

TELECOM **25** *anos*

anuário | 2015

AS 100 MAIORES EMPRESAS

AS MAIS EFICIENTES

A EMPRESA DO ANO

AS 10 QUE MAIS CRESCERAM

AS 10 MAIS RENTÁVEIS

O MERCADO BRASILEIRO

Navegue melhor e mais rápido com a velocidade 4G.



TROQUE SEU
TIMChip POR
UM Chip 4G
GRÁTIS.

4G

A velocidade de referência de navegação é de até 5 Mbps na rede 4G para download e 100 kbps para upload, e de até 1 Mbps na rede 3G além de estar em um local com cobertura 4G. Para saber as cidades com cobertura 4G, acesse www.tim.com.br/portasabertas. Troca gratuita



Você, sem fronteiras.

para download e 100 kbps para upload. Para ter acesso ao 4G é preciso que o cliente tenha chip e aparelhos compatíveis com a tecnologia apenas para clientes TIM. Válida até 30/9/2015 ou enquanto durar os nossos estoques. Consulte lojas participantes em tim.com.br/4g.



AQUI OS NETS SÃO
É POR ISSO QUE A NET

SIGA NEToficial



ASSINE: **net.com.br** | **4004-8844**

Consulte condições de aquisição e disponibilidade técnica para instalação em seu endereço. A banda larga mais rápida do Brasil – Revista Info Exame de jan.2014/ - Avaliação NET Virtua 120 e 500 Mega (a mais rápida para downloads). Ligações locais gratuitas entre NET Fones. Serviço de telefonia móvel fornecido pela Claro, com base em Termo de Autorização firmado com a Embratel. Serviço de telefonia local fornecido pela Embratel, com base no Termo de Autorização 219/2002/SPB-Anatel. O 4G mais rápido do Brasil – fonte: relatório State of LTE, da Open Signal (março/2015).

DESTAQUE TODO DIA. É DESTAQUE DO ANO.

A NET FOI ELEITA DESTAQUE DO ANO NA CATEGORIA SERVIÇOS CONVERGENTES PELO ANUÁRIO TELECOM, NOSSO SEGUNDO DESTAQUE CONSECUTIVO. UM RECONHECIMENTO MAIS QUE MERECIDO. AFINAL, A NET TEM TV POR ASSINATURA EM ALTA DEFINIÇÃO PARA VOCÊ ASSISTIR ONDE E QUANDO QUISER, A BANDA LARGA MAIS RÁPIDA DO BRASIL, TELEFONE FIXO PARA FALAR ATÉ DE GRAÇA E CELULAR PARA NAVEGAR NO 4G MAIS RÁPIDO DO PAÍS. TUDO PARA OFERECER SEMPRE O MELHOR AOS CLIENTES. QUER MAIS? VEM PRO LADO NET.



Enfim, um calendário de eventos em que os CIOs vão compartilhar experiências.



◀ Seu negócio depois das 6h

media partner



produção



idealização



ZAZCOMM.

Seu negócio
antes das 6h



Grandes experiências em grupo podem mudar rumos e criar relacionamentos duradouros.

Pensando nisso, o CIO AFTER 6 cria um calendário de eventos de experiência com foco no relacionamento entre os principais executivos da área de TI.

O CIO After 6 é muito mais do que um clube de executivos: é um polo de formação de parceiros para a vida toda.

Saiba mais
www.cioafter6.com.br

(11) 50951319

CIO
AFTER
6

TELECOM 25 anos

anuário | 2015

- 10 | O mercado brasileiro
 - 24 | The Brazilian market
 - 34 | Critérios de avaliação
 - 36 | Índice das 100 maiores
 - 38 | Ranking das 100 maiores
 - 44 | As maiores e os destaques
 - 46 | A empresa do ano
 - 50 | The company of the year
 - 54 | As 10 mais rentáveis
 - 58 | As 10 que mais cresceram
 - 103 | Guia de empresas
- ...❖ empresas destaques do ano
- 63 | **produtos**
 - 64 | Componentes, partes e peças – Cabletech
 - 66 | Equipamentos de comunicação – AsGa
 - 68 | Equipamentos para telefonia – Leucotron
 - 70 | Fios e cabos – Furukawa
 - 72 | Infraestrutura – Seccional
 - 74 | Software – Ericsson
 - 76 | Terminais – Intelbras
- 79 | **serviços**
 - 80 | Canais de comercialização – Allied
 - 82 | Consultoria, projeto e desenv. de aplicat. – Via \ W
 - 84 | Gerenciamento de redes – Alcatel-Lucent
 - 86 | Serviços convergentes – NET Serviços
 - 88 | Serviços corporativos – Copel Telecom
 - 90 | Serviços de call center – AeC
 - 92 | Serviços de hosting e datacenter – Level 3
 - 94 | Serviços de infraestrutura de rede – Linx
 - 96 | Serviços de integração – Ícaro Technologies
 - 98 | Serviços digitais – Hispamar
 - 100 | Serviços móveis – Algar Telecom



Hamilton Penna



A tempestade perfeita – expressão da moda cunhada pelos analistas para designar a conjunção de graves problemas econômicos, políticos e sociais – começou a se armar já nos primeiros meses de 2014. E desabou sobre nossas cabeças no final do ano, quando já se confirmavam alguns dos prenúncios mais agourentos: o PIB, soma de todos os bens e serviços gerados pelo país, cravara mísero 0,1% – estagnação em empate técnico –; a inflação soltara velhos fantasmas, batendo em 6,41%; a produção industrial caíra 3,2% – o pior resultado desde 2009 –; o cenário político pós-eleição presidencial se transformara num terreno pantanoso; e a pressão social começava a dar sinais de descontrole.

Diante dessa conjuntura, seria lícito esperar que o setor de telecomunicações, historicamente infenso às mais graves crises do país, desta vez não passaria incólume. Não passou, de fato. Mas, surpreendentemente, também não se deu a temida hecatombe. Os números apurados por esta 25ª edição do Anuário Telecom revelam que o mercado conseguiu crescer, em reais, 5,16%, passando de R\$ 158,7 bilhões para R\$ 166,9 bilhões. Comparado ao crescimento do PIB, é mesmo um índice espantoso. Se bem que, comparado a um PIB de 0,1%, qualquer crescimento tem grande chance de ser espantoso. Também comparado ao crescimento de 2013, que havia sido de ridículo 1%, pode-se considerar que foi uma goleada. Mas a marca é, mais uma vez, muito inferior à média histórica do crescimento do setor de telecomunicações, que sempre correu na faixa virtuosa dos dois dígitos ao ano.

O desempenho do mercado em dólar, moeda usada pelo Anuário como referência para a análise dos balanços, teve queda de 3,15%, recuando de US\$ 73,2 bilhões para US\$ 70,9 bilhões. E aí a diferença se explica, de novo, pela forte valorização do dólar frente ao real, que em 2014 foi de 8,59%. Outra evidência de que o setor não viveu em clima de terra arrasada no ano passado é o fato de que 76% das empresas analisadas registraram lucro em seus balanços.

Agora, se a impermeabilidade do setor de telecomunicações às intempéries conjunturais vai persistir neste ano de 2015, é um prognóstico em que poucos se arriscariam a apostar. Afinal, as avaliações dos especialistas apontam para tempos ainda mais carrancudos: as previsões para o PIB de 2015 são de queda superior a 2% e a inflação do ano já é estimada em 9,25%. O físico e prêmio Nobel Niehls Bohr costumava dizer que é muito difícil fazer previsões, especialmente sobre o futuro. Por compartilhar desse aforismo, o Anuário Telecom prefere se manter fiel à sua trajetória destes primeiros 25 anos de vida e basear suas análises não em previsões arriscadas, mas em indicadores seguros: os números dos balanços das empresas. O que não nos impede de torcer para que a chamada tempestade perfeita se dissipe, não só para o setor, mas para o país como um todo.

Wilson Moherdaui
Diretor de Redação

diretor de redação

Wilson Moherdaui

colaboradores

Ana Luíza Mahlmeister e Claudia Tozetto (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 Moherdaui (MT 10.821)

Impressão

Gráfica Cocktail

2014

O prenúncio de dias turbulentos

Depois de ver o mercado de telecomunicações encolher, em dólares, e crescer pouquíssimo, em reais, por dois anos seguidos, as empresas colocaram na Copa do Mundo do Brasil, maior evento futebolístico do mundo realizado em 2014, suas esperanças de um futuro menos sombrio. No início do ano passado, o sentimento geral era de que a Copa impulsionaria a receita de voz e dados das operadoras e isso beneficiaria todo o setor, num círculo virtuoso ansiosamente esperado. Hoje, ao olhar para trás, as empresas sabem que não foi bem assim. Os números apurados pelo Anuário Telecom mostram que, em 2014, a receita líquida total do setor registrou crescimento ainda muito abaixo da média histórica: 5,16%, em reais, em relação a 2013. Passou de R\$ 158,7 bilhões para R\$ 166,9 bilhões. Já em dólares, o mercado encolheu: caiu 3,15%, de US\$ 73,2 bilhões para US\$ 70,9 bilhões. A diferença, mais uma vez, se explica pela valorização do dólar frente ao real em 2014, que chegou a 8,59%. O levantamento do Anuário Telecom mostra que 76% das empresas analisadas apresentaram lucro, enquanto 24% reportaram prejuízo em seus balanços.

Embora o mercado tenha crescido pouco em relação ao ano anterior, a Copa estimulou investimentos importantes para o país. De acordo com a Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil), entidade que representa as operadoras e fornecedoras de equipamentos e serviços para o setor, a infraestrutura compartilhada para atender os estádios instalados nas 12 cidades-sede da Copa receberam investimento de R\$ 226 milhões. Além disso, pouco mais de R\$ 1 bilhão foram usados na instalação de mais de 15 mil novas antenas 3G e 4G, além de novas redes Wi-Fi e de fibra óptica para reforçar a cobertura nessas localidades. Boa parte desses investimentos, contudo, foi contratada em 2013, para que as operadoras cumprissem compromissos de cobertura firmados com a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Poucos investimentos específicos para a Copa ficaram pendentes para os primeiros seis meses de 2014.

As melhorias na infraestrutura de rede nas cidades-sede buscavam atender a expectativa de aumento da demanda pelos serviços de telecomunicações no período. De acordo com balanço divulgado pela Telebrasil, durante as 64 partidas do mundial do Brasil, os usuários de celulares fizeram mais de 4,5 milhões de ligações telefônicas e enviaram mais de 48,5 milhões de fotos – o equivalente a quase 27 terabytes de dados. Ao contrário do esperado, porém, a receita obtida pelas operadoras com os serviços de telecomunicações não avançou em linha com o aumento de demanda. De acordo com a consultoria IDC, a receita bruta total dos serviços de telecomunicações no Brasil cresceu apenas 3% em 2014,

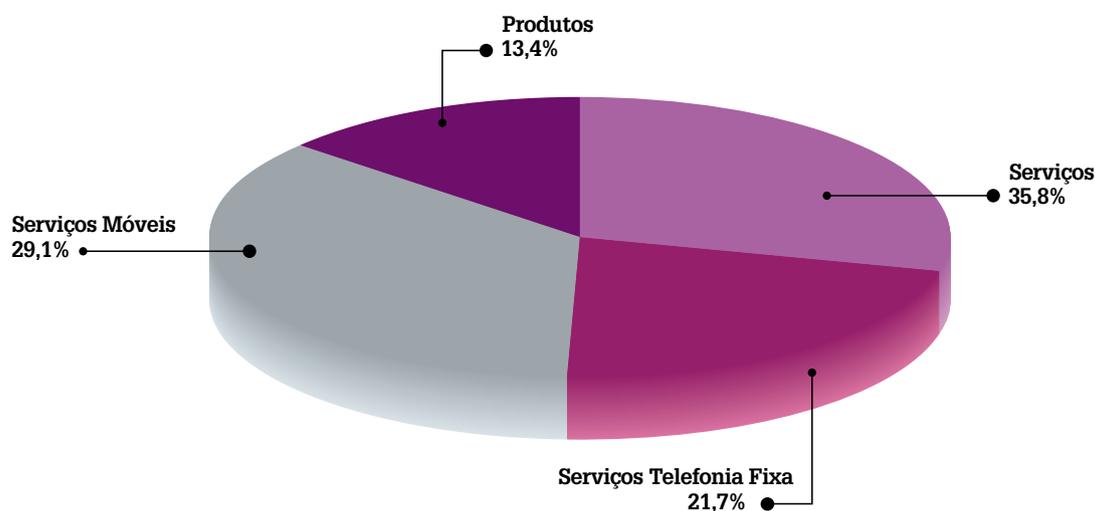
abaixo do esperado para o período. “A Copa do Mundo gerou apenas um resultado pontual para as operadoras”, diz Samuel Rodrigues, analista da IDC.

A crise econômica é apontada como o principal motivo para o desempenho modesto do mercado de telecomunicações em 2014. Os sinais mais claros de desaceleração apareceram ainda no primeiro semestre de 2014, com a queda da produção industrial e o aumento da inflação. Logo em seguida, as eleições presidenciais, que terminaram com a vitória da presidente Dilma Rousseff (PT), após um segundo turno acirrado com Aécio Neves (PSDB), agravaram a situação. “O período de eleições gerou uma instabilidade no mercado e muitos projetos dos nossos clientes ficaram engavetados”, diz Luis Carlos dos Anjos, gerente de marketing institucional da Locaweb.

Para Rodrigo Parreira, CEO da PromonLogicalis, 2014 andou mais devagar também por causa da reorganização das operadoras: “O ano passado foi de muita especulação e elas frearam os investimentos”. Em julho do ano passado, a Anatel autorizou a fusão entre Claro, Embratel e Net, três empresas controladas pela América Móvil. Poucos meses depois, em setembro, foi a vez de a Telefônica anunciar a fusão da Vivo com a GVT, até então controlada pelo grupo francês Vivendi. O processo de integração das empresas está em andamento e o ganho de eficiência deve beneficiar as operadoras.

O leilão da frequência dos 700 MHz foi mais um fator a obrigar as operadoras a segurar outros gastos no ano passado. No final de setembro, Claro, Tim e Vivo desembolsaram no total R\$ 5,8 bilhões para arrematar os

O mercado em 2014 US\$ 70,9 bilhões (receita líquida)





Samuel, da IDC:
“A Copa do Mundo gerou resultado pontual para as operadoras”.

três lotes nacionais do espectro. A faixa só poderá ser usada pelas operadoras a partir do final de 2019, quando termina o calendário de desligamento dos canais de TV analógica, que ocupam a faixa atualmente. Com a frequência de 700 MHz, as operadoras poderão ampliar a cobertura e a capacidade das redes 4G, com um investimento menor em infraestrutura. Considerados um espectro de frequência baixo, os 700 MHz têm maior ca-

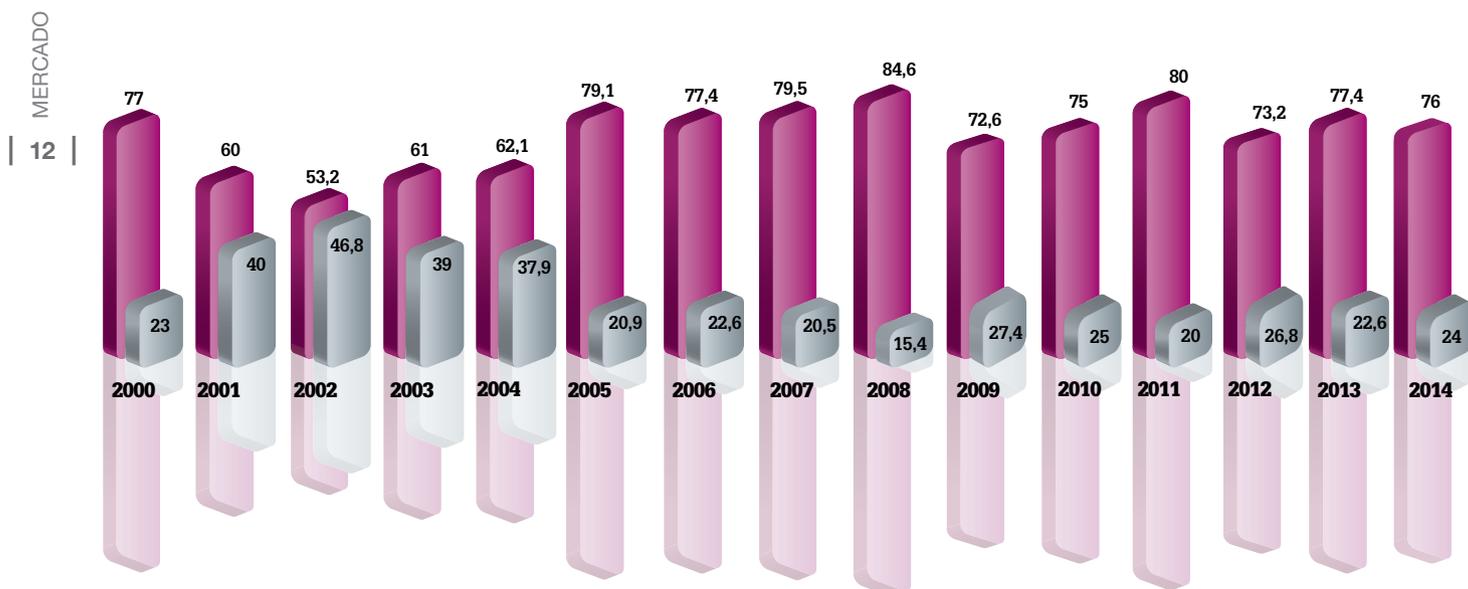
pacidade de propagação do sinal do que a faixa de 2,5 GHz, usada para o 4G atualmente.

A compra das frequências foi um investimento necessário, mesmo em tempos de crise, para que as operadoras se preparassem para atender a demanda futura pela banda larga móvel no Brasil. Embora o número de celulares compatíveis com essa tecnologia ainda represente cerca de 2,5% dos celulares ativos no país, o 4G tem crescido rapidamente. De acordo com a Anatel, o número de celulares compatíveis com as redes de telefonia celular de quarta geração passaram de 2 milhões para quase 7 milhões ao longo do ano passado. “Os acessos 4G já superaram o número de modems 3G ativos no país”, diz Samuel, da IDC. Em junho de 2015, eles já somavam 11,8 milhões de terminais. No total, de acordo com dados de maio de 2015, o Brasil dispõe de 284 milhões de celulares em operação.

Com os investimentos das operadoras em ritmo mais lento, algumas empresas do setor apostaram suas fichas no mercado corporativo. A PromonLogicalis, por exemplo, investiu na oferta de serviços para grandes empresas. “Em termos de receita, ficamos parados na América Latina no ano passado, mas conseguimos compensar a

O desempenho das 100 maiores (% de empresas)

 lucro  prejuízo

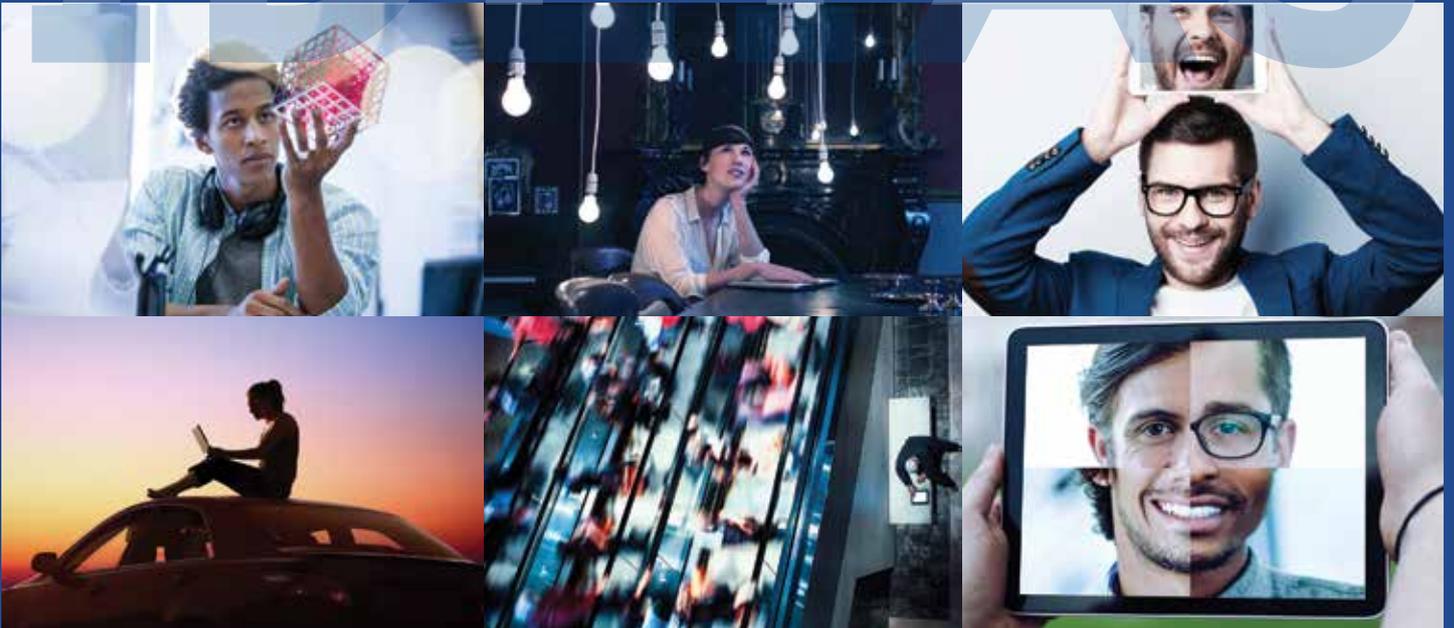


**IDEIAS REVOLUCIONAM, RENOVAM,
PÕEM O MUNDO EM MOVIMENTO.**

MAS PARA ISSO, ELAS PRECISAM SE MOVER TAMBÉM.

A Embratel Claro Empresas acredita que ideias têm que estar sempre acessíveis. Precisam ser compartilhadas. Circular. Entre funcionários, clientes, fornecedores, parceiros. Soluções convergentes de TI e Telecom com mobilidade tornam isso realidade. E ajudam a multiplicar a liberdade, a criatividade, a experimentação. A inovação. E inovar é o que move as empresas. É por isso que nos dedicamos exclusivamente ao mercado corporativo, para que, diariamente, empresas de todos os tamanhos inovem e possam dar vida a novas ideias que fazem o mundo se mover.

IDEIAS



PATROCINADOR OFICIAL DE
SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES





fotos divulgação



**Silvio, da Triad:
o ano não foi de crescimento, mas de investimentos.**

retração em telecomunicações com os contratos com empresas, em especial bancos”, diz Rodrigo Parreira.

Para Rodrigo Dienstmann, presidente da Cisco, as operadoras não chegaram a parar de investir por causa da crise, mas os negócios desaceleraram ao longo do ano passado: “A Copa não teve o efeito que esperávamos, em função da desaceleração econômica e da alta do dólar”. Além disso, as operadoras ficaram mais seletivas em relação aos investimentos. Em 2014, de acordo com ele, as empresas focaram na melhoria da qualidade de suas redes de telefonia móvel, no lançamento de fibras ópticas e também em serviços que possam se tornar novas fontes de receita, como TV por assinatura: “Oi e Telefônica investiram bastante em suas redes de distribuição de conteúdo, em especial por fibra óptica. Os investimentos em vídeo são parte da estratégia de serviços de valor agregado”.

Com mais de 70% da receita gerada pelo setor de telecomunicações, a Triad Systems também está de olho em como os serviços de valor agregado podem ajudar as operadoras, que faturam cada vez menos com voz. “O ano de 2014 não foi de crescimento, mas de investimentos. Estamos nos preparando para a transformação desse mercado”, diz Silvio Rodrigues, presidente da empresa.

Na NEC, o ano de crise foi decisivo para a empresa, que apresentou prejuízo nos últimos anos. Em setembro, Daniel Mirabiles assumiu a presidência da companhia japonesa no Brasil e passou os últimos meses de 2015 debruçado sobre um plano de reestruturação, que começou a ser colocado em prática no início de 2015: “Até agora, os novos projetos têm compensado a queda de receita com os negócios tradicionais da empresa”.

Se a crise atrapalhou o ano de 2014, pior era saber que as perspectivas para a economia em 2015 eram ainda mais preocupantes. Na integradora Spread, esse foi o assunto principal da reunião de conselho, realizada em dezembro do ano passado. A orientação dos executivos foi clara: a empresa deveria encontrar uma forma de superar o agravamento da crise. Crescer ficou em segundo plano. “O sentimento da maioria das empresas é de que 2014 foi um ano complicado, mas, ainda assim, mais fácil do que 2015”, diz Arivaldo Araújo, diretor de marketing da Spread. A saída foi apertar os cintos, após os clientes, entre eles operadoras de telecomunicações e empresas do governo, renegociarem contratos e adiarem a contratação de novos projetos já no início deste ano.

A Spread precisou adaptar sua estrutura de custos para evitar prejuízos. Uma das primeiras medidas foi otimizar as equipes de projetos. Se antes uma equipe era designada para atender apenas um cliente, agora um mesmo profissional da empresa atua simultaneamente em vários projetos. A companhia também reduziu o número de escritórios para concentrar os profissionais e reduzir custos com aluguel, comunicação e energia elétrica. “Chamamos todos os nossos fornecedores para renegociar, assim como nossos clientes fizeram conosco”, diz Arivaldo.

A Locaweb, que atua no segmento de domínios e hospedagem de sites, também teve que tomar medidas para minimizar os efeitos da crise. A empresa, que atualmente possui mais de 260 mil clientes só do serviço de hospedagem, percebeu uma queda nas vendas já no primeiro semestre do ano passado. Depois de fazer uma pesquisa de mercado ao longo do segundo semestre de



**Arivaldo, da Spread:
“Chamamos todos os nossos fornecedores para renegociar”.**



BANDA LARGA



EMPRESAS



TELEFONIA

Confiança

É O QUE LIGA A GENTE.

Confiança na tecnologia. Confiança no desempenho.
Confiança no compromisso da Copel Telecom
com o Paraná e com os paranaenses.



**COPEL
Telecom**



copeltelecom.com | 0800 414181



Barbato, da Abinee: **“Se o aumento do Fistel acontecer, a receita das operadoras vai cair ainda mais”**

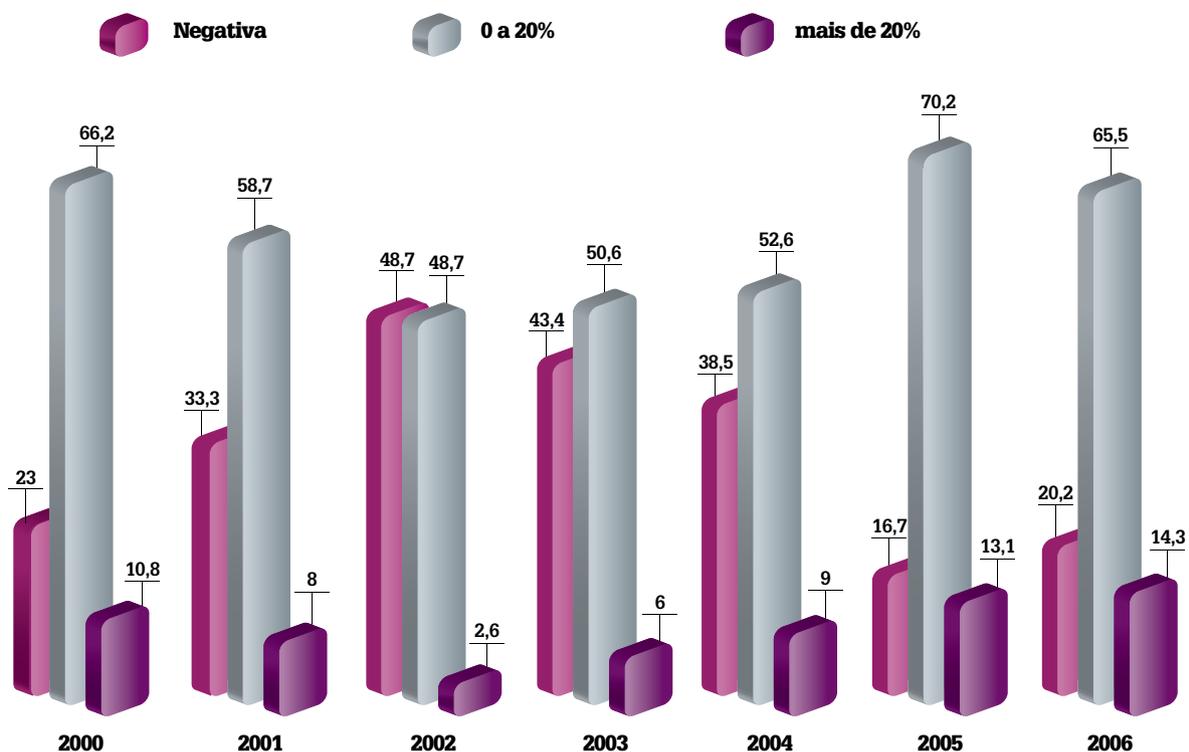
2014, os executivos remodelaram o pacote básico de hospedagem: o preço caiu e a oferta passou a incluir espaço ilimitado. A empresa também passou a incentivar os clientes a contratarem pacotes de longa duração por preços mais baixos.

A preocupação dos empresários aumentou, após o anúncio de que o PIB, soma dos bens e serviços produzidos no país, cresceu em 2014 apenas 0,1%. O resultado, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em março, foi o mais fraco

desde a crise econômica global, em 2009. Em 2015, o país deve sofrer ainda mais. A previsão de analistas e consultorias do mercado financeiro é de que o PIB deve ser negativo em mais de 2%. “Apesar disso, ainda vamos ter crescimento da receita de serviços de telecomunicações, mas crescer nesse cenário econômico será um desafio para as empresas”, diz Samuel, da IDC. Segundo a Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee), ainda é impossível prever quais serão os efeitos da desaceleração econômica para as empresas do setor nos próximos meses. “Se 2014 foi um ano que não deixou saudades, 2015 está sendo simplesmente calamitoso”, diz Humberto Barbato, presidente da entidade.

Um dos sinais emblemáticos da crise para o setor de telecomunicações foi a primeira queda na venda de smartphones, resultado negativo que até então passava longe dos resultados das fabricantes no Brasil. De acordo com estudo da IDC, divulgado no início de julho de 2015, 4,86 milhões de celulares com acesso a Internet e aplicativos foram vendidos em abril, 1% a menos do que no mesmo mês de 2014. Em maio, a queda se repetiu, mas foi mais acentuada: 3,89 milhões de smartphones foram vendidos, 16% a menos que no mesmo período do ano passado. “Os smartphones não estão mais blindados em

Rentabilidade sobre vendas líquidas (% de empresas)



relação ao momento econômico que atravessa o Brasil”, escreveram os analistas da IDC no relatório divulgado em julho. No segundo trimestre do ano passado, apesar do início da desaceleração econômica, a situação era bem diferente: a venda de smartphones aumentou 53% em comparação com o mesmo período de 2013.

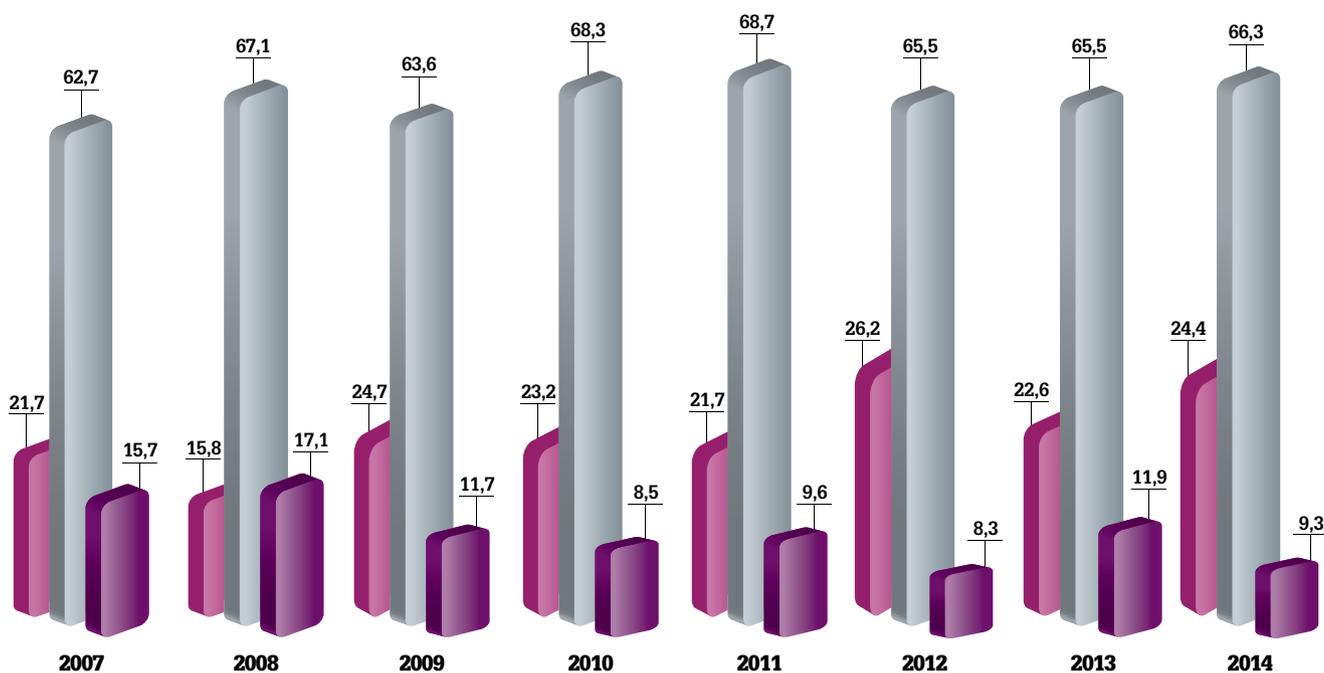
De acordo com a IDC, a queda repentina nas vendas fez com que lojas de varejo e operadoras ficassem com estoques lotados de aparelhos. Entre os motivos para a queda está o preço mais alto dos smartphones, em sua maioria importados, devido à alta do dólar. Além disso, o poder de consumo e a confiança dos consumidores, também em queda, colaboraram para a redução na procura por esses produtos, em especial os modelos mais avançados. “O medo de perder o emprego está fazendo os brasileiros adiarem os planos de trocar de celular”, diz Barbato, da Abinee. A queda nas vendas de smartphones, que deve fechar o ano com 54 milhões de unidades comercializadas, segundo a IDC, não é bom sinal para o setor de telecomunicações: ela desacelera a substituição dos feature phones, que ainda representam 45% da base instalada de celulares no país, e emperra o crescimento da receita de dados e outros serviços de valor agregado oferecidos pelas operadoras.

De acordo com Eduardo Levy Moreira, presiden-

te executivo da Telebrasil, o desafio das operadoras em 2015 é conseguir fazer os investimentos necessários em infraestrutura para suportar o crescimento dos usuários de banda larga móvel. Segundo ele, as empresas do setor devem manter os investimentos previstos para este ano. A TIM, por exemplo, já anunciou o investimento de R\$ 1 bilhão na rede nos primeiros meses do ano, com foco na expansão e melhoria da qualidade das redes 3G e 4G. A perspectiva da empresa é investir, até 2017, R\$ 14 bilhões no aprimoramento da infraestrutura. Contudo, as opera-



Levy, da Telebrasil:
isenção do Fistel para clientes
de baixo consumo.





**José Augusto,
da Huawei:
otimismo em
meio à crise
econômica.**

doras devem ser prejudicadas pelo dólar valorizado e o aumento dos custos de energia elétrica. Segundo a Telebrasil, os resultados das empresas devem ser semelhantes aos alcançados em 2014. “A situação econômica é mais difícil e a expectativa é que a receita por usuário das operadoras não cresça ou caia”, afirma Levy.

Outro fator que preocupa as empresas do setor é a possibilidade do aumento da taxa do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel), considerada pela equipe econômica do governo para aumentar a arrecadação. O valor da taxa, que é recolhida sobre todos os serviços de telecomunicações prestados e repassada ao consumidor, pode aumentar em 189%. Atualmente, para ativar um chip de telefonia ou Internet móvel, as operadoras pagam uma taxa para o Fistel no valor de R\$ 26,83. Para que a linha continue ativa, é preciso pagar anualmente outra taxa, no valor de R\$ 13,42. Em 2014, o Tesouro Nacional arrecadou cerca de R\$ 3 bilhões com o pagamento das taxas e, se aprovado o aumento, poderia arrecadar até R\$ 5,5 bilhões com o Fistel já em 2015. O reajuste, porém, deve ser repassado pelas operadoras aos consumidores e a conta de celular pode ficar até 25% mais cara.

Em tempos de crise, qualquer aumento no valor dos serviços para os consumidores representa uma má notícia. Um relatório apresentado pela Telebrasil, em reunião com representantes do governo no início de julho, estima que a medida pode retirar entre 30 e 40 milhões de pessoas da base de clientes do serviço de telefonia celular no Brasil. O maior impacto seria nas classes mais baixas que utilizam o serviço pré-pago e fazem recargas mensais abaixo de R\$ 10. “A taxa do Fistel é a mesma para todos os clientes, mas aqueles que usam menos o serviço precisam ter isenção em vez de pagar mais”, diz

Levy. Até julho, o governo ainda não havia comunicado sua decisão final sobre o reajuste da taxa do Fistel, mas a possibilidade assusta o setor. “Se o aumento do Fistel acontecer, a receita das operadoras vai cair ainda mais”, alerta Barbato, da Abinee.

Em momentos de instabilidade econômica como o atual, a palavra de ordem para os fornecedores de equipamentos, integradores e prestadores de serviços de telecomunicações é paciência. A negociação de novos projetos, seja com operadoras, governo ou grandes empresas, está em compasso de espera. “Os projetos não estão sendo cancelados, mas postergados”, diz Rodrigo, da PromonLogicalis. Segundo o executivo, propostas da empresa que se transformavam em contratos em cerca de quatro meses, agora levam até sete meses para receber aprovação.

Segundo Jurandir Pitsch, vice-presidente de desenvolvimento de negócios da SES para a América Latina, além dos atrasos em projetos, a crise também aumentou a pressão pela queda do preço dos serviços de satélites: “O cliente tem mais tempo para decidir e tenta contratar pelo menor preço possível”.

Os compromissos assumidos pelas operadoras com a Anatel também garantem a continuidade dos investimentos. No caso da expansão da tecnologia 4G na faixa de 2,5 GHz, apenas 161 cidades ou 43,2% da população brasileira já foram atendidas, apesar dos altos investimentos pré-Copa. Até dezembro de 2015, as redes 4G das operadoras precisam chegar a outros 91 municípios com população superior a 200 mil habitantes. A meta seguinte é oferecer banda larga móvel em outros 152 municípios com mais de 100 habitantes até dezembro de 2016. Por último, as operadoras terão que levar o 4G



**Daniel, da NEC,
aposta em novas tecnologias para
reestruturar a empresa no Brasil.**

EM
2013

EM
2014

EM
2015

EM
2016

EM
2017

DESTAQUE DO ANO
PELO **DESEMPENHO
ECONÔMICO-FINANCEIRO**

DESTAQUE DO ANO
EM **SERVIÇOS DE
HOSTING E DATA CENTER**

**ESPAÇO
RESERVADO PARA
NOVAS CONQUISTAS**

A Level 3 recebeu o prêmio de "Destaque do Ano" em Hosting e Data Center, na 25ª edição do Anuário Telecom. São conquistas como esta que nos inspiram a trabalhar ainda mais para proporcionar serviços completos e de alto padrão, que garantem o sucesso dos nossos clientes.

Se diferenciar no mercado de tecnologia é um grande desafio.
Simplifique, fale com quem se destaca.

Level 3, soluções de Telecomunicações e Data Center para suas demandas.

DATA NETWORKS | SECURITY | CONTENT DISTRIBUTION | DATA CENTERS | APPLICATION PERFORMANCE | VOICE | UCC



Jurandir, da SES: a crise aumentou a pressão por preços no mercado de satélites.

a outros 791 municípios com população entre 30 e 100 mil habitantes. A qualidade da telefonia e da banda larga móvel também deve motivar melhorias nos próximos meses, uma vez que as operadoras não alcançaram as metas de qualidade estipuladas pela Anatel, segundo relatório da agência divulgado em abril. “O Brasil tem demandas de cobertura e qualidade do serviço de telefonia celular que estão longe de serem satisfeitas. Existe muita oportunidade”, diz Rodrigo Parreira, da PromonLogicals.

Na chinesa Huawei, que atua no segmento de operadoras, empresas e também na fabricação de celulares, o segundo semestre de 2015 é visto com otimismo. “O desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação não está limitado à expansão da banda larga e do uso de celulares”, diz José Augusto de Oliveira Neto, CTO da Huawei para a América Latina. A empresa aponta os projetos de melhoria de eficiência da infraestrutura instalada das operadoras e projetos com clientes corporativos como possibilidades de crescimento para 2015.

As empresas de telecomunicações também estão de olho nos Jogos Olímpicos, que acontecerão na cidade do Rio de Janeiro entre 5 e 21 de agosto de 2016. “As Olimpíadas serão mais significativas para o setor de telecomunicações do que a Copa do Mundo”, diz Rodrigo Dienstmann, da Cisco. A variedade de modalidades presentes na competição e de provas que ocorrem simultaneamente, segundo o executivo, devem alavancar a demanda por serviços de banda larga no país: “A maioria das pessoas vai assistir aos jogos do escritório ou da rua. Não vamos ter feriados desta vez”. Boa parte dos investimentos previstos devem ser contratados pelo comitê organizador dos Jogos Olímpicos ainda no segundo semestre de 2015.

Evolução do mercado (US\$ bilhões)

A partir de 2010, deixamos de publicar o valor da receita bruta, porque as maiores empresas do setor passaram a divulgar apenas sua receita líquida.



SEICOM, há mais de 35 anos ajudando a construir e a manter as comunicações do Brasil.



Agora como parte do grupo **Ezentis**, ampliam-se os horizontes, com mais possibilidades, recursos e capacidades, mas com as mesmas pessoas e o mesmo compromisso de melhorar a vida dos brasileiros.

Ezentis, cada dia
uma vida melhor!

EZENTIS



www.seicom.com.br

A fatia de cada um.

Participação dos segmentos nas áreas de atividades

Produtos	Receita Líquida (US\$ mil)	Participação (%)
Terminais	4.964.530,11	52,19
Equipamentos para Telefonia	1.924.702,12	20,23
Infraestrutura	1.036.095,31	10,89
Software	589.346,68	6,20
Fios e Cabos	478.352,22	5,03
Componentes, Partes e Peças	251.591,24	2,64
Equipamentos de Comunicação	241.168,28	2,54
Outros produtos	26.361,49	0,28
Total	9.512.147,45	100,00

Serviços	Receita Líquida (US\$ mil)	Participação (%)
Serviços Móveis	20.590.792,63	33,55
Serviços Convergentes	16.040.142,49	26,14
Serviços de Telefonia Fixa	15.385.881,97	25,07
Serviços Corporativos	2.623.725,59	4,28
Serviços de Call Center	1.961.905,13	3,20
Gerenciamento de Redes	1.448.705,86	2,36
Serviços Digitais	1.146.083,03	1,87
Serviços de Infraestrutura de Rede	751.890,60	1,23
Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	659.926,49	1,08
Serviços de Integração	444.046,85	0,72
Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	314.959,04	0,51
Total	61.368.059,67	100,00

INTEGRAÇÃO DA TI
TRADICIONAL À NOVA TI
TRAZENDO **SOLUÇÕES** PARA
O SEU **NEGÓCIO DIGITAL**



www.triadsystems.com.br | Fone: 55 11 2344.1830

 facebook.com/triadsystems  twitter.com/triadsystems
 www.linkedin.com/company/triad-systems

2014

The herald of turbulent days

After witnessing the shrinking of the telecommunications market, in dollars, and its insignificant growth, in reals, for two consecutive years, companies have placed on the Brazilian World Cup, major international soccer event held in 2014, their hope for a less gloomy future. Early last year, the general feeling was that the World Cup would boost operators' voice and data revenues and that this would benefit the whole sector, in an eagerly awaited virtuous circle. Today, when looking back, companies know that it was not exactly so. Figures calculated by Anuário Telecom show that, in 2014, total net revenues of the industry have grown far behind the historical average: 5.16% in reals, with regard to 2013. It went from R\$ 158.7 billion to R\$ 166.9 billion. Conversely, in dollars the market has shrunk: it dropped 3.15%, from US\$ 73.2 billion to US\$ 70.9 billion. Once more, the difference is explained by the dollar appreciation with regard to real in 2014, which has reached 8.59%. Anuário Telecom's survey shows that 76% of evaluated companies had profits, while 24% have reported losses in their balance-sheets.

Although the market has just slightly grown as compared to previous year, the World Cup has encouraged major investments for the country. According to the Brazilian Telecommunications Association (Telebrasil), entity representing operators and equipment suppliers for the industry, shared infrastructure to meet the needs of arenas installed in 12 World Cup host-cities has received investments of R\$ 226 million. In addition, slightly more than R\$ 1 billion were used for the installation of more than 15 thousand new 3G and 4G antennas, in addition to new Wi-Fi and fiber optics networks to reinforce the coverage in such places. A large part of these investments, however, was contracted in 2013, so that operators could comply with their coverage commitments agreed with the National Telecommunications Agency (Anatel). Few specific investments for the World Cup were postponed for the first semester of 2014.

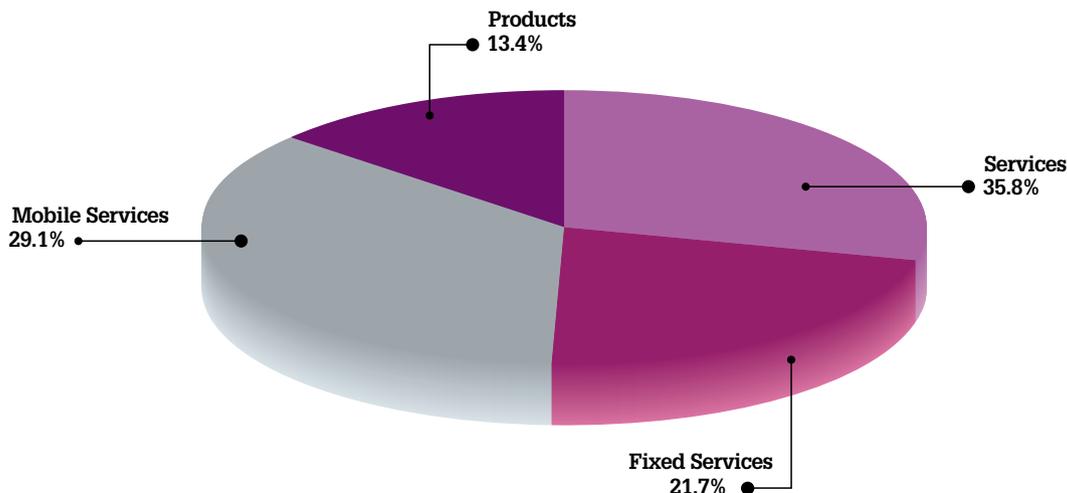
Improvements in network infrastructure of host-cities aimed at meeting the expectations of increased demand for telecommunication services in the period. According to balance-sheet published by Telebrasil, during the 64 games of the Brazilian World

Cup, cell phone users have made more than 4.5 million calls and have sent more than 48.5 million pictures – equivalent to almost 27 terabytes of data. As opposed to what was expected, however, operators' revenues with telecommunication services have not advanced in line with increased demand. According to IDC consultancy firm, total gross revenue of telecommunication services in Brazil has grown just 3% in 2014, below what was expected for the period. "The World Cup has generated just a punctual result for operators", says Samuel Rodrigues, IDC analyst.

The economic crisis is pointed as the major reason for the modest performance of the telecommunications market in 2014. Clear slow-down signs have already appeared in the first semester of 2014, with drop in industrial production and increased inflation. Soon after, presidential elections, which ended with the victory of president Dilma Rousseff (PT), after a tight second round with Aécio Neves (PSDB), have worsened the situation. "The elections period has generated market instability and many projects of our clients were shelved", says Luis Carlos dos Anjos, institutional marketing manager, Locaweb.

For Rodrigo Parreira, PromonLogicalis CEO, 2014

The market in 2014 US\$ 70.9 billion (net income)



was also slower due to operators' reorganization: "There has been lots of speculation last year and these have halted investments". In July of last year, Anatel has authorized the merge of Claro, Embratel and Net, three companies controlled by América Móvil. Few months later, in September, it was the time for Telefónica to announce the merge of Vivo and GVT, by that time controlled by the French Vivendi group. Companies integration process is in progress and efficiency gains may benefit operators.

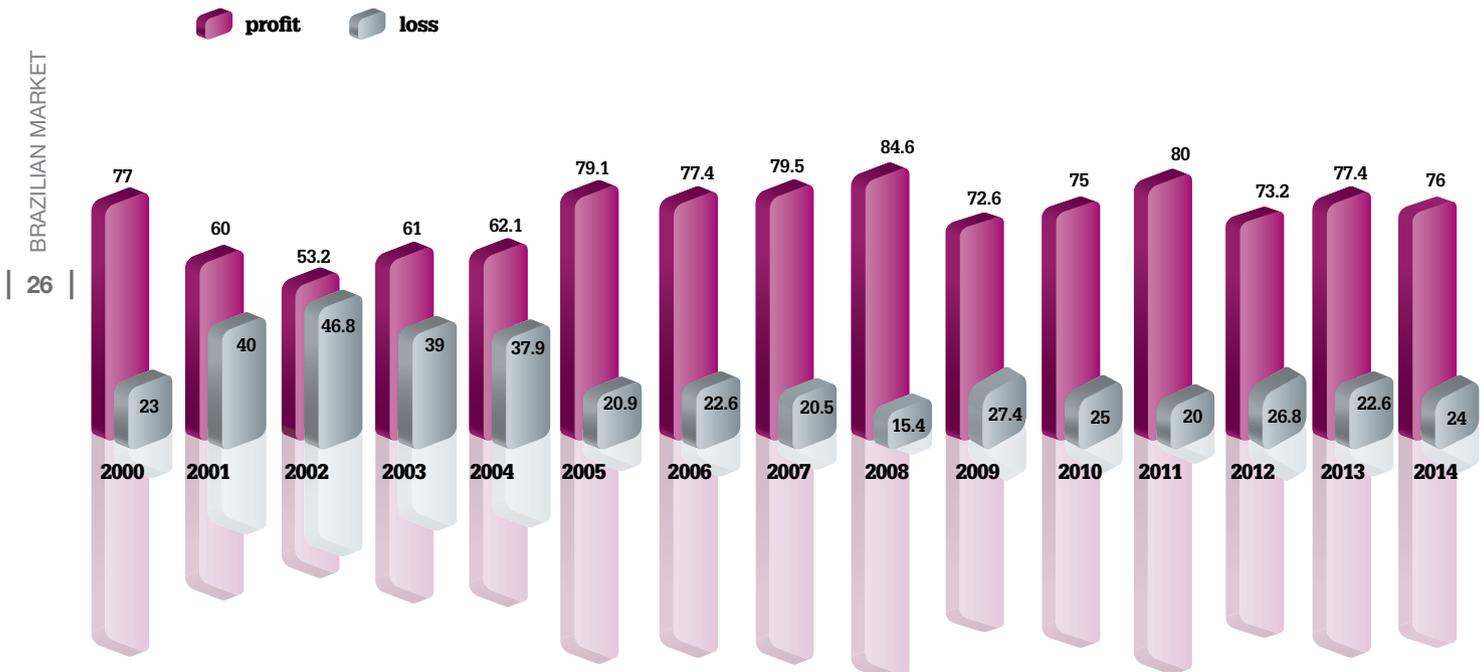
The auction of the 700 MHz frequency was an additional factor forcing operators to hold other expenditures last year. In late September, Claro, Tim and Vivo have spent a total of R\$ 5.8 billion to knock down the three national lots of the spectrum. The band shall only be used by operators as from late 2019, when the agenda for disconnecting analog TV channels, which currently occupy the band, shall be completed. With the frequency of 700 MHz, operators shall broaden 4G networks coverage and capacity, with lower investments in infrastructure. Considered a low frequency spectrum, 700 MHz has higher signal propagation capacity than the 2.5 GHz band currently used for 4G.

Frequencies purchase was a necessary investment, even during crisis, for the operators to be prepared to meet future demands of mobile broadband in Brazil. Although the number of cell phones compatible with this technology represents approximately 2.5% of active cell phones, 4G has grown fast. According to Anatel, the number of cell phones compatible with fourth-generation cell phone networks has gone from 2 million to almost 7 million last year. "4G accesses have already outgrown the number of active 3G modems in the country", says Samuel Rodrigues, from IDC. In June 2015, there were already 11.8 million terminals. In total, according to May 2015 data, Brazil has 284 million active cell phones.

With the slower-pace of operators' investments, some companies have bet on corporate markets. PromonLogicalis, for example, has invested in the offering of services to large companies. "In terms of revenues, we were stagnated in Latin America last year, but we were able to compensate telecommunications retraction with contracts with companies, especially banks", says Rodrigo Parreira.

For Rodrigo Dienstmann, CEO of Cisco, operators

The top 100 performance (% of companies)



Managed Services

Gestão de Relacionamento e Eficiência

Customer Feedback Network Assessment

Conference Call Convergência e Colaboração

Speech Analytics Qualidade

Integração Real Time Authentication

Soluções

Business Process

Wittel

Automatic

Gerenciamento

Consultoria

de Projetos

Manutenção e Instalação

Produtividade

Fraud Detection

Humanização do

Treinamentos

Atendimento

Desenvolvimento

Soluções de CRM

de Aplicações

e Customer Care

Trading Floor Solutions

Dynamic Decisioning Solution

As melhores soluções para integração de tecnologias nas áreas de comunicação, relacionamento e consultoria de negócios você encontra na Wittel.



Wittel

Podemos fazer muito mais por sua empresa.

wittel.com



have not stopped investing due to the crisis, but businesses slowed-down last year: "The World Cup had not the expected effect, as a function of economic slow-down and appreciation of the dollar". In addition, operators have become more selective with regard to investments. According to Dienstmann, in 2014 companies have focused on improving the quality of their mobile telephone networks, on introducing fiber optics and also on services which may become new revenue sources, such as paid TV. "Oi and Telefónica have invested a lot in their content distribution networks, especially fiber optics. Video investments are part of the value-added services strategy.

With more than 70% of telecommunications industry revenues, Triad Systems is also watching how value-added services may help operators, which are profiting increasingly less with voice. "2014 was not a year of growth, but rather of investments. We are being prepared for the transformation of this market", says Silvio Rodrigues, chairman of the company.

For NEC, the crisis year has been decisive for a company which has shown losses in the last years. In September, Daniel Mirabiles has become the CEO of the Japanese company in Brazil and has spent the last months of 2014 involved in a restructuring plan which started to be put into practice in early 2015: "To date, new projects have compensated the drop in revenues of traditional company businesses".

If the crisis has disturbed 2014, it was even worse knowing that perspectives for 2015 were even more worrisome. For the integrator Spread, this was the major issue of the council meeting held in December last year. Executives recommendation was clear: "Most companies feeling is that 2014 was a complicated year but even so easier than 2015", says Arivaldo Araújo, marketing director of Spread. The way out was to fasten seatbelts after clients, among them telecommunication operators and government companies, having renegotiated contracts and postponed the hiring of new projects already earlier this year. "We have called all our suppliers to renegotiate, similarly to what our clients have done with us", says Arivaldo.

Entrepreneurs' concern has increased, after the

announcement that GDP, total of goods and services produced in the country, has grown just 0.1% in 2014. The result, published in March by the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE), was the weakest since the global economic crisis in 2009. In 2015, the country shall suffer even more. The forecast of financial market analysts and consultancy firms is that GDP shall be negative in more than 2%. "Nevertheless, we shall still grow telecommunication services revenue, but growing in this economic scenario shall be a challenge for companies", says Samuel Rodrigues, from IDC. According to the Brazilian Association of the Electric and Electronic Industry (Abinee), it is still not possible to anticipate the effects of this economic slow-down on companies of the industry in the next months. "If 2014 was a year to be forgotten, 2015 is simply being disastrous", says Humberto Barbato, chairman of the entity.

An iconic sign of the crisis for the telecommunications industry was the first drop in smartphone sales, a negative result which until then was far from Brazilian manufacturers results. According to an IDC study, published in early July 2015, 4.86 million cell phones with access to the Internet and to applications were sold in April, or 1% less than the same month in 2014. In May, this drop was repeated, but it was more marked: 3.89 million smartphones were sold, or 16% less than the same period of previous year. "Smartphones are no longer shielded with regard to the economic moment Brazil is going through", have written IDC analysts in the report published in July. In the second quarter of last year, in spite of the beginning of the economic slow-down, the situation was quite different: smartphone sales have grown 53% as compared to the same period of 2013.

According to IDC, the sudden drop in sales made retail stores and operators to have their inventories full of devices. Among the reasons for the drop there is higher smartphone prices, most of them imported devices, due to dollar appreciation. In addition, consumers' purchase power and confidence, also skydiving, have cooperated for decreased demand for these products, especially more advanced models. "Fear of

losing jobs is leading Brazilians to postpone their plan of replacing cell phones”, says Barbato, from Abinee. The drop in smartphone sales, which shall close the year with 54 million units sold, is not a positive sign for the telecommunications industry, according to IDC: this slows-down the replacement of feature phones which still represent 45% of Brazilian cell phones installed base, and jams revenue growth of data and other value-added services offered by operators.

According to Eduardo Levy Moreira, executive chairman of Telebrasil, operators challenge for 2015 is to be able to invest the necessary amounts in infrastructure to support the growth of mobile broadband clients. According to him, companies of the industry shall keep the expected investments for this year. TIM, for example, has already announced network investments of R\$ 1 billion in the first months of the year, with focus on expanding and improving 3G and 4G networks quality. The perspective of the company is to invest, until 2017, R\$ 14 million to improve infrastructure. However, operators shall be harmed by appreciated dollar and increased electricity costs. According to Telebrasil, companies’ results shall be similar to those reached in 2014. “The economic situation is even more difficult and the expectation

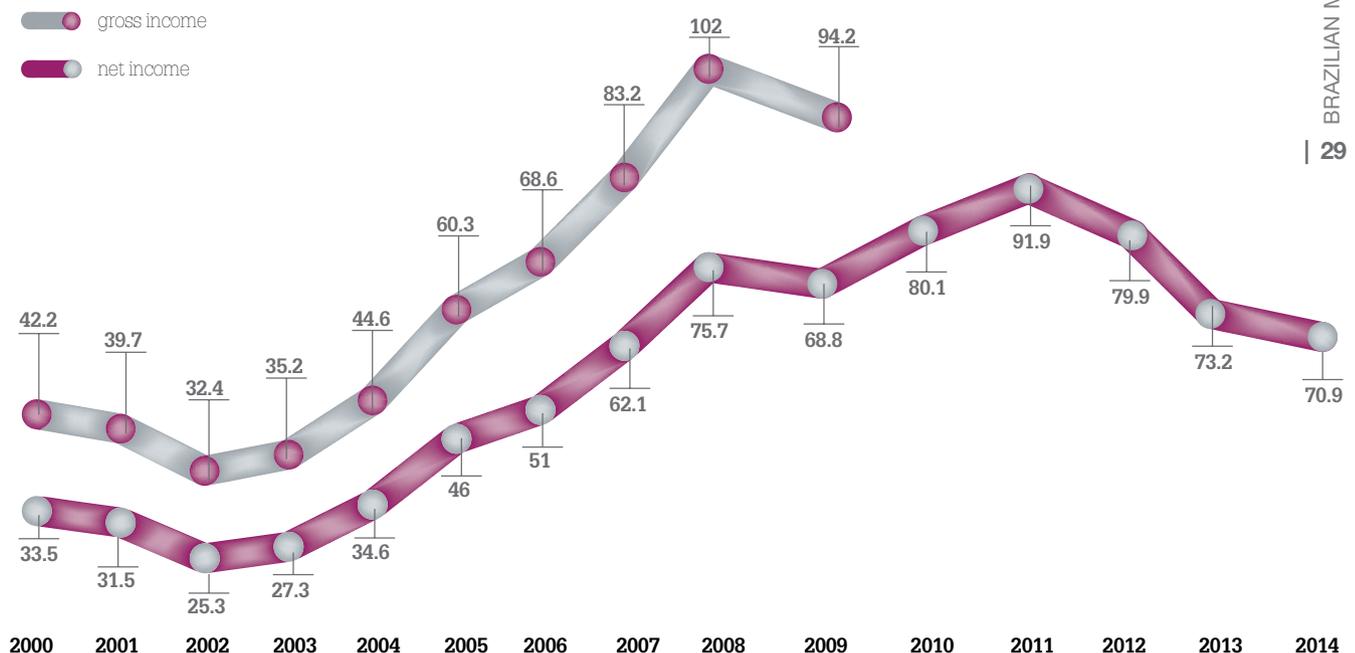
is that operators’ users revenue shall not increase or may even drop”, states Levy.

Another factor concerning companies of the industry is the possibility of the increase of the Telecommunications Inspection Fund (Fistel) fee, considered by the government economic team as a means to increase collection. Fee amount, which is paid by all telecommunication service providers and is transferred to consumers, may increase 189%. Currently, to activate a mobile telephone or Internet chip, operators pay a fee of R\$ 26.83 to Fistel. For the line to remain active, it is necessary to annually pay another fee of R\$ 13.42. In 2014, the Brazilian National Treasury has collected approximately R\$ 3 billion with the payment of fees and, if the increase is approved, it may collect up to R\$ 5.5 billion from Fistel already in 2015. The readjustment, however, shall be transferred by operators to consumers and the cell phone bill shall become up to 25% more expensive.

In times of crisis, any increase in the value of services provided to consumers is bad news. A Telebrasil report, presented during a meeting with government representatives in early July, estimates that the measure may remove between 30 and 40 million people from the Brazilian cell phone client base. The highest

Market increase on gross and net income (US\$ billion)

Note: As from 2010 we will no longer publish gross revenue figures, because major companies of the industry are disclosing only their net revenue.



impact shall be on lower-income classes using the prepaid service and with monthly reloads below R\$ 10.00. "Fistel fee is the same for all clients, but those using less the service should be exempted rather than paying more", says Levy. Until July, the government had not yet communicated its final decision about Fistel fee readjustment, but the possibility scares the industry. "If Fistel increase happens, operators revenues shall drop even more", cautions Barbatto, from Abinee.

In moments of economic instability such as this, the watchword for equipment suppliers, integrators and telecommunication service providers is patience. Negotiations of new projects, be it with operators, government or large companies, are on hold. "Projects are not being cancelled, but rather postponed", says Parreira, from PromonLogicalis. According to

the executive, proposals which once would become contracts within approximately four months, now take up to seven months to be approved.

According to Jurandir Pitch, business development vice-president of SES for Latin America, in addition to project delays, crisis has also increased pressure on satellite service prices drop: "Clients have more time to decide and attempt to deal the best possible price".

Commitments made by operators with Anatel also assure the continuity of investments. In case of 4G technology expansion in the 2.5 GHz band, just 161 cities, or 43.2% of Brazilian population have been assisted, in spite of high pre-World Cup investments. Until December 2015, operators 4G networks must reach another 91 cities with more than 200 thousand

Margin on net sales (% of companies)

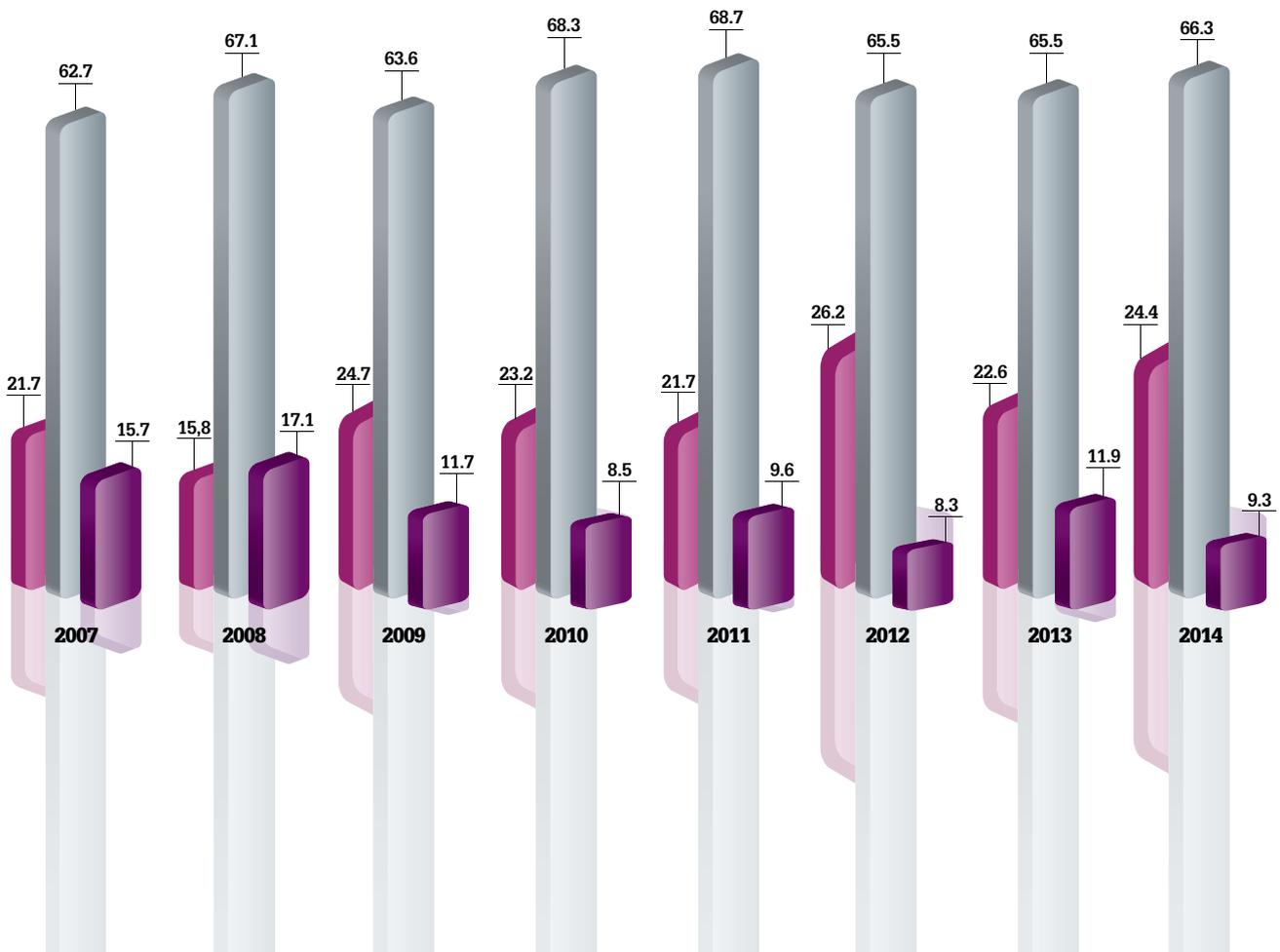


inhabitants. The next target is to offer mobile broadband to another 152 cities with more than 100 thousand inhabitants until December 2016. Finally, operators will have to take 4G to another 791 cities with population between 30 to 100 thousand inhabitants. Telephone and mobile broadband services quality shall also motivate improvements in the next months, since operators have not reached quality targets determined by Anatel, according to a report disclosed in April.

For the Chinese company Huawei, acting in the segment of operators, companies and also in the manufacturing of cell phones, the second semester of 2015 is seen with optimism. “The development of information and communication technologies is not limited to broadband and cell phone use expansion”, says José Augusto de Oliveira Neto, CTO of Huawei for Latin America. The

company points to projects to improve operators installed infrastructure efficiency and to projects with corporate clients as possibilities to grow in 2015.

Telecommunication companies are also watching the Olympic Games, to be held in the city of Rio de Janeiro in August 5 to 21, 2016. “The Olympics shall be more significant for the telecommunications sector than the World Cup”, says Rodrigo Dienstmann, from Cisco. The variety of modalities of the competition and events going on simultaneously, according to the executive, shall leverage the demand for broadband services in the country. “Most people will watch the games in the office or on the street. We will not have holidays this time”. Most part of anticipated investments shall be contracted by the Olympic Games organizing committee still in the second semester of 2015.



Hardware and Software

	Net Revenue (thousands of US\$)	Share (%)
Handsets and Terminals	4,964,530.11	52.19
Private Networks	1,924,702.12	20.23
Infrastructure	1,036,095.31	10.89
Software	589,346.68	6.20
Cables	478,352.22	5.03
Components	251,591.24	2.64
Data Communication Equipment	241,168.28	2.54
Other Products	26.361,49	0.28
Total	9,512,147.45	100.00

Services

	Net Revenue (thousands of US\$)	Share (%)
Cellular	20,590,792.63	33.55
Convergent Services	16,040,142.49	26.14
PTTs	15,385,881.97	25.07
Data Communications	2,623,725.59	4.28
Call Center Services	1,961,905.13	3.20
Network Management	1,448,705.86	2.36
Digital Services	1,146,083.03	1.87
Network Infrastructure Services	751,890.60	1.23
Consultancy, Project and Application Development	659.926.49	1.08
Integration	444,046.85	0.72
Internet/Services	314,959.04	0.51
Total	61,368,059.67	100.00

Mais um ano comemorando grandes negócios e excelentes parcerias.

Pelo sexto ano consecutivo Destaque do Ano em Canais de Comercialização no Anuário Telecom.



Reconhecida como a maior e mais experiente provedora de produtos tecnológicos do Brasil, a Allied oferece aos seus parceiros soluções inovadoras e uma grande diversidade de serviços, nos segmentos de telefonia celular, games, informática e cine-foto, agregando o máximo de valor a toda a cadeia de abastecimento.

www.alliedbrasil.com.br

acer

ALCATEL
onetouch.

ASUS®

BlackBerry.

Google™

GoPro
Be a HERO.

kindle

LG
Life's Good

Microsoft

motorola

Nikon

POSITIVO

Qualcomm®
snapdragon

SAMSUNG

SONY

The Allied logo consists of a stylized blue triangle with a white swoosh inside, forming a shape that resembles a letter 'A'. Below the logo, the word "ALLIED" is written in a bold, blue, sans-serif font. Underneath "ALLIED", the tagline "SEU ALIADO EM TECNOLOGIA" is written in a smaller, blue, sans-serif font.

ALLIED
SEU ALIADO EM TECNOLOGIA

Crériterios de Avaliação

A pesquisa e a comparação dos resultados financeiros das empresas do mercado de telecomunicações, no ano fiscal de 2013, 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 2014, do ativo, do passivo, e dos resultados, os valores foram convertidos em R\$ mil e divididos pela média anual do dólar mensal médio (R\$ 2,3545). O mesmo procedimento foi adotado para a transformação do lucro líquido.

PRINCIPAIS INDICADORES:

1. Receita líquida em dólares: é o indicador para a classificação das empresas. A conversão para dólar foi efetuada segundo metodologia definida acima.

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

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

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

5. 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.

6. 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.

7. 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.

8. 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.

9. 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.

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

Nos anos em que a variação cambial for 10 pontos percentuais superior à inflação, não será considerado o crescimento da receita líquida na cesta de pontos. Esse não é o caso de 2014, quando a variação cambial chegou a 8,6%, enquanto a inflação ficou em 6,14%.

A aplicação desses indicadores é o fator de pontuação final para classificação das empresas fabricantes

A ESCOLHA DOS DESTAQUES DE 2014

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)

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 2014, 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 (26)
AeC CONTACT CENTER (27)
AGORA TELECOM (49)
ALCATEL-LUCENT (31)
ALGAR CELULAR (37)
ALGAR MIDIA (72)
ALGAR MULTIMÍDIA (42)
ALGAR TECH (35)
ALGAR TELECOM (24)
ALLIED (14)
ALOG SOLUÇÕES DE
TECNOLOGIA (83)
AsGa (67)
AsGa SISTEMAS (89)
ASK! (90)
ATENTO (17)
AUTOTRAC (50)

B

BRASILSAT HARALD (56)
BRASILSAT (98)
BRQ IT SERVICES (36)

C

CABLETECH (46)
CEMIGTelecom (58)
CISCO (16)
CLARO (4)
COPEL TELECOM (48)
CPqD (44)

D

DIGISTAR (88)
DIGITEL (85)

E

EMBRATEL (CLARO) (5)
EMBRATEL TVSAT (10)
ENGESET (61)
EQUINIX DO BRASIL (52)
ERICSSON (12)

F

FURUKAWA (30)

G

GRUPO BINÁRIO (68)
GRUPO CONTAX (11)
GVT (7)

H

HELLERMANNTYTON (84)
HISPAMAR SATELITES (47)
HUAWEI DO BRASIL (15)

I

ÍCARO TECHNOLOGIES (87)
IMAGE TELECOM (81)
INSTITUTO DE PESQUISAS
ELDORADO (63)
INTEL (41)
INTELBRAS (32)

J

JDSU (69)
JUNIPER (45)

L

LEUCOTRON TELECOM (80)
LEVEL 3 (28)
LG ELECTRONICS (18)
LINX (76)

M

MOTOROLA SOLUTIONS (25)
MTEL TECNOLOGIA (62)

N

NAVITA (92)
NEC (40)
NEOVIA SOLUTIONS (86)
NESIC (66)
NET (6)
NETSERVICE (77)
NEXANS FICAP (75)
NOKIA DO BRASIL (9)
NOKIA SIEMENS NETWORKS (20)

O

OI (2)
ONDA (96)

P

POSITIVO INFORMÁTICA (43)
PRIMESYS (34)
PROCABLE (60)
PROMONLOGICALIS (22)
PRYSMIAN DRAKA (39)

R

RADIANTE (64)

S

SAMSUNG (8)
SECCIONAL BRASIL (74)
SEICOM (53)
SERCOMTEL (51)
SIEMENS (78)
SISGRAPH (99)
SISPRO SOFTWARE
EMPRESARIAL (100)
SPREAD TECNOLOGIA (54)
STAR ONE (33)
STEFANINI (55)

T

TDATA (13)
TECNOSET IT SOLUTIONS (91)
TELEFÔNICA VIVO (1)
TELEMONT (21)
TELEPERFORMANCE BRASIL
(29)
TELESPAZIO BRASIL (65)
TELLFREE (93)
TELSIGN CONSULTORIA (95)
TERRA (38)
3CORP TECHNOLOGY (73)
TIM (3)
TRIAD SYSTEMS (79)
TRÓPICO SISTEMAS E
TELECOMUNICAÇÕES (71)

U

UNITELCO (97)
UOL (19)
URMET DARUMA (70)

V

VIA \ W (82)
VOXAGE SERVIÇOS
INTERATIVOS (94)

W

WESTCON BRASIL (23)
WITTEL (59)

Z

ZATIX (57)

Tenha o controle
dos negócios da
sua empresa.

Há mais de 31 anos presente no mercado de TIC, a Spread Tecnologia atua como uma das maiores integradoras e desenvolvedoras de soluções em Sistemas, Serviços Gerenciados em ITO e BPO e Comunicação e Colaboração, com expertise nos setores de Finança, Governo, Telecom, Indústria, Varejo, Serviços e Saúde. Oferece soluções inovadoras voltadas às necessidades do cliente e conta com a certificação CMMI nível 5, que comprova sua excelente qualidade em desenvolvimento de softwares.

Serviços Gerenciados

ITO

- ✓ **Service Desk**
Central de Atendimento Técnico
- ✓ **Field Services**
Atendimento em Campo "Nacional"
- ✓ **Cabling**
Projetos e instalação de cabeamento estruturado (ótico e metálico)
- ✓ **Moving**
Gestão de Mudanças do Ambiente de TI

BPO

- ✓ **Gestão Patrimonial / Financeiro / Administrativo / RH / Operacional / Eficiência de Energia e Telecom**
Diversas Torres de Serviços
- ✓ **Contact Center**
Atendimento Ativo e Receptivo, Sac, Cobrança, Vendas e Pós Vendas, Service Desk, Fidelização de Clientes, Locação de Estrutura

Sistemas

- ✓ **Desenvolvimento Sob Medida**
Fábrica de Software
- ✓ **Integração**
SOA Oracle e IBM
- ✓ **Migração**
Sistemas e Dados
- ✓ **Fábrica de Teste**
Certificação e Homologação
- ✓ **Outsourcing**
AMS - Sustentação e Manutenção de Aplicações
- ✓ **CMMI**
Consulting
- ✓ **Soluções Especialistas**
 - * Migração e Modernização de Ambientes Mainframe - Sads
 - * Gestão de Documentos Eletrônicos - Docman

Comunicação e Colaboração

- ✓ **Redes**
Planejamento, Implantação e Gerenc. de Redes
- ✓ **Telecom**
Instalação, Programação, Service Desk e Manutenção
- ✓ **Soluções em Nuvem**
SaaS - PaaS - IaaS
- ✓ **Comunicação Unificada**
 - * Telefonia IP, Videoconferência,
 - * Colaboração Web, Uras, Contact Center
 - * Automação de Dependências Bancárias - UC

AS 100 MAIORES

	Empresa	Principal segmento de negócios em telecomunicações	Rec. Líquida Prop. em Telecom (US\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Receita Líquida (R\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. US\$ (%)	Cresc. Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (US\$ mil)	Ativo Perm. (US\$ mil)
1	TELEFÔNICA VIVO	Serviços Móveis ^(15,19)	14.865.139	14.865.139	29.192.159	-7,18	0,80	19.091.142	22.009.383
2	OI ²	Serviços de Telefonia Fixa ⁽¹⁵⁾	11.997.069	11.997.069	23.559.844	-8,49	-0,62	7.560.965	12.533.198
3	TIM ²	Serviços Móveis	8.107.177	8.107.177	15.920.875	-9,60	-1,83	5.989.225	7.177.495
4	CLARO ²	Serviços Móveis	5.871.020	5.871.020	11.529.509	-5,27	2,88	5.448.663	16.685.353
5	EMBRATEL (CLARO) ^{1,2}	Serviços de Telefonia Fixa ⁽¹⁶⁾	4.629.433	4.629.433	9.091.281	1,96	10,73	NI	NI
6	NET [*]	Serviços Convergentes ^(13,17,18)	3.635.591	3.635.591	7.139.574	11,29	20,86	NI	NI
7	GVT ²	Serviços de Telefonia Fixa ^(16,19)	2.329.472	2.329.472	4.574.618	3,88	12,82	2.504.538	3.647.224
8	SAMSUNG ^{1,2}	Terminais	2.175.600	5.880.000	4.272.443	-9,82	-9,82	NI	NI
9	NOKIA DO BRASIL ^{1,2}	Terminais	1.560.000	1.560.000	3.063.528	-20,00	-20,00	NI	NI
10	EMBRATEL TVSAT ²	Serviços Convergentes	1.204.878	1.204.878	2.366.140	-	-	1.758.570	0
11	GRUPO CONTAX	Serviços de Call Center	1.099.670	1.466.227	2.159.532	-12,14	-4,58	168.096	NI
12	ERICSSON ²	Infraestrutura ^(12,9)	950.118	950.118	1.865.842	0,03	8,64	331.805	65.654
13	TDATA ²	Serviços Convergentes	927.688	927.688	1.821.793	60,51	74,32	489.765	31.732
14	ALLIED	Terminais ⁽⁹⁾	890.206	1.186.941	1.748.186	2,67	11,50	179.635	7.362
15	HUAWEI DO BRASIL ^{1,2}	Equipamentos para Telefonia ^(8,9)	847.314	847.314	1.663.955	-3,32	5,00	NI	NI
16	CISCO ^{1,2}	Equipamentos para Telefonia	800.000	800.000	1.571.040	-	-	NI	NI
17	ATENTO	Serviços de Call Center	768.540	1.182.370	1.509.260	-1,05	7,46	70.223	207.243
18	LG ELECTRONICS ^{1,2}	Terminais	729.000	2.430.000	1.431.610	4,70	4,70	NI	NI
19	UOL ²	Serviços Convergentes	691.683	691.683	1.358.327	-1,17	7,33	625.715	590.623
20	NOKIA SIEMENS NETWORKS ^{1,2}	Gerenciamento de Redes ^(5,6)	630.000	630.000	1.237.194	-	-	NI	NI
21	TELEMONT ²	Gerenciamento de Redes	522.377	522.377	1.025.844	-13,48	-6,04	4.016	31.729
22	PROMONLOGICALIS	Serviços de Integração ^(2,10,12)	425.115	425.115	834.841	-0,68	7,86	NI	NI
23	WESTCOON BRASIL ^{1,2}	Equipamentos para Telefonia ^(8,9)	382.247	382.247	750.656	2,48	141,29	NI	NI
24	ALGAR TELECOM	Serviços de Telefonia Fixa ^(16,15,14)	329.281	329.281	646.641	-4,00	4,26	361.785	705.611
25	MOTOROLA SOLUTIONS ^{1,2}	Consultoria, Projeto e Desenvol. de Aplicativos ^(6,7)	328.000	328.000	644.126	-5,75	-5,75	NI	NI
26	ACCENTURE	Consultoria, Projeto e Desenvol. de Aplicativos ⁽¹¹⁾	308.152	1.027.172	605.148	0,09	8,70	144.391	59.982
27	AEC CONTACT CENTER ²	Serviços de Call Center	299.733	299.733	588.615	5,99	15,11	32.965	76.509
28	LEVEL 3	Serviços Corporativos ^(18,19)	270.798	270.798	531.792	2,75	11,58	24.675	149.668
29	TELEPERFORMANCE BRASIL ²	Serviços de Call Center	253.913	253.913	498.633	-7,13	0,86	69.561	50.515
30	FURUKAWA ^{**}	Fios e Cabos ⁽¹⁾	244.874	244.874	480.884	-3,65	4,63	131.980	77.164
31	ALCATEL-LUCENT ²	Equipamentos para Telefonia ^(12,5,11,8)	236.846	236.846	465.119	-35,64	-30,11	142.561	6.229
32	INTELRAS	Terminais ⁽⁷⁾	224.137	327.064	440.161	12,12	21,77	112.763	74.831
33	STAR ONE ²	Serviços de Infraestrutura de Rede	200.915	200.915	394.557	-6,00	2,09	403.038	0

1 - Dados Estimados 2 - Segmentação Estimada * Dados referentes a setembro de 2014. ** Dados de março de 2015

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.

Lucro Bruto (US\$ mil)	Lucro Operacional (US\$ mil)	Lucro Líquido (US\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Ret. s/ Invest. (%)	Giros dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
7.550.348	2.019.101	2.096.691	10,98	14,10	0,97	62,55	4,97	1,03	6,76	0,48	113,83
5.528.773	479.114	-1.871.489	-24,75	-15,60	1,16	468,92	34,88	16,10	-4,29	0,27	-345,48
3.953.747	965.466	689.985	11,52	8,51	1,18	121,05	21,33	1,40	5,21	0,61	-
2.129.396	-696.872	-475.642	-8,73	-8,10	0,91	345,10	9,48	17,28	-1,96	0,24	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	2,90	2,30	0,50	97,20	14,40	4,40	1,50	0,60	4,60
1.249.668	396.786	268.269	10,71	11,52	0,67	118,02	37,81	3,47	4,91	0,43	14,92
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
216.497	-19.789	-22.849	-1,30	-1,90	1,09	12,76	0,00	-8,67	-1,15	0,61	-
234.722	61.766	41.047	24,42	2,80	0,94	570,51	53,26	2,72	3,64	1,30	0,39
149.376	102.016	48.850	14,72	5,14	1,01	252,73	11,07	-1,03	4,17	0,81	10,01
474.889	473.819	312.460	63,80	33,68	1,98	80,87	0,00	-5,04	35,27	1,05	-
168.444	67.435	45.165	25,14	3,81	1,53	172,29	4,88	1,00	9,23	2,43	61,45
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
206.335	77.386	49.385	70,33	4,18	1,66	886,04	10,00	3,63	7,13	1,71	0,55
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
414.580	44.572	31.329	5,01	4,53	1,13	89,61	13,06	2,94	2,57	0,57	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
65.526	12.506	4.892	121,82	0,94	0,64	2.496,68	16,34	-0,03	4,69	5,01	-
NI	NI	NI	27,80	6,50	1,35	-	-	0,41	10,50	1,28	33,95
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
156.624	58.303	59.413	16,42	18,04	0,71	123,57	13,82	11,12	7,35	0,41	3,39
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
208.380	9.448	815	0,56	0,08	1,40	269,58	0,00	1,01	0,15	1,94	0,08
61.321	43.357	27.856	84,50	9,29	0,74	338,70	18,87	0,87	19,23	2,07	0,99
148.991	73.805	46.442	188,21	17,15	0,74	1.014,40	0,11	3,02	16,89	0,98	-
57.869	18.775	12.363	17,77	4,87	1,13	87,97	3,65	1,35	9,46	1,94	-
72.308	22.469	26.582	20,14	10,86	2,91	47,86	7,35	-0,74	13,62	1,25	25,15
58.749	12.430	23.478	16,47	9,91	1,39	149,08	0,00	-1,64	6,61	0,67	23,15
135.826	26.099	25.567	22,67	7,82	1,77	146,95	20,80	3,88	9,18	1,17	10,09
126.208	109.689	71.388	17,71	35,53	0,67	125,73	0,00	-1,30	7,85	0,22	-

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).

Um desafio equivalente a operar a área de TI de uma empresa de 200 mil funcionários que atende a 4.8 bilhões de clientes, 24 horas por dia, sete dias por semana, e muda-se para um novo território a cada dois anos.

Nossa missão é ajudar a transformar sua empresa na organização do futuro.



	Empresa	Principal segmento de negócios em telecomunicações	Rec. Líquida Prop. em Telecom (US\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Receita Líquida (R\$ mil)	Cresc Rec. Líq. US\$ (%)	Cresc Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (US\$ mil)	Ativo Perm. (US\$ mil)
34	PRIMESYS ²	Serviços Corporativos	197.352	197.352	387.560	2,15	10,93	218.466	0
35	ALGAR TECH	Serviços de Call Center ^(1,12,19,30)	191.213	191.213	375.505	8,56	17,90	95.258	149.702
36	BRQ IT SERVICES	Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	180.858	180.858	355.169	-11,25	-3,62	31.979	8.294
37	ALGAR CELULAR	Serviços Móveis	172.764	172.764	339.274	5,12	14,17	183.577	210.904
38	TERRA ²	Serviços Convergentes	170.327	170.327	334.487	-21,76	-15,03	51.061	12.999
39	PRYSMIAN DRAKA BRASIL	Fios e Cabos	166.030	166.030	326.050	-9,52	-1,74	77.011	33.554
40	NEC LATIN AMERICA	Gerenciamento de Redes ^(2,5,6,18,7)	154.972	180.200	304.335	-4,81	3,38	29.453	11.650
41	INTEL ^{1,2}	Componentes, Partes e Peças	148.000	740.000	290.642	5,73	5,73	NI	NI
42	ALGAR MULTIMÍDIA ²	Serviços de Hosting de Servidores	140.740	140.740	276.385	-2,13	6,28	143.843	205.895
43	POSITIVO INFORMÁTICA	Terminais	131.308	925.356	257.863	-13,43	-5,98	280.635	84.731
44	CPOD	Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos ⁽⁹⁾	115.708	122.055	227.228	-6,71	1,31	137.344	134.503
45	JUNIPER ^{1,2}	Equipamentos para Telefonia ^(6,9)	102.700	102.700	201.682	-13,53	-13,53	NI	NI
46	CABLETECH	Fios e Cabos ^(4,5)	91.765	91.765	180.208	17,42	27,52	22.841	9.240
47	HISPAMAR SATELITES	Serviços Digitais	84.400	84.400	165.745	-1,34	7,15	64.591	87.873
48	COPEL TELECOM	Serviços Corporativos ^(18,15,12,19)	84.378	90.534	165.701	4,52	13,51	177.174	195.208
49	AGORA TELECOM	Equipamentos para Telefonia ⁽¹⁾	82.736	86.183	162.476	55,36	68,72	10.370	6.852
50	AUTOTRAC	Serviços Digitais ⁽⁹⁾	82.194	111.072	161.412	-2,31	6,10	46.316	15.587
51	SERCOMTEL	Serviços de Telefonia Fixa ^(15,14)	74.841	74.841	146.973	-7,25	0,73	38.083	74.552
52	EQUINIX DO BRASIL	Serviços de Hosting de Servidores	71.215	71.215	139.852	-6,24	1,82	NI	NI
53	SEICOM	Gerenciamento de Redes	70.990	70.990	139.410	35,20	46,83	3.436	4.045
54	SPREAD TECNOLOGIA	Serviços de Integração	67.360	122.472	132.281	-17,13	-10,00	NI	NI
55	STEFANINI	Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos ⁽¹¹⁾	63.467	317.335	124.637	-3,57	4,73	22.354	5.611
56	BRASILSAT HARALD	Infraestrutura ^(1,4,7)	62.398	62.398	122.536	-31,36	-25,46	90.681	13.124
57	ZATIX ²	Serviços Digitais	53.216	53.216	104.506	-7,61	0,34	89.439	76.188
58	CEMIGTELECOM	Serviços de Infraestrutura de Rede ⁽¹⁶⁾	48.018	50.018	94.297	-4,38	3,84	94.739	111.604
59	WITTEL	Serviços de Integração ^(10,6,7,12)	39.082	39.082	76.749	-5,04	3,13	10.838	3.515
60	PROCABLE ²	Fios e Cabos	36.994	61.657	72.649	59,71	73,45	11.504	4.870
61	ENGESET ²	Gerenciamento de Redes	36.974	36.974	72.610	-29,95	-23,92	11.491	10.374
62	MTEL	Serviços de Infraestrutura de Rede ^(12,7,11,4)	34.425	68.659	67.605	-13,73	-6,31	15.193	36.919
63	INSTITUTO DE PESQUISAS EL DORADO	Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	34.372	70.146	67.499	17,95	28,10	NI	NI
64	RADIANTE ENG TELECOM	Gerenciamento de Redes ^(11,10)	34.074	34.074	66.915	-	-	5.733	4.215
65	TELESPAZIO BRASIL	Serviços Corporativos ^(18,19)	28.096	32.670	55.176	-16,65	-9,48	22.417	10.039
66	NESIC	Gerenciamento de Redes ⁽¹⁾	28.041	28.041	55.067	-5,55	2,58	9.236	797

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.

Lucro Bruto (US\$ mil)	Lucro Operacional (US\$ mil)	Lucro Líquido (US\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Ret. s/ Invest. (%)	Giros dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
43.564	32.280	21.422	9,81	10,85	0,83	27,15	0,00	-0,23	7,71	0,71	-
40.635	15.437	12.172	12,78	6,37	1,06	120,34	11,22	2,96	5,80	0,91	0,84
30.902	799	395	1,24	0,22	1,67	112,77	9,28	0,67	0,58	2,65	0,12
67.980	15.819	14.206	7,74	8,22	1,10	48,34	17,60	4,03	5,22	0,63	-
38.751	3.872	3.608	7,07	2,12	0,66	262,54	20,13	1,48	1,95	0,92	-
29.043	2.612	974	1,27	0,59	1,90	74,23	17,91	-0,33	0,73	1,24	-
34.606	-16.992	-17.104	-58,07	-9,49	1,03	488,83	29,05	3,70	-9,86	1,04	-22,84
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
76.889	27.903	18.910	13,15	13,44	0,85	83,53	22,72	1,81	7,16	0,53	-
212.902	9.884	9.884	3,52	1,07	1,93	147,52	30,25	2,81	1,42	1,33	2,79
30.916	8.691	9.159	6,67	7,50	1,57	57,91	8,26	1,09	4,22	0,56	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
27.493	19.792	13.061	57,18	14,23	1,95	74,13	20,60	0,05	32,84	2,31	47,50
12.773	10.200	7.508	11,62	8,90	1,17	74,82	0,00	-2,11	6,65	0,75	131,71
55.288	33.417	33.417	18,86	36,91	0,75	41,32	5,63	-1,37	13,35	0,36	52,21
25.371	4.485	2.098	20,23	2,43	1,26	565,83	28,73	5,85	3,04	1,25	15,54
57.266	30.407	22.308	48,16	20,08	3,16	42,37	6,60	-0,29	33,83	1,68	73,14
23.442	4.445	3.837	10,08	5,13	0,87	218,60	0,80	1,02	3,16	0,62	8,03
NI	NI	NI	-1,02	-0,65	0,68	198,30	46,36	-9,72	-0,34	0,53	-0,96
13.117	2.287	620	18,05	0,87	1,55	839,52	20,61	5,25	1,92	2,20	0,38
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
63.781	24.479	17.753	79,42	5,59	2,02	296,75	0,99	-0,60	20,02	3,58	1,40
19.779	7.209	4.590	5,06	7,36	8,25	28,25	0,00	-4,24	3,95	0,54	5,19
24.216	2.175	733	0,82	1,38	0,78	37,72	16,97	6,13	0,59	0,43	-
20.039	-3.456	-6.291	-6,64	-12,58	0,65	46,91	13,48	-1,22	-4,52	0,36	-62,91
25.029	-2.457	-998	-9,20	-2,55	1,17	125,19	15,69	1,95	-4,09	1,60	-3,33
16.702	1.973	-1.257	-10,93	-2,04	1,14	876,95	5,78	9,60	-1,12	0,55	-
7.662	1.157	757	6,59	2,05	1,41	130,05	17,94	1,59	2,86	1,40	-
22.917	-10.790	-6.610	-43,51	-9,63	0,80	505,53	46,45	14,59	-7,19	0,75	-25,62
NI	NI	NI	30,90	9,90	1,60	108,90	3,10	-0,40	14,80	1,49	10,61
6.954	3.511	2.323	40,52	6,82	1,85	191,36	12,71	0,69	13,91	2,04	1,86
8.200	3.091	1.157	5,16	3,54	1,82	55,37	0,00	0,41	3,32	0,94	16,52
5.750	1.581	1.165	12,61	4,15	2,88	84,73	1,14	-0,97	6,83	1,64	3,40

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

	Empresa	Principal segmento de negócios em telecomunicações	Rec. Líquida Prop. em Telecom (US\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Receita Líquida (R\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. US\$ (%)	Cresc. Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (US\$ mil)	Ativo Perm. (US\$ mil)
67	ASGA	Equipamentos de Comunicação ^(5,9,11)	26.826	26.826	52.680	18,20	28,37	5.041	2.463
68	GRUPO BINÁRIO	Equipamentos para Telefonia ^(10,11,6,12)	26.017	32.522	51.093	-16,97	-9,83	NI	NI
69	JDSU	Equipamentos para Telefonia ^(5,8,10)	25.024	25.024	49.142	32,48	43,88	-3.458	1.065
70	URMET DARUMA	Gerenciamento de Redes ^(8,1)	23.165	52.647	45.491	-22,79	-16,15	47.541	16.039
71	TRÓPICO SISTEMAS E TELECOM.	Gerenciamento de Redes ^(8,2,1,11)	18.906	18.906	37.127	-44,06	-39,25	10.333	2.076
72	ALGAR MIDIA ²	Serviços Digitais	18.947	18.847	37.012	-	-	16.620	12.147
73	3CORP TECHNOLOGY	Gerenciamento de Redes ^(7,6,8)	18.587	18.587	36.502	17,08	27,15	4.629	5.915
74	SECCIONAL BRASIL	Infraestrutura	17.798	21.704	34.951	6,70	15,88	18.214	13.263
75	NEXANS FICAP ²	Fios e Cabos	15.765	315.298	30.959	-11,76	-4,17	171.413	120.110
76	LINX	Equipamentos de Comunicação ⁽⁸⁾	15.664	156.642	30.761	14,94	24,83	269.347	222.874
77	NETSERVICE ²	Equipamentos de Comunicação ^(4,11,12,10)	15.453	19.317	30.347	-4,48	3,74	21.127	19.978
78	SIEMENS	Serviços de Integração	14.987	2.141.007	29.432	-14,22	-6,84	NI	NI
79	TRIAD SYSTEMS	Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	13.346	13.346	26.208	-21,67	-14,93	4.506	5.733
80	LEUCOTRON TELECOM	Equipamentos de Comunicação	13.073	13.073	25.673	4,90	13,93	12.189	3.047
81	IMAGE TELECOM ²	Serviços Convergentes	12.185	12.185	23.929	9,28	18,68	14.805	16.379
82	VIAW	Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	9.387	9.881	18.433	21,65	32,11	7.377	214
83	ALOG SOLUÇÕES DE TECNOLOGIA ²	Serviços de Hosting de Servidores	9.299	92.993	18.262	13,97	23,77	55.774	115.239
84	HELLERMANNNTYTON	Fios e Cabos	8.108	40.541	15.923	-	-	15.648	10.051
85	DIGITEL	Infraestrutura ⁽⁷⁾	7.834	11.192	15.385	-5,75	2,36	13.817	10.768
86	NEOVIA SOLUTIONS	Serviços de Infraestrutura de Rede ⁽¹⁵⁾	7.169	11.029	14.078	-5,41	2,73	-28.336	6.146
87	ICARO TECHNOLOGIES	Serviços de Integração ^(10,6)	7.139	10.199	14.020	3,35	12,25	NI	NI
88	DIGISTAR	Equipamentos de Comunicação ⁽⁸⁾	6.943	6.943	13.634	-10,82	-3,15	3.036	1.148
89	ASGA SISTEMAS	Software ⁽¹⁰⁾	6.921	6.921	13.591	5,15	14,19	3.136	197
90	ASKI ²	Serviços de Call Center	6.654	6.654	13.066	45,71	58,24	-582	1.416
91	TECNOSET	Software	6.647	47.478	13.053	-2,88	5,47	5.805	9.394
92	NAVITA	Serviços Corporativos	5.218	5.218	10.247	-33,50	-27,78	4.395	1.845
93	TELLFREE	Serviços Digitais	4.931	4.931	9.684	-11,40	-3,78	NI	NI
94	VOXAGE - SERVIÇOS INTERATIVOS	Equipamentos de Comunicação ^(6,10,11,9)	4.821	4.821	9.468	-7,69	0,26	32	990
95	TELSIGN CONSULTORIA	Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	4.778	5.309	9.382	-	-	1.314	0
96	ONDA ²	Serviços Convergentes	2.336	2.336	4.587	-4,82	3,36	942	154
97	UNITELCO	Serviços de Infraestrutura de Rede ^(2,16,19,11)	2.007	12.787	3.942	-7,26	0,72	1.537	6.604
98	BRASILSAT	Gerenciamento de Redes ⁽²¹⁾	1.755	1.755	3.446	-37,87	-32,52	137.927	115.215
99	SISGRAPH	Software	1.752	35.043	3.441	-7,92	0,00	NI	NI
100	SISPRO SOFTWARE EMPRESARIAL	Software	1.264	6.322	2.483	-	-	3.938	3.298

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.

JDSU agora é Viavi Solutions™

Lucro Bruto (US\$ mil)	Lucro Operacional (US\$ mil)	Lucro Líquido (US\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Ret. s/ Invest. (%)	Giros dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
12.035	918	764	15,17	2,85	1,08	368,03	37,66	9,47	3,24	1,14	5,10
NI	NI	NI	22,83	7,37	1,75	124,02	0,76	4,55	10,19	1,38	19,29
10.446	-3.605	-3.489	0,00	-13,94	0,83	0,00	0,00	10,55	-15,08	1,08	-63,43
26.246	2.762	825	1,73	1,57	1,57	109,02	28,01	23,03	0,83	0,53	0,96
6.515	-885	-1.007	-9,75	-5,33	2,98	125,54	33,28	-2,93	-4,32	0,81	-9,97
13.968	2.238	1.287	7,75	6,83	1,73	60,97	0,79	-5,80	4,81	0,70	-
10.363	1.544	954	20,61	5,13	1,03	300,16	42,30	10,99	5,15	1,00	9,27
10.023	7.915	6.380	35,03	29,40	4,13	21,96	0,32	-0,52	28,72	0,98	64,45
31.472	-61.834	-75.225	-43,89	-23,86	1,41	69,87	5,76	2,01	-25,83	1,08	-
112.938	35.484	28.703	10,66	18,32	3,49	39,11	8,18	-4,99	7,66	0,42	12,86
14.567	271	110	0,52	0,57	1,44	151,39	8,80	8,44	0,21	0,36	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.687	-1.082	-1.300	-28,85	-9,74	0,69	171,74	22,82	7,21	-10,62	1,09	-7,65
6.938	1.994	1.246	10,22	9,53	10,01	8,33	0,00	-2,16	9,44	0,99	7,94
2.394	-919	-476	-3,21	-3,90	1,12	44,18	11,40	1,78	-2,23	0,57	-
9.881	6.952	6.952	94,24	70,36	4,65	26,53	0,42	0,01	74,48	1,06	302,25
30.795	2.654	-567	-1,02	-0,61	0,69	188,71	37,38	9,84	-0,35	0,58	-
13.493	2.900	779	4,98	1,92	2,01	88,81	0,03	0,85	2,64	1,37	-
1.774	-4.785	-3.214	-23,26	-28,72	1,46	94,62	18,81	21,61	-11,95	0,42	-19,60
5.500	-1.183	-1.183	0,00	-10,72	0,81	0,00	10,74	0,72	-13,18	1,23	-10,66
NI	NI	NI	48,00	18,00	2,62	52,00	0,00	1,73	31,36	1,77	17,85
1.396	2	2	0,06	0,02	1,78	91,16	14,19	0,00	0,03	1,20	0,03
5.844	1.975	1.832	58,41	26,47	4,14	22,43	0,00	-1,88	47,71	1,80	26,55
1.330	701	512	0,00	7,70	1,50	0,00	0,01	3,29	16,92	2,20	-
17.286	5.036	175	3,01	0,37	1,09	270,81	22,81	-0,04	0,81	2,21	0,43
2.528	-1.805	-1.805	-41,07	-34,59	3,35	25,12	0,79	3,39	-32,83	0,95	-9,40
NI	NI	NI	-1.059,57	-84,60	20,56	5.095,52	53,53	15,09	-20,28	0,24	-61,16
2.623	125	125	392,00	2,59	1,65	6.837,33	43,44	4,53	5,65	2,18	1,66
2.350	283	187	14,23	3,52	2,96	50,89	21,81	-0,34	9,43	2,68	2,34
1.454	17	16	1,67	0,67	2,61	160,50	10,56	6,93	0,64	0,95	0,00
9.049	-321	-321	-20,86	-2,51	0,57	585,77	21,71	4,80	-3,04	1,21	-2,94
998	-48	937	0,68	53,40	31,84	0,78	0,00	1,55	0,67	0,01	39,04
NI	NI	NI	-	-	7,11	-	-	-	-	-	-
2.057	-109	-91	-2,32	-1,44	1,34	22,44	0,00	1,28	-1,89	1,31	-

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).



www.viavisolutions.com

maiores e destaques



produtos

MAIORES	SEGMENTOS	DESTAQUES
INTEL	Componentes, Partes e Peças	CABLETECH
PROMON LOGICALIS	Equipamentos de Comunicação	ASGA
CISCO	Equipamentos para Telefonia	LEUCOTRON TELECOM
FURUKAWA	Fios e Cabos	FURUKAWA
ERICSSON	Infraestrutura	SECCIONAL BRASIL
ERICSSON	Software	ERICSSON
SAMSUNG	Terminais	INTELBRAS



serviços

MAIORES	SEGMENTOS	DESTAQUES
ALLIED	Canais de Comercialização	ALLIED
ACCENTURE	Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	VIA/W
TELEMONT	Gerenciamento de Redes	ALCATEL-LUCENT
OI	Serviços Convergentes	NET
GVT	Serviços Corporativos	COPEL TELECOM
GRUPO CONTAX	Serviços de Call Center	AeC CONTACT CENTER
ALGAR MULTIMÍDIA	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	LEVEL 3
NET	Serviços de Infraestrutura de Rede	LINX
PROMON LOGICALIS	Serviços de Integração	ICARO TECHNOLOGIES
OI	Serviços de Telefonia Fixa	VIVO
NET	Serviços Digitais	HISPAMAR SATÉLITES
TIM	Serviços Móveis	ALGAR TELECOM

DEDALUS, O PRIMEIRO CLOUD SERVICES BROKER DO BRASIL .



Líder no mercado de Cloud Computing no Brasil, a Dedalus agora passa a atuar como Cloud Services Broker. Integramos tecnologias desenvolvidas em parceria com as maiores empresas de Cloud, oferecendo a melhor consultoria, Serviços Gerenciados (Managed Services) e o uso consistente de cada tecnologia de Cloud. Desta forma, aprofundamos ainda mais o foco em cada necessidade dos nossos clientes em sua jornada para a nuvem. Afinal, há mais de 20 anos a nossa missão é oferecer produtos e soluções cada vez mais inovadoras, além da melhor equipe de especialistas do mercado de tecnologia.



Dedalus
Simplificando a tecnologia

www.dedalus.com.br



Microsoft Partner
Silver Cloud Productivity



A Telefônica Vivo é a empresa do ano

O Brasil é considerado estratégico para o crescimento global do grupo Telefônica: responde por 30% dos acessos no mundo, superando a Espanha e os demais países onde a empresa atua.

Destaque no segmento Serviços de Telefonia, a Telefônica Vivo é a empresa do ano do Anuário Telecom pela 3ª vez (antes, foi premiada em 2001 e 2007). Embora tenha registrado queda na receita líquida total da ordem de 7,1%, a empresa obteve as expressivas marcas de 14% de rentabilidade sobre as vendas e 10,9% de rentabilidade sobre o patrimônio.

O grupo investiu €55 bilhões desde sua entrada no Brasil, em 1996, e a recente compra da GVT demonstra sua confiança no país, na análise do presidente, Amos Genish.

O movimento estratégico de aquisição da GVT em 2014 por €7,6 bilhões, aprovada pelo CADE em março de 2015, foi um passo importante na busca por liderança em vários mercados. A aquisição deu à Telefônica 29% das receitas do mercado nacional de telecomunicações e a liderança no segmento de banda ultralarga, além de ser a primeira em telefonia móvel, com a Vivo. Com a GVT, adicionou rede de fibra óptica para conectar mais sites de telefonia móvel e apoiar sua estratégia de 4G e ampliar mercado no segmento corporativo e de pequenas e médias empresas (PMEs) fora do estado de São Paulo, ao migrar para infraestrutura própria.

Antônio Carlos Valente, que ocupava a presidência da empresa no país desde 2007, deixou o cargo, substituído por Amos Genish, CEO da GVT, escolhido pelo seu desempenho à frente da operadora que ajudou a fundar e que transformou em uma companhia de sucesso. Sob seu comando, a GVT já havia sido vendida para a francesa Vivendi em 2009 e, anteriormente, aberto seu capital em bolsa em 2007.

Em 2014, a Telefônica concluiu o ciclo de investimentos iniciado em 2011, totalizando R\$ 27 bilhões, volume superior aos R\$ 24,3 bilhões inicialmente programados. “Isso nos permitiu ter a maior e mais sólida rede de tráfego de voz e dados do país, adquirir licenças e reforçar nosso diferencial de qualidade de serviços”, afirma Amos. A Telefônica alçou ao posto de líder em serviços de banda larga móvel, com a maior cobertura em tecnologia 4G do mercado, e na banda ultralarga fixa com a maior rede de FTTH (fiber-to-the-home) do país, segundo a Anatel.

O ano de 2014 trouxe, ainda, o desafio especial de aumentar a capacidade das redes para atendimento à demanda por tráfego durante a Copa do Mundo e as eleições. Face a esses dois grandes eventos, segundo seu presidente, a Telefônica se posicionou operadora digital: “Além de soluções móveis inovadoras, investimos em cidades inteligentes, com a implantação de um piloto em Águas de São Pedro, município a 186 quilômetros São Paulo, e que se tornou referência global no Grupo Telefônica”. O projeto abrange a modernização dos serviços de conexão e voz e a implantação de 20 diferentes soluções de tecnologia nas áreas de educação, saúde e gestão pública.

O avanço em direção ao conceito de tele digital, de acordo com Amos, pode ser comprovado em números, com o crescimento significativo da receita com serviços de valor adicionado (SVAs). Em 2014, a receita operacional líquida de SVAs no segmento individual atingiu R\$ 1,6 bilhão, montante 42,6% superior ao obtido no ano anterior, e no segmento corporativo a empresa cresceu 40%, atingindo R\$ 600 milhões. “Temos 83 serviços de valor agregado (SVAs) que contam com mais de 40 milhões de clientes ativos”, diz.

Para Amos, a tarefa mais importante de 2015 é, claro, a integração entre a Telefônica Vivo e a GVT, processo já em andamento e que compreende várias frentes de trabalho: “Mais de 150 executivos trabalharam na elaboração do plano de integração já iniciado e o objetivo é que os clientes, ainda em 2015, percebam os frutos da fusão”. No primeiro trimestre de 2015, a empresa, resultante da fusão com a GVT, apresentou receita operacional bruta de R\$ 15,9 bilhões, um aumento de 4,47% em relação aos três primeiros meses de 2014. A receita operacional líquida aumentou 5,13%, totalizando R\$ 10,3 bilhões, de acordo com comunicado enviado ao mercado. Amos vê boas oportunidades tanto para conquistar novos clientes, quanto para oferecer mais serviços àqueles que já são usuários. O momento econômico é de ajustes e o executivo reforça sua confiança na retomada do crescimento: “Sou um otimista, estou no Brasil há 15 anos e tive muitas oportunidades desde que cheguei aqui. É claro, há anos melhores e piores, mas, na média, o Brasil é um país de oportunidades”. Como investidor de longo prazo, a Telefônica Vivo encara o ciclo pelo qual o país passa como temporário. “Apesar das dificuldades atuais, o Brasil é um dos países do mundo que oferece as melhores frentes de negócio, em todos os segmentos”, garante.

Os ajustes fiscais, na opinião dele, são um bom começo e podem abrir caminho para a retomada do crescimento e dos investimentos, mas ele faz a ressalva de que deveriam ter como foco a redução de despesas do estado, reduzindo o ônus à sociedade: “Nossa indústria de telecomunicações já tem uma das mais altas cargas tributárias do mundo. E tributos adicionais podem afetar drasticamente a capacidade de investimentos dos players e, conseqüentemente, prejudicar os próprios usuários”.

Ao longo de 2014, o mercado de telecomunicações enfrentou um cenário complexo, com condições econômicas desfavoráveis, pressão nas receitas devido a mudanças regulatórias, acirramento da competição



divulgação

Amos Genish

presidente

**R\$ 24 bilhões investidos
no Brasil em quatro anos**

no setor e forte demanda por investimentos em rede. Para fazer frente a esse cenário, a Telefônica Vivo investiu R\$ 9,1 bilhões no ano, grande parte dedicada à ampliação da capacidade da rede móvel, à compra da licença na faixa de 700 MHz, além de investimentos na ampliação da rede fixa de fibra óptica. “Com cobertura abrangente e qualidade de serviços, mantivemos o crescimento nos segmentos de maior receita, como no pós-pago, que fechou o ano com 28,3 milhões de acessos, o equivalente a 35,5% da base de acessos móveis. Isso significou elevação de 19,7% na comparação com 2013 e refletiu expressivo número de adições líquidas, representando 56,3% das adições do mercado no ano de 2014”, explica Amos.

Na telefonia fixa, a empresa também registrou crescimento de acessos em todas as modalidades de serviços: voz, banda larga e TV por assinatura, além da retomada do crescimento no negócio de TV por assinatura. “No ano passado”, segundo Amos, “foram computadas 140 mil adições líquidas no segmento, resultando numa evolução anual de 22,3%”.

Em 2015, um dos grandes temas do setor de telecomunicações é a renovação do contrato de concessão do Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC). Para Amos, passados mais de 15 anos desde a formulação do modelo setorial e, em particular, das premissas que conduziram a elaboração do contrato de concessão, é

importante revisitar essas bases para garantir a aderência à realidade do período atual. Ele acredita que é preciso assegurar a prestação sustentável do serviço pelas concessionárias, avançando nos objetivos que visam a difusão dos serviços de telecomunicações para a população, o desenvolvimento de um mercado competitivo e com melhores serviços: “É importante, por exemplo, rever as obrigações, discutir a questão em torno da reversibilidade de bens e dos valores, e critérios das multas impostas atualmente pela agência reguladora”.

Uma das grandes apostas da Telefônica Vivo no país é a rede 4G. No primeiro trimestre de 2015, a empresa investiu R\$ 1,3 bilhão, com foco na expansão de co-

Os números vencedores (2014)

Receita Líquida (US\$ mil)	14.865.139
Patrimônio Líquido (US\$ mil)	19.091.142
Ativo Permanente (US\$ mil)	22.009.383
Lucro Bruto (US\$ mil)	7.550.348
Lucro Operacional (US\$ mil)	2.019.101
Lucro Líquido (US\$ mil)	2.096.691
Crescimento Receita Líquida (%)	-7,18
Rentabilidade sobre patrimônio (%)	10,98
Rentabilidade sobre vendas (%)	14,10
Liquidez Corrente	0,97
Endividamento s/ Patrimônio	62,53
Endividamento s/ Ativo	4,97
Desp. Financeiras s/ Vendas	1,03
Retorno sobre investimentos (%)	6,76
Giro dos Ativos	0,48

bertura de fibra óptica e na cobertura da tecnologia de quarta geração que alcança 140 cidades, além da infraestrutura de transmissão e capacidade para o 3G. “É a maior cobertura de quarta geração no país. Além de obter liderança geral no mercado de telefonia móvel, temos a primeira posição em 4G, com participação de 37,6% do mercado, de acordo com os últimos dados da Anatel”, diz. A velocidade e qualidade de conexão, especialmente para vídeos e fotos, fazem do 4G, de acordo com Amos, o principal foco da empresa para continuar à frente do serviço móvel nos próximos anos: “Essa tecnologia é estratégica para a Telefônica Vivo a longo prazo, como demonstra o investimento de R\$ 1,9 bilhão, no ano passado, para adquirir um dos lotes da frequência de 700 MHz e expansão das redes 4G até 2020”.

Do ponto de vista de infraestrutura, a aquisição da GVT adicionou rede de fibra óptica para incrementar serviços corporativos. Antes da integração, a rede para o mercado residencial cobria 4,2 milhões de domicílios em 36 cidades paulistas, incluindo a capital, com 429 mil usuários. Hoje está presente em 20 Estados e no Distrito Federal, podendo ser estendido para a maior parte do Brasil, permitindo à Telefônica ampliar a oferta de acesso à Internet e TV para o assinante residencial.

“Com a integração, também temos uma grande oportunidade a explorar o mercado corporativo fora de São Paulo, devido à capilaridade da GVT. Ganhamos ainda competitividade na oferta de serviços para as pequenas e médias empresas, com a expansão da rede de banda larga de alta velocidade em São Paulo”, lembra Amos. Outra área estratégica no mercado, segundo ele, é a possibilidade de ofertas cruzadas de serviços móveis e digitais corporativos incentivando os clientes a concentrar seus múltiplos serviços de telecomunicações com a operadora: “Conhecemos o potencial da nossa base e queremos aproveitá-la”.

A inovação, de acordo com seu presidente, está no DNA da Telefônica Vivo e continua fundamental para

o crescimento da companhia. Um exemplo é a recém-anunciada plataforma Vivo M2M Control Center para clientes globais, oferecida em parceria com a Jasper, um dos principais players mundiais em Internet das Coisas (IoT). A plataforma permite aos clientes lançar, gerenciar e rentabilizar seus negócios baseados em IoT em qualquer lugar do mundo. No Brasil, os mercados alvo são o automotivo, utilities, segurança, saúde, eletrônicos e cidades inteligentes. A plataforma permite a visualização dos dispositivos conectados e torna possível o gerenciamento da conexão, suporte a diagnósticos e faturamento flexível. O Control Center também viabiliza o uso do Telefônica Global SIM, que permite às empresas estabelecer processos de comunicação de dados, voz e SMS em qualquer lugar do mundo.

Amos diz que a Telefônica mantém sua aposta em novos SVAs para os segmentos de trabalho, estudo, lazer e convivência dos clientes, parte do objetivo de consolidar-se como operadora digital integrada: “A meta é transformar a Telefônica Vivo em uma referência mundial, com foco na melhoria da qualidade do serviço fixo, móvel e TV paga. Vamos também manter fortes investimentos em 3G e 4G, com ampliação da qualidade e cobertura, porque a demanda por serviços de dados móveis continua muito aquecida”.

O desembolso em 2015, segundo ele, ficará próximo ao registrado em 2014, quando alcançou R\$ 8,4 bilhões, incluindo Telefônica Vivo e GVT e excluídos os gastos com licenças. A aplicação de recursos estende-se também à infraestrutura dos serviços fixos, principalmente nas redes de fibra óptica para o mercado residencial. No mercado paulista, de acordo com Amos, a empresa dá ênfase às ofertas de triple e quadruple play (telefonia fixa, móvel, Internet e TV paga) e à expansão dos serviços ao mercado corporativo em todo o Brasil: “Os pacotes de dados 4G, na telefonia móvel, e a banda ultralarga, no negócio fixo, são nossas principais apostas para manter a liderança e continuar a crescer no segmento de dados”.



Telefônica Vivo

is the company of the year

Telefônica group considers Brazil strategic for its global growth: it accounts for 30% of worldwide accesses, outpacing Spain and other countries where the company is present.

Outstanding in Telephone Services, Telefônica Vivo is Anuário Telecom's company of the year for the third time (previously it has been awarded in 2001 and 2007). Although reporting drop in total net revenues of 7.1%, the company had expressive 14% growth in profits on sales and 10.9% in return on equity.

The group has invested €55 billion since its arrival in Brazil in 1996, and recent GVT purchase shows its confidence in the country, according to CEO Amos Genish. The strategic move of acquiring GVT in 2014 for €7.6 billion, approved by Brazilian government in March 2015, was an important step toward looking for leadership in different markets. The acquisition has given Telefônica Vivo 29% of national telecommunications market share and leadership in the ultra broadband segment, in addition to being the first in mobile telephone services, with Vivo.

With GVT, it has added fiber optics network to further connect mobile telephone sites and support its 4G strategy, in addition to expanding corporate and small and medium size companies market outside the state of São Paulo, by migrating to their own infrastructure. Antônio Carlos Valente, who was the CEO of the company in Brazil since 2007, has left his post, being replaced by Amos Genish, GVT's CEO, chosen by his performance in the company he helped founding and which has become a successful business. Under his leadership, GVT had been already sold to the French

company Vivendi in 2009 and previously had opened its capital in 2007.

In 2014, Telefônica Vivo has concluded the investment cycle started in 2011, in a total of R\$ 27 billion, above the initially scheduled R\$ 24.3 billion. "This has given us the largest and soundest voice traffic network in the country, has allowed us to acquire licenses and to reinforce our service quality differential", states Genish. Telefônica Vivo has become leader in mobile broadband services, with the broadest 4G technology coverage, and in fixed ultra broadband with the largest FTTH (fiber-to-the-home) network in the country, according to Anatel.

The year 2014 has also brought the special challenge of increasing networks capacity to meet traffic demands during the World Cup and the elections in Brazil. Faced to those two major events, according to its CEO, Telefônica Vivo was positioned as a digital operator: "In addition to novel mobile solutions, we have invested in intelligent cities, with the implementation of a pilot in Águas de São Pedro, city 186 km away from São Paulo, and which has become global reference for the Telefônica group". The project involves connection and voice services modernization and the implementation of 20 different technological solutions for education, health and public management.

The advance toward the digital tele concept, according to Genish, can be proven by figures, with significant growth in revenues of value-added services (VASs). In 2014, VASs net operating earnings in the individual segment have reached R\$ 1.6 billion, or 42.6% above last year's earnings, and in the corpo-

rate segment the company has grown 40%, reaching R\$ 600 million. “We have 83 value-added services (VASSs) which count on more than 40 million active clients”, he says.

For Genish, the most important task for 2015 is, of course, the integration between Telefônica Vivo and GVT, process already in progress and which involves several work fronts: “More than 150 executives have worked in the development of the already started integration plan and the goal is that clients, still in 2015, notice the fruits of the merger”.

In the first quarter of 2015, the company, resulting from the merger with GVT, had gross operating earnings of R\$ 15.9 billion, or 4.47% growth as compared to the first quarter of 2014. Net operating earnings have increased 5.13%, in a total of R\$ 10.3 billion, according to a report issued to the market. Amos sees good opportunities both to get new clients and to offer more services to current users. Economic moment calls for adjustments and the executive reinforces his confidence in the recovery of growth: “I am an optimist; I am in Brazil for 15 years and had many opportunities since then. Of course, there are better and worse years but, in average, Brazil is a country offering the best business fronts in all segments”.

In his opinion, fiscal adjustments are a good starting point and may pave the way for growth and investments recovery, but he cautions that the focus should be State expenditures decrease, reducing the burden to society: “Our telecommunications industry has already one of the highest tax burdens of the world. And additional taxes may dramatically impact players’ investment capacity, thus also hurting users”.

Throughout 2014, the telecommunications market has faced a complex scenario, with unfavorable economic



dirigência

Amos Genish

chairman

**R\$ 24 billion invested
in Brazil in four years**

conditions, pressure on revenues due to regulatory changes, increased competition and strong demand for network investments. To face this scenario, Telefônica Vivo has invested R\$ 9.1 billion during the year, mostly dedicated to expand mobile network capacity, to purchase the 700 MHz band license, in addition to investments to expand fixed fiber optics network. “With comprehensive coverage and quality of services, we have maintained growth in segments with the highest revenues, such as post-paid, which has closed the year with 28.3 million accesses, equivalent to 35.5% of the mobile access base. This has meant

19.7% increase as compared to 2013 and has reflected an expressive number of net additions, representing 56.3% of market additions in 2014”, explains Genish. In fixed telephone services the company has also reported access growth in all service modalities: voice, broadband and pay TV, in addition to recovery of growth in pay TV. “Last year”, according to him, “there have been 140 thousand net additions to the segment, resulting in an annual evolution of 22.3%”. In 2015, a major topic of the telecommunications industry is the renewal of Commuted Fixed Telephone Service concession agreement (STFC). For Amos Genish, after

more than 15 years since the formulation of the sectoral model and, especially, of the premises which have led to the development of the concession agreement, it is important to revisit those bases to assure compliance with current reality. He believes that it is necessary to assure sustainable service provision by carriers, advancing in objectives aiming at spreading telecommunication services to the population, at the development of a competitive market with better services: “It is important, for example, to review duties, to discuss the issue of goods and values reversibility, and criteria of currently imposed fines by the regulating agency.”

Winning figures (2014)

Net Earnings (US\$ thousand)	14,865,139
Net Equity (US\$ thousand)	19,091,142
Permanent Assets (US\$ thousand)	22,009,383
Gross Profit (US\$ thousand)	7,550,348
Operating Profit (US\$ thousand)	2,019,101
Net Profit (US\$ thousand)	2,096,691
Net Earnings Growth (%)	-7.18
Return on Equity (%)	10.98
Return on Sales (%)	14.10
Current Marketability	0.97
Indebtedness on Equity	62.53
Indebtedness on Assets	4.97
Financial Exp.on Sales	1.03
Return on Investments (%)	6.76
Assets Turnover	0.48

A major bet of Telefônica Vivo in the country is the 4G network. In the first quarter of 2015, the company has invested R\$ 1.3 billion, with focus on the expansion of fiber optics coverage and fourth generation technology coverage which reaches 140 cities, in addition to 3G transmission infrastructure and capacity. "It is the largest fourth generation coverage in the country. In addition to having general leadership in the mobile telephone market, we are the first in 4G, with 37.6% market share, according to latest Anatel data", says Genish. Speed and connection quality, especially for videos and pictures, make 4G, according to him, the major focus of the company to continue leading mobile services in the next years: "This technology is strategic for Telefônica Vivo in the long run, as shown by the investment of R\$ 1.9 billion, last year, to acquire a lot of the 700 MHz frequency and expand 4G networks until 2020".

From the infrastructure standpoint, the acquisition of GVT has added fiber optics network to improve corporate services. Before the integration, the home market network covered 4.2 million homes in 36 cities of the state of São Paulo, including the capital, with 429 thousand users. Today it operates in 20 States and in the Federal District and may be expanded for most part of the country, allowing Telefônica Vivo to expand its Internet and TV access offerings for home subscribers.

"With the integration, we also had a huge opportunity to explore the corporate market outside São Paulo, due to GVT capillarity. We have also gained competitiveness in the offering of services for small and medium companies, with the expansion of high-speed broadband network in São Paulo", recalls Genish. Another market strategic area, according to him, is the possibility of cross-offerings of corporate mobile and digital services encouraging clients to concentrate multiple telecommunication services with the operator: "We know the potential of our base and intend to use it".

Innovation, according to its CEO, is in Telefônica Vivo DNA and continues to be critical for the growth of the company. One example is the recently-announced Vivo M2M Control Center platform for global clients, offered in partnership with Jasper, a major worldwide player in Internet of Things (IoT). The platform allows clients to launch, manage and profit their businesses based on IoT anywhere in the world. In Brazil, target markets are automotive, utilities, security, health, electronics and intelligent cities. The platform provides visualization of connected devices and allows for connection management, diagnostic support and flexible billing. The Control Center also makes feasible the use of Telefônica Global SIM, which allows companies to establish data, voice and SMS communication processes anywhere in the world.

Genish says that Telefônica Vivo continues to bet on new VASs for clients work, education, leisure and co-existence, part of the objective of being consolidated as integrated digital operator: "The goal is to make Telefônica Vivo a world reference, with focus on improving the quality of fixed, mobile and pay TV services. We shall also maintain sound investments in 3G and 4G, with expansion of quality and coverage, because the demand for mobile data services is still strong".

Expenditures in 2015, according to him, shall be close to those recorded in 2014, when they reached R\$ 8.4 billion, including Telefônica Vivo and GVT and excluding licensing expenditures. The investment of resources is also expanded to fixed services infrastructure, especially fiber optics networks for the home market. In São Paulo, according to Genish, the company emphasizes triple and quadruple play offerings (fixed, mobile telephone, Internet and pay TV) and the expansion of services to the corporate market throughout Brazil: "4G data packages, mobile telephone and ultra broadband for fixed business are our major bets to maintain leadership and continue to grow in the data segment".

As 10 empresas mais rentáveis

Aumentar a receita e rentabilizar as vendas exigiu estratégias combinadas de controle de custos, diversificação de serviços e ampliação da linha de produtos entre as dez empresas que se destacaram nessa categoria, de acordo com o Anuário Telecom. Com o incrível índice de 70,3% de rentabilidade sobre as vendas, a ViaW é a campeã entre as empresas mais rentáveis do Anuário Telecom. E, além de figurar entre as dez que mais cresceram, com um aumento de 21,6% na receita líquida, é Destaque pelo segundo ano consecutivo, no segmento de Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos.

O resultado, segundo o sócio-diretor Nelson Reis, é fruto da estratégia de ampliação do portfólio, agregando outras frentes de melhoria de eficiência nos clientes, tais como análise de contratos com datacenters e oferta de serviços para empresas de pequeno e médio portes. Também no ano passado, a ViaW ampliou a abrangência nacional, atendendo clientes fora do eixo Rio-São Paulo e Minas Gerais.

Sem vínculos com operadoras, fornecedores ou equipamentos, a empresa foca na economia e na melhoria dos níveis de serviços contratados. Por meio de renegociação e gestão de contratos, recupera valores cobrados incorretamente. A linha de serviços da ViaW abrange renegociação de contratos em TI e telecomunicações, incluindo preços e tarifas, otimização da infraestrutura e governança e análise do modelo de SLA (Service Level Agreement). Em gestão de telecom, oferece controle periódico dos gastos, gestão de uso dos recursos, orientação especializada para tomada

de decisões e gestão de qualidade técnica. Faz ainda auditoria e contestação de contas pagas indevidamente pelos clientes nos últimos cinco anos.

A rentabilidade de 53,4% sobre as vendas registrada pela Brasilsat, especializada em antenas e sistemas de rede, baseou-se na ampliação de seu parque fabril, permitindo acrescentar novos produtos ao portfólio. Em 2013, a empresa adquiriu os ativos de uma fábrica localizada em Manaus (AM) e, no ano passado, iniciou a produção de receptores para recepção de sinais de TV, antenas para a banda C (parabólicas) e receptores para o mercado de TV por assinatura na Banda-Ku. A empresa oferece antenas, LNBFs (Low Noise Block-down Converter with Feedhorn, ou conversor de baixo ruído com feedhorn, tubo de metal que orienta o sinal), cabos, kits, conectores e componentes para o mercado de telecomunicações, além de shelters para datacenters. O vice-presidente, José Roberto Contrucci, também destaca a importância do lançamento de antenas para banda KA voltadas para redes de banda larga para o resultado da empresa no ano passado: "Ampliamos nossa família de antenas com o desenvolvimento da linha SOB177-XX, que permite acesso à Internet via satélite para residências e empresas, muitas vezes não atendidas de maneira satisfatória por outras tecnologias de acesso". Outro lançamento é a família de antenas UD de ultradesempenho para sistemas ponto a ponto, em enlaces onde há interferências de rede. Segundo Contrucci, a estratégia foi focar em mercados com alta taxa de crescimento, embora isso não tenha se refletido em significativo aumento

As campeãs da rentabilidade

CLASSIFICAÇÃO NO RANKING	AS 10 EMPRESAS MAIS RENTÁVEIS	RENTABILIDADE S/ VENDAS (%)	RECEITA LÍQUIDA (US\$ MIL)
81	VIAW	70,36	9.387
98	BRASILSAT	53,40	1.755
47	COPEL TELECOM	36,91	84.378
33	STAR ONE	35,53	200.915
13	TDATA	33,68	927.688
73	SECCIONAL BRASIL	29,40	17.798
88	ASGA SISTEMAS	26,47	6.921
49	AUTOTRAC	20,08	82.194
31	ALGAR TELECOM	18,04	236.753
86	ICARO TECHNOLOGIES	18,00	7.139

de vendas: “A lucratividade foi resultado de um rígido controle de custos”.

Entre as linhas mais importantes para a empresa estão os sistemas DTH, antenas de VSat e torres eólicas. “Em 2016, planejamos ampliar a fábrica de Manaus, para a fabricação de set top box para TV, aproveitando o mercado de migração da TV analógica para a digital”, diz.

A BrasilSat, de acordo com o executivo, gerencia e fornece sistemas para comunicação celular, desde a prospecção do site até a entrega da solução, faz o projeto de cobertura, drive test, avaliação do plano de frequências, hands off, instalação e alinhamento dos equipamentos: “Vamos além da fabricação do produto, firmando parcerias com as operadoras para a oferta da solução instalada”. A oferta de serviços inclui projetos que envolvem toda a infraestrutura do site com contratos com outros fornecedores.

A Autotracs, especializada no desenvolvimento de equipamentos e sistemas de comunicação móvel de dados para o mercado corporativo, focou na gestão acurada dos custos para garantir as margens do negócio. A equação parece difícil à primeira vista, afinal, o crescimento demanda muitos investimentos. “Essa estratégia foi pensada com bastante antecedência, nos preparando para momentos econômicos mais difíceis, mantendo a liquidez, baseados na geração de caixa, sem ser necessário recorrer a capital de terceiros. Isso tornou possível fazer frente aos investimentos que suportam o crescimento da Autotracs, sem sacrificar o resultado final de cada exercício”, afirma Márcio Toscano, diretor comercial e marketing. A empresa obteve 20,8% de rentabilidade sobre as vendas. O resultado, de acordo com ele, foi sustentado com a ampliação da rede de concessionárias autorizadas que prestam serviço comercial, assistência técnica e

pós-venda aos clientes, com a abertura de oito novas unidades, além do lançamento de novos produtos. Entre eles está o Cyberfleet, sistema de monitoramento remoto da pressão, temperatura e posição dos pneus, desenvolvido em conjunto com a Pirelli.

O setor de transporte rodoviário de cargas continua sendo o carro-chefe da Autotrak, que também tem ampliado mercado no segmento de veículos de passeio – carros e motos – com a venda da linha de produtos Autotrak One, voltada para pessoas físicas.

A oferta de serviços inovadores também foi importante para o resultado da Autotrak, que lançou uma plataforma de comunicação móvel multimeio, unindo satélite, celular e wi-fi, conectada a tablets, com aplicação principal no despacho de ordens de serviços e gestão de equipes de campo. Em 2014, a empresa conquistou os primeiros clientes do setor de utilities e, segundo Márcio, deve ampliar a presença no segmento: “Manter o crescimento em 2015 exige um gerenciamento diário, com medidas de estímulo às vendas e atenção máxima ao controle de custos operacionais, sem interromper os investimentos que já estavam previstos e continuam a pavimentar nosso faturamento”.

Mais além dos grandes centros

Com foco em rede terrestre, a Copel Telecom tem como trunfo um backbone de fibra óptica cabeando toda a região da operadora de energia do Paraná, alcançando 399 municípios. No ano passado a empresa ampliou seu mercado, vendendo capacidade de infraestrutura também no varejo, além do atacado, com oferta de acesso à Internet com fibra óptica e tecnologia GPON (Gigabit Passive Optical Network). A estratégia se refletiu na excelente rentabilidade sobre as vendas de 36,9%. A Copel Telecom foi também Destaque do Ano no segmento de Serviços Corporativos.

“Nossa principal estratégia para crescer foi oferecer serviços para clientes residenciais e pequenas e médias empresas, com o atendimento de banda larga em mais de 50 cidades do Paraná, em mercados carentes de redes. Quebramos a lógica de atendimento apenas nos grandes centros, massificando as ofertas em todas as regiões do estado”, explica o diretor presidente, Adir Hannouche.

Outra empresa que voltou as atenções para redes de acesso e serviços móveis foi a Algar Telecom, que ganhou rentabilidade em serviços para assinantes residenciais, investindo também no segmento corporativo. A empresa, que obteve o índice de 18% de rentabilidade sobre as vendas, deu ênfase à modernização da infraestrutura móvel, por meio de um acordo com a Nokia, com foco na implantação da rede 4G, incluindo troca de antenas, estações radiobase e novas plataformas de serviços. “Ampliamos a cobertura geográfica em três vezes e aumentamos em cinco vezes a velocidade de dados”, afirma o presidente, Divino Sebastião de Souza.

A Algar Telecom, Destaque do Ano em Serviços Móveis, também ganhou alcance nos serviços corporativos com o lançamento de um piloto para testar o atendimento de microempresas fora de sua área de cobertura, começando por Belo Horizonte, em Minas Gerais, e Rio Preto e Ribeirão Preto, no interior de São Paulo. Outro marco importante foi a parceria com Google, Angola Cable e Antel do Uruguai para a construção conjunta do cabo submarino ligando o Brasil ao Estados Unidos, com conclusão prevista para o final de 2016. O cabo ligará as cidades de Santos (SP) e Fortaleza (CE) a Boca Raton, na Flórida, Estados Unidos, operado pelas quatro companhias com capacidade de 64 TBPS. A Algar Telecom investirá US\$ 60 milhões para contar com infraestrutura de fibras destinada a seus planos de expansão e oferta de novos serviços como transporte de vídeo em HD e rede 4K aos clientes.



A análise de grandes bases de dados para filtrar informações relevantes, negócio relativamente recente, conhecido como Big Data, colocou a Ícaro Technologies na dianteira na oferta desses serviços às grandes operadoras de telecomunicações. Foi uma das razões de a empresa ter obtido os 18% de rentabilidade sobre vendas no ano passado. O sistema analytics da empresa, composto por soluções de processamento e análise de grandes volumes de dados, e o desenvolvimento de projetos de automação de processos operacionais, em especial para grandes operadoras, foram a base para esse crescimento, explica o sócio e CTO da Ícaro Technologies, Kleber Stroeh. Em maio, a Ícaro inaugurou uma subsidiária nos Estados Unidos estendendo o alcance dos serviços, além de contar com escritórios em São Paulo (SP), Campinas (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Curitiba (PR). “Começamos a prospectar o mercado norte-americano no ano passado com a plataforma de análise de Big Data com função preditiva e algoritmos especializados na operação de telecomunicações, um diferencial importante que nos distingue dos concorrentes”, afirma Kleber. No Brasil, a Ícaro atende grandes grupos como a Telefônica Vivo e o grupo América Móvil, com uma equipe de consultores com formação multidisciplinar em negócios, TI e estatística.

“A procura por soluções de automação de processos, para obter ganhos de eficiência, motivou uma série de projetos de integração em 2014, e em 2015 a demanda continua alta em um contexto de operações inteligentes, incluindo soluções de analytics”, diz. Além da área de telecomunicações e finanças, Kleber explica que a empresa espera estender atuação para o setor elétrico, que deve responder por 15% faturamento entre 2015 e 2016: “São áreas fortemente orientadas a serviços e amparadas por operações onde nossas soluções podem ajudá-los a se conectar melhor com o cliente final”.

O trunfo da diversificação

Paulo Emmanuel Abreu Junior, diretor superintendente da Seccional, fabricante de torres e estruturas metálicas de alta capacidade, campeã de prêmios do Anuário Telecom nos últimos dez anos, aponta a diversificação das operações como responsável pela rentabilidade de 29,4% obtida no ano passado: “Apostamos em novas oportunidades de negócio, como o fornecimento para o mercado de broadcast, aproveitando o lançamento da TV digital, setor de energia elétrica e eólica, e estruturas para as áreas de petróleo e gás”. A empresa, que desenvolve torres e postes metálicos para telecomunicações, iluminação e transmissão de energia, ampliou sua fábrica, inaugurando um novo espaço com 7 mil metros quadrados de instalações, incluindo um pátio de embarque automatizado, com 30 mil metros quadrados, para otimizar a logística do embarque de containers para exportação.

Entre os destaques do ano passado, ele aponta a boa aceitação no mercado de telecomunicações das torres Ultra Fast Site, que podem ser instaladas em sete dias, ante 30 dias do modelo anterior. Outra novidade introduzida pela empresa, voltada para o mercado de telefonia celular, foi a TET Telecom, desenhada para os chamados fast sites, permitindo instalações rápidas nos sites das operadoras celulares. Assim como no ano passado, a empresa continua apostando em estruturas de maior porte para a área de energia, com a oferta de postes para linhas de transmissão que requer torres mais robustas, além de projetos especiais em iluminação, sistemas de emergência e aerogeradores para energia eólica. Outro segmento promissor são os portos e aeroportos, que devem receber investimentos do governo federal, com impacto nos negócios da Seccional.

As 10 empresas que mais cresceram

A atividade produtiva teve um ritmo de crescimento menor em 2014 em comparação com os serviços, setor preferencial das empresas que mais cresceram analisadas pelo Anuário Telecom. As redes contratadas pelas operadoras de telecomunicações e pelo segmento corporativo continuam se expandindo, com o tráfego de dados. E a chegada de novas tecnologias 4G em redes LTE garantiu a manutenção dos negócios do setor no ano passado.

Integrar-se a um grupo maior foi a opção de algumas empresas para ganhar relevância no mercado e diversificar. A Seicom, especializada em manutenção de redes de telecomunicações, firmou um acordo com o grupo espanhol Ezentis, focado em serviços de rede na última milha. A sinergia com a Ezentis, com forte presença na América Latina e especializada em tecnologia de suporte para centros de gestão, permitiu à Seicom o ingresso no mercado de projetos de segurança eletrônica de sites, monitoramento e automação de equipamentos remotos. “Nossa estratégia para crescer focou-se na especialização em serviços de manutenção, principalmente redes móveis e fixas, e infraestrutura de obra civis”, diz Ademir Piqueira, diretor geral da Seicom, que obteve o expressivo crescimento de 35,2% na receita líquida em 2014.

O investimento em treinamento foi a principal estratégia da integradora de soluções 3Corp Technology, que registrou aumento de 17% na receita líquida, a partir de contratos de modernização de redes de telefonia e corporativas. Para ganhar agilidade, a empresa revisou os processos, atividades internas e os contratos ter-

ceirizados. “Ampliamos nossa atuação no segmento bancário, principalmente na renovação dos sistemas de comunicação”, explica Giuseppe Forestiero, presidente da 3Corp. O ano passado foi marcado por grandes projetos liderados pela empresa. Entre os destaques, cita a implantação de toda a rede de voz sobre IP dos campi da Unicamp, integrados em uma única plataforma de voz; a implantação da rede de voz sobre IP do Ponto Frio que interligou os centros de distribuição à sede administrativa, criando um backbone de voz para todos os usuários da empresa; e a implantação de uma rede Wi-Fi da Sodexo, unindo os diversos escritórios no Brasil em um único sistema de voz. “Outros contratos importantes foram firmados com a Caixa Econômica Federal que está integrando os sites de Brasília, Rio de Janeiro e Porto Alegre em uma plataforma de voz única, e a implantação do centro administrativo do Detran da cidade de São Paulo com todos os Ciretrans do interior do estado, integrando os usuários a um backbone de voz sobre IP”, afirma Giuseppe. A empresa também ganhou uma licitação para a modernização do sistema de voz de todos os prédios dos Correios, em Brasília.

A evolução do mercado de telecomunicações para redes mais complexas exigiu que os fornecedores aprofundassem especializações e desenvolvessem novos serviços. Veterana nesse mercado, a JDSU focou em soluções que aumentam a visibilidade das redes das operadoras, incluindo geolocalização, geração de performance, automação e virtualização de funções. Outra estratégia do ano passado, que contri-

As campeãs do crescimento

CLASSIFICAÇÃO NO RANKING	AS 10 EMPRESAS QUE MAIS CRESCERAM	CRESCIMENTO RECEITA LÍQUIDA (%)	RECEITA LÍQUIDA (US\$ MIL)
13	TData	60,51	927.688
59	PROCABLE	59,71	36.994
48	AGORA TELECOM	55,36	82.736
89	ASK!	45,71	6.654
52	SEICOM	35,20	70.990
68	JDSU	32,48	25.024
81	VIAW	21,65	9.387
66	AsGa	18,20	26.826
45	CABLETECH	17,42	91.765
72	3CORP TECHNOLOGY	17,08	18.587

buiu para o aumento de 32,4% de sua receita líquida, foi o treinamento da equipe de campo, que atua na construção, operação e manutenção da infraestrutura de redes, para atenderem soluções mais abrangentes. A empresa abandonou o foco restrito no atendimento de sistemas de teste e medição, passando a oferecer projetos integrados de transparência e gerência da infraestrutura. “Tivemos crescimento importante nas áreas de garantia de serviços, tanto móvel quanto fixo, especialmente em projetos que visam aumento de visibilidade fim-a-fim das operadoras de rede e suporte aos serviços”, diz Luiz Cesar Oliveira, vice-presidente da América Latina e Caribe da JDSU. Na opinião dele, houve uma mudança no perfil de investimento das operadoras, que passaram a dar mais importância ao acompanhamento dos serviços dos assinantes e à avaliação de suas experiências na rede.

Mesmo diante das turbulências da economia brasileira, Luiz Cesar vê oportunidades de negócios na me-

lhoraria da qualidade das redes, aumento de eficiência no atendimento de falhas, manutenção preventiva e planejamento de investimentos. Preparada para essa conjuntura, a JDSU aumentou a cobertura dos canais de vendas diretas e indiretas, com a montagem de equipes para atendimento regional. “Mostramos para os clientes as vantagens do alcance de nosso portfólio, e como podemos maximizar seus investimentos. Também tivemos o cuidado de criar equipes dedicadas a alguns projetos que consideramos estratégicos, onde tivemos a maior parte de nosso crescimento no ano passado e neste ano”, afirma. Os projetos para serviços móveis e distribuição de vídeo continuam atraindo os investimentos das teles, motivando a JDSU a focar na integração das soluções com os instrumentos de campo, muitos deles conectados à nuvem, para melhorar a eficiência dos grupos de trabalho.

Com a entrada de elementos virtualizados na rede, os clientes demandam mais soluções de testes, fazendo

a JDSU expandir o portfólio com soluções para provedores de conteúdo, datacenters e serviços em nuvem. “Esperamos que a convergência entre esses dois mercados de telecomunicações e TI gere ainda mais oportunidades em 2016”, completa.

Para alinhar os novos negócios, a JDSU mudou sua marca para Viavi Solutions. De acordo com Luiz Cesar, a unidade de negócios Communication and Commercial Optical Products (CCOP), que se dedica a desenvolver e fabricar componentes ópticos e lasers, e tem como principais clientes os fabricantes de equipamentos para infraestrutura de redes ópticas, dará origem a uma nova companhia, a Lumentum. As unidades Network & Service Enablement (NSE) e Optical Security and Performance Products (OSP), mais relevantes para o Brasil, com raízes no negócio de teste e medição, vão se transformar na Viavi Solutions. A OSP continuará a ser uma unidade de negócios independente dentro da Viavi Solutions.

Vitórias na Copa

A despeito do fracasso da Seleção Brasileira, a Copa do Mundo de Futebol adicionou negócios para a maioria dos integradores de redes entre 2013 e 2014. A Agora Telecom criou uma nova unidade de negócios, para o fornecimento de redes corporativas especialmente para o evento e que serviu para alavancar seu crescimento, que chegou a 55,3%. A empresa forneceu sistemas de redes para o Ministério da Justiça, com a implementação dos Centros Integrados de Comando e Controle para a SESGE - Secretaria Extraordinária de Segurança para Grandes Eventos, nas 12 cidades sede da Copa. “Tivemos como foco investimento em recursos e pessoas para prover a infraestrutura necessária em projetos nas diversas cidades”, diz o presidente da empresa, Severino Gago Sanches. No perí-

odo, segundo ele, a empresa ampliou contratos com o segmento governamental, principalmente nas áreas de segurança pública e conectividade: “Também atuamos no setor de geração e transmissão de energia, como parte da estratégia de modernização, além de atuar em transportes e logística em função das concessões à iniciativa privada”. Para as atividades da Agora Telecom, 2015 está sendo um ano de ajustes, com poucos projetos de grande porte. “Vemos novas oportunidades com a proximidade dos Jogos Olímpicos de 2016. Nossa estratégia é reter a mão de obra que será empregada no desenvolvimento de projetos a serem implantados a partir da segunda metade de 2015, e em 2016”, afirma. Para atrair clientes, a empresa está trabalhando em novas frentes, desenhando soluções modulares que podem ser implantadas por etapas, compatíveis com os recursos financeiros disponíveis dos clientes.

Os resultados da venda de sistemas ópticos de redes GPON (Gigabit Passive Optical Network), rádio UHF e soluções de distribuição de vídeo e rádio monocal com modulação digital alavancaram o crescimento da AsGa, que teve um aumento de 18,2% na receita líquida no ano passado. “Neste ano devemos manter os investimentos, destinando 17% do faturamento a pesquisa e desenvolvimento, grande responsável por continuarmos competitivos nesse mercado”, afirma o diretor comercial Carlos Kenichiro Yoshino. Para manter o crescimento, a empresa tem feito um trabalho contínuo de reestruturação de canais e de desenvolvimento de parcerias comerciais para alcançar novos mercados. “Investimos no aperfeiçoamento da linha de produtos que hoje incluem modems ópticos, switches, WDM, multiplexadores, SDH, chave óptica, rádio UHF e conversores, além do GPON”, diz.

Com um aumento de 21,6% na receita líquida, a Via\W é também Destaque pelo segundo ano consecutivo no

segmento de Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos, além de ser a campeã entre as mais rentáveis, com a marca de 70,3% de rentabilidade sobre as vendas.

O sócio-diretor Nelson Reis atribui o sucesso à estratégia de ampliação do portfólio, agregando outras frentes de melhoria de eficiência nos clientes, tais como análise de contratos com datacenters e oferta de serviços para empresas de pequeno e médio portes. A linha de serviços da ViaW abrange renegociação de contratos em TI e telecomunicações, incluindo preços e tarifas, otimização da infraestrutura e governança e análise do modelo de SLA (Service Level Agreement). A empresa desenvolveu um sistema que faz o monitoramento, auditoria, relatórios e controle de tarifação que permite gerir as contas, com batimentos mensais do que foi contratado e do que foi pago e instalado (planta versus contrato), atuando na redução de custos, monitoramento e auditoria das faturas e recuperação dos valores cobrados incorretamente. Além de gerir as faturas, detalha o tráfego por linha ou ramal, pacotes contratados, rateio do custo por departamento, audita valores cobrados e padroniza a forma de recebimento das faturas.

Antenas para a América Latina

O crescimento da TV por satélite em paralelo à rede cabeada em todo o país teve influência direta sobre o crescimento da Cabletech, que registrou um aumento de 17,4% na receita líquida. A empresa ganhou uma licitação aberta pela Direct TV e passou a ser uma das principais fornecedoras de antenas para países latino-americano como Colômbia, Paraguai, Chile, Peru e Equador. Sua carteira de clientes inclui também a Embratel, Claro, NET, GVT; e, no exterior, a DirecTV América Latina e Cablevision; além de fornecer para a

África e países da Europa. “Somos um dos principais parceiros da Sky, do grupo Direct TV, que no Brasil opera nos 27 estados e tem 5,6 milhões de assinantes”, diz o presidente, João Arantes.

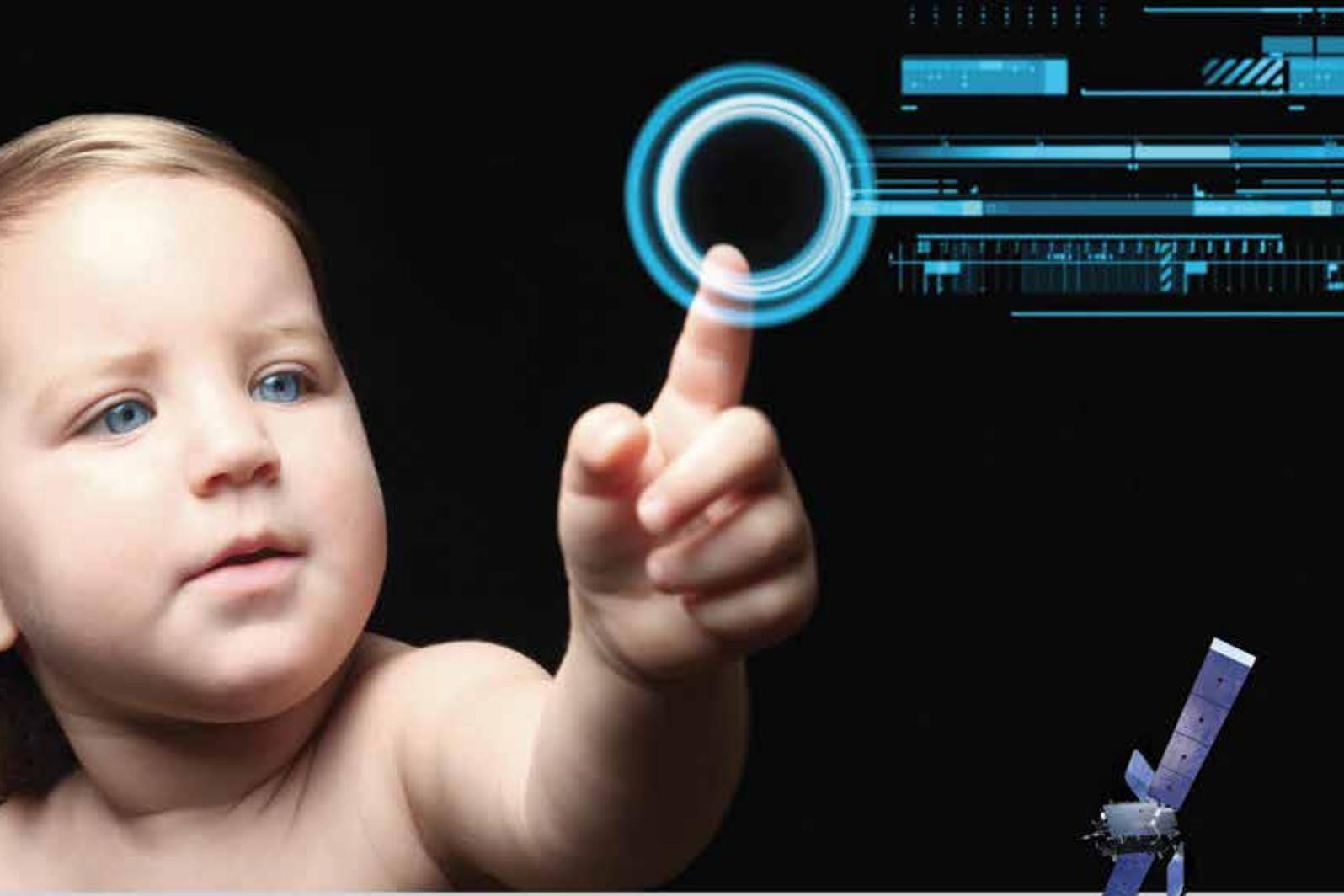
A entrada das operadoras de telecomunicações no mercado de TV paga também alavancou a venda de antenas para esse mercado. Entre seus clientes, Arantes cita o grupo América Móvil e a Telefônica. A Cabletech continua investindo em produtividade e qualificação da mão-de-obra para aumentar as exportações, e ampliou a capacidade da fábrica em Caçapava, no Vale do Paraíba, no interior de São Paulo, em 26%, para dar conta da demanda, que deve crescer ainda mais com a migração gradativa da TV analógica para digital até 2018.

2016 aparece como uma incógnita para a maioria dos executivos ouvidos pelo Anuário Telecom que tem o objetivo comum de continuar crescendo. Para Giuseppe Forestiero, da 3Corp, é necessário esperar uma sinalização clara do governo federal sobre as mudanças da política econômica onde se espera sejam privilegiados os investimentos em infraestrutura: “Também teremos que aguardar uma sinalização de que haverá controle fiscal efetivo, única maneira, na nossa visão, de o país voltar a atrair investimentos, sejam internos e externos”.

De acordo com Ademir Piqueira, da Seicom, apesar da queda dos investimentos das empresas em expansão de redes, a empresa não deve ser muito afetada pela crise que se desenhou em 2015: “Como temos contratos de maior duração, o faturamento não deve cair; ao contrário, esperamos crescer em 2015 e 2016”.

A regra para a sobrevivência nesse período turbulento, segundo os executivos, é melhorar os processos internos e investir em inovação, na qualificação de mão de obra e treinamento, para driblar o aumento de custos que sofrem com o impacto da alta do dólar.

O FUTURO DAS COMUNICAÇÕES VIA SATÉLITE JÁ CHEGOU.
COMUNICAÇÃO E INOVAÇÃO PARA TODOS EM QUALQUER LUGAR.



A HISPAMAR CONECTA AS PESSOAS EM QUALQUER REGIÃO E ATENDE COM CONFIABILIDADE ÀS NECESSIDADES DE SEUS CLIENTES, PROMOVENDO A INTEGRAÇÃO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO.

Desenvolver projetos de comunicação inovadores e manter-se na vanguarda tecnológica é a essência da Hispamar e do Grupo Hispasat. Através dos nossos satélites, desenhados para atender seus negócios em qualquer lugar das Américas, sua empresa pode se conectar e também viabilizar inúmeras soluções de comunicação para seus clientes.

- ▶ Backhaul
- ▶ Acesso à Internet
- ▶ Banda larga móvel de alta velocidade (para aviões, navios e trens)
- ▶ Transmissões em UHD - 4K
- ▶ Serviços marítimos de comunicação
- ▶ E-learning
- ▶ Dentre outras soluções e serviços de comunicação via satélite

+55 21 2555-4800
contato@hispamar.com.br
www.hispamar.com.br

hispamar 
satélites

grupo hispasat

produtos

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, ESTÃO OS PERFIS DOS FABRICANTES CUJO DESEMPENHO LHE GARANTIU O PRÊMIO DE DESTAQUE DO ANO DO ANUÁRIO TELECOM 2015, EM SEUS RESPECTIVOS SEGMENTOS: CABLETECH (COMPONENTES, PARTES E PEÇAS); ASGA (EQUIPAMENTOS DE COMUNICAÇÃO); LEUCOTRON (EQUIPAMENTOS PARA TELEFONIA); FURUKAWA (FIOS E CABOS); SECCIONAL (INFRAESTRUTURA); ERICSSON (SOFTWARE); E INTELBRAS (TERMINAIS).

A Cabletech avança com a ampliação do portfólio

Com 20 anos, especializada no atendimento do

mercado de TV paga e redes de banda larga, a Cabletech é beneficiada pela massificação desses segmentos, que continuam crescendo de forma acelerada. O diretor geral, João Arantes, se diz otimista com a manutenção do desempenho da empresa também neste ano, a partir da diversificação do portfólio. Entre os vários projetos realizados em 2014, estão o fornecimento de antenas de alta performance em banda Ku para o mercado de TV paga, e a expansão internacional da empresa em países latino-americanos, abastecidos pela fábrica inaugurada em Buenos Aires, na Argentina, em junho de 2014. No ano passado, a Cabletech obteve rentabilidade sobre as vendas de 14,2% e o crescimento da receita líquida de 17,4% a colocou entre as dez empresas que mais cresceram.

Apesar de a expansão do mercado de TV por assinatura ter ficado abaixo de dois dígitos, o de TV via satélite continua forte. Segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o serviço fechou o ano com 19,58 milhões de assinantes, um crescimento de 8,65% em relação aos 18,02 milhões de assinantes no final de 2013. O crescimento ainda é substancial, mas bem menor que o apresentado em 2013, quando o setor cresceu 11%, até então o menor índice registrado desde 2005, quando o mercado se expandiu 9%. O potencial de crescimento desse mercado, no entanto, segundo João Arantes, é imenso, principalmente em áreas metropolitanas fora do eixo Rio-São Paulo. A tecnologia dominante continua sendo a da TV por satélite (DTH), com 11,9 milhões de acessos. Por sua vez, a TV a cabo

contou com o segundo maior grupo: 7,7 mil conexões. A TV por fibra até a residência (FTTH) ainda registrou 121,9 mil acessos, o MMDS 11,1 mil, e o serviço de TVA contava com 3,2 mil acessos.

A empresa é uma das principais fornecedoras da Sky, do grupo Direct TV, que no Brasil opera nos 27 estados e tem 5,6 milhões de assinantes. Atuando fortemente nos vários mercados latino-americanos, além do Brasil, a Cabletech ganhou uma licitação aberta pela Direct TV no ano passado e passou a ser uma das principais fornecedoras de antenas para países como Colômbia, Paraguai, Chile, Peru e Equador. A carteira de clientes da empresa inclui também Embratel, Claro, NET e GVT; e no exterior a DirecTV América Latina e Cablevision; além de clientes na África e países da Europa.

A Cabletech conta com um laboratório de testes dos equipamentos responsável pelo controle de qualidade dos produtos.

Outro mercado importante para a Cabletech e que avançou seu resultado é a oferta de equipamentos para as operadoras de telecomunicações que estão ampliando sua base de TV paga e banda larga. Entre seus principais clientes, João cita o grupo América Móvil e a Telefônica. Essas empresas buscam melhorar seus indicadores de qualidade de rede em municípios de todos os estados brasileiros o que demanda mais equipamentos e investimentos em infraestrutura.

Ele destaca que em 2014 e 2015 a empresa continua investindo em produtividade e qualificação da mão-de-obra para aumentar as exportações. Com fábrica em

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	CABLETECH	1.558,20	17,42	14,23	57,18	1,95	20,60	



João Arantes

diretor geral

Pronto para a migração para a TV digital

Caçapava, no Vale do Paraíba, no interior de São Paulo, produz cabos e antenas há 20 anos, e em 2014 ampliou sua capacidade produtiva em 28% devido à diversificação de produtos. “Passamos a produzir diferentes modelos de antenas, em diversos tamanhos e nos preparamos para a migração da TV analógica para digital, processo que, segundo o Ministério das Comunicações, deve acontecer até 2018”, diz João. Recentemente, o Ministério das Comunicações alterou o cronograma de desligamento da TV analógica no país para 2016. A nova portaria do projeto de implantação da digitalização inclui 44 cidades na lista das que receberão, no próximo ano, somente o sinal digital. Com a mudança, salta de 95 para 137 o número de municípios contemplados nesta fase. A inclusão aconteceu para atender parâmetros técnicos e evitar interferências no sinal digital após o desligamento. O desligamento analógico deve terminar apenas em 2018, pois o processo será feito de forma escalonada. Para receber o sinal digital, é preciso possuir uma TV com conversor integrado ou adquirir o aparelho separadamente. A faixa de 700 MHz, então usada pela TV analógica, será desocupada para expansão da Internet móvel via 4G. Além das antenas para a banda Ku e DTH, a Cabletech produz cabos coaxiais para diversos segmentos de mercado com as soluções de CATV (cabearamento estruturado), e sistemas destinados à Banda C (parabólica), CFTV (câmeras), VHF/UHF, CATV, DTH, passando pelos componentes, além de peças para projetos de telefonia celular, radiofrequência e teleinformática. Neste

ano o governo federal sancionou a lei que estabelece as regras para instalação das antenas pelas operadoras que, na opinião de Arantes, deve agilizar a implantação da infraestrutura de telecomunicações que vinha sendo lenta em função das diversas legislações municipais, que levavam em conta diferentes critérios para aprovação das instalações. Além dos cabos coaxiais para a TV paga, a empresa ganhou mercado com acessórios usados na interligação dos sistemas, incluindo a conectores e cabos Lnbf.

Entre as novidades deste ano, João Arantes cita o desenvolvimento de uma embalagem para a apresentação de cabos coaxiais por meio de um kit, o switch case, em que o cabo é acondicionado em uma embalagem reciclável e pronto para usar, facilitando o armazenamento e manuseio do cabo.

Com capital nacional, a empresa foi fundada em 1995, e, em 2005, mudou-se para o atual endereço em Caçapava, em um parque industrial de 205 mil metros quadrados.

De acordo com João, a incerteza no cenário brasileiro incentivou a empresa a diversificar a linha de produtos com novos modelos de antenas e cabos de interconexão de sistemas via satélite: “Mesmo com a competição com produtos chineses de baixo custo, continuamos apostando na qualidade para ofertar um produto competitivo no mercado interno e na América Latina”. A empresa conta com 200 distribuidores que além do Brasil oferecem produtos em dez países. Para 2016, a Cabletech estuda a oferta de soluções para o mercado corporativo, além das operadoras, ampliando atuação no mercado.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
91.764,71	91.764,71	13.061,37	47,50	2,31

A AsGa se destaca com a oferta de redes ópticas

Com 25 anos de mercado completados em 2014, a AsGa colheu os frutos da estratégia de diversificação no mercado em comunicações ópticas. Além de ser Destaque do Ano, figura entre as dez empresas que mais cresceram, de acordo com o Anuário Telecom. O forte aumento nas vendas de redes GPON (Gigabit Passive Optical Network) para os mercados corporativo, operadoras e governo, alavancou a receita líquida em 18,2%, com rentabilidade sobre as vendas de 2,8%.

No ano passado, a AsGa ganhou a licitação do Ministério das Comunicações para fornecer redes GPON para as cinco empresas que fazem parte do projeto federal das cidades digitais. “Esses contratos começaram em 2014, mas com o contingenciamento dos recursos do governo federal, o período de implantação deve ser estendido até 2016”, avalia o diretor comercial, Carlos Kenichiro Yoshino. Serão contemplados 300 municípios, que ganharão rede cabeada óptica para serviços de banda larga de alta velocidade. No auge do Plano Nacional de Banda Larga, em 2011, a empresa chegou a formar um consórcio com a Digitel e Gigacom para o fornecimento de soluções de rádio enlace que fazem a distribuição do sinal de Internet da rede nacional de telecomunicações (backbone) até a sede dos municípios contemplados pelo programa.

Criada para desenvolver e fabricar sistemas ópticos, a holding reúne quatro empresas. A Asga S/A tem foco em sistemas ópticos e rádios; a AsGa Sistemas é voltada ao desenvolvimento de software; a AG Placas Eletrônicas tem fábrica em Santa Rita do Sapucaí (MG), produzindo para o grupo e sob demanda; e a Inova

Participações, empresa incubada na Unicamp para o desenvolvimento de produtos inovadores. A produção terceirizada já representa entre 60% a 70% da AG Placas, diz Yoshino. Hoje a empresa fornece para outros mercados além das telecomunicações, como o de utilities, com smart grid, e o de saúde, com componentes para equipamentos médicos. “Atendemos diversas empresas que precisam adquirir produtos fabricados no Brasil para aproveitar benefícios fiscais e também montamos localmente equipamentos que vêm do exterior”, diz Yoshino.

A alta do dólar, segundo ele, vai impactar os contratos futuros: “Alguns serão renegociados e outros devem sofrer ajustes para se adequar à nova realidade do mercado”. A diversificação do grupo AsGa começou há três anos, com o foco no software, dando origem à AsGa Sistemas, responsável pelo desenvolvimento do billing da operadora Oi, além da oferta de sistemas de gerência de redes. A maior empresa do grupo, a AsGa, oferece modems ópticos, equipamentos responsáveis pela maior parte de seu faturamento, além de switches, acesso WDM e GPON e rádios digitais.

A tecnologia GPON teve boa aceitação entre os provedores de Internet regionais (ISPs), com a oferta da linha GPON Light Drive, plataforma de acesso óptico para redes FTTH (Fiber To The Home) e FTTB (Fiber To The Building) e interfaces de dados, voz e vídeo.

Neste ano a empresa espera ganhar mais clientes entre os ISPs, com soluções WDM, switches, multiplexadores, conversores, chaves ópticas, moduladores de vídeo

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	ASGA	205,10	18,20	2,85	15,17	1,08	37,66	



Carlos Kenichiro Yoshino

diretor comercial

17% do faturamento para pesquisa e desenvolvimento

e modems ópticos, rádio e serviços.

Yoshino garante que a retração do setor não freou as iniciativas da AsGa: “Investimos muito em pesquisa e desenvolvimento para nos diferenciar, com ofertas mais adequadas do ponto de vista técnico e do negócio do cliente”. Apesar do esfriamento econômico, ele aponta iniciativas que beneficiaram o setor, como o fundo garantidor do Ministério das Comunicações para facilitar financiamento do BNDES para o segmento das pequenas e médias empresas: “A questão das garantias sempre foi um entrave para conseguir o financiamento. Assim, empresas como a AsGa, que dispõe de produtos desenvolvidos com o apoio do Finame (Agência Especial de Financiamento Industrial), com tecnologia nacional, tem dificuldade em repassar os benefícios aos clientes, especialmente para os provedores regionais. Com o fundo garantidor do BNDES, as dificuldades podem ficar menores, permitindo que os clientes que precisavam de financiamento abaixo de R\$ 20 milhões possam comprar nossa solução por essa linha de crédito”. Segundo o executivo, as garantias hoje exigidas pelos agentes financeiros parceiros do BNDES tomam os financiamentos inviáveis: “Uma linha para o segmento das PMEs poderá fazer muita diferença, reativando vários elos da cadeia de telecom”.

As estratégias adotadas pela AsGa há dez anos ajudam na travessia de situações de crise econômica. Um exemplo é o sucesso da AG Placas Eletrônicas, empresa do grupo que mais cresceu no ano passado e conta com 20 clientes. Agora a meta é consolidar-se no seg-

mento de redes GPON para provedores regionais e governo, e lançar uma linha de produtos de radiofrequência (RF). O novo sistema distribui sinais de vídeo, como o IPTV, usando a rede de fibra óptica GPON da empresa. Outro sistema importante para a AsGa foi o recurso de emulação da interface TDM E1 na rede ethernet/IP e sistema de gerência de rede, muito usada pelas operadoras e grandes empresas.

Além dos produtos, Yoshino destaca as soluções WDM-PON para Ethernet Ativo em Anéis Ópticos, Transmissão de Acesso a redes TDM, Backhaul para Redes Móveis 3G Híbridas, Acesso Carrier Ethernet, e soluções compactas de Agregação Óptica em Redes DWDM para Acesso: “A AsGa tem feito fortes investimentos na linha GPON, rádio UHF, soluções de distribuição de vídeo com radiofrequência overlay e rádio monocanal com modulação digital. Devemos manter esse foco neste ano, destinando 17% do faturamento em pesquisa e desenvolvimento”.

A empresa conta com canal direto para a venda para operadoras e indireto, com integradores regionais, para o atendimento das pequenas e médias empresas.

Em março, a AsGa colocou no ar sua loja virtual para venda para clientes corporativos, incluindo as operadoras, que querem adquirir produtos rapidamente. Segundo o diretor comercial, o novo canal é um teste que servirá como aprendizado para a implantação de novos recursos em 2016. A empresa está avaliando a reação dos clientes e os produtos são mais procurados para adequar o novo canal de comércio eletrônico à demanda.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
26.825,65	26.825,65	764,49	5,10	1,14

A Leucotron se fortalece com a diversificação da oferta

Uma das primeiras empresas a surgir no Vale da

Eletrônica, polo tecnológico de Santa Rita do Sapucaí, no Sul de Minas Gerais, há 32 anos, a Leucotron especializou-se em equipamentos para telecomunicações e hoje é reconhecida com ofertas de telefonia IP e convencional, com mais de 400 concessionárias parceiras e 180 funcionários.

A estratégia de fornecer centrais PABX analógicas e digitais, desenvolver soluções de telefonia IP e comunicação unificada permitiu superar as turbulências econômicas do ano passado, quando a Copa do Mundo afastou alguns clientes e postergou decisões de investimentos. “Diversificamos o portfólio e segmentos de clientes e entramos em 2015 mais preparados para encarar a conjuntura econômica”, afirma o diretor geral da Leucotron Marcos Goulart Vilela.

A previsão de que o PABX como era conhecido iria morrer não aconteceu e os mundos analógico e IP mantêm a convivência.

Para driblar o esfriamento do mercado interno, a empresa reforçou as vendas externas, com a oferta de produtos no México e Colômbia, abrindo parceiros locais de venda e suporte técnico. Assim como no Brasil, o carro-chefe é a linha de telefonia Ision, composta por soluções de PABX IP modulares híbridas, que combinam os mundos TDM e IP e atendem as pequenas e médias empresas que precisam de até 600 portas.

Marcos explica que a solução de PABX IP também integra recursos de mobilidade, transformando o celular em uma extensão do ramal corporativo, através de um

aplicativo instalado no smartphone, com recursos que permitem a redução de custos em telecomunicações: “Desenvolvemos aplicativos de portabilidade para nossos PABX. Quando o cliente liga de seu celular, o sistema reconhece a operadora com tarifa mais barata e completa a ligação”. Esse recurso deu frutos, com a criação do aplicativo para Smartphone LigBarato, disponível para Android e IOS de forma gratuita, para o controle de despesas com conta de celulares. Sabendo com quais operadoras o plano de determinado cliente permite que ele fale sem custo, e quais as operadoras serão mais onerosas, ele pode fazer a gestão de seus gastos. Antes de fazer a ligação, o assinante consegue identificar para qual operadora está ligando e as possíveis consequências de tal chamada para a conta, preservando a agenda original do usuário e não alterando os contatos sincronizados com a conta de e-mail, WhatsApp e outros aplicativos e serviços. Segundo Marcos, o LigBarato nasceu da ideia de que a experiência de desenvolvimento de recursos de portabilidade poderia ser direcionada a um benefício ao usuário final. O LigBarato traz uma agenda alternativa e, para números que não estão na lista de contatos, o usuário pode fazer a consulta rapidamente e prosseguir a ligação. Caso queira uma ajuda mais detalhada, há ainda a possibilidade de realização de levantamentos, em percentuais, dos contatos que a pessoa tem por operadora de móvel e de fixo.

No ano passado a Leucotron escolheu algumas verticais de negócios para a oferta de soluções específicas, integrando ao PABX sistemas de gestão hoteleira e

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
LEUCOTRON TELECOM	639,40	4,90	9,53	10,22	10,01	-



Marcos Goulart Vilela

diretor geral

Expansão para a América Latina

hospitalar. Além da linha Ision IP 1500 e Ision IP 1600, a empresa lançou um sistema de call-center e criou uma nova área de serviços voltada para a gestão da infraestrutura de redes e tecnologia da informação, com oferta de serviços para pequenas e médias empresas. “O segmento hoteleiro, nosso carro-chefe, tem crescido para o interior, abrindo boas oportunidades de negócios além do turismo”, afirma Marcos Vilela.

Para facilitar o relacionamento com os usuários e melhorar o suporte técnico, ele destaca o lançamento do LTI S.O.S, que permite gestão de tarefas e mais agilidade na resposta às solicitações internas das empresas. O sistema não é um software, mas uma ferramenta de gestão de comunicação e processos desenvolvido na nuvem. Não requer instalação, conta com navegação criptografada, backup diário e os usuários podem abrir chamados via PC ou celular, de qualquer localidade. O serviço permite respostas mais ágeis pois o próprio sistema gera um alerta interativo para as pessoas que fazem parte da equipe envolvida no projeto. Além disso, há a possibilidade de gerir prazos e estatísticas sobre os atendimentos ao cliente.

“Foi decisivo para nossa entrada no mercado de comunicação unificada contar com nossa experiência no funcionamento das redes, suporte técnico e sistemas de telefonia”, diz ele. Na linha Ision, a empresa tem apostado em recursos de voz e chat, com o desenvolvimento de terminais denominados Orbit que, integrados aos equipamentos de PABX, permitem identificação de chamadas, viva-voz, teclas para funções usadas com

frequência, transferência, conferência e seis memórias de um toque.

A internacionalização, iniciada há dois anos, tem rendido frutos à empresa. Seus produtos foram homologados no México, além do Chile e Peru, sendo que as exportações representam 5% do faturamento. Na Colômbia, a empresa firmou uma parceria com a REMS Engenharia, especializada em consultoria, projetos e implantação de serviços integrados de comunicação e engenharia elétrica, e está ampliando oferta de soluções IP naquele país. Marcos explica que, na parceria, a Leucotron oferece treinamento a toda a equipe da REMS e suporte ao departamento de pré e pós-vendas, realizado diretamente do Brasil: “Apostamos no suporte técnico e adequamos soluções a mercados específicos”.

No ano passado, a empresa investiu em novas linhas de montagem, com objetivo de melhorar a produtividade e qualidade dos produtos, com a internalização de 50% da produção de placas eletrônicas para seus sistemas de PABX, ampliando o controle sobre o ciclo de fabricação. “Recentemente, criamos uma área de serviços voltada à gestão da infraestrutura de redes e de TI nas empresas e planejamos lançar novas ferramentas para esse segmento”, antecipa Marco.

Em linha com a inovação dos produtos, a Leucotron mantém convênios para desenvolvimento de software com o Instituto Nacional de Telecomunicações (Inatel), de Santa Rita do Sapucaí, a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), o Centro de Pesquisa Cesar, de Recife, e a UnB (Universidade de Brasília).



Receita Líquida Total
(US\$ mil)

13.073,26

Receita Líq.
Prop. Telecom
(US\$ mil)

13.073,26

Lucro Líquido Total
(US\$ mil)

1.246,12

Lucro Líq p/ Func
(US\$ mil)

7,94

Giro dos Ativos

0,99

A Furukawa amplia a produção e se expande na América Latina

A inauguração de uma nova fábrica para produção de cabos ópticos em Palmira, na Colômbia, e a plena capacidade de operação da planta de fibras ópticas em Sorocaba, no interior de São Paulo, adquirida da Prysmian em agosto de 2013, foram marcos importantes para a Furukawa no ano passado. Destaque pelo terceiro ano consecutivo, a empresa registrou 10,8 % de rentabilidade sobre as vendas, segundo o Anuário Telecom.

“Os grandes eventos como a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016 do Rio de Janeiro contribuíram para o bom desempenho da empresa”, avalia o VP de engenharia da Furukawa América Latina, Helio Durigan. A empresa forneceu infraestrutura de cabos e fibras para 11 das 12 arenas da Copa do Mundo, além de responder pela infraestrutura de redes dos maiores aeroportos do país como Guarulhos (SP), Viracopos, em Campinas (SP) e Brasília (DF). Para as Olimpíadas, a empresa está implantando as infraestruturas de redes do Centro Olímpico, do Parque Aquático, do Parque de Tênis e do novo terminal do aeroporto internacional do Galeão.

Com o crescimento da demanda por serviços em nuvem, outro grande mercado atendido pela Furukawa são os datacenters. Para esse segmento, a empresa oferece um sistema específico de cabeamento, o IT MAX, já implantado em grandes provedores de serviços no país. Outro destaque do ano passado, segundo Helio, foi a venda de cabos ópticos totalmente secos para operadoras de telecomunicações: “O produto foi desenvolvido integral-

mente no país e obteve o reconhecimento do Ministério da Ciência Tecnologia e Inovação (MCTI)”. Faz parte dos planos da empresa iniciar a produção local de equipamentos GPON/EPON utilizados nas redes FTTx.

A internacionalização da companhia continuou forte no ano passado e neste ano. Além da Colômbia, a expansão incluiu o início de operações comerciais na Tailândia, no Sudeste Asiático, e a abertura de uma representação no México. “Acompanhamos o aumento da demanda por sistemas de redes, tanto do mercado corporativo quanto das operadoras”, diz Helio. Neste ano, a fábrica de Palmira, na Colômbia, começou a operar em três turnos para a produção de cabos ópticos, e foi aberta uma operação de montagem de cordões e de conectividade óptica e metálica.

De acordo com o executivo, a variação cambial entre o último trimestre de 2014 e o primeiro semestre de 2015 impactou fortemente os custos das matérias-primas e de todos os materiais e componentes importados utilizados na produção de fibras ópticas, cabos ópticos, cabos para redes locais (cabos LAN) e de todos os acessórios e equipamentos de conectividade: “Esse acréscimo não pode ser repassado integralmente ao cliente, o que determinou uma drástica redução de nossas margens operacionais, com a reavaliação de projetos de investimentos que estavam programados”.

Para recuperar parte das perdas no mercado local, a empresa buscou crescimento nos mercados da América Latina, através das operações da Argentina, Colômbia e México. No Brasil aposta na retomada dos incentivos fe-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
FURUKAWA	647,70	-3,65	10,86	20,14	2,91	7,35



Helio Durigan

VP de engenharia América Latina

Os eventos esportivos no Brasil impulsionaram o bom desempenho

derais para o projeto Banda Larga para Todos como um instrumento para fomentar investimentos em redes.

Um dos segmentos mais ativos em 2014 foi o mercado de infraestrutura de redes locais, com a oferta do FCS - Furukawa Cabling System. “Independente de crises, as empresas continuam investindo em redes de acesso para conectar seus negócios”, afirma Helio.

Neste ano, a aposta é na oferta de fios e cabos GPON para pequenas operadoras (ISPs) com o lançamento do cabo óptico Laserway, que conecta os provedores aos assinantes com fibras ópticas. A empresa espera atender os mercados de rede local, comunicação de dados, telefonia IP, videoconferência, monitoramento e controle de acesso por meio de rede óptica. Outro mercado importante é o de cabeamento estruturado, com foco na Internet das Coisas (IoT) e no M2M (Machine to Machine), que conecta máquinas por meio de sensores.

O segmento de utilities também está na mira da Furukawa. A empresa planeja o lançamento de um pacote de sistemas de monitoramento e controle de distribuição, o chamado FiberMesh, para o setor de energia elétrica. É um recurso inteligente de transporte de dados por fibra óptica, projetado especificamente para as redes smart grid, ou redes inteligentes, para suporte aos sistemas de automação de distribuição (Advanced DAS) de energia elétrica, permitindo uma evolução da atual infraestrutura. Helio lembra que a tecnologia da informação começa a suportar o uso em larga escala de medidores eletrônicos e sensores, o que exige uma melhor administração das redes de distribuição. Outro foco no ano passado foi

nas soluções de cabeamento estruturado para instituições de saúde, datacenters e aeroportos.

Na saúde, segundo Helio, a empresa ganhou mercado tendo como clientes os principais hospitais do país como o como Albert Einstein (SP), Beneficência Portuguesa (SP), Hospital Osvaldo Cruz / Alemão (SP), Hospital das Clínicas (RS), Rede Unimed e Grupo Amil: “Por suas características, o segmento necessita de infraestrutura física de comunicação e armazenamento e controle dos dados. Os serviços médicos, ambulatoriais e administrativos estão cada vez mais integrados às redes locais e com acesso à Internet, favorecendo todo o fluxo de acesso aos profissionais da saúde, pacientes e seus familiares, colocando os hospitais como um grande consumidor de tecnologia”.

A preocupação com a sustentabilidade continua como prioridade máxima. A empresa expandiu para toda a América Latina o programa Green IT Furukawa, iniciado em 2007, dando destino para milhares de toneladas de resíduos de cabos e componentes que são substituídos em projetos de modernização de redes de comunicação em todo Brasil. Pelo Green IT, cabos e componentes de gerações anteriores, mesmo de outros fabricantes, são coletados pelos canais parceiros da Furukawa, reciclados por empresas homologadas e reaproveitados por outras indústrias, com economia dos recursos naturais e redução da emissão dos gases de efeito estufa. Antecipando-se às determinações da Lei Brasileira de Resíduos Sólidos, o programa originou-se do conceito da responsabilidade compartilhada em relação à destinação de resíduos.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
244.874,07	244.874,07	26.581,86	25,15	1,25

Com a diversificação, a Seccional segue imbatível.

Campeã em prêmios do Anuário Telecom no segmento de infraestrutura por dez anos consecutivos, a Seccional, fabricante de torres e estruturas metálicas de alta capacidade, ampliou a atuação e cresceu, no ano passado, 6,7% em receita líquida. A empresa também registrou 29,4% na rentabilidade sobre as vendas, marca que a colocou entre as dez empresas mais rentáveis do Anuário.

Apesar da queda de vendas de torres metálicas para o mercado de telecomunicações, a empresa diversificou operações, apostando em outras oportunidades como o fornecimento para broadcast –aproveitando o lançamento da TV digital –, setor de energia elétrica e eólica, e estruturas para o setor de petróleo e gás. “Cada ano é diferente, mas hoje (2015) 50% da nossa produção vão para telecomunicações e outros 50% para outros mercados”, afirma o diretor superintendente da Seccional, Paulo Emmanuel Abreu Junior.

Desde 1976, a empresa desenvolve torres e postes metálicos para telecomunicações, iluminação e transmissão de energia. O trabalho começou em Itajaí (SC) e logo alcançou proporções nacionais, fazendo da Seccional uma especialista em torres monotubulares até 60 metros de altura e torres triangulares de telecomunicação de até 150 metros. Por meio da parceria com a Sectional Poles, empresa sul-africana, trouxe ao Brasil a tecnologia de encaixe telescópico para torres, chamada Slip Joint. Dez anos mais tarde, em 1986, foi fundada a Seccional Tecnologia e Engenharia – STE, que adquiriu a tecnologia Slip Joint de produção e montagem de torres. Com

o crescimento das empresas de telecomunicações e a privatização da Telebrás, nos anos 90, ampliou atuação, oferecendo para esse segmento torres monotubulares e triangulares treliçadas. Instalada em uma sede de 60 mil metros quadrados na cidade industrial de Curitiba, no Paraná, a empresa tem investido em pesquisa e desenvolvimento em projetos de geração de energia elétrica e eólica, além das telecomunicações.

No mercado de estruturas verticais, a Seccional é a terceira maior em número de patentes depositadas, estando atrás apenas da Siemens e da Woben, ambas alemãs. São dez patentes depositadas no Brasil, sendo cinco concedidas no país, além de outras depositadas em diversos países.

Um dos mercados em ascensão no ano passado, segundo Paulo, foi o de petróleo e gás para a montagem de grandes estruturas de armazenamento: “Com a operação Lava Jato e a saída do mercado de diversas empresas, passamos a fornecer mais para esse segmento”.

A novidade da nova fábrica, inaugurada em setembro de 2014, é o pátio de embarque automatizado, com 30 mil metros quadrados, que permite a logística otimizada para o mercado brasileiro e maior facilidade no embarque de containers para exportação. “O espaço de logística é fundamental para o tipo de operação requerido pelas estruturas verticais facilitando o envio das dez torres por dia que embarcamos em média”, afirma Paulo. A fábrica abriga o Centro Tecnológico Seccional, onde serão concentradas as equipes de pesquisa e desenvolvimento nas áreas de energia e aerogeradores.

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
SECCIONAL BRASIL	1.687,70	6,70	29,40	35,03	4,13	0,32



Paulo Abreu Junior

diretor superintendente

Estruturas de até 40 metros montadas em um dia

A antiga fábrica, também em Curitiba, continua operando com células específicas.

Entre os produtos lançados neste ano, Paulo destaca o Ultra Fast Site para o mercado de telecomunicações. São torres de até 50 metros que podem ser instaladas em sete dias, ante 30 dias do modelo anterior, devido à facilidade de montagem. Outra novidade foi a TET Telecom também voltada para os chamados fast sites, que permite a montagem de estruturas de até 150 metros em um curto período. As estruturas dispensam o uso de concreto, necessitando apenas de uma base metálica reduzida e jogo de estais. “Conseguimos, com esses produtos, que estruturas de 30 metros a 40 metros, nos sites de telefonia celular, sejam montadas em apenas um dia em diversas regiões do país”, diz Paulo Abreu.

De acordo com ele, o mercado de torres no Brasil evoluiu com o compartilhamento da infraestrutura entre as operadoras de telecomunicações e a venda desses ativos para empresas especializadas no gerenciamento como a American Towers e SBA: “Esse movimento aumentou o mercado de aluguel e venda de torres, fazendo o Brasil passar ao patamar de mercados mais maduros, como os Estados Unidos”. Em 2014, a empresa apostou em estruturas de maior porte para a área de energia, com postes para linhas de transmissão que requerem torres mais robustas, além de projetos especiais em torres para iluminação, sistemas de emergência e aerogeradores para energia eólica. Em função desses novos mercados, Paulo prevê um crescimento de 15% nas vendas: “O governo federal ainda deve investir em portos e aeroportos, onde haverá ainda alguma expansão para o

nosso mercado. Nosso setor demora um pouco para sentir a recessão pois os contratos são de longo prazo”.

A empresa mantém convênios de pesquisa e desenvolvimento com a Universidade Federal do Paraná, Universidade Positivo, TechPar e Instituto Lactec, de Curitiba. A Seccional desenvolveu um software proprietário que permite maior segurança nos projetos, validados através do Mode – Modelagem de Elementos Finitos, que avalia tensões e deformações nos estados de montagem e de operação, além do estado limite de suas estruturas, para os mercados de telecomunicações, energia, petroleiro, iluminação e eólico.

Recentemente, inaugurou o Laboratório de Ultra-Alta Tensão do Cepel/Eletróbrás em Adrianópolis, no Rio de Janeiro, para a modelagem e simulação de condutores de alta capacidade. Em telecomunicações, a solução de postes treliçados permite estruturas de até 80 metros de altura, ocupando uma base de somente 2,5 metros de lado, dimensões que atendem as necessidades de carregamento de antenas e índices de segurança. A torre monotubular para grandes dimensões foi desenvolvida para atender o mercado de telecomunicações, após as novas restrições nas legislações municipais, que limitam o tamanho máximo dos sites e fazem exigências estéticas. Já foram produzidas torres com até 70 metros de altura, com grande capacidade para carregamento de antenas, configurando as maiores estruturas monotubulares da telefonia celular. Além disso, centenas de sites de 20 a 60 metros já foram erguidos, em todo o território nacional, com sistemas para a Vivo, Claro, Oi e Nextel.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
21.704,40	17.797,60	6.380,12	64,45	0,98

A tecnologia móvel amplia o espaço da Ericsson

O crescimento exponencial da demanda por mais velocidades no tráfego de dados móveis beneficiou a Ericsson, fornecedora de tecnologias e soluções de redes. Mas, além de fornecer tecnologia para redes celulares e dispositivos conectados, a empresa concentrou-se também no fornecimento de software e serviços para a operação e administração de redes de empresas de telecomunicações. Essa expertise lhe garantiu o prêmio de Destaque do Ano no segmento de Software e lhe proporcionou crescimento de 12,1% na receita líquida em 2014. A aposta em software fez a Ericsson ganhar participação de mercado local e global. Estimativas da empresa indicam que o mercado de rede móvel deve crescer entre 3% e 5% ao ano até 2017, enquanto o mercado total de equipamentos de rede deve se expandir entre 2% e 4%.

“Os investimentos em tecnologia móvel trouxeram avanços na inclusão digital e cidades inteligentes, impulsionando nossos projetos nos últimos dois anos. Concentramos esforços e recursos para responder à sociedade conectada”, diz o diretor de inovação da Ericsson para a América Latina, Edvaldo Santos.

Para se beneficiar do novo cenário, ele conta que a empresa criou a vertical Indústria & Sociedade, que desenvolve soluções para cidades inteligentes: “A sociedade conectada tem mais necessidade de banda larga móvel e esse movimento alcança todos os segmentos de negócios”. Uma das iniciativas da vertical foi a parceria com a Volvo Bus Latin America, para o desenvolvimento de sistemas de transporte e mobilidade urbana, em que a montadora entra com a criação da solução de transporte e a Ericsson

com a conectividade e banda larga móvel. A parceria com a Volvo tem a finalidade de atender as necessidades de customização do ITS (Intelligent Transportation System) para o mercado latino-americano. A Ericsson será responsável pelo desenvolvimento, implantação, suporte e manutenção da solução de Gestão de Tráfego e Informação para Passageiros, que será oferecida comercialmente pelas duas empresas na América Latina, desenvolvida por profissionais no Centro de Inovação Ericsson localizado em Indaiatuba, interior de São Paulo.

Em 2014 foram dados passos importantes na diversificação do portfólio de pesquisa aplicada. O laboratório brasileiro, no país desde o ano 2000, foi responsável por depositar 80 patentes nas áreas de redes SDN, computação em nuvem, virtualização e small cells para cobertura indoor de rede celular. Entre os projetos está o Radio Dot System, equipamento compacto, que pesa menos de 300 gramas, com uma antena que permite acesso a banda larga móvel, voltado tanto para empresas quanto para consumidores.

Lançado no ano passado, o Radio Dot obteve já obteve 15 contratos comerciais. “Reforçamos as apostas em pesquisa aplicada para sistemas avançados de suporte à operação no Brasil e redes globais, ampliando nosso espaço de negócios nesse segmento”, diz Edvaldo. Em 2015, a empresa recrutou e qualificou pesquisadores nessa área para pesquisa aplicada em suporte à operação de redes 5G. Além do centro de pesquisa em Indaiatuba, a empresa conta com instalações no parque tecnológico de São José dos Campos, ambos no interior

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	ERICSSON	348,30	0,03	5,14	14,72	1,01	11,07	



Edvaldo Santos

diretor de inovação para a América Latina

Ampliação da oferta de soluções para cidades inteligentes

de São Paulo. De acordo com Edvaldo, a empresa reforçou o time de pesquisa e desenvolvimento e a força de vendas, diminuindo o time to market.

A regionalização das subsidiárias, fruto de uma reestruturação implementada em 2010, faz com que se mantenha equilibrada, mesmo diante da queda da atividade econômica. Em 2014, ampliou negócios no México, Peru, Chile e Equador. Edvaldo destaca a implantação de um sistema de inclusão bancária digital no Peru que tem o objetivo de alcançar 2,1 milhões de pessoas sem conta bancária, no prazo de cinco anos. A solução inclui serviços integrados em uma única plataforma, que hospedará produtos de diferentes entidades financeiras e comerciais do Peru. O sistema permite que um prestador reutilize os ativos existentes para unir serviços financeiros e de telecomunicações de forma segura. A Ericsson está fornecendo os sistemas de integração, de gerenciamento e de suporte.

Outra iniciativa voltada à população não bancarizada foi uma parceria firmada com a VeriFone Mobile Money, fornecedora de máquinas para pagamento móvel para pontos de venda no varejo. Os software da Verifone serão integrados ao sistema Ericsson Wallet Platform, permitindo o pagamento por NFC (Near Field Communication), ganhando mercado no segmento de pagamento móvel.

No Brasil, Edvaldo prevê a retomada dos investimentos em infraestrutura e melhora no ambiente macroeconômico em 2016: “Apoiamos operadoras que buscam ofertar banda larga de qualidade, uma demanda da sociedade, em qualquer período ou região. Estamos bem

posicionados para a oferta de sistemas de redução do custo operacional, além de um portfólio rico em soluções de banda larga móvel e serviços gerenciados”.

A diversificação de serviços permitiu à Ericsson implantar para as operadoras grandes sistemas de transações para redes celulares pré-pagas, que exigem informações em tempo real, além da oferta de soluções automatizadas de suporte às operações para companhias de água e luz. O desenvolvimento próprio de produtos e serviços e a aquisição de empresas permitiram posição privilegiada na oferta de grandes sistemas para mercados como o aeroportuário, shopping centers, iluminação pública e comércio eletrônico. “Além dos negócios tradicionais nas redes 3G e 4G, a venda de sistemas de segurança e business support systems (BSS) para a administração pública também contribuiu para o aumento da receita”, diz Edvaldo.

A linha de sistemas para o segmento de utilities ganhou reforço no ano passado com a aquisição da norte-americana Ambient, especializada em tecnologia de redes smart grid, e da Metra Tech, fornecedora de sistemas de cobrança baseados em metadados e computação em nuvem. “Tudo isso combinado com a pesquisa local nos permitiu ampliar a oferta de soluções para cidades inteligentes e projetos de mobilidade urbana”, garante Edvaldo.

A estratégia abrange também o mercado de Internet das Coisas (IoT) e machine-to-machine (M2M) com a assinatura de um acordo de colaboração com a Telecom Italia, dona da TIM Brasil, para o desenvolvimento de soluções para os setores automotivo, governamental e agrícola.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
950.118,07	950.118,07	48.849,86	10,01	0,81

A Intelbras entra em novas áreas e dá ênfase à exportação

Pioneira no desenvolvimento de um PABX nacional em 1987, a Intelbras continua inovando. Pelo terceiro ano consecutivo é Destaque do Anuário Telecom, registrando um crescimento de 12,1% na receita líquida e 7,8% de rentabilidade sobre as vendas. “Em junho de 2015, a empresa completou um ano do lançamento do programa de canais que alavancou diversos projetos, todos direcionados a melhorar nossa relação com as revendas e clientes finais”, avalia Amilcar Scheffer, diretor corporativo de redes e telecom da Intelbras. A empresa dirigiu esforços para a exportação para os 20 países onde atua, e entrou em novas áreas de negócios, como vigilância patrimonial e equipamentos contra incêndio.

A plataforma de relacionamento de negócios com os canais, de acordo com Amilcar, é central para a companhia: “Temos quatro valores principais: transparência, regras claras, relacionamento e apoio ao parceiro”. A empresa conta com 19 mil revendedores e 40 mil pontos de venda, que oferecem um portfólio diversificado de produtores nas áreas de telecomunicações, segurança e redes.

O programa de canais é unificado em módulos por unidade de negócio (segurança, telecomunicações e redes) visando atender as particularidades de cada mercado em que atua e uma metodologia que permite o contato com todos os elos da cadeia.

O crescimento em 2014 e 2015, de acordo com o executivo, foi pavimentado por uma série de aquisições realizadas a partir de 2013 quando se uniu à Automatiza,

fabricante de equipamentos de controle de acesso, e à Engesul, empresa de prevenção de incêndio e iluminação de emergência, ampliando seu portfólio de segurança eletrônica e expandindo a atuação. O mercado de segurança eletrônica no Brasil em 2015 deverá crescer 10% esse ano, em relação ao ano passado, devendo movimentar R\$ 5,6 bilhões em negócios, segundo a Abese (Associação Brasileira das Empresas de Sistemas Eletrônicos de Segurança). A Intelbras apostou no segmento, com o lançamento de soluções de circuito fechado de TV (CFTV), Network Video Recorders (NVR) e câmeras IP. Seguindo a estratégia de parcerias, firmou um acordo com a canadense Genetec, para o desenvolvimento de soluções de gerenciamento de sistemas de circuito fechado de TV (CFTV). O sistema integra o equipamento da Intelbras com o software Genetec, permitindo uma instalação mista de sistemas analógico, HDCVI e IP, dimensionados para médias e pequenas empresas. A Genetec desenvolveu uma versão co-branded do seu Security Center exclusivamente para a Intelbras, visando ao mercado de CFTV com tecnologia IP. Os equipamentos produzidos pelas empresas integram-se a diferentes sistemas de segurança eletrônica, facilitando a montagem de soluções mais complexas de monitoramento. O software ainda oferece instalação mista, integrando as tecnologias analógicas, IP e HDCVI, dependendo da necessidade e da estrutura que o cliente possui.

Com 2,3 mil colaboradores, a Intelbras tem cinco fábricas – duas em São José, na região metropolitana de Flórida-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
INTELBRAS	618,90	12,12	7,82	22,67	1,77	20,80



Amilcar Scheffer

diretor corporativo de redes e telecom

Foco na plataforma de relacionamento com canais

nópolis, em Palhoça (SC), Manaus (AM) e Santa Rita do Sapucaí (MG). Esta última foi ampliada em setembro de 2014 passando de uma área de 1,5 mil para 6,8 mil metros quadrados. “Nossa capacidade industrial foi ampliada em 400%, podendo se adequar ao aumento da demanda de equipamentos”, garante Amilcar. Em Santa Rita a empresa produz porteiro residencial, centrais de portarias, centrais de alarmes, receptores para centrais de alarme (com fio e sem fio), sensor de presença e cerca elétrica

A matriz fabrica telefones (com fio e sem fio), centrais telefônicas, roteadores, switches, centrais de alarme de incêndio, fechaduras eletromagnéticas, sistemas de identificação e controle de acesso, iluminação de emergência, e terminais inteligentes; e a fábrica de Manaus é responsável pelas linhas de CFTV, DVR, porteiros e vídeo porteiro.

A Intelbras inaugurou uma subsidiária no México, com cerca de 40 pessoas, em uma estrutura que inclui vendas, suporte e estoque. Em 2014, 7% da receita da empresa vieram das exportações e a meta, segundo Amilcar, é ampliar esse índice: “No último ano, reforçamos presença nas áreas de gerenciamento de imagem em centrais condominiais, na fabricação de produtos de segurança eletrônica, switches para pequenas e médias empresas e em telefonia”. Os equipamentos são desenvolvidos em um centro de pesquisa e desenvolvimento de São José, onde são aplicados anualmente 5% do faturamento. Para investir em novos produtos, a empresa obteve em 2014 um empréstimo de R\$ 71 milhões do BNDES para um projeto de inovação que compreen-

de o período de 2014 a 2016, no âmbito do Programa de Sustentação do Investimento (BNDES PSI). De acordo com Amilcar, os recursos estão sendo usados para pesquisa em novas funcionalidades em aparelhos telefônicos (com e sem fio), centrais telefônicas e dispositivos de segurança eletrônica: “O objetivo é atuar também em centrais telefônicas de grande porte, com tecnologias mais avançadas em centrais IP”. Já na divisão de segurança eletrônica, a meta é o desenvolvimento de novos produtos, com vistas a aumentar a participação e consolidar a posição da empresa no mercado.

A aposta em 2015 tem sido no crescimento do mercado em condomínios, residências, varejo e outros setores como hotelaria, aeroportos e indústria. Especificamente para o mercado de condomínios, a empresa desenvolveu a linha SCA 1000 - Sistema de Controle de Acessos Condominial, que permite registro de eventos via apartamento, tem controles para acionar as saídas de qualquer dispositivo, funções desperta porteiro e pânico, entre outros. “A linha de controle de acesso foi criada também para gerenciar o fluxo de pessoas e automóveis por meio do uso de dispositivo de identificação”, diz o executivo. A Intelbras oferece também o HDCVI - High Definition Composite Video Interface, que permite que sistemas analógicos de CFTV transmitam imagens em alta definição (HD, Full HD e 4K).

“Para reforçar nossa participação no mercado de segurança temos diversos lançamentos de produtos e ações de marketing em andamento”, antecipa Amilcar.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
327.064,34	224.137,20	25.567,21	10,09	1,17

BE SMART. BSP.

Na BSP, você encontra, além do MBA Executivo, totalmente em inglês, diversos cursos de MBA e Pós-graduação, com a opção de fazer um módulo internacional* em renomadas Escolas de Negócios da América Latina, América do Norte e Europa. **Aprenda com os melhores. Estude na BSP - Business School São Paulo.**

*Investimento à parte, não incluso no valor total do curso.

Inscreva-se

www.bsp.edu.br

(11) 5095-5656

São Paulo e demais localidades



Business School São Paulo

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

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 2015, EM SEUS RESPECTIVOS SEGMENTOS: ALLIED (CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO); VIAW (CONSULTORIA E PROJETOS); ALCATEL-LUCENT (GERENCIAMENTO DE REDES); NET SERVIÇOS (SERVIÇOS CONVERGENTES); COPEL TELECOM (SERVIÇOS CORPORATIVOS); AEC (SERVIÇOS DE CALL CENTER); LEVEL 3 (SERVIÇOS DE HOSTING E DATACENTER); LINK (SERVIÇOS DE INFRAESTRUTURA DE REDES); ÍCARO TECHNOLOGIES (SERVIÇOS DE INTEGRAÇÃO); HISPAMAR (SERVIÇOS DIGITAIS); ALGAR TELECOM (SERVIÇOS MÓVEIS). A TELEFÔNICA VIVO, DESTAQUE EM SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA, FOI TAMBÉM ESCOLHIDA A EMPRESA DO ANO (VEJA A REPORTAGEM DA PÁGINA 46).

A Allied mantém a liderança, apoiada na diversificação.

Destaque em Canais de Comercialização no

Anuário Telecom pelo quinto ano consecutivo, a Allied obteve crescimento de 2,6% da receita líquida e rentabilidade sobre as vendas de 3,8%. O feito é atribuído pelo presidente, Ricardo Radomysler, principalmente à diversificação dos negócios: “Agregamos as linhas de consoles e games ao nosso negócio de distribuição, bem como o portfólio de câmeras GoPro. Isso nos ajudou não só a aumentar a presença em clientes com os quais já tínhamos relação comercial de longa data, mas também a incorporar novos parceiros”. Fundada em 2001, a Allied oferece serviços e soluções de gerenciamento de supply chain para mais de 3,7 mil clientes, dentre os quais operadoras de telefonia, fabricantes, varejistas e clientes corporativos.

No ano passado, a empresa aprofundou laços com as operadoras, com uma parceria firmada com a Oi para a distribuição de aparelhos em todos os canais, projeto ao qual dedicou muito trabalho. Ricardo conta que a Allied também foi escolhida pela Claro para gerir sua plataforma online de vendas, tanto para sua base quanto para novos clientes: “Estamos confiantes em que as parcerias com as teles serão muito benéficas para todas as partes, e que a tendência é de que esse tipo de iniciativa continue a surgir. Para os próximos anos, queremos expandir alguns acordos que temos com essas empresas e diversificar nossa atuação através desses novos canais, num trabalho conjunto e de longo prazo”. O explosivo mercado de smartphones, cuja venda cres-

ceu 55% no Brasil em 2014, na comparação com o ano anterior, alcançando 54,5 milhões de unidades, segundo a consultoria IDC Brasil, alavancou os negócios da Allied. A isso se somam o lançamento das redes 4G pelas principais operadoras do país e a modernização da 3G. A Allied também atende o mercado corporativo para compra de equipamentos, projetos especiais, customização e distribuição. Oferece acessórios, câmeras de ação, câmeras digitais, celulares, games, informática e tablets. Entre os parceiros com os quais a Allied trabalha, Ricardo cita os fabricantes Acer, Alcatel One Touch, BMobile, BlackBerry, GoPro, Gradiente, LG, Microsoft, Qualcomm, Samsung e Sony.

No final de 2014, o fundo de private equity Advent International assinou acordo para a aquisição do controle acionário da Allied, detido pela One Equity Partners (OEP) e de outros acionistas minoritários, transação que foi concluída no início de 2015. Ricardo Radomysler, fundador da empresa, permanece sócio e continua no comando: “A reputação do time do Advent é a melhor possível e temos sentido isso em nosso dia a dia. A contribuição de um parceiro com tanta experiência em outros setores de mercado nos ajuda a sofisticar a gestão, e buscar novas oportunidades de crescimento em produtos e serviços, além de expandir nossa atuação na América Latina”.

Com 14 anos de mercado, a Allied tem mais de 4 mil clientes ativos, distribuídos por todo o território nacional, e presença em mais de 17 mil pontos de venda. Tem

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)
ALLIED	1.336,50	2,67	3,81	1,53	4,88	61,45



Ricardo Radomysler

presidente

Maior presença na base e novos parceiros

em seu portfólio celulares e acessórios, smartphones, tablets, games, notebooks, ultrabooks e câmeras digitais, representando as principais indústrias do setor.

Em paralelo à parceria com as operadoras, a empresa fortaleceu seu papel como facilitadora de negócios entre varejo e os fabricantes no pré e pós-venda. Entre as estratégias dos dois últimos anos está a expansão da capilaridade para que os produtos e serviços dos fabricantes cheguem a cada vez mais pontos de venda. “Estamos dedicados a aumentar nossa participação nos clientes que já estão dentro de nossa base. Temos abordagens múltiplas para esse tipo de projeto, tais como gestão de categorias, store-in-store e promoções nos pontos de venda, entre outros”, diz o presidente.

Nos últimos anos, a empresa também apostou, junto com fabricantes de smartphones, em conteúdos exclusivos, com foco em modelos desbloqueados que são vendidos no varejo, participando de lançamentos de modelos customizados, alcançando novos pontos de venda. Isso popularizou os aparelhos, alcançando pontos de varejo que até então não ofereciam smartphones. Os aparelhos trazem embarcados conteúdos relacionados a artistas, wallpapers e músicas em MP3. O custo de licenciamento e de desenvolvimento do conteúdo embarcado costuma ser dividido entre as partes que detêm exclusividade: o fabricante, o distribuidor e o varejista.

A massificação das redes 3G e 4G e os planos das principais operadoras incentivaram assinantes a trocar os aparelhos, alavancando as vendas da empresa. Outra

política que contribuiu para o avanço dos smartphones foi a popularização de aplicativos móveis e de mensagens instantâneas. Ricardo, no entanto, se queixa da alta carga de impostos: “Como a Allied é intermediária nas relações comerciais entre fabricantes, operadoras e varejistas, somos afetados pela complexidade tributária, que poderia ser mais simples no nosso setor”.

2014 foi um ano atípico para a Allied, com as vendas afetadas pela Copa do Mundo e, no final do terceiro trimestre, pelas incertezas do processo eleitoral.

Entre as novidades em produtos, o executivo destaca as linhas de consoles e games, com impacto no crescimento do ano passado e 2015. No último trimestre de 2014, ele aponta a oferta das câmeras de aventura GoPro, que contribuíram para a diversificação do portfólio de dispositivos móveis.

A empresa passou ilesa pelos obstáculos, registrando, segundo Ricardo, uma retomada de vendas entre outubro e dezembro: “2015 também tem sido um período bastante desafiador. As empresas que conseguirem focar em gestão e eficiência serão aquelas que sairão com menos danos desta turbulência. É exatamente isso que estamos fazendo: avaliando a fundo cada um de nossos segmentos e adotando estratégias detalhadas para mantermos uma operação saudável”.

Apesar do cenário desafiador, a empresa espera crescer 20% em vendas frente ao ano passado, baseada nas projeções de novos negócios incorporados desde o segundo semestre de 2014 e que têm efeito até o final de 2015.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
1.186.941,18	890.205,88	45.165,43	25,14	2,43

A vigilância sobre as contas é o trunfo da Via\W

Em períodos recessivos, quando as empresas priorizam o enxugamento dos custos, a Via\W nada de braçada. Especializada na redução de despesas com telefonia móvel, fixa e dados, a empresa promete melhorar a eficiência nas telecomunicações e tecnologia da informação dos clientes, mesmo em projetos complexos, proporcionando reduções de custos superiores a 30%, atuando nos contratos dos prestadores e na qualidade dos serviços. “No ano passado, demos consultoria para empresas como a Sul América, Valor Econômico, Grupo AES e Techban, entre outros”, destaca o sócio-diretor, Nelson Patrício Reis.

Com rentabilidade sobre vendas de impressionantes 70,3%, a Via\W aparece em primeiro lugar na lista das dez empresas mais rentáveis, além de figurar entre as dez que mais cresceram, com um aumento de 21,6% na receita líquida. E é destaque do Anuário pelo segundo ano consecutivo.

O resultado é fruto da estratégia de ampliação do portfólio, agregando outras frentes de melhoria de eficiência nos clientes, tais como análise de contratos com data-centers e oferta de serviços para empresas de pequeno e médio portes. Outro movimento da Via\W no ano passado, de acordo com Nelson Reis, foi a ampliação da abrangência nacional, atendendo clientes fora do eixo Rio-São Paulo e Minas Gerais: “Atualmente, temos clientes em Goiânia (GO), interior de São Paulo, Salvador (BA), Maranhão, Pará e Santa Catarina. Em 2015, o foco tem sido em parcerias para ampliar ainda mais o leque de ofertas”.

Nos dois últimos anos, de acordo com Nelson, a empresa firmou bons contratos nos segmentos financeiro, seguradoras e empresas de energia elétrica e ampliou o portfólio para prestação de serviços para empresas de qualquer tamanho. “Fomos procurados por companhias médias e pequenas que têm a mesma necessidade de corte de custos e renegociação de contratos que as demais. Esse é um mercado com potencial gigantesco”. Sem vínculos com operadoras, fornecedores ou equipamentos, a Via\W foca na economia e na melhoria dos níveis de serviços contratados. A empresa é especializada nas regras e leis de telecomunicações e olha com rigor os preços praticados no mercado. Por meio de renegociação e gestão de contratos, recupera valores cobrados incorretamente. A linha de serviços da Via\W inclui renegociação de contratos em TI e telecomunicações, incluindo preços e tarifas, otimização da infraestrutura e governança e análise do modelo de SLA (Service Level Agreement). Em gestão de telecom, oferece controle periódico dos gastos, gestão de uso dos recursos, orientação especializada para tomada de decisões e gestão de qualidade técnica. Faz ainda auditoria e contestação de contas pagas indevidamente pelos clientes nos últimos cinco anos.

A empresa desenvolveu um sistema que faz o monitoramento, auditoria, relatórios e controle de tarifação que permite gerir as contas, com batimentos mensais do que foi contratado e do que foi pago e instalado (planta versus contrato), atuando na redução de custos, monitoramento e auditoria das faturas e recuperação dos valores cobra-

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)	...
	VIAW	8.416,60	21,65	70,36	4,65	0,42	302,25	



divulgação

Nelson Patrício Reis

sócio-diretor

**Foco em parcerias
para ampliar a oferta**

dos incorretamente. Além de gerir as faturas, detalha o tráfego por linha ou ramal, pacotes contratados, rateio do custo por departamento, audita valores cobrados e padroniza a forma de recebimento das faturas. Acompanha a gestão de cada contrato com as diversas operadoras, evitando falhas nos processos internos e retrabalho.

A vantagem de contar com uma consultoria externa que se responsabiliza em avaliar e acompanhar os contratos e tarifas, segundo Nelson, é o fato de liberar os gestores a se dedicarem às suas atividades principais: “A gestão de contratos é desgastante e consome muito do dia a dia”. Um sistema de telecomunicações eficaz deve permitir fácil acesso às informações de telefonia e a visão das respectivas despesas, quantidade de recursos, operadoras, planos, tarifas e serviços contratados. “Para a gestão de todas essas informações, o sistema deve ser gerido por profissionais capacitados que analisam e compilam as informações, além de fazer a interface com as operadoras. Se os processos são adequados e estão automatizados de forma correta, as atividades estarão bem claras para todos os envolvidos e é possível alcançar bons resultados”, diz. Com a consumerização e o chamado BYOD (bring your own device) – a conexão de diferentes dispositivos nas redes corporativas –, a gestão dessa estrutura ficou ainda mais complexa. As companhias estão pouco preparadas para o aumento do uso de dispositivos móveis como smartphones e tablets e seus respectivos aplicativos. Faltam estratégias internas para preparar a infraestrutura de sistemas, processos e pessoas para gerir os novos

recursos de telecomunicações. As empresas com grande volume de dispositivos móveis, PABX, links e dados, e diferentes áreas envolvidas na gestão, têm que administrar uma grande complexidade de integração. Outro complicador é que o cenário regulatório das telecomunicações sofre alterações constantes e é difícil para as grandes empresas acompanharem o impacto disso nas suas contas. Com a queda na atividade econômica, as empresas passaram a ficar mais atentas aos custos. Como o tráfego de dados só aumenta, a saída, segundo Nelson, é ter informações mais confiáveis e gerir essa complexidade de forma profissional, com pessoas especializadas nesse campo: “Quando se fala em gestão integrada, é preciso ter em mente que isso significa fazer uso de um único sistema e processos padronizados para todos os serviços de telecomunicações, como telefonia fixa, móvel e serviço de dados. Dessa forma a empresa ganha escala de atendimento, reduzindo as fugas de tráfego, melhorando os custos de sistemas e operacionais”. Segundo ele, as empresas estão fazendo os ajustes necessários, mas os responsáveis pelas áreas de TI e telecom têm equipes cada vez mais reduzidas e limitação de investimentos, além da dificuldade em acompanhar propostas distintas de diferentes fornecedores.

Em 2015, Nelson garante que a ViaW não sentiu o desaquecimento, ampliando negócios para empresas que buscam aumento de eficiência “O cliente está mais criterioso na tomada de decisão, mas continua buscando reduções de custos e melhorias nos níveis de serviços”.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
9.880,65	9.386,62	6.951,79	94,24	1,06

O plano da Alcatel-Lucent é ir além das operadoras

Às vésperas de se fundir com a gigante de infraestrutura de redes Nokia – a aprovação do negócio, pelos acionistas, é esperada para o primeiro trimestre de 2016 –, a Alcatel-Lucent segue forte em contratos de transmissão e roteamento IP com as maiores operadoras no Brasil. Liderou, no ano passado, o segmento de banda larga, atingindo a marca de 23 milhões de acessos na América Latina, sendo 10 milhões no Brasil.

“Temos crescido globalmente em serviços de transmissão e roteamento IP e em todas as camadas da rede – core, edge e de acesso –, além de sermos muito fortes nas tecnologias de banda larga, onde a fibra está substituindo o cobre”, destaca Javier Falcon, presidente da Alcatel-Lucent no Brasil.

Em 2014, a empresa lançou um plano de diversificação, centrado em mercados verticais, com foco em energia, transporte, segurança e governo. A ideia, segundo ele, é levar produtos que hoje são ofertados às operadoras de telecom, para os clientes corporativos: “As telecomunicações têm papel fundamental no desenvolvimento dessas indústrias e um papel ainda maior na gestão governamental”.

Um dos contratos importantes no ano passado foi firmado com a Oi, para a modernização do backbone IP, visando aumentar a eficiência de serviços de banda larga fixa e móvel, dando à operadora mais eficiência para a banda disponível em momentos de maior consumo, e evitando congestionamento e lentidão na rede. O projeto começou em algumas cidades e deve ser estendido para 167 municípios até 2016, cobrindo 6 milhões de assinantes de banda larga e mais de 9 mil acessos

corporativos. A arquitetura é do tipo single edge, que permite oferecer serviços de redes de acesso, como móvel, banda larga, IPTV e B2B, a partir de uma mesma plataforma. Esse sistema de gerenciamento único vai permitir que a Oi reduza em quase 50% o número de equipamentos na planta de rede de acesso IP.

Outro projeto da Alcatel-Lucent com a Oi é a ampliação de capacidade de infraestrutura com a implantação de equipamentos Optical Transport Network (OTN) em circuitos de 100 GB em uma extensão de 30 mil km de rede que vai aumentar a capacidade de transmissão de dados do backbone da operadora em até 57 vezes e atender 12 capitais. A expectativa é dar maior robustez à rede, para atender o crescente consumo de dados nos próximos anos.

Com a TIM, a Alcatel-Lucent está implantando small cells integradas à rede 3G da operadora, como parte da estratégia de redes heterogêneas, incluindo macrocélulas, microcélulas, picocélulas, femtocells e Wi-Fi, para dar conta do tráfego de dados que dobra a cada ano.

Outra vertical importante é a de Grandes Empresas, que oferece aos clientes sistema de automação de interconexão de datacenters por meio da Nuage Networks, uma das empresas do grupo Alcatel. A companhia prevê a oferta de serviços especializados a indústrias verticais, como bancos ou mineradoras.

O carro-chefe é uma solução virtualizada para dinamizar a infraestrutura de comunicação de datacenters. “Começamos a atacar um novo mercado que compreende sistemas de cloud computing tanto para operadoras de telecomunicações quanto para empresas de datacen-

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)	...
	ALCATEL-LUCENT	417,80	-35,64	9,91	1,39	0,00	23,15	



Javier Falcon

presidente

Automação da interconexão entre datacenters e operadoras.

ter”, explica Falcon. Como a tecnologia dos datacenters já foi virtualizada, a meta da Alcatel é avançar o conceito também nas telecomunicações, incluindo a automação da interconexão entre datacenters e operadoras.

“Seguimos modernizando as redes que estão se transformando em 100% IP e, como segunda abordagem, atuamos nas redes de acesso e agregação, com a introdução das funções virtualizadas de rede (NFV). Várias operadoras já anunciaram investimentos e cronogramas para esses projetos e acreditamos termos as primeiras implantações em 2016”, diz Falcon.

A Alcatel-Lucent está testando a tecnologia NFV com a Telefónica na Espanha, para avaliar o impacto de demanda em sistemas no conceito de Internet das Coisas (IoT) e comunicações máquina-a-máquina (M2M), ou seja, em ambientes de grande consumo de dados. Recentemente, a empresa anunciou contratos de fornecimento na Ásia com a China Mobile e a China Unicom. Ambos preveem a instalação de infraestrutura 4G LTE e voz sobre LTE (VoLTE), infraestrutura de redes de banda larga fixa, redes ópticas e roteamento IP, além de soluções de redes definidas por software (SDN) e de virtualização de funções de rede (NFV). Os contratos estenderam a relação da Alcatel-Lucent com as operadoras chinesas e têm como objetivo atender ao compromisso com o governo chinês de cobertura de banda larga em todo o país até 2020.

No Brasil, a estratégia para 2015 é ampliar a participação em banda larga fixa e móvel e ganhar mercado na oferta de small cells, que estende a cobertura da telefonia móvel em ambientes fechados ou áreas

restritas. Para esse segmento, anunciou, no ano passado, uma linha de equipamentos desenvolvidos em colaboração com a Qualcomm para o mercado corporativo. A solução permite que as operadoras estendam a conexão 3G, LTE combinado com o Wi-Fi para a cobertura em escritórios.

Falcon acredita que, apesar da conjuntura adversa, a Alcatel-Lucent ainda tem bastante espaço de negócios: “Apesar de termos alcançado uma penetração quase plena da telefonia celular, falta evoluir nas coberturas 3G e 4G em diversas geografias; muitos municípios ainda não possuem um backhaul com fibra óptica; e a penetração da banda larga fixa não passa de 30% dos domicílios”. Outra oportunidade importante para a Alcatel é a modernização das redes legadas com tecnologia IP. “Um dos fatores que impacta nosso negócio é a capacidade de investimento de nossos clientes e isso ainda não sofreu alterações drásticas. Mantemos nossa estratégia de ampliar participação em redes de banda larga fixa e móvel”, diz.

A fusão da Alcatel-Lucent com a Nokia, um negócio que totaliza cerca de €15,6 bilhões, foi anunciado em abril de 2015 e colocará a empresa resultante da fusão em melhores condições de competir mundialmente no mercado de infraestrutura de redes. Em julho de 2015, a fusão foi aprovada pela Comissão Europeia e anteriormente pelas agências reguladoras e órgãos antitruste dos Estados Unidos e do Brasil. Para a Comissão Europeia, a companhia resultante da fusão ficará com cerca de 30% ou mais de participação de mercado em vários tipos de equipamentos.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
236.846,46	236.846,46	23.477,60	16,47	0,67

A NET tira proveito da sinergia com as empresas do grupo

2014 foi marcado por novidades para a NET, empresa do grupo América Móvil. Logo no início do ano, lançou uma das opções de Internet banda larga mais rápidas do mercado brasileiro, o NET Virtua 500 Mega, com tecnologia 100% em fibra óptica (FTTH), reforçando seu pioneirismo em ultravelocidades no país. Anunciou também o serviço de vídeo sob demanda NET NOW, que pode ser acessado por diferentes dispositivos, quando e onde se quiser, por meio do aplicativo para tablets e smartphones, com sistema iOS e Android.

Um marco para a NET no ano passado, segundo Marcio Carvalho, diretor de marketing e produtos para o mercado residencial da América Móvil Brasil, foi a realização, da primeira transmissão ao vivo do NET Ultra HD, com tecnologia 4K, que aconteceu simultaneamente no Brasil e em outros países da Europa, Ásia e América do Norte durante a Copa do Mundo.

Para coroar 2014, diz Marcio, a empresa encerrou o período com recorde histórico de participação no mercado: “Ampliamos a liderança em TV por assinatura e banda larga, adicionando clientes em volume significativamente maior que o das demais operadoras, conquistando aproximadamente metade do crescimento total desses mercados”. No serviço de telefonia fixa, aumentou o número de assinantes em 13,1%.

Escolhida a Empresa do Ano do Anuário Telecom em 2012 e 2013, a NET é Destaque com crescimento de 10,9% da receita líquida e 2,6% de rentabilidade sobre as vendas.

A empresa conseguiu consolidar a oferta do chamado quadriplay, que une banda larga, TV, telefone fixo e mó-

vel no pacote Combo Multi, integrando produtos fixos e móveis. “A NET tem uma rede fixa que atende principalmente clientes residenciais e pequenas e médias empresas, e a Claro oferece planos de telefonia móvel e Internet 4G, para conectar o cliente onde ele estiver. São soluções completas e integradas, com custos melhores, com a vantagem de o cliente ser atendido em uma única fatura”, diz Marcio. O mercado brasileiro está se consolidando e, segundo ele, o grupo aproveitou sinergias para somar as soluções das empresas Claro, NET e Embratel em seus segmentos de atuação: “São várias plataformas, capazes de atender todo o país. Nossa meta é liderar a convergência dos serviços de comunicação, entretenimento e informação”.

Em 2014 e 2015, diz, a NET manteve investimentos na infraestrutura de rede, inovação e qualidade: “O caminho é inovar e construir uma oferta cada vez mais completa e qualificada. Investimos muito em infraestrutura de banda larga e em rede de distribuição de vídeo de altíssima qualidade, nos posicionando como um dos maiores distribuidores de conteúdo e um dos mais acessados pelos consumidores brasileiros”.

O próximo passo, segundo Marcio, é continuar aperfeiçoando a tecnologia, criando novos mecanismos de entrega de conteúdo, da forma mais customizada e eficiente, seja no modelo tradicional ao vivo, on demand, ou através dos dispositivos conectados: “Nossa capilaridade e presença na casa de milhões de brasileiros é um grande diferencial”. A empresa tem expandido sua abrangência, principalmente para novas geografias. Desde que obteve

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)	...
	NET	134,90	11,29	2,30	0,50	14,40	4,60	



Marcio Carvalho

diretor de marketing e produtos para o Mercado Residencial da América Móvil Brasil

“São várias plataformas, capazes de atender todo o país”.

licença para serviços nacionais, lançou-se na busca de clientes em todo o país. “Na região Norte, principalmente, vemos que há uma demanda reprimida e carência de infraestrutura”, afirma. Em regiões onde atua há mais tempo a estratégia é oferecer mais serviços à atual base de assinantes.

Marcio destaca o NOW Online, um serviço de vídeo sob demanda via streaming que permite o acesso à TV por assinatura por meio de uma única plataforma: “Outro diferencial é a oferta de conteúdos exclusivos da TV por assinatura, como Telecine, Discovery e canais Globosat (Multishow, GNT, Globosat+, entre outros)”.

O comércio eletrônico entrou no cardápio como mais um canal de vendas com o lançamento da Loja dos NETS by Submarino, uma loja virtual com artigos de telefonia, informática, eletrônicos e acessórios. São mais de 10 mil itens entre smartphones, notebooks, tablets e televisores, de diversas marcas, com condições especiais para os clientes NET.

No final de 2014, a NET iniciou a venda de um novo pacote de acesso à Internet dentro do Programa de Banda Larga Popular do governo do estado de São Paulo, com velocidade de 2 Mbps a R\$ R\$39,90 mensais. O programa segue as especificações do convênio firmado pelo Conselho Nacional de Políticas Fazendárias (Confaz), que recentemente foi ampliado para novas velocidades de acesso. Em 2009, quando o convênio foi lançado, a NET foi a primeira empresa a assinar acordo com o governo do estado de São Paulo e a lançar ofertas. A taxa de instalação é gratuita e o modem é cedido em sistema de comodato.

Apesar da conjuntura econômica complicada, Marcio mantém o otimismo: “Acreditamos que o mercado brasileiro de TV por assinatura ainda tem espaço para muitas oportunidades. O cliente vê valor em soluções completas e integradas e, em períodos de crise, precisa estar conectado, se manter informado. Além disso, a tendência é que as pessoas saiam menos de casa e gastem menos com lazer, logo a TV por assinatura passa a ser uma opção econômica de entretenimento”.

Segundo ele, o mercado passa por um momento de racionalização, em que os consumidores estão se adaptando à realidade. “O ritmo de crescimento é menor, o dólar alto impacta o custo de aquisição dos clientes e a rentabilidade está no limite para todas as operadoras. Nossa estratégia é continuar crescendo de forma sustentável, buscando democratizar o acesso aos serviços que oferecemos”.

Com as Olimpíadas 2016, as perspectivas de crescimento são ainda mais promissoras – o grupo América Móvil. A NET vai oferecer cobertura em alta definição com 16 canais HD exclusivos, além de disponibilizar os principais momentos no NET NOW e no NOW Online. Em julho de 2015, José Félix, que comandava a NET há sete anos, foi indicado para presidir o grupo América Móvil no Brasil. O grupo foi organizado em três unidades de negócio: residencial com predomínio da marca NET, cujo CEO será Daniel Barros; pessoal, com a marca Claro, tendo como CEO Carlos Zenteno; e empresarial, com a marca Embratel, cujo presidente é José Formoso.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
3.635.591,42	3.635.591,42	-	2,90	0,60

A Copel Telecom prioriza a expansão da rede

Entre os projetos executados pela Copel Telecom

em 2014, o que seu diretor-presidente, Adir Hannouche, considera mais importante foi a expansão da rede pelo estado do Paraná: “O objetivo foi levar banda larga aos mercados carentes desse tipo de serviço, quebrando a lógica de atendimento apenas nos grandes centros, e massificando os serviços de rede e Internet na região”. A estratégia de atender o consumidor final e o mercado corporativo, tendo em sua carteira empresas de todos os portes, conferiu à Copel Telecom uma expressiva rentabilidade de 36,9% sobre as vendas, o que a colocou entre as dez empresas mais rentáveis do Anuário Telecom, além de lhe conferir o prêmio de Destaque, pelo segundo ano consecutivo.

Usando a infraestrutura da operadora de energia do estado, a Copel Telecom conta com um backbone de fibra óptica cabeando toda a região. Há dois anos, a empresa traçou um plano estratégico para potencializar o uso dessa rede, que chega a 399 municípios. A estatal, que vendia capacidade no atacado, passou a atuar no varejo, oferecendo acesso à Internet com fibra óptica e tecnologia GPON (Gigabit Passive Optical Network) para clientes residenciais e pequenas e médias empresas, com o atendimento de banda larga em 50 cidades do Paraná.

“Em 2015, em função da situação econômica, que afetou a produção e o câmbio, a Copel Telecom estrategicamente mudou o ritmo de construção de redes e está ampliando sua atuação junto aos parceiros, para que os impactos da desaceleração influenciem o mínimo possível nossas ofertas”, diz Adir.

Um desses acordos foi com a TIM, para a oferta de Internet sem fio em alta velocidade na região central de Curitiba. Por meio de uma parceria público-privada (PPP), está disponível sinal em tecnologia 3G e 4G aos clientes da operadora a partir de microantenas – as chamadas small cells –, instaladas em uma centena de postes da Copel. A parceria permitiu à TIM aproveitar a grande capilaridade da empresa, que conta quase 3 milhões de postes no Paraná, melhorando a cobertura nos pontos de maior tráfego de pessoas. A Copel Telecom ficou responsável pela fixação e energização dos equipamentos, e ainda pela transmissão de dados por meio de sua rede de fibras ópticas. O diferencial da Copel é contar com uma grande rede de distribuição e o cabeamento com fibra, o que deve render outras parcerias de empresas que buscam ampliar suas infraestruturas na região.

Um projeto piloto de rede inteligente de energia elétrica em Curitiba, conhecida como smart grid, inaugurou, em 2014, uma nova área de atuação da Copel Telecom. Com investimentos de R\$ 50 milhões, a iniciativa combina tecnologias para reduzir o número e o tempo dos desligamentos na rede elétrica, medir o consumo de energia, água e gás à distância, descentralizar a geração de energia e servir de vitrine a várias aplicações que antecipam o futuro da infraestrutura energética nas cidades. O projeto Paraná Smart Grid integra o programa Smart Energy Paraná, criado pelo governo do estado para incentivar a geração distribuída por fontes renováveis. Um dos objetivos do projeto é a automação completa da rede

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)
COPEL TELECOM	2.147,90	4,52	36,91	0,75	5,63	52,21



Adir Hannouche

diretor-presidente

Estreia no mercado de smart grid

elétrica, que dispensa a interferência humana para isolar trechos sem luz. A rede inteligente permite o monitoramento, a identificação e a transmissão de dados para a reconfiguração da rede após a interrupção no fornecimento, realizada pelo próprio sistema. O projeto também permite medição à distância de água, luz e gás, utilizando um mesmo canal de comunicação. Desenvolvida pela Copel, a solução permite maior agilidade às leituras, reduz o custo de operação e também monitora a qualidade do fornecimento e localiza pontos de perda.

Além da automação da rede e telemedicação de energia, água e gás, o projeto também inclui microgeração distribuída por fontes solares e eólicas e testes de conceito que abrangem desde a automação predial até a integração à rede inteligente de eletropostos para carros, bicicletas e ônibus elétricos.

De acordo com Adir, o projeto da Copel é um passo importante para o desenvolvimento das redes inteligentes, estimulando a geração distribuída e convertendo novas tecnologias do setor elétrico e das telecomunicações em benefícios para o consumidor: “Estamos preparados para os novos serviços trazidos com a Internet das Coisas (IoT), quando os primeiros dispositivos integrados chegarem ao mercado”. Em 2015, diz, a empresa volta seu foco para o mercado corporativo, no atendimento de empresas de todos os portes: “Dividimos o foco expansionista do varejo aplicado em 2014, formando, neste ano, uma força-tarefa voltada aos grandes clientes corpora-

tivos”. Para a iniciativa, foram criadas áreas específicas para clientes estratégicos e uma divisão de pós-venda.

No próximo ano, ele pretende manter o planejado, dividindo-se entre essas áreas e a oferta de smart grid: “A desaceleração econômica deve afetar o crescimento da operação de varejo, pois o público desse serviço está entre o grupo mais atingido pelo declínio da atividade econômica, mas acreditamos que podemos compensar essa queda com os serviços corporativos e as novas soluções de TI”.

Dentro da estratégia de diversificação, os dois datacenters da empresa, localizados em Curitiba, serão modernizados, para dobrar de capacidade com vistas à oferta de serviços de TI e comunicação para o mercado em geral a partir de 2016. “Os centros de dados serão ampliados e capacitados para atender uma operadora de médio e grande porte e empresas em todo o estado do Paraná”, antecipa Adir.

De acordo com ele, o setor produtivo busca ganhos de eficiência nas suas atividades, favorecendo os serviços de telecomunicações. A empresa tem buscado parcerias estratégicas para novos formatos de prestação de serviços alinhados a tendências de consumo e de entretenimento digital. Nessa linha, a empresa planeja a oferta de IPTV (televisão transmitida por meio de rede IP) para clientes residenciais e pequenas e médias empresas.

Em 2015, foi criada a divisão de TI, com a oferta de pacotes integrados a serviços de telecomunicações, com novas ofertas que serão anunciadas até o final de 2018.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
90.534,30	84.377,96	33.417,29	18,86	0,36

A AeC finca suas bases em todo o país

Atuando na área de contact centers e terceirização

de processos de negócios BPO (Business Process Outsourcing), a AeC investiu no ano passado R\$ 40 milhões na expansão de suas unidades e aprimorou as existentes, gerando 5 mil empregos diretos. Manter o crescimento e fortalecer sua atuação em segmentos como varejo e área financeira são os principais objetivos em 2015. “As organizações focam no ganho máximo de eficiência. Como estamos em um momento de ajustes na economia, o cenário exige austeridade e ainda mais responsabilidade em todos os processos que competem às empresas”, afirma o CEO, Alexandre Moreira.

Em 2014, a empresa teve um aumento da receita líquida de 5,9% e 17,1% de rentabilidade sobre as vendas. Seguindo um agressivo plano de expansão, inaugurou uma nova unidade de contact center em Mossoró, no Rio Grande do Norte, onde foram criados mil postos de atendimento para oferta de serviços para uma empresa de TV a cabo. Outra unidade foi aberta em Juazeiro do Norte, no Ceará, com a criação de mais mil posições de atendimento.

A expansão faz parte do projeto de interiorização da AeC que começou em Minas Gerais, nas cidades de Montes Claros e Governador Valadares, e, desde 2012, focou no Nordeste do país, onde conta com mais de 7 mil funcionários. Em todo o Brasil, o número de empregados da AeC chega a 30 mil pessoas em 15 localidades, totalizando 16 mil posições de atendimento.

Já a expansão pelo Nordeste começou há três anos, com a inauguração de uma unidade em Campina Gran-

de, e outra em João Pessoa, ambas na Paraíba, somando 400 pontos de atendimento. Antes de instalar-se em uma região, a empresa costuma analisar a infraestrutura, a logística e a qualidade do sistema educacional.

Em 2015, inaugurou na capital paulista um contact center que classifica como boutique, no bairro de Vila Mariana, para diversificar os serviços prestados. Investiu, segundo Alexandre, R\$ 25 milhões na nova unidade, que conta com mil posições de atendimento: “No setor de call center há uma grande demanda por atendimento mais especializado, de menor porte, e com a garantia de alto padrão de qualidade, que são chamadas boutiques de relacionamento”. Os novos serviços são endereçados a empresas de telefonia, TV por assinatura, governo, companhias de energia, saneamento, educação e do segmento financeiro.

O investimento em São Paulo faz parte da aposta em atendimentos premium. Isso quer dizer simplificar ao máximo os processos e dar mais ferramentas ao operador, para que tenha melhor relacionamento com os clientes. O uso de pesquisas qualitativas, aliadas a estudos quantitativos, contribui para o desenvolvimento de soluções para que o colaborador do call center possa atender o cliente com mais informações e de forma diferenciada. Uma das estratégias da companhia é a oferta de serviços flexíveis, para atender necessidades de crescimento ou encolhimento dos clientes nas posições de atendimento, conforme a demanda do mercado, adaptando as operações de acordo com as variações da carteira. Para aumentar a eficiência financeira e

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)
AeC CONTACT CENTER	177,10	5,99	9,29	0,74	18,87	0,99



Alexandre Moreira

CEO

Integração entre canais convencionais e digitais

de percepção da qualidade do serviço, a AeC também implanta projetos de atendimento remunerado conforme performance. Em termos práticos, foi abandonado o modelo tradicional de remuneração por atendimento (número de chamadas e tempo logado), desenvolvendo um novo processo em que é cobrada por performance. Esse modelo de gestão envolve as áreas de planejamento, operações e comercial, e é baseado nas premissas do cliente, como referências de qualidade, definição de indicadores, dimensionamento de posições de atendimento, formação técnica e conhecimento de produto, gestão e especificação de infraestrutura de tecnologia da informação para a operação. Cabe à AeC a autonomia de implementar estratégias variáveis dentro do escopo acordado.

A empresa conta com uma carteira diversificada, trabalhando com segmentos como telecomunicações, financeiro, energia, governo e serviços de saúde, entre outros. “Temos uma estrutura de gestão que nos permite atuar em grande escala em qualquer lugar do Brasil e, portanto, todos os segmentos de mercado são importantes para nós quanto ao resultado do faturamento”, afirma Alexandre.

A mobilidade e as redes sociais também são ferramentas importantes no atendimento. A empresa desenvolveu aplicativos móveis e de integração com redes sociais para ampliar a oferta de serviços. Tem operações de atendimento por chat e redes sociais (Facebook e Twitter), envolvendo clientes de telecomunicações e concessionárias de energia elétrica, que funcionam 24 horas por dia, com equipes de atendimento, suporte

de supervisor, e monitoria de qualidade. Em suas unidades, a AeC utiliza ferramentas para rastrear 100% das demandas de Internet e prepara os operadores para conversar online com os clientes. A partir desse atendimento, são gerados dados sobre sua percepção, volume e teor de questionamentos por canal. Por serem atendimentos mais personalizados, Alexandre conta que a AeC desenvolveu um aplicativo para dispositivos móveis que permite a conexão dos clientes para chamadas de voz de forma mais rápida: “Buscamos integrar os canais digitais com os canais convencionais e oferecer mais opções de atendimento”.

Internamente, a política de recursos humanos é um pilar importante para a AeC, de acordo com ele. A empresa criou projetos voltados para gestão, usando conceitos inovadores como a gamificação. É uma estratégia de interação entre pessoas e empresas, com base no oferecimento de incentivos que estimulem o engajamento do público com as marcas. As empresas oferecem recompensas a participantes que realizam tarefas pré-determinadas, voltadas para a recomendação, a divulgação, a avaliação e o atendimento dos clientes. A mecânica envolve a definição de tarefas que estejam de acordo com o objetivo da empresa, a criação de regras e a aplicação de sistemas de monitoramento. As recompensas pelas interações dos usuários podem variar desde incentivos virtuais a prêmios.

A AeC projeta investimentos da ordem de R\$ 160 milhões em 2015, com foco na gestão dos contratos e corte de custos, mantendo a qualidade dos serviços.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
299.732,85	299.732,85	27.855,60	84,50	2,07

A Level 3 tira vantagem da atualização da infraestrutura

Investimentos na expansão e atualização de sua

infraestrutura e no desenvolvimento de novos serviços se traduziram em 17,15% de rentabilidade sobre as vendas e aumento de 2,75% na receita líquida da Level 3, destaque do Anuário Telecom pelo terceiro ano consecutivo. “2014 foi um ano de consolidação de investimentos importantes iniciados ainda em 2013, com expansão da capacidade e a cobertura de redes em cidades como Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre, entre outras capitais”, diz o vice-presidente sênior Marcos Malfatti.

Segundo ele, o posicionamento global da empresa, e também no Brasil, é a oferta de uma ampla infraestrutura de redes apoiada por dezenas de datacenters de alta capacidade e confiabilidade: “Nosso portfólio inclui também serviços de maior valor, como por exemplo soluções de e-mail em nuvem, segurança, serviços gerenciados de administração de bases de dados, ambientes operacionais e armazenamento”.

Para atender uma carteira de cerca de 2 mil clientes no país, a empresa ampliou salas de equipamentos e atualizou a infraestrutura dos datacenters. Em outubro de 2014, concluiu as obras para a ampliação de seu datacenter em Cotia, na Grande São Paulo, incluindo a construção de uma subestação de energia, de 20 megawatts de capacidade, para alimentação exclusiva do novo empreendimento.

No Brasil, a Level 3 tem ainda datacenters em Curitiba (PR) e Rio de Janeiro (RJ) que também foram modernizados, e são parte de uma rede mundial de 14 na América do Sul e 21 no mundo. No ano passado, a empresa também investiu no crescimento do alcance das bases

comerciais, com destaque para Santa Catarina e o Centro Oeste, além de adequar a infraestrutura em áreas administrativas das unidades de Cotia e Rio de Janeiro. “Esses investimentos nem sempre são percebidos imediatamente pelos clientes, mas contribuem para um melhor ambiente de trabalho dos colaboradores e prestadores de serviços”, diz Marcos.

O datacenter de Cotia é voltado às ofertas de produtos corporativos e serviços de nuvem pública, que pode ser contratada por empresas para sistemas considerados críticos ou não.

A expansão também apoia a oferta do chamado Content Delivery Network (CDN ou Rede de Distribuição de Conteúdo), tecnologia que foi consolidada pela Level 3 no ano passado. A oferta foi iniciada na América Latina em agosto de 2012, quando a empresa divulgou uma expectativa de alcançar US\$ 80 milhões em receita até o final de 2016, apenas com contratos locais. As operadoras de telecomunicações avançaram em serviços over-the-top, incluindo vídeo sob demanda (VOD) como complemento à oferta de TV paga. Em paralelo, cresce o consumo de banda larga, ou seja, há cada vez mais demanda de conteúdo para diferentes dispositivos. Como a Level 3 faz troca de tráfego com os principais players de telecomunicações, Marcos explica que não é necessário colocar um servidor específico na operadora para prestação do serviço: “Para garantir uma boa experiência do usuário, praticamente todas as operadoras buscam soluções que aumentem a velocidade de entrega, com a Rede de Distribuição de Conteúdo (CDN), que salva as informações,

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)
LEVEL 3	548,30	2,75	17,15	0,74	0,11	-



Marcos Malfatti

vice-presidente sênior

Soluções customizadas como diferencial competitivo

de forma estática, em local mais próximo do usuário (cache) e, em alguns casos, define o melhor caminho para os dados trafegarem na rede”.

Outro segmento importante para a Level 3 são as comunicações unificadas. A empresa firmou uma parceria com a Microsoft para a oferta de uma solução baseada no Skype for Business, podendo substituir os sistemas de comunicação interna e externa das empresas com recursos de voz sobre IP, videoconferência, chat e compartilhamento de arquivos. Para impulsionar o uso da solução no Brasil, a Level 3 adicionou infraestrutura de hospedagem e conexão.

Entre as prioridades de investimentos no ano passado e neste ano, Marcos Malfatti aponta as soluções de segurança da informação, em especial de serviços para mitigação de ataques de negação de serviço, o chamado Distributed Denial of Service, ou DDoS. O segmento é cada vez mais importante para garantir o bom funcionamento das operações dos clientes. Para atender a estratégia, a empresa adquiriu a norte-americana Black Lotus, que adicionou novas funcionalidades à oferta original da Level 3, incluindo novos scrubbing centers ou estações onde são analisados os fluxos de dados e removido o tráfego malicioso, ajudando nos desafios da cibersegurança enfrentados no dia a dia pelas empresas.

Essa oferta foi reforçada neste ano com o lançamento de serviços de segurança gerenciada, para que as empresas possam proteger seus dados e sistemas críticos, tanto de ataques à rede quanto aos aplicativos. O DDoS Mitigation Service permite à Level 3 detectar ataques maliciosos e

alertar os clientes rapidamente para que redirecionem o tráfego, defendendo suas infraestruturas de dados.

Em 2014, a Level 3 já havia adquirido a norte-americana TW Telecom, provedora de acesso à Internet, por US\$ 5,6 bilhões. O negócio ampliou as operações da companhia e a posicionou como uma das maiores provedoras mundiais de serviços de Internet dos Estados Unidos. O backbone de fibra óptica da empresa é usado por clientes de peso como Google e Netflix, além de operar cabos submarinos. A aquisição, segundo Marcos, reforçou seus serviços de rede, como acesso de voz via Internet nos mercados corporativo, governo e operadoras de telecomunicações.

Marcos acredita que a capacidade da empresa de mesclar tecnologias e serviços e gerar uma solução customizada para os clientes corporativos é um importante diferencial competitivo: “Podemos incluir, em um mesmo projeto, máquinas do cliente em modalidade colocation, ofertadas como serviço, dedicadas em hosting ou compartilhadas, máquinas virtuais e soluções em nuvem. Essa flexibilidade permite criar um ambiente em que a empresa pode aproveitar o máximo de recursos, combinando a continuidade de investimentos já realizados e atualização tecnológica através de infraestrutura as a service”.

A Level 3 atende clientes corporativos de médio e grande portes, governo e outras operadoras, além de outros segmentos de mercado.

“Empresas orientadas a serviços, como telecomunicações, comércio e finanças, são historicamente as mais representativas para nossos negócios no Brasil”, completa.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
270.797,62	270.797,62	46.442,13	188,21	0,98

A Linx ganha espaço com sua plataforma multicanal

Mobilidade, redes sociais e comércio eletrônico

alavancaram os negócios da Linx, especializada em software de gestão do varejo. Em 2014 e 2015, a empresa vem investindo fortemente no conceito de omni channel, que visa oferecer aos varejistas uma plataforma que integre todos os canais de relacionamento e venda com seus consumidores. A estratégia teve como resultado um crescimento de 14,9% na receita líquida e 18,3% de rentabilidade sobre as vendas, de acordo com o levantamento do Anuário Telecom.

“Apostamos em uma plataforma integrada com a filosofia de atendimento multicanal para unir o ponto de venda, o comércio eletrônico, smartphone, tablet e até redes sociais, garantindo a presença da marca do cliente em todos os canais”, diz Dennis Herszkowicz, vice-presidente de finanças, administração e RI da Linx. Nas lojas, segundo ele, esse conceito é percebido por meio do acesso rápido às informações sobre o estoque, catálogo de produtos e preços, lookbooks de coleções, cadastro do consumidor, programa de fidelidade, promoção, além da possibilidade de traçar o perfil do comprador, com o ticket médio e histórico de compras, gerando ações comerciais e de marketing mais eficazes: “Para os consumidores, a integração de múltiplos canais permite facilidades como a busca e informações de produtos e preços, proporcionando experiência única da marca onde eles estiverem”. Novas tecnologias estão transformando os clientes em embaixadores das marcas e os varejistas estão deixando de conversar com seus consumidores isolada-

mente e passam a falar também com as redes com as quais esses consumidores se relacionam.

A Linx segue um ritmo acelerado de crescimento desde a abertura de capital, em fevereiro de 2013. Com sede na capital paulista, a empresa tem 30 anos de mercado e iniciou em 2008 um programa agressivo de crescimento por meio de aquisições de empresas como Quadrant, CSI, Inter Commerce, Formata, Dia System, CNP Engenharia de Sistemas, CustomBS, Spress, Microvix e Bitix. Mantém um acordo societário com o BNDESPar, o braço de investimentos do BNDES, e parceria com o fundo de investimentos norte-americano General Atlantic (GA).

A Linx estudou diversas verticais do varejo, analisando mercados em crescimento e continua a investir em aquisições que ampliam seu portfólio. Em outubro de 2014 pagou R\$ 28,5 milhões pela Big Sistemas, com matriz em Bebedouro, no interior de São Paulo. A empresa fornece software para controle gerencial e financeiro de redes de farmácias e drogarias de pequeno e médio portes. Em dezembro de 2014 foi a vez da Softpharma. Com matriz em Cascavel, no interior do Paraná, também oferece sistema de gestão para redes de farmácias de pequeno e médio portes em mais de 850 municípios em todo o Brasil. Com a mudança do comportamento de renda das famílias e o envelhecimento da população brasileira, há um cenário mais propício para a aceleração das vendas no setor de farmácias que também segue investindo em novas lojas.

A linha de produtos abrange desde o marketing, sis-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)
LINX	909,30	14,94	18,32	3,49	8,18	12,86



Dennis Herszkowicz
 vice-presidente de finanças
Vantagem com a pulverização da carteira de clientes.

tema para POS, Business Intelligence (BI) e recursos de mobilidade para o varejo. O Linx Retail Marketing oferece plataforma que faz a gestão do relacionamento com os consumidores. Trabalha com o status dos consumidores (ativos, inativos e perdidos) e conceito de frequência e valor, identificando o ciclo de vida do relacionamento, auxiliando as ações comerciais e de marketing. O Linx POS faz a gestão de loja para diferentes segmentos do varejo cobrindo desde o planejamento de compras, controle de frente de caixa e do estoque em trânsito, comissões de vendedores, BI, até o relacionamento com consumidores e rede de franquias. Já o Linx Selling Mobile é uma ferramenta para a força de vendas que usa dispositivos móveis em lojas físicas. Atende, segundo Dennis, os consumidores de forma personalizada com interação com o mix da loja, ganhando agilidade na rotina de atendimento: “Contar com ferramentas para extração de dados importantes e mecanismos corretos para analisá-las são opções estratégicas para os clientes varejistas, para alavancar os resultados nos negócios”. Especialmente para o comércio eletrônico a empresa lançou o Linx e-Commerce para gestão multicanal e loja virtual. “O sistema atende o crescente mercado de lojas virtuais, oferecendo controle sobre os processos de gestão exigidos pelos dois canais”, explica Dennis. Com a retração econômica e o crescimento do varejo abaixo do esperado, segundo ele, as grandes marcas buscam alternativas para estar mais próximas de seus clientes, oferecendo novos modelos de compra e uma experi-

ência mais completa, a partir de novos modelos de venda: “Mesmo com a desaceleração do varejo, a empresa se mantém otimista pois as dinâmicas que afetam o investimento em tecnologia nesse setor são seculares, especialmente as relacionadas a formalização, profissionalização, consolidação e expansão geográfica das marcas”. Por ser muito diversificada em mercados de atuação e também por estar presente em diversas geografias, a empresa, de acordo com Dennis, sente menos a desaceleração: “Focamos em clientes com marcas fortes e formatos de varejo vencedores, como redes de franquias, que conseguem um retorno melhor de vendas, mesmo em um cenário mais desafiador”. No segmento de conectividade, a Linx segue investindo em estrutura nos principais shoppings do país. “Isso garante custos menores e maior redundância para nossos clientes. De outro lado, temos investido fortemente na nuvem e em toda a infraestrutura que a comporta. Já há alguns anos, todos os novos produtos da Linx são 100% entregues em cloud”, explica o executivo. Dennis reforça que a Linx tem um modelo de negócios sólido, focado em receitas recorrentes, que responde por 80% do faturamento, e altas taxas de renovação de clientes. Além disso, se beneficia da grande pulverização da carteira: o maior cliente representa menos de 3% da receita da empresa. “Apesar da desaceleração das vendas, a Linx segue conquistando novos clientes, aumentando o tíquete médio e utilizando aquisições para alocar investimentos em verticais, geografias e tecnologias que ajudem a manter o bom desempenho da receita”, afirma Dennis.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
156.641,75	15.664,17	28.703,33	10,66	0,42

O Big Data leva a Ícaro para o mercado externo

Com 18% de rentabilidade sobre as vendas, índice que a colocou entre as dez empresas mais rentáveis do Anuário Telecom, a Ícaro Technologies é também Destaque do Ano pela segunda vez consecutiva.

Esses resultados são fruto da consolidação da oferta de sistemas analíticos, composta por soluções de processamento e análise de grandes volumes de dados (big data), além do desenvolvimento de projetos de automação de processos operacionais, em especial em grandes operadoras de telecomunicações, afirma o sócio e CTO da Ícaro Technologies, Kleber Stroeh.

A Ícaro é desenvolvedora e integradora de soluções de análise e gerência de serviços, redes, sistemas, infraestrutura e segurança e tem mais de 18 anos de mercado. Em 2015, segundo Kleber, reforçou sua oferta de gerência e análise de dados que potencializam a inteligência das operações: “Isso nos permitiu atuar em novos segmentos que contam com operações complexas, como os de energia e financeiro”.

A expansão das operações ultrapassou fronteiras, com a inauguração, em maio, de uma de uma subsidiária nos Estados Unidos. Com escritórios em São Paulo (SP), Campinas (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Curitiba (PR), a empresa começou a prospectar o mercado norte-americano no ano passado, com sua plataforma de análise de Big Data com função preditiva e algoritmos especializados na operação de telecomunicações. A ferramenta, chamada de Dash Analytics, é voltada para provedores de Internet (ISPs) e também grandes operadoras. A estratégia para ganhar clientes no competitivo mercado

norte-americano foi apresentar um pacote completo de análise, com algoritmos prontos para as telecomunicações, e investir no relacionamento com o cliente. A Ícaro Tech, de acordo com Kleber, é responsável pela comercialização das soluções da matriz no mercado norte-americano e atende também países fora desse eixo: “A abertura da unidade nos Estados Unidos é estratégica para o crescimento da empresa e a expectativa é que, até 2020, a operação norte-americana alcance o mesmo faturamento da brasileira”. Inicialmente, a empresa oferece o painel de controle focado em gestão de operações Advanced Dashboards e o Dash Analytics, solução de análise específica para visualizações avançadas de dados operacionais. Ambas as soluções foram desenvolvidas sob o conceito de operações inteligentes para gestão, controle, automação, visibilidade, otimização e inteligência de dados. “Nosso foco são os segmentos de telecomunicações, TI, finanças e utilities, sendo que neste último os alvos principais são distribuidoras e concessionárias de energia”, afirma.

A vantagem da solução Dash Analytics, um painel de controle para análise de grande volume de dados, destinado às operadoras de telecomunicações, é, segundo Kleber, a venda como um pacote de serviços desenhados para auxiliar os clientes na captação e parametrização de dados que geram informações estratégicas para o negócio. O sistema proporciona informações que permitem identificar e tratar falhas, ineficiências, gargalos e fraudes, além de visualizar oportunidades de ganhos operacionais para aprimorar os processos

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)	...
	ÍCARO TECHNOLOGIES	956,70	3,35	18,00	2,62	0,00	17,85	



Kleber Stroeh

sócio e CTO

Novos segmentos e operações complexas

e melhorar os serviços, extraindo dados de diferentes fontes e períodos, processando próximo ao tempo real, e gerando análises avançadas para os gestores. “A solução já conta com uma série de algoritmos prontos, que facilitam sua implantação. Entre as análises que podem ser implementadas imediatamente estão a de qualidade de serviço, eficiência operacional, diagnóstico de falhas, sazonalidade e análises preditivas. As operadoras contam com uma vasta quantidade de dados, provenientes de fontes como sistemas de gerência de falhas, registros de chamadas e centrais de relacionamento, mas têm dificuldades em estruturá-los e tirar conclusões com base neles”, diz. O sistema permite identificar pontos de melhoria para direcionar investimentos e desenvolver ações preventivas.

O lançamento do Dash Analytics há dois anos também marcou a entrada da Ícaro Technologies no negócio de consultoria em Big Data para as operadoras, com oferta de serviços profissionais, auxiliando os clientes a aproveitarem melhor o potencial existente em seus dados não estruturados. “Temos grande expertise em operações de telecomunicações, atendendo as principais empresas brasileiras como a Telefônica Vivo e o grupo América Móvil”, diz Kleber. Para essa operação a empresa investiu em um time de consultores com formação multidisciplinar em negócios, TI e estatística.

“Quando poucas empresas falavam de Big Data, a Ícaro criou o Centro de Excelência em Analytics (Analytics Center of Excellence – ACE), para aprimorar o desempenho das análises de seus sistemas e para o desenvol-

vimento de novas soluções, alinhando as necessidades reais dos clientes e as tendências acadêmicas”, lembra Kleber. O ACE é formado por um time especializado em estatística, mineração de dados, inteligência artificial e implementação de sistemas responsáveis por implantar novas metodologias que promovem o aumento da eficiência no processamento de grandes quantidades de dados. Ele considera o atual cenário brasileiro desafiador: “Para enfrentar o atual momento, as empresas terão que ser muito racionais e produtivas. Paradoxalmente, isso favorece investimentos em tecnologias que promovem eficiência e inteligência nas operações, justamente a área onde atuamos”.

A aposta dos clientes deve se acentuar, na opinião dele: “Independentemente do cenário, percebemos que essa tendência continua forte em 2015, por isso nossas metas de crescimento para o ano estão mantidas. A procura por soluções de automação de processos para obter ganhos de eficiência motivou uma série de projetos de integração em 2014 e em 2015 e a demanda continua alta em um contexto de operações inteligentes, incluindo soluções de analytics”.

Kleber lembra que, no ano passado, os segmentos que mais demandaram soluções foram os de telecom e finanças: “Neste ano, esperamos que o setor elétrico também seja representativo, respondendo por 15% do nosso faturamento. São áreas fortemente orientadas a serviços e amparadas por operações em que nossas soluções podem ajudá-los a se conectar melhor com o cliente final”.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
7.139,02	10.198,61	-	48,00	1,77

Com a banda larga, a Hispamar paira acima das crises econômicas

Diante da crescente demanda por capacidade

espacial, a Hispamar respondeu, no ano passado, por 60% do faturamento do grupo espanhol Hispasat, do qual faz parte. Com presença na Europa e nas Américas, a Hispamar é uma das subsidiárias do grupo que se especializou na difusão e distribuição de conteúdo em espanhol e português, incluindo a transmissão de plataformas digitais de DTH (Direct to Home) e Televisão de Alta Definição (HDTV) via satélite, além de prover serviços de banda larga para operadoras e empresas.

Por firmar contratos de longo prazo, a empresa não é afetada por crises econômicas pontuais, garante Sérgio Chaves, diretor de negócios América do Sul: “O Brasil é um dos mercados mais ativos do mundo em banda larga e TV por assinatura, foco da Hispamar”. A subsidiária brasileira tem como sócia a operadora de telecomunicações Oi, que detém 19% das ações.

2014 foi um ano atípico para a Hispamar, que viveu alguns percalços. Um problema elétrico no lançamento do Amazonas 4, em março, reduziu a capacidade dos transponders do satélite em 50%. O Amazonas 4 foi lançado em 24 de março do ano passado e deslocado para sua posição definitiva, onde já se encontra o Amazonas 3. O 4 é um satélite inteiramente em banda Kl, originalmente com 24 transponders de 36 MHz, e foi desenhado para ampliar a oferta de serviços audiovisuais na América Latina, com destaque para a demanda gerada pelos grandes eventos esportivos no Brasil em 2014 e 2016. O investimento total nesse satélite, segundo a empresa, somou 140 milhões de euros. Esse episódio

e a crise cambial, contudo, não atrapalharam o crescimento da empresa na região. Segundo o Anuário Telecom, a Hispamar obteve 8,9% de rentabilidade sobre as vendas no ano passado, embora tenha tido uma queda de 1,3% na receita líquida.

Para expandir ainda mais os serviços, a empresa participou da quarta etapa do leilão da Anatel de posições orbitais brasileiras, saindo vencedora em maio de 2015 com um lance de R\$ 50,29 milhões. Com a nova aquisição, o grupo espanhol passou a deter cinco posições orbitais no país. A companhia já opera nas bandas C, Kl e Ka, por meio dos satélites Amazonas localizados a 61°W. A nova posição escolhida foi a 74°W, para que o satélite opere em toda a América do Sul na banda Ku. Em 2014, a Hispamar já havia arrematado uma posição orbital pela qual pagou R\$ 65 milhões.

Com planos de ampliar a oferta de serviços de banda larga, a empresa já programou o lançamento de um novo satélite para substituir o Amazonas 4, previsto para 2017. O Amazonas 5 vai oferecer banda larga na banda K e redes DTH para TV via satélite.

Um dos principais clientes da empresa no Brasil é a Oi, para oferta de TV e serviços de banda larga para escolas públicas e universidades.

Outro projeto futuro da Hispamar é operar um satélite de grande capacidade em uma posição espanhola, localizado em 30°W, para ampliar a capacidade de cobertura da banda Ku. A operadora também aposta em aprofundar a parceria com a Intelsat, firmada para a cobertura da Copa do Mundo e das Olimpíadas, expandindo suas posições orbitais.

••••	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)	••••
	HISPAMAR SATÉLITES	2.899,50	-1,34	8,90	1,17	0,00	131,71	



Sérgio Chaves

diretor de negócios América do Sul
**Parcerias para a expansão
 na América Latina**

Um dos grandes destaques no ano passado, de acordo com Sergio, foi a expansão de negócios na América Latina por meio de parcerias. Na Colômbia, juntamente com a NEC, começou a instalar quiosques digitais para o Ministério de Tecnologia da Informação e Comunicações. As empresas obtiveram licença para instalar, operar e administrar 648 quiosques digitais no país. São espaços localizados em estabelecimentos e sedes educativas de zonas rurais e afastadas, que ganham conectividade para que os habitantes tenham acesso a serviços de telecomunicações tais como Internet via satélite, telefonia nacional e internacional, alfabetização digital e serviços públicos eletrônicos, entre outros.

Além de um contrato com a Telefônica do Peru para prover banda larga, a empresa também firmou uma parceria com a Syntelix para a oferta de serviços para o setor marítimo. No Chile, a Hispamar e a Televisión Digital, por meio da rede DTH, capacita operadoras locais a oferecerem acesso banda larga em escolas públicas em todo o país. Um acordo com a companhia mexicana de telecomunicações GlobalSat vai prover acesso à Internet para mais de 8,7 mil espaços públicos de populações rurais ou remotas, parte do programa México Conectado, desenvolvido pela Secretaria de Comunicações e Transportes (SCT). A rede vai alcançar mais de 10 mil escolas, centros de saúde, bibliotecas, centros comunitários e outros prédios da administração mexicana localizados em regiões que não tinham conectividade de banda larga com o uso de multitransponders. Também no México a empresa firmou um acordo com

o provedor de serviços de satélite Spacenet para a distribuição de filmes e espetáculos ao vivo nas principais redes de cinema do país. Serão beneficiadas mais de 500 salas de cinema mexicanas, que receberão conteúdos de forma mais ágil por meio do satélite Amazonas 3, que dedicou um transponder para o serviço.

A meta para os próximos anos é ampliar a oferta de eventos ao vivo transmitidos através dessa plataforma, para que produtores e exibidores independentes possam se beneficiar dessa modalidade de distribuição audiovisual, estendendo o serviço para salas de cinema de outros países latino-americanos.

No final de 2014, a empresa vendeu capacidade do satélite Amazonas 2 para a Satcom Digital, para expandir a cobertura de banda larga e oferecer serviços de voz e dados via satélite para campos de gás localizados no nordeste dos EUA e plataformas de petróleo na Costa do Golfo do México. A região é atendida pelo Amazonas 2, projetado para as demandas do mercado brasileiro e de todo o continente americano, sendo que sua posição orbital o coloca exatamente sobre a Amazônia. Além de banda larga e voz, é capaz de fazer transmissão de conteúdo multimídia.

“Avaliamos 2014 e 2015 como muito positivos: nesse período compramos novas posições orbitais e planejamos expansões de serviços de comunicação, com o lançamento de um novo satélite em 2017”, completa Sergio Chaves. Para continuar crescendo a empresa prevê firmar novas parcerias comerciais, a exemplo da Intelsat, para compartilhar posições orbitais, e também estuda a aquisição de outras operadoras.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
84.400,08	84.400,08	7.505,75	11,62	0,75

Mercado corporativo e mobilidade impulsionam a Algar Telecom

Empresa do ano do Anuário Telecom em 2014, a Algar Telecom é novamente destaque em Serviços Móveis, além de figurar entre as dez empresas mais rentáveis, com o índice de 18,04% de rentabilidade sobre as vendas. O crescimento da prestação de serviços de tecnologia da informação e comunicação para o segmento corporativo e o aumento do alcance do serviço móvel para o consumidor final estão entre as estratégias de sucesso da empresa para alcançar esse resultado.

As novas regras do PGM (Plano Geral de Metas de Competição) facilitaram acordos de interconexão com outras operadoras celulares, para que os clientes que saem da área de cobertura pudessem pagar tarifas similares às outras teles, permitindo que a Algar auferisse mais receitas com o serviço. “Podemos praticar preços competitivos para que o cliente não precise trocar o chip ao viajar, o que nos garantiu maior rentabilidade”, diz o presidente, Divino Sebastião de Souza.

Para modernizar o serviço celular, a Algar firmou um acordo com a Nokia Networks, para a instalação da rede 4G com troca de antenas, estações radiobase e implantação de novas plataformas. “Pelo projeto, estamos ampliando nossa cobertura geográfica em três vezes e aumentando em cinco vezes a velocidade de dados comparado ao que temos hoje”, garante Divino. Até setembro, a nova rede estará operando em toda a área de cobertura da Algar. A empresa, segundo ele, adquiriu a frequência de 700 MHz para atender 87 municípios de sua área de concessão neste ano, prosseguindo no

projeto chamado Novas Fronteiras: “Mantemos o plano de expansão em cidades onde hoje não atuamos em serviços corporativos, e ampliamos serviços ao varejo dentro de nossa área de cobertura”.

O aumento de contratos no mercado corporativo continuou a dar bons resultados para a rentabilidade da empresa. Em 2014, a Algar Telecom instalou 1,1 mil quilômetros de fibras ópticas, compondo um backbone que alcança 24 novas cidades da sua área de exploração, nos entornos do Rio de Janeiro, Curitiba e São Paulo, totalizando 192 cidades. “Para esses municípios, nosso pacote inclui TI e telecomunicações, unindo hosting, página na web e gerenciamento de e-mail”, diz Divino. Outra iniciativa, conta, foi o lançamento de um piloto para testar o atendimento de microempresas fora de sua área de cobertura, começando por Belo Horizonte, em Minas Gerais, e Rio Preto e Ribeirão Preto, no interior de São Paulo: “Começamos a ofertar serviços de Internet e redes e voz para pequenas e médias empresas, com até 20 funcionários, com pacotes de menos de R\$ 1 mil, e avaliamos que esse mercado está em alta, tanto que vamos expandir ainda mais esses serviços neste ano”.

Entre os destaques de 2014, Divino cita a parceria com o Google, Angola Cable e a Antel do Uruguai, para a construção conjunta do cabo submarino que liga o Brasil ao Estados Unidos, com conclusão prevista para o final de 2016 e investimentos totais de US\$ 530 milhões: “Hoje, 60% dos dados que trafegam pela nossa rede dependem de um hub internacional. Essa iniciativa nos dará uma

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)	...
	ALGAR TELECOM	437,90	-4,00	18,04	0,71	13,82	3,39	



Divino Sebastião de Souza

Presidente

**Preços competitivos,
graças à interconexão.**

ponte para o exterior, permitindo melhores serviços aos clientes corporativos e de varejo”. O consórcio internacional vai construir um cabo de 10 mil quilômetros de extensão, ligando as cidades de Santos (SP) e Fortaleza (CE) a Boca Raton, na Flórida, Estados Unidos. O cabo, que será operado pelas quatro companhias em conjunto, terá capacidade de 64 Tbps e já começou a ser construído. A Algar Telecom investirá US\$ 60 milhões para contar com infraestrutura de fibras destinada aos seus planos de expansão, oferecendo serviços como transporte de vídeo em HD e rede 4K aos clientes.

A construção de um centro de serviços compartilhados, em Uberaba (MG), um investimento de R\$ 6,3 milhões, permitiu a centralização do backoffice e um melhor controle da infraestrutura de prestação de serviços corporativos. Outro investimento, de R\$ 22 milhões, foi destinado à atualização de tecnologias para a infraestrutura de seus dois datacenters, em Uberlândia (MG) e Campinas (SP), com novas plataformas de backup, virtualização, storage e equipamentos de rede.

A empresa também reforçou os serviços de autoatendimento por meio de dispositivos móveis com o lançamento do aplicativo Meus Serviços Algar Telecom, disponível para download gratuito nos sistemas operacionais Android e iOS. Por meio do app, o cliente da Algar pode consultar faturas, comprar recargas, acompanhar solicitações, atualizar seu cadastro e até transferir titularidade, mesmos recursos disponíveis no portal de autoatendimento na Internet. A vantagem da Algar, nestes tempos de crise econômi-

ca, é, na opinião do presidente, atender nichos definidos, onde sua qualidade é reconhecida, investindo no relacionamento com o cliente: “Os consumidores estão mais criteriosos em analisar as contas antes de adotar qualquer solução, o que nos obriga a trabalhar mais no corte de custos e no aumento da eficiência. Revimos a qualidade dos investimentos e os processos, focando em serviços corporativos mais rentáveis, para não sobre-carregar os custos”. A estratégia da Algar é continuar uma empresa enxuta e privilegiar nichos de serviços. Outra iniciativa da empresa, no ano passado, foi expandir sua cobertura Wi-Fi na região do Triângulo Mineiro. Até o fim de 2014, foram instalados 400 novos pontos de acesso, em 50 locais públicos nas cidades de Uberaba e Uberlândia (MG); e Franca (SP), que se somaram à rede que a operadora já tem em shoppings, faculdades e bares da região. Os clientes da Algar acessam a rede Wi-Fi automaticamente, pelo reconhecimento de seus SIMcards, tecnologia que ajuda a desafogar a rede móvel da operadora, especialmente em locais com grande movimentação de pessoas, estratégia que começou a ser adotada em 2012. É possível ativar a opção de autologin, conectando automaticamente depois da primeira vez que se fez a autenticação.

Divino pondera que o setor de telecomunicações está receoso quanto ao possível aumento do Fistel (Imposto sobre Fiscalização dos Serviços de Telecomunicações) e seu repasse ao cliente final: “São incertezas que podem impactar o bolso dos nossos assinantes e trazem mais instabilidade ao cenário”.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
329.280,53	329.280,53	59.413,46	16,42	0,41

E se a solução para os seus problemas viesse do mesmo lugar?

SEGURANÇA



TELECOM



REDES



Se sua empresa precisa de soluções em segurança, redes e telecom, está na hora de você procurar a Intelbras. Não importa o tamanho do seu negócio, só a Intelbras oferece soluções integradas de tecnologia para tornar seu dia a dia mais simples e seguro.

Para mais informações, acesse intelbras.com.br/solucoescorporativas ou ligue para (48) 2106-0065.

 intelbras.com.br

 facebook.com/intelbras

 twitter.com/intelbras

 youtube.com/intelbrasbr

intelbras
Inovação conectada à vida.

. ACCENTURE

1. Accenture do Brasil Ltda;
2. 11 5188-3000; 3. 11 5188-3200;
4. São Paulo; 5. SP;
6. alana.cunha@accenture.com;
7. www.accenture.com.br;

. AeC CONTACT CENTER

1. AeC Centro de Contatos S/A;
2. 31 3515-7000; 3. 31 2122-6651;
4. Belo Horizonte; 5. MG;
6. dadoscadastrais@aec.com.br;
7. www.aec.com.br;

. AGORA TELECOM

1. AGORA - Soluções em Telecomunicações Ltda;
2. 11 4058-9600; 4. São Paulo; 5. SP;
6. agora@agoratelecom.com.br;
7. www.agoratelecom.com.br;

. ALCATEL-LUCENT

1. Alcatel-Lucent Brasil S/A;
2. 11 2947-8133;
4. São Paulo; 5. SP;
6. gabriela.antunes@alcatel-lucent.com;

. 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 MÍDIA

1. Algar Mídia S/A; 4. Uberlândia;
5. MG;

. ALGAR MULTIMÍDIA

1. ALGAR Multimídia S/A;
2. 11 3512-1212; 3. 3512-1260;
4. São Paulo; 5. SP;

. 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 5503-9911;
4. São Paulo; 5. SP;
6. vsampaio@alliedbrasil.com.br;
7. www.alliedbrasil.com.br;

. ALOG SOLUÇÕES DE TECNOLOGIA

1. Alog Soluções de Tecnologia em Informática S/A; 2. 11 3524-4300;
4. São Paulo; 5. SP;
6. contabil@alog.com.br;
7. www.alog.com.br;

. ALU- SERVIÇOS

1. ALU-Serviços em Telecomunicações S/A; 4. São Paulo; 5. SP;

. AsGa

1. Asga S/A; 2. 19 3517-6410;
3. 3517-6420; 4. Paulínia; 5. SP;
6. comercial@asga.com.br;
7. www.asga.com.br;

. AsGa SISTEMAS

1. Asga Sistemas Ltda;
2. 19 3131-4000; 3. 3131-4050;
4. Paulínia; 5. SP;
7. www.asgasistemas.com.br;

. ASK!

1. Cia. Nacional de Call Center;
2. 43 3379-3300; 3. 3379-3301;
4. Londrina; 5. PR;
7. www.askcallcenter.com.br;

. ATENTO

1. Atento Brasil S/A; 2. 0800.565.565;
3. 11 5181-4584; 4. São Paulo;
5. SP; 6. brasil@atento.com.br;
7. www.atento.com.br;

. 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;

. BRASILSAT HARALD

1. Brasilsat Harald S/A;
2. 41 2103-0511; 3. 2103-0555;
4. Curitiba; 5. PR;
6. brasilsat@brasilsat.com.br;
7. www.brasilsat.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 IT SERVICES

1. BRQ Soluções em Informática S/A;
2. 11 2526-0600; 4. Barueri; 5. SP;
6. marketing@brq.com;
7. www.brq.com;

. CABLETECH

1. Cabletech Cabos Ltda;
2. 12 3221-1300; 4. São Paulo; 5. SP;
6. contabilidade@cabletech.com.br;
7. www.cabletech.com.br;

. CEMIGTelecom

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;

. CISCO

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 S/A; 2. 11 99415-6555;
4. São Paulo; 5. SP;
6. sac@claro.com.br;
7. www.claro.com.br;



. COPEL TELECOM

1. Copel Telecomunicações S/A;
2. 41 3331-3000; 3. 3331-3100;
4. Curitiba; 5. PR;
6. telecom@copel.com;
7. www.copeltelecom.com;

. CPqD

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

. DIGISTAR

1. Digistar Telecomunicações S/A;
2. 51 3579-2200; 3. 3579-2209;
4. São Leopoldo; 5. RS;
6. digistar@digistar.com.br;
7. www.digistar.com.br;

. DIGITEL

1. Digitel S/A Indústria Eletrônica;
2. 51 3238-9999; 3. 3238-9955;
4. Alvorada; 5. RS;
6. faleconosco@digitel.com.br;
7. www.digitel.com.br;

. EMBRATEL (CLARO)

1. Claro S/A; 4. Rio de Janeiro;
5. RJ; 6. imprensa@net.com.br;

. EMBRATEL TVSAT

- Embratel TVSAT Telecomunicações S/A; 4. Rio de Janeiro; 5. RJ;

. ENGESET

1. Engeset – Eng. Servs de Telecomunicações S/A;
2. 34 3218-6620; 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 3958-2500;
4. São Paulo; 5. SP;
6. marketing-brazil@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;



FURUKAWA

1. Furukawa Industrial S/A Produtos Elétricos; 2. 41 3341-4200;
3. 3341-4000; 4. Curitiba; 5. PR;
6. fisa@furukawa.com.br;
7. www.furukawa.com.br;

. GO2NEXT

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 3704-0480;
4. São Paulo; 5. SP;
6. mktgrupobinario@binarionet.com.br;
7. www.binarionet.com.br;

. GRUPO CONTAX

1. Contax Participações S/A;
2. 11 3131-5136; 4. São Paulo; 5. SP;
7. www.grupocontax.com;

. GVT

1. Global Village Telecom S/A;
2. 41 3025-2525; 3. 3025-2899;
4. Maringá; 5. PR;
6. carlos.mazur@gvt.com.br;
7. www.gvt.com.br;

. HELLERMANNTYTON

1. HellermannTyton Ltda;
2. 11 2136-9090; 3. 2136-9000;
4. Jundiaí; 5. SP;
6. vendas@hellermannntyton.com.br;
7. www.hellermannntyton.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;

. HUAWEI DO BRASIL

1. Huawei do Brasil Telecomunicações Ltda; 4. São Paulo; 5. SP;
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;
- sales@icarotech.com;
- www.icarotech.com;

. IMAGE TELECOM

1. Image Telecom TV Vídeo Cabo Ltda;
2. 34 3218-6000; 4. Uberlândia; 5. MG;

. INSTITUTO DE PESQUISAS ELDORADO

1. Instituto de Pesquisas Eldorado;
2. 19 3757-3000; 3. 3757-3131;
4. Brasília; 5. DF;
- paulo.ivo@eldorado.org.br;
- www.eldorado.org.br;

. INTEGRAVOX

1. Integravox Soluções em Comunicação Ltda; 2. 62 3997-1010;
4. Goiânia; 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;
3. 3281-9505; 4. São José; 5. SC;
6. altair.silvestri@intelbras.com.br;
7. www.intelbras.com.br;

. JDSU

1. JDSU do Brasil Ltda;
2. 11 5503-3800; 3. 5505-1598;
4. São Paulo; 5. SP;
6. vendas.brasil@jdsu.com;
7. www.jdsu.com/brazil;

. JUNIPER

1. Juniper Networks Brasil Ltda;
2. 11 3443-1468; 4. São Paulo; 5. SP;
6. latam@juniper.net;
7. www.juniper.net;

. LEUCOTRON TELECOM

1. Leucotron Equipamentos Ltda;
2. 35 3471-9500; 3. 3471-9550;
4. Santa Rita do Sapucaí; 5. MG;
7. www.leucotron.com.br;



. LEVEL 3

1. Level 3 Comunicações do Brasil Ltda; 2. 11 3957-2200; 4. Cotia; 5. SP;
6. centralderelacionamento.brasil@level3.com;
7. www.level3.com;

. LG ELECTRONICS

1. LG Electronics de São Paulo Ltda;
2. 0800 707 5454; 4. Taubaté; 5. SP;
7. www.lge.com.br;



. LINX

Em 2015 a Linx completa 30 anos como Líder brasileira e especialista em software de gestão (ERP/POS) para o varejo brasileiro. A Linx oferece também serviços complementares em nuvem, com foco em conectividade, sempre com soluções completas. Para conhecer, visite o site www.linx.com.br. *Fonte: IDC.*

1. Linx S/A; 2. 11 2103-2400;
3. 2103-4249; 4. São Paulo; 5. SP;
6. comercial@linx.com.br;
7. www.linx.com.br;

. 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 55 22 77; 4. São Paulo; 5. SP;
6. motorola@itpower.com.br;
7. www.motorolasolutions.com/br;

. MTEL TECNOLOGIA

1. MTEL Tecnologia S/A;
2. 11 4134-8000; 3. 4134-8050;
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; 3. 3045-6373;
4. São Paulo; 5. SP;
6. contato@navita.com.br;
7. www.navita.com.br;

. NEC

1. Nec Latin America S/A;
2. 11 3151-7000; 3. 3151-7217;
4. São Paulo; 5. SP;
6. flaviohi@nec.com.br;
7. www.nec.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;

. NET

1. Claro S/A; 2. 11 2111-2785;
3. 2111-2780; 4. São Paulo;
5. SP; 6. imprensa@net.com.br;
7. www.net.com.br;

. NETSERVICE

1. Net Service S/A; 2. 31 2123-9999;
3. 2123-9910; 4. Belo Horizonte; 5. MG;
6. mkt@netservice.com;
7. www.netservice.com;

. NEXANS FICAP

1. Nexans Brasil S/A; 2. 11 3084-1600;
3. 3068-9986; 4. São Paulo; 5. SP;
6. nexans.ficap@nexans.com;
7. www.nexans.com.br;

. NOKIA DO BRASIL

1. Nokia do Brasil Tecnologia Ltda;
2. 11 5504-2155; 4. São Paulo; 5. SP;
6. jo.elias@nokia.com;
7. www.nokia.com.br;

. NOKIA SIEMENS NETWORKS

1. Nokia Siemens Networks do Brasil Sist de Com Ltda; 2. 11 4833-9100;
3. 4833-9194; 4. São Paulo; 5. SP;
7. www.nsn.com;

. OI

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

. ONDA

1. Onda Provedor de Serviços S/A;
2. 41 3331-8206; 4. Curitiba; 5. PR;
7. www.onda.com.br;

. POSITIVO INFORMÁTICA

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

. PRIMESYS

1. Primesys Soluções Empresariais S/A;
6. primesys@primesys.com.br;
7. www.primesys.com.br;

. PROCABLE

1. Procable Energia e Telecomunicações Ltda;
2. 11 4061-9100; 3. 4061-9111;
4. Diadema; 5. SP;
6. vendas@procable.com.br;
7. www.procable.com.br;

. PROMONLOGICALIS

1. PromonLogicalis Tecnologia e Participações Ltda; 2. 11 3573-7195;
4. São Paulo; 5. SP;
6. thais.cerioni@br.promonlogicalis.com;
7. www.br.promonlogicalis.com;

. PRYSMIAN DRAKA

1. Prysmian Draka Brasil S/A;
2. 11 4998-4216; 3. 4998-4000;
4. Sorocaba; 5. SP;
6. vilma.batista@prysmiangroup.com;
7. www.prysmiangroup.com;

. RADIANTE

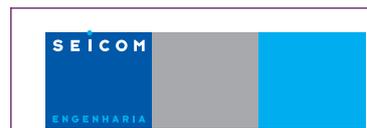
1. Radiante Eng de Telecomunicações Ltda; 2. 41 3311-9466; 3. 3311-9451;
4. Curitiba; 5. PR;
6. hilario@radiante.com.br;
7. www.radiante.com.br;

. SAMSUNG

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

. SECCIONAL BRASIL

1. Seccional Brasil S/A;
2. 41 3318-2300; 3. 3373-0161;
4. Curitiba; 5. PR;
6. seccional@seccional.com.br;
7. www.seccional.com.br;



. SEICOM

1. Seicom-Servs Eng e Instal de Comunicações S/A; 2. 11 4136-3048;
3. 4136-3048; 4. Araçariguama; 5. SP;
6. seicom@seicom.com.br;
7. www.seicom.com.br;

. SERCOMTEL

1. Sercomtel S/A - Telecomunicações;
2. 43 3375-1010; 3. 3321-0105;
4. Londrina; 5. PR;
6. sac@sercomtel.net.br;
7. www.sercomtel.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 3889-2014;
3. 3889-2015; 4. São Paulo; 5. SP;
6. mkt@sisgraph.com.br;
7. www.sisgraph.com.br;

. SISPRO SOFTWARE EMPRESARIAL

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;



. SPREAD TECNOLOGIA

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

. STAR ONE

1. Star One S/A; 2. 21 2121-9300;
3. 2121-9321; 4. Rio de Janeiro;
5. RJ; 7. www.starone.com.br;

. STEFANINI

1. Stefanini Consultoria e Asses. Informática S/A; 2. 11 3094-6165;
3. 3094-6045; 4. Jaguariúna; 5. SP;
6. stefanini@stefanini.com;
7. www.stefanini.com;

. TDATA

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

. TECNOSET IT SOLUTIONS

1. Tecnoset Informática Prods e Servs Ltda; 2. 11 2808-7800; 3. 2808-7889;
4. São Paulo; 5. SP;
6. tecnoset@tecnoset.com.br;
7. www.tecnoset.com.br;

. TELEFÔNICA VIVO

1. Telefônica Brasil S/A;
2. 11 3430-7020; 3. 3430-7020;
4. São Paulo; 5. SP;
6. imprensa@telefonica.com.br;
7. www.telefonica.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 2163-3415; 4. São Paulo; 5. SP
6. brasil@teleperformance.com.br;
7. www.teleperformance.com.br;

. TELESPAZIO BRASIL

1. Telespazio Brasil S/A;
2. 21 2141-3100; 3. 2141-3172;
4. Rio de Janeiro; 5. RJ;
6. alessandro.barilla@telespazio.net.br;
7. www.telespazio.com;

. TELLFREE

1. Tellfree Brasil Telefonia IP S/A;
2. 11 2126-2700; 3. 3842-0289;
4. São Paulo; 5. SP;
6. marketing@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;

. 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;

. 3CORP TECHNOLOGY

1. 3CORP Technology S/A Infraestrutura de Telecom;
2. 24 3388-3422; 4. Resende; 5. RJ;
6. marketing@3corp.com.br;
7. www.3corp.com.br;



. TRIAD SYSTEMS

1. Triad Soft Consul Asses e Com em Informática Ltda; 2. 11 2344-1830;
- 2344-1832; 4. São Paulo; 5. SP;
6. nakada@triadsystems.com.br;
7. www.triadsystems.com.br;

. TRÓPICO SISTEMAS E TELECOMUNICAÇÕES

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 3523-0100; 4. São Paulo; 5. SP;
6. vendas@unitelco.com.br;
7. www.unitelco.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;

. URMET DARUMA

1. Daruma Telecom e Informática S/A;
2. 12 3609-5003; 4. Taubaté; 5. SP;

. VIA \ W

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

. VOXAGE SERVIÇOS INTERATIVOS

1. VoxAge Teleinformática Ltda;
2. 11 2103-6500; 3. 2103-6556;
4. São Paulo; 5. SP;
6. contato@voilage.com.br;
7. www.voxage.com.br;

. WESTCON BRASIL

1. Westcon Brasil Ltda; 2. 21 3590-6201;
3. 3590-6212; 4. Rio de Janeiro; 5. RJ;
6. vendas@westcon.com.br;
7. www.westcon.com.br;

. WITTEL

1. Wittel Comunicações Ltda;
2. 11 2103-1666; 3. 2103-1633;
4. São Paulo; 5. SP;
6. falecom@wittel.com;
7. www.wittel.com;

. ZATIX

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

FURUKAWA.

TECNOLOGIA QUE FAZ A DIFERENÇA
PARA EMPRESAS E PESSOAS.



IMAGEM: EQUINIX IBX SP2

Cada vez mais as empresas se beneficiam do avanço dos meios digitais e das novas soluções em conectividade para transporte de voz, dados e imagem. A Furukawa é o único player do mercado que apresenta soluções completas para redes internas e externas nas mais diversas aplicações, gerando confiabilidade e segurança em sua rede atual e futura. Suas linhas de produtos são desenvolvidas para redes locais, Data Centers, Call Centers e ambientes corporativos, fornecendo conectividade para redes ópticas e metálicas. **NA SUA EMPRESA, QUANDO PENSAR EM INFRAESTRUTURA DE REDES, A ESCOLHA CERTA É FURUKAWA.**



MATRIZ:
 • Rua Hasdrubal Bellegard, 820 – CIC – Curitiba – PR – CEP: 81460-120 – Tel.: (41) 3341-4200
ESCRITÓRIO NACIONAL DE VENDAS:
 • Av. das Nações Unidas, 11.633 – 14º and. – Brooklin – São Paulo – SP – CEP: 04578-901 – Tel.: (11) 5501-5711
CENTROS DE PRODUÇÃO:
 • Brasil (Paraná e São Paulo) • Argentina • Colômbia

FURUKAWA
0800 412100
 www.furukawa.com.br

Telefônica

vivo

DPZ&T

Qualidade e inovação
no país inteiro.
E um reconhecimento
do mesmo tamanho.
Obrigado_

Telefônica Vivo. A melhor empresa do mercado brasileiro de telecomunicações e Destaque do Ano em Serviços de Telefonia, segundo o Anuário Telecom 2015.

Este resultado é a prova do nosso compromisso de entregar cada vez mais qualidade e inovação em produtos e serviços para deixar o Brasil inteiro conectado.

www.telefonica.com.br

