



TELECOM.

anuário | 2016

AS 100 MAIORES EMPRESAS

AS MAIS EFICIENTES

A EMPRESA DO ANO

AS 10 QUE MAIS CRESCERAM

AS 10 MAIS RENTÁVEIS

O MERCADO BRASILEIRO

TIM. A líder em cobertura 4G do Brasil.

tim.com.br/4G

“A líder em cobertura 4G do Brasil” refere-se à quantidade de municípios cobertos e de população coberta. Fonte: Teleco, em 1º/5/2016.

4G



 **TIM**

Evoluir é fazer diferente

TELECOM.

anuário | 2016

- 6 | O mercado brasileiro
 - 20 | Critérios de avaliação
 - 22 | Índice das 100 maiores
 - 24 | Ranking das 100 maiores
 - 30 | As maiores e os destaques
 - 32 | A empresa do ano
 - 36 | As 10 mais rentáveis
 - 40 | As 10 que mais cresceram
 - 85 | Guia de empresas
- ...❖ empresas destaques do ano
 - 45 | **produtos**
 - 46 | Componentes, partes e peças – Furukawa
 - 48 | Equipamentos de comunicação – Trópico
 - 50 | Equipamentos para Redes Corporativas - Leucotron
 - 52 | Fios e cabos – Cabletech
 - 54 | Infraestrutura – Seccional
 - 56 | Software – Ericsson
 - 58 | Terminais – Intelbras
- 61 | **serviços**
 - 62 | Canais de comercialização – Allied
 - 64 | Consultoria, projeto e desenv. de aplicat. – Via \W
 - 66 | Gerenciamento de redes – Radiante Engenharia
 - 68 | Serviços convergentes – Copel Telecom
 - 70 | Serviços corporativos – Level 3
 - 72 | Serviços de call center – Atento Brasil
 - 74 | Serviços de hosting e datacenter – Algar Multimídia
 - 76 | Serviços de infraestrutura de rede – Telespazio Brasil
 - 78 | Serviços de integração – Grupo Binário
 - 80 | Serviços/outsourcing – PromonLogicalis
 - 74 | Serviços de telefonia fixa – Algar Telecom
 - 82 | Serviços digitais – Hispamar



hamilton penna

Quando, há um ano, se falou aqui, neste espaço, que o horizonte estava coberto pela chamada tempestade perfeita – a ocorrência simultânea e perversa de graves problemas econômicos, políticos e sociais –, foi só uma forma de chamar a atenção para os últimos resquícios da invulnerabilidade do setor brasileiro de telecomunicações às crises conjunturais. Afinal, mesmo com o quadro sombrio desenhado ao longo de 2014, nos períodos pré e pós eleições presidenciais, o mercado conseguiu mostrar alguns laivos de vigor e crescer 5,16% em reais. Um ganho que a inflação, como se viu, se encarregou de corroer, ao bater nos 6,41%. Estava claro que, mesmo diante do crescimento de 0,1% do PIB (praticamente um não-crescimento), o índice bem mais robusto exibido pelo mercado de telecom não merecia grandes comemorações. Em meio às turbulências geradas pelo processo de impeachment da presidente da República, pelos escândalos de corrupção, pela queda vertiginosa da produção industrial e de todos os indicadores econômicos (o PIB caiu 3,8%), 2015 acabou por se tornar o ano do pesadelo tantas vezes anunciado, também para as telecomunicações brasileiras. O mercado apresentou o pior resultado em 25 anos: despencou 29,3% em dólares, de US\$ 70,9 bilhões, para US\$ 50,1 bilhões. Em reais, o estrago foi menor, em função da despropositada valorização do dólar frente ao real, de 41,8%. Com um índice de crescimento de 0,38%, o mercado passou de R\$ 166,9 bilhões para R\$ 167,5 bilhões. Na prática, se descontada a inflação de assustadores 10,67%, o que aconteceu de fato foi um encolhimento da ordem de 10,25%. Como disse um dos analistas entrevistados para a reportagem de abertura desta edição, quase tudo na economia saiu pior do que o previsto. O mesmo, infelizmente, desta vez também se pode dizer do mercado de telecomunicações. Nesse ambiente de terra arrasada, cercadas de recordes negativos por todos os lados, algumas das 106 empresas analisadas pela equipe do Anuário Telecom conseguiram, surpreendentemente, encontrar razões para celebrar. Afinal, 70% delas apresentaram algum lucro em seus balanços e 11% obtiveram rentabilidade sobre as vendas superior a 20%. Por maior razão, aquelas que foram premiadas como destaque e empresa do ano mostraram que estão preparadas para enfrentar os cenários mais adversos. Que, esperamos, não se repitam, para o bem do desenvolvimento do setor e do país como um todo.

Wilson Moherdaui
Diretor de Redação

diretor de redação
Wilson Moherdaui

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

diretor comercial
Marcio Valente

diretoras de publicidade
Sílvia 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

2015

O ano do pesadelo anunciado

Incertezas econômicas e políticas tornaram 2015 o ano do pesadelo anunciado para as operadoras e fornecedoras de bens e serviços de telecomunicações no Brasil. O levantamento feito pelo Anuário Telecom com as 100 maiores empresas do setor mostra que o crescimento do mercado em 2015 foi de apenas 0,38%. Considerada a inflação de 10,67%, o resultado foi um encolhimento considerável, de 10,25%, em relação a 2014. O faturamento do setor alcançou R\$ 167,5 bilhões ante R\$ 166,9 bilhões de 2014. Dessa fatia, os serviços representaram 34,8%, serviços móveis 30,9%, telefonia fixa 19,3% e produtos 14,9%.

Entre os serviços que mais sofreram queda estão os de infraestrutura de rede (-63,6%), convergentes (-6,5%) e call center (-5,5%). A performance dos negócios tem sido desalentadora para a maioria das empresas brasileiras, mesmo aquelas que vinham crescendo continuamente na última década. Os mercados que menos sentiram o impacto foram os de datacenters, computação em nuvem e serviços gerenciados. De acordo com o Anuário, houve crescimento significativo em serviços digitais (62,8%) e provedores de hosting (16,6%) e mais modesto em serviços corporativos (4,1%).

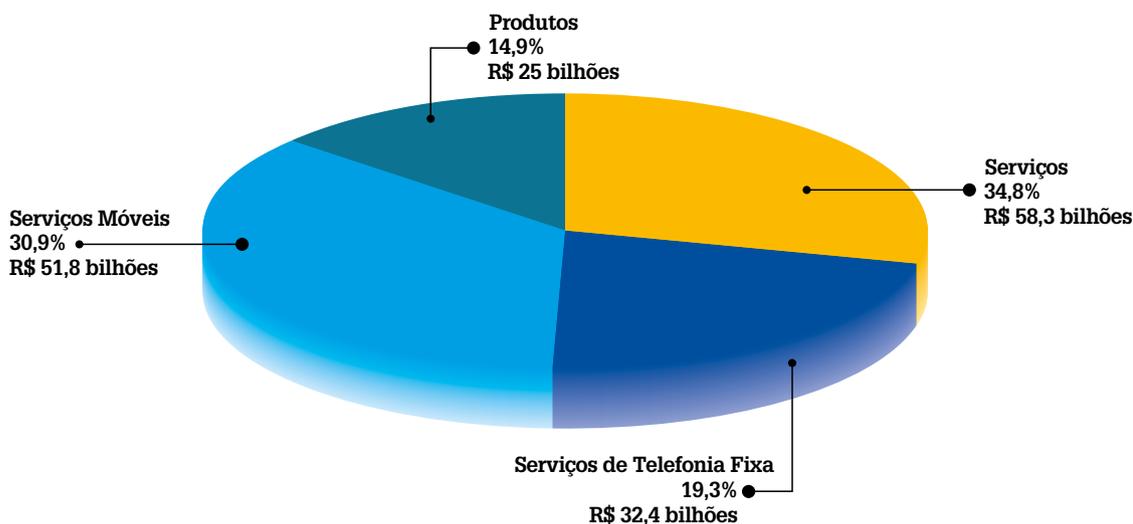
O desempenho fraco de 2015, como era de se esperar, acabou tendo reflexos em 2016. “Quase tudo na economia acabou saindo pior do que o previsto e as telecomunicações não foram exceção”, diz João Paulo Bruder, coordenador de telecomunicações da empresa de pesquisa de mercado IDC. Entre os setores mais afetados está o de TV paga, que perdeu mais assinantes do que os de banda larga. Como a renda média caiu, a TV por assinatura, juntamente com os planos de saúde, sofreu cortes por parte das famílias que procuram reduzir seus custos fixos. O pedido de recuperação judicial da Oi, segundo João Paulo, acrescentou outro ingrediente negativo a esse caldeirão, afetando os consumidores em re-

giões onde a operadora é predominante: “A notícia trouxe incerteza sobre a continuidade dos serviços nas áreas onde a operadora atua”. A recuperação judicial não impacta somente a operadora, usuários e fornecedores, mas também a credibilidade do país como lugar para se investir. “Por outro lado, entendemos que esse recurso seja um passo necessário para que a empresa retome seu rumo e possa seguir seu caminho de destaque no cenário nacional”, observa Saulo Bonizzato, líder de telecomunicações da Accenture no Brasil e América Latina.

A crise econômica que paralisou o país em 2015 se refletiu em todos os indicadores do setor eletroeletrônico. A produção industrial apresentou expressiva queda de 20%, atingindo todos os segmentos e, em consequência do baixo nível de atividade, as empresas fecharam cerca de 45,5 mil vagas, derrubando o número de trabalhadores na indústria para 248 mil contratados diretos. “Com esse resultado, o nível de emprego do setor voltou ao patamar de maio de 2007”, afirma o presidente da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee), Humberto Barbato.

Todos os segmentos foram afetados, mesmo os produtos que vinham apresentando uma trajetória de crescimento. Exemplo disso foi a redução de

O mercado em 2015 R\$ 167,5 bilhões (receita líquida)





circulação

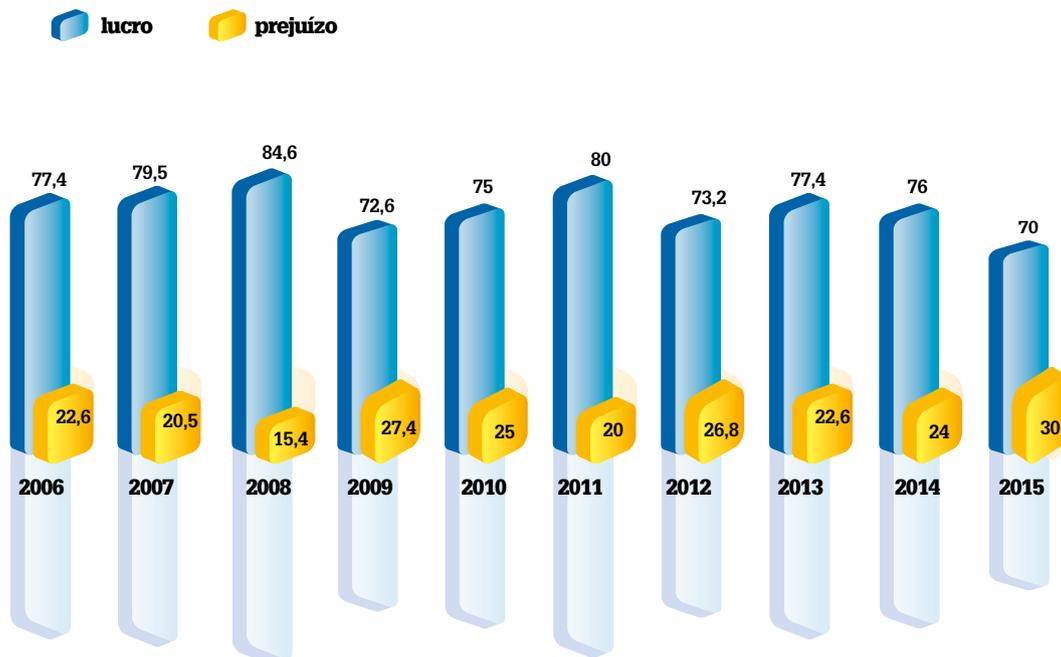
João Paulo, da IDC: **“Quase tudo na economia saiu pior do que o previsto”**

27% na comercialização de aparelhos celulares, e de 37% dos tablets e computadores. Além da queda do mercado, o setor tem convivido com a insegurança em relação à isenção do PIS/Cofins da Lei do Bem, que foi suspensa pela Lei 13.241/2015, originada na MP 690. Por ora esses incentivos estão mantidos por uma liminar obtida pela Abinee. A instabilidade do dólar também tem trazido inse-

gurança para os investimentos. “Com tantos altos e baixos, as empresas do setor enfrentam dificuldades para traçar planos de médio e longo prazos, pois os contratos de exportação não são negócios pontuais”, afirma Barbato. Ele destaca que o setor eletroeletrônico, um dos mais dependentes de insumos importados, também é afetado pela volatilidade do câmbio na formação de preços de seus produtos no mercado interno onde as margens são apertadas: “A indústria não consegue conviver com tanta instabilidade cambial”.

Uma sondagem da Abinee realizada no início de 2016 junto a suas associadas indicou que 24% das empresas consultadas já diminuíram suas projeções para vendas externas neste ano em função do novo patamar cambial. A redução média esperada por essas empresas é de 35% do total previsto anteriormente. De acordo com a sondagem, 76% das indústrias eletroeletrônicas mantiveram suas projeções para as exportações para este ano, principalmente em razão de contratos já firmados. A permanência da atual taxa de câmbio, entretanto, afetará as decisões para 2017.

O desempenho das 100 maiores (% de empresas)



vivo



Vivo. Pela segunda vez consecutiva eleita Empresa do Ano pelo Anuário Telecom.

Ser eleita Empresa do Ano significa o reconhecimento pela busca constante por inovação, pela excelência de produtos e serviços e pelo respeito ao cliente. Um prêmio que é motivo de orgulho para nós, que continuaremos trabalhando para nossos clientes viverem todas as possibilidades.



Barbato, da Abinee: “O nível de emprego do setor voltou ao patamar de maio de 2007”.

A estratégia de redução de custos nas empresas alavancou outros mercados como o de datacenters e serviços gerenciados. As empresas aprofundaram estratégias de terceirização de serviços para companhias especializadas em gerenciamento de dados e segurança, investindo menos em infraestrutura própria. Além dos datacenters, esse movimento privilegiou as operadoras de telecomunicações que prestam serviços corporativos de computação em nuvem. “O modelo de outsourcing é uma opção mais econômica no médio e longo prazos, pois a empresa consegue terceirizar processos que não fazem parte do seu negócio principal, tendo qualidade e níveis de serviço, e pagando apenas pelo uso”, reforça o presidente da Equinix, Eduardo Carvalho.

Segundo a IDC, o mercado de datacenters surpreendeu, crescendo 13,4%, acima dos esperados 11,8%. Os serviços gerenciados cresceram 4,7%, mas frustraram a previsão de alcançar 7,3%. Só em termos de comparação, ainda de acordo com a IDC, o serviço de voz fixa encolheu 5,3%, caindo menos que a previsão que apontava 6,3%. Comunicação de dados fixa cresceu 4,1%, mais do que os esperados 2,3%. Banda larga, no entanto, cresceu 3,5%, em vez de 4,3%. Os serviços de mensagem de texto fizeram com que a voz móvel encolhesse 4,4%, sendo que a previsão era de um crescimento de 3,8%. Os serviços de dados móveis cresceram 5,1%, ante a previsão de 3,8%.

Reagindo à queda de serviços de voz, as operadoras de telecomunicações vêm fazendo movimentos estratégicos para consolidar novas fontes de receita, uma vez que os serviços tradicionais – voz, mensagens e dados – não crescem a taxas tão altas quanto antigamente. Em 2015, a situação econômica levou os usuários a reduzirem o consumo e muitos deixaram de usar serviços. “Isso se refletiu na base de telefonia fixa e celular e na queda de investimentos das empresas de telecomunicações”, diz Eduardo Levy Moreira, presidente do Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia, Serviço Móvel Celular e Pessoal (SindiTeleBrasil). Entre as maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas, Levy aponta os impostos embutidos na recarga de créditos, que representam 50% do valor, e a legislação que obriga as empresas a atenderem os clientes do SAC em até 30 segundos, além da burocracia para a renovação das licenças de antenas. “Com a mudança de regras, esses custos e obrigações podem se transformar em novos investimentos”, alerta Levy.

A alta do dólar também representou um custo importante para o setor, bem como a queda das vendas, que impactou os balanços das operadoras com consequências diretas nos fornecedores.

As pessoas estão consumindo informação de forma diferente, assistindo a mais vídeos e acompanhando eventos em tempo real de forma remota, exigindo infraestruturas para suportar a demanda sem perder qualidade.

As empresas focaram seus esforços no mundo dos dados móveis para atender ao uso crescente das mídias sociais, do celular para ver vídeos, à Internet das Coisas (IoT) – que conecta máquinas e pessoas. Tudo isso exige grande capacidade de armazenamento e infraestruturas robustas em computação em nuvem, para suportar a demanda sem perder qualidade. Uma das apostas, neste ano e em 2017, é o início de um novo ciclo nas telecomunicações, com a conexão de milhares de dispositivos por IoT, mudando o patamar da demanda por conectividade. “As operadoras terão que melhorar suas ofertas às empresas para competirem neste mercado e não serem meramente um canal sem valor agregado”, diz

Na sua empresa
não é assim.

Por que
a internet
tem que ser?



COPEL FIBRA.
Ultravelocidade
tanto no download
como no upload.

Banda Extralarga para você fechar
negócios e sua empresa não parar nunca.



Fibra óptica
de ponta a ponta
sem interferências



Velocidades de
até **150** mega



Upload igual
ao download

Assine já: copeltelecom.com
0800 41 4181



Confiança é o que liga a gente.

COPEL
Telecom



PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO



Levy, do Sinditelebrasil: **Impostos e burocracia travam o desenvolvimento das empresas.**

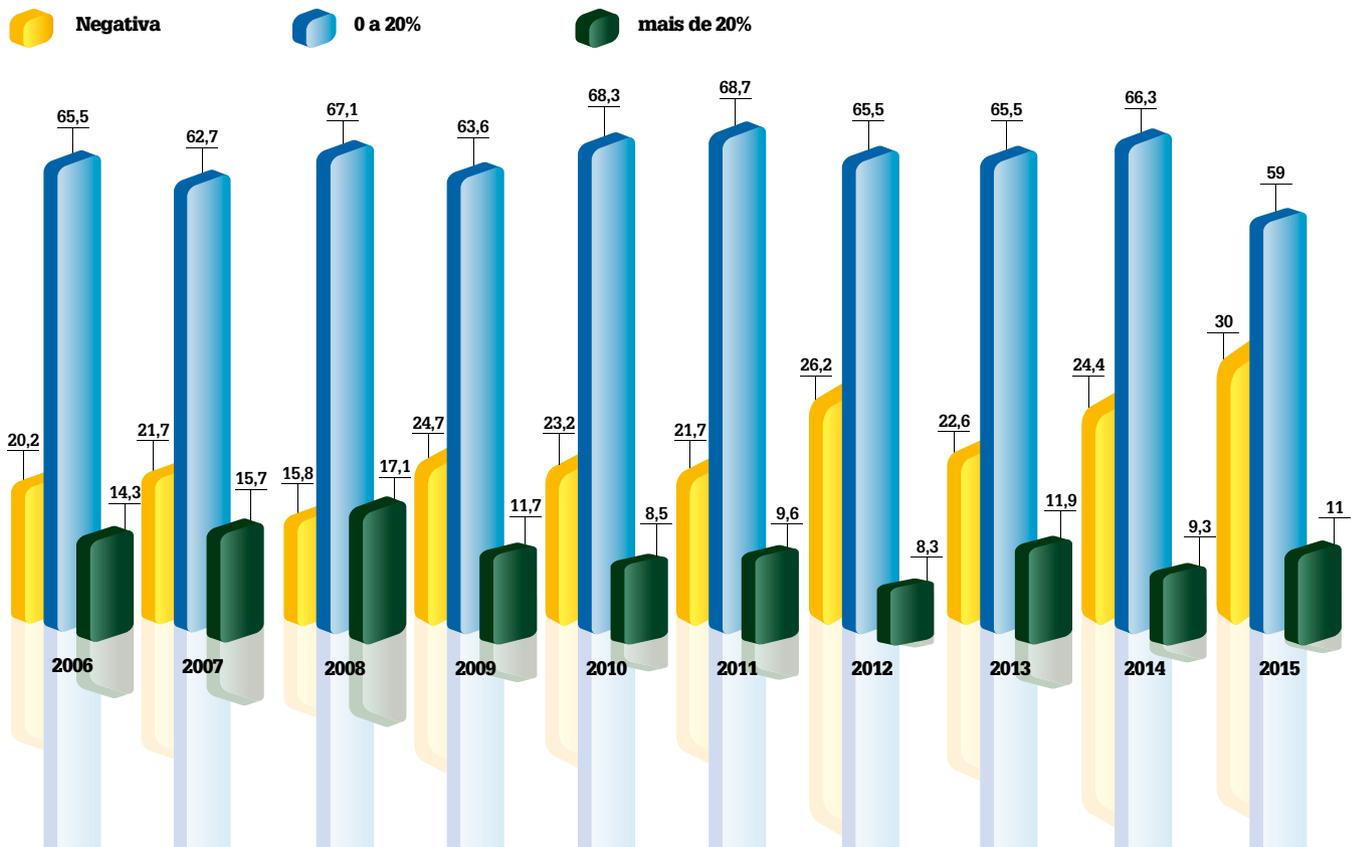
Saulo, da Accenture. As operadoras são candidatas naturais a criar redes para IoT, mas não as únicas. As empresas de energia elétrica também podem participar desse mercado. A rede não será um limitador porque a maior parte das aplicações demanda um tráfego muito baixo de dados. O mais crítico serão a cobertura e o alcance dessa infraestrutura. A IoT deve se desenvolver primeiro no segmento industrial e no mercado de distribuição de eletricidade,

onde as aplicações estão mais maduras e onde há maiores ganhos na adoção da tecnologia. Mas, segundo Saulo, governos também são fundamentais: “Países que tenham um ambiente mais adequado para soluções de cidades inteligentes estimulam a economia, criando um círculo virtuoso”.

Recente estudo feito pela IDC e patrocinado pela Cisco, mostra que a adoção de cloud computing pelas empresas no Brasil e na América Latina está acima da média mundial. Porém, muitas empresas ainda usam a nuvem para resolver necessidades imediatas e responder a demandas internas de diversas áreas, sem uma estratégia dedicada a essa tecnologia. “A explosão de adoção da nuvem permitiu um crescimento significativo nas vendas de servidores”, comemora Laércio Albuquerque, presidente da Cisco.

Segundo ele, as restrições na instalação de novas antenas e a demanda por maior cobertura indoor criaram um mercado para as small cells e o chamado off-load via redes wi-fi. Outro mercado que oferece boas oportunidades, de acordo com o Laércio, é o

Rentabilidade sobre vendas líquidas (% de empresas)



HÁ MAIS DE 10 ANOS
OFERECENDO O QUE HÁ DE
MELHOR NO MERCADO, SENDO
UMA DAS **10 EMPRESAS** QUE
MAIS **CRESCERAM NO SETOR**
DE TELECOMUNICAÇÕES.

TELLFREE CRESCENDO, INOVANDO
E SE SUPERANDO.





Laércio, da Cisco: **“A explosão de adoção da nuvem permitiu um crescimento significativo nas vendas de servidores”**.

do chamado mobile backhaul, que conecta estações rádio-base para permitir o multiuso da rede IP, usando a mesma infraestrutura para todas as redes de acesso fixo, 2G, 3G, 4G e wi-fi.

Assim como a Copa do Mundo, as Olimpíadas oxigenaram alguns segmentos de redes e serviços. Esses foram os jogos mais conectados da história, com 5 bilhões de espectadores, 18 bilhões de page views em páginas na Internet, 3,5 bilhões de visualizações de vídeo on-line, exigindo eficiência das operadoras móveis e reforço nas redes sem fio. Foram instalados mais de 181 mil quilômetros de cabos ópticos, 17 mil quilômetros de cabos submarinos, 17 mil estações rádio-base de telefonia móvel (ERBs), oito satélites em órbita e cinco datacenters.

O maior impacto foi na ampliação das redes 4G, que movimentou o setor de infraestrutura com testes e serviços de compartilhamento de sites entre as grandes operadoras. “Observamos que o crescimento foi superior ao esperado pela Anatel, tanto na infraestrutura quanto na venda de handsets e smartphones, com a implantação e adesão do 4G muito mais rápido que as redes 3G”, aponta Saulo Bonizzato, da Accenture. De 2015 para 2016, houve um crescimento de acessos 4G acima de 200% e um pequeno decréscimo na tecnologia 3G. Entre 2015 e 2020, é esperado um crescimento médio anual de aproximadamente 60% em acessos 4G, segundo a IDC. Com um crescimento dessa magnitude, e com ofertas cada vez mais agressivas pelas operadoras para re-

ter seus clientes, haverá muito mais demanda para a otimização das redes e a criação de novos serviços.

Apostando na abertura de novas frentes de negócios, a NEC ampliou seu portfólio de produtos e passou a oferecer no país sistemas de DWDM, que, até o ano passado, não havia comercializado, segundo o presidente, Daniel Mirabile. Uma das novidades foram as soluções voltadas às verticais de varejo e saúde trazidas do Japão, que, segundo Mirabile, demonstraram o novo posicionamento da empresa, focado em inovação.

Para a chinesa Huawei, que também fornece sistemas de infraestrutura de rede, a conjuntura econômica foi um desafio que permitiu apostar em novos modelos de negócio. “Trouxemos tecnologias baseadas em 4.5G para as redes wireless que começaram a ser testadas no país”, explica Alan Constâncio da Silva, diretor de marketing estratégico: “Acreditamos que o momento de instabilidade econômica favoreceu o negócio de cloud computing, permitindo que as operadoras e os fabricantes investissem mais”. Na opinião dele, a adoção da computação em nuvem permitiu às empresas reduzirem drasticamente a complexidade de infraestrutura, ajudando os provedores de soluções a entregar seus serviços de forma mais rápida, reduzindo o tempo de lançamento de produtos e rentabilizando o negócio: “Temos conversado com nossos clientes sobre a transformação digital de seus negócios com adoção de tecnologias convergentes e apostamos em soluções como datacenter, Big Data e virtualização de funções de rede”.

As Olimpíadas deram sua contribuição nos negócios das empresas de infraestrutura. Para a NEC, foi importante para o desenvolvimento de projetos de preparação para o evento. No que se refere às dependências utilizadas para os jogos, a empresa foi escolhida pelo consórcio Onda Azul para implementar e integrar os sistemas de automação às diversas tecnologias do Estádio Aquático, construído na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro (RJ). Além disso, forneceu sistemas e integração de tecnologias da informação e da comunicação para a construção do Pier Sul e para o processo de modernização das dependências do Terminal 2 e do Edifício Garagem. O



INFRAESTRUTURA DE TELECOMUNICAÇÕES E ENERGIA

Em 57 anos de presença de mercado, atuando com os principais players mundiais na operação, manutenção e construção de infraestruturas, nos setores de telecomunicações e elétricas.

Pela quarta vez como uma das empresas que mais cresceram no mercado de telecomunicações do Brasil.



O crescimento sustentável é fruto do nosso comprometimento e busca constante de melhorias em qualidade de atendimento, gerando valor para nossos colaboradores, clientes, fornecedores e acionistas.



T: +55 15 3334 4297 Email: comercial@ezentis.com.br

www.ezentis.com



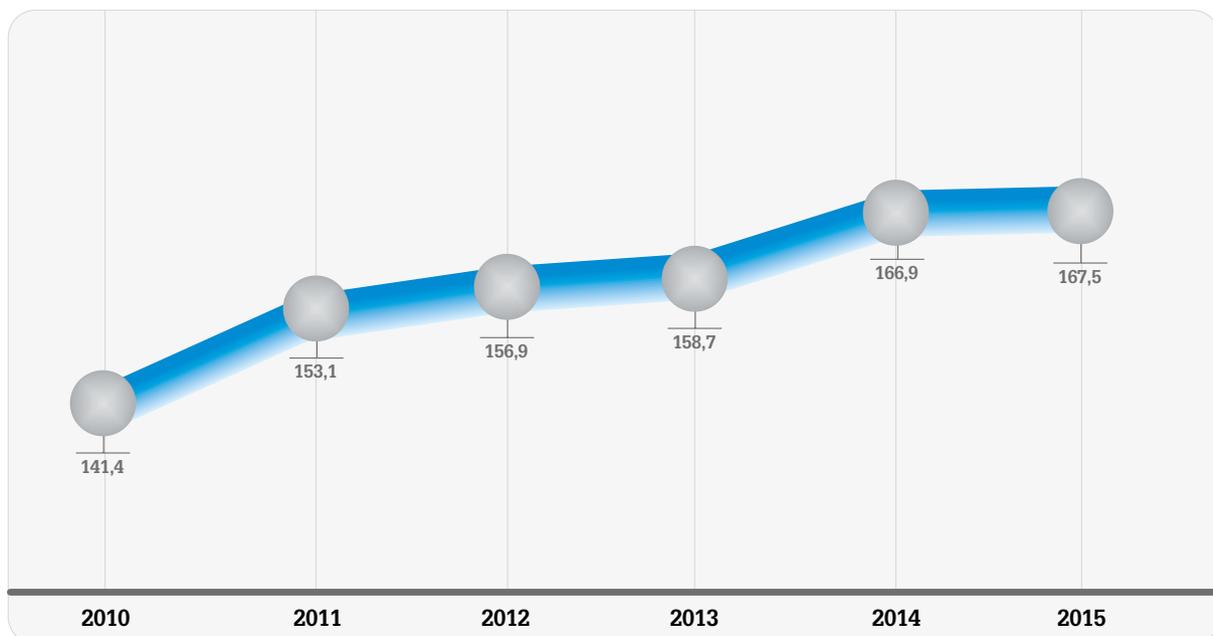
projeto incluiu circuito fechado de TV, detecção de alarme de incêndio, controle de acesso e sonorização, telefonia, acesso wireless à Internet e sistemas de sincronismo de relógios e monitores de sinalização digital de voos. “As teles têm investido em novas tecnologias de ofertas de serviço por meio lógico, mantendo a mesma estrutura física, algo que há pouco tempo ainda não era possível no Brasil. Além disso, estão trabalhando na ampliação da cobertura, que, para um país continental como o Brasil, é algo crítico”, aponta o presidente da NEC.

Como apoiadora dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos Rio 2016, a Cisco foi responsável por toda a infraestrutura de equipamentos de rede e servidores corporativos. A rede conectou milhares de pessoas, da família Olímpica e dos patrocinadores aos colaboradores da Rio 2016, além de voluntários, atletas e imprensa. “A Cisco teve como objetivo, desde o princípio, apoiar não apenas os jogos em si, mas a cidade como um todo, deixando um legado que não tem data para acabar”, reforça Laércio Albuquerque.

que. Isso inclui a plataforma tecnológica instalada no Porto Maravilha, que pretende transformar a região em um laboratório urbano e exemplo de bairro digitalizado. Como parte do Programa de Inovação Urbana da Cisco, essa plataforma agrega 15 soluções inteligentes, que permitem a experimentação e implementação de novos serviços públicos com agilidade, incluindo os criados pelos próprios cidadãos e startups, fomentando o empreendedorismo e a inovação social. Outra parte desse legado, segundo Laércio, é o educacional. Através da parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro no projeto Naves do Conhecimento, a Cisco treinou e capacitou desde novembro de 2015 mais de 300 profissionais de rede, pessoas que nunca tiveram contato com tecnologia. “Desses profissionais treinados, mais de 70 foram empregados em função dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos”, conclui.

Na opinião de Saulo Bonizzato, da Accenture, o setor de infraestrutura foi beneficiado ao prover soluções corporativas, mas a crise limitou muito o po-

Evolução do mercado (em R\$ bilhões)





tencial das Olimpíadas: “Com a chegada dos turistas, as operadoras se movimentaram para capturar o tráfego do evento, beneficiando-se de dois meses de pico de operações”.

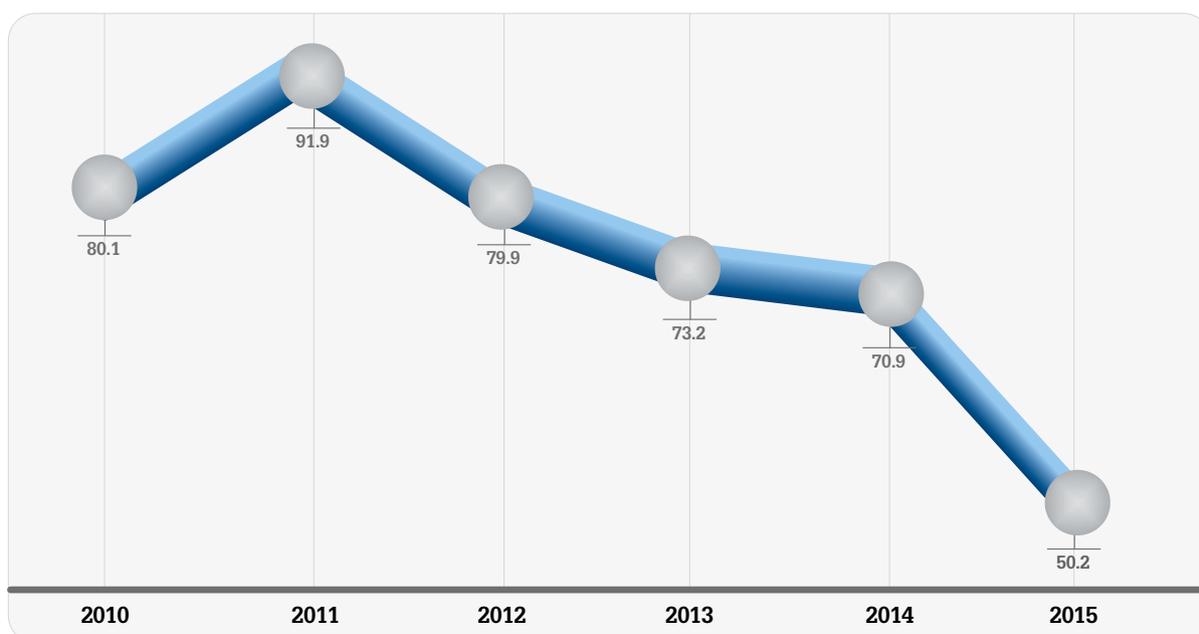
2016 e 2017 trazem sinais um pouco mais animadores para as empresas. A última sondagem da Abinee indicou que 42% das empresas do setor eletroeletrônico esperam crescimento das vendas no segundo semestre. Segundo o levantamento, 33% das indústrias consultadas indicaram queda e 25%, estabilidade. Essa reversão de expectativas também se reflete na avaliação anual. Nas pesquisas de abril e maio realizadas pela Abinee, a expectativa de queda era maior que a de crescimento. A situação se inverteu na sondagem de junho, com 43% das empresas projetando crescimento em 2016, e 35%, retração.

Há também sinais de diminuição no ritmo de demissões no setor eletroeletrônico. Esses números dão algum alento e podem indicar um princípio de retomada, mas as perdas ocorridas foram tão expressivas, segundo Barbatto, que será necessário percorrer um caminho extremamente longo para a

recuperação: “O faturamento das empresas do setor eletroeletrônico deve permanecer estável em 2016 e talvez possamos retomar o caminho do crescimento a partir de 2017”.

Para Saulo, da Accenture, as perspectivas para 2017 serão melhores. O Brasil deverá ter rumos mais claros, orientando investimentos em um mercado que vai retomar o crescimento. As oportunidades devem, portanto, ser potencializadas, e quem largar na frente irá decolar em relação aos demais. É consenso que, com uma economia mais estável em 2017 e algumas ações na macroeconomia, entre elas a tão esperada reforma tributária e o controle parcial da volatilidade do dólar, os resultados serão mais robustos. A crescente conectividade dos consumidores se tornou impositiva e incontornável: hoje, o cliente já é digital, independentemente da crise. Os investimentos em tecnologia não param, sob pena de perda de competitividade e rentabilidade, em um mercado cada vez mais dinâmico. O que se espera em 2016 e 2017 é a liberação de recursos que estavam represados e a retomada de projetos suspensos.

Evolução do mercado (em US\$ bilhões)





A fatia de cada um.

Participação dos segmentos nas áreas de atividades

Produtos

| | Receita Líquida (R\$ mil) | Participação (%) |
|--|------------------------------|------------------|
| Terminais Fixos e Móveis | 13.919.700,00 | 55,83 |
| Equipamentos para Telefonia Corporativa + Redes Corporativas | 5.506.129,91 | 22,09 |
| Infraestrutura de suporte e comunicação | 2.034.771,59 | 8,16 |
| Fios e Cabos | 1.240.655,61 | 4,98 |
| Software | 1.137.892,83 | 4,56 |
| Componentes, Partes e Peças | 731.525,91 | 2,93 |
| Outro Produtos | 221.004,61 | 0,89 |
| Equip. Comunicação de Dados para usuários | 139.148,55 | 0,56 |
| Total | 24.930.829,00 | 100,00 |

Serviços

| | Receita Líquida (R\$ mil) | Participação (%) |
|---|------------------------------|------------------|
| Serviços Móveis | 51.817.737,17 | 36,34 |
| Serviços Convergentes | 35.301.267,39 | 24,76 |
| Serviços de Telefonia Fixa | 32.409.206,65 | 22,73 |
| Serviços Corporativos | 6.435.594,44 | 4,51 |
| Serviços Digitais | 4.394.204,69 | 3,08 |
| Serviços de Call Center | 4.361.582,15 | 3,06 |
| Gerenciamento de Redes | 2.443.872,02 | 1,71 |
| Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos | 2.012.828,31 | 1,41 |
| Serviços de Integração | 1.904.346,57 | 1,34 |
| Provedores de Serviços de Hosting | 865.133,45 | 0,61 |
| Serviços de Infraestrutura de rede | 644.352,38 | 0,45 |
| Total | 142.590.125,22 | 100,00 |

PAIXÃO POR TECNOLOGIA COM
UMA VARIEDADE DE SERVIÇOS E
PRODUTOS AO SEU ALCANCE



SEU ALIADO EM TECNOLOGIA



Nosso orgulho de ser pelo 6º ano consecutivo Destaque do Ano no segmento Canais de Comercialização do Anuário Telecom 2016 só não é maior que a nossa paixão.

Paixão que faz a Allied oferecer a maior diversidade de serviços e o melhor portfólio de produtos tecnológicos, que deixa a gente mais próximo de nossos clientes e parceiros e facilita a vida de quem, assim como a gente, é apaixonado por tecnologia.

www.alliedbrasil.com.br

acer

alcatel



ASUS

Google

GoPro
Be a HERO.

kindle

Lenovo



Microsoft

moto

POSITIVO

Qualcomm
snapdragon

SAMSUNG

SONY

ZTE

Críticos de Avaliação

A pesquisa e a comparação dos resultados financeiros das empresas do mercado de telecomunicações, no ano fiscal de 2015, 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 2015, do ativo, do passivo, e dos resultados, os valores foram convertidos em R\$ mil e divididos pela média anual do dólar mensal médio (R\$ 3,3398). O mesmo procedimento foi adotado para a transformação do lucro líquido.

PRINCIPAIS INDICADORES:

- 1. Receita líquida em reais:** é o indicador para a classificação das empresas no ranking das 100 maiores.
- 2. Receita líquida em dólares:** A conversão para dólar foi efetuada segundo metodologia definida acima.
- 3. Crescimento real das vendas:** é a variação real do faturamento líquido da empresa, em relação ao exercício anterior, convertido em dólar, em %.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Nos anos em que a variação cambial for 10 pontos percentuais superior à inflação do período, não será considerado o crescimento da receita líquida na cesta de pontos. Esse foi o caso de 2015, quando a variação cambial chegou a 41,8%, ante uma inflação de 10,67%.

A ESCOLHA DOS DESTAQUES DE 2015

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) |

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

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

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

A metodologia escolhida considera importantes indicadores da saúde econômico-financeira de uma empresa, como a rentabilidade e a capacidade de saldar compromissos. Os pesos atribuídos procuram

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

Para a escolha dos destaques, foram utilizados os seguintes critérios: informações econômico-financeiras com pelo menos dois índices, obtenção de, no mínimo, 10% da receita no segmento e, em 2015, 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, pesquisa & desenvolvimento, 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 (18)
AEC CONTACT CENTER (19)
ALCATEL-LUCENT (21)
ALGAR CELULAR (31)
ALGAR MÍDIA (68)
ALGAR MULTIMÍDIA (35)
ALGAR TECH (30)
ALGAR TELECOM (25)
ALLIED (8)
ASGA SISTEMAS (87)
ATENTO BRASIL (11)
AUTOTRAC (43)

B

BRASILSAT HARALD (50)
BRASILSAT (94)
BRQ (86)

C

CABLETECH (44)
CEMIGTELECOM (51)
CISCO (22)
CLARO (2)
COPEL TELECOM (42)
CPOD (40)

D

DARUMA (67)
DIGISTAR (80)
DIGITEL (90)
DIGITRO TECNOLOGIA (46)

E

ENGESET (52)
EQUINIX DO BRASIL (38)
ERICSSON (9)
E-SAFER (100)
ETELBRAS (95)
EZENTIS SEICOM ENGENHARIA (41)

F

FURUKAWA (24)

G

GO2NEXT (79)
GRUPO BINÁRIO (57)
GRUPO CONTAX (7)
GUIATEL (78)

H

HISPAMAR SATÉLITES (39)
HUAWEI DO BRASIL (12)

I

ÍCARO TECHNOLOGIES (81)
INSTITUTO DE PESQUISAS ELDORADO (54)
INTEGRAVOX (99)
INTEL (49)
INTELBRAS (29)

J

JUNIPER (55)

L

LEUCOTRON TELECOM (71)
LEVEL 3 (20)
LG ELECTRONICS (26)
LINUX (66)

M

MAPRA (97)
MOTOROLA SOLUTIONS (37)
MTEL (63)

N

NAVITA (77)
NEC (32)
NEOVIA SOLUTIONS (82)
NESIC (61)
NETSERVICE (76)
NEXANS FICAP (70)
NEXTEL (5)
NOKIA DO BRASIL (13)

O

OI (3)
ONDA (92)

P

POSITIVO INFORMÁTICA (34)
PRIMESYS (28)
PROCABLE (62)
PROMONLOGICALIS (16)
PRYSMIAN DRAKA (36)

R

RADIANTE (56)

S

SAMSUNG (10)
SECCIONAL (75)
SERCOMTEL (48)
SERCOMTEL C. CENTER (83)
SET TELEINFORMÁTICA (98)
SIEMENS (69)
SISGRAPH (93)
SISPRO (96)
SPREAD TECNOLOGIA (47)
STAR ONE (27)
STEFANINI (45)

T

TATA CONS. SERVICES (58)
TDATA (6)
TECLAN (91)
TECNOSET IT SOLUTIONS (84)
TELFÔNICA VIVO (1)
TELEMONT (15)
TELEPERFORMANCE BRASIL (23)
TELESPAZIO BRASIL (59)
TELLFREE (85)
TELSIGN CONSULTORIA (89)
TERRA (33)
3CORP TECHNOLOGY (65)
TIM (4)
TRIAD SYSTEMS (72)
TRÓPICO SIST E TELECOM (64)

U

UNITELCO (74)
UOL (17)

V

VIA\W (73)
VIAVI SOLUTIONS (60)
VOXAGE - SERV. INTERATIVOS (88)

W

WESTCON BRASIL (14)

Z

ZATIX (53)



LASERWAY

A FIBRA ÓPTICA ATÉ O USUÁRIO. **REDE 100% ÓPTICA.**

VELOCIDADE, ECONOMIA E FLEXIBILIDADE PARA O SEU NEGÓCIO.



AS EMPRESAS PRECISAM ESTAR COM SUAS REDES PRONTAS PARA ENFRENTAR OS DESAFIOS DO FUTURO COM SUSTENTABILIDADE.

A Solução Laserway* Furukawa oferece uma infraestrutura simplificada às redes LAN, com baixo consumo de energia e totalmente adaptável aos complexos desafios de comunicação das empresas. Essa solução de redes ópticas passivas, com tecnologia GPON, apresenta menor ocupação de racks e eletrocalhas, proporcionando importantes reduções sobre os investimentos, tanto na infraestrutura (CAPEX) quanto na operação (OPEX). A topologia de rede utilizada, totalmente óptica, possui enorme capacidade de banda, o que garante uma rede totalmente à prova do futuro. **FURUKAWA. TECNOLOGIA QUE FAZ A DIFERENÇA NA VIDA DE SUA EMPRESA.**

*A Solução Laserway possui Garantia Estendida de 25 anos se composta por produtos Furukawa e instalada por Solution Providers credenciados.

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 – 10º and. – Brooklin – São Paulo – SP – CEP: 04578-901 – Tel.: (11) 5501-5711

CENTROS DE PRODUÇÃO:

• Brasil (Paraná, São Paulo e Minas Gerais) • Argentina • Colômbia

FURUKAWA
0800 412100
www.furukawa.com.br

AS 100 MAIORES

| Class. Atual | Class. Ant. | Empresa | Principal segmento de negócios em telecomunicações | Rec. Líquida Prop. (R\$ mil) | Receita Líquida (R\$ mil) | Receita Líquida (US\$ mil) | Cresc. Rec. Líq. US\$ (%) | Cresc. Rec. Líq. R\$ (%) | Patrim. Líquido (R\$ mil) |
|--------------|-------------|-------------------------------|---|------------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 1 | 1 | TELEFÔNICA VIVO | Serviços Móveis ^(15,13,17,16) | 40.286.815 | 40.286.815 | 12.062.643 | -18,85 | 15,11 | 68.567.242 |
| 2 | 4 | CLARO ² | Serviços Móveis ^(13,15,16) | 33.695.383 | 33.695.383 | 10.089.042 | 0,00 | 0,00 | 9.718.894 |
| 3 | 2 | OI ² | Serviços de Telefonia Fixa ^(14,15) | 27.353.765 | 27.353.765 | 8.190.240 | -31,73 | -3,16 | 13.215.664 |
| 4 | 3 | TIM ² | Serviços Móveis ⁽¹⁵⁾ | 16.695.376 | 16.695.376 | 4.998.915 | -38,34 | -12,54 | 15.708.741 |
| 5 | 0 | NEXTEL ¹ | Serviços Móveis | 3.500.000 | 3.500.000 | 1.047.967 | 0,00 | 0,00 | 0 |
| 6 | 13 | TDATA | Serviços Convergentes | 2.505.955 | 2.505.955 | 750.331 | -19,12 | 14,73 | 1.056.305 |
| 7 | 11 | GRUPO CONTAX | Serviços de Call Center | 2.407.038 | 3.209.384 | 960.951 | -34,46 | -7,03 | 170.693 |
| 8 | 14 | ALLIED | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(8,14) | 2.327.743 | 3.103.657 | 929.294 | -21,71 | 11,06 | 487.852 |
| 9 | 12 | ERICSSON | Infraestrutura de suporte e comunicação ^(11,6,12,9) | 2.196.586 | 2.196.586 | 657.700 | -30,78 | -1,81 | 539.806 |
| 10 | 8 | SAMSUNG ¹ | Terminais fixos e móveis | 2.116.859 | 5.721.240 | 5.721.240 | -2,70 | -2,70 | 0 |
| 11 | 17 | ATENTO BRASIL | Serviços de Call Center | 1.954.544 | 3.006.991 | 900.351 | -23,85 | 8,01 | 290.048 |
| 12 | 15 | HUAWEI DO BRASIL ¹ | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(6,5) | 1.900.000 | 1.900.000 | 568.896 | -32,86 | -4,76 | 0 |
| 13 | 9 | NOKIA DO BRASIL ¹ | Terminais fixos e móveis ⁽⁵⁾ | 1.350.000 | 1.350.000 | 1.350.000 | -13,46 | -13,46 | 0 |
| 14 | 23 | WESTCON BRASIL ¹ | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(4,8,9) | 1.150.000 | 1.150.000 | 344.332 | -9,92 | 27,78 | 0 |
| 15 | 21 | TELEMONT | Gerenciamento de Redes | 1.072.312 | 1.072.312 | 321.071 | -38,54 | -12,82 | 23.014 |
| 16 | 22 | PROMONLOGICALIS | Serviços de Outsourcing ^(10,6,19,12) | 914.300 | 914.300 | 273.759 | -35,60 | -8,66 | 0 |
| 17 | 19 | UOL ² | Serviços Convergentes | 910.875 | 910.875 | 272.733 | -60,57 | -44,07 | 1.452.201 |
| 18 | 26 | ACCENTURE | Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ⁽¹¹⁾ | 824.357 | 2.576.115 | 771.338 | -24,91 | 6,52 | 254.313 |
| 19 | 27 | AEC CONTACT CENTER | Serviços Digitais | 820.466 | 820.466 | 245.663 | -18,04 | 16,26 | 73.998 |
| 20 | 28 | LEVEL 3 | Serviços Corporativos ^(18,19) | 759.839 | 759.839 | 227.510 | -15,99 | 19,17 | 112.490 |
| 21 | 31 | ALCATEL-LUCENT ² | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(12,5,11,6) | 743.209 | 743.209 | 222.531 | -6,04 | 33,27 | 393.230 |
| 22 | 16 | CISCO ¹ | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados | 700.000 | 700.000 | 700.000 | -12,50 | -12,50 | 0 |
| 23 | 29 | TELEPERFORMANCE BRASIL | Serviços Digitais | 699.611 | 699.611 | 209.477 | -17,50 | 17,02 | 182.675 |
| 24 | 30 | FURUKAWA | Fios, Cabos e Sistemas de Cabeamento ⁽¹⁾ | 614.616 | 614.616 | 184.028 | -24,85 | 6,60 | 363.052 |
| 25 | 24 | ALGAR TELECOM | Serviços de Telefonia Fixa ^(16,15) | 593.565 | 823.252 | 246.497 | -25,14 | 6,19 | 954.124 |
| 26 | 18 | LG ELECTRONICS ¹ | Terminais fixos e móveis | 546.750 | 1.822.500 | 1.822.500 | -25,00 | -25,00 | 0 |
| 27 | 33 | STAR ONE | Serviços Digitais ^(18,19) | 512.103 | 512.103 | 153.333 | -23,68 | 8,25 | 1.116.275 |
| 28 | 34 | PRIMESYS | Serviços Corporativos | 499.578 | 499.578 | 149.583 | -24,20 | 7,51 | 505.054 |
| 29 | 32 | INTELBRAS | Terminais fixos e móveis ^(3,7) | 461.337 | 876.067 | 262.311 | -19,80 | 13,76 | 307.187 |
| 30 | 35 | ALGAR TECH | Gerenciamento de Redes ^(11,10) | 454.880 | 454.880 | 136.200 | -28,77 | 1,04 | 69.704 |
| 31 | 37 | ALGAR CELULAR | Serviços Móveis ⁽¹⁵⁾ | 424.492 | 424.492 | 127.101 | -26,43 | 4,36 | 457.186 |
| 32 | 40 | NEC | Equipamentos de comunicação de dados para usuários ^(12,18,7,6,5) | 407.971 | 463.603 | 138.812 | -22,97 | 9,27 | 24.506 |
| 33 | 38 | TERRA ¹ | Serviços Convergentes | 400.000 | 400.000 | 119.768 | -29,68 | -0,26 | 0 |

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.

SE DIFERENCIAR NO MERCADO DE TECNOLOGIA É UM GRANDE DESAFIO. SIMPLIFIQUE, FALE COM QUEM SE DESTACA.

LEVEL 3, SUA CONEXÃO DE CONFIANÇA PARA O MUNDO EM REDE.

| Ativo Perm. (R\$ mil) | Lucro Bruto (R\$ mil) | Lucro Operacional (R\$ mil) | Lucro Líquido (R\$ mil) | Rent. Patrimônio (%) | Rent. Vendas (%) | Liquidez Corrente | Endiv. s/ Patrim. (%) | Endiv. s/ Ativo (%) | Despesas Finan s/ vendas (%) | Ret. s/ Invest. (%) | Giros dos Ativos | Lucro Líq. p/func. (R\$ mil) |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------------|-------------------------|----------------------|------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|------------------------------|---------------------|------------------|------------------------------|
| 76.185.117 | 19.941.739 | 4.393.456 | 3.420.249 | 4,99 | 8,49 | 1,00 | 48,30 | 6,57 | 2,11 | 3,36 | 0,40 | 101,05 |
| 42.144.668 | 12.929.514 | -4.736.879 | -3.632.523 | -37,38 | -10,78 | 0,78 | 544,58 | 7,89 | 22,02 | -5,80 | 0,54 | -30,02 |
| 28.953.852 | 12.045.131 | -5.700.704 | -5.347.601 | -40,46 | -19,55 | 1,49 | 625,08 | 61,70 | 30,72 | -5,51 | 0,28 | -1.140,70 |
| 19.285.148 | 8.694.383 | 2.972.827 | 2.072.816 | 13,20 | 12,42 | 1,34 | 116,29 | 23,08 | 1,65 | 6,10 | 0,49 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 78.058 | 1.366.478 | 1.286.190 | 857.524 | 81,18 | 34,22 | 2,06 | 68,15 | 0,00 | -4,39 | 48,28 | 1,41 | 0,00 |
| 1.129.146 | 201.437 | -294.165 | -226.778 | -132,86 | -7,07 | 0,54 | 1.435,72 | 17,80 | 6,07 | -8,65 | 1,22 | -2,17 |
| 16.330 | 427.499 | 127.393 | 91.338 | 18,72 | 2,94 | 1,46 | 204,98 | 14,48 | 1,90 | 6,14 | 2,09 | 121,46 |
| 196.465 | 345.172 | 153.155 | 80.861 | 14,98 | 3,68 | 1,09 | 330,31 | 17,68 | 0,78 | 3,48 | 0,95 | 17,59 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 614.186 | 474.705 | 180.353 | 117.894 | 40,65 | 3,92 | 1,43 | 577,73 | 13,82 | 2,73 | 6,00 | 1,53 | 1,40 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 57.768 | 79.160 | -18.260 | -29.469 | -128,05 | -2,75 | 0,82 | 856,16 | 16,12 | 0,63 | -13,39 | 4,87 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 16,20 | 5,90 | 1,54 | 119,00 | 10,80 | 0,62 | 7,40 | 1,25 | 57,50 |
| 1.976.309 | 579.235 | 1.340 | -20.877 | -1,44 | -2,29 | 0,57 | 91,51 | 16,10 | -6,85 | -0,75 | 0,33 | 0,00 |
| 217.266 | 385.518 | -108.295 | -56.530 | -22,23 | -2,19 | 1,27 | 521,44 | 37,36 | 0,83 | -3,58 | 1,63 | -5,23 |
| 192.700 | 158.807 | 105.536 | 67.168 | 90,77 | 8,19 | 0,61 | 390,35 | 18,10 | 1,25 | 18,50 | 2,26 | 2,58 |
| 456.744 | 376.508 | 170.798 | 123.956 | 110,19 | 16,31 | 0,78 | 593,74 | 0,04 | 1,36 | 15,88 | 0,97 | 190,70 |
| 14.648 | 145.651 | 58.049 | 57.569 | 14,64 | 7,75 | 1,21 | 152,19 | 0,00 | -1,90 | 5,81 | 0,75 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 122.404 | 165.100 | 63.908 | 42.145 | 23,07 | 6,02 | 1,23 | 91,38 | 2,99 | 0,96 | 12,06 | 2,00 | 0,00 |
| 196.310 | 167.132 | 48.411 | 76.496 | 21,07 | 12,45 | 2,34 | 41,59 | 6,57 | -0,75 | 14,88 | 1,20 | 74,78 |
| 1.920.934 | 397.762 | 140.391 | 150.947 | 15,82 | 18,34 | 0,83 | 134,67 | 10,03 | 14,31 | 6,74 | 0,37 | 9,33 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0 | 323.764 | 300.622 | 214.172 | 19,19 | 41,82 | 0,11 | 141,96 | 0,00 | -0,55 | 7,93 | 0,19 | 0,00 |
| 0 | 56.149 | 19.369 | 22.824 | 4,52 | 4,57 | 0,85 | 54,17 | 0,00 | 0,02 | 2,93 | 0,64 | 0,00 |
| 171.739 | 345.972 | 64.711 | 60.330 | 19,64 | 6,89 | 1,81 | 158,62 | 20,23 | 5,30 | 7,59 | 1,10 | 21,53 |
| 157.700 | 94.188 | 22.787 | 21.156 | 30,35 | 4,65 | 1,07 | 349,20 | 13,40 | 2,85 | 6,76 | 1,45 | 1,65 |
| 514.289 | 140.722 | 46.919 | 37.375 | 8,18 | 8,80 | 0,98 | 47,23 | 13,76 | 3,13 | 5,55 | 0,63 | 0,00 |
| 18.991 | 110.714 | -44.621 | -44.621 | -182,08 | -9,62 | 0,92 | 1.555,98 | 38,30 | 6,04 | -11,00 | 1,14 | -54,28 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

AS 100 MAIORES

25

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).



0800 7714747
www.level3.com

| Class. Atual | Class. Ant. | Empresa | Principal segmento de negócios em telecomunicações | Rec. Líquida Prop. (R\$ mil) | Receita Líquida (R\$ mil) | Receita Líquida (US\$ mil) | Cresc. Rec. Líq. US\$ (%) | Cresc. Rec. Líq. R\$ (%) | Patrim. Líquido (R\$ mil) |
|--------------|-------------|--|--|------------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 34 | 43 | POSITIVO INFORMÁTICA | Terminais fixos e móveis | 387.807 | 1.843.191 | 551.887 | -40,36 | -15,40 | 576.395 |
| 35 | 42 | ALGAR MULTIMÍDIA | Provedores de Serv. de Hosting de Servid. e aplic. ou data center | 378.336 | 378.336 | 113.281 | -19,51 | 14,17 | 413.610 |
| 36 | 39 | PRYSMIAN DRAKA | Fios, Cabos e Sistemas de Cabeamento | 364.228 | 364.228 | 109.057 | -34,32 | -6,83 | 100.952 |
| 37 | 25 | MOTOROLA SOLUTIONS ¹ | Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ^(6,7) | 291.920 | 291.920 | 291.920 | -11,00 | -11,00 | 0 |
| 38 | 52 | EQUINIX DO BRASIL | Provedores de Serv. de Hosting de Servid. e aplic. ou data center | 276.331 | 276.331 | 82.739 | 16,18 | 64,80 | 135.988 |
| 39 | 47 | HISPAMAR SATÉLITES | Serviços Digitais | 263.283 | 263.283 | 78.832 | -6,60 | 32,49 | 198.342 |
| 40 | 44 | CPOD | Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ⁽⁸⁾ | 262.013 | 285.729 | 85.553 | -29,91 | -0,57 | 269.923 |
| 41 | 53 | EZENTIS SEICOM ENGENHARIA | Gerenciamento de Redes | 233.849 | 233.849 | 70.019 | -1,37 | 39,91 | 0 |
| 42 | 48 | COPEL TELECOM | Serviços Corporativos ^(18,15,19) | 232.553 | 272.247 | 81.516 | -9,96 | 27,72 | 496.974 |
| 43 | 50 | AUTOTRAC | Serviços Digitais ⁽²⁾ | 224.681 | 255.319 | 76.447 | -31,17 | -2,37 | 116.167 |
| 44 | 46 | CABLETECH | Fios, Cabos e Sistemas de Cabeamento ^(5,1) | 219.271 | 219.271 | 65.654 | -28,45 | 1,49 | 58.394 |
| 45 | 55 | STEFANINI | Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ⁽¹³⁾ | 170.774 | 853.870 | 255.665 | -19,43 | 14,28 | 73.640 |
| 46 | 0 | DIGITRO TECNOLOGIA | Serviços de Integração | 158.598 | 288.360 | 86.340 | 0,00 | 0,00 | 0 |
| 47 | 54 | SPREAD TECNOLOGIA | Serviços de Integração | 158.598 | 288.360 | 86.340 | -29,50 | 0,00 | 0 |
| 48 | 51 | SERCOMTEL | Serviços de Telefonia Fixa ^(14,19) | 158.074 | 188.498 | 56.440 | -24,59 | 6,97 | 88.281 |
| 49 | 41 | INTEL ¹ | Componentes, Partes e Peças | 146.600 | 733.000 | 733.000 | -0,95 | -0,95 | 0 |
| 50 | 56 | BRASILSAT HARALD | Infraestrutura de suporte e comunicação ^(1,4) | 122.810 | 122.810 | 36.772 | -41,07 | -16,41 | 216.653 |
| 51 | 58 | CEMIGTELECOM | Serviços de Infraestrutura de Rede ⁽¹⁶⁾ | 118.202 | 120.614 | 36.114 | -27,80 | 2,42 | 170.022 |
| 52 | 61 | ENGESET ² | Gerenciamento de Redes | 116.174 | 116.174 | 34.785 | -5,92 | 33,45 | 32.726 |
| 53 | 57 | ZATIX | Serviços Digitais | 114.609 | 114.609 | 34.316 | -35,52 | -8,53 | 170.283 |
| 54 | 63 | INST. DE PESQ. ELDORADO | Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos | 109.928 | 186.319 | 55.788 | -20,47 | 12,81 | 0 |
| 55 | 45 | JUNIPER ¹ | Infraestrutura de suporte e comunicação ^(7,6) | 107.800 | 107.800 | 107.800 | 4,97 | 4,97 | 0 |
| 56 | 64 | RADIANTE ENG TELECOM | Gerenciamento de Redes ^(11,10) | 98.350 | 98.350 | 29.448 | -13,58 | 22,59 | 19.131 |
| 57 | 68 | GRUPO BINÁRIO | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(10,11,6,12) | 81.242 | 101.553 | 30.407 | -6,50 | 32,62 | 25.899 |
| 58 | 0 | TATA CONSULTANCY SERVICES ¹ | Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos | 78.589 | 157.178 | 157.178 | 2,92 | 2,92 | 0 |
| 59 | 65 | TELESPAZIO BRASIL | Serviços Corporativos ^(18,19) | 77.280 | 77.280 | 23.139 | -29,17 | 0,47 | 53.343 |
| 60 | 69 | VIAVI SOLUTIONS | Infraestrutura de suporte e comunicação ^(16,15,9,10) | 64.664 | 64.664 | 19.362 | -22,63 | 9,75 | 15.938 |
| 61 | 66 | NESIC | Gerenciamento de Redes ⁽¹⁾ | 58.050 | 58.050 | 17.381 | -38,02 | -12,08 | 22.037 |
| 62 | 60 | PROCABLE ENER. E TELECOM | Fios, Cabos e Sistemas de Cabeamento | 57.622 | 144.055 | 43.133 | -30,04 | -0,77 | 0 |
| 63 | 62 | MTEL | Serviços de Infraestrutura de Rede ^(12,9,11,4) | 52.982 | 132.454 | 39.659 | -42,24 | -18,06 | 0 |
| 64 | 71 | TRÓPICO SIST E TELECOM | Software de apoio à Operação da rede ^(12,11,2,1) | 47.168 | 47.168 | 14.123 | -25,30 | 5,96 | 20.111 |
| 65 | 73 | 3CORP TECHNOLOGY | Serviços Móveis ^(8,12,7) | 46.191 | 46.191 | 13.830 | -25,59 | 5,55 | 10.244 |
| 66 | 76 | LINX | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ⁽¹⁸⁾ | 44.918 | 449.183 | 134.494 | -14,14 | 21,79 | 665.239 |

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; 8) Terminais; 9) Outros produtos.



| Ativo Perm. (R\$ mil) | Lucro Bruto (R\$ mil) | Lucro Operacional (R\$ mil) | Lucro Líquido (R\$ mil) | Rent. Patrimônio (%) | Rent. Vendas (%) | Liquidez Corrente | Endiv. s/ Patrim. (%) | Endiv. s/ Ativo (%) | Despesas Finan s/ vendas (%) | Ret. s/ Invest. (%) | Giros dos Ativos | Lucro Líq. p/func. (R\$ mil) |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------------|-------------------------|----------------------|------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|------------------------------|---------------------|------------------|------------------------------|
| 164.465 | 347.157 | -79.742 | -79.881 | -13,86 | -4,33 | 1,41 | 232,94 | 44,22 | 0,97 | -4,16 | 0,96 | -33,38 |
| 534.201 | 212.678 | 81.650 | 56.075 | 13,56 | 14,82 | 0,80 | 62,85 | 16,34 | 2,63 | 8,33 | 0,56 | 0,00 |
| 45.327 | 48.328 | -56.233 | -80.319 | -79,56 | -22,05 | 1,83 | 161,24 | 19,94 | -0,60 | -30,46 | 1,38 | -221,88 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 384.466 | 80.653 | 7.052 | 4.667 | 3,43 | 1,69 | 1,26 | 313,83 | 24,02 | 7,75 | 0,83 | 0,49 | 6,33 |
| 307.685 | 34.707 | 17.145 | 13.460 | 6,79 | 5,11 | 0,66 | 100,35 | 0,00 | 5,40 | 3,39 | 0,66 | 236,14 |
| 272.064 | 64.704 | -75.555 | -74.943 | -27,76 | -26,23 | 1,33 | 73,44 | 12,83 | 1,96 | -16,01 | 0,61 | -65,57 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | -384,32 | -2,84 | 1,27 | 6.238,95 | 53,60 | 7,39 | 6,06 | 2,13 | -3,38 |
| 530.388 | 131.058 | 67.849 | 54.644 | 11,00 | 20,07 | 3,98 | 54,80 | 3,58 | 0,19 | 7,10 | 0,35 | 82,42 |
| 34.045 | 142.847 | 79.949 | 58.169 | 50,07 | 22,78 | 3,30 | 40,18 | 0,03 | -0,41 | 35,72 | 1,57 | 0,00 |
| 20.382 | 67.384 | 45.399 | 30.043 | 51,45 | 13,70 | 1,71 | 89,34 | 31,27 | 2,29 | 27,17 | 1,98 | 117,36 |
| 20.988 | 175.522 | 74.075 | 53.283 | 72,36 | 6,24 | 1,67 | 203,12 | 0,52 | 0,14 | 23,87 | 3,83 | 3,85 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 179.967 | 59.196 | 7.259 | 6.992 | 7,92 | 3,71 | 0,82 | 247,61 | 0,05 | 0,23 | 2,28 | 0,61 | 5,76 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 33.128 | 33.287 | 4.030 | 2.521 | 1,16 | 2,05 | 14,89 | 14,36 | 0,00 | -6,41 | 1,02 | 0,50 | 2,85 |
| 256.386 | 37.247 | -17.686 | -33.826 | -19,90 | -28,04 | 0,72 | 86,90 | 12,28 | 1,43 | -10,64 | 0,38 | -277,26 |
| 24.492 | 24.028 | 11.514 | 7.658 | 23,40 | 6,59 | 1,92 | 121,20 | 11,22 | 1,00 | 10,58 | 1,60 | 0,00 |
| 179.717 | 48.365 | -7.395 | -41.966 | -24,64 | -36,62 | 0,78 | 49,51 | 18,82 | 9,75 | -16,48 | 0,45 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 15,60 | 5,30 | 2,28 | 60,70 | 1,60 | -0,40 | 9,70 | 1,85 | 12,60 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 8.761 | 19.169 | 10.293 | 6.779 | 35,43 | 6,89 | 2,21 | 138,64 | 10,43 | 0,54 | 14,85 | 2,15 | 0,00 |
| 2.982 | 40.925 | 12.165 | 9.905 | 38,24 | 9,75 | 1,50 | 175,67 | 2,24 | 1,54 | 13,85 | 1,42 | 71,26 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 24.407 | 17.830 | 964 | 561 | 1,05 | 0,73 | 2,79 | 49,78 | 0,00 | 3,40 | 0,70 | 0,97 | 0,00 |
| 1.329 | 38.044 | -12.852 | -13.471 | -84,52 | -20,83 | 1,65 | 589,53 | 45,92 | 40,17 | -12,26 | 0,59 | 0,00 |
| 2.001 | 6.533 | 292 | 292 | 1,33 | 0,50 | 3,30 | 59,94 | 0,39 | -1,48 | 0,83 | 1,65 | 0,88 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | -59,00 | -6,08 | 0,94 | 2.048,24 | 2,96 | 37,09 | -2,78 | 0,50 | -1.281,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 3.800 | 22.233 | 3.657 | 1.869 | 9,29 | 3,96 | 2,61 | 117,56 | 29,93 | -0,32 | 4,27 | 1,08 | 15,58 |
| 13.976 | 28.563 | 4.185 | 2.661 | 25,98 | 5,76 | 1,11 | 248,16 | 40,46 | 16,49 | 7,46 | 1,30 | 35,01 |
| 619.252 | 320.916 | 81.366 | 63.818 | 9,59 | 14,21 | 3,78 | 49,73 | 12,88 | -2,58 | 6,41 | 0,45 | 21,89 |

AS 100 MAIORES

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).

Soluções Inovadoras de TIC para o mercado global, com foco em sistemas de missão crítica que cria valor para os acionistas e clientes.



| Class. Atual | Class. Ant. | Empresa | Principal segmento de negócios em telecomunicações | Rec. Líquida Prop. (R\$ mil) | Receita Líquida (R\$ mil) | Receita Líquida (US\$ mil) | Cresc. Rec. Líq. US\$ (%) | Cresc. Rec. Líq. R\$ (%) | Patrim. Líquido (R\$ mil) |
|--------------|-------------|---------------------------|---|------------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 67 | 70 | DARUMA TECNOLOGIA | Gerenciamento de Redes(8,1) | 42.465 | 96.511 | 28.897 | -45,11 | -22,14 | 96.820 |
| 68 | 72 | ALGAR MIDIA | Serviços Digitais | 40.372 | 40.372 | 12.088 | -35,86 | -9,02 | 40.309 |
| 69 | 78 | SIEMENS | Serviços de Integração | 34.727 | 4.961.000 | 1.485.418 | -30,62 | -1,59 | 0 |
| 70 | 75 | NEXANS FICAP | Fios, Cabos e Sistemas de Cabeamento | 32.839 | 656.789 | 196.655 | -37,63 | -11,53 | 161.777 |
| 71 | 80 | LEUCOTRON TELECOM | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados | 30.971 | 30.971 | 9.273 | -29,07 | 0,62 | 0 |
| 72 | 79 | TRIAD SYSTEMS | Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos | 30.591 | 30.591 | 9.160 | -31,37 | -2,64 | -5.814 |
| 73 | 82 | VIAW CONSULTORIA | Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos | 30.449 | 30.449 | 9.117 | -7,73 | 30,88 | 21.733 |
| 74 | 97 | UNITELCO | Serviços Corporativos ⁽⁸⁾ | 29.892 | 29.892 | 8.950 | -30,00 | -0,71 | 4.455 |
| 75 | 74 | SECCIONAL | Infraestrutura de suporte e comunicação | 26.920 | 49.851 | 14.926 | -31,23 | -2,45 | 43.360 |
| 76 | 77 | NETSERVICE | Serviços de Integração | 26.062 | 32.578 | 9.754 | -49,50 | -28,37 | 47.914 |
| 77 | 92 | NAVITA | Serviços Corporativos | 22.590 | 22.590 | 6.764 | 29,62 | 83,87 | 13.557 |
| 78 | 0 | GUIATEL | Serviços Digitais | 17.412 | 17.412 | 5.213 | 0,00 | 0,00 | 8.379 |
| 79 | 104 | GO2NEXT | Serviços de Integração ^(10,18,5,12,34,12,6,7,9,17) | 17.368 | 17.368 | 5.200 | 74,44 | 147,44 | 10.889 |
| 80 | 88 | DIGISTAR | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ⁽⁸⁾ | 17.205 | 17.205 | 5.152 | -25,80 | 5,25 | 0 |
| 81 | 87 | ÍCARO TECHNOLOGIES | Serviços de Integração ^(10,6) | 17.021 | 21.276 | 6.370 | -37,54 | -11,40 | 9.486 |
| 82 | 86 | NEOVIA SOLUTIONS | Serviços Convergentes ⁽⁸⁾ | 16.474 | 25.345 | 7.589 | -31,19 | -2,40 | 0 |
| 83 | 90 | SERCOMTEL C. CENTER | Serviços Digitais | 16.224 | 17.217 | 5.155 | -22,52 | 9,90 | 860 |
| 84 | 91 | TECNOSET IT SOLUTIONS | Software de apoio à Operação da rede | 15.970 | 114.070 | 34.155 | -28,06 | 2,04 | 17.093 |
| 85 | 93 | TELLFREE | Serviços Digitais ^(14,13,9,18) | 14.878 | 14.915 | 4.466 | -9,44 | 28,46 | -36.852 |
| 86 | 36 | BRQ | Serviços de Integração ⁽⁸⁾ | 13.644 | 426.363 | 127.661 | -29,41 | 0,13 | 78.599 |
| 87 | 89 | ASGA SISTEMAS | Software de apoio à Operação da rede ^(10,9) | 13.530 | 13.530 | 4.051 | -41,46 | -16,97 | 7.480 |
| 88 | 94 | VOXAGE - SERV.INTERATIVOS | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(6,10,11,9) | 12.974 | 12.974 | 3.885 | -19,43 | 14,29 | 1.382 |
| 89 | 95 | TELSIGN CONSULTORIA | Serviços de Integração ^(10,5,6,2,7,3,8) | 11.245 | 12.494 | 3.741 | -29,53 | -0,04 | 3.958 |
| 90 | 85 | DIGITEL | Infraestrutura de suporte e comunicação ⁽⁹⁾ | 10.442 | 14.917 | 4.466 | -60,09 | -43,39 | 23.031 |
| 91 | 0 | TECLAN | Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos | 8.000 | 8.000 | 2.395 | 0,00 | 0,00 | 0 |
| 92 | 96 | ONDA | Serviços Convergentes | 6.682 | 6.682 | 2.001 | -14,35 | 21,49 | 2.252 |
| 93 | 99 | SISGRAPH | Software de apoio à Operação da rede | 4.725 | 78.742 | 23.577 | -32,72 | -4,57 | 0 |
| 94 | 98 | BRASILSAT | Gerenciamento de Redes ⁽²⁾ | 4.366 | 4.366 | 1.307 | -25,49 | 5,69 | 357.481 |
| 95 | 0 | ETELBRAS | Componentes, Partes e Peças | 3.422 | 6.843 | 2.049 | 0,00 | 0,00 | -6.743 |
| 96 | 100 | SISPRO | Software de apoio à Operação da rede | 3.352 | 16.760 | 5.018 | -20,62 | 12,60 | 8.696 |
| 97 | 102 | MAPRA | Gerenciamento de Redes ⁽⁷⁾ | 2.600 | 2.600 | 778 | -31,76 | -3,20 | 0 |
| 98 | 103 | SET TELEINFORMÁTICA | Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ⁽¹²⁾ | 1.725 | 1.725 | 516 | -42,45 | -18,36 | 1.337 |
| 99 | 105 | INTEGRAVOX | Equipamentos para telefonia corporativa ⁽⁴⁾ | 925 | 925 | 277 | -12,32 | 24,35 | 0 |
| 100 | 0 | E-SAFER | Serviços de Integração ⁽¹⁰⁾ | 686 | 6.864 | 2.055 | 0,00 | 0,00 | 664 |

1 - Dados Estimados

2 - Segmentação Estimada

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



| Ativo Perm. (R\$ mil) | Lucro Bruto (R\$ mil) | Lucro Operacional (R\$ mil) | Lucro Líquido (R\$ mil) | Rent. Patrimônio (%) | Rent. Vendas (%) | Liquidez Corrente | Endiv. s/ Patrim. (%) | Endiv. s/ Ativo (%) | Despesas Finan s/ vendas (%) | Ret. s/ Invest. (%) | Giros dos Ativos | Lucro Líq. p/func. (R\$ mil) |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------------|-------------------------|----------------------|------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|------------------------------|---------------------|------------------|------------------------------|
| 42.059 | 20.137 | -15.116 | -15.116 | -15,61 | -15,66 | 1,53 | 99,89 | 18,86 | 28,9 | -7,81 | 0,5 | -18,34 |
| 28.155 | 29.249 | 2.812 | 1.920 | 4,76 | 4,76 | 2,03 | 55,52 | 1,06 | -7,24 | 3,06 | 0,64 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 180.400 | 51.866 | -186.900 | -238.506 | -147,43 | -36,31 | 1,17 | 315,79 | 20,23 | 8,45 | -35,46 | 0,98 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 6,38 | 6,00 | 9,85 | 9,00 | 0,00 | 0,90 | 5,87 | 0,98 | 10,99 |
| 458 | 8.826 | -3.432 | -3.432 | 0,00 | -11,22 | 0,48 | 0,00 | 45,64 | 9,22 | -22,87 | 2,04 | -14,48 |
| 391 | 24.312 | 17.350 | 17.350 | 79,83 | 56,98 | 21,72 | 4,74 | 0,00 | -0,80 | 76,22 | 1,34 | 913,16 |
| 14.700 | 21.784 | -4.760 | -4.760 | -106,85 | -15,92 | 0,62 | 473,63 | 12,19 | 21,94 | -18,63 | 1,17 | 0,00 |
| 30.001 | 26.450 | 23.593 | 20.716 | 47,78 | 41,56 | 7,97 | 11,62 | 0,25 | -0,28 | 42,80 | 1,03 | 207,16 |
| 46.682 | 25.352 | 251 | 251 | 0,52 | 0,77 | 1,35 | 145,34 | 9,89 | 5,09 | 0,21 | 0,28 | 0,00 |
| 9.592 | 4.889 | -1.015 | -1.015 | -7,49 | -4,49 | 2,47 | 45,16 | 16,36 | 0,88 | -5,16 | 1,15 | -5,67 |
| 1.044 | 8.710 | -1.095 | -1.095 | -13,07 | -6,29 | 4,87 | 53,78 | 7,02 | 0,63 | -8,50 | 1,35 | 0,00 |
| 12.395 | 8.739 | 1.841 | 1.447 | 13,29 | 8,33 | 1,88 | 40,97 | 18,17 | 4,16 | 9,43 | 1,13 | 25,84 |
| 1.448 | 6.683 | 44 | 33 | 0,00 | 0,19 | 2,05 | 0,00 | 11,45 | 0,00 | 0,24 | 1,24 | 0,66 |
| 1.708 | 7.708 | 2.684 | 1.908 | 20,11 | 8,97 | 2,15 | 71,07 | 0,00 | -2,80 | 11,76 | 1,31 | 16,17 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,71 | 0,00 | 11,33 | 1,36 | 0,00 | 1,29 | 0,00 |
| 3.284 | 3.876 | 2.988 | 2.230 | 259,30 | 12,95 | 1,08 | 796,40 | 0,00 | -7,23 | 28,93 | 2,23 | 0,00 |
| 33.619 | 50.404 | 14.652 | 9.897 | 57,90 | 8,68 | 1,05 | 336,30 | 25,95 | 3,76 | 13,27 | 1,53 | 22,80 |
| 11.463 | 3.558 | -8.051 | -8.051 | 0,00 | -53,98 | 0,33 | 0,00 | 127,00 | 20,02 | -46,38 | 0,86 | -151,91 |
| 20.729 | 67.876 | 8.655 | 6.475 | 8,24 | 1,52 | 1,66 | 101,91 | 3,34 | 0,41 | 4,08 | 2,69 | 2,10 |
| 389 | 9.310 | 111 | 96 | 1,28 | 0,71 | 2,11 | 23,65 | 3,71 | -4,57 | 1,04 | 1,46 | 1,39 |
| 2.279 | 12.814 | 685 | 685 | 49,57 | 5,28 | 1,52 | 549,28 | 44,18 | 7,45 | 7,63 | 1,45 | 3,98 |
| 1 | 5.024 | 424 | 424 | 10,71 | 3,39 | 2,34 | 74,63 | 13,31 | 0,50 | 6,13 | 1,81 | 0,00 |
| 26.168 | 5.157 | -9.638 | -9.500 | -41,25 | -63,69 | 0,87 | 155,21 | 17,29 | 39,30 | -16,16 | 0,25 | -93,14 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 1.318 | 3.994 | 58 | 27 | 1,20 | 0,40 | 1,09 | 186,46 | 59,87 | 7,48 | 0,42 | 1,04 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 10,39 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 290.657 | 3.150 | 848 | 6.051 | 1,69 | 138,59 | 37,28 | 0,40 | 0,00 | 8,41 | 1,69 | 0,01 | 252,13 |
| 494 | 6.239 | 5.368 | 5.155 | 0,00 | 75,33 | 0,18 | 0,00 | 4,39 | 0,16 | 338,03 | 4,49 | 0,00 |
| 7.400 | 5.348 | -456 | -575 | -6,61 | -3,43 | 1,19 | 37,82 | 1,61 | 2,05 | -4,80 | 1,40 | 0,00 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 251 | 1.095 | 414 | 158 | 11,82 | 9,16 | 3,38 | 36,05 | 23,53 | 3,36 | 8,69 | 0,95 | 7,52 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 91,12 | 37,74 | 2,17 | 55,16 | 64,45 | 1,05 | 58,73 | 5,29 | 27,67 |
| 240 | 2.052 | 1.258 | 1.232 | 185,54 | 17,95 | 1,12 | 584,79 | 0,33 | 1,78 | 27,09 | 1,51 | 30,80 |

AS 100 MAIORES

29

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).

anúário 2016

As 200 maiores empresas, as melhores do ano e todo o mercado brasileiro de informática estão aqui.

maiores e destaques

produtos

| MAIORES | SEGMENTOS | DESTAQUES |
|----------|--------------------------------------|-------------------|
| INTEL | Componentes, Partes e Peças | FURUKAWA |
| NEC | Equipamentos de Comunicação | TRÓPICO |
| CISCO | Equipamentos para Redes Corporativas | LEUCOTRON TELECOM |
| FURUKAWA | Fios e Cabos | CABLETECH |
| ERICSSON | Infraestrutura | SECCIONAL |
| ERICSSON | Software | ERICSSON |
| SAMSUNG | Terminais | INTELBRAS |

serviços

| MAIORES | SEGMENTOS | DESTAQUES |
|------------------|---|-------------------------------|
| ALLIED | Canais de Comercialização | ALLIED |
| ACCENTURE | Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos | VIA\W CONSULTORIA |
| TELEMONT | Gerenciamento de Redes | RADIANTE ENGENHARIA E TELECOM |
| TELEFÔNICA VIVO | Serviços Convergentes | COPEL TELECOM |
| CLARO | Serviços Corporativos | LEVEL 3 |
| GRUPO CONTAX | Serviços de Call Center | ATENTO BRASIL |
| ALGAR MULTIMÍDIA | Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center | ALGAR MULTIMÍDIA |
| LEVEL 3 | Serviços de Infraestrutura de Rede | TELESPAZIO BRASIL |
| ERICSSON | Serviços de Integração | GRUPO BINARIO |
| PROMONLOGICALIS | Serviços de Outsourcing | PROMONLOGICALIS |
| OI | Serviços de Telefonia Fixa | ALGAR TELECOM |
| TELEFÔNICA VIVO | Serviços Digitais | HISPAMAR SATÉLITES |
| TELEFÔNICA VIVO | Serviços Móveis | TELEFÔNICA VIVO |



Transmita seu conteúdo com tranquilidade.

Novas soluções em banda C estendida e banda Ka com alta capacidade e qualidade para suas transmissões de dados, voz e imagem.

TECNOLOGIA

Buscamos sempre estar na vanguarda tecnológica para garantir a entrega do melhor serviço.

BROADCAST

Soluções para o mercado audiovisual utilizando banda C estendida e banda Ka.

TELECOM

Amplie sua rede utilizando a banda Ka em alta velocidade.

IoT & SMART CITIES

O futuro já chegou e a infraestrutura das comunicações inteligentes está aqui.

GRUPO BRASIL

A Telefônica Vivo é a empresa do ano

Destaque em Serviços Móveis, a Telefônica Vivo ficou também entre as dez empresas mais rentáveis do setor e conquista pela quarta vez (a segunda consecutiva) o prêmio de Empresa do Ano de todo o mercado brasileiro de telecomunicações. A empresa registrou crescimento de 15,11% na receita líquida e obteve 8,4% de rentabilidade sobre as vendas em 2015. Esse é o resultado da estratégia de capturar as sinergias da combinação da Vivo com a GVT, adquirida em 2014, maximizando o potencial das redes, sistemas, modelos operacionais, escala e base de clientes. “Nos resultados do segundo trimestre de 2016, ultrapassamos o nosso melhor cenário na integração dessas sinergias. Os ganhos gerados pela fusão das empresas foram revistos para R\$ 25 bilhões em valor presente líquido, ante os R\$22 bilhões estimados anteriormente”, comemora o CEO Amos Genish.

A transformação acelerada para se tornar uma empresa cada vez mais digital, segundo ele, se refletiu claramente nos números: “Somos hoje mais eficientes, mais digitais e mais focados nos clientes. Esse resultado extremamente positivo da sinergia também está ligado ao controle de custos”. Amos faz questão de enfatizar que essa performance só foi possível por meio da valorização dos colaboradores, que são responsáveis pela transformação da empresa no dia a dia. Observando a tendência de queda dos serviços de voz, cada vez menos relevantes, com os clientes buscando novos serviços baseados em dados, a empresa se antecipou, deixando para trás esse legado e se posicionando, nas palavras dele, como uma “empresa digital”: “Isto é só o começo. Nos próximos anos, bilhões de dispositivos vão se conectar à Internet, e a Internet das Coisas demandará redes de dados mais rápidas e cada vez mais capilarizadas”.

Em 2015, a Vivo investiu R\$ 8,3 bilhões para incrementar a cobertura e a capacidade da rede 4G, além de levar banda larga de ultravelocidade a mais locais, para atender à demanda crescente de dados dos clientes. De acordo com a Anatel, a Vivo é líder em UBB – velocidades acima de 34Mbps –, com 54% de market share, e teve 49% de adições líquidas no primeiro semestre de 2015. “Nossa estratégia funciona: investimos mais, a demanda dos clientes cresce, e as receitas também”, avalia Amos.

Como resultado, no segundo trimestre de 2016, as receitas de serviços que não são de voz representaram 56% do total, um incremento de 8% em relação ao 2º trimestre de 2015. Além disso, a receita de dados e serviços de valor adicionado (SVAs) já representava 56% da receita líquida do serviço móvel, 10% acima do segundo trimestre de 2015.

Dentro do negócio móvel, a receita do segmento de dados e SVA é o motor do crescimento, com aumento anual de 24% até o segundo trimestre de 2016. A Vivo tem aproximadamente 80 SVAs white label e 180 off-portal, em diferentes áreas como educação, saúde, segurança, entretenimento, finanças e comunicação, entre outras. Esse amplo portfólio permite à empresa oferecer serviços em diferentes plataformas, como SMS e portal de voz e aplicativos, com o objetivo de atingir toda a gama de 73 milhões de clientes móveis que têm aparelhos de diferentes tipos.

Atenta à evolução do mercado de smartphones, a Vivo aposta em uma nova geração de SVAs, com a migração de serviços baseados em SMS para aplicativos, com recursos mais sofisticados e melhorando a usabilidade e a experiência do cliente. Ao final do segundo trimestre de 2016, 76,4% da base de assinantes já pos-

suíam smartphones ou webphones. Alguns dos SVAs mais populares da Vivo, em número de clientes, são o Vivo Som de Chamada, Vivo Música by Naspter, Vivo Sync e Vivo Segurança Online, Kantoo, Seguros, Vivo Ligue Saúde, Nuvem do Jornaleiro e Nuvem de Livros. A empresa alcançou a marca de cerca de 40 milhões de clientes com SVAs ativos, com receitas crescentes nesse segmento, que totalizou cerca de R\$ 2 bilhões em 2015, 15% a mais que o ano anterior.

Outro foco é o segmento corporativo, com a oferta de serviços B2B (Business to Business), como o SMS. De acordo com Amos, à medida que as empresas adotam canais de comunicação digital e querem alcançar clientes por meio dos dispositivos móveis, o SMS representa uma ferramenta adequada: permite o envio de mensagens para múltiplos destinatários, oferecendo uma forma simples, eficaz e ágil de manter os clientes informados a todo momento. Essa aplicação, a SMS A2P (Application to Many), segundo Amos, tem crescido tanto na América Latina hispânica quanto no Brasil, impulsionada principalmente pelo setor financeiro: “Especificamente no Brasil, o Grupo Telefónica projeta que esse setor representará cerca de 33% do volume total de SMS A2P em 2017”. Outros setores que estão impulsionando o crescimento nesse mercado são comércio, saúde, educação e administração pública.

Recentemente, a Vivo reposicionou o Torpedo Empresas, que ganhou novas funcionalidades e está mais intuitivo. A análise dos clientes corporativos da base da operadora mostra um crescimento considerável do tráfego de SMS no último ano, de aproximadamente 40%, em razão do aumento de utilização dessa ferramenta pelas empresas. A receita de dados corporativos e serviços de TI no segundo trimestre de 2016 totalizou R\$ 600 milhões.

A empresa continua apostando em diversificar as receitas com serviços digitais, que cresceram 21,5% no segundo trimestre de 2016 em relação a 2015, com



divulgação

Amos Genish

presidente

“Somos hoje mais eficientes, mais digitais e mais focados nos clientes”.

destaque para serviços cloud, que cresceram 67%, e os serviços de segurança digital, que aumentaram 163%. Em junho de 2016, a empresa lançou o Vivo Cloud Server One, uma solução voltada para atender as pequenas e médias empresas.

A estratégia de transformar a empresa rumo aos serviços digitais passa também pela integração das áreas de canais, business intelligence, produtos digitais, inovação e empreendedorismo.

Outro destaque na operação da Vivo é a cobertura 4G. A empresa tem a maior abrangência nacional, chegando a 3.543 municípios atendidos até junho de 2016. Até o final de 2015, eram 3.538 cidades cobertas com rede 3G. Em tecnologia 4G, a Vivo lidera o mer-

cado com participação de 36,9%, conforme números contabilizados até maio de 2016. “A cobertura vem sendo expandida e é um dos grandes focos da nossa atuação. A Vivo está presente em 203 cidades onde vivem mais de 90 milhões de pessoas e fechamos 2015 com 183 municípios cobertos com essa tecnologia”, garante Amos. Na rede 4G, segundo ele, o foco não é só em cobertura, mas também em capacidade, para oferecer a melhor conexão de banda larga: “No mês de julho, a empresa OpenSignal publicou um relatório que confirmou o sucesso da nossa estratégia: as velocidades de download do nosso 4G são 50% superiores aos dos nossos concorrentes”.

Segundo Amos, os planos para a rede 5G não são imediatos, já que há um longo caminho a ser trilhado pelas operadoras: “Ainda há muito espaço para a evolução do 4G, com a possibilidade de melhor uso do espectro disponível, o que permitirá mais conectividade aos clientes”. O Grupo Telefónica está contribuindo com o processo de padronização da rede 5G que ainda está em estágio inicial de discussões e contribuições. Os primeiros releases de padronização devem sair somente a partir de 2018. “Aguardamos as especificações do padrão e que o mercado tenha soluções tecnologicamente robustas e escaláveis, física e comercialmente, antes de decidirmos por testes”, diz Amos. Até lá, o plano da

Os números vencedores (2015)

| | |
|------------------------------------|---------------|
| Receita Líquida (R\$ mil) | 40.286.815,00 |
| Patrimônio Líquido (R\$ mil) | 68.567.242,00 |
| Ativo Permanente (R\$ mil) | 76.185.117,00 |
| Lucro Bruto (R\$ mil) | 19.941.739,00 |
| Lucro Operacional (R\$ mil) | 4.393.456,00 |
| Lucro Líquido (R\$ mil) | 3.420.249,00 |
| Crescimento Receita Líquida (%) | 15,11 |
| Rentabilidade sobre patrimônio (%) | 4,99 |
| Rentabilidade sobre vendas (%) | 8,49 |
| Liquidez Corrente | 1,00 |
| Endividamento s/ Patrimônio (%) | 48,30 |
| Endividamento s/ Ativo (%) | 6,57 |
| Desp. Financeiras s/ Vendas (%) | 2,11 |
| Retorno sobre investimentos (%) | 3,36 |
| Giro dos Ativos | 0,40 |



Vivo é manter as redes já em operação atualizadas em tecnologia e capacidade.

Para se abastecer com inovações, a empresa conta com iniciativas de apoio ao empreendedorismo, como o Telefônica Open Future, que engloba desde projeto de inovação social – Pense Grande, realizado pela Fundação Telefônica –, até apoio a empreendedores em estágios embrionários de startup com o Crowdworking, e de aceleração de startups com o Wayra. Esses projetos são apoiados por meio do financiamento das novas empresas por fundos de venture capital como o Amerigo/InvestTech.

A Wayra, de acordo com Amos, já investiu R\$ 7,2 milhões desde sua criação no Brasil, em 2012, para acelerar 54 startups: “Além de oxigenar a Vivo, ao ter contato estreito com esses empreendedores, em muitos casos as startups atuam em setores de interesse da operadora, desenvolvendo produtos e serviços complementares aos nossos. É uma outra maneira de estendermos nossa atuação no mundo digital”.

Pelo menos sete apps desenvolvidos por startups aceleradas pela Wayra Brasil e também de outros países já foram absorvidos e fazem parte do catálogo da Vivo. Entre os aplicativos bem-sucedidos está a atendente virtual Vivi, desenvolvida por uma startup chilena. A Vivi faz cerca de 500 mil atendimentos/mês, que representam 500 mil chamadas a menos no call center.

Amos atribui a posição de liderança da Telefônica Vivo e a resiliência dos negócios como resultados da relação custo/benefício em produtos como o pós-pago no negócio móvel, e a banda larga de alta velocidade, no negócio fixo. A empresa teve papel importante nos Jogos Olímpicos Rio 2016 na ampliação da cobertura móvel na cidade do Rio de Janeiro, sobretudo nas áreas destinadas às disputas esportivas, nas regiões da Barra da Tijuca, de Deodoro, Estádio do Engenhão, Maracanãzinho e Sambódromo. O reforço atingiu também a Cidade Olímpica, onde houve aumento da capacidade de banda larga, com o objetivo de garantir melhor de-

sempenho para aplicações com vídeos e fotos.

Por toda a cidade, foram desenvolvidos projetos específicos com uso de mobiliário urbano e sites sustentáveis integrados à evolução urbanística do Rio. De maneira geral, toda a cidade ganhou upgrade de capacidade e cobertura, que também ficará como legado. Entre os projetos de maior destaque, o CEO da Telefônica aponta o projeto do Porto Maravilha, localizado na zona portuária no Centro do Rio, em que foi executado um projeto dedicado inovador de cobertura e qualidade. A empresa utilizou o mobiliário urbano adaptado e uma rede de small cells (antenas internas extras) para garantir alta performance na infraestrutura de dados. Amos explica que a Vivo segue buscando produtos inovadores para oferecer soluções digitais que possam facilitar o dia a dia dos clientes, seja em casa, no trabalho, na escola ou no lazer: “Nosso objetivo é aprimorar a experiência do cliente com nossos produtos e serviços, simplificar nossos processos, capturar sinergias e fortalecer nossa posição no mercado como empresa digital e integrada”. Essa estratégia, segundo ele, não contempla mais aquisições de empresas: “A integração com a GVT nos deixou muito bem posicionados com rede nacional fixa e móvel e um portfólio completo para todos os segmentos B2C (Business to Consumer) e B2B (Business to Business). A nossa intenção é continuar crescendo organicamente”.

A empresa tem enfrentado a inflação com iniciativas de redução de desperdícios, além das sinergias decorrentes da integração da GVT. Com isso, alcançou EBITDA de 31,4% no segundo trimestre de 2016, 1,8% acima do mesmo período em 2015.

“As expectativas do mercado sobre o ambiente macroeconômico do Brasil têm melhorado no passado recente e se essa sensação se tornar realidade, acreditamos que isso poderá gerar mais crescimento no nosso negócio. O Brasil tem um grande potencial e esperamos que volte a crescer muito em breve”, conclui o presidente da Empresa do Ano.

As 10 empresas mais rentáveis

Em tempos de instabilidade econômica, as empresas enfrentam grandes desafios para aumentar a produtividade e manterem a rentabilidade. Assim como o aumento da receita exige atenção constante aos custos, a rentabilidade está ligada basicamente a diversificação de produtos e serviços e flexibilidade no atendimento ao cliente.

Para a BrasilSat, empresa especializada em infraestrutura de telecomunicações, que obteve o maior índice de rentabilidade sobre as vendas (138,5%) de todo o setor, essa fórmula significou expandir a capacidade da fábrica, em Manaus (AM), que produz receptores de sinais de TV para atender o crescimento da demanda. A planta tinha 2,9 mil metros quadrados e capacidade produtiva de 30 mil receptores. No segundo semestre de 2016, dobrará seu espaço físico para 6 mil metros quadrados, com capacidade produtiva de 50 mil receptores por mês. Além de desenvolver novos produtos para DTH (antenas e LNBF's) e IPTV, a empresa teve as antenas de satélite de grande porte, de 10 a 18 metros de diâmetro, homologadas pela Anatel e iniciou a fabricação de antenas UHF para recepção de sinais de TV digital. Também entrou no mercado de torres eólicas e estruturas metálicas para painéis solares, além de desenvolver antenas de satélite para a banda Ka. "Nossa principal estratégia foi a diversificação de portfólio, com ênfase nos mercados de telecomunicações, energia eólica e energia solar", explica José Roberto Contrucci, vice-presidente comercial da BrasilSat.

"Tanto em 2015 quanto em 2016, o mercado de antenas de satélite profissionais para o mercado corporativo e produtos para o segmento de DTH foram bastante expressivos em vendas", diz ele. Os planos para 2017 são incrementar a fabricação de novos produtos para o mercado de recepção de sinais de TV, consolidar a posição em energia eólica e incorporar o mercado de estruturas metálicas para o segmento de energia solar.

Na Embratel Star One, que atua na área de satélites, a rentabilidade de 41,8% veio principalmente dos investimentos em planejamento e atualização constante da frota, e do fato de contar com um dos mais modernos centros de controle de satélite, localizado em Guaratiba, no Rio de Janeiro. Isso, segundo Gustavo Silbert, presidente, permite a realização de ajustes e a manutenção correta para utilizar da melhor forma possível a vida útil os satélites: "Nosso compromisso é sempre promover o crescimento e a qualidade da frota da Embratel Star One, aumentando nossa capacidade satelital em diferentes regiões das Américas". A empresa é uma das maiores na região no segmento de aluguel de capacidade de satélites, atendendo clientes dos segmentos de telefonia, TV, dados e redes corporativas no Brasil e na América Latina. Atualmente oferece serviços via satélite para boa parte das 500 maiores empresas do Brasil, as principais emissoras de TV, canais independentes e diversos órgãos do governo brasileiro.

Para atender essa demanda, em 2015 a empresa lançou o satélite Star One C4, voltado para o atendi-

As campeãs da rentabilidade

| CLASSIFICAÇÃO NO RANKING | AS 10 EMPRESAS MAIS RENTÁVEIS | RENTABILIDADE S/ VENDAS (%) | RECEITA LÍQUIDA (R\$ MIL) |
|--------------------------|-------------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| 90 | BRASILSAT | 138,59 | 4.366 |
| 91 | ETELBRAS | 75,33 | 3.422 |
| 70 | VIAW CONSULTORIA | 56,98 | 30.449 |
| 26 | STAR ONE | 41,82 | 512.103 |
| 72 | SECCIONAL | 41,56 | 26.920 |
| 94 | INTEGRAVOX | 37,74 | 925 |
| 5 | TDATA | 34,22 | 2.505.955 |
| 41 | AUTOTRAC | 22,78 | 224.681 |
| 40 | COPEL TELECOM | 20,07 | 232.553 |
| 24 | ALGAR TELECOM | 18,34 | 593.565 |

mento das necessidades de DTH do Grupo América Móvil no Brasil e na América Central.

Em 2016, foi iniciada a oferta da capacidade satelital do Star One C4, que usa a Banda Ku, para permitir a expansão dos serviços de DTH (Direct to Home) da Claro HDTV no Brasil e na América Central alcançando milhares de novos assinantes. “O novo satélite ocupa a posição orbital de 70° W, a mais importante para o mercado de broadcast no Brasil e é considerada uma hot position, por transmitir os sinais das maiores emissoras de televisão do país e por dispor de um parque de antenas. O desaquecimento da economia, de acordo com Gustavo, não chegou a afetar a empresa: “O mercado de satélites costuma trabalhar com contratos de longa duração e nossas receitas são diversificadas, com clientes no Brasil e no exterior”.

Os planos para 2017 incluem expandir a frota de satélites com o Star One D1 e serviços para as operadoras de telefonia celular, com a entrada da Banda Ka,

que permitirá a oferta de capacidade satelital para atender as operadoras móveis, em áreas nas quais o atendimento por meios terrestres é muito oneroso. O executivo reforça que a empresa continuará investindo fortemente para a expansão de sua frota.

Entre os segmentos que mais contribuíram para a receita da companhia em 2015 está o segmento de emissoras de TV, responsável por uma importante fatia do faturamento, assim como grandes grupos empresariais. “O mercado mundial de satélites registra forte demanda do segmento de vídeo e no Brasil não é diferente”, aponta.

Como um dos patrocinadores das Olimpíadas, o grupo Embratel, junto com a Claro e a NET, ofereceu serviços de telecomunicações para os jogos. “Ao longo dos últimos três anos, uma parte importante de nossos investimentos foi direcionada para a construção dessa infraestrutura, que ficará como legado para o Rio de Janeiro e para o Brasil”, lembra Gustavo.

Para atender a demanda, segundo ele, foram instalados mais de 181 mil quilômetros de cabos ópticos, 17 mil quilômetros de cabos submarinos, 17 mil estações rádio-base de telefonia móvel, oito satélites em órbita e cinco datacenters: “Resultado de anos de planejamento, as instalações que foram construídas para atender a Rio 2016 foram criadas a partir da experiência de décadas em grandes eventos esportivos brasileiros e internacionais, atendidos pela Embratel”. Olhando para o futuro, o executivo vê na Internet das Coisas grandes oportunidades: “Já existem testes de uso de satélites para o carro conectado, visando expandir cobertura celular, além do uso tradicional do mercado de conexão entre máquinas”.

Em 2017, a empresa terá um novo satélite, que vai permitir a expansão da oferta de capacidade e a conquista de novos clientes.

A diversificação de produtos é a aposta da Seccional, fabricante de torres e postes para telecomunicações e energia, que está investindo no desenvolvimento de novos projetos de olho na retomada do mercado em 2017. Para alcançar a rentabilidade de 41,5% sobre as vendas, a empresa trabalhou na redução dos custos e desenvolvimento de novos processos e produtos. “Finalizamos a construção do Laboratório de Ultra Alta Tensão do CEPEL/Eletróbrás, onde será possível a modelagem e simulação da transmissão de energia em Ultra Alta Tensão até 1.800 kV”, aponta Paulo Emmanuel de Abreu Junior, CEO da Seccional, destaque do Anuário Telecom pelo 11º ano consecutivo, no segmento de produtos de infraestrutura.

Aposta na inovação

A criatividade e a inovação em novos produtos renderam à Autotrak um bom desempenho em 2015,

com uma rentabilidade de 22,7% sobre as vendas, segundo Márcio Toscano, diretor comercial e de marketing. A empresa lançou diversos serviços auxiliares para os clientes, desenvolvendo novos aplicativos que trazem pequenos benefícios adicionais, gerando uma nova receita importante. A empresa também investiu em ações de captação de novos clientes, com eventos próprios, participação em feiras e lançamento de planos comerciais específicos para esse público. Na outra ponta, trabalhou na disciplina de custos e no aperfeiçoamento da gestão interna. “Em hipótese alguma gastamos mais do que o previsto no orçamento e sempre que possível renegociamos contratos anteriores, ou até mesmo postergamos alguns deles para segurar as despesas e custos”, conta Márcio. De acordo com ele, os bons resultados podem ser atribuídos à estratégia que já vinha sendo adotada de aumento da rede de atendimento ao cliente, lançamento de produtos para novos mercados, políticas comerciais agressivas, intenso programa de treinamento da equipe e gestão austera de custos.

A empresa continua forte no mercado de transporte e logística, em especial no modal rodoviário. A Autotrak também ampliou receitas de software, onde a margem é melhor, e, em 2017, vai ampliar o portfólio, com produtos voltados para pequenos e médios negócios, baseado em tecnologia híbrida que combina satélite e celular. A ideia é preencher um gap na linha de produtos entre um dispositivo celular puro, que era usado por frotas exclusivamente urbanas, e aqueles mais completos que utilizam satélite e são aplicados em frotas pesadas e linhas de longa distância. “Essa foi nossa resposta para o desaquecimento da economia e devemos manter essa visão, apostando em novos mercados. Acreditamos que não é hora de frear. Quando o crescimento da economia voltar



aos patamares anteriores, estaremos muito à frente da concorrência”, garante Márcio.

Expansão no mercado residencial

A expansão da rede de serviços foi a aposta da Copel Telecom, que resultou no aumento de 20% na rentabilidade. A base de clientes passou de 8 mil em 2013 para 48 mil em 2015. “Embora seja mais um ano de recessão, o setor de telecomunicações em geral não está sendo tão afetado como os outros”, avalia o diretor presidente, Adir Hannouche. A empresa ampliou ações de vendas no primeiro semestre e, segundo ele, está tendo resultados bastante satisfatórios principalmente no mercado residencial: “O mercado está reconhecendo a importância de contratar conexão de qualidade, investindo em serviços confiáveis e com alta disponibilidade, vantagens que são próprias de uma estrutura implantada totalmente em fibra óptica, no caso da nossa Internet”.

Em 2016, a Copel, destaque do ano no segmento de serviços convergentes, lançou sua Internet residencial em mais 12 municípios paranaenses e hoje o produto residencial Copel Fibra está em 63 municípios do Paraná, e em uma parte de Porto União, em Santa Catarina. A empresa conta com infraestrutura de telecomunicações para atender todos os 399 municípios paranaenses com soluções para empresas de todos os portes. Para manter a rentabilidade em 2017, a empresa está olhando para os serviços de valor adicionado como catalisador de crescimento. “Pretendemos ampliar as parcerias estratégicas para ter mais serviços”, completa.

Já o presidente da Algar Telecom, Jean Carlos Borges, credita os 18,3% de rentabilidade sobre as vendas em um planejamento que vem dos últimos três

anos: “Criamos o Programa Transformação, que preparou o terreno para que a empresa atuasse de forma mais eficiente e com foco total no cliente”. A estratégia incluiu redefinir escopos de atividades e revisar processos.

A Algar Telecom – destaque do ano no segmento de serviços de telefonia fixa e de serviços de hosting e datacenter (com sua subsidiária Algar Multimídia) –, continua expandindo operação e oferta de serviços nos segmentos de varejo e negócios (B2B), com oferta de maior capacidade aos clientes. Para reforçar presença no mercado corporativo, a empresa adquiriu, em novembro de 2015, a Optitel, que detém redes de fibra nos estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul e atua nos mercados corporativo, governo e atacado, com o oferecimento de serviços de Internet dedicada, banda larga, EILD e fibra apagada, expandindo os negócios da Algar nessas regiões. “Nossos bons resultados decorrem também do fato de atuarmos no segmento de varejo fora dos grandes centros e no corporativo, junto a médias, micro e pequenas empresas que estão investindo em TI para inovar e oferecer melhores soluções aos seus clientes”, aponta Jean. O executivo acredita na recuperação econômica do país e segue o planejamento estratégico de manutenção da base de clientes do segmento varejo, expansão no segmento corporativo e melhoria da eficiência operacional.

De modo geral, as empresas ouvidas pelo Anuário Telecom estão otimistas, trabalhando com o cenário de retomada econômica, estabilidade política, ajuste fiscal e maior oferta de crédito. Esses fatores devem ajudar no aumento dos investimentos internos e externos, no aumento do emprego, do consumo e dos negócios em geral.

As 10 empresas que mais cresceram

Aumentar a receita em tempos de recessão econômica e falta de confiança dos investidores exige inovação, investimento em novos serviços e corte de custos, estratégias adotadas por algumas das dez empresas que mais cresceram do Anuário Telecom. Agilidade para atender as demandas digitais dos clientes também foi fundamental para os negócios.

Uma das mais bem-sucedidas nessa empreitada foi a integradora de soluções Go2neXt, que mais do que dobrou a receita líquida com um crescimento de impressionantes 147,4% em 2015. “Nossos clientes entenderam que crescer dentro de ambientes virtuais e, principalmente, investir em inovação, é sem dúvida nenhuma, um diferencial competitivo que as coloca à frente da concorrência no ambiente digital”, afirma Paulo Henrique Pichini, CEO e presidente da Go2neXt. Mapear e entender esse cliente, com uso de ferramentas de inovação, foi o segredo da empresa para conquistar os bons resultados. Outra alavanca de crescimento foram os Jogos Olímpicos Rio 2016. A Go2neXt montou projetos em ambientes temporários com serviços de comunicação no Rio de Janeiro para receber visitantes e atletas que não iriam competir, trabalhando para alguns patrocinadores dos jogos.

A Go2next também tem investido em soluções de Internet das Coisas (IoT) para transportes, varejo e agronegócios. “São verticais que têm planos de crescimento agressivos para 2017”, avalia Pichini.

A expansão da mobilidade como ferramenta corporativa alavancou os negócios da Navita, que teve um crescimento de 83,8% na receita líquida. “A cloud

computing disponibiliza mais serviços nos smartphones e tablets, aumentando a necessidade de sistemas de segurança e compliance nas empresas” afirma o CTO da Navita, Fábio Nunes. Com a mobilidade ganhando relevância, diz ele, aumenta a necessidade de controle, segurança e gestão, principalmente dos custos: “Estamos em um momento difícil da economia, nossos clientes sentem isso e por consequência acabamos sofrendo o impacto. Por outro lado, nossas soluções ajudam as empresas a reduzir seus custos com telecomunicações, favorecendo os negócios”. Uma das apostas da Navita, segundo ele, é a Internet das Coisas como motor de um novo ciclo nas telecomunicações: “Milhares de dispositivos que fazem parte do dia a dia das pessoas e empresas estarão conectados, abrindo inúmeras oportunidades para o setor de telecomunicações; e a Navita está se preparando para atendê-las”.

Com a mobilidade ganhando relevância, aumenta a necessidade de controle, segurança e gestão, principalmente dos custos. “A Navita oferece ao mercado um conjunto de ferramentas e serviços para atender a essas necessidades, o que aumenta ainda mais nosso potencial de crescimento”, completa.

A empresa, segundo Fábio, aposta no crescimento da economia em 2017, quando os clientes retomarem os projetos congelados, reduzindo-se o ciclo de negociação e vendas: “Para o próximo ano continuaremos focados em nosso crescimento através da rede de parceiros, que irão representar nossas soluções em seus nichos de mercado”.

As campeãs do crescimento

| CLASSIFICAÇÃO NO RANKING | AS 10 EMPRESAS QUE MAIS CRESCERAM | CRESCIMENTO RECEITA LÍQUIDA (%) | RECEITA LÍQUIDA (R\$ MIL) |
|--------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------|
| 76 | GO2NEXT | 147,44 | 17.368 |
| 74 | NAVITA | 83,87 | 22.590 |
| 36 | EQUINIX DO BRASIL | 64,80 | 276.331 |
| 39 | EZENTIS SEICOM ENGENHARIA | 39,91 | 233.849 |
| 50 | ENGESET | 33,45 | 116.174 |
| 20 | ALCATEL-LUCENT | 33,27 | 743.209 |
| 55 | GRUPO BINÁRIO | 32,62 | 101.553 |
| 37 | HISPAMAR SATÉLITES | 32,49 | 263.283 |
| 70 | VIAW CONSULTORIA | 30,88 | 30.449 |
| 82 | TELLFREE | 28,46 | 14.915 |

Com a cabeça na nuvem

O crescimento do mercado de computação em nuvem foi outra alavanca para a boa performance das dez que mais cresceram. “O mercado de outsourcing se beneficia em períodos de crise econômica, avançando o segmento de datacenters”, observa Eduardo Carvalho, presidente da Equinix, cuja receita líquida cresceu 64,8% em 2015. O modelo é uma opção mais econômica no médio e longo prazos, pois a empresa consegue terceirizar processos que não fazem parte do seu principal negócio. A Equinix oferece no Brasil o conceito de marketplace, em que várias empresas compartilham recursos, enriquecendo sua oferta. Além de contar com quatro centros de dados, dois em São Paulo e dois Rio de Janeiro, está construindo uma quinta instalação, em Santana do Parnaíba, na Grande São Paulo. Esse investimento, que dobrará a capacidade da empresa no país, segundo Eduardo, atende

à demanda crescente do mercado de interconexão e co-location.

Em linha com conceitos de sustentabilidade e para aumentar a eficiência energética de seus datacenters, a Equinix vai usar uma nova tecnologia de refrigeração, que integra soluções de resfriamento por evaporação de ar e free cooling indireto, a fim de reduzir o consumo de energia elétrica no ar condicionado. O novo datacenter também conta com um sistema de captação de energia solar que alimenta os escritórios e áreas comuns. Como resultado dessas iniciativas, a companhia buscará a certificação LEED Silver, que garante que o site construído está de acordo com os critérios de sustentabilidade definidos pela organização norte-americana U.S. Green Building Council. O novo datacenter, segundo Eduardo Carvalho, será inaugurado também com as certificações Tier III Design e Facilities: “O uso crescente das mídias sociais e vídeo no celular, além de conceitos como Internet

das Coisas, exigem, necessariamente, capacidade de armazenamento, obrigando as empresas a adotarem computação em nuvem para conseguir suprir toda essa demanda por qualidade”.

Já para a Ezentis Seicon Engenharia, a estratégia para o crescimento centrou-se na especialização em serviços de manutenção, principalmente de redes móveis, consolidando as parcerias locais e agregando novas atividades. Outra estratégia, que garantiu à empresa um crescimento de 39,9% na receita líquida, foi a diversificação de clientes. A Ezentis é um dos principais fornecedores de manutenção para duas das três principais operadoras de celular no país. “Ampliamos nossa participação de mercado no último ano, com a ampliação do portfólio de serviços”, diz o diretor geral Tarcílio José Arruda Araújo.

Como sua operação é focada na manutenção, de acordo com Tarcílio, o impacto da diminuição dos investimentos das operadoras, que perderam mercado para empresas over the top (OTTs), não foi tão significativo como de outras empresas com carteiras voltadas à implantação de equipamentos: “Nossa estratégia foi nos aproximar dos clientes e melhorar a gestão conjunta, pois em nossa área ele é parte essencial no processo de elaboração da gestão. Com alguns clientes, conseguimos negociar redução de preços em troca de maior participação em outras áreas, firmando uma parceria boa para as duas partes”.

Tarcílio acredita que a crise econômica é acaba se tomando uma oportunidade para as empresas com gestão madura e proximidade com o cliente, com foco em produtividade e qualidade: “Há pouco espaço para erro com o cobertor curto, principalmente para serviços essenciais, por isso o fortalecimento das parcerias é primordial para o enfrentamento da crise”. Ele prevê um crescimento orgânico para a Ezentis nos seg-

mentos de manutenção e infraestrutura em 2016: “Já no ano que vem nossa expectativa é de uma melhora na economia, com a retomada dos investimentos das operadoras. Acreditamos que será possível incrementar nosso volume de negócios em novas atividades, como fibra óptica e rede externa”. Os planos incluem também entrar em novos negócios de manutenção de sistemas de satélite VSAT, manutenção de rede óptica e metálica fixa.

O valor da boa gestão das redes

A área de serviços e infraestrutura de redes também favoreceu o Grupo Binário, que atua principalmente nos segmentos de educação, governo e mercado corporativo, e obteve crescimento de 32,6%. A empresa ganhou o prêmio de Destaque do Ano do Anuário Telecom no segmento de Serviços de Integração. Em 2015, a Binário foi contratada pela DASA (Diagnósticos da América S.A.), para fazer o gerenciamento da rede de telecomunicações, com monitoramento, operação e suporte da infraestrutura. Na Infovias, ficou responsável pela implementação de serviços e construção do NOC (Network Operation Center), assim como o seu gerenciamento. Um dos segmentos de destaque para a Binário em 2015 e 2016, segundo o diretor geral Elington Lazzuri, foi o de educação, com o fechamento de três contratos: “Apesar da crise, 2015 foi um ano muito bom para o Grupo Binário, e 2016 está mostrando recuperação. 2017 deve ser um ano de estabilização e crescimento da economia brasileira.

O mercado de satélites continuou movimentado em 2015 com reflexos em 2016. O Grupo Hispasat (Hispanmar Satélites) registrou crescimento em toda a América Latina e a ampliação de sua frota exigiu investimentos em um espaço maior, para abrigar todos os



equipamentos de controle necessários para sua operação. O grupo comprou um terreno no Rio de Janeiro, para onde serão transferidos os serviços atualmente operados pelo atual centro de controle de satélites da Hispamar. No mesmo local, também será instalada a nova estação terrena que controlará o satélite Amazonas 5. As novas instalações envolvem um investimento de aproximadamente R\$ 40 milhões e contarão com 20 antenas e equipamentos com tecnologia de ponta. Entre 2015 e 2016 a empresa aumentou a sua presença e participação nos mercados da América Latina, consolidando diversos projetos no Brasil, Chile, Colômbia, Peru e México, nos segmentos de vídeo, governo e operadoras de telecomunicações. De acordo com o Anuário Telecom, a Hispamar ampliou sua receita líquida em 32,4% em 2015. “Além da estratégia de internacionalizar a empresa, com o objetivo de não depender tanto de um país e de uma carteira de clientes mais enxuta, a solução foi buscar novos mercados, novos clientes e se adaptar às necessidades dessas empresas”, afirma Clovis José Baptista Neto, presidente da Hispamar.

A empresa, segundo ele, mudou seu modelo original de oferta de serviços, descendo na cadeia de valor para estar mais em linha com a necessidade do cliente e oferecer mais serviços: “Acreditamos que 2017 trará novos ares e novas oportunidades, por isso estamos investindo alto em infraestrutura, novos satélites que serão lançados no próximo ano e em espaço físico”.

Outra empresa que tira proveito dos períodos de crise é a ViaW, especializada em redução de custos em telecomunicações e TI. Entre 2015 e 2016, a empresa adicionou ao seu portfólio novos serviços, expandindo seu alcance de mercado, passando a atender as pequenas e médias empresas com perfil menor de gastos com telecomunicações, além das grandes corpo-

rações. A ViaW também expandiu atendimento para todo o território nacional e adicionou serviços como melhoria na eficiência em datacenter e consultoria de projetos de grande complexidade. “Temos uma equipe de especialistas em projetos de telefonia fixa, móvel, dados, datacenter e jurídico e forte conhecimento na regulamentação e contratos que agregam valor para nossos clientes”, afirma o sócio-diretor, Nelson Reis. A empresa tem como clientes os maiores bancos privados do país e grandes redes varejistas. A crise econômica é uma oportunidade para a ViaW, pois apoia equipes internas das corporações para melhorar a eficiência dos serviços de telecomunicações. “Além de reduzir os custos, buscamos melhorar os níveis de serviços e melhores práticas de contratos”, diz ele. A empresa, Destaque do Ano no segmento de Consultoria e Projeto, e também uma das dez mais rentáveis do Anuário Telecom, teve um aumento de 30,8% na receita líquida em 2015, fruto de novas estratégias na cobertura de serviços e atendimento a outros segmentos de consumidores. “O Brasil está passando por mudanças estruturais de grande impacto e no segundo semestre de 2016 percebemos uma reversão da tendência para um início de retomada da atividade econômica, o que nos deixa mais otimistas para um futuro melhor”, afirma Nelson Reis. Para 2017, ele prevê manter o ritmo de crescimento, ampliar o escopo de serviços e buscar parcerias estratégicas para atender melhor o cliente.

Na opinião dos executivos ouvidos pelo Anuário Telecom, com a estabilização da economia em 2017 e ações macroeconômicas, entre elas a tão esperada reforma tributária e controle parcial da volatilidade do dólar, as empresas devem ter resultados ainda melhores com boas expectativas de grandes oportunidades de novos projetos.



futurecom 2017

2 a 5 de outubro
Transamerica Expo - São Paulo

O maior Evento de Telecom e TI da América Latina!



www.futurecom.com.br



[/futurecom](https://www.facebook.com/futurecom)



[/futurecomevent](https://twitter.com/futurecomevent)



[/futurecomevent](https://www.youtube.com/futurecomevent)



produtos

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, ESTÃO OS PERFIS DOS FABRICANTES
CUJO DESEMPENHO LHES GARANTIU O PRÊMIO DE DESTAQUE
DO ANO DO ANUÁRIO TELECOM 2016, EM SEUS RESPECTIVOS
SEGMENTOS: FURUKAWA (COMPONENTES, PARTES E PEÇAS); TRÓPICO
(EQUIPAMENTOS DE COMUNICAÇÃO); LEUCOTRON (EQUIPAMENTOS
PARA REDES CORPORATIVAS); CABLETECH (FIOS E CABOS); SECCIONAL
(INFRAESTRUTURA); ERICSSON (SOFTWARE); E INTELBRAS (TERMINAIS).

A Furukawa reforça a atuação em sistemas ópticos

A expansão do portfólio de produtos em conectividade óptica, para atender a demanda de soluções de fiber-to-the-home (FTTH), datacenters e o segmento corporativo, foi uma das razões de a Furukawa ter obtido o prêmio de destaque do Anuário Telecom pelo terceiro ano consecutivo. A empresa obteve 12,4% de rentabilidade sobre as vendas e um crescimento de 6,6% na receita líquida.

Em 2016, a Furukawa Industrial Optoeletrônica aumentou a capacidade produtiva de cabos ópticos premise, com a incorporação da linha de equipamentos da empresa nacional AsGa, adquirida em outubro de 2015. A fusão foi aprovada pelo Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) em novembro. “A aquisição reforça a atuação da Furukawa em sistemas ópticos e deu origem a uma nova divisão, a Furukawa Electrical Industrial Optical Electronic, com cerca de 150 pessoas, sendo 80 pesquisadores”, diz o vice-presidente de engenharia da Furukawa, Hélio Durigan.

A linha da AsGa de equipamentos ativos (como OLTs e ONTs) foi incorporada à linha Furukawa Broadband System (FSB). Com a compra, a empresa passa a oferecer produtos com PPB (Projeto Produtivo Básico) e tem acesso ao Finame (Financiamento de Máquinas e Equipamentos), do BNDES. Com o PPB, os equipamentos recebem desonerações pelo fato de fazerem desenvolvimento nacional, e o Finame facilita a compra de sistemas com recursos do BNDES.

Em agosto, a Furukawa lançou um portal de comércio eletrônico, com o objetivo de facilitar o acesso dos

clientes finais – especialmente os ISPs (Internet Service Providers) – à sua linha de produtos para redes ópticas com tecnologia FTTX (Fiber to Anywhere). O portal permite aos clientes desenvolver seus próprios projetos e comprar todos os componentes de rede necessários, oferecendo não apenas produtos e serviços, mas até mesmo o financiamento para a compra.

A Furukawa tem apostado em software e no desenvolvimento de novos equipamentos customizados para os diferentes mercados como o de ISPs, operadoras de telecomunicações, empresas de utilities, datacenters e o segmento industrial. A incorporação da AsGa se alinha à estratégia de catalisar investimentos e acelerar a oferta de produtos e soluções desenvolvidos com tecnologia brasileira para o mercado local e de toda a América Latina. “A aquisição traz tecnologias e reforço profissional ao centro de pesquisa e desenvolvimento da companhia, estabelecido em fevereiro de 2013 no mercado brasileiro”, diz Helio Durigan. Com a nova linha, além dos clientes tradicionais, a empresa passa a atender também operadoras, provedores de internet, soluções para cidades digitais e redes inteligentes (smart grids). As exportações tiveram uma participação significativa no crescimento da companhia em 2015: foram responsáveis por 28% do faturamento líquido, além do aumento no market share de produtos de maior valor agregado, como as soluções para datacenters e redes FTTx no mercado brasileiro. Em 2016, ele prevê investimentos de R\$ 38 milhões no país.

Para reduzir o impacto da crise econômica, a Furukawa

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Rent. s/ patrimônio (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) |
|----------|-----------|--|---------------------|-------------------------|-------------------|------------------------|
| FURUKAWA | 752,60 | 6,60 | 12,45 | 21,07 | 2,34 | 6,57 |



Helio Durigan

Vice-presidente de engenharia

Aposta em software e equipamentos customizados

trabalhou para expandir atividades nos mercados da América Latina e África. E também aumentou a capacidade produtiva das fábricas da Argentina e Colômbia, ampliando os centros de distribuição nesses países e no México, alocando mais colaboradores nessas regiões. Segundo o executivo, 2015 foi um ano muito difícil. A incerteza política afetou drasticamente a economia e a empresa buscou novos mercados e clientes para cumprir o plano de negócios: “Acreditamos numa melhora da economia para 2017 em comparação a 2016, com a volta do crescimento, ainda que tímido”.

Entre os segmentos significativos para a companhia em 2015, Durigan destaca o crescimento de soluções de fiber-to-the-home/FTTx da Furukawa Broadband System (FBS) para os segmentos de provedores de Internet e operadoras de telecomunicações. Em 2016 a empresa espera que os produtos -- especificamente os equipamentos ativos, proveniente da aquisição de tecnologia e do portfólio da AsGa --, acrescentem uma parcela significativa ao faturamento da linha da FSB.

A estratégia para os próximos anos contempla novas áreas de atuação como o fornecimento de soluções para empresas de energia elétrica, com cabos e conectividade óptica para sistemas de indicadores DEC (Duração Equivalente de Interrupção por Unidade Consumidora) e FEC (Frequência Equivalente de Interrupção por Unidade Consumidora) para atendimento dos valores estabelecidos pela Aneel (Agência Nacional de Energia Elétrica). Helio lembra que para esse segmento foi desenvolvido, com tecnologia 100% nacional, o equipamento FiberMe-

sh, incluindo o software de gerenciamento: “Instalações piloto já foram implantadas em 2015 e nos próximos dois anos a perspectiva é de ampliação desses projetos, bem como a implantação em outros clientes”.

Ele destaca o fortalecimento das operações industriais e dos centros de distribuição na Argentina, Colômbia e México e, principalmente, com a maior presença de profissionais Furukawa em todos os países da América Latina. Assim como a Copa do Mundo, quando a empresa forneceu infraestrutura de cabos e fibras para 11 das 12 arenas de futebol, as Olimpíadas de 2016 do Rio de Janeiro também contribuíram para o bom desempenho da Furukawa no país. Os jogos geraram demanda para os produtos que compõem a linha Furukawa Cabling System de cabos metálicos para redes de longa distância e cabos ópticos, conectividade metálica e óptica. A empresa implantou infraestruturas de redes do Centro Olímpico, do Parque Aquático, do Parque de Tênis e do novo terminal do aeroporto internacional do Galeão, além do entorno com projetos de transporte e segurança em mais de 400 hotéis.

Outro foco da Furukawa tem sido o mercado de datacenters, impulsionado pela demanda por serviços em nuvem. A fornecedora tem uma solução específica de alta densidade e desempenho para esse segmento, o IT MAX, presente hoje em sete dos dez maiores hosting datacenters do Brasil, segundo Helio. Ele baseia a previsão de crescimento em 2016 na ampliação das exportações e negócios com novos produtos que entram no portfólio e da linha da Furukawa Industrial Optoeletrônica, originada da AsGa.



| Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Lucro Líq p/ Func (R\$ mil) | Giro dos Ativos |
|------------------------------------|--|----------------------------------|--------------------------------|-----------------|
| 614.616 | 614.616 | 76.496 | 74,78 | 1,20 |

A Trópico se reinventa e volta aos bons resultados

A Trópico se reinventou em 2015, inaugurando um novo ciclo.

A retomada do crescimento foi possível com a entrada em novos segmentos como a virtualização de funções de rede e Internet das Coisas (IoT), com foco na comunicação entre máquinas (M2M). Tendo como acionista majoritária a Fundação CPqD, no ano passado a Trópico aumentou em 5,9% a receita líquida e obteve 3,9% de rentabilidade sobre as vendas. “Entre 2015 e 2016, investimos na evolução tecnológica das linhas de produtos e de serviços que irão consolidar os novos negócios da empresa, em segmentos como banda larga móvel e cloud computing”, diz o CEO, Paulo Cabestré.

Para o mercado de banda larga móvel, a Trópico apostou na linha de produtos 4G para LTE (Long Term Evolution, de acordo com a padronização do 3GPP), com o desenvolvimento de estações rádio-base e terminais na faixa de 700 MHz, que se somam aos produtos já existentes na banda de 450 MHz.

Em computação em nuvem, investiu na Plataforma de Virtualização de Funções de Rede aderente aos padrões de NFV (Network Function Virtualization) do ETSI, que permite que as funções dos equipamentos de rede possam ser instaladas em qualquer datacenter com flexibilidade. Trata-se de uma solução de virtualização que permite que as operadoras e corporações substituam dispositivos das redes instaladas em clientes, como CPEs residenciais e corporativos, por software que roda em servidores padrão em datacenters. “Ampliamos e modernizamos a nossa base instalada de plataformas NGN/IMS e dos servidores de sinalização

junto às grandes operadoras”, explica Paulo.

Com a experiência acumulada em mais de três décadas, a credibilidade junto aos clientes e a evolução das redes e serviços de tecnologia da informação e comunicação, a empresa, segundo ele, entra em novos negócios: “Estamos conversando com investidores e expandimos nossa estrutura empresarial, o que facilitará a captação de recursos”.

Os principais negócios em 2015 foram soluções de core de rede (NGN/IMS), com os respectivos contratos de serviços de suporte e manutenção para o mercado brasileiro. E em 2016 a empresa está concluindo um passo importante para atuação em outros mercados além das operadoras. “Vislumbramos segmentos como agronegócio, defesa, segurança pública, utilities, e atuação em países como Argentina, Colômbia, Peru e México”, diz Paulo Cabestré.

A piora da crise política, econômica e financeira, além da recente recuperação judicial da Oi, segundo ele, afetou fornecedores como a Trópico: “Acreditamos que 2017 vai se caracterizar pelo início da retomada dos investimentos”.

Para entrar em novos mercados, vai oferecer soluções de Internet das Coisas (IoT) de missão crítica, usando o portfólio oferecido às operadoras. Nessa linha, a Trópico atua no core da rede (NGN/IMS), acesso wireless (padrão LTE para redes 4G e 5G) e virtualização (NFV). A proposta da Trópico, segundo o CEO, é oferecer soluções integradas de conectividade e aplicativos para novos segmentos.

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Rent. s/ patrimônio (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) |
|-----------------|-----------|--|---------------------|-------------------------|-------------------|------------------------|
| TRÓPICO TELECOM | 31,40 | 5,96 | 3,96 | 9,29 | 2,61 | 29,93 |



Paulo Cabestré

CEO

Investimentos em banda larga e cloud computing

Ele diz que os Jogos Olímpicos Rio 2016 ofereceram à Trópico a oportunidade de demonstrar o sistema de acesso banda larga móvel 4G no padrão LTE, baseado na banda 28 (700 MHz): “Fornecemos ao Exército Brasileiro, em Brasília, uma rede celular 4G com LTE, durante os Jogos Olímpicos, para cobrir a região do Estádio Mané Garrincha e a região hoteleira onde as equipes olímpicas se hospedaram. Essa rede wireless de missão crítica, com tecnologia 100% brasileira, desenvolvida em parceria com o CPqD, garantiu a disponibilidade adicional de informação para o Exército via aplicações implantadas sobre a rede, como serviço de voz com videochamada, consciência situacional e videomonitoramento”.

As soluções wireless da Trópico, de acordo com Paulo, são a base da infraestrutura de soluções de missão crítica para a Internet das Coisas: “Como elas foram desenvolvidas em frequências mais baixas – usando os espectros mais recentes do mercado abaixo de 1 GHz, com grande alcance –, permitem raios de cobertura de até 50 quilômetros e reduzem o investimento, uma vez que poucas estações rádio-base são capazes de cobrir regiões amplas, seja em áreas urbanas ou rurais”. Essas soluções permitem estabelecer conectividade entre as coisas de diferentes segmentos de mercado como as máquinas (M2M – Machine-to-Machine), redes inteligentes (smart grids), cidades inteligentes, atividades automatizadas do agronegócio, entre outros. Os aplicativos recebem dados que são processados e transformados em informação e conhecimento atuando na melhoria da produtividade dos processos nos quais as

coisas estão inseridas e, conseqüentemente, na rentabilidade do negócio. “A Trópico é uma empresa aberta a diferentes modelos de negócio com formas flexíveis de remuneração dos produtos e serviços para dar alternativas aos seus clientes”, completa.

O crescimento do mercado de datacenters também contribuiu para os bons resultados da empresa. Em um mundo em que o protocolo IP tornou-se a base para o transporte de voz, vídeo e dados, os equipamentos de rede das operadoras passam a ser virtualizados, ou seja, tornam-se software, que é executado em processadores de alto desempenho na nuvem. “Nada mais natural que esses software migrassem para os servidores dos datacenters, onde o seu uso massivo barateou enormemente o custo dessa infraestrutura”, diz Paulo. Para atender o segmento, a Trópico desenvolveu uma plataforma de software de virtualização padrão de mercado. A confiança da Trópico num bom desempenho em 2017 se baseia no portfólio de soluções que contribuem para a geração de receita dos clientes e a diminuição do seu custo operacional (OPEX), justificando o investimento em um cenário de crise econômica. “De forma geral, vemos 2016 com muita cautela, mas sabemos que para alguns setores da economia agora é o momento de investir, não só em redução de custos como também em aumento de produtividade, através do uso de tecnologias”, alerta o executivo. Ele se diz otimista com a retomada do crescimento na virada no ano, beneficiando todo o mercado e também o de infraestrutura de tecnologia e comunicações.



| Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Lucro Líq p/ Func (R\$ mil) | Giro dos Ativos |
|------------------------------------|--|----------------------------------|--------------------------------|-----------------|
| 47.168 | 47.168 | 1.869 | 15,58 | 1,08 |

A Leucotron dribla a crise com soluções modulares

Depois de conquistar o prêmio de Destaque do Ano em 2011, 2012, 2013 e 2015, a Leucotron, fabricante de PABX IP e soluções de telecomunicações para pequenas e médias empresas, consegue se destacar mais uma vez, apesar do cenário econômico adverso. Uma das razões que explicam o sucesso foi o desenvolvimento de projetos para agregar valor às suas soluções, especialmente em serviços, o que a capacitou a enfrentar o desaquecimento do mercado. “Além da retração das vendas, houve aumento na carga tributária, especialmente pela incidência de ICMS sobre a comercialização de software”, lembra o diretor geral, Marcos Goulart Vilela. De acordo com o Anuário Telecom, em 2015 a empresa obteve 6% de rentabilidade sobre as vendas, mantendo a receita líquida praticamente no mesmo patamar de 2014, com um crescimento de 0,6%. “A Leucotron iniciou suas atividades em um ano de recessão, 1983, e desde então já enfrentou mais de uma dezena de crises econômicas, mas em todos os casos conseguiu superar os obstáculos”, diz Marcos. A estratégia foi reforçar a venda de soluções, atraindo o cliente com mais serviços que geram redução de custos. A implantação de telefonia IP em prefeituras, por exemplo, segundo ele, permite uma redução de cerca de 40% os gastos com telecomunicações com gestão centralizada dos custos da administração pública. A Leucotron também oferece soluções modulares, que dependem da quantidade de portas do equipamento. Os pacotes variam conforme a relevância da telefonia para o negócio e o que muda é o nível de serviço, a quantidade de acessos

e de visitas, adaptando-se às necessidades dos clientes. Para reduzir custos e aumentar a produtividade, a Leucotron passou a montar internamente as placas dos equipamentos, que antes terceirizava. E, aproveitando a desvalorização do real diante do dólar, intensificou esforços para aumentar as exportações. “Esse processo, no entanto, é bastante lento, especialmente devido à necessidade de certificação dos produtos em cada país onde pretendemos atuar”, lembra Marcos. Depois de começar a operar na Colômbia, há dois anos, iniciou a expansão de sua atuação internacional para o México, onde treinou equipe da empresa parceira que cuida da venda, instalação e manutenção de seus produtos no país. Os primeiros sistemas já foram homologados pelo regulador do México, onde a empresa comercializa a família de PABX IP Ison. “Vemos oportunidades de entrar em outros mercados com produtos brasileiros com soluções de alto valor agregado, não apenas focados em preço”, diz. A família Ison é composta de soluções de PABX IP modulares híbridas, que combinam o mundo TDM e IP e atendem pequenas e médias empresas que necessitam de até 600 portas. “Com isso, atendemos mais de 90% dos clientes corporativos do mercado, tanto no Brasil quanto no exterior”, garante o executivo. A solução de PABX IP também oferece recursos que integram mobilidade, transformando o celular em uma extensão do ramal corporativo através de um app instalado no smartphone, além de soluções inteligentes para redução de custos em telecomunicações.

| ... | Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Rent. s/ patrimônio (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | ... |
|-----|--------------------------|-----------|--|---------------------|-------------------------|-------------------|------------------------|-----|
| | LEUCOTRON TELECOM | 406,10 | 0,62 | 6,00 | 6,38 | 9,85 | - | |



Marcos Goulart Vilela

diretor geral

Foco na redução de custos para os clientes

Para fazer frente à crise econômica, de acordo com Marcos Vilela, a empresa lançou mão de outras estratégias para evitar demissões, mantendo o investimento no desenvolvimento da equipe: “Apesar do cenário negativo, não tivemos nenhuma demissão para corte de custos”. Na opinião dele, o mercado deve retomar gradativamente o ritmo de compra: “Para o nosso setor 2015 foi um ano de forte retração e 2016 talvez seja muito parecido, com algum aquecimento no segundo semestre. Para 2017, nossa visão é mais otimista e a empresa está preparada para ingressar em um novo ciclo de crescimento”.

Por meio de vendas diretas ou por parceiros, a Leucotron fornece para as principais operadoras de telefonia do país e conta com mais de 300 concessionárias credenciadas para a comercialização e manutenção de toda a linha de produtos da marca, entre sistemas com tecnologia de voz sobre IP, centrais PABX e tarifadores para uso em empresas e residências. Há alguns anos passou a desenvolver soluções específicas para a vertical de hotelaria e tem visto esse mercado aumentar principalmente devido aos grandes eventos esportivos como a Copa do Mundo e as Olimpíadas. A empresa lançou novas soluções para hotéis de grande e pequeno portes, como o Concierge Eletrônico, um sistema interativo de relacionamento com os hóspedes. O sistema pode oferecer informações como horário de funcionamento de restaurante do hotel, cardápio, regras de câmbio, atrações turísticas e ainda informações úteis sobre segurança, transportes e hospitais

em cinco idiomas – inglês, espanhol, francês, alemão e italiano. Outras línguas podem ser customizadas.

A estratégia da empresa tem sido integrar as soluções de PABX com softwares de gestão hoteleira e hospitalar.

Por agregar novos produtos ao portfólio, Marcos Vilela espera um resultado mais positivo na receita em 2017 com a retomada dos investimentos em algumas das verticais em que atua. Com uma base instalada de centrais de PABX, a maioria em pequenas e médias empresas do país, a Leucotron também cresceu no mercado corporativo lançando produtos com maior capacidade e soluções de comunicações unificadas, uma linha de PABX digital e soluções integradas de telecomunicações.

Instalada no Vale da Eletrônica, na cidade de Santa Rita do Sapucaí, no interior de Minas Gerais, tem cerca de 200 funcionários. Iniciou atividades com a produção de equipamentos para laboratórios de análises clínicas, de onde surgiu seu nome. Em 1988, entrou no mercado de telefonia com o lançamento de um PABX eletrônico, totalmente desenvolvido por sua própria equipe técnica. Conta com mais de 150 mil clientes no Brasil, somando cerca de 2 milhões de usuários. Mantém convênio para desenvolvimento, principalmente de software, com três universidades: o Instituto Nacional de Telecomunicações (Inatel), de Santa Rita do Sapucaí, a Universidade Federal de Pernambuco, o centro de pesquisas Cezar, de Recife (PE), e a UnB – Universidade de Brasília.



| Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Lucro Líq p/ Func (R\$ mil) | Giro dos Ativos |
|------------------------------------|--|----------------------------------|--------------------------------|-----------------|
| 40.372 | 40.372 | - | 10,99 | 0,98 |

A Cabletech reduz custos e cumpre as metas de vendas

Para enfrentar um ano difícil como 2015, a diretoria da Cabletech revisou o orçamento, cortou custos e reavaliou estratégias. Com as metas redefinidas, a empresa reforçou o foco no cliente e manteve os postos de trabalho, investindo na valorização dos colaboradores, diretrizes que lhe permitiram alcançar as metas de vendas fixadas para 2015. Dessa forma, conquistou pelo terceiro ano consecutivo o prêmio de Destaque do Anuário Telecom, tendo obtido o índice de 13,7% de rentabilidade sobre as vendas, embora o crescimento da receita líquida tenha sido de apenas 1,4%.

Apesar da queda de assinantes no mercado de TV paga, a empresa fez bons negócios com as principais operadoras em 2015 e 2016. Seu diretor geral, João Arantes, faz questão de destacar os contratos fechados com a Sky, Net, Claro e Telefônica, fornecendo cabos coaxiais, LNBFs e antenas banda Ku, entre outros produtos: “Ficamos dentro do planejamento de vendas, cumprindo os contratos acordados com as operadoras e em 2016 estamos vendendo acima do planejado”. O serviço de TV por assinatura fechou o mês de maio de 2016 com 18,9 milhões de assinantes, com menor taxa de desligamento na base. Mas em um ano, o serviço perdeu 816.466 assinantes, sendo 208.775 só em 2016. A queda concentrou-se principalmente no DTH, que perdeu 15 mil assinantes em maio, fechando o mês com base de 10,84 milhões – além do MMDS, que perdeu assinantes, fechando o mês com apenas 8,49 mil. Já o cabo e o FTTH cresceram. Em 12 meses, a base do cabo cresceu 2,15%, enquanto a base do serviço por fibra conquistou

57,4 mil assinantes, um salto de 44,27%. “Acreditamos em uma reviravolta ainda em 2017, pois vivemos um consumo reprimido e um clima de insegurança para os investimentos”, diz João Arantes. De acordo com ele, em 2016 já é possível perceber a volta da confiança para investimentos e as exportações começam a dar sinais de retomada gradual com câmbio mais favorável, gerando melhores expectativas: “A crise trouxe instabilidade, mas o consumo reprimido será compensado em 2017”.

A empresa fornece sistemas para os mercados de CATV, DTH, banda C, UHF/VHF, FTV, radiofrequência, telefonia celular e teleinformática. É também fornecedora de cabos coaxiais, responsáveis pela condução do sinal de onde será gerada a imagem, para antenas de TV para DTH e banda KU. Na família de produtos, a empresa mantém a linha RGE 59, RGE 06 e RGE 11, cabos especiais, pluscable, kits, antenas offset banda KU, LNB e conector de compressão.

Entre os lançamentos, João destaca a antena DTH offset banda Ku, em que a recepção dos sinais é feita através de uma antena parabólica do tipo offset. Integrados ao cabo coaxial da família RGE-06, a empresa oferece acessórios para captar os sinais de TV com melhor qualidade.

Entre as oportunidades abertas em 2016 e 2017 para o segmento de fios e cabos, está a modernização da transmissão de TV, que passará de analógica para digital (a Cabletech oferece produtos para a transição).

As emissoras já investiram R\$ 6,1 bilhões na digitaliza-

| ... | Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Rent. s/ patrimônio (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | ... |
|-----|------------------|-----------|--|---------------------|-------------------------|-------------------|------------------------|-----|
| | CABLETECH | 1.144,40 | 1,49 | 13,70 | 51,45 | 1,71 | 31,27 | |



João Arantes

diretor geral

O consumo reprimido será compensado em 2017

ção e 29 retransmissoras estão prontas para retransmitir a programação digital, faltando o aval do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. A campanha obrigatória sobre a implantação da TV digital começou em 97 cidades brasileiras. A menos de um ano do desligamento do sinal analógico, previsto para 26 de julho de 2017, os moradores das cidades de Belo Horizonte (MG), Salvador (BA), Recife (PE), Fortaleza (CE) e de municípios vizinhos que assistem à programação analógica já veem na tela do televisor avisos sobre a transição do sinal. Os desligamentos se tornam mais frequentes à medida que a data da mudança se aproxima. A campanha lembra que para continuar assistindo à TV aberta sem interferências e ruídos, com melhor qualidade de som e imagem, os aparelhos que têm na tela a letra A indicando que são analógicos, vão precisar de conversor digital e uma antena apropriada. Em 2016, a Cabletech também entrou no mercado de datacenters, fornecendo cabos coaxiais para o centro de dados que a Sky está construindo no interior de São Paulo. João destaca que a meta da empresa é oferecer produtos tecnologicamente avançados, com a melhor performance e qualidade, sem aumentar custos: “Nosso forte é o atendimento e pontualidade na entrega”.

Com capital nacional, a Cabletech foi fundada em 1995, e, em 2005, mudou-se para o atual parque industrial em Caçapava, no interior de São Paulo, com 205 mil metros quadrados. A empresa também conta com operações em Santa Catarina e Espírito Santo. A fábrica de Buenos Aires, na Argentina, inaugurada em 2014, foi pro-

jetada com vistas à expansão para todo o Mercosul. A internacionalização da companhia se deu há três anos, com a abertura de uma planta em Hong Kong.

De acordo com o diretor geral, outro ponto forte da empresa é a distribuição, contando com aproximadamente 200 pontos de venda espalhados por todo o país: “Não planejamos aumentar o número de canais, mas fortalecer os que já temos”. A estratégia da empresa é aumentar o suporte, treinamento e capacitação do distribuidor e ampliar iniciativas de promoções para que sejam competitivos no mercado e cada vez mais fiéis à marca.

Em 2015 a Cabletech seguiu com a diversificação do portfólio e, segundo João, continua a ser reconhecida pela qualidade de seus cabos coaxiais padronizados pela Anatel. Ele acredita que, mesmo com tantas oportunidades de negócios, existem obstáculos que travam o crescimento das empresas no país, como a convivência com um sistema de arrecadação de impostos complexo e ineficiente, que aumenta os custos, gera insegurança e prejudica o crescimento da economia: “É urgente e indispensável uma atualização do sistema tributário brasileiro para que as empresas possam enfrentar os desafios de uma competição cada vez mais acirrada no mercado interno e globalizado”. Ele também destaca como fundamental uma reavaliação da política industrial, suas taxas e impostos, para que as empresas possam ser mais competitivas, alavancando principalmente as exportações no Mercosul.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

219.271

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

219.271

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

30.043

Lucro Líq p/ Func
(R\$ mil)

117,36

Giro dos Ativos

1,98

A Seccional se reestrutura e mantém os bons resultados

Para enfrentar a crise econômica, a Seccional, fabricante de torres e postes para telecomunicações e energia, fez um intenso trabalho de redução de custos e desenvolvimento de novos processos e produtos. Destaque do Anuário Telecom pelo 11º ano consecutivo, a empresa teve redução na receita líquida (-2,45%), mas obteve 41,5% de rentabilidade sobre as vendas, índice que a colocou entre as dez empresas mais rentáveis do setor.

Um dos principais projetos concluídos em 2015 foi o do Laboratório de Ultra Alta Tensão do CEPEL/Eletronbras. São três pórticos de 85 metros de altura, instalados em parceria com a empresa Technip, da França. “Esse será o mais moderno laboratório mundial, onde será possível a modelagem e simulação da transmissão de energia em Ultra Alta Tensão até 1.800kV”, afirma o CEO, Paulo Emmanuel de Abreu Junior. A Seccional ganhou a licitação adotando a tecnologia proprietária THL – Tower for High Loads.

Em 2016, segundo Paulo, a empresa consolidou o projeto do Ultra Fast Site, uma solução de site de rápida implantação e com grande capacidade de carga e altura, chegando até 60 metros: “Trata-se de uma estrutura com estética agradável, que facilita o licenciamento das torres junto aos órgãos municipais, tomando mais simples o trabalho das operadoras e empresas para o compartilhamento e aluguel de torres”.

Um dos principais problemas do mercado de operadoras e empresas de energia é a dificuldade de obter licenças municipais para a implantação das estruturas. Apesar de existir uma lei federal que unificou diversas normas, os municípios também utilizam regras próprias para con-

ceder os alvarás, retardando o acesso às autorizações necessárias. A base de torres no Brasil até 2015 era de aproximadamente 70 mil estruturas, sendo que a indústria necessita mais do que o dobro desse total.

Para fazer caixa, as operadoras de telecomunicações venderam suas torres para empresas gestoras especializadas, que passaram a atuar no Brasil. A venda de torres de telefonia móvel e do direito de uso sobre outros ativos de rede foi estratégica para as operadoras rentabilizarem sua infraestrutura. A Vivo puxou a fila e vendeu 800 torres em 2012. Em 2013, a Oi e a Vivo negociaram em torno de R\$ 4,56 bilhões em ativos, montante que inclui vendas de torres de celular e do direito de uso de torres de telefonia fixa. Em 2015 e 2016, as negociações continuaram. Tanto a TIM quanto a Telefônica venderam outro lote de torres usadas na instalação de antenas para a telefonia móvel. A TIM vendeu mais 270 torres para a American Tower, evolução do negócio fechado em novembro de 2014, que prevê a venda de 6,5 mil torres. A Telefônica também vendeu 1,6 mil de suas torres para a Towerco Latam Brasil, controlada pela matriz espanhola da operadora. Essas transações têm como objetivo otimizar a alocação de capital das companhias, gerando valor aos seus acionistas.

A Seccional tem como clientes praticamente todas as operadoras e as administradoras e empresas de sharing, fornecendo torres autoportantes, torres de base reduzida, postes metálicos além da linha Ultra Fast Site. O sistema é projetado através de software da Seccional, verificado por análise estrutural e por elementos finitos pelo

| ... | Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Rent. s/ patrimônio (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | ... |
|-----|------------------|-----------|--|---------------------|-------------------------|-------------------|------------------------|-----|
| | SECCIONAL | 2.279,60 | -2,45 | 41,56 | 47,78 | 7,97 | 0,25 | |



divulgação

Paulo Emmanuel Abreu Junior

CEO

Redução de custos e processos reformulados

NuPES (Núcleo de Pesquisa em Engenharia Simultânea), do Centro Federal de Educação Tecnológica, através do sistema Ansys para diferentes condições de vento operacional e de sobrevivência, além de análise modal para identificação da menor frequência natural de vibração. O Ultra Fast Site é voltado para a área de telecomunicações para sistemas 3G, 4G, TV digital, sistema móvel pessoal e trunking digital, entre outros. Com alturas básicas de 30, 40 e 50 metros, a empresa oferece estruturas maiores sob encomenda. Entre os diferenciais da estrutura do Ultra Fast Site, Paulo Abreu destaca sua logística simplificada, com módulos que podem ser acondicionados em um único volume compacto de dimensões iguais às da maior seção, reduzindo custos de transporte e armazenagem para as operadoras.

Ampliando o leque de serviços, além das áreas de engenharia e produção, a Seccional atua também oferecendo consultoria, planejamento e laudos técnicos para várias regiões do Brasil. A empresa configura os produtos conforme as condições do site e a função dos equipamentos, com ensaio de materiais, testes em túnel de vento e outras técnicas para adaptar cada torre ou poste no site. De acordo com Paulo, no setor de energia os produtos são fabricados em série, mas nas telecomunicações cada torre é um novo projeto, sendo necessário o desenvolvimento de protótipos. A Seccional desenvolveu um software que simplifica o dimensionamento e o controle das variáveis do terreno como relevo, vento e solo, otimizando o processo industrial. Faz o dimensionamento da torre por elementos finitos,

análise aerodinâmica, análise estrutural, construção com aços especiais, serviços de logística e montagem. As grandes empresas de telecomunicações que operam no Brasil já venderam seus ativos colocando o mercado de construção e administração de torres na mira dos investidores. A melhoria de qualidade dos serviços passa obrigatoriamente pela forte expansão das antenas, que necessitam de torres para serem instaladas, oxigenando o mercado.

Entre os negócios da Seccional para as operadoras, está o fornecimento de torres monotubulares para a Vivo, TIM, Claro, Oi e Nextel. Esse tipo de sistema, de grandes dimensões, foi desenvolvido especificamente para atender o segmento de telecomunicações após as novas restrições nas legislações municipais que dizem respeito ao tamanho máximo dos sites e exigências estéticas. Segundo Paulo, a Seccional produziu torres com até 70 metros de altura, com grande capacidade para carregamentos de antenas, configurando as maiores estruturas monotubulares da telefonia celular. Além disso, a empresa foi responsável por centenas de sites de 20 a 60 metros, erguidos em todo o território nacional.

Para a Vivo, TIM e Nextel, forneceu postes treliçados, voltados para áreas urbanas onde os sites para instalação de torres de telecomunicação têm um custo elevado, ou sofrem restrições legais com relação às dimensões da base. Esse tipo de poste foi desenvolvido pela Seccional para terrenos confinados. A solução permite estruturas de até 80 metros de altura, ocupando uma base de somente 2,5 metros de lado, atendendo as necessidades de carregamento de antenas e índices de segurança



| Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Lucro Líq p/ Func (R\$ mil) | Giro dos Ativos |
|---------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------|
| 49.851 | 26.920 | 20.716 | 207,16 | 1,03 |

A Ericsson diversifica a pesquisa para oferecer mais inovação

Investimentos em pesquisa e desenvolvimento

para inovar em produtos e serviços marcaram os últimos anos da Ericsson, destaque pelo segundo ano consecutivo no Anuário Telecom com um crescimento de 14,9% e rentabilidade sobre as vendas de 3,6%. Em 2015, a companhia consolidou e expandiu investimentos nas áreas de suporte operacional e suporte à operação. “A Ericsson diversificou áreas de pesquisa aplicada, apostando em Internet das Coisas (IoT) em projetos de cidades inteligentes, visão que começou em 2012 e vem evoluindo até hoje nos centros de São José dos Campos e Indaiatuba, no interior de São Paulo”, afirma Edvaldo Santos, diretor de inovação da Ericsson.

Entre os focos da companhia está o desenvolvimento de sistemas voltados aos serviços gerenciados, com soluções que corrigem a desconexão entre o desempenho da rede e a experiência do cliente. A oferta de suporte da Ericsson vai na direção de transformar a rede em uma plataforma de alto desempenho, valorizando a infraestrutura das operadoras.

A aposta nas cidades inteligentes mostrou resultados positivos. A empresa fechou um contrato com a Rede Metropolitana de Transportes de Goiânia (GO) para a gestão do sistema da cidade, gerenciando rotas e monitorando horários dos ônibus, que são acompanhados por displays na cidade. Por meio de totens, os usuários sabem a que horas o ônibus passa em cada ponto para que possam se planejar. O sistema tem um módulo de estatísticas de paradas dos motoristas em cada um dos pontos, que compara o tempo real com o planejado, avisa sobre paradas, obstáculos, atrasos e possíveis des-

vios de rota, permitindo tomar ações preventivas.

O projeto, segundo Edvaldo, é uma combinação de experiências verticais e horizontais dos laboratórios da Ericsson, particularmente o da Sociedade Conectada, de Indaiatuba: “Esse laboratório está focado em atender inovações que tragam impacto ambiental e social em áreas urbanas”.

O estudo da Ericsson Cidadãos Inteligentes: Como a Internet Facilita as Escolhas na Vida Urbana, produzido pelo ConsumerLab, área da empresa que analisa comportamentos, fez um levantamento em nove cidades – São Paulo, Pequim, Nova Delhi, Londres, Nova York, Paris, Roma, Estocolmo e Tóquio –, para analisar como a conectividade dos cidadãos influencia as cidades em que vivem. No caso dos paulistanos, o levantamento mostrou que há forte demanda para aplicativos que verifiquem o controle de qualidade da água, informações sobre o trânsito e sobre serviços públicos. E, no futuro, questões relativas à saúde. O relatório explora diferentes conceitos, possibilitando que as pessoas assumam papéis mais proativos e participativos na vida urbana, desde o monitoramento digital da saúde até a navegação interativa em estradas e compartilhamento social de bicicletas e carros.

“Em pesquisa aplicada em IoT, abrimos uma nova frente de inovação na gestão inteligente da água, para reduzir vazamentos e prevenção de acidentes com o desenvolvimento de sistemas ciberfísicos, unindo software e hardware em soluções urbanas inteligentes”, afirma Edvaldo. Para a crise hídrica, por exemplo, a Ericsson desenvolveu um sistema para detecção de va-

| ... | Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Rent. s/ patrimônio (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | ... |
|-----|-----------------|-----------|--|---------------------|-------------------------|-------------------|------------------------|-----|
| | ERICSSON | 244,10 | -1,81 | 3,68 | 14,98 | 1,09 | 17,68 | |



Edvaldo Santos

diretor de inovação

Aposta em IoT e cidades inteligentes

zamentos e sensores para áreas urbanas ocupadas com alta risco de desabamento devido às chuvas, como Cajamar e Franco da Rocha, na Grande São Paulo. Essas áreas são interligadas a centros de socorro, para que as populações sejam deslocadas antes que as emergências ocorram. O sistema de banda larga móvel com alarmes foi desenvolvido para atender a segurança pública na prevenção de acidentes naturais. Outra frente de trabalho são soluções de prevenção a desmatamentos na Amazônia. A empresa também está negociando com as operadoras parcerias para projetos conjuntos de impacto social, a exemplo de uma firmada com a Vivo em 2014, para levar banda larga de alta velocidade à Amazônia.

O Centro de Pesquisa da Sociedade Conectada, em Indaiatuba, no interior de São Paulo, é responsável por muitas dessas pesquisas. Criado em 2014, foi reinaugurado em abril de 2016, agora focado em parcerias com o governo, para políticas públicas, e universidades e centros de pesquisa, tendo como escopo a IoT. De acordo com Santos, conforme o projeto, a empresa elege parceiros em várias áreas, em uma rede que conta com o Inatel, de Santa Rita do Sapucaí (MG), e a Universidade Federal de Campina Grande (PB). Todo o conhecimento, de acordo com Edvaldo, é compartilhado em sistemas em nuvem: “Queremos ampliar nossa atuação e trazer mais parceiros para os projetos”.

O Laboratório Sociedade Conectada e o centro de pesquisas de São José dos Campos contam com mais de 80 pessoas, que fazem parte de um ecossistema que une em torno de 500 pesquisadores de instituições como a Universidade Federal do Ceará, Universidade Federal de Pemam-

bucu, PUC do Rio de Janeiro, Universidade de São Paulo (USP) e Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), além dos institutos de pesquisa Inatel, Citec de Recife (PE) e Campinas (SP), e o Venturos, também de Campinas.

Outra linha de pesquisa é voltada para alcançar maiores velocidades de rede para suportar vídeo, com grau de autonomia e eficiência de espectro. A empresa desenvolveu soluções de ondas milimétricas para sistemas móveis, que operam em frequências mais altas e têm maior capacidade de condução de bits, pesquisas que já resultaram em inúmeras patentes para a Ericsson. A empresa também está envolvida no desenvolvimento da próxima geração de telefonia móvel 5G. A Ericsson está fazendo testes, em conjunto com o grupo América Móvil, dono da Claro no Brasil. “São ensaios para a degustação da nova tecnologia, que só estará disponível comercialmente em 2020”, explica Edvaldo.

Para expandir mais o portfólio de equipamentos e software, a empresa firmou uma parceria mundial com a Cisco em 2015 e autorizada para operar no Brasil pelo CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) em 2016. As companhias vão vender soluções em conjunto e desenvolver soluções integradas além da criação de novas tecnologias de infraestrutura de redes. O contrato prevê acordo de revenda, licenciamento tecnológico, intercâmbio de patentes, e subcontratação de serviços em mercados de roteadores, switches, núcleo de rede, equipamentos sem fio, soluções técnicas de TV paga e serviços de tecnologia da informação. Na Europa e América do Norte as empresas já colhem os resultados da união.



| Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Lucro Líq p/ Func (R\$ mil) | Giro dos Ativos |
|------------------------------------|--|----------------------------------|--------------------------------|-----------------|
| 2.196.586 | 2.196.586 | 80.861 | 17,59 | 0,95 |

A Intelbras reforça o programa de canais e se aproxima dos clientes

O lançamento de um programa de canais alinhado à estratégia de expansão dos negócios foi o principal responsável por levar a Intelbras, fabricante de equipamentos de segurança, telecomunicações e redes, a obter o prêmio de destaque pelo quarto ano consecutivo. Mesmo em um ano complicado, a empresa teve um crescimento de 13,7% em receita líquida e 6,8% de rentabilidade sobre as vendas.

A estratégia de sucesso da companhia remonta a 2014, quando investiu fortemente na proximidade com o cliente. “Lançamos o programa de canais Intelbras, primeiramente junto à nossa rede de distribuidores, por meio de uma política comercial clara, com benefícios e compromissos. E, neste ano, foi a vez das revendas, que somam mais de 80 mil em todo o país, fortalecendo os elos de nossa cadeia de comercialização”, ressalta Amilcar José Scheffer, diretor das unidades de telecom corporativo e redes.

Em 2015, a empresa celebrou 40 anos com a criação da campanha de vendas Juntos nos 40, a maior de toda a história da Intelbras, que reuniu e premiou os parceiros. Ainda com foco na aproximação com o canal, a empresa lançou em 2016 o programa Revendas Mais Verdes, que visa ampliar o relacionamento com os revendedores e clientes finais, fomentando espaços exclusivos que vão comercializar todo o portfólio de produtos da companhia. “Além do reforço da imagem e da marca dos revendedores, os novos espaços também vão permitir um aumento de visibilidade e de experimentação de produtos, proporcionando um relacionamento mais duradouro com parceiros e consumidores”, diz o executivo.

O crescimento da Intelbras, segundo Amilcar, se baseia em um portfólio diversificado, que conta cerca de 3 mil produtos em linha, atendendo residências e empresas de pequeno, médio e grande portes.

Apesar do agravamento da crise em 2015, ele considera relevante o fato de a companhia ter conseguido aumentar a receita líquida, mantendo boas margens. Os bons resultados se devem principalmente às vendas no segmento de segurança eletrônica, redes e telecomunicações.

A Intelbras conta com 2,3 mil colaboradores, 80 mil revendedores corporativos e de varejo e mais de 400 assistências técnicas credenciadas no país. “A empresa soube se diversificar e, além de sua atuação em todo o território brasileiro, tem operações na China e no México, com perspectivas de crescimento dos negócios no exterior”, aponta.

Graças a esse cenário, o executivo destaca que a meta é manter o ritmo de crescimento. Presente em 98% dos municípios brasileiros com potencial de consumo de eletroeletrônicos, a empresa aposta em inovações tecnológicas desenvolvidas no país e nas exportações, que hoje alcançam mais de 20 países. “Acreditamos que 2017 será ainda melhor para a empresa com a volta da confiança dos investidores beneficiando todos os segmentos do mercado”, prevê Amilcar. Um de seus diferenciais é atuar tanto no segmento corporativo quanto para o consumidor final.

Entre os destaques do ano, o executivo aponta o desenvolvimento de dois terminais IP exclusivos, destinados ao segmento corporativo. Os chamados TIP 120 e TIP 125 têm

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Rent. s/ patrimônio (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) |
|------------------|-----------|--|---------------------|-------------------------|-------------------|------------------------|
| INTELBRAS | 415,30 | 13,76 | 6,89 | 19,64 | 1,81 | 20,23 |



Amilcar Scheffer

Diretor de telecom corporativo e redes

Boas perspectivas de negócios no exterior

tecnologia IP integrada, permitindo a realização de chamadas pela rede de dados no próprio aparelho. “A tecnologia embarcada visa facilitar o dia a dia das empresas e, além de reduzir os custos de ligações, também reduz as despesas empresariais, uma vez que tudo fica integrado na mesma plataforma. O equipamento usa um único ponto de rede para o terminal IP e para o computador”, explica.

A empresa lançou em 2016 um terminal telefônico para deficientes auditivos, o Audioplus, telefone com áudio amplificado. Cerca de 10 milhões de brasileiros têm algum tipo de deficiência auditiva, número que representa quase 5% da população. Destinado a pessoas com um grau de perda auditiva de leve a moderada e que necessitam de um telefone com áudio ajustável, o equipamento engloba funções e características importantes, como controle do volume de recepção em até quatro níveis e compatibilidade com aparelhos auditivos. Tem também led indicativo de chamadas, teclas grandes de fácil visualização, sendo três de memória próprias para discagem direta e indireta, além de duas opções de volume de campanha. “A Intelbras reuniu em um único telefone todas as características que um produto precisa para atender essas necessidades, proporcionando maior qualidade de vida a essas pessoas”, garante Amilcar.

No final de 2014, a empresa reinaugurou seu Centro de Capacitação em Tecnologia, o ITEC, anexo à matriz em São José (SC), com sete laboratórios, divididos por unidades de negócios – Segurança, Telecom e Redes – que oferecem treinamento em tecnologia, soluções e produtos CFTV, Sistemas de Segurança IP, Redes Wireless

Outdoor, CIP 92200, GID, Infinity e Intelligence Contact Center. O centro de treinamento permite a qualificação profissional dos parceiros para realizarem as vendas com mais segurança e capacidade para instalar e atender bem o cliente no pós-venda, diz Amilcar. A Intelbras também promove treinamentos em todos os estados brasileiros, diretamente nos parceiros ou em filiais.

Outra aposta da companhia é em comunicações unificadas, com a oferta de software para atender às demandas das pequenas e médias empresas, com recursos para comunicação em tempo real, inserção de mídias de áudio, vídeo, e-mail e chat e integração de múltiplos dispositivos. Por funcionar em plataforma web, atende equipamentos fixos e móveis.

A empresa também oferece CPEs (terminal de usuário), para provedores de Internet, que funcionam como roteador wireless. O desenvolvimento do produto veio atender o Programa Nacional de Banda Larga (PNBL), do governo federal, aprovado pela Telebrás e homologado pela Anatel.

Outra divisão que segue com boas vendas é a de segurança patrimonial, com uma linha de equipamentos de circuito fechado de televisão (câmeras e gravadores digitais de imagem), alarmes monitorados e não-monitorados, interfones, porteiros eletrônicos com vídeo, monitoramento com câmeras IP, cercas elétricas e acessórios, com planos de aumentar a exportação desses produtos. Fundada em 1976, a Intelbras tem cinco plantas industriais: duas em São José (SC), uma em Palhoça (SC), em Minas Gerais e no Amazonas.



| Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Lucro Líq p/ Func (R\$ mil) | Giro dos Ativos |
|------------------------------------|--|----------------------------------|--------------------------------|-----------------|
| 876.067 | 461.337 | 60.330 | 21,53 | 1,10 |

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.





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 2016, EM SEUS RESPECTIVOS SEGMENTOS: ALLIED (CANALIS DE COMERCIALIZAÇÃO); VIA\W (CONSULTORIA E PROJETOS); RADIANTE ENGENHARIA (GERENCIAMENTO DE REDES); COPEL TELECOM (SERVIÇOS CONVERGENTES); LEVEL 3 (SERVIÇOS CORPORATIVOS); ATENTO BRASIL (SERVIÇOS DE CALL CENTER); ALGAR MULTIMÍDIA (SERVIÇOS DE HOSTING E DATACENTER); TELESPIAZIO BRASIL (SERVIÇOS DE INFRAESTRUTURA DE REDES); GRUPO BINÁRIO (SERVIÇOS DE INTEGRAÇÃO); PROMONLOGICALIS (SERVIÇOS/OUTSOURCING); ALGAR TELECOM (SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA); HISPAMAR (SERVIÇOS DIGITAIS). A TELEFÔNICA VIVO, DESTAQUE EM SERVIÇOS MÓVEIS, FOI TAMBÉM ESCOLHIDA A EMPRESA DO ANO (VEJA A REPORTAGEM DA PÁGINA 32).

A parceria com as operadoras garante a Allied no topo

A Allied é destaque do Anuário Telecom pelo sexto ano consecutivo. Em 2015, a empresa teve um crescimento de 11% na receita líquida e obteve 2,9% de rentabilidade sobre as vendas. O resultado, segundo seu diretor presidente, Ricardo Radomysler, é fruto da intensificação das parcerias com as principais operadoras brasileiras: “Acreditamos que esse segmento tem bastante sinergia com nosso modelo de negócio e avançou as vendas”.

Desde o segundo semestre de 2015, a empresa foi responsável pela distribuição de 100% dos aparelhos vendidos pela Oi. “Em 2016, obtivemos outra grande conquista: a parceria com a Vivo, cuja operação assemelha-se com a que já fazemos para a Oi. Estamos confiantes que essas alianças vão nos render ótimos frutos”, diz Ricardo. Para superar a crise, a companhia busca fortalecer parcerias com fabricantes, varejistas e operadoras, por meio do desenvolvimento de novos negócios. Isso significou, segundo o executivo, um exercício intenso de revisão da estrutura de despesas, que teve como resultado a redução de gastos através da renegociação de aluguéis, condomínios e de despesas junto a outros fornecedores. O cenário de retração econômica desencadeou uma queda histórica nas vendas do varejo brasileiro em 2015. Esse fraco desempenho acelerou o ritmo de perdas no comércio, refletindo-se em uma piora nos resultados no primeiro semestre de 2016. Após cinco anos de altas consecutivas, o mercado de smartphones encerrou 2015 em baixa na comparação com 2014, segundo a IDC. Entre dezembro e janeiro foram vendidos pouco mais

de 47 milhões de celulares inteligentes, com queda de 13,4% na comparação com 2014, quando o país chegou à marca de 54,5 milhões de aparelhos vendidos. Ainda de acordo com o levantamento da IDC, os feature phones encerraram o ano em queda de 74%, com 4,2 milhões de unidades comercializadas. No primeiro trimestre de 2016, a queda foi de 32,9% no mercado total, 34,4% em smartphones e 15,7% em feature phones, comparado ao mesmo período do ano passado. Em receita, os smartphones movimentaram R\$ 9,2 bilhões, ou seja, 6,1% a menos do que no primeiro trimestre de 2015.

As Olimpíadas ajudaram a fortalecer o segmento de varejo, mas, segundo Ricardo, não tiveram impacto determinante nos negócios da Allied. Na opinião dele, 2016 e 2017 serão anos de ajustes e pouco crescimento, com uma recuperação econômica lenta.

Como os smartphones são o carro-chefe das vendas da Allied, a estratégia foi aproximar-se de fabricantes entrantes, promovendo a diversificação do mercado de telefonia através da introdução de aparelhos com preços mais competitivos, modelos e tecnologias diferenciadas. “Para incrementar nossos resultados, estamos trabalhando no aperfeiçoamento da precificação de nossos produtos, alterando métricas e metas internas de vendas”, garante.

Ainda em relação ao mercado de smartphones, Ricardo conta que em 2016 a Allied ampliou a capilaridade em regiões e varejos ainda pouco explorados: “Queremos ser o parceiro tecnológico dos grandes e pequenos varejos, em todo o país”.

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil) |
|---------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| ALLIED | 468,30 | 11,06 | 2,94 | 1,46 | 14,48 | 121,47 |



divulgação

Ricardo Radomysler
 diretor presidente
**Smartphones de novos
 fabricantes e menores preços**

De acordo com ele, a empresa continua apostando forte na parceria com as operadoras: “Acreditamos muito nesse modelo de negócio e que somos capazes de trazer soluções inovadoras. A entrada da Vivo foi crucial para que a Allied fosse reconhecida como um parceiro estratégico, tático e operacional dos principais players desse mercado, com expertise que nos diferencia dos principais concorrentes”.

Para continuar crescendo, a empresa vai avançar no aumento da capilaridade geográfica e ampliar parcerias com novos fabricantes entrantes e no relacionamento com operadoras, na expectativa da melhora do cenário político-econômico brasileiro, avalia o executivo: “A Allied está em constante evolução e queremos que o mercado siga nos vendo como parceiros que tragam soluções, não apenas como movedores de caixas”.

Um modelo de negócio que vem se fortalecendo em 2015 e 2016 e que promete ser um diferencial competitivo, segundo o executivo, são os produtos customizados. A Allied tem uma célula para customizar produtos que inclui smartphones, tablets e laptops. Esses itens ganham diferenciais frente aos produtos comercializados no mercado aberto. A iniciativa da Allied começou focando produtos com temática infantil como Barbie, Frozen, Hello Kitty e Princesas, com celulares decorados com fotos e brindes dos temas. Em uma segunda etapa, a empresa expandiu a parceria com grandes marcas como Swarovski e Scarf Me. Nesse modelo de customização, junto com o aparelho foram incluídos um kit de brinco e colar, e outro

kit com uma pulseira, ambos Swarovski, e para o projeto com a Scarf Me, foi agregado um lenço. “Essas customizações foram criadas com exclusividade pela Allied e destinadas aos principais varejos brasileiros”, explica Ricardo.

Em 2017, diz, a Allied pretende elevar a customização a um patamar mais estratégico, com parceria com marcas importantes, diversificação de varejos e aliança com operadoras, para embarque de aplicativos em celulares, por exemplo: “Oferecemos soluções de customização que agregam valor ao produto do cliente e permitem uma diferenciação de seu portfólio. Produtos licenciados, embarque de aplicativos e bundles são alguns exemplos de projetos que a empresa está desenvolvendo”.

Outro destaque é a atenção com a pós-venda. A Allied oferece serviços de gestão e monitoramento das vendas por meio do call center com assistência técnica própria, além da triagem logística reversa, para o gerenciamento dos aparelhos e sua destinação.

Fundada em 2001, a Allied foi adquirida, no final de 2014, pelo fundo de private equity Advent International. Entre seus parceiros estão marcas como Acer, Alcatel, Apple, Asus, BlackBerry, Google, GoPro, Kindle, Motorola, Nikon, Philips, LG, Positivo, Microsoft, Samsung, Sony e ZTE.

A Allied tem mais de 4 mil clientes ativos, distribuídos por todo território nacional, e presença em mais de 17 mil pontos de venda. Segundo Ricardo Radomysler, a empresa avançou no aumento de participação dentro de sua base de varejo por meio de promoções e projetos especiais nos pontos de venda.

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|---------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|-----------------|
| | 3.103.657 | 2.327.742 | 91.338 | 18,72 | 2,09 |

A Via\W parte para novos mercados e se dá bem

A Via\W, especializada em redução de custos

de telecomunicações e TI, adicionou novos mercados e ampliou seu portfólio de serviços. A empresa é destaque pelo terceiro ano consecutivo no Anuário Telecom, além de figurar entre as dez que mais cresceram e entre as dez mais rentáveis. Mesmo com a crise econômica que atingiu profundamente o setor, a Via\W obteve um crescimento de 30,8% na receita líquida e uma rentabilidade sobre vendas de 56,9%.

O segredo do sucesso, segundo o sócio-diretor Nelson Reis, foi expandir o atendimento a outros mercados. Além de grandes empresas, segundo ele, a Via\W passou a atender pequenas e médias, com perfil de gastos menores em telecomunicações: “Agora, empresas que têm gastos em telecomunicações superiores a R\$ 30 mil por mês podem contratar nossos serviços”. A empresa também expandiu a abrangência geográfica de atendimento em todo o território nacional.

Outra aposta foi adicionar serviços de melhoria na eficiência em datacenters, conquistando, de acordo com Nelson Reis, vários clientes: “Na outra ponta, passamos a atuar como consultores de projetos de grande complexidade e tamanho, com uma equipe de especialistas”. Entre os mercados atendidos estão os de telefonia fixa, móvel, dados, datacenter e jurídico, auxiliando na regulamentação e nos contratos. “Fizemos projetos para os maiores bancos privados do país e de grandes redes varejistas”, diz.

Entre os clientes beneficiados pelos serviços da Via\W, o executivo aponta a Gol Linhas Aéreas, que obteve uma redução de 46% nos seus custos de comunicações, a Via

Varejo, que reduziu 34%, a Tecnisa, 36%, a Estácio, 35%, a Amil, 20%, o Banco Cacique, 35%, o Grupo Estado, 47%, e o Grupo Abril, 26%: “Há sete anos no mercado, a Via\W já implementou mais de cem projetos de sucesso para clientes de portes e segmentos diferentes em todo o Brasil, gerando expressiva redução de custos e maior governança nos contratos dos serviços de telecomunicações e TI”.

Com a crise econômica, as empresas ficam ainda mais preocupadas com os custos. E como o tráfego de dados e o volume de informações aumenta de forma exponencial, os clientes buscam ajuda profissional para gerir essa complexidade, com pessoas especializadas nesse campo. Para atender essa demanda de redução de custos, a Via\W oferece serviços de renegociação de contratos, gestão e recuperação de valores cobrados incorretamente. Um fator de diferenciação da oferta da VIA\W, segundo Nelson, é não tomar iniciativas isoladas, e sim uma combinação de ações: “Nossos serviços incluem renegociar os contratos atuais para obter ganhos presentes, gerir para garantir governança futura e auditar para recuperar perdas do passado”. Como o desafio de redução de custos é uma prática constante, as renegociações dos contratos são cíclicas, intercaladas pelo acompanhamento dos custos dos clientes frente ao mercado, gerando um volume constante de clientes para a empresa. “Ao longo do tempo, sempre que a gestão feita pela Via\W indica novas oportunidades de redução, conduzimos novos ciclos de renegociação”, explica. “Apoiamos as equipes internas das empresas a melhorar a eficiência dos serviços de telecomunicações

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil) |
|------------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| VIAW CONSULTORIA | 7.395,00 | 30,88 | 56,98 | 21,72 | - | 913,16 |



divulgação

Nelson Reis

sócio-diretor

Pequenas e médias empresas entram no radar

e, além de reduzir os custos, buscamos melhorar os níveis de serviços e boas práticas em contratos”.

2015 foi um ano desafiador para todos e nesse período, segundo ele, a Via\W apostou que a crise seria passageira: “A demanda por eficiência foi maior, fato que nos beneficiou, entretanto buscamos repensar nosso negócio para atender outros serviços. Além das novas regiões, estamos desenvolvendo novos projetos para atender outros segmentos de consumidores, fortalecendo nossa proposta de negócios”. A remuneração da Via\W se dá a partir da assinatura de novos contratos com os provedores de serviços. A experiência da equipe, o modelo de negócios e o sistema de informação da empresa fazem com o que o ciclo de trabalho seja rápido e traga resultados concretos. A Via\W conta com um sistema de informação que faz um benchmarking contínuo dos preços de mercado, cruzando com a cobrança das contas do cliente.

Os segmentos em que a Via\W tem feito mais negócios têm sido o financeiro, seguradoras, varejo e energia, grandes consumidores de serviços de telecomunicações, que sempre precisam melhorar a eficiência para se manterem competitivos. Essas áreas foram importantes em 2015 e continuam levando novos negócios em 2016. “Hoje atendemos além de grandes corporações, médias e pequenas empresas com soluções para vários perfis de clientes”, garante Nelson, que adianta que a empresa estuda a entrada no segmento pessoa física, que sofre com gastos e não tem oferta de gestão de custos e orientações: “Pensamos oferecer serviços de eficiência em energia e gestão na conciliação de

transações de cartões de crédito, por exemplo”.

Para 2017, de acordo com o executivo, a empresa deve manter o ritmo de crescimento, ampliar o escopo de serviços e buscar parcerias estratégicas para atender esses mercados: “O Brasil está passando por mudanças estruturais de grande impacto e, particularmente no segundo semestre, a empresa espera uma reversão dessa tendência para um início de retomada das atividades econômicas, o que nos deixa mais otimistas para melhorar o ambiente de negócios”.

Entre os serviços da Via\W está o da renegociação de preços e tarifas, tanto de TI quanto de telecomunicações, otimização da infraestrutura e governança, análise do modelo de SLA (contrato de nível de serviço) e penalidades e gestão dos contratos. “As negociações são sempre conduzidas por equipe especializada com profundo conhecimento dos serviços de telecomunicações e TI, fazendo com que os acordos incorporem as melhores práticas de mercado e estejam preparados para novos ciclos de negociação”, explica.

Na gestão de telecomunicações, a empresa faz o controle periódico dos gastos, gestão de uso dos recursos e orientação especializada para tomada de decisões, além da gestão da qualidade técnica. Outro serviço com muita demanda, segundo Nelson Reis, é o da conferência e contestação de contas pagas indevidamente nos últimos cinco anos: “Temos completa independência em relação aos prestadores de serviços de telecomunicações e TI e nosso trabalho é buscar a máxima economia para os clientes”.

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|---------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|-----------------|
| | 30.449 | 30.449 | 17.350 | 79,83 | 1,34 |

Equilibrada, a Radiante volta o foco para a sustentabilidade.

A Radiante, especializada na infraestrutura de redes, transmissão e comunicação de dados, entrou em 2015 determinada a avançar nas metas de sustentabilidade. A empresa criou o programa Saber e Renovar, treinamento interno para mudança cultural com foco na sustentabilidade. “Inovamos ao implementar um sistema de logística reversa para reciclagem dos resíduos de fibra óptica, resultante das nossas operações, e aderimos ao Pacto Global e aos dez princípios baseados nos Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Contra a Corrupção”, ressalta o diretor presidente da Radiante, Helio Bampi. Como resultado desses investimentos, a Radiante obteve uma economia de 33,8% no consumo de energia elétrica em relação a 2014. Além disso, foram instalados novos dispositivos para gestão hídrica na matriz e implantado um depósito intermediário de resíduos sólidos. “A nossa frota deixou de emitir 576 toneladas de CO² devido à troca de combustível fóssil por combustível renovável”, explica Helio.

Com essa iniciativa, a partir de 2015 a empresa passou a divulgar anualmente seu Relatório de Sustentabilidade, que tem como objetivo principal prestar contas para os públicos com os quais a organização se relaciona e, sobretudo, traçar metas de longo prazo, avaliando e melhorando ano a ano. O relatório é baseado nas diretrizes do GRI 4 (Global Reporting Initiative), cuja elaboração contribui para o engajamento das partes interessadas da organização, a reflexão dos principais impactos, a definição dos indicadores de desempenho e a comunicação com os públicos de interesse.

Mesmo em um ano difícil, segundo Helio, a empresa manteve o investimento no treinamento e educação dos colaboradores, 170% a mais que em 2014, e criou cursos e ações inéditos para melhoria da qualificação profissional e qualidade de vida dos funcionários: “Nossa expectativa para 2016 é manter o crescimento da companhia sem perder a qualidade dos serviços prestados, continuar investindo em melhorias de processos e ações voltadas ao meio ambiente e capital humano”. A empresa tem avançado também no quesito qualidade. Na matriz, desde 1998 a Radiante conta com o Sistema de Gestão da Qualidade certificado pela norma NBR ISO 9001:2008 pela Fundação Vanzolini. Na filial de Londrina, a certificação aconteceu em outubro de 2014. E na filial de Florianópolis, em outubro de 2015. As demais filiais e bases operacionais estão em processo de implantação do Sistema de Gestão da Qualidade NBR ISO 9001:2008. Especializada na construção e manutenção de redes ópticas e metálicas, externas e internas, aéreas e subterrâneas para as principais operadoras de telecomunicações do Brasil, a empresa tem sentido o impacto da crise econômica na diminuição dos investimentos em infraestrutura e na demanda dos clientes corporativos, resultando na queda do faturamento e da lucratividade. “Para superar esses obstáculos, partimos para uma forte racionalização e redução de custos e investimos em uma maior abrangência geográfica, aumentando o portfólio de oferta de serviços. Continuaremos investindo em melhorias nos processos de gestão, mediante a implantação

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Líq. P/ Func. (R\$ mil) |
|-------------------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| RADIANTE TELECOM | 124,50 | -22,59 | 6,89 | 2,21 | 10,43 | - |



Helio Bampi

diretor presidente

Redução de custos, maior cobertura geográfica e mais serviços.

de plataformas e aplicativos operacionais integrados”. “Nesse período de retração econômica, nossa prioridade é investir em boas práticas de sustentabilidade. Melhorias operacionais com significativos ganhos de produtividade terão de ser incorporadas à gestão para termos mais negócios em 2016”, acrescenta.

Por atuar em diferentes mercados de redes ópticas e metálicas, transmissão, circuito de dados, Internet e telefonia local, a empresa soube equilibrar serviços entre os segmentos, não ficando dependente de uma área específica. Em 2015, em função da maior preocupação das operadoras na qualidade e performance de seus sistemas de telecomunicações, as operações da Radiante tiveram como foco a manutenção e melhorias das redes de fibras ópticas instaladas. No entanto, implantações de anéis ópticos metropolitanos e redes de acessos acabaram por não ter contribuição relevante nas atividades da empresa em 2015. Com o constante aumento do tráfego de dados pela Internet, essas atividades devem continuar em alta em 2016 e 2017, segundo o diretor presidente.

Os planos da companhia, de acordo com ele, são concentrar esforços no aumento da abrangência territorial e na prestação de serviços e também atender demandas de telecomunicações em localidades remotas, via sistemas de comunicação por satélite: “Estamos focando nossas energias em manter o nível de faturamento de 2015, uma vez que o mercado está esboçando uma recuperação”.

As Olimpíadas afetaram a empresa de maneira indireta: o aumento de tráfego nas infovias ópticas durante a

realização do jogos atingiu o auge das suas performances, exigindo manutenção pré e pós evento.

Entre os projetos de destaque da Radiante, Helio Bampi cita a construção de 800 km de rede óptica com cabo diretamente enterrado, interligando os municípios de Itinga do Maranhão (MA) e Palmas (TO); a construção de 500 km de rede óptica com cabo em duto, interligando os municípios de Campo Grande (MS) e Rondonópolis (MT); e a construção de 470 km de rede óptica com cabo aéreo, interligando os municípios de Pato Branco (PR) e Ponta Grossa (PR).

Com sede em Curitiba (PR), a Radiante Engenharia de Telecomunicações foi fundada em 1991, pelo próprio Helio Bampi. “A empresa trabalha fortemente estratégias de gestão focadas em satisfação dos clientes, qualidade dos serviços prestados e sustentabilidade organizacional. Fruto da evolução de uma organização que completa 25 anos, priorizando a ética nos negócios, valorização do capital humano e respeito ao cliente”, completa Bampi. Além da matriz, a Radiante conta com oito filiais nos estados do Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso do Sul e Mato Grosso, além das bases operacionais em diversos municípios do país: Caxias do Sul (RS), Santa Maria (RS), Pelotas (RS), Passo Fundo (RS), Criciúma (SC), Lages (SC), Blumenau (SC), Cascavel (PR), Maringá (PR), Uberlândia (MG), Juiz de Fora (MG), Governador Valadares (MG), Varginha (MG) e Rondonópolis (MT), Goiânia (GO), Campo Grande (MT), Cuiabá (MT) e Joinville (SC).

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|------------------------------------|--|----------------------------------|----------------------------|-----------------|
| | 98.350 | 98.350 | 6.779 | 35,43 | 2,15 |

Com a ampliação da rede, a Copel Telecom dá um grande salto.

Em 2015, com a expansão de sua infraestrutura de rede, a Copel Telecom conseguiu uma ampliação significativa da sua base de clientes: de 8 mil em 2014 para 48 mil. “As empresas e os consumidores finais estão dando cada vez mais importância à tecnologia, com a Internet considerada item de necessidade básica, tanto quanto energia e saneamento”, diz o diretor-presidente Adir Hannouche.

No primeiro trimestre de 2016, a empresa lançou a Internet residencial em mais 12 municípios paranaenses. O Copel Fibra, produto exclusivo para o varejo, está presente em 63 municípios do Paraná, e em uma parte de Porto União, em Santa Catarina. “Além disso, temos infraestrutura de telecomunicações para atender todos os 399 municípios paranaenses com soluções para empresas e demais corporações de grande porte, e atendendo órgãos públicos do estado”, garante Adir.

Em sua opinião, embora 2015 tenha sido mais um ano de recessão, o setor de telecomunicações em geral não foi tão afetado como outros setores. A Copel Telecom, diz ele, ampliou ações de vendas no primeiro semestre e teve bons resultados, inclusive com recordes de negócios, em especial no mercado residencial: “O mercado está reconhecendo cada vez mais a importância de contratar conexão de qualidade, investindo em serviços confiáveis e com alta disponibilidade, vantagens que são próprias de uma estrutura implantada totalmente em fibra óptica, no caso da nossa Internet. Acreditamos que manteremos forte ritmo de crescimento”.

Até o primeiro trimestre de 2016, a empresa seguiu

crescendo em clientes de banda larga, totalizando 160 mil usuários.

Destaque do Anuário Telecom pelo terceiro ano consecutivo, a Copel Telecom obteve um crescimento de 27,7% na receita líquida. Com 20% de rentabilidade sobre as vendas, figura este ano também entre as dez mais rentáveis de todo o setor de telecom. “2015, foi um ano de crescimento expressivo e de preparação para a manutenção desse patamar tanto em 2016, quanto em 2017”, prevê o presidente da empresa. De acordo com ele, o segmento de banda larga residencial teve uma grande contribuição nesse resultado e a empresa espera um crescimento ainda maior em 2016.

Em agosto de 2015, a Copel Telecom inaugurou uma rede de fibra óptica com tecnologia GPON (Gigabit Passive Optical Network) de 27 quilômetros, que consumiu investimentos de mais de R\$ 300 mil, unindo as cidades de União da Vitória (PR) e Porto União (SC) para oferta de serviços de banda larga residencial. A estratégia é se consolidar nesse mercado e ampliar presença no segmento corporativo, com a oferta de serviços de datacenter, que entrou no portfólio da empresa. Segundo Adir, a Copel Telecom investiu na modernização de seus centros de dados: “Nosso objetivo é oferecer de maneira mais ampla nossa infraestrutura de datacenter, por exemplo, em serviços de co-location. Nosso centro de dados foi todo reformulado recentemente e é uma opção robusta para empresas que queiram armazenar seus servidores no Paraná, ou simplesmente terem uma redundância em um local totalmente preparado para isso”.

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Líq. P/ Func. (R\$ mil) |
|----------------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| COPEL TELECOM | 1.099,70 | 27,72 | 20,07 | 3,98 | 3,58 | 82,42 |



Adir Hannouche

diretor-presidente

A banda larga residencial impulsiona os resultados

A empresa tem planos de oferecer serviços na nuvem, mas antes deve ampliar parcerias com empresas de conteúdo over-the-top, como players de streaming de vídeo e música. “Também estamos estudando acordos com empresas de telefonia sobre IP”, antecipa Adir.

Para financiar a modernização de suas redes, em agosto de 2015 a Copel emitiu debêntures com foco na expansão da infraestrutura de telecomunicações no Paraná e implantação, ampliação e modernização dos sistemas de telecomunicações utilizando cabos ópticos e rede de transmissão digital no estado.

No final de 2015, a empresa saiu na frente de outras operadoras começando a estabelecer conexões que usam o protocolo IPv6 de comunicação na Internet, com 15% dos clientes residenciais usando links com a versão mais recente do protocolo, sendo que a média, no país, é de 5% dos usuários, segundo dados da Cisco. A transição do protocolo na versão antiga, IPv4, para a nova, é uma força-tarefa internacional, iniciada em 2012, mas que começou efetivamente a atuar no Brasil no final de 2014, e se intensificou em julho de 2015. A Copel Telecom trabalha com o novo protocolo desde 2007, quando começou a usá-lo internamente e ofereceu o recurso para clientes corporativos. Desde então, investiu em infraestrutura, sendo uma das primeiras operadoras no país a oferecer IPv6 a clientes de varejo. Para trabalhar com o protocolo IPv6, foi preciso modificar diversas estruturas. A Copel Telecom adaptou toda a cadeia de equipamentos de sua rede GPON – desde aparelhos instalados na casa do cliente até roteadores de agregação, passando

por bancos de dados, servidores de autenticação e controle de políticas. Um projeto-piloto foi feito em 2014 com uma pequena amostra de usuários, tendo a missão de identificar possíveis problemas com o IPv6. Além disso, a empresa acompanhou grupos de estudos ao redor do mundo que estavam desenvolvendo diversas técnicas de transição. Para usar IPv6, todos os provedores, sites e aparelhos eletrônicos precisam comportar o novo modelo. Até atingir esse nível, os usuários manterão os dois tipos de protocolo, em sistema chamado dual stack. A empresa oferece IPv6 e mantém o endereço IPv4, dessa forma, o sistema opta por qual protocolo navegar, dependendo do que o site ou o dispositivo comportar. Os dois protocolos conviverão por muitos anos, até que todos os sistemas e dispositivos estejam operando com IPv6. Em função dessa interdependência, é necessário, segundo Adir, que os agentes se adaptem ao novo modelo: “A tendência mostra que teremos Internet em cada vez mais dispositivos, na chamada Internet das Coisas, por isso é fundamental que essa transição aconteça de forma sincronizada. A Copel Telecom está pronta para a Internet do futuro”.

A malha de rede presente nos 399 municípios do Paraná, atendidos a partir de uma rede de fibra óptica com mais de 25 mil quilômetros, permite à empresa oferecer redes e serviços para as cidades digitais, levando aos municípios brasileiros uma rede de fibras ópticas para conectar órgãos públicos e praças de acesso livre. As localidades também vão contar com soluções que permitirão o monitoramento da segurança, transporte e iluminação pública, por exemplo.

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|------------------------------------|--|----------------------------------|----------------------------|-----------------|
| | 272.247 | 232.553 | 54.644 | 11,00 | 0,35 |

A Level3 ousa e parte para geração de energia própria

A instalação de uma subestação de geração de energia própria, com capacidade de 20 megawatts em seu datacenter em Cotia, na Grande São Paulo, tomou 2015 um ano marcante para a operação da Level3 no Brasil. Essa iniciativa, segundo Marcos Malfatti, vice-presidente sênior e diretor executivo da empresa, permite ofertar mais capacidade aos clientes para operações atuais e futuras, além de melhorar qualidade da energia, com menos quedas, menos oscilações e maior vida útil dos equipamentos.

Destaque do Anuário Telecom pelo quarto ano consecutivo, a Level3 tem como principal foco o fornecimento de infraestrutura de redes e, na esteira do crescimento do mercado de outsourcing, alcançou ótimos resultados em 2015: registrou aumento de 19,1% na receita líquida e obteve 16,3% de rentabilidade sobre as vendas. “A Level3 vem investindo no mercado brasileiro em infraestrutura e equipamentos para estar capacitada a atender às demandas de negócios nos próximos anos”, diz Marcos. Em 2015, a empresa inaugurou o Scrubbing Center Latam, em São Paulo, melhorando a experiência de tráfego para os clientes que agora são atendidos diretamente na região. Nesse espaço, de acordo com Marcos Malfatti, ocorrem serviços de detecção e limpeza de tráfego em tempo real, com operação 24/7 na detecção de anomalias, análise de impactos e notificação dos clientes auxiliando a mitigar ataques.

Marcos lembra que, como empresa global, a Level3 também conduziu projetos fora do país em 2016, como a inauguração, em janeiro, de um novo datacenter em

Cali, na Colômbia: “Dois meses depois, ocorreu também a ativação da nova rota submarina do Pacífico da Level3, trazendo melhorias para a conexão da Colômbia com as principais cidades nas Américas, Europa e Ásia”.

Como uma das principais provedoras de serviços de cloud corporativo, a empresa reforçou investimentos em novas funcionalidades no Dynamic Enterprise Computing, com o lançamento do Load Balance, que permite aos clientes balancear o tráfego entre mais de uma saída de Internet, além de novidades nas áreas de videoconferência e colaboração.

“Outro destaque”, diz Marcos, “foi a expansão da rede metropolitana e de Internet, com o acréscimo de nós de rede em cidades chaves no Brasil para atender conexões seguras no país e região, como também de centros comerciais em todo o mundo”. A capacidade das redes entre São Paulo e Santos, São Paulo e Curitiba, Londrina e Curitiba foi ampliada, além das redes IP em São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba e Belo Horizonte. Para atender a demanda dos Jogos Olímpicos Rio 2016, a empresa atualizou sua infraestrutura para a oferta de serviços de redes definidas por software (SDN), que permite ao cliente alterar as propriedades da rede sob demanda, remotamente, e de modo instantâneo. A Level 3 foi uma das selecionadas para fornecer capacidade de transporte de dados à Olympic Broadcasting Services (OBS), empresa responsável pela transmissão dos jogos. Além de prover parte da infraestrutura do centro de geração de imagem olímpico, conectando-o às TVs abertas, firmou

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil) |
|----------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| LEVEL 3 | 1.638,70 | 19,17 | 16,31 | 0,78 | 0,04 | 190,70 |



Marcos Malfatti

Vice-presidente sênior

Oferta de serviços de redes definidas por software

contratos com programadoras de TV paga. Para fazer o transporte de áudio e vídeo entre o centro de geração de imagem para as unidades de transmissão dos canais, entrou em operação a plataforma Vyvx, usada em broadcast para fazer decodificação e transmissão dos conteúdos.

A Level3, de acordo com Marcos, tem uma linha de produtos específica para a transmissão de vídeo profissional Vyvx, além de soluções de CDN (Content Delivery Network), produtos importantes para a infraestrutura de transmissão: “Marcamos presença em grandes eventos, principalmente como um meio de transmissão para outros continentes e países, através de nossa rede mundial”. Ele lembra que, além desses serviços específicos, a Copa e as Olimpíadas contribuem para a economia com a movimentação de pessoas e consequente demanda de serviços pessoais de transmissão e para setores da economia envolvidos com o turismo e serviços de suporte: “Como fornecedora de infraestrutura de tecnologia e telecomunicações, através de nossos datacenters e rede para o mercado de operadoras e corporações, essas demandas terminam por gerar novas oportunidades de negócios”

Como provedora global e buscando aprimorar suas soluções, fez algumas aquisições nos últimos anos. Uma delas foi a empresa Black Lotus, fornecedora global de serviços de mitigação de Distributed Denial of Service (DDoS). “A aquisição da Black Lotus chega para acrescentar novos recursos ao serviço existente de DDoS da Level 3, que foi lançado no início de 2015, incluindo novos centros de scrubbing”, explica. Outra aquisição importante para o portfólio

da companhia, essa em 2014, foi a da TW Telecom, que elevou a confiabilidade e a qualidade da rede para clientes que fazem negócios na América do Norte ou que estendam seus negócios para lá, a partir de regiões como Europa, Oriente Médio e África (EMEA) e América Latina.

Marcos acredita que os períodos de crise econômica oferecem oportunidades para os fornecedores, pois as empresas precisam reinventar seus processos e modelos de negócios para manter os resultados: “Isso leva os gestores a buscar na tecnologia as respostas para suas demandas de otimização de processos e custos”.

Serviços como SDN (Software Defined Network), Big Data, computação em nuvem, segurança da informação e serviços de colaboração ocupam cada vez mais espaço na agenda dos executivos por serem novas tecnologias que permitem resultados mais eficientes de suas infraestruturas, ressalta Malfatti. A Level3 tem clientes nos mais diversos segmentos de mercado, com destaque, em 2015, para o financeiro, provedores de Internet (ISPs), games e entretenimento.

Uma das estratégias da empresa em 2015 e 2016 foi o investimento na capacitação e motivação das equipes de vendas e suporte para melhor diagnosticar as necessidades dos clientes e apresentar soluções eficientes.

Entre os destaques internacionais, Marcos Malfatti aponta o acordo de interconexão de backbones com o Google, ampliando a capacidade das redes para dar conta da crescente demanda por Internet e atendendo a necessidade futura dos clientes.

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|------------------------------------|--|----------------------------------|----------------------------|-----------------|
| | 759.839 | 759.839 | 123.956 | 110,19 | 0,97 |

A Atento vai além do call center para crescer

Especializada em serviços de call center, a Atento

foca em estratégias de longo prazo para crescer de forma sustentável com eficiência operacional. “2015 foi desafiador para todo o mercado, mas superamos obstáculos e aumentamos nossa posição de liderança na América Latina, como parceiros de referência para as necessidades de serviços de gerenciamento de relações com o cliente (CRM) e terceirização de processos de negócios (BPO)”, diz Regis Noronha, diretor executivo de estratégia e marketing da Atento no Brasil.

De acordo com ele, quase 40% do faturamento da Atento no Brasil já vêm de soluções que vão além dos serviços tradicionais de call center: “Temos um grupo de consultoria especializada em processos e tecnologia apoiando as empresas em seus desafios de transformação”. São serviços de cobrança, vendas, back office, service desk, suporte técnico e atendimento ao cliente (SAC). Ele explica a fórmula para entender e atender os negócios das empresas clientes de forma prioritária: “Estudando cada segmento, desenvolvendo soluções sob medida, ampliando a cada dia nossa oferta de serviços digitais”. De acordo com o Anuário Telecom, a Atento obteve um crescimento de 8% na receita líquida e obteve 3,9% de rentabilidade sobre as vendas.

Mesmo em tempos de crise econômica, o setor de call center continua um grande empregador. Neste ano, por exemplo, a Atento abriu 1,4 mil vagas em diferentes estados. São posições para promotores de vendas presenciais, consultores de vendas e operadores para atendimento ao cliente. Rodrigo afirma que, para superar esse período difícil,

a empresa investiu em qualidade, serviços digitais e automatização de processos: “Os clientes continuam em busca de serviços, portanto existem mais negócios, porém com menores custos”. Ele espera que o cenário econômico e de negócios apresente melhoras na segunda metade do ano: “Esperamos também uma definição da situação política para dar mais previsibilidade às empresas, algo muito necessário para o desenvolvimento dos nossos negócios”, afirma.

Entre os setores mais ativos e com maior demanda para a Atento no ano passado, Regis aponta o de telecomunicações e o financeiro, seguidos pelo varejo e comércio eletrônico que estão se tornando estratégicos. A solução de cobrança avançada, por exemplo, é responsável por cerca de 10% do faturamento atual da empresa. “O setor financeiro é um dos mais importantes pilares da economia global, e um dos mais impactados pela transformação digital e pelas mudanças no perfil dos consumidores. Com isso, um dos maiores desafios é criar formas mais eficientes de oferecer produtos financeiros, e ao mesmo tempo garantir a segurança na transferência de informações, com menores custos e a satisfação do consumidor final”, explica. Para esse segmento a Atento atua em toda a cadeia de valor de emissores e credenciadoras de cartão. Com base em inteligência de dados, automação e múltiplos canais de relacionamento, opera em vendas, análise de crédito, utilização, fidelização e gestão de recebíveis de cartões. Em serviços de SAC, faz a gestão de reclamações. Para essa área, a empresa oferece abordagem para a preven-

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Líq. P/ Func. (R\$ mil) |
|----------------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| ATENTO BRASIL | 27,60 | 8,01 | 3,92 | 1,43 | 13,82 | 1,39 |



Regis Noronha

diretor executivo de estratégia

**1,4 mil novas contratações
em pleno ano de crise**

ção, recepção, análise e tratamento de reclamações em todos os canais e níveis de complexidade, com foco na redução de queixas e mitigação de recorrências, por meio de gestão de conhecimento, integração multicanal centrada no comportamento do cliente e processos especializados, que vão desde a realização de pesquisas à análise do discurso. Em trade marketing, promove a integração de canais e tecnologias, buscando melhorar a experiência do consumidor no ponto de venda conforme o perfil e as características de cada canal. A partir de uma abordagem consultiva, a Atento define a melhor estratégia multicanal para cada situação como vendas, atendimento ao cliente, pesquisa, monitoria de qualidade e merchandising.

Em outros segmentos, como seguros e saúde, Regis explica que a empresa também está se posicionando de forma mais pró-ativa com seus clientes, buscando melhorar os serviços e oferecer atendimento mais abrangente: “Além da consolidação dos canais digitais, a Atento segue ampliando sua oferta de BPO, cobrança, back office, suporte técnico e trade market, que têm cada vez mais importância no nosso negócio”.

A empresa está revendo seu plano estratégico e estudando como evoluir sua oferta de valor, adaptando-se às necessidades das empresas. “A transformação digital e a área de sistemas analíticos continuam avançando e estamos desenvolvendo ofertas para essas demandas”, diz Regis.

O grupo, de acordo com ele, prevê crescer na América Latina e no Brasil em 2016 trabalhando de forma consultiva: “Continuamos aperfeiçoando processos para oferecer uma melhor experiência de relacionamento com o cliente

final, apoiando essas empresas a superarem a crise”.

A Atento conecta 500 milhões de consumidores em mais de 400 clientes nos setores de telecomunicações, bancário e financeiro, saúde, varejo e administração pública em todo o mundo. A empresa é um dos três maiores provedores mundiais com base em seu faturamento. Fundada em 1999, desenvolveu seu modelo de negócio em 14 países e emprega mais de 160 mil funcionários. Com abordagem consultiva para definir a melhor estratégia de interação com o cliente, estuda seus perfis com pesquisas de mercado e indicadores para que o relacionamento com o consumidor final seja produtivo. Com uma plataforma omnichannel, une vários canais, incluindo o atendimento pessoal, além do digital, com diferentes formas de interação. “Desenvolvemos aplicações e conectamos empresas a seus clientes para a realização de diversas transações. Para isso, estamos estruturados para aprimorar processos e implantar tecnologias, provendo inovação, produtividade e eficiência às empresas na era digital”, destaca Regis. Os planos para 2017 incluem ampliar a posição de liderança na América Latina e evoluir no portfólio de soluções de gestão de relacionamentos em CRM e BPO. “Em um cenário econômico mais complicado, as empresas buscam mais eficiência em seus negócios e melhorias estratégicas. Apoiamos esses desafios em consultoria e serviços”, diz. Para reforçar suas operações na América Latina e Espanha, a Atento vendeu recentemente 100% das suas operações no Marrocos para a Intelcia Group abrangendo as operações dos mercados marroquino e francês.

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|------------------------------------|--|----------------------------------|----------------------------|-----------------|
| | 3.006.991 | 1.954.544 | 117.894 | 40,65 | 1,53 |

A Algar Telecom entra em novas regiões e leva dois prêmios

Destaque em duas categorias – Serviços de Telefonia Fixa e Serviços de Hosting de Servidores ou Datacenter (por sua subsidiária Algar Multimídia) –, além de figurar entre as dez mais rentáveis, a Algar Telecom colhe os resultados da estratégia definida nos últimos três anos, focada na expansão geográfica dos negócios e na proximidade com os clientes.

Perseguindo essas metas, a Algar Telecom obteve um crescimento de 6,1% da receita líquida e 18,3% de rentabilidade sobre as vendas, com bons resultados no segmento de telefonia fixa. Já o mercado de datacenters alavancou os resultados da Algar Multimídia, que cresceu 14,1% em receita e teve 14,8% de rentabilidade sobre as vendas.

Em 2015, a empresa ampliou a oferta de banda ultralarga para o varejo, encerrando o ano com o serviço disponível em dez cidades dos estados de Minas Gerais e São Paulo. Outra iniciativa importante foi a modernização da rede de telefonia móvel, permitindo serviços com mais qualidade, destaca o presidente, Jean Carlos Borges.

Ao longo do segundo semestre de 2016, a empresa vai trabalhar na ampliação da cobertura 3G em cidades e distritos de Minas Gerais e São Paulo. Algumas dessas localidades, segundo ele, receberão as primeiras estruturas para fornecimento de serviço móvel 3G: “Com esse movimento, a tecnologia estará disponível em 100% da área de concessão, beneficiando localidades urbanas e rurais”. A empresa investiu R\$ 27 milhões para implantar a tecnologia em 68 localidades, que receberão novas estações rádio-base e ampliações de rede, sendo que 19 delas re-

cebem pela primeira vez sinal 3G da Algar Telecom. Além da telefonia móvel e fixa para pessoas físicas, serviços para o segmento corporativo continuam no topo das prioridades da companhia. A empresa reforçou seu portfólio de TI e entrou na região Sul do país com a aquisição da Optitel, em novembro de 2015. Isso representou o acesso a uma rede de fibra óptica de 9,5 mil quilômetros, instalada em uma área de cobertura que abrange 237 cidades nos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Outro projeto que registrou grandes avanços nesse segmento em 2015 e 2016, de acordo com o executivo, foi a construção do cabo submarino. A estrutura sai de Santos (SP), passa por Fortaleza (CE) e chega a Boca Raton (EUA). A empresa quer capturar a demanda crescente do tráfego de dados de outros países para o Brasil e vice-versa. A Algar Telecom participa do consórcio do cabo submarino, chamado Monet, em parceria com Google, Antel, do Uruguai, e Angola Cables. Os primeiros testes e a entrada em operação do sistema estão previstos para 2017. Para o segmento de varejo, a empresa está ampliando a oferta de banda ultralarga para mais seis cidades da área de atuação da companhia (cinco no interior de São Paulo e Itumbiara-GO). “Por atuarmos fora dos grandes centros e no segmento corporativo junto a médias, micro e pequenas empresas que ainda estão investindo em tecnologia, não sentimos tanto os impactos do esfriamento econômico”, avalia Jean Carlos. Prova disso, segundo ele, é o forte crescimento em te-

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil) |
|----------------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| ALGAR TELECOM | 514,00 | 6,19 | 18,34 | 0,83 | 10,03 | 9,33 |



Jean Carlos Borges

Presidente

Promessa de tecnologia 3G em 100% da área de concessão

lefoneia fixa: “Fechamos o ano passado com uma base 1,4 milhão de linhas, o que representou um aumento de 9,6% em comparação com 2014, puxado, principalmente, pelo segmento corporativo nas áreas de expansão”. Os números também foram positivos em acessos de banda larga fixa. Com a expansão geográfica, a empresa obteve um crescimento de 9,8% no número de acessos, fruto da expansão e modernização das redes. “Com isso, 32% da nossa base de clientes já conta com ultravelocidades (acima de 10 Mbps) com incremento de 8% nos negócios de soluções integradas de TI e BPO (Business Process Outsourcing) por meio da subsidiária Algar Tech”, diz Jean Carlos. A estratégia em 2016 continua focando os segmentos B2B, tanto entre as micro e pequenas empresas quanto nas grandes corporações. A meta para o ano que vem é repetir o desempenho, seguindo a estratégia do Programa Transformação, criado há três anos, que preparou terreno para que a empresa atuasse de forma mais eficiente e com foco no cliente. Nos segmentos de varejo e B2B, a empresa continua expandindo ofertas de serviços de maior capacidade aos clientes. No primeiro trimestre de 2016, segundo o executivo, obteve um crescimento de 58,3% nos acessos de banda ultralarga: “A expectativa é crescer neste ano em todas as linhas de negócios, principalmente no segmento corporativo e também na expansão dos serviços de banda larga fixa com maiores taxas de velocidade”. Apostando na inovação, o grupo Algar lançou em 2016 a Algar Ventures, que vai atuar por meio de parcerias

com agentes de inovação em todo o país. Em uma segunda fase, como Corporate Venture Capital, fará investimentos diretos ou participará de outros empreendimentos via fundos. O objetivo é priorizar o conceito de Open Innovation e parcerias com setores alinhados à estratégia de negócio do grupo, em áreas como cidades inteligentes, agronegócios, indústria do futuro, energia, educação do futuro, dispositivos vestíveis, alimentos, transportes e logística, pequenas empresas, turismo e viagem, plataformas científicas e tecnológicas.

Para isso, a empresa pretende destinar 5% do faturamento líquido aos projetos. A expectativa é que o retorno sobre o investimento (ROI) seja de 30% sobre o aporte depois do sexto ano de funcionamento. A ideia é participar ativamente do ecossistema de inovação, que inclui também rede de startups, faculdades e espaços de coworking, selecionando empresas que tenham uma proposta de valor estabelecida. O grupo destinou um espaço de inovação em sua sede em Uberlândia (MG) e também deverá abrir um centro em São Paulo. A unidade será dirigida por três profissionais e contará com apoio de dez executivos das diferentes áreas de negócios do grupo.

Para dar suporte aos novos projetos e manter a expansão geográfica dos negócios, no primeiro trimestre de 2016 a Algar Telecom investiu R\$ 80,2 milhões. Desse total, 57% foram para a expansão de redes, 5% para o crescimento dos serviços de sistemas integrados como tecnologia da informação e comunicação (TIC) e terceirização de serviços de software, e 38% em manutenção e qualidade.

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|------------------------------------|--|----------------------------------|-------------------------------|-----------------|
| | 823.252 | 593.565 | 150.947 | 15,82 | 0,37 |

A Telespazio busca ampliar a oferta para além dos satélites

A Telespazio ampliou sua atuação no Brasil em

2015 com vários projetos desenvolvidos nas operadoras de telecomunicações, além de crescer no segmento de utilities e no setor marítimo. “Estamos trabalhando para minimizar os possíveis impactos da crise no resultado final de 2016, ficando mais próximos dos clientes e apresentando novas alternativas em termos de produtos e serviços que possam gerar receita e mais eficiência operacional”, diz Paulo Bigal, diretor comercial e de marketing de redes e conectividade.

Além das operações de satélite, a Telespazio Brasil tem outras unidades como a geoinformação e redes e conectividade. O foco da companhia em 2016 e 2017, segundo Bigal, é aumentar a participação das demais unidades, criando assim um maior equilíbrio em termos de faturamento com os serviços de satélite oferecidos em parceria com outras empresas. No segmento de geoinformação, por exemplo, a Telespazio fornece imagens de radar de alta resolução, com um trabalho de interpretação e inteligência para várias aplicações do mercado, gerando dados para tomada de decisão. Em operações satelitais, atua em conjunto com a Thales Alenia Space, para o fornecimento dos centros de controle do primeiro satélite geoestacionário brasileiro (SGDC), que será lançado no final de 2016. “Esse satélite terá dupla missão: banda X, para a defesa brasileira, e banda Ka, para o fornecimento de banda larga em todo o país, dentro do projeto da Telebrás de inclusão digital”, explica.

Destaque em serviços de infraestrutura de redes do Anuário Telecom, a empresa quase não teve crescimento, obtendo um aumento de 0,47% na receita líquida e 0,73% de rentabilidade sobre as vendas. “O ano passado foi um desafio diante do cenário econômico e político do país. Fizemos um bom resultado se analisarmos todo o contexto do mercado, porém abaixo do que precisávamos. A expectativa é fecharmos 2016 com um resultado bem melhor do que 2015 e retomarmos o crescimento a partir de 2017”, prevê Bigal.

Para a Telespazio, o segmento das operadoras de telecomunicações continua sendo o mais relevante em termos de faturamento, mas a empresa também avançou nos negócios com o segmento marítimo e de serviços de energia. Para a área marítima, atende à demanda de fornecimento de rede de dados, voz e vídeo via satélite para embarcações de apoio às atividades offshore.

De acordo com Bigal, no segmento das operadoras de telecomunicações, que contribui com o maior volume de negócios da Telespazio, a empresa fornece serviços de rede privada (VPN), Internet e backup via satélite para atendimento dos principais clientes corporativos das teles: “Para crescer ainda mais nesses mercados, estamos reavaliando o nosso portfólio de produtos e serviços buscando oferecer mais valor agregado”.

Nas Olimpíadas, a Telespazio participou de um estudo junto com o Centro de Operações da Prefeitura do Rio de Janeiro (COR) para a inclusão de um satélite como possibilidade de comunicação, caso outras formas, como

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil) |
|--------------------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| TELESPAZIO BRASIL | 49,80 | 0,47 | 0,73 | 2,79 | - | - |



Paulo Bigal

Diretor de marketing e comercial

Serviços para as operadoras
com mais valor agregado

Wi-Fi, rádios e celulares, não estivessem disponíveis. Um dos contratos importantes em 2016 foi a participação no consórcio e-GEOS, formado pela Finmeccanica-Telespazio e da Agência Espacial Italiana, com a Geoambiente brasileira, que ganhou, no início de 2016, a concorrência aberta pelo Centro de Gestão de Proteção da Amazônia. O consórcio vai monitorar o desmatamento na Amazônia com quatro satélites do projeto italiano Cosmo-SkyMed, acompanhando uma área de 1 milhão de quilômetros quadrados da floresta amazônica e, em particular, o desmatamento no Brasil. O contrato, válido para 2016 e renovável por mais um ano, permitirá fornecer um quadro completo da situação, considerando a dificuldade do monitoramento contínuo de uma área onde o céu é constantemente coberto por nuvens. Graças aos radares que estão nos satélites, será possível captar as imagens e os dados em qualquer condição meteorológica, trabalhando dia e noite. Além de fornecer os equipamentos dos satélites utilizados, a Finmeccanica criou os próprios satélites com a participação da Thales Alenia Space, enquanto a Telespazio desenvolveu o segmento por terra e é responsável pela aquisição, processamento e distribuição dos dados colhidos. A Finmeccanica lidera o consórcio na Cosmo-SkyMed. Um lote de equipamentos vem de laboratórios da empresa – desde os painéis solares para os sensores de estrelas, a partir da unidade de controle e distribuição de energia para a unidade para a amplificação, conversão e modulação do sinal RF –, e é integrado a bordo dos quatro

satélites, fabricado pela subsidiária Thales Alenia Space (Finmeccanica 33%, Thales 67%). Já a Telespazio (Finmeccanica 67%, Thales 33%) é responsável pelo segmento terrestre, pela aquisição, processamento, e distribuição dos dados por satélite – comercializados em todo o mundo por e-GEOS – para aplicações civis. O projeto é financiado pela ASI, o Ministério da Defesa italiano e o MIUR (Ministério da Educação, Universidades e Investigação).

O Cosmo-SkyMed é capaz de operar em qualquer visibilidade com uma alta frequência de atualização. Também atende às necessidades militares e civis, com serviços e aplicações para monitoramento ambiental, controle de terra e mar, agricultura, proteção das fronteiras, e segurança. As informações recolhidas pela Cosmo-SkyMed já são utilizadas com sucesso no Brasil, onde a Telespazio opera desde 1997. A empresa atua no monitoramento ambiental e de segurança – como a perda de petróleo de plataformas no mar, controle de deslizamentos – além do apoio à agricultura e para aplicações na área de defesa, por exemplo. A Telespazio tem sede em Roma, na Itália, e é resultado de uma joint-venture entre a Finmeccanica (67%) e Thales Group (33%), operando no Brasil por meio da subsidiária Telespazio Brasil. Fundada em 1961, tornou-se franco-italiana em julho de 2005, com a fusão de serviços com a Alcatel Alenia Space, agora Thales Alenia Space. Em abril de 2006, a Alcatel venceu sua cota da Telespazio, uma participação de 67%, para a Thales Group. Em janeiro de 2011 a Telespazio adquiriu as atividades espaciais das duas subsidiárias da Finmeccanica.

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|------------------------------------|--|----------------------------------|----------------------------|-----------------|
| | 77.280 | 77.280 | 561 | 1,05 | 0,97 |

O Grupo Binário põe o foco nos mercados corporativo e educacional

Especializado em serviços e infraestrutura de

redes, o Grupo Binário atua nas verticais de educação, governo e mercado corporativo. Foi destaque com uma rentabilidade sobre as vendas de 9,75% com o expressivo crescimento de 32,6% na receita líquida, índice que a colocou entre as dez empresas que mais cresceram em todo o mercado. “No primeiro semestre de 2015, tivemos grandes projetos na área de educação e no segmento corporativo e em 2016 fechamos três projetos com grandes clientes, o que nos permite prever a repetição de bons resultados”, diz Elinton Lazzuri, diretor geral.

Entre os principais projetos da empresa em 2015 estão os serviços de integração de redes para a DASA (Diagnósticos da América S.A.). O grupo ficou responsável pelo gerenciamento da rede de telecomunicações, com monitoramento, operação e suporte da infraestrutura. A integradora também se encarregou da administração e disponibilidade do ambiente da DASA, que tem 500 unidades e 25 laboratórios espalhados pelo país. O monitoramento da rede de dados envolve 1,4 mil links e o datacenter com gestão centralizada de todos os dispositivos de rede, manutenção, suporte e logística para a troca de equipamentos.

Outro projeto de destaque da integradora foi a participação no consórcio para a construção da Infovia Digital Alagoas, que envolve a implantação de novos links, a migração para tecnologias mais velozes de acesso à Internet e manutenção. O Grupo Binário ficou responsável pela implementação de serviços e construção do NOC (Network Operation Center) e seu gerenciamento. O projeto, vencido por pregão de um edital público, pre-

vê a implantação de 1,5 mil links de acesso à Internet com velocidades variando de 4 Mbps a 100 Mbps e 600 modems para dados móveis. O grupo também forneceu equipamentos de redes e segurança, além de monitorar e garantir o gerenciamento de toda a infovia. Para viabilizar o projeto, a empresa investiu em um centro de operações próprio em Maceió, com profissionais locais. A escola estadual de tempo integral Marcos Antônio Cavalcanti, localizada no bairro Benedito Bentes, em Maceió, foi a primeira a ser conectada pela nova infovia, que conta com uma rede Wi-Fi de alta velocidade e permite o uso de aplicativos educacionais. A nova tecnologia também permite a realização de videoconferências em alta resolução, como audiências a distância com réus presos, reduzindo gastos com o transporte de presos do sistema penitenciário de Alagoas para unidades judiciárias.

Uma parceria importante para o grupo foi fechada em 2016 com o Google for Education, uma plataforma de ensino digital. Aliando ferramentas do Google, como o Chromebook, e aplicativos com as soluções da Binário, o grupo, segundo seu diretor geral, se propõe a levar tecnologia para escolas, mesmo aquelas que precisam começar do zero: “Colocamos à disposição toda nossa expertise em soluções de rede, roteamento e switching, wireless, segurança, treinamento, suporte e podemos fazer a gestão completa da infraestrutura de tecnologia da informação, para que os centros de ensino se preocupem somente com o seu núcleo de negócios”. Conforme o acordo, o Grupo Binário comercializará os notebooks Chromebook, além de todos os produtos e

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil) |
|----------------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| GRUPO BINÁRIO | 711,99 | 32,63 | 9,75 | 1,50 | 2,24 | 71,26 |



Elinton Lazzuri

diretor geral

Nova frente: datacenters para pequenas e médias empresas.

aplicações voltados aos alunos, professores e acadêmicos tais como Gmail, Google Apps, Google Sala de Aula e Google Sites. A principal solução, segundo ele, é o Google Sala de Aula, que permite aos professores simplificar a gestão de ensino pela abertura de salas, distribuir e controlar tarefas e enviar retornos individuais aos alunos. A plataforma fica na nuvem, disponível em qualquer dispositivo, local ou horário, trabalhando de forma unificada e intuitiva. Integrado às demais aplicações da plataforma, o Google Sala de Aula permite um trabalho conjunto com arquivos de texto, planilhas, apresentações, calendários e e-mail de forma colaborativa. O Grupo Binário fornece ainda consultoria para a implementação do sistema e faz a comercialização dos Chromebooks.

A crise econômica também abriu outra frente de negócios para o grupo, com a oferta de serviços de datacenter sob medida. A ideia, segundo Elinton, é oferecer infraestrutura de ponta a ponta, passando pela concepção da ideia, layout e implementação da instalação. O grupo também pode assumir a operação, manutenção e o suporte do ambiente, mirando em datacenters de pequeno e médio portes, com até 200 metros quadrados. “Muitas médias e pequenas empresas não querem levar o seu storage para um hosting, preferindo criar ambientes de processamento nas suas próprias instalações. Atuamos com modelos de oferta por demanda de hardware e software, com contratos de até três anos, ou com a sala ficando para o cliente, com a nossa manutenção e operação”, explica.

A nova unidade de negócios da companhia foi planejada

ao longo de 2015 com investimentos de R\$ 1 milhão na contratação de engenheiros qualificados e na aquisição de equipamentos para viabilizar o modelo de negócios. Uma das ofertas da unidade de datacenter é a consultoria e diagnóstico, com o objetivo de ajudar o cliente a definir o modelo adequado e a modalidade, considerando os requisitos do negócio, os riscos, o crescimento e a operação. Para a infraestrutura física e lógica de TI, o Grupo Binário assume a implantação do cabeamento metálico e óptico; instalação e configuração de switches e roteadores; definição de sistemas e protocolos, e instalação de servidores e sistemas de armazenamento.

Para a gestão e a operação, a empresa conta com três centros de gerenciamento de redes e infraestrutura (NOC), localizados em São Paulo, Barueri (SP) e Maceió (AL), com sistemas capazes de identificar e alertar desvios de comportamento de elementos antes que se tornem falhas críticas, possibilitando atuação de forma proativa. O centro de gerenciamento também pode ser estruturado e instalado no ambiente do cliente. A unidade, segundo o executivo, está preparada para oferecer modelos diferentes de serviços de datacenter como o container e o modular. A empresa entrega o sistema elétrico, sistema de climatização, sistema de extinção de incêndio, cabeamento, software e hardware, controle de acesso e circulação, gerenciamento, entre outros itens. Para consolidar a unidade, a empresa fechou acordos estratégicos com fabricantes como Schneider Electric; Stulz; SmartCube, além de Huawei e CA Technologies, que já atuavam como parceiros.

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|------------------------------------|--|----------------------------------|-------------------------------|-----------------|
| | 101.553 | 81.242 | 9.905 | 38,24 | 1,42 |

A PromonLogicalis se destaca com a oferta de infraestrutura

O crescimento exponencial do tráfego de dados

exige infraestruturas robustas, para garantir a conectividade dentro do escopo de serviços das operadoras de telecomunicações e de todo o segmento corporativo. Essas linhas de negócio são chave para o crescimento da PromonLogicalis, cujas atividades abrangem sistemas de acesso, redes, IoT (Internet das Coisas), infraestrutura definida por software, nuvem e gerenciamento da base de usuários. No ano passado, atendeu demandas por backbones de transportes móveis e plataformas 3G e 4G, além de oferecer serviços em tecnologias emergentes como NFV (Network Function Virtualization), SDN (Software Defined Network) e IoT (Internet das Coisas). “Direcionamos os nossos esforços para oferecer serviços completos e aderentes às necessidades de transformação digital do mercado e investimos no desenvolvimento de software e em projetos relacionados à Internet das Coisas e analytics como fundamentais para o nosso crescimento nos próximos anos”, afirma Rodrigo Parreira, CEO da PromonLogicalis.

A empresa fez bons negócios associados às Olimpíadas tanto em 2015 quanto em 2016. O projeto mais visível é o Porto Maravilha, uma operação que abrange 5 milhões de metros quadrados, na região portuária do Rio de Janeiro, e que deve ter o projeto de reurbanização finalizado no próximo ano. Segundo Rodrigo, trata-se de um dos principais pontos de apoio na estratégia de transformação digital da cidade, na visão da Prefeitura do Rio de Janeiro: “Em conjunto com a Cisco, implantamos soluções de Internet das Coisas e sistemas ligados à infraestrutura das operadoras, para suportar o evento,

com novas redes de fibra óptica, Wi-Fi e redes 4G direta ou indiretamente ligadas às Olimpíadas”.

Outros segmentos que continuaram fortes para a empresa, além das operadoras, foram os bancos, especialmente com os investimentos em segurança. “A prestação de serviços foi destaque na nossa operação no ano passado, representando 60% do faturamento. Nossos esforços são no sentido de sermos um grande provedor de TI, diferenciando a operação com oferta de suporte e monitoramento. Demos uma guinada em nossa estratégia de serviços”, explica Rodrigo. Esse movimento garantiu à PromonLogicalis, que obteve 5,9% de rentabilidade sobre as vendas, o prêmio de destaque do ano do Anuário Telecom.

A empresa tem 500 clientes e suporta 700 mil equipamentos no Brasil e na América Latina. Um dos projetos de destaque, segundo Rodrigo, é o de smart grid, desenvolvido para a AES em Barueri (SP), com a implantação de medidores inteligentes em 70 mil residências, em parceria com a Cisco. A cidade foi escolhida como laboratório vivo da tecnologia e já iniciou a operação do sistema. “Tivemos queda na receita em 2015 compensada por ajuste de custos, preservando rentabilidade”, garante Rodrigo. A empresa compensou essa defasagem crescendo em outros países da América Latina como Argentina, Colômbia, México e Peru, que juntos representaram um crescimento de 10% na receita da empresa na região. No Peru, por exemplo, a PromonLogicalis está implantando infraestrutura de telecomunicações para redes 4G e Wi-Fi público.

De acordo com Rodrigo, 2016 começou bem melhor, com aceleração das vendas em segmentos particular-

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil) |
|------------------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| PROMONLOGICALIS | 428,80 | -8,66 | 5,90 | 1,54 | 10,80 | 57,50 |



Rodrigo Parreira

CEO

Atenção para a transformação digital das empresas

mente ativos como as operadoras. A área corporativa, que estava receosa – indústria e serviços –, também retomou investimentos. “Seguimos fortes em suporte e manutenção de serviços gerenciados. Ainda existe muita incerteza e um otimismo moderado do mercado, mas o Brasil voltou a interessar empresas de fora a fazerem investimentos aqui”, afirma.

Apostando em novos segmentos além das operadoras e bancos, a PromonLogicalis lançou o IoT Cloud Platform para empresas e setor público, voltado às cidades inteligentes. “Vimos setores que tradicionalmente não investem em tecnologia, como o agronegócio, testar modelos e incorporar novas estratégias”, diz Rodrigo.

A empresa, de acordo com ele, também aposta em soluções de análise de dados (analytics) e IoT para a área industrial. “Big Data gera novo espaço de negócios para empresas de energia que investem em redes inteligentes e convergentes”.

No segmento de operadoras, a PromonLogicalis está trabalhando em diversos projetos de análise do perfil do usuário e dados forenses, antecipando possíveis demandas e ofertas de serviços por meio do CEM (Customer Experience Management). Outra demanda do setor que está sendo atendido pela PromonLogicalis, em parceria com a Cisco, é a oferta do DWDM, tecnologia óptica usada para aumentar a banda dos backbones, permitindo canais de alta velocidade, além de soluções que garantem mais qualidade no ambiente indoor, com uma oferta que integra small cells e hotspots Wi-Fi.

Também para as operadoras, a empresa tem ofertas de voz sobre rede LTE, ou VoLTE, para redes 4G e 5G com

maior demanda a partir de 2017. “Os projetos na área de Internet das Coisas, que incorporam sistemas de Big Data e analytics, não são ofertas isoladas, mas parte de uma proposta de valor mais ampla de soluções”, explica Rodrigo.

Outra aposta da PromonLogicalis é no segmento ambiental. A empresa desenvolveu uma aplicação em parceria com a EQAO, empresa de projetos de energia renovável e créditos de carbono, para ações de promoção da sustentabilidade. A solução permite o reconhecimento de atitudes e práticas sustentáveis. Sempre que um cliente optar por produtos ou serviços que reduzam a emissão de gases causadores do efeito estufa, receberá pontos Z — moedas criptográficas lastreadas em créditos de carbono. A oferta é voltada em um primeiro momento para instituições financeiras, empresas do setor de utilities e operadoras de telecomunicações, e faz parte das iniciativas da PromonLogicalis no segmento de IoT. Para 2017, os planos são ampliar presença nos segmentos de agronegócio, varejo, saúde e educação, segundo Rodrigo novos segmentos com demandas interessantes por projetos. As expectativas de negócios na América Latina também são boas, principalmente em países como Argentina, Colômbia e Peru, que estão vivendo novas condições econômicas favoráveis e têm investimentos represados.

Com presença global, o grupo Logicalis tem mais de 4 mil funcionários e receita de US\$ 1,53 bilhão. Na América Latina, são 1,5 mil profissionais, sendo mil no Brasil. Tem cerca de 800 clientes na região, que incluem operadoras de telecomunicações, grandes empresas e entidades do setor público.

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|------------------------------------|--|----------------------------------|----------------------------|-----------------|
| | 914.300 | 914.300 | - | 16,20 | 1,25 |

A Hispamar flexibiliza a oferta e amplia o mercado internacional

Em 2015, a Hispamar Satélites, joint venture entre a Hispasat e a Oi, foi mais uma vez responsável por 60% do faturamento do grupo espanhol Hispasat, apostando fortemente na expansão panamericana, com investimentos realizados em novos satélites para cobertura do continente. Em abril de 2016, a Hispamar nomeou Clovis José Baptista Neto como o novo presidente do conselho de administração. Ex-assessor do antigo Ministério das Comunicações e chefe da assessoria internacional da Anatel, nos últimos 15 anos, ele ocupou a secretaria geral da Citel – Comissão Interamericana de Telecomunicações, responsável pelas questões de telecomunicações da Organização dos Estados Americanos (OEA).

Clovis assumiu o compromisso de fortalecer e construir novas relações institucionais da Hispamar e em 2017 estará à frente de um momento importante para a companhia: o lançamento do novo satélite Amazonas 5, que ficará localizado na posição orbital de 61º Oeste e oferecerá capacidade em banda Ka para a prestação de novos serviços de banda larga no Brasil e no restante da América Latina. O Amazonas 5 também contará com capacidade em banda Ku para oferecer serviços audiovisuais, de redes corporativas e outras soluções de telecomunicações.

Entre os anos de 2015 e 2016, a Hispamar aumentou sua participação nos mercados da América Latina, consolidando diversos projetos no Brasil, Chile, Colômbia, Peru e México, nos segmentos de vídeo, governo e ope-

radoras de telecomunicações. Normalmente, o setor de satélites não percebe de imediato a crise, pois existe um efeito retardado pela natureza do negócio e tipos de clientes. Essa, segundo Clovis, é uma indústria que não trabalha em ciclos de curto prazo e as decisões são tomadas em um horizonte mais longo: “Mas hoje já é possível perceber que a contração econômica já repercute também no nosso mercado”.

A estratégia para superar os obstáculos foi internacionalizar a empresa, com o objetivo de não depender tanto de um país e de uma carteira de clientes mais enxuta, mas buscar novos mercados e se adaptar às necessidades das empresas, com modelos mais flexíveis na oferta de serviços. O movimento foi bem-sucedido, colocando a Hispamar como destaque do Anuário Telecom pelo segundo ano consecutivo com um crescimento de 15,1% na receita líquida e com rentabilidade sobre as vendas de 8,4%.

A recessão afetou os planos das operadoras e a alta do dólar teve efeitos na retração dos clientes. A estratégia da Hispamar foi deixar um pouco de lado o modelo original de oferta de serviços e descer um pouco na cadeia de valor, para estar mais em linha com a necessidade do cliente.

Com uma atuação ampla na América Latina e com desempenhos diferentes entre os mercados, as receitas acabam compensando entre uma região e outra.

Para 2017, estão previstos mais satélites para a região, aumentando a oferta de capacidade e de servi-

| Empresa | Pontuação | Crescimento Receita Líquida em reais (%) | Rent. s/ vendas (%) | Liquidez corrente | Endiv. sobre ativo (%) | Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil) |
|---------------------------|-----------|--|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| HISPAMAR SATÉLITES | 1.573,90 | 32,49 | 5,11 | 0,66 | - | 236,14 |



Clovis José Baptista Neto

presidente do conselho de administração

Aumento na contratação de serviços audiovisuais

ços. “Percebemos um ligeiro aumento na contratação de serviços audiovisuais entre 2015 e 2016, o que teve impacto positivo nos nossos negócios”, afirma Clovis. Para crescer, segundo ele, a Hispamar está estudando algumas possibilidades e realizando novas associações e parcerias com o objetivo de ampliar sua participação de mercado: “Acreditamos que 2017 trará novos ares e novas oportunidades, por isso estamos investindo alto em infraestrutura e novos satélites que serão lançados no próximo ano”.

Entre o final de 2016 e 2017, a Hispamar pretende lançar três novos satélites: o Hispasat 36W-1, ainda em 2016, o Hispasat 30W-6 e o Amazonas 5, previstos para 2017. A empresa, diz Clovis, também está investindo na construção de uma nova infraestrutura no Brasil para a operação dos satélites: “O crescimento do Grupo Hispasat na América Latina e de sua frota de satélites tornou indispensável um espaço maior que o atual para abrigar todos os equipamentos de controle necessários”.

A empresa comprou um terreno em Serviente, no Rio de Janeiro, para onde serão transferidos os serviços atualmente operados pelo centro de controle de satélites da Hispamar no Flamengo e em Guaratiba, também no Rio. No mesmo local, será instalada a nova estação terrena que controlará o satélite Amazonas 5. O novo centro de Serviente, de onde serão operados os satélites Amazonas localizados em 61° Oeste, e os futuros satélites da posição orbital de 74° Oeste, adquirida em 2015, permitirá expansões nos próximos anos. As obras es-

tão em andamento e a sua conclusão está programada para 2017. O novo projeto envolve um investimento de R\$ 40 milhões, incluindo a compra da área, gastos com licença, construção e gastos com a mudança para o novo centro de controle. As novas instalações terão 20 antenas e equipamentos com tecnologia de ponta. O centro de Guaratiba não será desligado e continuará operacional, funcionando como backup. Além dos cerca de 30 profissionais da Hispamar que trabalharão na nova estação, que funcionará 24/7, Serviente vai gerar em torno de 40 empregos indiretos.

O Grupo Hispasat é formado por empresas com presença tanto na Espanha quanto na América Latina, onde está sua filial brasileira, a Hispamar. O grupo atua na difusão e distribuição de conteúdos em espanhol e português, incluindo a transmissão de plataformas digitais de DTH (Direct to Home) e Televisão de Alta Definição (HDTV). A Hispasat também provê serviços de banda larga via satélite e outras soluções de valor agregado para governos, empresas e operadoras de telecomunicações nas Américas, Europa e norte da África. No total a Hispamar conta com cinco posições orbitais no Brasil. A empresa foi a primeira a trazer a banda Ka para a América Latina com o lançamento do Amazonas 3. Com o Amazonas 5 e o Hispasat 1F também reforça serviços de banda Ka em toda a América Latina. O Amazonas 5 é um satélite de grande capacidade e vai atender serviços de TV e banda larga do México, Colômbia e Chile além do Brasil.

| | Receita Líquida Total (R\$ mil) | Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil) | Lucro Líquido Total (R\$ mil) | Rent. s/ patrimônio (%) | Giro dos Ativos |
|--|------------------------------------|--|----------------------------------|----------------------------|-----------------|
| | 263.283 | 263.283 | 13.460 | 6,79 | 0,66 |

Novo espaço de eventos gourmet



Qual o nível de relacionamento com seu cliente?



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

NOSSOS FORMATOS



wine



magic



mixology



gourmet



beer



champagne

VENHA, ENTENDA E ENCANTE-SE.

RUA BARÃO JACEGUAI - 2.046 - CAMPO BELO - SÃO PAULO - 04606-004
CONTATO@EXPERIENCELOUNGE.COM.BR
11 5095.1314

EXPERIENCE Lounge



guia de empresas

**NAS PRÓXIMAS PÁGINAS ESTÁ A RELAÇÃO DAS EMPRESAS QUE
PARTICIPAM DO ANUÁRIO TELECOM 2016 COM INFORMAÇÕES
ECONÔMICO-FINANCEIRAS**

. ACCENTURE

1. Accenture do Brasil Ltda;
2. 11 5188-3000;
3. 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. 2122-6651;
4. Belo Horizonte;
5. MG;
6. dadoscadastrais@aec.com.br;
7. www.aec.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 3512-1260;
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;
3. 5503-9910;
4. São Paulo;
5. SP;
6. vsampaio@alliedbrasil.com.br;
7. www.alliedbrasil.com.br;

. ALU- SERVIÇOS

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

. ASGA SISTEMAS

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

. ATENTO BRASIL

1. Atento Brasil S/A;
2. 11 3779-2218;
3. 5181-4584;
4. SAO PAULO;
5. SP;
6. brasil@atento.com.br;
7. www.atento.com;

. AUTOTRAC

1. Autotraco Comércio e Telecomunicações S/A;
2. 61 3307-7000;
3. 3307-7020;
4. Brasília;
5. DF;
6. marketing@autotraco.com.br;
7. www.autotraco.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

1. BRQ Soluções em Informática S/A;
2. 11 2126-7000;
3. 2126-7000;
4. São Paulo;
5. SP;
6. marketing@brq.com;
7. www.brq.com;

. CABLETECH

1. Cabletech Cabos Ltda;
2. 12 3221-1300;
4. Caçapava;
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 Telecom Participações S/A;
4. São Paulo;
5. SP;
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 Centro de Pesq e Desenv em Telecoms.;
2. 0800-7022773;
3. 19 3705-6274;
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;
4. Alvorada;
5. RS;
6. bruno.machado@digitel.com.br;
7. www.digitel.com.br;

. DIGITRO TECNOLOGIA

1. Digitro Tecnologia Ltda;
2. 48 3281-7000;
3. 3281-7299;
4. Florianópolis;
5. SC;
6. portal@digitro.com.br;
7. www.digitro.com;

. ENGESET

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

. EQUINIX DO BRASIL

1. Equinix do Brasil Sol. de Tec em Informática S/A;
2. 11 3524-4300;
4. São Paulo;
5. SP;
6. marketing@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;

. E-SAFER

1. E-Safer Consultoria em Tecnologia da Informação Ltda;
2. 11 3576-4544;
4. Barueri;
5. SP;
6. wbergamo@e-safer.com.br;
7. www.e-safer.com.br;

. ETELBRAS

1. Etelbras Eletrônica Telecomunicações S/A;
2. 11 2065-3144;
3. 2065-3034;
4. São Paulo;
5. SP;
6. etelbras@etelbras.com.br;
7. www.etelbras.com.br;

EZENTIS
engenharia

. EZENTIS SEICOM ENGENHARIA

1. Ezentis - Serv. Eng. Inst. de Comunicações S/A;
2. 11 4136-3048;
4. Araçariquama;
5. SP;
6. seicom@seicom.com.br;
7. www.seicom.com.br;

FURUKAWA

. 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 50513200;
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 31315136;
4. São Paulo;
5. SP;
6. Alexandre Freire;
7. www.grupocontax.com;

. GUIATEL

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

. HISPAMAR SATÉLITES

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

. HUAWAI DO BRASIL

1. Huawei do Brasil Telecomunicações Ltda;
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;
6. sales@icarotech.com;
7. www.icarotech.com;

. INSTITUTO DE PESQUISAS ELDORADO

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

. INTEGRAVOX

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

. INTEL

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

. INTELBRAS

1. Intelbras S/A Ind. de Telecom. Eletr. Brasileira;
2. 48 3281-9500;
3. 3281-9505;
4. São José;
5. SC;
6. altair.silvestri@intelbras.com.br;
7. www.intelbras.com.br;

. 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;
6. comunicacao@leucotron.com.br;
7. www.leucotron.com.br;



. LEVEL 3

1. Level 3 Comunicações do Brasil Ltda;
2. 11 3957-2200;
3. 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. 11 2162-5400;
3. 2162,5600;
4. Taubaté;
5. SP;
7. www.lge.com.br;

. LINX

1. Linx S/A;
2. 11 2103-2400;
3. 2103-4249;
4. São Paulo;
5. SP;
6. mrkt@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 552 277;
3. 11 4133-3198;
4. Barueri;
5. SP;
6. motorola@itpower.com.br;
7. www.motorolasolutions.com.br/;

. MTEL

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

. NAVITA

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

. NEC

1. Nec Latin America S/A;
2. 11 3151-7000;
3. 3151-7217;
4. São Paulo;
5. SP;
6. vendas@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 2065-2200;
3. 2604-3819;
4. São Paulo;
5. SP;
6. akira@nesic.com.br;
7. www.nesic.com.br;

. NETSERVICE

1. Net Service Ltda;
2. 31 2123-9999;
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;

. NEXTEL

1. Nextel Telecomunicações Ltda;
2. 11 2145-1001;
3. 2145-2013;
4. São Paulo;
5. SP;
6. assessoria.imprensa@nextel.com.br;
7. www.nextel.com.br;

. NOKIA DO BRASIL

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

. OI

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

. ONDA

1. Onda Provedor de Serviços S/A;
2. 47 3025-3000;
3. 3025-3058;
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;cpcruz@positivo.com.br;
7. www.positivoinformatica.com.br;

. PRIMESYS

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

. PROCABLE ENERGIA E TELECOMUNICAÇÕES

1. Procable Energia e Telecomunicações Ltda;
2. 11 4061-9000;
3. 4061-9000;
4. Diadema;
5. SP;
6. cmiranda@procable.com.br;

. PROMONLOGICALIS

1. PromonLogicalis Latin America Ltda;
2. 11 3573-7300;
4. São Paulo;
5. SP;
6. contato@br.promonlogicalis.com;
7. www.br.promonlogicalis.com;

. PRYSMIAN DRAKA

1. Prysmian Draka Brasil SA;
2. 11 4998-4216;
3. 4998-4266;
4. Sorocaba;
5. SP;
6. sales.telecom.br@prysmiangroup.com;
7. www.prysmiangroup.com;

. RADIANTE ENGENHARIA TELECOM

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;
6. m.alonso@samsung.com;
7. www.samsung.com;

. SECCIONAL

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

. SERCOMTEL

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

. SERCOMTEL CONTACT CENTER

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

. SET TELEINFORMÁTICA

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

. SIEMENS

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

. SISGRAPH

1. Sisgraph Ltda;
2. 11 3889-2013;
3. 3889-2015;
4. São Paulo;
5. SP;
6. mkt@sisgraph.com.br;
7. www.sisgraph.com.br;

. SISPRO

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

. Spread Tecnologia

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

. STAR ONE

1. Star One S/A;
2. 21 2121-6336;
4. Rio de Janeiro;
5. RJ;
6. embritel@planin.com;
7. www.starone.com.br;

. STEFANINI

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

. TATA CONSULTANCY SERVICES

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

. TDATA

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

. TECLAN

1. Teclan Engenharia de Software Ltda;
2. 48 3239-4500;
3. 3239-4542;
4. Florianópolis;
5. SC;
6. financeiro@teclan.com.br;
7. www.teclan.com.br;

. TECNOSET IT SOLUTIONS

1. TecnoSet Informática Prods 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;
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 2163-3333;
3. 2163-3334;
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. 2141-3170;
4. Rio de Janeiro;
5. RJ;
6. marketing@telespazio.net.br;
7. www.telespazio.it;



. TELLFREE

1. Tellfree Brasil Telefonia IP S/A;
2. 11 2126-2786;
4. São Paulo;
5. SP;
6. geenciacontabil@tellfree.com.br;
7. www.tellfree.com.br;

. TELSIGN CONSULTORIA

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

. TERRA

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

. 3CORP TECHNOLOGY

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



. TIM

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

. TRIAD SYSTEMS

1. Triad Soft Consul Asses e Com em Informática Ltda;
2. 11 2344-1830;
3. 2344-1832;
4. São Paulo;
5. SP;
6. nakada@triadsystems.com.br;
7. www.triadsystems.com.br;



. TRÓPICO SIST E TELECOM

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;

. UNIVOX

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

. 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;

. VIAVI SOLUTIONS

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

. VOXAGE - SERVIÇOS INTERATIVOS

1. Voxage Telemática Ltda;
2. 11 2103-6500;
3. 2103-6556;
4. São Paulo;
5. SP;
6. contato@voxage.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; marketing@westcon.com;
7. www.westcon.com.br;

. ZATIX

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

SOLUÇÕES EM TECNOLOGIA DIGITAL PARA TRANSFORMAR O SEU NEGÓCIO.



A Tecnologia Digital aplicada aos negócios, traz vantagem estratégica e diferencial competitivo. A Spread Tecnologia, com mais de 33 anos de experiência, auxilia todos os setores da economia a encontrarem a melhor solução para potencializar sua produtividade.

ITSM · APPS · BPO · SAP



Atendimento em
todo Brasil, AL e EUA.



Anos de atuação no
mercado de TIC.



Mais de 2000
Profissionais.



Clientes ativos em
diversos segmentos.

1 MILHÃO DE KM DE ROTAS, 55 MIL KM DE FIBRA ÓTICA E 5 DATA CENTERS TIER III. IMAGINE O QUE A EMBRATEL PODE FAZER PELA SUA EMPRESA.

Com a maior infraestrutura de Telecom da América Latina, a Embratel oferece soluções inovadoras em TI e Telecom com Mobilidade, através de um amplo portfólio desenvolvido exclusivamente para seu negócio.



Conectividade

O maior backbone da América Latina e uma rede IP de última geração. São Soluções de Voz, Dados, Internet, Serviços Gerenciados, Comunicações Unificadas e Colaboração totalmente confiáveis e customizáveis para sua empresa.



Mobilidade

Soluções de Voz, Internet Móvel e M2M/IoT para conectar colaboradores, automatizar processos e aumentar a produtividade e a velocidade na tomada de decisão.



Soluções de TI

Portfólio tecnológico completo, com soluções feitas sob medida para a necessidade de sua empresa, que incluem segurança, gestão de processos e IT Outsourcing.



Cloud Computing

Sua empresa elimina a necessidade de infraestrutura própria e conta com soluções flexíveis, econômicas e de alto desempenho.

Acesse embratel.com.br e conheça todas as soluções.

  /embratel

Embratel
IDEIAS QUE MOVEM

FORNECEDOR OFICIAL DE
SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

