e proximidade junto aos clientes. Outra estratégia foi o relacionamento sustentável com os acionistas e processos eficazes para aprimorar a eficiência na condução dos negócios. Há quatro anos, segundo ele, a Algar criou o Programa Transformação, que preparou terreno para atuar

de forma mais eficiente e com foco total no cliente: “Foram repensados todos os escopos de atividades, os processos foram revisitados e as estratégias foram bem definidas”.

Nas áreas dos segmentos de negócios – varejo e B2B –, a Algar Telecom mantém os projetos estratégicos de expansão da operação e oferta de serviços de maior capacidade aos clientes. Com isso, Jean acredita que a empresa deve continuar crescendo em 2018 de forma similar a 2017. No primeiro trimestre de 2017, registrou crescimento de 36% nos acessos de banda ultralarga (acima de 10Mbps) e a extensão do 4G para 14 cidades. A Algar Telecom espera seguir o mesmo ritmo de investimento dos últimos anos, mas tem acompanhado de perto a atual situação da economia nas diversas geografias onde opera. “O ano de 2018 tem exigido plena dedicação e disciplina para continuarmos crescendo”, lembra Jean: “Precisamos que a estabilidade do país seja retomada e esperamos que o cenário político realize movimentos para dar condições de um crescimento sustentável e constante”.

A banda larga fixa somou 436 mil acessos em 2017, 12,1% a mais do que em 2016. Com o aumento de 34,2% na base da banda ultralarga, a modalidade já representa 46% da base de banda larga fixa dos clientes B2C. A telefonia fixa fechou 2017 com 535 mil unidades geradoras de receita, com um crescimento de 5,5% quando comparado com o ano anterior.

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	906.926	664.776	230.488	19,70	0,31

Segurança e nuvem reforçam o portfólio da Primesys

A Embratel iniciou a transformação de seus negócios em 2012, com a oferta de soluções de TI e serviços digitais. A Embratel Primesys – especializada em outsourcing de telecomunicações e TI – é a empresa do grupo responsável pelo fornecimento de serviços de valor adicionado e infraestrutura de TI, com soluções de gestão de redes e infraestrutura. Destaque em Serviços Corporativos, a Primesys obteve crescimento de 15,7% na receita líquida que totalizou R\$ 596,7 milhões e rentabilidade sobre as vendas de 12,6%.

“A meta da Primesys é a melhoria constante em processos e produtos, buscando atender ao objetivo principal dos clientes, que é a disponibilidade dos negócios”, afirma Mário Rachid, diretor executivo de soluções digitais da Embratel. Além de novos serviços lançados em 2017 e 2018, a empresa, segundo ele, buscou certificações para processos de qualidade e garantia de entrega: “Em 2018, demos continuidade à certificação de processos e criação de novos produtos. A grande amplitude da nossa oferta permite que tenhamos flexibilidade para lidar com diferentes conjunturas e isso garante uma boa performance nos negócios”.

Como parte de um grupo de capital aberto, a empresa não faz projeções, mas Rachid demonstra otimismo: “O mercado tem buscado soluções digitais, segurança e nuvem, segmentos que serão importantes para o fechamento do ano de 2018”. Ele destaca os serviços de data center, segurança e plataformas de aten-

dimento com omnichannel como responsáveis pelos bons resultados de 2017.

Nos dois últimos anos, a empresa ampliou o portfólio e investiu em novas soluções de segurança e computação em nuvem, agregando novas tecnologias e inovação. “Temos muitos casos nos quais realizamos um projeto para determinado cliente, que depois tem as soluções replicadas em novas iniciativas. Isso ocorre de forma muito natural no nosso dia a dia e sempre analisamos a possibilidade de levar projetos individuais para uma escala maior”, explica Rachid.

Com a instabilidade econômica, segundo ele, a Primesys procurou manter o foco no lançamento de soluções de TI que se adequassem aos negócios cada vez mais enxutos dos clientes, atendendo empresas de todos os tamanhos e segmentos: “Estamos certos de que nosso compromisso com o Brasil é de longo prazo e a Primesys está preparada para superar esses momentos, focada em inovação e melhoria constante dos processos”.

Com mais estabilidade, ele acredita que será possível traçar um planejamento mais alinhado com as expectativas internas e de mercado: “Acreditamos que as empresas seguirão em busca por soluções robustas que levem crescimento aos negócios, diminuição de custos e aumento de produtividade”.

A Primesys implantou soluções na indústria, varejo, segmento financeiro e telecomunicações. Na área fi-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)
PRIMESYS	650,00	15,77	12,49	1,46	0,00	82,83



divulgação

Mário Rachid

diretor executivo de soluções digitais da Embratel

“A amplitude da nossa oferta permite que tenhamos flexibilidade para lidar com diferentes conjunturas”.

nanceira, desenvolveu um projeto de redução de custos de tecnologia e otimização do controle gerencial em um grande conglomerado. Para focar nas atividades centrais do negócio, o grupo terceirizou a infraestrutura e operação de sua rede de telecomunicações e contratou a Primesys para serviços de voz corporativa, dados, gerenciamento e governança dos serviços, soluções de valor agregado para agências, postos de serviço e prédios administrativos.

Ainda nesse segmento, fechou um contrato para ser o provedor de telecomunicações de duas grandes instituições financeiras para criação de um serviço único de rede, em substituição às suas redes próprias. O projeto incluiu um sistema integrado de gerenciamento para a transparência dos participantes e otimização dos processos. Também fechou um contrato com um grande banco em um projeto para redução de custos de tecnologia, melhora no nível de serviço prestado e otimização do controle gerencial.

No segmento industrial, solucionou problemas de disponibilidade e gerenciamento de serviços de telecomunicações de um dos maiores grupos cimenteiros em suas fábricas, algumas delas em locais de difícil acesso. Para atender a demanda de tráfego de arquivos de voz, dados e vídeo com maior qualidade de serviço, a Primesys criou uma rede terrestre principal e outra secundária, complementadas por uma rede via satélite.

Outro caso de sucesso no segmento industrial foi no

atendimento de uma produtora, exportadora e recicladora de papéis, que queria a conexão entre a matriz, suas fábricas e filiais espalhadas por todo o país. A Primesys estruturou uma rede terrestre principal e outra secundária, complementadas por uma rede via satélite e kits portáteis para atender localidades remotas e sem estrutura de telecomunicações permitindo tráfego de voz, dados e multimídia por meio da rede IP Embratel. A solução permitiu o envio de informações diretamente da fonte geradora para o ERP, com a disponibilidade e o desempenho requeridos pelo negócio, além da criação de um sistema de videoconferência de alta performance, sem prejuízo para as demais aplicações.

Rachid destaca também uma solução contratada por uma grande rede varejista de moda feminina, cuja demanda foi interligar as lojas ao data center. A Primesys criou uma estrutura mista de redes terrestres e satélite para o tráfego de voz, dados e Internet segura e ficou responsável pelo gerenciamento dessa infraestrutura. Em outro projeto para diversas unidades de um grupo internacional de empresas de comércio e processamento mundial de commodities agrícolas e de energia, criou uma solução customizada com infraestrutura de acesso via satélite. A Primesys começou a operar no Brasil em 2001, depois de adquirir as redes de telecomunicações dos bancos Bradesco e Unibanco. A empresa pertencia ao grupo Portugal Telecom e foi adquirida pela Embratel em 2005.

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	596.777	596.777	74.545	12,90	0,78

A Atento se torna mais digital e amplia a oferta de serviços

O lançamento da **Atento Digital** foi uma das principais novidades da operação da empresa em 2017. A nova unidade, com atuação global, concentra todos os ativos digitais da Atento, tendo como meta gerar valor adicional aos clientes e crescer em mais verticais. A nova área integra ferramentas de marketing, automatização de processos de front e back office e conta com uma plataforma omnichannel, auxiliando na aquisição, gerenciamento e retenção de clientes, explica Regis Noronha, VP de marketing e estratégia. Aproveitando ao máximo os sistemas já existentes e ampliando o mix de serviços, as novas ferramentas permitiram à companhia avançar nos processos de transformação digital, obter 2,2% de rentabilidade sobre as vendas e aumentar sua receita líquida em 6,4%, conquistando o prêmio do Anuário Telecom pelo terceiro ano consecutivo. “O Brasil tem muito a ver com esse crescimento, uma vez que a operação local representa mais de 44% da receita global do grupo”, diz Regis. Ele ressalta que a empresa triplicou as ofertas de serviços no segmento de telecomunicações.

Ao longo de 2017, o mercado de contact center se reinventou com o crescimento da digitalização, tanto nas operações voltadas ao relacionamento com o consumidor, como no SAC, nas vendas, no suporte técnico, em cobrança e nos serviços de back office. “Inovamos com as ofertas que incluem a tecnologia semântica, que agrega serviços para toda a cadeia

de processos digitais, monitorando as redes sociais e transformando os dados em informações analíticas para um melhor engajamento do cliente”, afirma.

Em 2017, a Atento firmou uma parceria com a Keepcon, provedora de gerenciamento automatizado, com foco na experiência do cliente e base em tecnologia semântica, que automatiza a compreensão e classificação de textos desestruturados, permitindo a automatização de roteamento, alertas e respostas, dando mais agilidade nos atendimentos.

Segundo Regis, a empresa está sempre analisando o mercado e observando oportunidades de investimentos e aquisições de startups ou empresas já consolidadas, que possam completar sua oferta. É o caso da participação majoritária da Interfile, que atua em serviços de gerenciamento de processos de negócios (BPO), e que permitiu expandir a capacidade da Atento de prover serviços de back office financeiro e geração de crédito. Outra parceria foi com a consultoria empresarial Falconi, para a oferta de serviços integrados de consultoria de gestão e terceirização para todos os tipos de organizações. “Essa aliança permite que as empresas otimizem seus custos e aumentem sua eficiência empresarial pela integração da gestão focada nos resultados e da terceirização de processos relacionados ao negócio e aos clientes”, explica.

Em 2018, a automação das operações tem sido a tônica de atuação da Atento, em paralelo com o modelo

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)
ATENTO	155,00	6,42	2,25	1,21	8,89	0,86



Regis Noronha

VP de marketing e estratégia

“Inovamos com as ofertas que incluem a tecnologia semântica”.

tradicional de relacionamento com o cliente e o trade marketing. O desafio, de acordo com Regis, é crescer de forma sustentável, e, ao mesmo tempo, aprimorar qualidade do atendimento aos consumidores: “Nosso busca, com a imersão na transformação digital, é automatizar processos que gerem fidelização e novos negócios aos clientes”.

A palavra-chave é inovação em toda a cadeia de valor, agregando novas tecnologias, serviços, estratégias de relacionamento, processos internos, treinamento e qualificação dos profissionais. “Seguimos investindo no uso de ferramentas como Internet das Coisas (IoT), Big Data, Data Science, Video Analytics, análise semântica e inteligência artificial, que permitem uma nova abordagem no relacionamento com os consumidores, de maneira mais ágil, mais inteligente, estratégica e eficiente”, destaca.

A Atento conta com uma unidade consultiva chamada de Transformação de Negócios, que busca entender e desenvolver a jornada de relacionamento para os clientes de todos os segmentos. Uma vez identificadas as melhorias a serem feitas, a unidade Atento Digital implementa as tecnologias mais adequadas às necessidades de negócio mapeadas. Completam a oferta recursos como sistemas analíticos, tecnologia semântica e bots, que permitem o desenvolvimento de serviços de atendimento de qualidade com custos mais competitivos.

Em 2018, diz Regis, a companhia agregou ao portfólio a Business Process Transformation, solução que permite a reinvenção de processos para a melhoria e eficiência dos negócios das empresas, além de reduzir custos e introduzir novas tecnologias disruptivas: “Os clientes querem ter um contato personalizado com seus consumidores, de forma cada vez mais ágil e eficiente, com o auxílio de ferramentas de Data Science, Inteligência Artificial, blockchain e Big Data. Essas tecnologias permitem trabalhar com uma base de dados estruturada e não-estruturada, incluindo vídeos, áudios e imagens, e que cresce de maneira exponencial todos os dias.

As informações coletadas são valiosas se usadas de maneira estratégica, pois determinam o perfil dos consumidores e dão mais subsídios para atendê-los melhor a cada contato, considerando todas as situações.

Como a tendência dos mercados de gestão de relacionamento com clientes e de terceirização de processos de negócios está caminhando cada vez mais para a digitalização, o ano de 2019 tem tudo para ser muito promissor para a Atento, que já desenvolve um trabalho nesse sentido.

A empresa está no topo do ranking de serviços de gestão do relacionamento com clientes e processos de negócios (CRM/BPO) na América Latina e é um dos cinco maiores provedores mundiais com base em seu faturamento. Desde 1999, desenvolve seu modelo de negócio em 13 países e emprega 150 mil funcionários, sendo 78 mil pessoas no Brasil, com mais de 400 clientes.

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	3.015.040	1.959.776	67.912	22,71	1,61

A Embratel Star One amplia a cobertura internacional

Maior operadora regional de satélites do Brasil

e da América Latina, a Embratel Star One, do grupo América Móvil, expandiu sua presença internacional. O novo satélite, o Star One D1, que entrou em operação comercial em fevereiro de 2017, ampliou a oferta de capacidade satelital nas Américas do Sul, do Norte e Central, especialmente no México. O Star One D1 está equipado com Bandas C, Ku e Ka, para permitir novos serviços corporativos, distribuição e contribuição de vídeo e backhaul de celular via satélite. A frota de satélites da Embratel Star One oferece capacidade para as maiores empresas no país para as principais emissoras de TV, canais independentes, bancos e órgãos do governo, recebendo e transmitindo sinais de televisão, rádio, telefonia, Internet e dados para aplicações de entretenimento, telemedicina, tele-educação e atividades empresariais. Vem completar a frota o novo Star One D2, que será lançado no final de 2019, o segundo de quarta geração da chamada família D, e o maior já fabricado pela empresa, afirma Gustavo Silbert, presidente da Embratel Star One. Ocupando a posição orbital de 70° W, o novo satélite será equipado com as Bandas Ka, para atender às demandas de banda larga Internet, backhaul de telefonia celular, C e Ku, complementando as ofertas de capacidade para dados, vídeo e Internet de clientes corporativos e backhaul celular e banda X para o Ministério de Defesa. Com a Banda Ku, o satélite fornecerá capacidade de dados, vídeo e Internet para órgãos do governo e gran-

des empresas de diversos setores das Américas do Sul e Central, incluindo o México, além de permitir a transmissão de sinais para TV por assinatura. Os sinais de TV aberta serão garantidos pela Banda C. O Star One D2 terá 6,2 toneladas, uma potência estimada de 19,3 KW e vida útil prevista de mais de 15 anos. Estará equipado com 28 transponders (receptores e transmissores de sinais) em Banda C, 24 transponders em Banda Ku, 20 Gbps de capacidade em Banda Ka e uma certa capacidade em Banda X para uso militar.

“Mesmo diante de um cenário econômico desafiador, a Star One tem mantido um crescimento sustentável, incluindo a renovação e a expansão constante de sua frota de satélites, assim como a oferta de serviços para nossos clientes de vídeo no Brasil”, garante Gustavo.

Além de Destaque do Ano, a Embratel Star One também figura no ranking das 10 Empresas mais Rentáveis do Anuário Telecom, com o expressivo índice de 27,9% de rentabilidade sobre as vendas. “Os resultados positivos de 2017 vieram das ativações de capacidade satelital que fizemos no exterior e, além disso, a expansão da nossa presença na América Latina tem nos trazido novas oportunidades de negócios”, diz Gustavo.

O sucesso da empresa se deve principalmente à renovação e à expansão de clientes que contratam soluções satelitais, principalmente os da área de distribuição de vídeo no Brasil. As demandas do Grupo Claro Brasil e da América Móvil, do qual a Embratel Star One faz parte,

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (R\$ mil)
EMBRATEL STAR ONE	7.361,40	10,31	27,93	1,29	0,00	1.009,25



Gustavo Silbert

presidente

Sem o satélite, muitas pessoas talvez ficassem anos sem acesso à telefonia celular.

também contribuíram para que mantivesse altos níveis de ocupação dos satélites.

Para a Claro, a Star One intensificou o uso de capacidade satelital da frota para atendimento às demandas de backhaul celular, especialmente nas regiões Norte e Nordeste. A empresa vai continuar expandindo o serviço em Banda Ku e também em Banda Ka para o backhaul celular. “O backhaul de satélite é a melhor solução sempre que houver necessidade de atendimento rápido e o melhor custo para se estender o alcance da rede de fibras ou rádio até o site”, explica o presidente. De acordo com ele, com o uso do satélite é possível atender qualquer local do território nacional de forma rápida, permitindo que os usuários possam usufruir do serviço, não importando onde estejam: “A principal virtude dessa solução é, portanto, contribuir para que um maior número de pessoas tenha acesso a uma área de atendimento de telefonia celular; sem o satélite, elas talvez ficassem anos sem acesso”.

O Star One C4 permitiu à Claro HDTV a ampliação da sua capacidade de distribuição de canais em alta definição, além da oferta de novas soluções de telecomunicações com muito mais qualidade, melhorando a experiência dos clientes. O Embratel Star One C4 viabilizou o lançamento de mais de 30 novos canais em HD, expandindo a oferta de TV por Assinatura em alta definição via satélite. A Claro HDTV, disponível em todas as regiões do Brasil, complementa a oferta via cabo da

NET, posicionando o grupo América Móvil como líder do mercado de distribuição de conteúdo no País

As novas capacidades satelitais oferecidas fora do Brasil começaram em 2017. Outro destaque do ano, de acordo com Gustavo, foi a oferta de Banda Ka com cerca de 20 Gbps, o equivalente a cerca de 10 satélites de Banda C, de arquitetura convencional: “Atendemos centenas de clientes, grandes empresas brasileiras, emissoras de TV, canais independentes, bancos e governo, recebendo e transmitindo sinais de televisão, rádio, telefonia, Internet e dados para atividades empresariais e aplicações de entretenimento, telemedicina e tele-educação no Brasil e exterior”. Ele faz questão de mencionar ainda a operação de um moderno centro de controle: “Como líder e precursora de soluções via satélite na América Latina, a Embratel Star One tem o maior e mais moderno centro de operações de satélites do Brasil e da América Latina, localizado em Guaratiba, no Rio de Janeiro, e operado por uma equipe altamente especializada”.

Já pensando em expansões futuras, a Star One deve ampliar o atendimento à demanda de backhaul celular, prevendo também expansões de clientes internacionais no mercado de DTH e telefonia móvel, que devem ser atendidos pelo novo satélite Star One D2. Criada em dezembro de 2000 como uma subsidiária da Embratel, a Star One tem uma frota com sete satélites, sendo quatro em órbita geoestacionária (Star One C1, C2, C3 e C12) e três em órbita inclinada (Brasilsat B2, B3 e B4).

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	690.167	690.167	192.765	15,61	0,26

A Stefanini põe ênfase na inteligência artificial

Atuando tradicionalmente em service desk, field service e outsourcing (BPO), a Stefanini se reinventou e nos últimos anos tem direcionado seu portfólio para o ecossistema de inovação com analytics, inteligência artificial, indústria 4.0 e segurança cibernética, dentre outras tecnologias. A plataforma que mais traduz essa transformação é a Sophie, solução composta por um conjunto de softwares e processos que permitem acelerar e melhorar o desempenho de sistemas que interagem com o consumidor, seja por meio de voz ou texto. O objetivo é garantir agilidade no atendimento ao usuário, seja para realizar uma transação, reportar um incidente ou buscar uma informação. “Nossa experiência em implementações de atendimento cognitivo nos permite um nível de maturidade único, que vai desde a avaliação de processos a serem implantados até a sustentação e a melhoria da plataforma em nossos clientes”, aponta Marco Stefanini, fundador e CEO global da Stefanini.

A Stefanini registrou crescimento de 10,3% na receita líquida e obteve 5,5% de rentabilidade sobre as vendas em 2017.

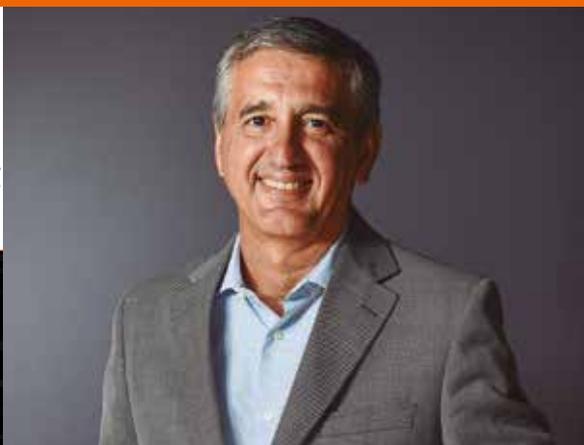
A plataforma Sophie, desenvolvida pela empresa, é especializada em gerir demandas de atendimento por meio de algoritmos de inteligência artificial, e hoje atende vários segmentos como finanças, varejo, indústria e governo. A expansão dos projetos nessa plataforma alavancou investimentos em uma equipe

dedicada a pesquisa e desenvolvimento nessa área, centralizada no Brasil e que envolve mais de 200 profissionais em outras regiões. A solução já foi implantada em grandes clientes como a Caixa Econômica Federal e a Usiminas.

Marcos destaca que nos últimos anos a empresa combinou movimentos de transformação digital internamente e nas soluções dos clientes: “Esse movimento em sua essência é um desafio, porque não é só uma transformação tecnológica, mas de mindset, é muito mais intensa, e passa prioritariamente por uma mudança cultural das lideranças para promover o engajamento da equipe. Todo ano o setor se reinventa para promover mudanças estruturais que, de fato, gerem impactos na vida das pessoas”.

A empresa aposta em ofertas digitais para alavancar os negócios dos clientes com uma equipe dedicada a essas novas soluções, que incluem mobilidade, campanhas personalizadas de marketing, processamento de cartão via celular, inteligência artificial e robótica, para fazer a transição para a indústria 4.0. Toda essa movimentação tem se refletido na geração de novos negócios para a Stefanini. Na opinião do CEO, até 2016, a transformação digital era apenas discurso, e ao longo de 2017 e 2018 o processo se intensificou e as empresas começaram a investir mais em tecnologias disruptivas: “Embora o digital seja uma prioridade para a Stefanini neste momento, não significa que estamos abando-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (R\$ mil)
STEFANINI	373,30	5,53	5,10	2,09	1,53	4,73



Marco Stefanini

CEO global

“Nossa experiência em implementações de atendimento cognitivo nos permite um nível de maturidade único”.

nando o nosso portfólio mais tradicional como service desk, field service e BPO. O que estamos fazendo é agregar cada vez mais automação a esses processos”. As áreas que mais influenciaram nos resultados da empresa foram os sistemas analíticos, inteligência artificial, metodologias ágeis e projetos de design thinking desenvolvidos em parceria com os clientes. A Stefanini mantém a estratégia de aquisição de startups para complementar suas ofertas. Em 2015, juntou-se à IHM Engenharia e fez uma joint-venture com a Tema Sistemas, além de adquirir 40% da Saque e Pague. Em 2016, comprou a colombiana Sysman e se fundiu à coligada VANguard, especializada em governança de TI, segurança e service management, além de uma joint-venture com a empresa israelense de segurança Rafael. Em 2017, adquiriu a consultoria Gauge, especializada em marketing digital e performance. Em 2018, foi a vez da Estatística Segura e Magma, que atua no segmento de saúde, uma das verticais que vai ganhar maior atenção a partir deste ano, diz Marco, que prevê mais aquisições, tanto no Brasil quanto no exterior. A Stefanini conta com Centros de Inovação localizados no Brasil, Romênia e Estados Unidos. Em 2018m passou a oferecer a metodologia de design thinking, levando o cliente para o ambiente de navegação e aprofundamento nos assuntos que podem ser resolvidos com a solução Dive, uma abordagem imersiva realizada em cinco dias, na qual equipes da Stefanini

e da empresa cliente trabalham de maneira colaborativa com metodologias como design sprint e lean startup. Com isso o cliente participa desde a concepção do problema até a entrega de um modelo da solução que será desenvolvida, acelerando o time to market de novos produtos e serviços. “O foco é apresentar uma solução digital, mirando resultados concretos para o negócio”, explica Marco.

A empresa, segundo ele, especializou-se na integração com diversos sistemas de forma interoperável: “As soluções de APIs são capazes de unir os serviços de back-end e as experiências de front-end de maneira disruptiva, permitindo a expansão da organização em novos mercados”.

Em 2018, a Stefanini inaugurou um novo espaço em seu escritório, em São Paulo, chamado de Sala 87, ano da fundação da empresa. O espaço reúne profissionais de várias empresas do grupo – inclusive startups – para pensar ofertas conjuntas para atender necessidades dos clientes. A sala comporta até 180 pessoas num espaço descontraído, com mesas sem divisórias e em formato pentagonal, o que facilita a montagem de um ambiente fluido, com o objetivo de estimular a colaboração.

A Stefanini está presente em 40 países e foi apontada, pelo terceiro ano consecutivo, como a quinta empresa transnacional mais internacionalizada, segundo ranking da Fundação Dom Cabral de 2017.

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	1.021.056	194.000	50.079	43,22	3,53

A Hispamar expande a cobertura e oferece novos serviços

O lançamento de três novos satélites, entre 2017

e 2018, em conjunto com sua acionista espanhola Hispasat, marcaram a operação da Hispamar no período. O Hispasat 36W-1, Hispasat 30W-6 e o Amazonas 5 já estão em operação e podem prestar serviços de comunicação para o continente americano, Europa e o norte da África, nas bandas Ka, Ku e C.

Ao longo de 2017, os investimentos do grupo foram destinados fundamentalmente a esses programas de satélites e projetos de inovação em produtos e serviços. Destaque em Serviços Digitais, apesar da queda de 10% na receita líquida, obteve 3,3% de rentabilidade sobre as vendas. “Trabalhamos duro para prestar novos serviços de comunicação aos clientes e expandir nossa capacidade de cobertura”, afirma Sérgio Chaves, diretor de negócios da Hispamar para a América do Sul.

A empresa está investindo na América Latina, especialmente em serviços em banda Ka. Para essa estratégia, firmou uma parceria com a Gilat, provedora mundial de comunicações de banda larga via satélite, para comercializar a capacidade em banda Ka HTS (High Throughput Satellite) dos satélites Amazonas 3 e Amazonas 5 no Brasil. “Esse acordo”, diz Sérgio, “trará à Hispamar uma vantagem competitiva para a expansão do serviço no país, onde forneceremos conectividade de banda larga de alta performance, para os segmentos corporativo e residencial, embora a venda ao consumidor final seja realizada atra-

vés de Provedores de Serviços de Internet (ISPs). Ao contrário do que aconteceu com outras empresas da indústria de satélites, conseguimos ter rentabilidade num ano bastante complicado para o mercado”. Os resultados foram influenciados por contratos assinados ainda em 2016 e logo no início de 2017, e se refletiram positivamente no faturamento do exercício. “Ao longo do ano, desenvolvemos um intenso trabalho comercial para oferecer as melhores soluções de comunicação e atender às novas demandas e renovar a contratação de capacidade satelital a longo prazo (backlog)”, diz Sérgio.

Um dos principais mercados atendidos pela Hispamar é o segmento audiovisual, com a ampliação dos serviços de DTH (Direct to Home). Na Argentina, a Hispamar foi responsável pela entrada em operação do primeiro serviço de Internet banda larga em banda Ka, através do satélite Amazonas 3. Na Colômbia, por meio de um parceiro local, renovou e ampliou um projeto do Ministério de Tecnologia da Informação e das Comunicações chamado Kioskos Vive Digital. São pontos comunitários de acesso à Internet em zonas rurais mais remotas, com mais de 100 habitantes, onde além do acesso à rede mundial, jovens e adultos podem receber capacitações gratuitas.

Sérgio destaca, entre os novos serviços oferecidos pela empresa no Brasil em 2018, o de conectividade em banda Ka, uma frequência de transmissão de dados que, em função de suas características técnicas, tem

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (R\$ mil)
HISPAMAR SATÉLITES	85,70	-10,48	3,37	0,97	0,00	-



divulgação

Sérgio Chaves

diretor de negócios para a América do Sul

A atuação panamericana é uma importante vantagem competitiva

um custo operacional menor, tanto para as operadoras de telecomunicações, quanto para os provedores de serviços de Internet: “O objetivo é fornecer conexão banda larga via satélite de alta qualidade e acessível às fazendas e pequenas cidades que possuam um serviço de Internet precário ou inexistente”.

Além desse serviço de acesso à Internet, a empresa investiu em um programa de incentivo para o mercado audiovisual, viabilizando a instalação de antenas e equipamentos de recepção nos principais operadores de TV paga do Brasil, que permitem a recepção de conteúdos tanto através da banda C padrão, quanto da banda C estendida (ou apêndice 30B, como é conhecida no mercado), menos vulnerável a interferências, fomentando o uso desse tipo de frequência no setor. Segundo Sérgio, hoje, os operadores de TV paga de todo o Brasil têm a possibilidade de utilizar essa capacidade. Em função desse programa, um canal de TV por assinatura brasileiro de esportes de ação, cultura e comportamento jovem, fechou com a Hispamar o primeiro serviço de distribuição de vídeo em HD no Brasil por meio do satélite Amazonas 2. Até então, o uso das faixas de frequência do apêndice 30B era algo inédito para as operadoras de satélite no Brasil, garante ele.

“Acreditamos que após as eleições a estabilidade política brasileira deva retornar e até o final do ano já estaremos sentindo uma recuperação mais significativa do mercado”, anima-se.

A equipe da Hispamar, segundo ele, está mapeando e

estudando novas demandas do mercado para renovar as ofertas em 2019: “Já estamos planejando o lançamento um novo produto, mas por razões estratégicas ainda não podemos divulgar. Seguimos otimistas com a recuperação do mercado latino-americano como um todo. Sabemos que temos muitos desafios pela frente, mas estamos confiantes de que vamos superá-los prestando um serviço de excelência aos nossos clientes e contribuindo para o desenvolvimento da economia da região”.

Nos dois últimos anos, a Hispamar fechou diversos negócios em outros países, como o Peru, Chile, Colômbia, Argentina e Estados Unidos, o que colaborou para que os bons resultados financeiros. “Ter uma atuação panamericana nos dá essa vantagem: se de um lado, temos um país que está vivenciando um momento mais delicado economicamente, de outro temos países com uma economia um pouco mais estável, que por consequência mantêm seus investimentos, propiciando novos negócios”, avalia Sérgio.

Entre as tendências do setor de satélite estão as constelações de órbitas baixas (LEO) ou médias (MEO). Recentemente, a Hispamar investiu em constelação LEO, com 80 a 100 satélites em rede mesh, com foco no mercado B2B. A estratégia é firmar parcerias com provedores regionais e entregar o serviço. Um acordo com um parceiro israelense também vai permitir que a Hispamar ofereça soluções para o mercado de Internet das Coisas.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

460.728

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

460.728

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

15.521

Rent. s/ patrimônio
(%)

6,81

Giro dos Ativos

1,02

A Vivo investe na autonomia dos clientes

O investimento em ofertas que dão mais autonomia ao atendimento, e a expansão da rede de fibra óptica e da cobertura 4G no país foram os destaques da Vivo em 2017. O crescente uso de dados e serviços digitais impulsionou os resultados positivos registrados pela empresa no período, destaque por cinco anos consecutivos. De acordo com o levantamento do Anuário Telecom, a Vivo obteve 10,6% de rentabilidade sobre as vendas, com crescimento de 1,6% na receita líquida, que totalizou R\$ 43,2 bilhões em 2017. Os bons resultados, segundo Luis Plaster, diretor de relações com investidores da Vivo, se deve ao crescimento do uso de dados, serviços digitais e banda larga fixa, combinados à eficiência em custos e investimentos: “Em 2017, ampliamos nossa rede móvel de quarta geração para 2.084 novas cidades, o que elevou a presença da rede da companhia para 2,6 mil municípios e nos permitiu oferecer aos nossos clientes o melhor tráfego de dados, com altas velocidades tanto na rede móvel quanto na fixa”.

A empresa registrou aumento significativo em sua base de banda ultralarga, por meio da migração de clientes para velocidades mais altas e da expansão de rede de fibra óptica para novas cidades. “Em 2017, ampliamos nossa cobertura com tecnologia FTTH (Fiber-to-the-Home) para 16 novos municípios”, afirma. Nos últimos cinco anos a empresa investiu em média R\$ 8 bilhões ao ano e R\$ 26,5 bilhões estão destinados ao triênio 2018/2020, dos quais mais de R\$ 7 bilhões vão para a expansão da rede de fibra óptica.

Dentro da estratégia de transformação digital, a Vivo tem avançado na oferta de canais de atendimento que dão mais autonomia aos clientes.

Em fevereiro de 2018, a Vivo tornou-se a primeira operadora do país a oferecer uma ferramenta de relacionamento baseada em inteligência cognitiva e acessível por comando de voz, a Aura, que foi anunciada globalmente pelo Grupo Telefónica em 2017 e lançada no Brasil e em outros cinco países um ano depois.

A Aura começou como funcionalidade do app beta Meu Vivo Mais e em julho foi expandida para todos os canais digitais da Vivo e também para o Facebook Messenger. Os clientes também podem interagir com a Aura no app Meu Vivo Móvel, um dos principais canais digitais da Vivo que, desde o seu lançamento, registra mais de 35,6 milhões de downloads.

Para facilitar a compra de aparelhos, adotou o conceito pick up in store, que permite ao cliente comprar aparelhos pelo site e retirá-los em lojas da empresa. A Vivo é a primeira empresa do Grupo Telefónica na América Latina a oferecer essa alternativa para seus clientes.

“Até o final do ano, queremos chegar a 3,1 mil cidades com 4G+ (4,5G), incluindo todas as capitais brasileiras. Em dezembro de 2017 eram 118 cidades”, garante Luis. Em 2017, a Vivo lançou o compartilhamento de Internet, um recurso que permite aos clientes Controle e pré-pago Vivo Turbo pedir e enviar Internet gratuitamente para seus amigos que também sejam Vivo Turbo e Controle pelo Meu Vivo Móvel.

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (R\$ mil)
VIVO	530,30	1,64	10,67	0,94	3,89	29,08



divulgação

Luis Plaster

diretor de relações com investidores

Seis novos data centers para dar suporte ao 5G

A empresa aumentou a velocidade de Internet nos planos móveis com recursos como o Double Play, com o qual os clientes ganham o dobro de Internet para usar com serviços de música e vídeo, como Netflix, YouTube, Spotify e Vivo Música by Napster. Outra estratégia foi ampliar a variedade dos serviços digitais com o lançamento do Vivo Meditação, que tem mais de 900 mil downloads; e o NBA, com o qual clientes podem assistir a jogos da liga de basquete americana com recursos inovadores, como realidade virtual e o mobile view, com uma câmera exclusiva para dispositivos móveis com closes ainda mais fechados, deixando o espectador mais próximo das jogadas. Em 2018, lançou o Vivo Bem, um app criado para ampliar o acesso da população a serviços de saúde privada; e o Vivo Guru, criado para esclarecer dúvidas sobre tecnologia. Na área de serviços digitais, oferece o Vivo Games4U, com centenas de jogos para baixar e jogar online, lançado para reforçar o posicionamento da operadora no segmento de games.

A Vivo avança na perspectiva da chegada da tecnologia da rede 5G ao país e se prepara em diversas frentes. “A empresa terá seis novos data centers no Brasil nas cidades do Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Porto Alegre (RS) e Salvador (BA) até o primeiro trimestre de 2019 – para dar suporte ao 5G, parte de um projeto de padronização e virtualização de rede que reflete o foco da companhia nessa nova tecnologia”, afirma Luis.

Outra iniciativa importante foi uma parceria com a Ericsson, Raízen e EsalqTec para impulsionar o desenvolvimento da Internet das Coisas (IoT) no agronegócio. O projeto piloto está em andamento em Piracicaba (SP) e, segundo Luis, tem como objetivo desenvolver as tecnologias que colocarão o agronegócio no novo mundo da IoT, apoiando-se no ecossistema de inovação aberta, com startups especializadas no agronegócio: “A ideia é que as informações geradas pelos dispositivos de IoT sejam captadas e transmitidas na faixa de 450 MHz, que proporciona uma cobertura mais ampla, comparada a outras frequências. Com isso, vamos trazer para o agronegócio aumento de produtividade, redução de custo operacional e otimização na alocação de equipes e maquinário”.

“Em 2019, continuaremos com o nosso projeto de investimentos em banda ultralarga, que nos permitirá acelerar a expansão de FTTH para um bom número de cidades novas em todo o país”, completa. Esse projeto prevê investimentos de R\$ 2,5 bilhões nos próximos três anos (2018-2020), montante adicional ao R\$ 24 bilhões previstos para o mesmo período. 60% do Capex de R\$ 2,5 bilhões serão investidos em expansão de cobertura, enquanto 40% serão investidos em instalações e CPEs. “As cidades que receberão o serviço têm ao menos 50 mil habitantes e foram escolhidas com base no cenário competitivo e no número de residências de alto potencial a serem atendidas”, explica Luis Plaster.

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	43.206.832	43.206.832	4.608.790	6,64	0,43



guia de empresas

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, ESTÁ A RELAÇÃO DAS EMPRESAS QUE PARTICIPAM DO ANUÁRIO TELECOM 2018 COM INFORMAÇÕES ECONÔMICO-FINANCEIRAS.

. ACCENTURE

1. Accenture do Brasil Ltda;
2. 11 5188-3000;
4. São Paulo;
5. SP;
6. keila.silva@accenture.com.br;
7. www.accenture.com.br;

. AeC CONTACT CENTER

1. AeC Centro de Contatos S/A;
2. 31 3515-7000;
4. Belo Horizonte;
5. MG;
6. dadoscadastrais@aec.com.br;
7. www.aec.com.br;

. ALGAR CELULAR

1. Algar Celular S/A;
2. 34 3256-2000;
3. 3236-2960;
4. Uberlândia;
5. MG;
6. institucional@algartelecom.com.br;
7. www.algartelecom.com.br;

. ALGAR MULTIMÍDIA

1. ALGAR Multimídia S/A;
2. 11 3512-1260;
3. 3512-1260;
4. São Paulo;
5. SP;
7. www.algartelecom.com.br;

. ALGAR TECH

1. Algar Tecnologia e Consultoria S/A;
2. 34 3233-6500;
4. Uberlândia;
5. MG;
7. www.algartech.com;

. ALGAR TELECOM

1. Algar Telecom S/A;
2. 34 3256-2963;
4. Uberlândia;
5. MG;
6. institucional@algartelecom.com.br;
7. www.algartelecom.com.br;

. ALLIED

1. Allied S/A;
2. 11 5503-9943;
4. São Paulo;
5. SP;
6. rjmartins@alliedbrasil.com.br;
7. www.alliedbrasil.com.br;

. ALMAVIVA

1. Almamviva do Brasil Telemarketing e Informática S/A;
2. 11 3004-8345;
4. São Paulo;
5. SP;
7. www.almavivadobrasil.com.br;

. APPLE

1. Apple Computer Brasil Ltda;
2. 11 5503-0000;
4. São Paulo;
5. SP;

. ASGA SISTEMAS

1. Asga Sistemas Ltda;
2. 19 3131-4000;
4. Paulínia;
5. SP;
7. www.asgasistemas.com.br;

. ATENTO

1. Atento Brasil S/A;
2. 11 3779-0947;
4. São Paulo;
5. SP;
6. imprensa@atento.com.br;
7. www.atento.com;

. AUTOTRAC

1. Autotrac Comércio e Telecomunicações S/A;
2. 61 3307-7000;
4. Brasília;
5. DF;
6. marketing@autotrac.com.br;
7. www.autotrac.com.br;

. AXOON CONEXÕES CORPORATIVAS

1. Axoon Comércio, Cons Serv em Telecomunicações S/A;
2. 11 4003-1465;
4. São Paulo;
5. SP;
6. wellington@axoon.com.br;
7. www.axoon.com.br;

. BRASILSAT

1. Brasilsat Ltda;
2. 41 2103-0511;
3. 2103-0555;
4. Almirante Tamandaré;
5. PR;
6. brasilsat@brasilsat.com.br;
7. www.brasilsat.com.br;

. BRQ DIGITAL SOLUTIONS

1. BRQ Soluções em Informática S/A;
2. 11 2126-7020;
4. São Paulo;
5. SP;
6. ri@brq.com;
7. www.brq.com;

. CABLETECH

1. Cabletech Cabos Ltda;
2. 12 3221-1359;
4. Caçapava;
5. SP;
6. contabilidade@cabletech.com.br;
7. www.cabletech.com.br;

. CEMIG TELECOM

1. Cemig Telecomunicações S/A;
2. 31 3307-6300;
3. 3307-6422;
4. Belo Horizonte;
5. MG;
6. comercial@cemigtelecom.com;
7. www.cemigtelecom.com;

. CENTURYLINK

1. CenturyLink Comunicações do Brasil Ltda;
2. 11 3957-2200;
4. Cotia;
5. SP;
6. contato.br@centurylink.com;
7. www.centurylink.com.br;

. CISCO DO BRASIL

1. Cisco do Brasil Ltda;
2. 11 5508-9999;
4. São Paulo;
5. SP;
6. cisco-responde@cisco.com;
7. www.cisco.com.br;

. CLARO

1. Claro Telecom Participações S/A;
2. 11 4313-2809;
4. São Paulo;
5. SP;
7. www.claro.com.br;

. CLEMAR ENGENHARIA

1. Cleomar Engenharia Ltda;
2. 48 3331-3036;
5. SC;
6. pmartins@clemar.com.br;
7. www.cleomar.com.br;

. CONTAX

1. Liq Participações S/A;
2. 11 3131-5136;
3. 3131-1931;
4. São Paulo;
5. SP;
6. ri@liq.com.br;
7. www.liq.com.br;



COPEL TELECOM

1. Copel Telecomunicações S/A;
2. 41 3331-3384;
4. Curitiba;
5. PR;
6. ecamargo@copel.com;
7. www.copeltelecom.com;



CPQD

1. Fund Centro de Pesq e Desenv em Telecoms.;
2. 0800-7022773;
4. Campinas;
5. SP;
6. contactcenter@cpqd.com.br;
7. www.cpqd.com.br;

. DIGITEL

1. Digitel S/A Indústria Eletrônica;
2. 51 3238-9999;
3. 3238-9999;
4. Alvorada;
5. RS;
6. bruno.machado@digitel.com.br;
7. www.digitel.com.br;

. DTCOM

1. DTCOM Direct To Company S/A;
2. 41 3671-6040;
3. 3671-9000;
4. Curitiba;
5. PR;
6. cristiane@dtcom.com.br;
7. www.dtcom.com.br;

. EMBRATEL STAR ONE

1. Star One S/A;
2. 21 2138-8921;
4. Rio de Janeiro;
5. RJ;
6. embratel@planin.com;
7. www.starone.com.br;

. ENGESET

1. Engeset Engenharia Servs. de Telecomunicações S/A;
2. 34 3218-6677;
3. 3218-6630;
4. Uberlândia;
5. MG;
6. comercial@engeset.com.br;
7. www.engeset.com.br;

. EQUINIX DO BRASIL

1. Equinix do Brasil Sol. de Tec em Informática S/A;
2. 11 3524-4300;
4. São Paulo;
5. SP;
6. infoobr@equinix.com;
7. www.equinix.com.br;

. ERICSSON

1. Ericsson Telecomunicações S/A;
2. 11 2224-2000;
3. 2224-2046;
4. São Paulo;
5. SP;
6. priscilla.staell@ericsson.com;
7. www.ericsson.com;

. EZENTIS BRASIL

1. Ezentis - Serv. Eng. Inst. de Comunicações S/A;
2. 11 3181-8980;
4. Araçariquama;
5. SP;
6. comercial@ezentis.com.br;
7. www.ezentis.com;



. FURUKAWA

1. Furukawa Industrial S/A Produtos Elétricos;
2. 0800-412100;
4. Curitiba;
5. PR;
6. fisa@furukawa.com.br;
7. www.furukawalatam.com;

. GO2NEXT CYNET

1. GO2Next Consult e Ass em Informática S/A;
2. 11 5051-3200;
4. São Paulo;
5. SP;
6. marketing@go2next.com.br;
7. www.go2next.com.br;

. GRUPO BINÁRIO

1. Binário Distribuidora de Equip Eletrônicos Ltda;
2. 11 3704-0400;
4. São Paulo;
5. SP;
6. mktgrupobinario@binarionet.com.br;
7. www.binarionet.com.br;

. GUIATEL

1. Guiatel S/A Editores de Guias Telefônicos;
2. 31 3379-7100;
3. 3375-1511;
4. Belo Horizonte;
5. MG;
6. guiatel@guiatel.com.br;
7. www.guiatel.com.br;

. HARALD

1. Brasilsat Harald S/A;
2. 41 2103-0511;
4. Curitiba;
5. PR;
6. brasilsat@brasilsat.com.br;
7. www.brasilsat.com.br;

. HISPAMAR SATÉLITES

1. Hispamar Satélites S/A;
2. 21 2555-4800;
3. 2555-4849;
4. Rio de Janeiro;
5. RJ;
6. contato@hispamar.com.br;
7. www.hispamar.com.br;

. HUAWAI DO BRASIL

1. Huawei do Brasil Telecomunicações Ltda;
2. 11 3930-8888;
4. São Paulo;
5. SP;
6. vinicius.fior@huawei.com;
7. www.huawei.com.br;



. ÍCARO TECHNOLOGIES

1. Ícaro Technologies Serviços e Com. Ltda;
2. 19 3731-8300;
3. 3731-8304;
4. Campinas;
5. SP;
6. sales@icarotech.com;
7. www.icarotech.com;



. INSTITUTO DE PESQUISAS ELDORADO

1. Instituto de Pesquisas Eldorado;
2. 19 3757-3000;
4. Brasília;
5. DF;
7. www.eldorado.org.br;

. INTEGRAVOX

1. Integravox Soluções em Comunicações Ltda;
2. 62 3997-1010;
4. Goiania;
5. GO;
6. integravox@integravox.com.br;
7. www.integravox.com.br;

. INTEL

1. Intel Semicondutores do Brasil Ltda;
2. 11 3365-5500;
4. São Paulo;
5. SP;
7. www.intel.com.br;

. INTELBRAS

1. Intelbras S/A Ind. de Telecom. Eletr. Brasileira;
2. 48 3281-9500;
4. São José;
5. SC;
7. www.intelbras.com.br;

. JUNIPER

1. Juniper Networks Brasil Ltda;
2. 11 3443-1416;
4. São Paulo;
5. SP;
6. jessica@junipenetworks.com.br;
7. www.juniper.net;

. LEUCOTRON TELECOM

1. Leucotron Equipamentos Ltda;
2. 35 3471-9622;
4. Santa Rita do Sapucaí;
5. MG;
6. comunicacao@leucotron.com.br;
7. www.leucotron.com.br;

. LG ELECTRONICS

1. LG Electronics de São Paulo Ltda;
2. 11 2162-5400;
3. 2162,5600;
4. Taubaté;
5. SP;
7. www.lge.com.br;

. LINKTEL CORPORATE

1. Linktel Telecomunicações do Brasil Ltda;
2. 11 2197-7000;
3. 5505-5662;
4. Barueri;
5. SP;
7. www.linktelcorp.com.br;



. LINX

Especialista em tecnologia online e offline para o varejo, com soluções completas para administrar o negócio e impulsionar as vendas de diversos setores, desde postos e lojas de conveniência até hipermercados, farmácias, food services e lojas de moda.

1. Linx S.A.; 2. 11 3003 0400
4. São Paulo; 5. SP
6. comercial@linx.com.br
7. www.linx.com.br

. LOCAWEB

1. Locaweb Serviços de Internet S/A;
2. 11 3544-0444;
4. São Paulo;
5. SP;
6. institucional@locaweb.com.br;
7. www.locaweb.com.br;

. LOGICALIS

1. PromonLogicalis Latin America Ltda;
2. 11 3573-7399;
4. São Paulo;
5. SP;
6. contato@la.logicalis.com;
7. www.la.logicalis.com;

. MAPRA

1. Mapra Eletrônica Ltda;
2. 15 2105-0400;
3. 2105-0401;
4. Votorantim;
5. SP;
6. vendas@mapra.com.br;
7. www.mapra.com.br;

. MOTOROLA SOLUTIONS

1. Motorola Solutions Ltda;
2. 0800-552277;
3. 4133-3198;
4. Barueri;
5. SP;
6. motorola@itpower.com.br;
7. www.motorolasolutions.com/br;

. MTEL

1. MTEL Tecnologia S/A;
2. 11 4134-8000;
4. Barueri;
5. SP;
6. contato@mTEL.com.br;
7. www.mTEL.com.br;

. NAVITA

1. Mobi All Tecnologia S/A;
2. 11 3045-6373;
4. São Paulo;
5. SP;
7. http://navita.com.br/pt/;

. NEC

1. Nec Latin America S/A;
2. 11 3151-7000;
4. São Paulo;
5. SP;
6. vendas@nec.com.br;
7. www.nec.com.br;



. NEGER TELECOM

1. Neger Tecnologia e Sistemas Ltda;
2. 19 4062-9140;
4. Campinas;
5. SP;
6. neger@neger.com.br;
7. www.neger.com.br;

. NEOVIA SOLUTIONS

1. Directnet Prestação de Serviços Ltda;
2. 11 3017-4680;
3. 3017-4464;
4. São Paulo;
5. SP;
6. atendimento.corporativo@neovia.com.br;
7. www.neovia.com.br;

. NESIC

1. Nestic Brasil S/A;
2. 11 2065-2214;
3. 2604-3819;
4. São Paulo;
5. SP;
6. akira@nesic.com.br;
7. www.nesic.com.br;

. NETSERVICE

1. Net Service Ltda;
2. 31 2123-9999;
4. Belo Horizonte;
5. MG;
6. infonet@netservice.com;
7. www.netservice.com;

. NEXANS

1. Nexans Brasil S/A;
2. 11 3084-1600;
4. São Paulo;
5. SP;
6. nexans.brazil@nexans.com;
7. www.nexans.com.br;

. NOKIA DO BRASIL

1. Nokia do Brasil Tecnologia Ltda;
2. 11 5508-0630;
4. São Paulo;
5. SP;
6. jo.elias@nokia.com;
7. www.nokia.com.br;

. OI

1. Oi S/A;
2. 21 3131-2140;
4. Rio de Janeiro;
5. RJ;
7. www.oi.com.br;

. OLITEL

1. Olitel Brasil Telecomunicações Ltda;
2. 11 3111-3800;
4. São Paulo;
5. SP;
6. olitel@olitel.com.br;
7. www.olitel.com.br;

. ONDA

1. Onda Provedor de Serviços S/A;
2. 47 3025-3000;
3. 3025-3058;
4. Curitiba;
5. PR;
7. www.onda.com.br;

. PADTEC

1. Padtec S/A;
2. 19 2104-9700;
3. 2104-9703;
4. Campinas;
5. SP;
6. sac@padtec.com.br;
7. www.padtec.com.br;

. POSITIVO

1. Positivo Informática S/A;
2. 41 3316-7792;
4. Curitiba;
5. PR;
6. tloso@positivo.com.br;
7. www.positivoinformatica.com.br;

. PRIMESYS

1. Primesys Soluções Empresariais S/A;
2. 11 3383-0605;
3. 3383-0670;
4. São Paulo;
5. SP;
6. primesys@primesys.com.br;
7. www.primesys.com.br;

. PRYSMIAN GROUP

1. Prysmian Cabos e Sistema do Brasil SA;
2. 11 4998-4000;
4. Santo André;
5. SP;
7. www.prysmian.com.br;

. RADIANTE ENG TELECOM

1. Radiante Eng de Telecomunicações Ltda;
2. 41 3311-9466;
4. Curitiba;
5. PR;
6. comercial@radiante.com.br;
7. www.radiante.com.br;

. SAMSUNG

1. Samsung Eletrônica da Amazônia Ltda;
2. 92 4009-1170;
4. Manaus;
5. AM;
6. m.alonso@samsung.com;
7. www.samsung.com;

. SECCIONAL

1. Seccional Brasil S/A;
2. 41 3318-2300;
4. Curitiba;
5. PR;
6. seccional@seccional.com.br;
7. www.seccional.com.br;

. SERCOMTEL

1. Sercomtel S/A - Telecomunicações;
2. 43 3375-1100;
3. 3337-6700;
4. Londrina;
5. PR;
6. sac@sercomtel.net.br;
7. www.sercomtel.com.br;

. SERCOMTEL CONTACT CENTER

1. Sercomtel Contact Center S/A;
2. 43 3379-3300;
4. Londrina;
5. PR;
6. vallim@sercomtel.net.br;
7. www.sercomtelcontactcenter.com.br;

. SET TELEINFORMÁTICA

1. Set Serviços Espec em Teleinformática Ltda;
2. 85 4008-7700;
3. 4008-7744;
4. Fortaleza;
5. CE;
6. set.com@setnet.com.br;
7. www.setnet.com.br;

. SIEMENS

1. Siemens Ltda;
2. 11 3908-2211;
3. 3908-5653;
4. São Paulo;
5. SP;
6. atendimento.br@siemens.com;
7. www.siemens.com.br;

. SISGRAPH

1. Sisgraph Ltda;
2. 11 3889-2013;
4. São Paulo;
5. SP;
6. mkt.br@hexagon.com.br;
7. www.hexagon.com.br;

. SISPRO

1. SISPRO S/A Serviços e Tecnologia da Informação;
2. 51 3415-3300;
4. Canoas;
5. RS;
6. sispro@sispro.com.br;
7. www.sispro.com.br;

. SOLUTIONS

1. Solutions Comércio, Ind, Imp e Exportação Ltda;
2. 12 3221-1359;
4. São José dos Campos;
5. SP;
6. contabilidade@cabletech.com.br;
7. www.cabletech.com.br;

. SPREAD TECNOLOGIA

1. Spread Teleinformática Ltda;
2. 11 3874-6000;
3. 3874-6001;
4. São Paulo;
5. SP;
6. spread.tecnologia@spread.com.br;
7. www.spread.com.br;

. STEFANINI

1. Stefanini Consultoria e Asses. em Informática S/A;
2. 11 3094-6000;
4. Jaguariúna;
5. SP;
6. stefanini@stefanini.com;
7. www.stefanini.com;

. TATA CONSULTANCY SERVICES

1. Tata Consultancy Services do Brasil Ltda;
2. 11 3306-7000;
4. Barueri;
5. SP;
6. brazil.presales@tcs.com;
7. www.tcs.com;

. TDATA

1. Telefônica Data S/A;
4. Barueri;
5. SP;

. TELEBRAS

1. Telecomunicações Brasileiras S/A;
2. 61 2027-1000;
4. Brasília;
5. DF;
7. www.telebras.com.br;

. TELEMONT

1. Telemont Engenharia de Telecomunicações S/A;
2. 31 3448-8700;
4. Belo Horizonte;
5. MG;
6. contatos@telemont.com.br;
7. www.telemont.com.br;

. TELEPERFORMANCE BRASIL

1. Teleperformance CRM S/A;
2. 11 2163-3333;
3. 2163-3334;
4. São Paulo;
5. SP;
6. brasil@teleperformance.com.br;
7. www.teleperformance.com.br;

. TELESPIAZIO BRASIL

1. Telespazio Brasil S/A;
2. 21 2141-3113;
4. Rio de Janeiro;
5. RJ;
6. comercail@telespazio.net.br;
7. www.telespazio.net.br;

. TELLFREE BRASIL

1. Tellfree Brasil Telefonia IP S/A;
2. 11 2126-2700;
4. São Paulo;
5. SP;
6. gerencia.contabil@tellfree.com.br;
7. www.tellfree.com.br;

. TELSIGN CONSULTORIA

1. Telsign Consultoria em Telecom Ltda;
2. 11 3031-7619;
4. São Paulo;
5. SP;
7. www.telsign.com.br;

. TERRA

1. Terra Networks Brasil S/A;
2. 11 5509-0500;
3. 5509-0505;
4. São Paulo;
5. SP;
7. www.terra.com.br;



. 3CORP TECHNOLOGY

1. 3CORP Technology S/A Infraestrutura de Telecom;
2. 11 3056-7733;
4. Barueri;
5. SP;
7. www.3corp.com.br;



. TIM

1. Tim Celular S/A;
2. 21 4109-4167;
3. 4109-3990;
4. Rio de Janeiro;
5. RJ;
6. ri@timbrasil.com.br;
7. www.tim.com.br;

. TOPMIND

1. Top of Mind IT Service Ltda;
2. 11 3103-7600;
4. São Paulo;
5. SP;
6. sergio.lucas@topmind.com.br;
7. www.topmind.com.br;

. TRIAD SYSTEMS

1. Triad Soft Consul Asses e Com em Informática Ltda;
2. 11 2344-1830;
4. São Paulo;
5. SP;
6. nakada@triadsystems.com.br;
7. www.triadsystems.com.br;

. TRÓPICO

1. Trópico Sistemas e Telecoms da Amazônia Ltda;
2. 19 3707-3495;
3. 3707-3479;
4. Campinas;
5. SP;
6. tropico@tropiconet.com;
7. www.tropiconet.com;

. UNITELCO

1. Universal Telecom S/A;
2. 11 2710-0100;
4. São Paulo;
5. SP;
6. comercial@unitelco.com.br;
7. www.unitelco.com.br;

. UNIVOX

1. Univox Comercio e Locação de Equipamentos Eireli;
2. 11 2808-6808;
3. 2808-6808;
4. Cotia;
5. SP;
6. administrativo@univoxtalk.com.br;

. UNOTEL TELECOM

1. Unotel Participações S/A;
2. 11 3172-5300;
4. São Paulo;
5. SP;
7. http://unotel.com.br;

. UOL

1. Universo Online S/A;
2. 11 3038-8100;
3. 3224-4253;
4. São Paulo;
5. SP;
6. alfalm@uol.com.br;
7. www.uol.com.br;

. VIAW

1. Viaw Consultoria Ltda;
2. 11 2894-0222;
4. São Paulo;
5. SP;
6. contato@viaw.com.br;
7. www.viaw.com.br;

. VIVO

1. Telefônica Brasil S/A;
2. 11 3430-7020;
4. São Paulo;
5. SP;
6. imprensa@telefonica.com.br;
7. www.telefonica.com.br;

. VOXAGE SERVIÇOS INTERATIVOS

1. Voxage Teleinformática Ltda;
2. 11 2103-6500;
4. São Paulo;
5. SP;
6. contato@voxage.com.br;
7. www.voxage.com.br;

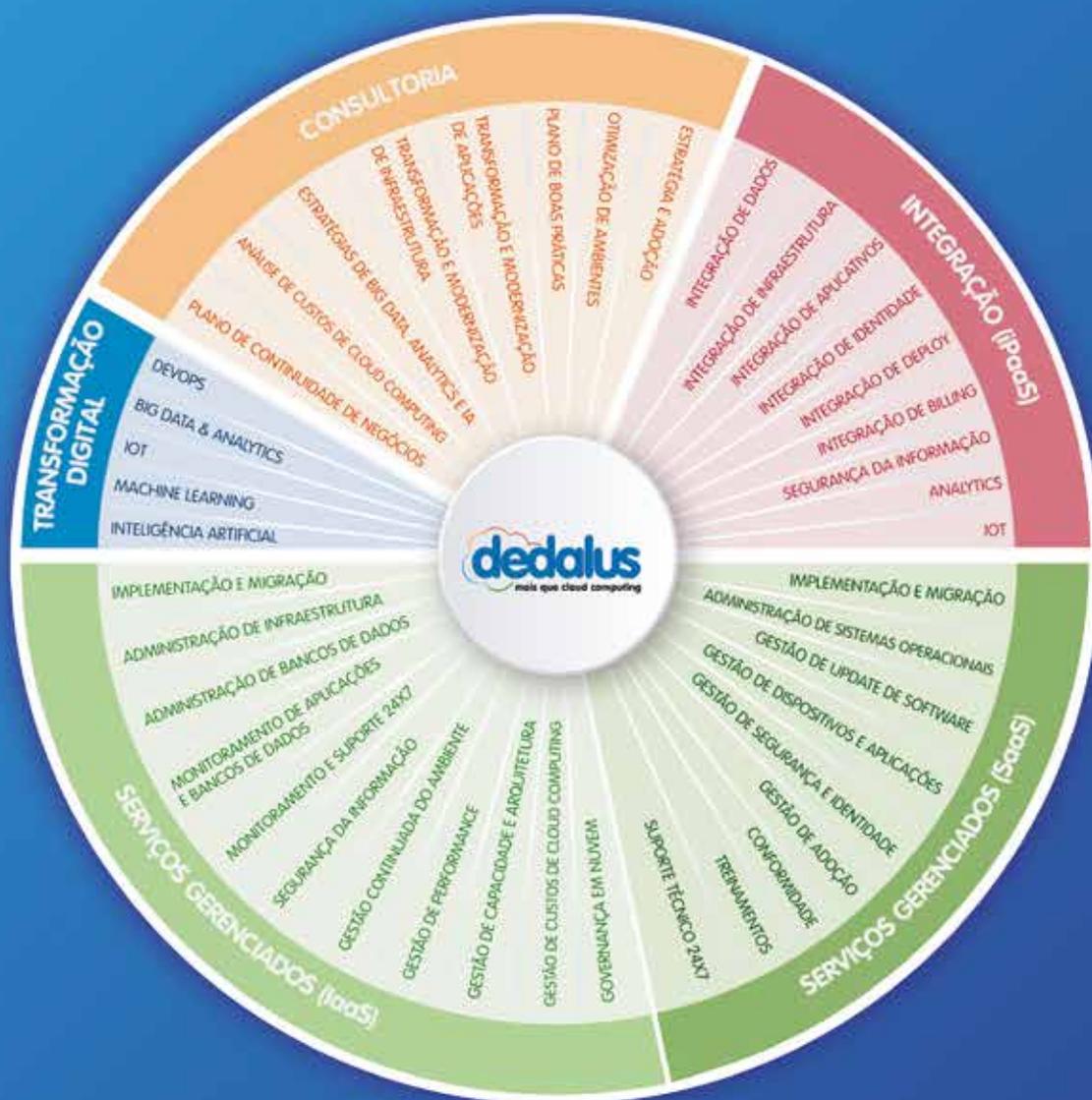
. WESTCON COMSTOR

1. Westcon Brasil Ltda;
2. 11 5525-7300;
3. 5186-4300;
4. São Paulo;
5. SP;
6. marketing.br@westcon.com;
7. www.westcon.com;

. ZATIX

1. Omnilink Tecnologia S/A;
2. 11 4196-1100;
3. 4193-2823;
4. Barueri;
5. SP;
7. www.omnilink.com.br;

Serviços de Cloud Dedalus



Com o momento de maturidade no uso de nuvem, onde o cliente busca a utilização plena desta tecnologia, a Dedalus vai além dos Serviços Gerenciados e passa a entregar também ao mercado serviços de Consultoria, Integração e Transformação Digital.



NO PRÓXIMO NÍVEL,
SUA EMPRESA ESTÁ
SEMPRE PRONTA.

Tão importante quanto chegar ao próximo nível é ter em mãos as ferramentas para enfrentar tudo o que vier pela frente.

Por isso, com a Embratel, você tem um portfólio completo de soluções para atender a diferentes demandas do seu negócio.

Leve sua empresa para o próximo nível. Movido a Embratel.



CONECTIVIDADE



SEGURANÇA



SOLUÇÕES EM TI



CLOUD COMPUTING



DATA CENTER



MOBILIDADE



COMUNICAÇÕES UNIFICADAS E COLABORAÇÃO



IOT



Conheça todas as soluções para sua empresa: www.embratel.com.br



SUA EMPRESA NO PRÓXIMO NÍVEL.