

TELECOM.

anuário | 2017

AS 100 MAIORES EMPRESAS

AS MAIS EFICIENTES

A EMPRESA DO ANO

AS 10 QUE MAIS CRESCERAM

AS 10 MAIS RENTÁVEIS

O MERCADO BRASILEIRO



AGORA PARA SUA EMPRESA.

LIGAÇÕES ILIMITADAS

PARA QUALQUER OPERADORA E QUALQUER LUGAR DO BRASIL COM O 41.

MUITA INTERNET

E MAIS: DICAS E CONTEÚDOS FINANCEIROS,
ARMAZENAMENTO DE ARQUIVOS EM NUVEM
E INFORMAÇÃO PARA MANTER
SUA EMPRESA ATUALIZADA.

TIM EMPRESA. A PARCEIRA DE NEGÓCIOS QUE VOCÊ PRECISA.



SAIBA MAIS EM TIM.COM.BR/EMPRESAS

Oferta válida para todos os Estados até 30/9/2017, podendo ser prorrogada ou cancelada a critério da TIM mediante comunicação. Fazem parte da oferta os serviços de conteúdo (TIM Banca, TIM Finanças e TIM Protect Backup), sendo que os custos são parte do valor total mensal fixo em reais cobrado pela oferta. O tráfego de dados necessário para a utilização dos aplicativos dos serviços de conteúdo não gera cobrança adicional, pois está abarcado no valor da franquia da oferta. Impostos inclusos. Os minutos não podem ser compartilhados. Promocionalmente, até 30/9/2017 os clientes da oferta TIM Black Empresa terão direito a ligações locais e de longa distância nacional, usando o código 41, originadas para números de operadoras móveis (SMP) e fixas (STFC) sem restrição de minutos. Chamadas para qualquer destino SME (rádios) não são elegíveis à oferta TIM Black Empresa, ou seja, serão cobradas de forma avulsa, de acordo com as tarifas vigentes do plano, estando o cliente desde já cliente. Chamadas recebidas a cobrar não estão incluídas no benefício do plano. Roaming nacional sem custo com a utilização do código de discagem 41. Pacote Liberty Web: a velocidade de conexão para funcionamento em rede 4G é de 5Mbps, e em rede 3G é de 1Mbps, sendo, para conexões em rede 4G, a velocidade máxima de download de 5Mbps e de upload de 500Kbps e, em rede 3G, a velocidade máxima de download de 1Mbps e de upload de 100Kbps. Após o término da franquia contratada, a velocidade será reduzida até 128Kbps, em caráter promocional. O usuário com o serviço Autorização Franquia Adicional ativo, após atingir a franquia contratada, pode continuar navegando com a velocidade máxima da rede, caso opte por contratar uma franquia adicional no portal TIM do seu navegador. Em razão dos benefícios, a oferta está sujeita ao prazo de permanência, conforme condições estabelecidas no contrato de permanência de 24 meses. A TIM reserva-se o direito de aplicar restrições de uso fora do Estado (UF) onde o serviço foi contratado. Para mais informações, condições do serviço e disponibilidade de cobertura, acesse www.tim.com.br/empresas ou agende um Consultor TIM. Para clientes TIM, ligue a *144 de seu TIM ou 1056 de qualquer telefone. Deficientes auditivos e de fala, liguem 0800 741 2580 via telefone fixo com DDD. A informação de que a TIM é a melhor operadora móvel para PME em índice de satisfação foi extraída da matéria divulgada pelo Estadão em seu jornal, em 31/7/2017, referente ao prêmio Escolha Estadão PME 2017.



| CLOUD
| DATA CENTER
| VIDEOCONFERÊNCIA
| VOZ
| DADOS
| INTERNET
| OUTSOURCING

“A Algar continua desenvolvendo toda a tecnologia, montando novas redes, se modernizando, mas não perde o jeito especial de atendimento.”

Soluções completas em TI e Telecom
com atendimento que você nunca viu.

Luiza Helena Trajano
Presidente do Conselho
Magazine Luiza



#EmaEmaEma.
cada um tem
seu problema.
A Algar tem
soluções inovadoras para
a sua empresa.

Há 16 anos a Algar é parceira do Magazine Luiza, levando soluções em TI e Telecom que atendem sites de grande capacidade, além de centros de distribuição, lojas e escritórios em todo o Brasil. Mas além da tecnologia que integra diferentes setores da empresa, o maior diferencial está no atendimento próximo e personalizado, com facilidade para falar com a Algar sempre que necessitam. Agora eles não levam problema pra casa.



Ligue e agende uma visita
com nosso consultor **0800 942 1200**
ou acesse **algar telecom corporativo.com.br**

Algar 
Telecom
SEMPRE JUNTO

TELECOM.

anuário | 2017

8	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
42	As 10 que mais cresceram
83	Guia de empresas

...❖ empresas destaques do ano

47 | produtos

48	Componentes, partes e peças – Furukawa
50	Equipamentos de comunicação – Intelbras
52	Equipamentos para Redes Corporativas - Digistar
54	Fios e cabos – Cabletech
56	Infraestrutura – Seccional
58	Software – CPqD

61 | serviços

62	Canais de comercialização – Allied
64	Consultoria, projeto e desenv. de aplicat. – ViaW
66	Gerenciamento de redes – Go2neXt
68	Serviços convergentes – Neovia Solutions
70	Serviços corporativos – Level 3
72	Serviços de call center – Atento Brasil
74	Serviços de hosting e datacenter – Copel Telecom
76	Serviços de infraestrutura de rede – CEMIGTelecom
78	Serviços de integração – Ícaro Technologies
80	Serviços de telefonia fixa e serviços digitais - Vivo



Em 1930, o PIB brasileiro – a soma de todas as riquezas produzidas no país – caiu 2,1%. Em 1931, caiu 3,3%. Foram os dois anos que se seguiram à quebra da Bolsa de Nova York, o famoso crack de 29. Foram também os dois últimos anos da história do Brasil de quedas consecutivas do PIB. Até que, em 2015 e 2016, o país conseguiu repetir a proeza: o PIB caiu 3,8 e 3,6%, respectivamente. E cravou a marca de pior recessão de sua história.

Junto com o PIB, caíram outros valores muito importantes, como a confiança da sociedade no futuro, a credibilidade dos políticos, a crença na Justiça... O desastre moral que se abateu sobre o Brasil deixou um cenário de devastação institucional semelhante ao dos países em guerra. Os níveis de atividade econômica também caíram, mas, surpreendentemente, aí o cenário não chegou a ser de terra arrasada, como seria de se supor. Alguns indicadores, é certo, se mostraram muito negativos: a taxa de desemprego foi de 6,8 milhões em 2014 para 8,5 milhões em 2015 e 11,5 milhões em 2016; as vendas no varejo caíram 4,3% em 2015 e 6,2% em 2016; a produção industrial caiu 8,3% em 2015 e 6,6% em 2016.

Diante desse quadro, não se pode encarar propriamente com surpresa o mau desempenho do mercado brasileiro de telecomunicações. Como revela o levantamento feito pelo Anuário Telecom, o setor registrou queda de 2,27% em sua receita líquida total: foram R\$ 163,9 bilhões em 2016, ante R\$ 167,7 bilhões em 2015. Considerada a inflação de 6,29% do ano passado, porém, o que se viu foi algum crescimento, de 3,93%. Em dólares, a queda foi de 6,4%: US\$ 47 bilhões em 2016, contra os US\$ 50,2 bilhões de 2015. Essa diferença se explica pela valorização de 4,3% do dólar sobre o real.

Mas o Anuário mostra também que o mercado ainda deu sinais de vitalidade. Por exemplo, 75% das empresas analisadas apresentaram lucro em seus balanços. Entre as dez empresas mais rentáveis de todo o setor, houve registro de rentabilidade sobre as vendas que variou de 17,3% a inacreditáveis 128,4%. Embora as instituições continuem sendo torpedeadas por todos os lados neste ano de 2017, a economia parece se descolar dos escândalos e da incompetência de políticos e governantes, e indica que, apesar de tudo, a recuperação é possível. Assim, por exemplo, a inflação bate sucessivos recordes de baixa (o índice acumulado do ano, de 1,62%, é o menor desde a implantação do Plano Real, em 1994); a taxa de desemprego, que bateu nos 14 milhões, parou de crescer; a taxa de juros Selic caiu sete meses consecutivos, chegando a 9,25% em julho.

O que nos resta é torcer para que essa reversão de tendência ao desastre beneficie também o mercado de telecomunicações, um dos pilares do desenvolvimento do país.

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

2016

O ano em que o setor andou de lado

Turbulências políticas e econômicas fizeram de 2016 um período particularmente difícil, tanto para operadoras quanto para os demais prestadores de serviços e a indústria de telecomunicações. A conjuntura desafiadora forçou empresários a sentar à mesa para renegociar contratos, rever estratégias e colocar os custos sob controle. Estudo do Anuário Telecom aponta que a receita líquida em reais caiu 2,27%, de R\$ 167,7 bilhões em 2015, para R\$ 163,9 bilhões em 2016. No entanto, se considerada a inflação de 6,29%, o resultado foi positivo, com um crescimento de 3,93%. A receita total em dólares caiu 6,4%, de US\$ 50,2 bilhões em 2015, para US\$ 47 bilhões em 2016. Apesar do cenário adverso, no entanto, 75% das empresas pesquisadas registraram lucro nos balanços. Os produtos representaram 15,7% da receita total, enquanto serviços (operadoras incluídas) ficaram com 84,3% de participação.

A grande maioria das empresas ouvidas pelo Anuário aposta na retomada de vendas em 2017 e 2018. Se não houver melhora no ambiente político, a economia tende a se descolar desse cenário e ter ritmo próprio em 2018, analisam os empresários.

A crise econômica teve impacto na demanda dos serviços das operadoras e provocou queda significativa nos investimentos, de R\$ 30 bilhões em 2015 para R\$ 28 bilhões em 2016, segundo o Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal (SindiTelebrasil).

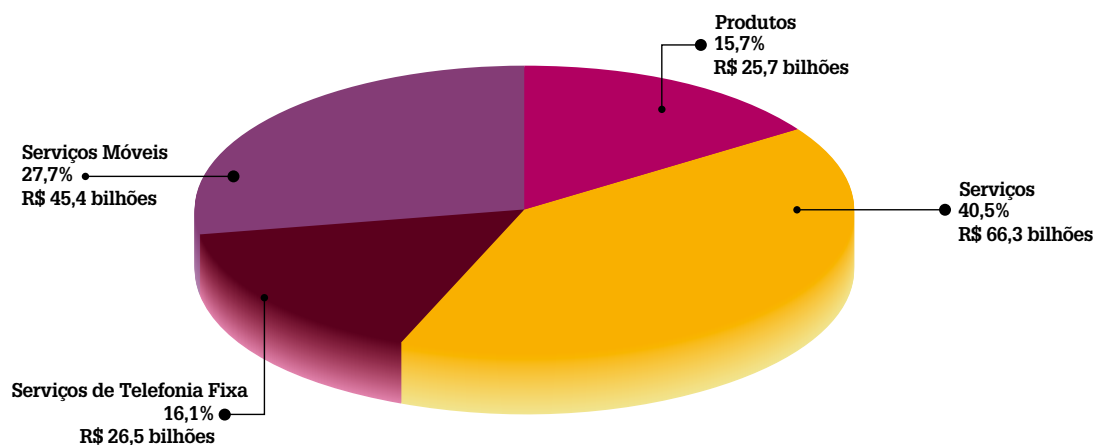
O desempenho da indústria eletroeletrônica, em 2016, não foi diferente. O faturamento do setor alcançou R\$ 129,4 bilhões, 9% inferior ao verificado em 2015, quando foi de R\$ 142,5 bilhões, de acordo com a Abinee (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica). A baixa atividade dessa indústria foi puxada tanto pelo segmento de bens de consumo, como de bens de capital. Pelo lado dos bens de consumo, a queda da renda da população, a alta e crescente taxa de desemprego e o elevado endividamento foram fatores que inibiram a iniciativa de compra dos consumidores, que conviveram com juros elevados e crédito contraído. O mercado de telefones celulares, em unidades, recuou 5% em 2016, em decorrência da queda de 7% nas vendas de smartphones. Apesar disso, o faturamento do mercado de celulares cresceu 10%, em razão do aumento no volume de vendas de produtos de maior valor agregado no ano passado. A instabilidade da taxa de câmbio

em patamares desfavoráveis à competitividade da indústria foi o principal obstáculo a um melhor desempenho das vendas externas, segundo a Abinee. Houve quedas expressivas nas importações de bens finais como os de telecomunicações, informática, materiais elétricos de instalação, equipamentos industriais e automação industrial, que refletem a retração do mercado interno para esses produtos.

As vendas de tablets também caíram pelo segundo ano consecutivo no país, segundo a empresa de consultoria e pesquisa IDC. Em 2016, foram vendidos cerca de 4 milhões de tablets, número 32% menor do que o registrado no ano anterior, quando foram comercializados 5,8 milhões. Também, segundo a Abinee, ocorreu queda significativa nas vendas, em unidades, de desktops (-35%). Já as vendas de notebooks se mantiveram no mesmo patamar de 2015. Dessa forma, se registrou uma retração do faturamento da área de informática de 30%, a maior queda entre os segmentos que compõem a indústria eletroeletrônica.

Um pequeno sinal de retomada aconteceu no primeiro semestre de 2017, com um crescimento de 3,1% comparado ao mesmo período de 2016. O incremento do setor eletroeletrônico foi superior ao verificado na indústria geral (+0,6%) e na indústria de transformação, que recuou 0,2%. No acumulado dos últimos 12 meses, a produção da indústria eletroeletrônica aumentou 0,5%, em decorrência do desempenho da indústria eletrônica (+9,2%), uma vez que a área elétrica diminuiu 5,8%. Outro sinal positivo foi o aumento do número de

O mercado em 2016 R\$ 163,9 bilhões (receita líquida)





André Loureiro,
da IDC:

**“As operadoras
estão mais
agressivas,
oferecendo
trocar voz por
dados com
pacotes que
entregam mais
valor”**

1,8 mil vagas de emprego abertas no setor eletroeletrônico e de telecomunicações no primeiro semestre de 2017, totalizando 232,8 mil empregados diretos. Para a sequência do ano, a tendência prevista pela Abinee é de melhora no mercado, com possíveis reflexos na geração de emprego: sondagem realizada em junho de 2017 apontou que 68% das empresas consultadas esperam crescimento no segundo semestre de 2017, na comparação com o mesmo período do ano passado.

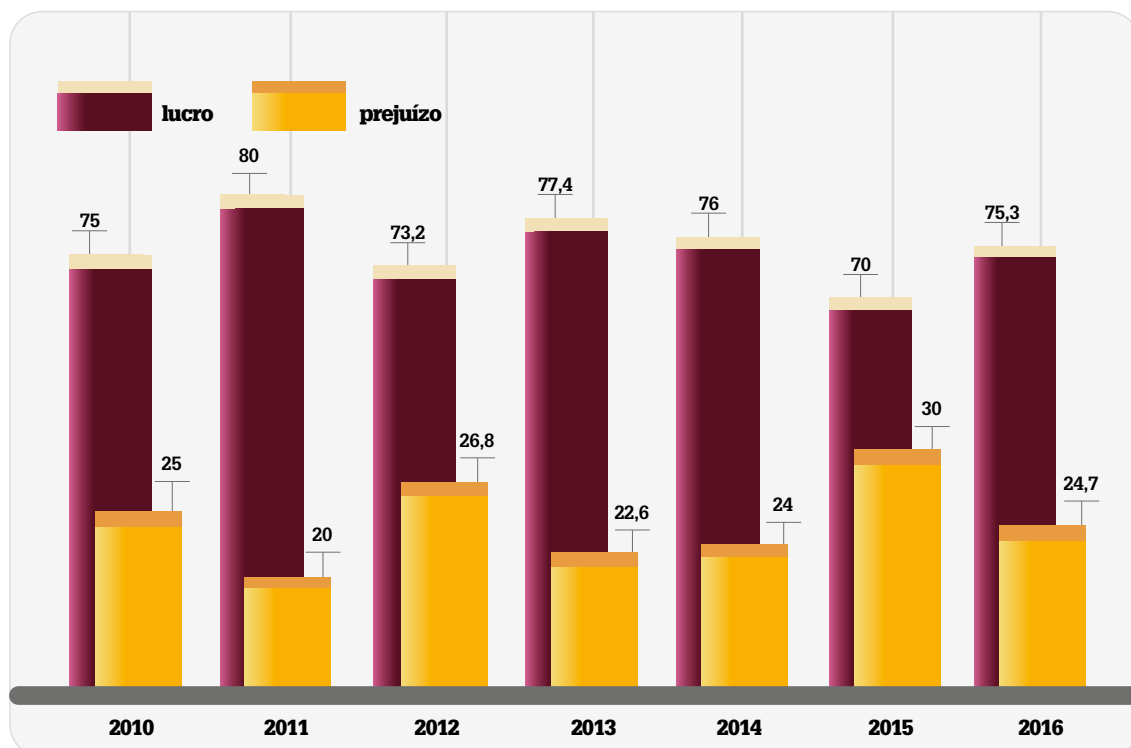
O uso de dados móveis, com a ampliação da cobertura 4G, combinada com o comportamento dos

consumidores de usar cada vez mais Internet em seus smartphones, manteve esse segmento aquecido. A cobertura de rede 4G atingiu 2.208 municípios até maio de 2017, com ativação em 1.708 novos municípios em 12 meses.

O setor de infraestrutura, que inclui equipamentos de networking como routers, switches e Wireless Lan, sofreu revezes. Segundo a IDC, as vendas tiveram queda de 5% em 2016, com as operadoras cancelando ou postergando investimentos principalmente no segmento de B2B, que registrou queda de 3,5% comparado a 2015. E o mercado de B2C praticamente não cresceu. Com o aumento do desemprego, as pessoas passaram a consumir menos tecnologia, reduzindo planos de dados e, com a queda da tarifa de interconexão, usam apenas um chip, com impacto na telefonia móvel, explica André Loureiro, gerente de pesquisa e consultoria de TIC da IDC Brasil. No segmento corporativo, as apostas das teles vão em direção à banda larga fixa e à conexão entre datacenters.

Em 2016, a receita das operadoras com o pré-pago caiu 14%, e até o final de 2017 a previsão é de uma queda de 4%, de acordo com a IDC. Em 2017, as operadoras passaram a se concentrar mais nos

O desempenho das 100 maiores (% de empresas)





INOVAMOS CADA VEZ MAIS PARA CONECTAR AS PESSOAS CADA VEZ MELHOR.

A Claro não para. Inovou oferecendo ligações ilimitadas nos planos Pós, Controle, Pré e até nos planos para empresas. Além de oferecer o 4G mais rápido do Brasil e ampliar sua rede, chegando para mais pessoas e mais cidades. E para que a experiência seja ainda melhor, a Claro criou um novo conceito de lojas. Por isso, cada vez mais e mais pessoas estão fazendo parte desse crescimento e respondendo:

TÔ DENTRO.

4GMAX - O 4G MAIS RÁPIDO DO BRASIL

SIGA Claro Brasil





Rogério Tostes,
da TIM:
**Investimentos
em 4G, para
a oferta de
novos
serviços de
dados.**

planos pós-pagos para rentabilizar serviços. “As empresas estão investindo fortemente nas redes 4G, com previsão de chegar a 2017 com 108 milhões de conexões, e também estão mais agressivas, oferecendo trocar voz por dados com pacotes que entregam mais valor”, explica André.

A TIM foi nessa linha, investindo em 4G para a oferta de novos serviços de dados. “Fizemos um forte investimento na rede, o que nos trouxe a liderança do 4G, e em um novo posicionamento comercial, com lançamentos de vários planos focados no segmento de maior valor”, garante Rogério Tostes, diretor de relações com investidores da operadora. “Nos consolidamos na estratégia de construir uma base de clientes de valor, com foco na oferta de dados e de serviços digitais”, diz. De acordo com ele, a empresa já registrou indicadores muito positivos na primeira metade de 2017 e deve confirmar sua trajetória de crescimento: “O aumento da base de clientes pós-pagos e a forte demanda por dados – aliada à expressiva ampliação da rede 4G – foram elementos fundamentais para a evolução dos resultados”. Até 2019 a TIM planeja investir R\$ 12 bilhões no País, cobrindo 95% da população urbana com tecnologia 4G.

Outra estratégia das operadoras para recompor a rentabilidade e buscar novas receitas no segmento B2B é o investimento em datacenters, mercado que deve crescer entre 8% e 10% nos próximos dois anos, segundo a IDC. “Apesar da grande concorrência no mercado, as operadoras estão oferecendo serviços em nichos e fazendo parcerias com outros provedores para complementar ofertas, ajudando a jornada do cliente rumo à nuvem”, explica André Loureiro.

Em 2017, as operadoras se movimentaram para

rentabilizar seus investimentos em Big Data, com oferta de serviços mais assertivos aos clientes. Além disso, iniciaram testes de Internet das Coisas (IoT), com estudos de casos e posicionamento em verticais de mercado. Outro investimento importante das teles tem sido em aplicativos, com parcerias com provedores de conteúdo ou mesmo desenvolvimento interno. Segundo a consultoria McKinsey, que atua junto ao governo e ao BNDES na formulação do plano nacional de IoT, as operadoras de telecomunicações devem buscar melhor posicionamento para capturar as oportunidades desse mercado, tanto no campo da conectividade quanto em outras áreas, que geram mais valor na cadeia. No mercado global de IoT, estimado em US\$ 4 bilhões, conectividade representa apenas 5% a 10%. A maior parte da receita está no desenvolvimento de soluções e serviços de valor adicionado, com espaço para as teles atuarem como integradoras, firmando parcerias com outras empresas especializadas. Um passo importante, segundo a McKinsey, será começar com a oferta de sistemas analíticos, consolidando dados e informações além de oferecer serviços de casa conectada, energia, mobilidade (carros conectados) e manufatura avançada.

No segmento de infraestrutura, o mercado de datacenters incrementou a receita de empresas como a Cisco, cujas soluções nesse segmento e no de computação em nuvem foram significativas nos negócios em 2016 e 2017, com a oferta de servidores blade e networking. “Temos apostado em soluções que simplificam a automação de datacenters, um dos alicerces da transformação digital”, diz o presidente da Cisco Brasil, Laércio Albuquerque. A empresa



Laércio
Albuquerque,
da Cisco:
**Aposta em
soluções que
simplificam a
automação de
datacenters**

O Paraná
é o primeiro Estado
100% digital
do Brasil.
Nem na internet
você encontra
uma definição
melhor
pra orgulho.

O nosso orgulho
é tanto que é até difícil
explicar. Afinal, além
de ser considerada
a melhor operadora
do país pela Anatel,
a Copel Telecom,
com a sua rede
de fibra óptica, tornou
o Paraná o primeiro
Estado 100% digital
do Brasil.



José Formoso,
da Embratel:
**Novos produtos
de segurança e
soluções
de cloud
computing**

também colheu bons resultados dos Jogos Olímpicos Rio 2016, como patrocinadora oficial, com o fornecimento de equipamentos e serviços de engenharia e suporte técnico. Em conjunto com startups, a Cisco desenvolveu soluções para o Porto Maravilha, como o bueiro inteligente, além das Naves do Conhecimento, com a formação de profissionais qualificados.

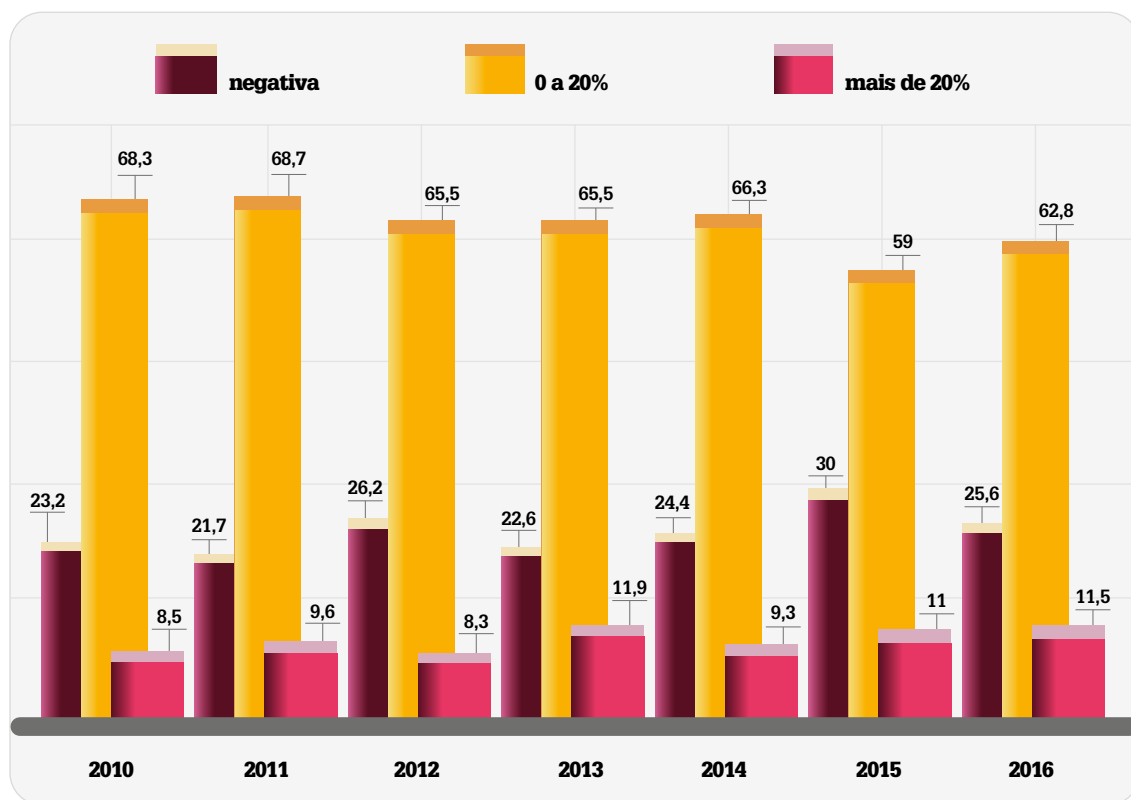
A empresa, segundo Laércio, é fornecedora das operadoras e do segmento corporativo, atuando na transformação digital e soluções que suportam os serviços móveis e fixos: “O segmento de mobilidade representou uma parcela importante dos nossos re-

sultados, impulsionados principalmente pelo crescimento das redes 4G com banda larga e do vídeo em dispositivos móveis”. Segundo um estudo da Cisco, até 2021 a base de usuários móveis no Brasil atingirá 81% da população ou 176 milhões de usuários, e o tráfego de vídeo através de dispositivos móveis passará dos atuais 61% para 80% do tráfego móvel total.

Outro segmento aquecido foi o de segurança, com a oferta para empresas e datacenters. Estudo da Cisco mostrou que mais de um terço das organizações que enfrentaram brechas de segurança em 2016 reportaram perdas de 20% em receitas, além da perda de clientes e oportunidades de negócios.

Segundo a IDC, além da oferta de serviços em nuvem, um mercado que começa a se destacar é o de Internet das Coisas (IoT) que deve crescer 24% no país entre 2016 e 2020. A explosão do uso de dados móveis nos smartphones, em redes 3G e 4G, também impulsionou o mercado de banda larga fixa entre provedores regionais (ISPs), que atendem entre uma e duas cidades. Os ISPs registraram crescimento de 19% em número de assinaturas em 2016; e até maio de 2017 cresceu 10% em comparação com o mesmo período do ano anterior, indicando que vai acompanhar ou mesmo superar o crescimento de 2016.

Rentabilidade sobre vendas líquidas (% de empresas)





Eduardo Carvalho, da Equinix:
“A instabilidade econômica oferece oportunidades para o mercado de outsourcing”.

A Embratel, patrocinadora e fornecedora oficial de telecomunicações junto com a Claro e NET, também teve bons resultados com os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos 2016. “O projeto significou superar diversos desafios, como garantir, com a entrega da infraestrutura de telecomunicações gigante construída para o evento, garantir o acesso aos Jogos a uma imensa quantidade de pessoas que estiveram no Rio de Janeiro – entre elas 25 mil jornalistas, 50 mil voluntários e mais de 15 mil atletas de 200 países –, além de bilhões de telespectadores que assistiram às competições pela televisão, graças à transmissão de imagens via rede da Embratel”, lembra o CEO da empresa, José Formoso. Essa experiência foi rica para a companhia com a criação de novos produtos de segurança e soluções de cloud computing. Em 2016, a Embratel ampliou seu portfólio, aumentando as ofertas para os segmentos de tecnologia da informação e mobilidade para clientes empresariais de todos os tamanhos, com destaque para soluções de telepresença como serviço, datacenter, computação em nuvem, e-commerce, sistemas analíticos, soluções de TI, comunicações unificadas e ofertas combinadas entre serviços tradicionais e inovadores. Outro destaque, segundo Formoso, foi a entrada da Embratel em mercados como machine to machine (M2M) e Internet das Coisas (IoT), para a oferta de automóveis conectados.

Em 2016, a empresa lançou o nono satélite da frota, o Star One D1, resultado de investimentos de cerca de US\$ 400 milhões. A nova capacidade é direcionada aos clientes corporativos no Brasil, outros países das Américas do Sul, Norte e Central, permitindo novos serviços como distribuição de vídeo e

backhaul de celular via satélite. “Com o Star One D1, a Embratel atende regiões que precisam de interconexão de redes celulares via satélite, além de prover diversos serviços corporativos, tais como interligação de empresas à Internet”, afirma Formoso.

Com a desaceleração da economia, a busca por outsourcing de telecomunicações ganhou destaque no radar das empresas. A Sonda, especializada na prestação de serviços, se beneficiou do aumento do interesse por projetos com foco na redução de custos. “Temos sentido uma leve retomada em 2017 com mais solicitações de consultoria e projetos”, anima-se José Camargo, diretor executivo de vendas da área de telecom na Sonda. Segundo ele, em 2016 os mercados mais compradores de soluções de telecomunicações foram os de saúde (hospitais, laboratórios), beleza e cosméticos, varejo (alimentação) e datacenters.

Este último segmento tem passado por transformações e ampliado seu escopo de serviços, com a abertura de mais unidades no país, como fez a Equinix. “A instabilidade econômica oferece oportunidades para o mercado de outsourcing, pois é uma opção mais econômica a médio e longo prazos, para que o cliente possa focar em seu negócio principal e ter a certeza de que sua infraestrutura estará bem assistida”, diz Eduardo Carvalho, presidente da Equinix no Brasil. A empresa expandiu operações com a construção de um novo datacenter em Santana de Parnaíba, na Grande São Paulo, inaugurado em março de 2017. Além disso, adquiriu 29 datacenters da Verizon nas Américas, um deles em São Paulo. Agora tem no país seis centros de dados – dois no Rio de Janeiro e outros quatro em São Paulo, dobrando sua capacidade de serviços comparada a 2016. “As novas tecnologias têm exigido, cada



Paulo Marcelo, da Resource:
“A tendência de um modelo de microsserviços impulsionará cada vez mais o uso de cloud”.

vez mais, que as empresas passem por uma transformação digital, e se adaptem à nova era, consolidando dados gerados pela Internet das Coisas, que precisam ser processados e analisados rapidamente, exigindo uma boa infraestrutura e capacidade de interconexão. Acreditamos que o futuro da infraestrutura de TI nessa nova era está na Arquitetura Orientada à Interconexão (IOA), que demanda serviços especializados de data-center”, afirma. O modelo une companhias de rede de alta capacidade para permitir que as empresas sejam capazes de fazer conexões diretas entre si com soluções em nuvem de forma rápida, prática e segura.

A computação em nuvem e a cibersegurança foram fundamentais para os bons resultados da Resource. De acordo com o CEO Paulo Marcelo, a empresa partiu para novas unidades de negócio: uma com foco no desenvolvimento e implantação de soluções digitais para instituições financeiras públicas; outra é a de Infra Technology & Solutions, que fornece soluções de Cloud, e ainda uma na área de segurança, a ITO & Cyber Security. A aposta em 2017 e 2018 é em computação em nuvem, com a Resource atuando como Cloud Services Broker. “A tendência de um modelo de microsserviços impul-

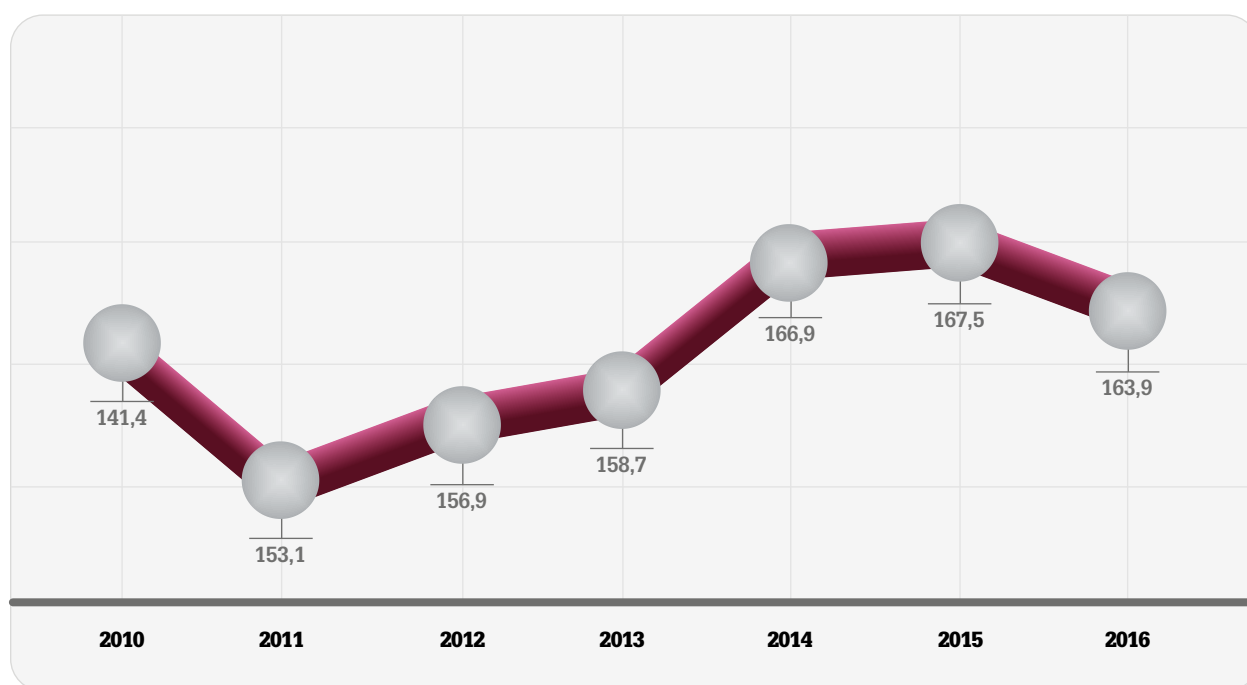
sionará cada vez mais o uso de cloud”, afirma.

Apesar da retração dos investimentos das operadoras em 2016 em áreas tradicionais de redes, a Huawei manteve as receitas estáveis com relação ao ano anterior, principalmente pelo crescimento da unidade corporativa e novos negócios como a computação em nuvem e Big Data. Na opinião de Alan Constancio da Silva, líder de marketing estratégico e transformação digital da Huawei, o aumento da instabilidade tem impacto direto no setor, pois freia



Alan Constancio da Silva, da Huawei:
“O mercado de Internet das Coisas deve gerar oportunidades na melhoria das redes fixas e móveis até 2020”.

Evolução do mercado (em R\$ bilhões)



investimentos internacionais e locais: “Além disso, o desemprego faz com que a população invista menos em consumo de tecnologia e entretenimento, o que impacta a base de assinantes das operadoras, as receitas e o investimento em bens de capital (CAPEX)”.

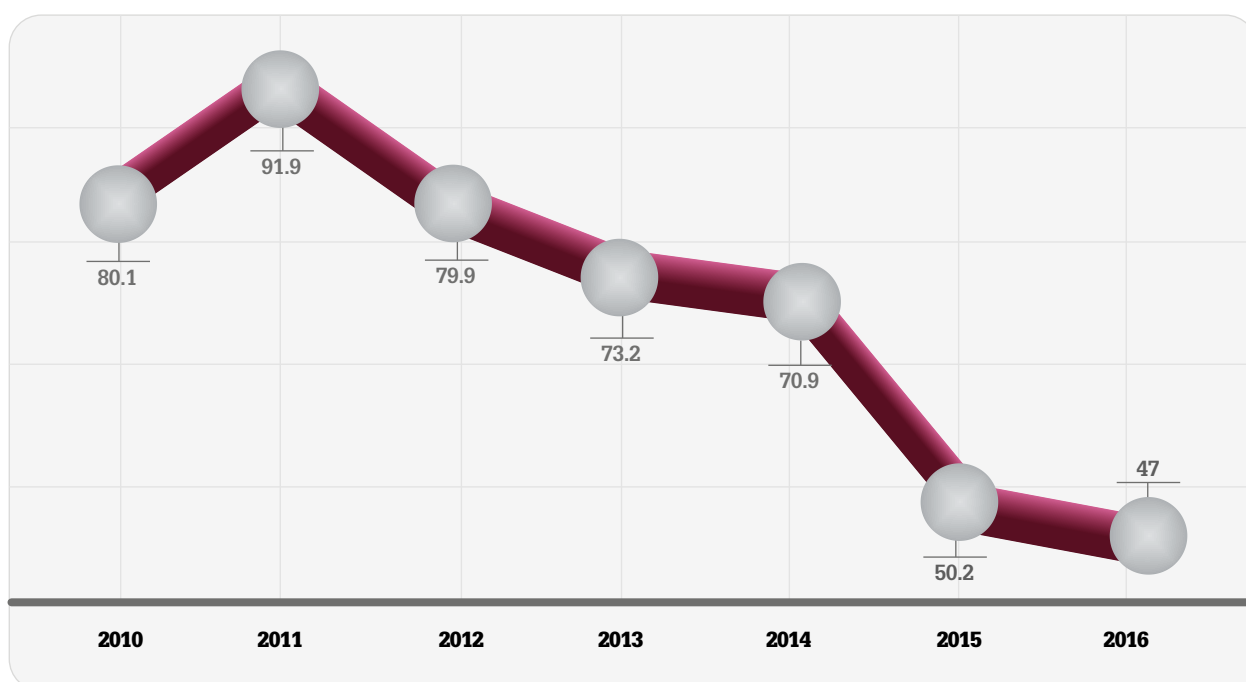
Os consumidores, ávidos por tecnologia e serviços digitais com seus smartphones, continuam a exigir mais largura de banda, abrindo oportunidades na modernização das redes 4G e sua evolução, os serviços 4,5G, além do amadurecimento de projetos em IoT, trazendo mais negócios para a Huawei. “O segmento corporativo, principalmente nas verticais de cidades inteligentes, serviços financeiros, energia e provedores de Internet (ISPs) continuam compradores”, diz Alan. Outra área promissora, em sua opinião, é a transposição das redes para a nuvem. “O mercado de Internet das Coisas deve gerar oportunidades na melhoria das redes fixas e móveis que até 2020”.

As operadoras de telecomunicações também estão otimistas quanto ao ano de 2018. Elas aguardam a alteração na Lei Geral de Telecomunicações através do PLC79/2016, projeto que vai permitir que o setor direcione recursos para serviços com maior demanda, como banda larga, ao invés de outros que

estão caindo em desuso, como os telefones públicos. Segundo o SindiTelebrasil, o setor também vê com apreensão a tramitação, no Congresso Nacional, de leis que proíbem a aplicação de franquias em acessos de banda larga fixa, prejudicando a adoção de modelos de negócio e onerando consumidores, especialmente aqueles que ainda não possuem o serviço ou que dependem de acessos com tecnologia via rádio ou satélite. Para as teles, a ampliação da cobertura para municípios menores e remotos só será possível com a elaboração de políticas públicas adequadas, que seriam financiadas pelo saldo das concessões e pelos fundos setoriais. Outra demanda do setor é a adequação das normas municipais à Lei Geral das Antenas: nas grandes cidades, as operadoras enfrentam dificuldades para melhoria dos serviços devido aos entraves para instalação de sites.

Para a IDC, o período de turbulência econômica no B2B será amenizado até o final do ano. Pesquisa feita no início de 2017 mostrou que os empresários estão dispostos a investir em tecnologia da informação e telecomunicações (TIC): 75% das empresas vão investir igual ou mais que 2016 em TIC, mostrando um cenário mais promissor.

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	14.432.770,70	56,09
Equipamentos para Redes Corporativas	5.354.984,31	20,81
Infraestrutura	2.202.932,09	8,56
Fios e Cabos	1.158.126,17	4,50
Software	1.102.835,45	4,29
Componentes, Partes e Peças	838.948,25	3,26
Outros Produtos	403.222,64	1,57
Equipamentos de Comunicação	236.997,89	0,92
Total	25.730.817,50	100,00

Serviços

	Receita Líquida (R\$ mil)	Participação (%)
Serviços Móveis	45.387.077,81	32,86
Serviços Convergentes	43.603.524,32	31,57
Serviços de Telefonia Fixa	26.449.175,34	19,15
Serviços de Call Center	7.299.332,46	5,28
Serviços Digitais	3.877.864,15	2,81
Serviços Corporativos	3.052.372,32	2,21
Gerenciamento de Redes	2.236.280,13	1,62
Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	1.931.256,90	1,40
Serviços de Integração	1.895.907,08	1,37
Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	1.264.408,45	0,92
Serviços de Infraestrutura de rede	1.134.274,13	0,82
Total	138.131.473,09	100,00

Total Geral

163.862.290,59

Agilidade e confiança que transformam o atendimento em parceria de sucesso

Critérios de Avaliação

A pesquisa e a comparação dos resultados financeiros das empresas do mercado de telecomunicações, no ano fiscal de 2016, 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 2016, do ativo, do passivo, e dos resultados, os valores foram convertidos em R\$ mil e divididos pela média anual do dólar mensal médio (R\$ 3,4838). O mesmo procedimento foi adotado para a transformação do lucro líquido.

PRINCIPAIS INDICADORES:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

A ESCOLHA DOS DESTAQUES DE 2016

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

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

Nos anos em que a variação cambial for 10 pontos percentuais superior à inflação do período, não será considerado o crescimento da receita líquida na cesta de pontos. Foi o que aconteceu em 2016, quando a variação cambial foi de 18,6%, e a inflação foi de 6,29%.

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, 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 (20)
AeC CONTACT CENTER (22)
AGORA TELECOM (45)
ALCATEL-LUCENT (29)
ALGAR CELULAR (38)
ALGAR MÍDIA (84)
ALGAR MULTIMÍDIA (36)
ALGAR TECH (37)
ALGAR TELECOM (27)
ALLIED (15)
APPLE (7)
ASGA SISTEMAS (80)
ATENTO BRASIL (14)
AUTOTRAC (47)

B

BRASILSAT (95)
BRASILSAT HARALD (54)
BRQ (89)

C

CABLETECH (48)
CEMIG TELECOM (57)
CISCO (9)
CLARO (2)
CLEMAR ENGENHARIA (58)
COPEL TELECOM (44)
CPQd (53)

D

DARUMA TECNOLOGIA (66)
DIGISTAR (93)
DIGITEL (88)

E

EMBRATEL STAR ONE (28)
EMBRATEL TVSAT (8)
ENGESET (52)
EQUINIX DO BRASIL (40)
ERICSSON (11)
EZENTIS (46)

F

FURUKAWA (26)

G

GO2NEXT (77)
GRUPO BINÁRIO (60)
GRUPO CONTAX (16)
GUIATEL (83)

H

HELLERMANNTYTON (72)
HISPAMAR SATELITES (34)
HUAWEI DO BRASIL (12)

I

ICARO TECHNOLOGIES (78)
INSTITUTO DE PESQUISAS
ELDORADO (56)
INTEL (31)
INTELBRAS (32)

J

JUNIPER (39)

L

LEUCOTRON TELECOM (74)
LEVEL 3 (23)
LG ELECTRONICS (13)
LINX (65)
LOGICALIS (21)

M

MAPRA (100)
MOTOROLA SOLUTIONS (17)
MTel (67)

N

NAVITA (76)
NEC (42)
NEGER TELECOM (91)
NEOVIA SOLUTIONS (82)
NESIC (68)
NETSERVICE (71)
NEXANS (63)
NOKIA DO BRASIL (6)

O

OI (3)
ONDA (96)
OPTION TELECOM (99)

P

POSITIVO (30)
PRIMESYS (33)
PROCABLE (87)
PRYSMIAN CABOS (35)

R

RADIANTE ENG TELECOM (59)

S

SAMSUNG (5)
SECCIONAL (86)
SERCOMTEL (51)
SERCOMTEL
CONTACT CENTER (79)
SIEMENS (64)
SISGRAPH (97)
SISPRO (98)
SPREAD TECNOLOGIA (50)
STEFANINI (49)

T

TATA CONSULTANCY SERVICES (43)
TDATA (10)
TECLAN (94)
TECNOSET IT SOLUTIONS (81)
TELEFONICA VIVO (1)
TELEMONT (19)
TELEPERFORMANCE BRASIL (25)
TELESPAZIO BRASIL (61)
TELLFREE BRASIL (92)
TELSIGN CONSULTORIA (90)
TERRA (41)
3CORP TECHNOLOGY (70)
TIM (4)
TRIAD SYSTEMS (75)
TRÓPICO SIST E TELECOM (62)

U

UNITELCO (73)
UOL (24)

V

VIAW (69)
VOXAGE - SERV. INTERATIVOS (85)

W

WESTCON BRASIL (18)

Z

ZATIX (55)



**MOVIDOS
PELA TECNOLOGIA**
COM UMA VARIEDADE
DE PRODUTOS E SERVIÇOS
AO SEU ALCANCE.

Oferecer a maior diversidade de serviços e o melhor portfólio de produtos tecnológicos, nos deixa mais próximos de nossos clientes e parceiros, facilitando a vida de quem, assim como nós, é apaixonado por tecnologia.

Estar pelo **7º ano consecutivo** na Anuário Telecom, mostra que a tecnologia está em nosso DNA.

www.alliedbrasil.com.br



/alliedtecnologia



Allied Tecnologia S.A.

acer

alcatel

amazon



Revendedor
Autorizado

ASUS

dji

Google

GoPro

hp

Lenovo

LG

Life's Good

logitech

Microsoft

motorola

POSITIVO

SAMSUNG

SONY

trackimo
always there

ZTE



ALLIED

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 ²	Serviços Móveis ^(15,13,17,18)	42.508.459	42.508.459	12.201.751	1,15	5,51	69.244.419
2	2	CLARO ²	Serviços Móveis ^(15,13,20,18)	31.179.801	32.478.959	9.322.854	-7,59	-3,61	15.797.169
3	3	OI ²	Serviços de Telefonia Fixa ⁽¹⁵⁾	25.996.423	25.996.423	7.462.088	-8,89	-4,96	12.455.606
4	4	TIM ²	Serviços Móveis ⁽¹⁵⁾	15.146.372	15.146.372	4.347.658	-13,03	-9,28	15.892.119
5	10	SAMSUNG ^{1,2}	Terminais	7.419.519	20.052.753	5.756.000	0,61	4,95	NI
6	13	NOKIA DO BRASIL ¹	Terminais ⁽⁹⁾	5.051.510	5.051.510	1.450.000	7,41	12,04	NI
7	-	APPLE ^{1,2}	Terminais	4.218.882	6.026.974	1.730.000	0,00	0,00	NI
8	-	EMBRATEL TVSAT ²	Serviços Convergentes	3.538.855	3.538.855	1.015.803	26,78	32,24	1.901.668
9	22	CISCO ^{1,2}	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados	2.438.660	2.438.660	700.000	0,00	4,31	NI
10	6	TDATA	Serviços Convergentes	2.437.499	2.437.499	699.667	-6,75	-2,73	1.079.464
11	9	ERICSSON	Infraestrutura ^(11,8,9,12)	2.166.957	2.166.957	622.010	-5,43	-1,35	504.891
12	12	HUAWEI DO BRASIL ¹	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(8,6)	2.147.000	2.147.000	616.281	8,33	13,00	NI
13	26	LG ELECTRONICS ¹	Terminais	1.961.728	6.539.093	1.877.000	2,99	7,43	NI
14	11	ATENTO BRASIL	Serviços de Call Center	1.841.438	2.832.981	813.187	-9,68	-5,79	294.833
15	8	ALLIED	Terminais ⁽⁹⁾	1.611.957	2.149.276	616.934	0,00	0,00	674.028
16	7	GRUPO CONTAX ²	Serviços de Call Center	1.531.954	2.042.605	586.315	-38,99	-36,36	12.831
17	37	MOTOROLA SOLUTIONS ¹	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ^(6,7)	1.306.425	1.306.425	375.000	28,46	34,00	NI
18	14	WESTCON COMSTOR ^{1,2}	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(3,8,9)	1.150.000	1.150.000	330.099	-4,13	0,00	NI
19	15	TELEMONT ²	Gerenciamento de Redes	851.349	851.349	244.374	-23,89	-20,61	6.974
20	18	ACCENTURE	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ⁽¹³⁾	845.119	2.726.191	782.534	1,45	5,83	1.154.456
21	16	LOGICALIS	Serviços de Integração ^(12,6,10,19)	834.800	834.800	239.623	-12,47	-8,70	NI
22	19	AeC CONTACT CENTER	Serviços de Call Center	807.961	807.961	231.919	-5,59	-1,52	85.977
23	20	LEVEL 3	Serviços Corporativos ^(18,19)	784.682	784.682	225.237	-1,00	3,27	213.370
24	17	UOL ²	Serviços Convergentes	769.717	769.717	220.942	-18,99	-15,50	1.613.367
25	23	TELEPERFORMANCE BRASIL ^{1,2}	Serviços Digitais	745.000	745.000	213.847	2,09	6,49	NI
26	24	FURUKAWA	Fios e Cabos ⁽¹⁾	650.918	650.918	186.841	1,53	5,91	367.116
27	25	ALGAR TELECOM	Serviços Corporativos ^(13,15,14)	632.704	869.099	249.469	1,21	5,57	1.075.826
28	27	EMBRATEL STAR ONE ²	Serviços Digitais ^(18,16)	625.656	625.656	179.590	17,12	22,17	1.426.207
29	21	ALCATEL-LUCENT ²	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(12,5,11,9)	609.194	609.194	174.865	-21,42	-18,03	81.083

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.



anuário 2017

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

Ativo Perm. (R\$ mil)	Lucro Bruto (R\$ mil)	Lucro Operacional (R\$ mil)	Lucro Líquido (R\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Rent. s/ Invest. (%)	Giro dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (R\$ mil)
76.494.159	21.685.445	5.134.722	4.085.242	5,90	9,61	0,90	47,40	5,55	2,90	4,00	0,42	25,33
43.387.249	11.949.638	-2.315.442	-1.678.437	-10,62	-5,17	0,47	305,54	0,90	11,48	-2,62	0,51	-51,53
37.576.112	9.147.716	-3.236.328	-7.121.116	-57,17	-27,39	0,44	559,71	58,52	12,68	-8,67	0,32	-1.798,72
20.467.202	7.731.791	935.338	691.236	4,35	4,56	1,32	109,52	19,98	2,78	2,08	0,45	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0	664.651	-450.915	-301.631	-15,86	-8,52	1,22	59,27	0,00	0,00	-9,96	1,17	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
110.109	1.254.160	1.176.882	772.634	71,58	31,70	2,26	60,77	0,00	-3,59	44,52	1,40	-
109.490	176.036	184.287	90.066	17,84	4,16	1,11	375,20	12,62	-10,22	3,75	0,90	194,95
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
588.369	405.139	59.120	35.303	11,97	1,25	1,13	515,72	2,81	4,90	1,94	1,56	0,54
436.591	305.952	77.716	53.749	7,97	2,50	1,20	186,38	3,49	3,87	2,78	1,11	74,65
563.416	94.434	-312.940	-209.365	-1.631,71	-10,25	1,39	16.599,06	12,32	8,44	-9,77	0,95	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
48.913	156.053	71.312	52.652	754,98	6,18	0,99	5.730,73	14,45	-0,26	12,95	2,09	0,00
157.367	586.744	27.507	13.008	1,13	0,48	1,79	62,76	4,77	1,74	0,69	1,45	1,26
NI	NI	NI	NI	11,04	4,20	1,46	1,64	10,77	0,58	4,20	0,97	44,20
156.668	152.165	0	76.855	89,39	9,51	1,02	334,65	11,61	1,17	20,57	2,16	3,03
600.161	372.307	146.792	100.879	47,28	12,86	1,04	308,26	4,01	0,25	11,58	0,90	167,85
1.945.244	480.490	165.345	162.953	10,10	21,17	1,15	53,51	5,33	4,88	6,58	0,31	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
229.836	189.533	5.003	5.092	1,39	0,78	2,25	58,48	4,82	1,27	0,88	1,12	4,61
2.193.884	434.437	186.336	182.496	16,96	21,00	0,59	137,02	43,04	9,06	7,16	0,34	11,32
0	358.128	315.209	227.090	15,92	36,30	0,16	91,42	0,00	2,16	8,32	0,23	1.188,95
12.008	53.069	-96.733	-96.535	-119,06	-15,85	1,38	959,09	0,00	0,14	-11,24	0,71	-

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 clientes e acionistas.



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)
30	34	POSITIVO	Terminais ⁹⁾	606.740	1.746.015	501.181	-9,19	-5,27	559.245
31	49	INTEL ¹	Componentes, Partes e Peças	547.653	2.738.267	786.000	7,23	11,85	NI
32	29	INTELBRAS	Terminais ^{2,5,7)}	529.332	1.126.238	323.279	23,24	28,56	401.410
33	28	PRIMESYS ²	Serviços Corporativos	515.485	515.485	147.966	-1,08	3,18	560.386
34	39	HISPAMAR SATÉLITES ²	Serviços Digitais	514.653	514.653	147.727	87,40	95,48	194.734
35	36	PRYSMIAN CABOS ²	Fios e Cabos	488.887	977.774	280.663	0,00	0,00	445.926
36	35	ALGAR MULTIMÍDIA ²	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	463.156	463.156	132.946	17,36	22,42	506.881
37	30	ALGAR TECH	Gerenciamento de Redes ^(11,10)	451.826	451.826	129.693	-4,78	-0,67	67.243
38	31	ALGAR CELULAR ²	Serviços Móveis ⁽¹⁵⁾	410.592	410.592	117.858	-7,27	-3,27	523.504
39	55	JUNIPER ¹	Infraestrutura ^(7,8)	385.657	385.657	110.700	2,69	7,12	NI
40	38	EQUINIX DO BRASIL	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	352.531	352.531	101.192	22,30	27,58	245.652
41	33	TERRA ²	Serviços Convergentes	327.076	327.076	93.885	-16,26	-12,65	241.324
42	32	NEC	Infraestrutura ^(7,18,2,6,12)	315.346	431.981	123.997	-10,67	-6,82	130.473
43	58	TATA CONSULTANCY SERVICES	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	307.000	614.000	176.244	12,13	16,97	NI
44	42	COPEL TELECOM	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center ^(16,18)	297.472	323.339	92.812	13,86	18,77	446.155
45	-	AGORA TELECOM ^{1,2}	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados	287.623	299.607	86.000	0,00	0,00	NI
46	41	EZENTIS	Gerenciamento de Redes	272.299	272.299	78.161	11,63	16,44	22.536
47	43	AUTOTRAC	Serviços Digitais ⁽²⁾	232.610	264.330	75.874	-0,75	3,53	127.326
48	44	CABLETECH	Fios e Cabos ^(5,1)	186.239	186.239	53.459	-18,58	-15,06	73.027
49	45	STEFANINI	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ⁽¹³⁾	183.835	967.553	277.729	8,63	13,31	91.453
50	47	SPREAD TECNOLOGIA	Serviços de Integração	165.000	300.000	86.113	-11,23	-7,41	NI
51	48	SERCOMTEL	Serviços de Telefonia Fixa ^(14,19)	154.811	182.131	52.279	-7,37	-3,38	70.853
52	52	ENGESSET ²	Gerenciamento de Redes	139.285	139.285	39.981	14,94	19,89	40.110
53	40	CPqD	Software ⁽¹⁰⁾	118.147	292.442	83.943	-1,88	2,35	300.485
54	50	BRASILSAT HARALD	Infraestrutura ^(1,4)	117.447	117.447	33.712	-8,32	-4,37	189.502
55	53	ZATIX ²	Serviços Digitais	111.735	111.735	32.073	-6,54	-2,51	151.694
56	54	INST. DE PESQUISAS ELDOORADO	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	102.849	171.415	49.203	-11,80	-8,00	75.030
57	51	CEMIG TELECOM	Serviços de Infraestrutura de Rede ⁽¹⁶⁾	100.397	102.446	29.406	-18,57	-15,06	193.979
58	-	CLEMAR ENGENHARIA	Serviços de Infraestrutura de Rede ^(19,5,12)	93.687	133.838	38.417	-9,18	-5,27	NI
59	56	RADIANTE ENG TELECOM	Serviços de Telefonia Fixa ^(12,11,14,10)	85.410	85.410	24.516	-16,75	-13,16	NI
60	57	GRUPO BINÁRIO	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(10,11,6,12)	81.242	101.553	29.150	-4,13	0,00	NI
61	59	TELESPAZIO BRASIL	Serviços de Infraestrutura de Rede	76.573	76.573	21.980	-5,01	-0,91	55.769
62	64	TRÓPICO SIST E TELECOM	Gerenciamento de Redes ^(2,6,11,1)	52.109	52.109	14.958	5,91	10,48	27.659
63	69	NEXANS	Fios e Cabos ⁽¹⁾	51.836	740.512	212.559	8,09	12,75	222.081
64	68	SIEMENS ^{1,2}	Serviços de Integração	51.560	5.156.024	1.480.000	-0,36	3,93	NI

1 - Dados Estimados

2 - Segmentação Estimada

PRODUTOS: 1) Componentes, Partes e Peças; 2) Equipamentos de Comunicação; 3) Equipamentos para Telefonia; 4) Fios e Cabos; 5) Infraestrutura; 6) Software; 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 (%)	Rent. s/ Invest. (%)	Giro dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (R\$ mil)
175.874	506.406	9.666	8.838	1,58	0,51	1,32	225,96	37,21	6,39	0,48	0,96	3,76
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
178.863	438.438	156.132	133.035	33,14	11,81	1,78	136,14	14,88	-2,00	14,04	1,19	44,35
0	44.696	20.574	24.698	4,41	4,79	1,14	48,58	0,00	-0,01	2,97	0,62	-
193.806	77.022	55.720	32.750	16,82	6,36	1,34	91,60	16,94	-3,02	8,78	1,38	-
231.889	177.993	-40.149	-32.276	-7,24	-3,30	1,69	118,12	11,46	-0,66	-3,32	1,01	-
583.743	271.977	115.257	81.939	16,17	17,69	0,88	49,78	9,22	1,57	10,79	0,61	-
161.302	70.071	-7.343	-451	-0,67	-0,10	0,94	338,67	12,09	2,05	-0,15	1,53	-0,04
530.900	142.101	60.692	48.554	9,27	11,83	0,98	30,94	5,03	1,70	7,08	0,60	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
572.765	126.218	13.991	10.307	4,20	2,92	3,04	219,60	0,00	12,65	1,31	0,45	17,09
23.430	157.312	108.596	91.532	37,93	27,98	2,17	76,29	0,00	-1,51	21,51	0,77	-
61.711	114.911	365	1.515	1,16	0,35	2,03	260,00	26,61	6,24	0,32	0,92	2,86
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
687.186	154.838	71.880	57.160	12,81	17,68	0,52	91,98	2,57	2,97	6,67	0,38	82,48
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.157	42.350	-2.886	-2.201	-9,77	-0,81	0,76	540,00	6,49	5,56	-1,53	1,89	-0,80
34.438	150.820	91.464	66.510	52,24	25,16	2,60	51,48	0,00	0,00	34,48	1,37	211,82
18.959	62.130	45.412	30.229	41,39	16,23	2,87	39,07	11,19	0,38	29,76	1,83	125,95
23.532	195.508	82.840	53.255	58,23	5,50	1,70	183,82	0,10	-0,30	20,52	3,73	2,50
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
191.440	60.658	-16.930	-17.138	-24,19	-9,41	0,55	337,18	1,61	1,51	-5,53	0,59	-13,19
28.554	16.442	1.182	803	2,00	0,58	1,97	135,37	5,88	2,16	0,85	1,48	-
277.917	74.750	29.260	30.126	10,03	10,30	1,38	67,67	12,01	1,40	5,98	0,58	28,83
23.906	24.793	-7.314	-7.314	-3,86	-6,23	15,01	15,10	1,58	-5,71	-3,35	0,54	-15,70
179.743	45.864	-18.589	-18.589	-12,25	-16,64	0,99	74,32	19,03	13,62	-7,03	0,42	-
30.188	37.175	12.201	12.201	16,26	7,12	2,64	43,70	0,80	-2,95	11,32	1,59	16,83
290.847	34.578	14.124	9.983	5,15	9,74	0,27	78,57	29,27	5,04	2,88	0,30	81,83
NI	NI	NI	NI	4,00	2,00	3,09	33,00	1,00	20,00	3,34	1,37	4,21
NI	NI	NI	NI	7,22	1,75	1,07	1,01	50,17	1,68	3,60	2,05	1,19
NI	NI	NI	NI	9,35	3,83	1,83	99,93	0,06	4,04	4,67	1,22	24,68
21.652	20.915	5.258	2.426	4,35	3,17	1,62	56,15	8,01	-1,25	2,79	0,88	37,91
2.763	23.339	0	910	3,29	1,75	2,24	85,74	19,30	2,29	1,77	1,01	7,28
183.136	107.121	-3.897	-3.897	-1,75	-0,53	1,51	134,69	28,88	2,49	-0,75	1,42	-5,24
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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

AS 100 MAIORES

Class. Atual	Class. Ant.	Empresa	Principal segmento de negócios em telecomunicações	Rec. Líquida Prop. (R\$ mil)	Receita Líquida (R\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. US\$ (%)	Cresc. Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (R\$ mil)
65	66	LINX	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ⁽¹⁸⁾	49.580	495.799	142.316	5,82	10,38	1.153.278
66	-	DARUMA TECNOLOGIA	Gerenciamento de Redes ^(6,1)	47.058	106.950	30.699	6,24	10,82	NI
67	63	MTEL	Serviços de Infraestrutura de Rede ^(12,9,11,4)	43.556	108.890	31.256	-21,19	-17,79	11.764
68	61	NESIC	Serviços de Integração ⁽¹⁾	35.388	35.388	10.158	-41,56	-39,04	13.077
69	72	VIAW	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	31.299	31.299	8.984	-1,46	2,79	7.295
70	65	3CORP TECHNOLOGY	Serviços Corporativos ^(6,12,7)	30.077	30.077	8.633	-37,58	-34,89	10.732
71	75	NETSERVICE	Serviços de Integração	28.472	35.590	10.216	4,73	9,25	46.332
72	-	HELLERMANNTYTON ^{1,2}	Fios e Cabos	27.870	139.352	40.000	0,00	0,00	NI
73	73	UNTELCO	Serviços Corporativos	27.428	27.428	7.873	-12,04	-8,24	4.312
74	70	LEUCOTRON TELECOM	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados	26.420	26.420	7.584	-18,22	-14,69	28.334
75	71	TRIAD SYSTEMS	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	23.535	36.774	10.556	15,24	20,21	NI
76	76	NAVITA	Serviços Corporativos	22.503	22.503	6.459	-4,50	-0,39	14.415
77	78	GO2NEXT	Serviços de Integração ^(12,5,10,18,3,4,1,2,6,7,9,17)	18.833	18.833	5.406	3,95	8,44	12.744
78	80	ÍCARO TECHNOLOGIES	Serviços de Integração ^(10,6)	17.596	22.852	6.560	2,97	7,41	10.668
79	82	SERCOMTEL CONTACT CENTER ²	Serviços Digitais	16.964	17.857	5.126	-0,57	3,72	1.603
80	86	ASGA SISTEMAS	Software ^(10,12)	15.901	15.901	4.564	12,67	17,52	3.588
81	83	TECNOSSET IT SOLUTIONS	Software	15.853	113.233	32.503	-4,84	-0,73	18.210
82	81	NEOVIA SOLUTIONS	Serviços Convergentes ⁽¹⁸⁾	14.644	22.530	6.467	-14,78	-11,11	NI
83	77	GUIATEL 2	Serviços Digitais	13.901	13.901	3.990	-23,46	-20,16	6.227
84	67	ALGAR MIDIA 2	Serviços Digitais	13.383	13.383	3.841	-68,22	-66,85	34.507
85	87	VOXAGE - SERVVS INTERATIVOS	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ^(6,10,11,9)	13.120	13.120	3.766	-3,05	1,13	3.586
86	74	SECCIONAL	Infraestrutura	12.016	24.031	6.898	-53,79	-51,79	34.172
87	62	PROCABLE	Fios e Cabos ⁽¹⁾	10.883	108.834	31.240	-27,57	-24,45	20.465
88	89	DIGITEL ^{1,2}	Infraestrutura ⁽⁹⁾	10.730	15.329	4.400	-1,49	2,76	NI
89	85	BRQ ²	Serviços de Integração ⁽¹⁸⁾	10.507	350.245	100.535	-21,25	-17,85	72.139
90	88	TELSIGN CONSULTORIA	Serviços de Integração	10.330	11.478	3.295	-11,93	-8,13	4.634
91	-	NEGER TELECOM	Componentes, Partes e Peças	10.323	10.866	3.119	0,00	0,00	746
92	84	TELLFREE BRASIL	Serviços Digitais ⁽¹⁸⁾	9.988	11.098	3.186	-28,67	-25,59	NI
93	79	DIGISTAR	Redes Corporativas - Comunicação Voz e Dados ⁽⁸⁾	9.445	9.445	2.711	-47,37	-45,10	6.983
94	90	TECLAN ^{1,2}	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos	8.013	8.013	2.300	-3,98	0,16	NI
95	93	BRASILSAT	Gerenciamento de Redes ⁽²¹⁾	6.827	6.827	1.960	49,90	56,37	346.819
96	91	ONDA ²	Serviços Convergentes	6.473	6.473	1.858	-7,13	-3,13	2.264
97	92	SISGRAPH	Consultoria, projeto e desenvolvimento de aplicativos ⁽⁶⁾	3.769	52.343	15.025	-36,27	-33,53	NI
98	95	SISPRO ²	Software	3.378	16.890	4.848	-3,39	0,78	8.190
99	-	OPTION TELECOM	Serviços de Infraestrutura de Rede ⁽¹⁵⁾	2.924	2.953	848	-6,47	-2,44	NI
100	96	MAPRA ^{1,2}	Gerenciamento de Redes ⁽⁷⁾	2.717	2.717	780	0,19	4,51	NI

1 - Dados Estimados

2 - Segmentação Estimada

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

Ativo Perm. (R\$ mil)	Lucro Bruto (R\$ mil)	Lucro Operacional (R\$ mil)	Lucro Líquido (R\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Rent. s/ Invest. (%)	Giro dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (R\$ mil)
651.900	348.435	92.899	68.501	5,94	13,82	6,79	28,62	8,82	-4,99	4,62	0,33	22,38
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
74.951	40.293	-30.348	-20.025	-170,22	-18,39	0,92	1.470,95	70,81	48,29	-10,84	0,59	-111,25
1.583	1.341	-8.960	-8.960	-68,52	-25,32	3,01	75,33	0,00	-1,57	-39,08	1,54	-48,17
339	26.762	24.605	20.901	286,51	66,78	4,73	25,15	0,00	-0,38	228,93	3,43	1.100,05
12.798	17.719	3.934	2.605	24,27	8,66	0,98	381,81	25,11	10,48	5,04	0,58	30,29
46.207	25.829	812	530	1,14	1,49	1,29	147,31	9,83	5,41	0,46	0,31	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15.103	19.153	-117	-117	-2,71	-0,43	0,69	493,18	9,27	2,95	-0,46	1,07	-1,23
6.788	10.917	967	967	3,41	3,66	10,40	9,29	1,15	0,00	3,12	0,85	6,20
NI	NI	NI	NI	-36,97	4,87	0,95	-424,91	28,43	6,80	11,38	2,34	6,68
10.216	6.279	1.045	862	5,98	3,83	2,18	35,16	13,56	0,00	4,42	1,16	5,56
12.362	13.386	2.341	1.855	14,56	9,85	1,40	27,10	0,00	3,35	11,45	1,16	29,92
1.272	8.183	2.587	1.833	17,18	8,02	2,49	59,16	0,00	-3,92	10,80	1,35	15,53
3.570	3.652	1.057	781	48,72	4,37	1,40	399,94	0,00	0,80	9,75	2,23	-
2.120	11.273	2.262	1.920	53,51	12,07	1,20	212,43	2,04	2,32	17,13	1,42	34,91
32.980	47.385	12.632	8.361	45,91	7,38	1,02	250,57	23,00	3,56	13,10	1,77	22,30
NI	NI	NI	NI	43,92	9,59	0,00	241,01	0,00	0,00	17,06	177,97	28,05
831	6.250	-2.156	-2.156	-34,62	-15,51	3,86	73,26	9,41	1,44	-19,98	1,29	-
11.873	5.916	-5.432	-5.288	-15,32	-39,51	11,32	13,96	0,00	5,00	-13,45	0,34	-
2.204	13.110	12	1	0,03	0,01	1,79	169,13	33,70	2,64	0,01	1,36	0,02
28.930	7.814	5.591	4.158	12,17	17,30	4,41	50,04	0,14	-0,73	8,11	0,47	63,00
8.347	12.316	-20.830	-20.660	-100,95	-18,98	1,28	1.587,74	35,96	10,26	-5,98	0,32	-41,82
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16.843	65.773	-5.756	-4.118	-5,71	-1,18	1,90	102,10	10,82	-0,07	-2,82	2,40	-
1	4.584	991	678	14,63	5,91	2,90	52,55	7,81	1,32	9,59	1,62	6,78
278	8.900	4.060	2.982	399,73	27,44	1,30	310,05	5,92	0,00	97,48	3,55	82,83
NI	NI	NI	NI	-19,49	-79,31	0,21	-1,33	1,70	58,75	-59,29	0,75	179,63
1.430	3.048	108	81	1,16	0,86	4,42	38,34	0,02	-0,56	0,84	0,98	1,56
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
260.803	4.718	8.767	8.767	2,53	128,42	30,16	0,85	0,00	160,48	2,51	0,02	547,94
404	4.023	34	18	0,80	0,28	2,15	154,68	44,92	0,00	0,31	1,12	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7.117	4.100	-893	410	5,01	2,43	1,04	36,12	0,00	0,67	3,68	1,52	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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

maiores e destaques

produtos

MAIORES	SEGMENTOS	DESTAQUES
INTEL	Componentes, Partes e Peças	FURUKAWA
INTELBRAS	Equipamentos de Comunicação	INTELBRAS
CISCO	Equipamentos para Redes Corporativas	DIGISTAR
PRYSMIAN CABOS	Fios e Cabos	CABLETECH
ERICSSON	Infraestrutura	SECCIONAL
MOTOROLA SOLUTIONS	Software	CPqD

serviços

MAIORES	SEGMENTOS	DESTAQUES
ALLIED	Canais de Comercialização	ALLIED
ACCENTURE	Consultoria, Projeto e Desenvolvimento de Aplicativos	VIAW
TELEMONT	Gerenciamento de Redes	GO2NEXT
TELEFÔNICA VIVO	Serviços Convergentes	NEOVIA SOLUTIONS
TELEFÔNICA VIVO	Serviços Corporativos	LEVEL 3
CLARO	Serviços de Call Center	ATENTO BRASIL
ALGAR MULTIMÍDIA	Serviços de Hosting de Servidores ou Data Center	COPEL TELECOM
CLARO	Serviços de Infraestrutura de Rede	CEMIGTELECOM
LOGICALIS	Serviços de Integração	ÍCARO TECHNOLOGIES
OI	Serviços de Telefonia Fixa	TELEFÔNICA VIVO
TELEFÔNICA VIVO	Serviços Digitais	TELEFÔNICA VIVO
CLARO	Serviços Móveis	ALGAR TELECOM



www.cabletech.com.br

QUALIDADE E CONFIANÇA
SÃO RESULTADOS DO NOSSO
COMPROMISSO.

No mercado de **CABOS COAXIAIS** há **22 anos**, a **Cabletech** se tornou referência no segmento, agrupando em seu estilo de liderar, produtos de excelência, tecnologia de ponta e respeito ao meio ambiente. Com base nisso, construímos um relacionamento fiel com nossos **colaboradores, fornecedores e clientes.**

cabletech
• ONDE O •
FUTURO
— SE FAZ —
PRESENTE

solutions



A Algar Telecom é a empresa do ano

Com números consistentes ao longo de sua trajetória, a Algar Telecom é a Empresa do Ano do Anuário Telecom 2017 e, pelo quarto ano consecutivo, figura entre as dez mais rentáveis. Com 21% de rentabilidade sobre as vendas, a empresa foi destaque em Serviços Móveis, tendo obtido 5,5% de crescimento na receita líquida.

Todo esse sucesso, que já lhe rendera o prêmio de Empresa do Ano em 2014, é fruto principalmente de investimentos em inovação para obter mais eficiência na prestação de serviços e proximidade com os clientes. “Mesmo com cenários desafiadores e períodos de recessão, temos apresentado resultados positivos e crescimento real durante os últimos anos”, orgulha-se o diretor presidente da Algar Telecom, Jean Borges.

A estratégia bem-sucedida se baseia na expansão nacional dos serviços para o segmento corporativo com preços diferenciados, colocando-se como parceira dos clientes em tecnologia da informação e comunicação (TIC). Entre os fatores decisivos para os bons resultados, ele destaca a consolidação da atuação na região Sul do país, com a conclusão da incorporação da Optitel, adquirida em 2015. Com a aquisição da empresa, especializada em serviços de dados para o segmento corporativo, incluindo governo e atacado, a Algar Telecom alcançou mais de 230 cidades nas regiões Sul e Sudeste, incorporando cerca de 2,6 mil clientes, operando principalmente em negócios business to business (B2B). Segundo Jean, a expansão para o Sul era um dos alvos estratégicos da companhia, que, com a aquisição, recebeu reforço de 70% em sua rede, com 9,5 mil quilômetros de fibra óptica.

Já no segmento de varejo, a empresa atua em regiões como Minas Gerais, São Paulo, Goiás e Mato Grosso

do Sul, com ofertas de serviços convergentes. “Estendemos a cobertura móvel da rede 3G em 2016, alcançando a totalidade dos 87 municípios atendidos na nossa área de concessão”, diz Jean. Outra conquista foi a oferta do serviço 4G, na frequência de 700 MHz com LTE, aos clientes mineiros das cidades de Uberlândia, Ituiutaba e Uberaba. Para aproveitar a capacidade em 1.800 GHz, a Algar Telecom investiu no refarming, migrando a tecnologia 2G originalmente ocupando a faixa de 10 MHz para a de 5 MHz, permitindo que os outros 5 MHz fossem destinados à 4G.

Até o início de 2017, segundo Jean, a Algar alcançou 41% da base total de clientes da banda larga fixa com planos que contemplam velocidades de 10 a 200 Mbps: “Continuaremos ampliando esse serviço para mais regiões abrangendo cidades com menor número de habitantes até o final do ano”.

Nos serviços móveis 4G, a Algar Telecom assinou em 2016 um contrato com a Nokia para expandir, até o final de 2017, a oferta na frequência de 1.800 MHz para a maioria dos clientes da sua área de operação móvel. No primeiro semestre de 2017, a tecnologia chegou a 14 cidades dentro de sua área de concessão, o que equivale a 70% da base de clientes móveis. Além disso, a operadora trabalha com o grupo de implantação da TV digital, o Gired, para utilizar a faixa de 700 MHz em mais cidades.

A Algar Telecom fechou 2016 com 1,6 milhão de linhas fixas, aumento de 12,7% em relação a 2015, graças ao mercado corporativo. Na telefonia móvel, a base cresceu 3,9% nos 12 meses, totalizando 1,3 milhão de acessos. Em pós-pagos, houve avanço de 16,4%, enquanto a base pré-paga caiu 0,2%. A receita média

por usuário (ARPU) ficou em R\$ 19,34. Na banda larga fixa, houve um crescimento de 11,1%, totalizando 473 mil acessos. Desse total, 188 mil (ou 41%) são de planos com velocidades acima de 10 Mbps. No mercado de TV por assinatura, encerrou o ano em queda de 8,1%, com um total de 98 mil acessos. O recuo, segundo Jean, se deu pelo foco em ofertas de maior ticket médio, substituição da TV por serviços over-the-top (OTT) e o ambiente macroeconômico.

A Algar é uma das poucas operadoras brasileiras de telefonia fixa que vem ampliando sua base de assinantes devido à oferta de banda larga com fibra óptica para o B2B. Em maio de 2017, foi a empresa que mais cresceu em novos acessos fixos, tanto entre as autorizadas, como entre as concessionárias. Foram 51 mil adições em um ano, uma evolução acima de 10%, enquanto o setor perdeu quase 1,5 milhão de acessos. Também na banda larga, a empresa vem crescendo acima de 8% ao ano, fruto de investimentos de R\$ 501 milhões em 2016, sendo 67% direcionados à expansão de redes, especialmente com a modernização e implantação de fibra óptica; 25% para manutenção e operação; e 8% para expansão de gestão de clientes e de serviços de TIC. O montante de investimentos foi praticamente igual ao de 2015: R\$ 500,7 milhões.

De acordo com Jean, o segmento mais representativo em termos de faturamento é mesmo o corporativo, principalmente nas vendas por atacado para o segmento de MPE (micro, pequenas e médias empresas), representando 54% da receita bruta de telecomunicações em 2016: “Tivemos boa aceitação de nossos serviços de dados e links dedicados para o segmento corporativo, contemplando outras opera-



divulgação

Jean Borges

diretor presidente

“A Algar Telecom trabalha a inovação com uma grande rede, que inclui universidades, entidades de fomento, startups e parceiros tecnológicos diversos”.

doras e provedores de Internet (ISPs), além das pequenas e médias empresas”.

Nas áreas de varejo e B2B, o plano para 2018 é continuar com os projetos estratégicos de expansão da operação e da oferta de serviços de maior capacidade aos clientes. As receitas com dados obtidas no primeiro trimestre de 2017 compensaram as quedas nos demais serviços. Tanto no negócio fixo quanto no móvel, os serviços de banda larga foram responsáveis pelos números positivos e juntos representaram 44,31% do total das receitas da operadora no período.

Um dos destaques de 2017 é a entrega, prevista para outubro, do cabo submarino Monet, saindo de Santos

(SP) e chegando a Boca Raton, na Flórida (EUA), com ponto de ancoragem em Fortaleza (CE). Com a conclusão da obra, conta Jean, o cabo será iluminado e a empresa vai oferecer serviços de maior capacidade de rede, reduzindo custos com a banda IP: “Poderemos vender ou trocar capacidade com outras operadoras, além de abrir novas possibilidades de negócios para o segmento corporativo no Nordeste do país”.

Além da Algar, o cabo submarino Monet recebeu investimentos da africana Angola Cables, do Google e da Antel, do Uruguai. A rede vai permitir à Algar Telecom oferecer serviços de dados e links para os Estados Unidos, e banda larga em altas velocidades aos

clientes brasileiros, aproveitando o braço do Monet que chega em Fortaleza. “Os negócios na nova área de atuação devem partir de Fortaleza, mas ainda estamos em fase de definição do plano de expansão, que detalha quais cidades atender a partir da criação do ponto de presença local”, explica Jean. A empresa entra nessa nova área com foco no B2B em negócios pequenos, médios e atacado.

A Algar Telecom também deu passos importantes na área de inovação. A estratégia, chamada de Jornadas de Transformação Digital e de Cliente, incluiu a personalização do canal de atendimento usando inteligência cognitiva com o computador Watson, da IBM,

Os números vencedores (2016)

Receita Líquida (R\$ mil)	869.099
Patrimônio Líquido (R\$ mil)	1.075.826
Ativo Permanente (R\$ mil)	2.193.884
Lucro Bruto (R\$ mil)	434.437
Lucro Operacional (R\$ mil)	186.336
Lucro Líquido (R\$ mil)	182.496
Crescimento Receita Líquida (%)	5,57
Rentabilidade sobre patrimônio (%)	16,96
Rentabilidade sobre vendas (%)	21,00
Liquidez Corrente	0,59
Endividamento s/ Patrimônio	137,02
Endividamento s/ Ativo	43,04
Desp. Financeiras s/ Vendas	9,06
Retorno sobre investimentos (%)	7,16
Giro dos Ativos	0,34
Lucro Líquido por Funcionário (R\$ mil)	11,32



projetos com startups, e a criação de soluções de Customer Experience Management (CEM).

Criado há quatro anos, o Programa Transformação Digital preparou, de acordo com Jean, o terreno para que a empresa atuasse de forma mais eficiente: “Foram repensados todos os escopos de atividades, os processos foram revisitados e as estratégias melhor definidas”. O programa, diz, visa reduzir o esforço dos clientes, trabalhando em soluções de automação e autosserviço, melhorando a experiência dos consumidores e a produtividade: “Esse projeto tem um time dedicado, uma rede de parceiros, uma metodologia própria - a CXI (Customer EXperience Improvement), recursos para o desenvolvimento de protótipos e projetos e uma meta ambiciosa – por meio desse programa, e com a revisão de modelos de negócio, plataformas de serviço e processos operacionais, temos alavancado iniciativas importantes na transformação digital em nossos clientes e também internamente”.

Entre os projetos inovadores está a iniciativa de Internet das Coisas (IoT), com o desenvolvimento de um protótipo com uma empresa inglesa para gestão de ativos, além de outras soluções de Big Data e Analytics. “A Algar Telecom trabalha a inovação com uma grande rede, que inclui universidades, entidades de fomento, startups e parceiros tecnológicos diversos”, afirma Jean. De acordo com ele, os clientes têm um papel fundamental por meio de co-criação das soluções, validando iniciativas e testes.

A inovação é estimulada pelo Programa de Gestão de Ideias (PGI) e pelo Programa de Gestão de Processos (PGP), ambos apoiados pela Algar Ventures, braço de investimentos do grupo em startups. O PGI visa a geração de ideias entre os colaboradores para a melhoria dos produtos. Para mobilizar os talentos, a iniciativa bonifica ideias aprovadas por um Comitê de Inovação. Já no PGP, o colaborador pode criar uma nova solução em equipe para melhorar os processos da empresa com foco em eficiência de custos, produtividade, me-

lhoria da experiência do cliente e do clima organizacional, e o incremento de receita.

Fruto dessa iniciativa foi a transformação da venda de serviços em um processo 100% digital, chamada de Venda Fácil Telecom. Lojas próprias e consultores de pessoas físicas e micro e pequenas empresas usam a assinatura digital para agilizar o atendimento, eliminando a necessidade de impressão de contratos. A venda de um serviço em uma loja gera um contrato de seis páginas frente e verso, que era impresso em duas vias (cliente e loja). Agora, a assinatura é automatizada por meio de um tablet. Ao final da venda, o contrato é armazenado diretamente no banco de dados da empresa e o cliente pode receber sua via por e-mail. Em uma próxima fase, a assinatura digital se estenderá a credenciadas e ao segmento corporativo.

Com foco no autoatendimento, a Algar também renovou seu aplicativo móvel, disponível para os sistemas Android e iOS, que agora permite a mudança de plano, atualização de endereço, opção de débito automático da conta e outros serviços, via smartphone. Solicitações de atendimento também podem ser feitas pelo próprio app. A nova versão foi desenvolvida por um grupo dedicado à agilidade com 100% dos testes automatizados, feita em código aberto. A interface também foi refeita, apresentando agora informações úteis na primeira tela, como consumo de dados, número de ligações realizadas e saldo da conta.

Até o final de 2017, Jean avalia que o cenário econômico e político requer atenção, mas já vê sinais da retomada da confiança: a inflação controlada, o dólar mais baixo e a taxa Selic em queda sinalizam um 2018 mais promissor.

Ele acredita que o ritmo de investimentos da Algar Telecom deve seguir crescendo, acompanhando a atual situação da economia nas diversas geografias onde opera: “O ano de 2017 tem exigido e exigirá ainda plena dedicação e disciplina, e também em 2018, para que continuemos crescendo”.

As 10 empresas mais rentáveis

A difícil equação de obter boa rentabilidade em

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

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

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

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

As campeãs da rentabilidade

CLASSIFICAÇÃO NO RANKING	AS 10 EMPRESAS MAIS RENTÁVEIS	RENTABILIDADE S/ VENDAS (%)	RECEITA LÍQUIDA (R\$ MIL)
95	BRASILSAT	128,42	6.827
69	VIAW	66,78	31.299
28	EMBRATEL STAR ONE	36,30	625.656
40	TERRA	27,98	327.076
91	NEGER TELECOM	27,44	10.866
46	AUTOTRAC	25,16	264.330
24	UOL	21,17	769.717
27	ALGAR TELECOM	21,00	869.099
43	COPEL TELECOM	17,68	323.339
86	SECCIONAL	17,30	24.031

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

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

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

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

Cobertura jornalística

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

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

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

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

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

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

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

// EMBRATEL STAR ONE // MOVIDO A EMBRATEL

NO PRÓXIMO NÍVEL,

VOCÊ CONQUISTA O ESPAÇO.

Eficácia, agilidade e segurança nos processos são fundamentais para uma empresa que queira atuar no próximo nível. Para isso, você pode contar com a Embratel Star One, a maior operadora de satélites da América Latina, que possui uma frota moderna e bem posicionada oferecendo soluções e suporte altamente especializados para algumas das maiores empresas do Brasil. São bancos, órgãos do governo, emissoras de TV e clientes de diversos outros segmentos que confiam em nossos satélites para alcançar um resultado de alta performance. Leve sua empresa para o próximo nível.

Embratel
star one

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

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

Aposta na inovação

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

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

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

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



LASERWAY

Rede 100% Óptica

FURUKAWA – VELOCIDADE, ECONOMIA E FLEXIBILIDADE PARA O SEU NEGÓCIO.

Prepare sua empresa para enfrentar os desafios atuais e futuros. A Solução Laserway, que é a evolução do cabeamento estruturado, oferece, além de outras vantagens, infraestrutura simplificada, economia de energia, menos OPEX e CAPEX.



**Rede à Prova de Futuro,
Infraestrutura Simplificada, Economia de Energia.**

FURUKAWA. TECNOLOGIA QUE FAZ A DIFERENÇA NA VIDA DE SUA EMPRESA.

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
ELECTRIC**

www.furukawalatam.com / 0800 412100

As 10 empresas que mais cresceram

Em um cenário de retração da economia e de queda nos investimentos em telecomunicações, a aposta em segmentos como datacenters, computação em nuvem, outsourcing, Internet das Coisas e segurança alavancaram as receitas das dez empresas que mais cresceram no ranking do Anuário Telecom. A entrada em novos mercados, a diversificação de produtos e a ampliação do foco para atender pequenas e médias empresas, segundo os empresários, também foram estratégias decisivas para os bons resultados. Investimentos na linha de produção para aumentar a produtividade permitiram que a Brasilsat — que também aparece entre as dez mais rentáveis do Anuário Telecom — aumentasse em 56,3% sua receita líquida. Em 2016, a fábrica de Manaus (AM) começou a produzir receptores de sinal IPTV e plataformas para torres eólicas de concreto. Em 2017, foi a vez da linha de LNBF — Low Noise Block Downconverter Feeder, um conversor de sinais de satélite —

e o início da fabricação de antenas de satélite para a banda Ka. “Diversificamos o portfólio e definimos atuação em novos mercados como o de energia solar”, afirma José Roberto Contrucci, vice-presidente comercial da Brasilsat. Os segmentos que trouxeram mais resultados, segundo ele, foram o de antenas de satélite e material de DTH (antenas, cabos, conectores e LNBF): “Fizemos boas vendas para o segmento de comunicações via satélite corporativo e optamos por manter a estratégia de diversificação”. A previsão dele é de que o desaquecimento da economia deve afetar os resultados em 2017. Por isso, a empresa se

prepara para essa conjuntura, enxugando a linha de produtos dos mercados com baixo volume.

Com um crescimento de 32% em sua receita líquida, a Embratel TV Sat (divisão da Embratel cujo nome comercial é Claro TV) se destacou dentro do grupo e em todo o mercado. Sem se referir especificamente à divisão de TV por satélite, o CEO da Embratel, José Formoso, afirma que a empresa, como um todo, aumentou os negócios entre os maiores clientes, além de expandir presença entre pequenas e médias. A Embratel acelerou o lançamento de novos produtos na área de mobilidade e Internet das Coisas. Com grande parte da receita originada da prestação de serviços, em 2016 e 2017 a empresa investiu pesado em datacenters, totalizando cinco unidades, sendo duas em São Paulo, duas no Rio de Janeiro, e uma em Brasília. A unidade mais importante é o Datacenter Lapa, de São Paulo, que tem certificação Tier III, fornecida pelo Uptime Institute, o principal instituto de certificação americano, e também pela TÜV Rheinland, certificadora alemã, o que, de acordo com o executivo, atesta a qualidade, robustez, escalabilidade e flexibilidade do ambiente. Todos os centros de dados da empresa têm rede fotônica própria, o que garante velocidade de acesso, e estão interligados via backbone IP (Internet Protocol) de alta disponibilidade e performance com conectividade de baixa latência.

A Embratel apresentou novas plataformas de voz e dados, Internet, com destaque para soluções de telepresença, cloud computing, e-commerce, analytics, Internet das Coisas (IoT), carros conectados e comunica-

As campeãs do crescimento

CLASSIFICAÇÃO NO RANKING	AS 10 EMPRESAS QUE MAIS CRESCERAM	CRESCIMENTO RECEITA LÍQUIDA (%)	RECEITA LÍQUIDA (R\$ MIL)
33	HISPAMAR SATÉLITES	95,48	514.653
95	BRASILSAT	56,37	6.827
8	EMBRATEL TVSAT	32,24	3.538.855
39	EQUINIX DO BRASIL	27,58	352.531
75	TRIAD SYSTEMS	20,21	36.774
43	COPEL TELECOM	18,77	323.339
80	ASGA SISTEMAS	17,52	15.901
42	TATA CONSULTANCY SERVICES	16,97	614.000
45	EZENTIS	16,44	272.299
62	TRÓPICO SIST E TELECOM	10,48	52.109

ções unificadas, em ofertas combinadas entre serviços tradicionais e inovadores. Outra aposta, segundo Formoso, foi em segurança, com o serviço Embratel Cyber Intelligence, que ajuda na proteção das estruturas das empresas diante de ataques cibernéticos, garantindo a disponibilidade dos ambientes. Outra novidade que marcou o ano, segundo Formoso, foi o lançamento da solução de machine to machine e Internet das Coisas (IoT) para a oferta de automóveis conectados.

O aquecido mercado de datacenters fez também com que a Equinix elevasse sua receita em 27,5%. Os últimos dois anos marcaram a expansão da empresa no país, com a construção de um novo datacenter em Santana de Parnaíba, na Grande São Paulo, inaugurado em março de 2017. Além disso, a Equinix adquiriu 29 datacenters da Verizon nas Américas, um deles em São Paulo. A empresa totaliza seis datacenters no país — dois no Rio de Janeiro e outros quatro em São Paulo —, voltados para serviços de transformação digital dos clientes. “A alta quantidade de dados gerados

pela Internet das Coisas e a necessidade de processamento e análise rápida dessas informações fazem com que as empresas precisem se aproximar da camada de rede que conecta os serviços da Internet aos usuários finais. Isso exige uma boa infraestrutura e capacidade de interconexão e nós temos apoiado as empresas nessa jornada”, explica Eduardo Carvalho, presidente da Equinix no Brasil. Ele destaca que a empresa expandiu operações no segmento de provedores de computação em nuvem, saúde e mercado financeiro.

O impulso do Big Data

A área de Big Data e sistemas analíticos foi fundamental no crescimento de 20,2% da Triad Systems. Com 25 anos de mercado, a empresa se especializou no desenvolvimento de software especializados em telecomunicações, Business Process Outsourcing (BPO), Value Added Service (VAS) e co-billing. “Mantivemos con-

tratos com as principais operadoras que estão apostando em Big Data para ganhar mercado”, afirma o presidente, Silvio Rodrigues Junior. Com uma fábrica de software em Manaus, o iTriad, Instituto Triad de Pesquisa e Desenvolvimento, investe em áreas como sistemas operacionais, robótica, visão computacional, realidade virtual e aplicativos. “Desde 2014, começamos a apostar em inovação com Big Data e Internet das Coisas, sistemas analíticos e de geolocalização”, diz. Entre os destaques da Triad está um sistema de Location Intelligence, que mapeia a infraestrutura das operadoras de telecomunicações e permite consolidar dados georreferenciados, cruzando informações sobre os assinantes de determinada área. Outra estratégia para manter o crescimento, segundo Silvio, é a internacionalização, com a abertura de uma filial em Miami (EUA), que até 2018 vai atender, além dos Estados Unidos, países da América Latina.

Apostando na capilaridade, a Copel Telecom é Destaque do Ano do Anuário Telecom, e está entre as dez que mais cresceram, com um crescimento de 18,7% na receita, além de figurar entre as dez mais rentáveis, com uma rentabilidade sobre as vendas de 17,68%. O crescimento da base de clientes e a expansão dos serviços de banda larga foram os grandes responsáveis por esse sucesso, afirma o diretor presidente, Adir Hannouche. Em dois anos, a empresa passou de 8 mil clientes para 48 mil em 2016, e planeja chegar ao final de 2017 com mais de 150 mil usuários residenciais e corporativos. Presente em 64 municípios do Paraná e um município catarinense, ganhou mercado com banda larga com velocidades que variam entre 30 e 150 megabits com a tecnologia GPON (Gigabit Passive Optical Network). Nestes dois anos, a empresa

privilegiou investimentos na ampliação de rede e na área de cobertura, o que lhe garantiu crescimento no segmento de varejo e banda larga, consolidando sua oferta junto ao grande público. Em muitas cidades do Paraná, a empresa é a única opção de Internet em banda larga fixa. Em 2016, os investimentos somaram R\$ 15 milhões na infraestrutura de atendimento a vários municípios paranaenses e, de acordo com Adir, em 2017 pretende consolidar a expansão da carteira de clientes: “Mesmo com a crise econômica, os clientes têm buscado banda larga de qualidade”.

Mobilidade com inovação

O foco em mobilidade, computação em nuvem, Big Data, inteligência artificial, robótica e redes sociais alavancou os negócios da TCS – Tata Consultancy Services no Brasil, com o aumento de 16,9% na receita líquida. No ano fiscal 2016-2017 (encerrado em 31 de março de 2017), a empresa direcionou esforços para iniciativas de transformação digital e inovação, com destaque para a área de negócios de comunicações e mídia, que engloba o mercado de telecomunicações, explica Tushar Parikh, country head da TCS. Entre os mercados mundiais onde a TCS atua, as vendas na Europa representaram 13,6% da receita mundial, seguida da América do Norte (7,6%) e Reino Unido (6,1%). Entre os mercados em expansão, Parikh cita o Oriente Médio e África (14,8%) e América Latina (14,1%).

Em 2017, para ampliar presença no Brasil, a TCS fez parceria com a Secretaria de Educação do Governo do Estado de São Paulo para implantar um programa para capacitação, iniciativa que deve alcançar cerca de 190 mil alunos e professores dos ensinos fundamental e



médio. O programa, chamado de goIT, tem como objetivo estimular o aprendizado na área de tecnologia e preparar os jovens para o mercado de trabalho. “A ideia da reforma é priorizar a educação técnica e ampliar o ensino em tempo integral, em conjunto com a iniciativa privada”, diz Parikh. O programa será implantado, inicialmente, em duas diretorias regionais de São Paulo para capacitar 4 mil professores, que vão repassar o conteúdo para os demais alunos. As qualificações seguem um cronograma para abordar temas como tendências de tecnologia, Internet das Coisas, mecanismos de aprendizagem fora da escola, tecnologia para sala de aula, entre outros. Os alunos têm acesso a uma plataforma de ensino virtual da TCS, o Campus Commune, e encontros periódicos com especialistas, que irão ministrar conteúdos, tirar dúvidas e auxiliar na construção do projeto final: a criação de um aplicativo com foco no comércio da região onde vivem.

O sucesso da diversificação

A estratégia de diversificação da linha de produtos e serviços rendeu à Trópico um aumento de 10,4% na receita líquida. O presidente, Paulo Cabestré, aponta investimentos em novas áreas como Internet das Coisas, machine to machine (M2M) e virtualização aderente aos padrões de NFV – Network Function Virtualization, que permitiram a entrada em novos mercados, como os responsáveis pelo sucesso em 2016: “Adequamos os produtos existentes para novos mercados e ampliamos a nossa força de venda com alguns parceiros, passando a ter uma base de clientes potenciais mais ampla”. Outra aposta foi no mercado internacional, com investimentos em países como Ar-

gentina e Colômbia, que contribuíram com uma parcela de 15 % do faturamento.

Em 2016, a empresa passou a atuar em uma base maior de clientes, atendendo também projetos menores. “Para ser competitivos nesse segmento, investimos na excelência dos processos, para executar projetos com maior qualidade e menor custo, garantindo margens aceitáveis mesmo em negócios de ticket menor, como os provedores de internet (ISPs)”, explica. Segundo ele, além de atuar no core da rede (NGN/IMS), a empresa consolidou uma oferta integrada que inclui acesso wireless (padrão LTE/4G) e virtualização (NFV) para entrar em novos mercados: “A solução inclui Internet das Coisas (IoT) de missão crítica com vistas a ampliar esse mercado junto às operadoras”. Ao assumir a presidência da empresa no final de 2014, quando o controle das operações passou para o CPqD, Paulo definiu como prioridade focar em pesquisa e desenvolvimento em redes controladas por software (SDN) e virtualização de elementos da rede (Net Function Virtualization), apostas que se revelaram acertadas para alavancar as receitas. A empresa passou a fornecer soluções para novos segmentos como o de agro-negócio, defesa e segurança pública. Em Internet das Coisas, por exemplo, comemora a implantação de um projeto em uma grande agroindústria do setor sucroalcooleiro. “Soluções de Internet das Coisas, por exemplo, permitem uma melhor supervisão dos ativos, melhoram a produtividade e diminuem custos. É normal que os clientes venham buscar essas soluções quando as condições de mercado apertam as margens”, avalia. A Trópico também intensificou a atuação internacional, aumentando as vendas para a América Latina e prospecta negócios no continente africano.

VOCÊ É A STARTUP MAIS IMPORTANTE QUE PODE CRIAR.

Qual empresa pode se dar ao luxo de desperdiçar tempo e recursos hoje em dia? O mesmo serve para os profissionais. Pensando nisso, a BSP resolveu fazer diferente. Cursos de Pós-graduação com carga horária otimizada, com aulas objetivas e que realmente fazem a diferença no seu dia a dia. Se você pensar em si próprio como uma empresa, vai ver que a BSP é a sua melhor opção.



Business School São Paulo
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

Direto ao business.

Inscrições abertas.

bsp.edu.br
(11) 5095-5656

produtos

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, ESTÃO OS PERFIS DOS FABRICANTES CUJO DESEMPENHO LHE GARANTIU O PRÊMIO DE DESTAQUE DO ANO DO ANUÁRIO TELECOM 2017, EM SEUS RESPECTIVOS SEGMENTOS: FURUKAWA (COMPONENTES, PARTES E PEÇAS); INTELBRAS (EQUIPAMENTOS DE COMUNICAÇÃO); DIGISTAR (EQUIPAMENTOS PARA REDES CORPORATIVAS); CABLETECH (FIOS E CABOS); SECCIONAL (INFRAESTRUTURA); E CPQD (SOFTWARE)

A Furukawa foca em soluções ópticas e expansão internacional

Com novos logotipo e razão social, a Furukawa Electric LatAm entrou em 2017 consolidando sua posição no mercado de fornecimento de FTTx (fibras ópticas até os usuários, em redes externas e internas). As mudanças decorreram do alinhamento das empresas do Grupo Furukawa Electric no mundo, com o objetivo de integrar, fortalecer e expandir a marca no cenário global.

Destaque pelo quarto ano consecutivo no Anuário Telecom, a empresa cresceu 5,9% em receita líquida, obteve 0,78% de rentabilidade sobre as vendas, e 1,39% de rentabilidade sobre o patrimônio.

Entre as iniciativas mais relevantes de 2016, o presidente, Foad Shaikhzadeh, menciona a expansão do parque fabril, com uma nova unidade no México, que se soma às três fábricas do Brasil e as da Argentina e Colômbia. De acordo com ele, se o mercado brasileiro não estivesse em crise, deveria consumir 5,2 milhões de quilômetros de fibra/ano. Mas a demanda não vai além de 3,8 a 4 milhões de quilômetros, fazendo com que a fábrica de Curitiba (PR) opere com 75% a 80% da capacidade.

Além da unidade paranaense, que produz cabos ópticos e metálicos e estruturados, conectores e acessórios, a fábrica de Sorocaba, no interior de São Paulo, é responsável pelas fibras ópticas, e uma unidade em Santa Rita de Sapucaí por equipamentos GPON (Gigabit Passive Optical Networks) e de rádio.

“O desaquecimento da economia brasileira afetou os negócios relacionados ao mercado corporativo, de cabeamento estruturado e datacenters, reduzindo o fa-

turamento doméstico, redirecionando nosso foco para as soluções ópticas e a expansão da presença internacional”, afirma Foad. As exportações historicamente representam 30% no faturamento da Furukawa, mas a meta é ampliar para 40% nos próximos anos, e 70% até 2021. Para isso, vem ampliando o portfólio de produtos para redes locais de computadores e soluções FTTx - incluindo equipamentos optoeletrônicos e sistemas de rádio. O executivo também espera que o setor governamental volte às compras, pois já chegou ao seu limite de estagnação nos últimos dois anos: “Em 2016, além das dificuldades de um mercado recessivo, houve o processo de recuperação judicial da Oi, uma das principais operadoras de telecomunicações do país, afetando nosso setor”.

Além dos datacenters, as vendas da Furukawa para os provedores de serviços de Internet que estão em todo o país, mesmo em pequenas cidades, permitiram negócios mais contínuos, num momento em que as grandes operadoras diminuíram seus investimentos. “O lançamento, há um ano, de uma loja eletrônica, com serviços diferenciados de atendimento e logística para esse segmento, nos permitiu identificar e atender novos clientes”, explica Foad. O portal eCommerce Furukawa impulsionou as vendas da fabricante para os provedores de internet (ISPs), representando 20% em 2016; há um ano esse índice era de 12%. O portal, segundo o presidente da Furukawa, atende o ISP de forma personalizada em todo o Brasil, oferecendo soluções para redes ópticas de comunicação com tecno-

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	FURUKAWA	25,50	5,91	0,78	1,39	2,25	4,82	



Foad Shaikhzadeh

presidente

A loja eletrônica permitiu identificar novos clientes

logia FTTx (Fiber-To-The-anywhere). O lançamento do eCommerce Furukawa, diz, foi acompanhado de uma reestruturação da área logística, visando ter disponibilidade dos produtos para pronta entrega e com envio para os clientes no menor tempo possível: “O objetivo foi aumentar a capilaridade no país, reforçando o trabalho da equipe de vendas para um atendimento mais personalizado para um universo de cerca de 2,8 mil empresas ativas, que vêm investindo em redes ópticas de comunicação”. O portal foi desenvolvido para ajudar os provedores a montar seu projeto de rede, apresentando a lista de materiais e cotações, bem como as opções de financiamento. Outro destaque é a solução de serviços especializados - Professional Services - da Furukawa, em que os clientes podem encontrar apoio em uma equipe de especialistas para o planejamento ou operação do negócio.

Em julho de 2017, foi a vez de a Furukawa anunciar um e-commerce para as revendas, com o Soho Shop, portal de comércio eletrônico para os varejistas que vendem roteadores Wi-Fi, cabos ópticos e metálicos para redes internas (LAN) e acessórios, com as marcas próprias Soho Shop e MetroCable. Em breve, além das câmeras de segurança IP, que já fazem parte do portfólio, serão agregados outros produtos de automação residencial para integrar aplicações de Internet das Coisas (IoT). A empresa espera faturar R\$ 120 milhões com esse marketplace no próximo ano.

De acordo com Foad, esse novo canal complementa o papel dos distribuidores tradicionais, responsáveis por

projetos maiores: “Vamos atender pequenas revendas que geralmente compram do mercado cinza”. Entre as formas de pagamento, as opções incluem o Furukawa Card, uma linha de crédito, e cartões das principais bandeiras do mercado.

Os negócios da Furukawa no país estão divididos em mercado de banda larga, que inclui operadoras, prestadores de serviços de Internet, rádio e governo; canais de vendas que atendem datacenters, distribuidores e revendas (incluindo o comércio eletrônico) e a exportação. Para 2018, o executivo espera um crescimento nas atividades de exportação do grupo em toda a América Latina, atendendo redes de cabeamento estruturado em fibras ópticas para aplicações de automação do setor industrial em Internet das Coisas (IoT) e indústria 4.0. Para esse mercado, desenvolveu uma linha de produtos específica, que permite a instalação de pontos de redes sob condições adversas como poeira, umidade, produtos químicos, altas temperaturas, vibração, impacto e interferências eletromagnéticas, características comuns em ambientes industriais.

Em 2017, a empresa criou uma fábrica de software, em Curitiba (PR), para o desenvolvimento de tecnologia de rádio e sistemas gerenciáveis, com vistas a oferecer produtos de controle de cabeamento a distância, via software.

Foad acredita que muitos investimentos paralisados em função do cenário econômico, têm sido retomados gradativamente, com impacto nos últimos meses do ano ou no início de 2018.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

650.918

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

650.918

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

5.092

Lucro Líq p/ Func
(R\$ mil)

4,60

Giro dos Ativos

1,12

A Intelbras investe em inovação para manter o ritmo de vendas

Com a comemoração de seus 40 anos em 2016, a Intelbras apresentou uma nova marca, o slogan Sempre Próxima, e repaginou sua comunicação, de embalagens de produtos a materiais de ponto de venda. A partir desse ano, os parceiros comerciais foram convidados a participar de uma grande campanha de vendas, anual e temática, denominada Sempre Juntos, que celebrou a proximidade com o grupo de revendedores. A empresa também ampliou presença na mídia com uma campanha publicitária veiculada nos principais meios de comunicação do país além de outros meios digitais, como o desenvolvimento de um blog sobre suas soluções, voltado para as necessidades dos usuários.

“Nossa estratégia para superar a queda de vendas teve como foco investimentos em inovação”, afirma José Carlos Viana, diretor da unidade de telecom da Intelbras. Destaque do Anuário Telecom pelo quinto ano consecutivo, a empresa obteve receita líquida 5,9% maior do que em 2015.

O lançamento de diversos produtos e soluções equilibrou as vendas e fez com que a empresa ganhasse mercado. Entre os destaques, segundo José Carlos, está o GPON ONU 110, que conta com um canal exclusivo para suporte técnico. O WOM 5A-23 oferece conectividade para longa distância, com uma capacidade de processamento três vezes maior que os produtos já disponíveis no mercado de provedores. Outra aposta foi na linha de rádios APC – de equipamentos outdoor –, composta por quatro roteadores wireless

para transmissão de dados em longa distância, também voltada para os provedores de Internet.

Para atender a demanda do desligamento do sinal analógico de TV, a Intelbras apresentou conversores digitais (CD) e antenas internas e externas. O CD 636 permite imagem e som com qualidade digital e sistema para gravar programas de TV de maneira instantânea ou via programação. “O desligamento do sinal analógico de televisão se tornou um mercado estratégico, com o desenvolvimento de um conjunto de conversores e antenas que se diferenciam pela qualidade técnica e design”, diz José Carlos.

Segundo ele, a empresa foi credenciada pelo governo federal para fornecer conversores que fazem parte do kit entregue às famílias cadastradas no programa Bolsa Família: “Fomos escolhidos pela disponibilidade dos produtos em lojas de varejo em todo o país, além da nossa rede de assistência técnica”.

Entre os mercados estratégicos para a Intelbras está o de segurança, com o lançamento do MultiHD, linha que inclui câmeras e DVRs 5 em 1, ou seja, câmeras compatíveis com as tecnologias HDCVI, AHD, HDTVI, IP e analógica. Outros itens importantes de vendas são as fechaduras digitais e um sistema de controle de acesso com reconhecimento facial. O SS 710 gerencia entradas e saídas de usuários com capacidade para cadastrar até 5 mil pessoas (cartão e senha), mil biometrias digitais e 400 biometrias faciais.

A Intelbras também tem apostado no segmento de

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	INTELBRAS	886,10	28,56	11,81	33,14	1,78	14,88	



José Carlos Viana

diretor da unidade de telecom

O desligamento do sinal analógico de televisão se tornou um mercado estratégico.

CFTV (circuito fechado de televisão), em switches e produtos de telefonia. Em CFTV, oferece soluções integradas para residências e pequenos estabelecimentos comerciais. Após o disparo de um alarme de incêndio, por exemplo, é possível acompanhar o que acontece em um ambiente com câmera, verificando o que provocou o acionamento, qual a situação do local e como as pessoas possivelmente afetadas podem sair dali. Por meio de parceiros, é possível também uma abordagem mais tática: diante de um sinistro, o alarme monitorado se conecta a uma central que envia uma viatura para verificar o ocorrido. O sistema conta com câmeras com qualidade HD e Full HD que permitem a captura de imagens com mais definição, além do software, que garante o monitoramento em tempo real, por meio de um smartphone. Entre as facilidades do sistema, está a possibilidade de acesso remoto e configuração simplificada. O cliente pode monitorar a rua, sua casa ou estabelecimento comercial de diferentes formas. Com o app Intelbras iSIC disponível para smartphones e tablets, o usuário pode acessar remotamente as imagens do CFTV, e, com o Intelbras Cloud, acessa a solução pela Internet e sem instalação de programas em seu computador. A solução de alarmes da Intelbras conta com software que pode ser acionado ou desarmado pelo celular. Outra linha importante na receita da companhia, segundo José Carlos, é a de controle de acesso, com mais de 30 produtos: “Vamos crescer na área de soluções integradas para condomínios, com produtos de segurança, alarmes e portarias, atendendo à

demanda do mercado por produtos de segurança; continuar atendendo o cronograma de desligamento de sinal analógico de TV e acompanhar também a expansão das redes 4G pelas operadoras com novos produtos para redes de telecomunicações”.

A Intelbras foi fundada em 1976 e hoje atende aos mercados de consumo, residencial, condominial e corporativo. Conta com cinco fábricas – duas em São José (matriz e filial) e Palhoça (SC), Santa Rita do Sapucaí (MG) e Manaus (AM) – e exporta para mais de 20 países, com escritórios no México e na China, contando com 2,3 mil colaboradores. Para ampliar seu portfólio, nos últimos anos, adquiriu a Automatiza, para entrar no segmento de controle de acesso, e a Engesul, de prevenção de incêndio e iluminação de emergência, além de firmar parceria com a canadense Genetec para o desenvolvimento de soluções de gerenciamento de sistemas de CFTV, permitindo instalação mista com sistemas analógicos, HDCVI e IP, dimensionados para médias e pequenas empresas. A Intelbras tem mais de 80 mil pontos de venda e 370 postos de assistência técnica autorizada, sendo 20 laboratórios avançados.

O segmento de segurança eletrônica tem contribuído com os bons resultados da Intelbras, além da oferta de soluções para os provedores Internet. “Para ter presença nesse mercado tão concorrido apresentamos como diferenciais o suporte e o atendimento”, diz José Carlos. Nas telecomunicações mantém a oferta de centrais telefônicas atendendo grandes projetos nos setores público e privado.



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
1.126.238	529.332	133.035	12,73	44,35

A Digistar amplia o leque de produtos e entra em novos mercados

A criação de novos produtos e a entrada em novos mercados definiram a estratégia da Digistar em 2016. O principal projeto da empresa no ano foi o lançamento de uma linha própria de equipamentos GPON (Gigabit Passive Optical Network). Em 2017 essa linha foi ampliada, adequando-se a novas necessidades desse mercado que, apesar da crise, está aquecido.

“Esse olhar atento ao mercado, aliado à agilidade na implementação de novas características, fez com que superássemos as expectativas em relação às soluções concorrentes”, garante o diretor superintendente, Oldemar Plantikow Brahm. Cada modelo de OLT (Optical Line Terminal) e ONU (Optical Network Units) da Digistar, segundo ele, está integrado a um sistema que reduz os investimentos, porque permite uma visão completa de todo o parque instalado e baixo custo de implantação e manutenção.

A Digistar se preparou para a retração do mercado com uma estrutura enxuta e uma equipe qualificada que pesquisa, que desenvolve, produz e presta suporte técnico aos clientes, além de contar com uma ampla rede de canais de vendas. Com capital nacional, seus produtos são certificados pela Anatel e a empresa é financiada por órgãos como a Finep e BNDES.

Além do lançamento de novos produtos, a Digistar atualizou sua linha tradicional, com o objetivo de agregar inovação e cortar custos. “Nossos produtos como o PABX IP, os Gateways SIP e roteadores, foram fundamentais para enfrentarmos a crise, adaptando-nos a novos requisitos e à realidade de preços, mas mantendo a

qualidade”, diz Oldemar. Por otimizarem os serviços de comunicação, a demanda por esses sistemas continua alta, pois proporcionam redução de custos.

Ele vê com cautela o cenário econômico, mas se mantém firme na decisão de continuar investindo em novas tecnologias, ampliando a linha de produtos e buscando novos nichos de mercado: “Momentos de crise indiscutivelmente são difíceis, mas servem a todos para repensar seus negócios e, consequentemente, trazem muita renovação”. Com essa filosofia, a empresa ampliou a linha GPON com novas OLTs, agora com fontes redundantes (AC/DC), incorporadas aos equipamentos para o mercado de telecomunicações, que precisa de maior segurança no controle do funcionamento do equipamento, no caso de queda de energia. Os novos produtos, segundo Oldemar, também permitiram à empresa ganhar outros nichos de mercado, como o de provedores de Internet (ISPs) e cidades digitais: “A Linha GPON da Digistar atende diversas necessidades das chamadas cidades inteligentes, pois a ampla capacidade de expansão das OLTs permite interligar a prefeitura com suas secretarias, escolas, unidades de saúde e demais órgãos do município, como polícia e bombeiros. Dessa forma permite oferecer melhor atendimento aos cidadãos, tornando-o ágil e reduzindo os custos de comunicação da administração”. Além de disponibilizar acesso à Internet via Wi-Fi em áreas públicas como praças e parques, a tecnologia é voltada para a banda larga de ultravelocidade, ampliando o acesso à informação e permitindo a inclusão digital da população.

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	DIGISTAR	93,00	-45,10	0,86	1,16	4,42	0,02	



Oldemar Plantikow Brahm

diretor superintendente

É hora de investir em novas tecnologias e buscar novos nichos

Com o lançamento de novos produtos, a Digistar alcançou segmentos onde antes tinha baixa participação, compensando a queda em nichos mais tradicionais como as operadoras. Os ISPs viram na Digistar um novo parceiro. “São equipamentos desenvolvidos no Brasil, com certificação da Anatel e suporte em português diretamente pelo fabricante, o que faz muita diferença”, afirma Oldemar. De acordo com ele, nesse mercado existe muita pirataria, produtos sem suporte técnico, de baixo custo, mas de baixa qualidade: “O provedor de Internet que opta por esses equipamentos contamina a sua rede de clientes e convive com o risco de ver sua empresa multada e fechada pelos órgãos de fiscalização”.

A linha de roteadores RCG (Roteador Compacto Gigabit) da Digistar foi desenvolvida para aplicações que envolvem desde redes legadas das operadoras, até as modernas redes de acesso aos serviços de telecomunicações. Seus produtos GPON também atendem soluções de acesso das grandes e médias empresas, órgãos de governo e redes bancárias instaladas nas grandes cidades e regiões mais remotas do país. Permitem integração de serviços de voz, vídeo e dados com controle de qualidade e alta taxa de transmissão, usando infraestrutura de redes IP ou de pacotes legados.

Além da linha de roteadores e GPON/POL, recentemente a Digistar incorporou ao seu portfólio a linha de softswitch para empresas de grande porte. O sistema permite interligação em múltiplos sites e foi desenvolvido para gerar economia nos custos com telefonia. “O software usa, de modo inteligente e automatizado,

todos os dispositivos que estão distribuídos e conectados ao sistema para completar cada chamada”, explica Oldemar. Com programação em um único local, diz ele, simplifica a implantação e a manutenção da rede com plataforma de hardware flexível que interliga matriz, filiais, home offices e acessos remotos.

Para o mercado de datacenters, a Digistar vai lançar a linha POL (Passive Optical LAN), ainda em 2017, que permite, de acordo com o executivo, alto desempenho no tráfego de voz, vídeo e dados nesse ambiente: “Essa é uma solução com apelo ecológico, por se tratar de uma tecnologia verde, permitindo reduzir drasticamente custos de implantação, manutenção, energia e de espaço, para acomodar os equipamentos de infraestrutura de rede interna, servindo às soluções corporativas, campi e hospitais, entre outros”.

Ainda em 2017, a Digistar deve lançar também uma linha POL (Passive Optical Lan), voltada para redes de longa distância (LAN) baseadas em cobre, que também permite alto desempenho no tráfego de voz, vídeo e dados, através de um único fio de fibra, substituindo o cobre convencional, eliminando os tradicionais switches, painéis de junção e racks em plataformas de montagem. O Sistema POL Digistar, segundo Oldemar, é composto por soluções GPON (OLTs e ONUs) especialmente desenvolvidas para potencializar as vantagens da rede POL (Passive Optical LAN).

Outro lançamento será um PABX IP voltado para empresas de pequeno porte que desejam ter os benefícios da mobilidade e flexibilidade dessa tecnologia.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

9.445

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

9.445

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

81

Lucro Líq p/ Func
(R\$ mil)

1,57

Giro dos Ativos

0,98

O fim do sinal analógico de TV impulsiona a Cabletech

Atuando num mercado cada vez mais competitivo e globalizado, a Cabletech concentrou esforços na busca da redução de custos e melhoria na produtividade. Destaque do Anuário Telecom pelo quarto ano consecutivo, alcançou a expressiva marca de 16,2% de rentabilidade sobre as vendas, embora tenha registrado queda de 15% na receita líquida.

“Nosso foco foi manter a competitividade dos nossos produtos, com a estratégia de maior aproximação com os clientes e fornecedores”, afirma o diretor geral da Cabletech, João Arantes da Silva Filho.

A empresa é fornecedora das principais operadoras de TV paga, com contratos com a Sky, Net, Claro e Telefônica Vivo, entre outras, para cabos coaxiais, LNBFs e antenas, em projetos de DTH e banda KU. Os mercados atendidos pela empresa são os de cabos CATV, Banda C, DTH, VHF e UHF entre outros.

O fim do sinal analógico das TVs tem estimulado a venda de antenas parabólicas tipo offset, cabo coaxial da família RGE e acessórios. O desligamento do sinal analógico tem prazos definidos por cidade e ocorrerá de forma gradativa. No total, cerca de 1.326 municípios passarão por essa mudança, que começou em 2016 e tem como data limite o fim de 2018. Para que o desligamento seja autorizado, é necessário que o sinal digital esteja cobrindo 93% das residências. Quem ainda possui aparelho de TV analógico terá de fazer algumas adaptações como, por exemplo, o uso de um conversor e uma antena digital; e cada TV tem que ter seu próprio

aparelho para captar os sinais. O governo vem distribuindo kits de conversores para que a população mais carente, como os beneficiários de programas sociais, se adapte à nova tecnologia. Com o desligamento do sinal analógico, a frequência antes ocupada pelas operadoras de televisão vai para as empresas de telecomunicações para expansão do sinal de banda larga 3G e 4G. “A maior vantagem dessa troca é a garantia de imagens com alta definição, sem fantasmas e som mais limpo. Além do formato diferenciado, as imagens analógicas são transmitidas em formato 4:3, e as digitais, têm formato 16:9, oferecendo uma qualidade muito superior”, diz João. Para explicar a migração da TV analógica para digital, a Cabletech promoveu uma campanha de esclarecimento, em seu site, sobre seus produtos e a importância da certificação da Anatel. O cabo coaxial, segundo ele, é responsável pela condução do sinal de onde será gerada a imagem, exigindo qualidade e confiabilidade: “Um fator que deve ser levado em consideração na escolha do cabo é a malha que o reveste, com diferentes porcentagens. Recomenda-se o cabo com 90% de percentual de cobertura caso haja alguma interferência eletromagnética, do contrário, o cabo com percentual de cobertura de 60% atenderá perfeitamente”.

As operadoras de TV por assinatura utilizam a tecnologia DTH, ou direct to home, um modelo de transmissão otimizado para transmitir sinais de TV, que são enviados para o receptor dos assinantes do serviço. A recep-

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	CABLETECH	1.231,50	-15,06	16,23	41,39	2,87	11,19	



João Arantes

diretor geral

A estratégia é diversificar a oferta de produtos

ção dos sinais é feita por meio de uma antena parabólica do tipo offset e para uma imagem e som com melhor qualidade, além da antena, a empresa recomenda o uso do cabo coaxial da família RGE-06 e seus acessórios.

A crise econômica não poupou o mercado de TV paga, que perdeu 311 mil assinantes em 2016, encerrando o ano com uma base de 18,8 milhões de usuários. Em 2017, esse mercado seguiu perdendo assinantes: segundo dados da Anatel, as empresas tiveram queda de quase 119 mil clientes no mês de maio, contra uma queda de 171 mil registrada em abril. No acumulado de 12 meses, a queda é de 262 mil assinantes, mostrando a dificuldade de esse mercado retomar o crescimento. Nesse cenário, a Cabletech seguiu com a diversificação do portfólio, oferecendo sistemas de radiofrequência, telefonia celular e teleinformática, atendendo ao mercado de banda larga, além da TV paga.

“Parece contraditório, mas vejo esse período conturbado com otimismo. Vivemos como em uma época pós torre de Babel onde ninguém se entende; mas a crise é sempre cíclica, e é preciso reestabelecer a confiança”, diz o diretor geral.

Em 2017, ele espera um crescimento moderado no volume de produtos, porém mantendo inalterados os resultados líquidos, devido à concorrência internacional: “Mantemos a nossa carteira de clientes ativa, mesmo nessa conjuntura, pois a demanda por fios e cabos não caiu”.

Segundo João Arantes, em 2017 a empresa segue

comprando matéria-prima no mesmo ritmo, para dar conta dos contratos com prazo de entrega em 2018: “Já ganhamos algumas licitações de cabos e antenas e além disso trabalhamos em novas tecnologias em novos materiais e de produção, para ter mais velocidade de entrega”.

Em 2016, a empresa recebeu o prêmio Exporta São Paulo pela FACESP (Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo) Chamber of Commerce. A Cabletech conta com uma ampla rede de distribuidores no Brasil e atende mais de dez países.

Para melhorar o ambiente empresarial no país, João acredita que o governo deve continuar as reformas, como a trabalhista, a política, a previdenciária, e principalmente a industrial e a tributária, pois o modelo atual está gerando desindustrialização e empregos no exterior.

A Cabletech tem capital nacional e foi fundada em 1995. 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, uma unidade fabril em Buenos Aires, na Argentina, inaugurada em 2014, e há quatro anos tem uma planta em Hong Kong.

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



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

186.239

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

186.239

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

30.229

Lucro Líq p/ Func
(R\$ mil)

125,94

Giro dos Ativos

1,83

A Seccional põe foco na inovação e aumenta a produção

A Seccional, fabricante de torres e postes para telecomunicações e energia, é a campeã de prêmios do Anuário Telecom: é Destaque pelo 12º ano consecutivo. Com 17,3% de rentabilidade sobre as vendas, figura também entre as 10 empresas mais rentáveis do Anuário.

O diretor da Seccional, Paulo Emmanuel Abreu Junior, explica que a equipe aproveitou o desaquecimento da economia para reestruturar processos internos e expandir seu centro tecnológico: “Foram redimensionadas as áreas de logística e fabril, ampliando a capacidade de produção, além de intensificado o treinamento dos colaboradores”.

Entre os principais lançamentos do ano, está o desenvolvimento de novas versões do UFS Ultra Fast Site, que permite a instalação de um site completo de até 60 metros de altura em tempo reduzido. “Desde a liberação do terreno do site para construção, até a data do RFI (ready for installation) das antenas, são em média sete dias”, afirma Abreu.

A Seccional focou em pesquisa e desenvolvimento nos projetos de geração de energia e telecomunicações. Fruto desse investimento é o depósito de novas patentes junto à WIPO (World Intellectual Property Organization) em Genebra, na Suíça. No total, a empresa já tem dez patentes reconhecidas. Outra etapa importante concluída em 2016 foi o processo de lean manufacturing, que resultou na expansão da capacidade produtiva e agilidade na logística, permitindo movimentação de 2 mil toneladas mensais de produtos por turno.

A lean manufacturing segue a filosofia de gestão da manufatura de forma enxuta, criada com o Sistema Toyota de produção. É inteiramente focada na eficiência dos processos e eliminação de desperdícios, trabalhando somente na demanda do momento.

No final de 2016, a Anatel apresentou uma nova proposta de regulamentação do compartilhamento de infraestrutura entre as operadoras de telecomunicações, pela qual não podem existir torres a menos de 500 metros umas das outras. Dessa forma, as operadoras precisarão rever sua infraestrutura, movimentando o setor. Para esse mercado, o carro-chefe da Seccional é a torre monotubular para grandes dimensões, desenvolvida para atender as novas restrições nas legislações municipais, que regulam tamanho máximo dos sites e exigências estéticas. Esse modelo foi vendido para várias operadoras: a Seccional produz torres com até 70 metros de altura, com grande capacidade para carregamentos de antenas, configurando as maiores estruturas monotubulares da telefonia celular. Para a Vivo, TIM e Nextel, instalou postes treliçados para terrenos confinados, áreas urbanas onde os sites para instalação de torres de telecomunicações têm um custo elevado, ou sofrem restrições legais com relação às dimensões da base. A solução permite estruturas de até 80 metros de altura, ocupando uma base de somente 2,5 metros de lado.

“O principal ativo da Seccional é sua gestão de inovação, que propiciou um ótimo desempenho financeiro, com produtos adequados ao mercado e com diferenciais para os clientes”, diz Paulo.

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	SECCIONAL	805,10	-51,79	17,30	12,17	4,41	0,14	



Paulo Emmanuel Abreu Junior

Diretor

Equipe enxuta e gestão de projetos simplificada

Na Seccional, a inovação é tratada tanto na dimensão técnica quanto na organizacional por todos os setores da empresa, em reuniões diárias. Com uma equipe enxuta, a empresa adotou o mecanismo de gestão da inovação de forma conceitual análoga ao lean manufacturing, para simplificar a forma como são integradas as diferentes fases do processo de gestão dos projetos, baseados em cinco elementos. O primeiro é a identificação das oportunidades de inovação e a escolha de um coordenador de projeto, que montará sua equipe para definir uma “visão de futuro”. Então é definido o “mapa de ideias”, ou seja, atenção e esforço com estratégias específicas para melhoria de projetos inovadores de negócio para a solução de um problema. Para isso, é feita a preparação do ambiente operacional que vai adotar a inovação. Por último, ele explica, são avaliados os erros e acertos do processo, em uma trajetória de aprendizagem: “Só então são decididos o lançamento do produto no mercado, a análise da viabilidade de sua patente e a definição de parceiros para comercialização”.

Esse modelo de negócio, que abre espaço à inovação, segundo Paulo, trabalha em um ciclo iterativo de aprendizagem: “Não é um modelo aplicado apenas para inovação nos processos, mas também na inovação organizacional”.

Os investimentos em pesquisa e desenvolvimento são realizados com recursos próprios e a gestão é coordenada pelo acionista majoritário, permitindo mais velocidade na tomada de decisões. “Universidades,

laboratórios oficiais, centros de pesquisa ou empresas parceiras colaboram com os diversos projetos de acordo com sua expertise”, conclui.

Um dos focos da Seccional é o treinamento para difundir o conhecimento técnico com oferta de seminários e workshops in company por toda a América Latina. Entre os cursos estão os de Estruturas Verticais para Telecomunicações, Montagem de Estruturas Verticais, e Segurança para Trabalho em Altura. Os participantes visitam os laboratórios, fábrica e campos de teste e ensaio da empresa.

Desde 1976, a empresa desenvolve torres e postes metálicos para telecomunicações, iluminação e transmissão de energia. O trabalho começou em Itajaí, Santa Catarina, e logo alcançou proporções nacionais, fazendo da Seccional uma especialista em torres monotubulares até 60 metros de altura e torres triangulares de telecomunicações de até 150 metros. Para tanto, a empresa fez parceria estratégica com a Sectional Poles, empresa sul-africana que trouxe para o Brasil a tecnologia de encaixe telescópico para torres, chamada de Slip Joint. Dez anos mais tarde, em 1986, foi fundada a Seccional Tecnologia e Engenharia – STE, que adquiriu a tecnologia Slip Joint. Com o crescimento das empresas de telecomunicações e a privatização da Telebrás, nos anos 90, a empresa ampliou sua atuação e ganhou agilidade logística na montagem das torres monotubulares e triangulares treliçadas. Sua sede, de 60 mil metros quadrados, fica na Cidade Industrial de Curitiba (PR).



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
24.031	12.015	4.158	62,99	0,47

O CPqD já trafega bem nas cidades inteligentes

Em 2016, não faltaram grandes projetos de software ao CPqD. A empresa terminou a implantação Na Caixa Econômica Federal de uma solução antifraude que começou em 2015, implantou o CPqD OSS Suite na Telebrás e na Copel Telecom, e atualizou o módulo Gerência da Planta na Vivo e na TIM. Além disso, foi contratada para atualizar o sistema de billing no Sem Parar e na operadora Arion Services.

Repetindo o feito de 2014, quando também foi destaque em Software pelo Anuário Telecom, o CPqD, na contramão do mercado, teve uma rentabilidade de 10,3% sobre as vendas e um aumento de 2,5% na receita líquida. Os bons resultados são fruto de uma série de apostas em novos segmentos. “No planejamento estratégico realizado em 2016, quando completamos 40 anos, definimos novas áreas de atuação como o de a agronegócio e cidades inteligentes”, diz Edvaldo Paro, vice-presidente de tecnologia.

A estratégia direcionou investimentos para o ecossistema de inovação aberta, em que o CPqD vem aportando ativos tecnológicos – como algoritmos de decisão, plataforma de Internet das Coisas (IoT) e georreferenciamento –, com o objetivo de torná-los disponíveis para empresas, principalmente startups, que poderão utilizar esses componentes para acelerar seu desenvolvimento.

Além de continuar a implantação do CPqD OSS na Telebrás e na Copel, em 2017 também iniciou um projeto na Telefônica do Peru, resultado do selo de Provedor Global para a Solução de Gerência de Planta Externa do Grupo Telefônica – o que dá à solução OSS prioridade de con-

tratação pelas operadoras do grupo em toda a América Latina, permitindo a uniformidade de processos em suas áreas de inventários de redes.

O CPqD também iniciou uma implantação para o grupo América Móvil do módulo Gerência da Planta, na NET, e fez a migração da solução, para nova versão, na Embratel. Outro projeto é a virtualização de rede e de equipamentos, que segundo Edvaldo é uma tendência na área de telecomunicações: “A primeira versão dos resultados desse projeto foi transferida para a Trópico, que será responsável pela comercialização do produto no mercado”.

Em IoT, o CPqD está investindo em um modelo de uso aberto e livre, que foi adotado pela Informática de Municípios Associados (IMA), de Campinas (SP), e pela Associação Paulista de Municípios. O projeto vai facilitar a implantação do conceito de cidade inteligente nos 645 municípios do Estado de São Paulo. “Estamos unindo esforços para levar a inovação tecnológica aos municípios paulistas, de modo a atrair investidores, melhorar o desenvolvimento sócio-cultural e os serviços prestados aos cidadãos”, diz Edvaldo. Os municípios terão acesso à Plataforma de Internet das Coisas (IoT) para Cidades Inteligentes, desenvolvida com o apoio do Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações (Funttel). “Esse projeto, liderado pelo CPqD, consiste em uma plataforma aberta, extensível e que fomenta o ecossistema de inovação por meio do empreendedorismo de base tecnológica, gerando oportunidades de criação de novos modelos de negócio e de desenvolvi-

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	...
	CPqD	368,30	2,35	10,30	10,03	1,38	12,01	



Edvaldo Paro

vice-presidente de tecnologia

Aposta na virtualização de rede e de equipamentos

mento de soluções inovadoras em serviços digitais para o cidadão”, afirma Edvaldo.

O CPqD é o principal executor do projeto Plataforma IoT para Cidades Inteligentes, lançado em 2016 pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações (MCTIC) e tem o objetivo de desenvolver um sistema aberto de tecnologias para IoT destinadas a aplicações em cidades inteligentes, em colaboração com outras instituições de ciência e tecnologia do país.

O centro faz parte do consórcio e foi escolhido pelo BNDES e MCTIC para realizar o Estudo Nacional de IoT, que resultará em um plano para orientar políticas públicas nessa área.

Ainda no mercado de cidades inteligentes, a empresa implantou um sistema de billing para a Zona Azul e Sem Parar. Um gateway para iluminação pública, desenvolvido em parceria com a Exati e, com o apoio da Embrapii (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial), vai levar conectividade às ruas e dará suporte a vários novos serviços ao cidadão. O CPqD também desenvolveu um assistente virtual para automatização de serviços ao cidadão, além de aplicações que utilizam a tecnologia de biometria de voz e de face. “Também estamos continuamente investindo no desenvolvimento de tecnologias cognitivas, que permitirão o tratamento do enorme volume de informações coletadas pelos dispositivos de IoT”, diz Edvaldo.

No mercado de agronegócio, em parceria com o Grupo São Martinho – um dos maiores do setor sucroalcooleiro do Brasil –, com o apoio do BNDES e da FINEP, desenvol-

veu um projeto de conectividade no campo. “Esse”, explica Edvaldo, “é um dos principais desafios da área rural para consumir recursos de tecnologia, e o objetivo do CPqD é desenvolver infraestrutura de rede móvel banda larga (LTE) para o uso do Grupo São Martinho na faixa de frequência destinada ao Serviço Limitado Privado (SLP) pela Anatel”. A frequência utilizada ocupa uma faixa do espectro inferior a 1 GHz, que permite uma maior área de cobertura, mais adequada às regiões rurais. “Essa rede de comunicação LTE permite implantar células com raio de cobertura de dezenas de quilômetros, provendo mobilidade, qualidade de serviço e taxas elevadas de transmissão. Esse sistema permitirá a coleta de dados no campo e seu envio, em tempo real, para bancos de dados e aplicativos, proporcionando aumento da eficiência operacional e, conseqüentemente, da produtividade no campo”, diz ele. A primeira estação radiobase LTE baseada nessa nova tecnologia já está funcionando, em fase de teste de campo na usina do Grupo São Martinho localizada em Pradópolis, no interior de São Paulo, além de terminais inteligentes veiculares (TIVs) em uma frente de colheita.

Fez parte da estratégia de busca de oportunidades pelo CPqD buscar projetos de pesquisa e desenvolvimento até mesmo no exterior. Em julho de 2017, a empresa teve três projetos aprovados no âmbito da chamada do Horizonte 2020 (H2020), coordenada pelo Brasil e União Europeia. O CPqD apresentou, em conjunto com outras organizações, projetos nas áreas de 5G, computação em nuvem e IoT.



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
292.442	118.146	30.126	28,85	0,58



futurecom 2018

15-18 OUTUBRO SÃO PAULO

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



www.futurecom.com.br

Promoção e Organização:

informa
exhibitions

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

serviços

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, ESTÃO OS PERFIS DAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS, CUJO DESEMPENHO LHES GARANTIU O PRÊMIO DE DESTAQUE DO ANO DO ANUÁRIO TELECOM 2017, EM SEUS RESPECTIVOS SEGMENTOS: ALLIED (CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO); VIAW (CONSULTORIA E PROJETOS); GO2NEXT (GERENCIAMENTO DE REDES); NEOVIA SOLUTIONS (SERVIÇOS CONVERGENTES); LEVEL 3 (SERVIÇOS CORPORATIVOS); ATENTO BRASIL (SERVIÇOS DE CALL CENTER); COPEL TELECOM (SERVIÇOS DE HOSTING E DATACENTER); CEMIG TELECOM (SERVIÇOS DE INFRAESTRUTURA DE REDES); ÍCARO TECHNOLOGIES (SERVIÇOS DE INTEGRAÇÃO); VIVO (SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA E SERVIÇOS DIGITAIS). A ALGAR TELECOM, DESTAQUE EM SERVIÇOS MÓVEIS, FOI TAMBÉM ESCOLHIDA A EMPRESA DO ANO (VEJA A REPORTAGEM DA PÁGINA 32).

A Allied amplia a presença no varejo regional

Destaque em Canais de Comercialização do

Anuário Telecom pelo sétimo ano consecutivo, a Allied consolidou seu braço de distribuição de produtos em parceria com operadoras e aumentou sua capilaridade no varejo regional. Em 2017, deu continuidade ao processo de profissionalização, com a entrada do novo CEO, Silvio Stagni, que veio da Lenovo, onde trabalhou nos últimos dois anos. Ele substituiu Ricardo Radomysler, sócio e fundador da Allied, que, além de se manter no conselho de administração, terá atuação mais estratégica, de apoio ao desenvolvimento de novos negócios e ao projeto de expansão internacional, com ênfase em aquisições e na ampliação dos parceiros nos segmentos de atuação da empresa.

“Nossa estratégia é ampliar a linha de produtos e ir além das telecomunicações, diversificando negócios para superar as turbulências do cenário nacional”, diz Silvio. Para driblar a crise, segundo ele, a Allied se sustenta em dois pilares – a contratação de novos talentos e a inovação nos negócios: “Acreditamos que o desaquecimento da economia afetará as empresas de vendas como um todo, por isso nos preparamos, investindo em bons profissionais que integram equipes afinadas.

Uma das maiores fornecedoras de produtos de tecnologia do país, a Allied foi criada em 2001 e de lá para cá teve rápido crescimento. “Sua trajetória até se tornar líder no setor mostra que a Allied tem enorme potencial para atravessar a crise e continuar crescendo de maneira contínua e saudável”, garante o novo CEO.

Com a gradativa queda dos juros e o reaquecimento da economia, Silvio prevê a retomada das vendas do varejo, o que deve impulsionar os resultados de 2017. Já no primeiro semestre, ele cita um incremento das vendas nas lojas, que pode ter sido causado pela política de liberação de FGTS inativos: “O mercado de celulares mostra sinais de melhora, com vários institutos de pesquisa apontando para o crescimento das vendas”.

Em 2016, as vendas de celulares no Brasil somaram 48,4 milhões de aparelhos, queda de 5,2% em relação a 2015. Mesmo assim, o Brasil manteve a quarta posição entre os países com maiores vendas desses aparelhos no mundo, segundo a IDC. Do total de celulares comercializados em 2016, 43,5 milhões foram smartphones (queda de 7,3% sobre um ano antes) e 4,9 milhões de modelos básicos (crescimento de 18,5%). O preço médio dos aparelhos vendidos passou de R\$ 882,00 em 2015 para R\$ 1.050,00 em 2016. Ainda de acordo com a IDC, as vendas de celulares no Brasil devem avançar 1,6% em 2017, para 49,2 milhões de unidades, depois de dois anos seguidos de queda. Hoje são aproximadamente 153 milhões de aparelhos em uso no Brasil, sendo 121 milhões smartphones – ou seja, 21% da população ainda deve migrar de um telefone convencional para um aparelho inteligente, impulsionando as renovações.

Dentro da estratégia de diversificação, a Allied iniciou a distribuição de televisores, incrementou o volume de marcas de notebooks e expandiu o número de franquias. Outra novidade foi o lançamento de uma loja de

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	ALLIED	480,70	-	2,50	1,20	3,49	74,66	



divulgação

Silvio Stagni

CEO

A parceria estratégica com as operadoras impulsiona as vendas

serviços de bandeira própria – a PlugYou. “Acreditamos que esses fatores representarão um ganho significativo no faturamento em 2017”, diz Silvio.

Para atender os clientes de acordo com seu perfil, a empresa é dividida em seis diretorias: B2B, E-commerce, Capilaridade, Digital Info, Varejos Nacionais e Plataformas On Line, atuando como integrador e operador logístico para terceiros. Conta com uma equipe de televendas direcionada aos pequenos varejistas de todo o país.

A empresa vem avançando na participação em sua base de varejo por meio de promoções e projetos especiais nos pontos de venda, além de estudar novos negócios.

Com 16 anos de operação, a Allied conta com mais de 4,5 mil clientes em nível nacional com oferta de soluções e serviços nos segmentos de telefonia celular, games, cine-foto e informática. Além de servir os mais de 15 mil pontos de venda dos seus clientes de varejo, a Allied presta serviços para as operadoras de telecomunicação e clientes corporativos. Em parceria com as teles, por exemplo, mantém contratos para a compra conjunta de celulares e smartphones, reduzindo os gastos com a aquisição desses aparelhos, compartilhando condições de compra e negociações especiais junto aos fabricantes. “Como parceiros estratégicos das operadoras, aumentamos a escala de suas operações e reforçamos nossa proposta de oferecer serviços e soluções de valor agregado às teles, fabricantes de equipamentos e varejistas”, diz o CEO.

Em 2017, a empresa espera aumentar ainda mais a

rentabilidade, baseando sua previsão no aumento do volume de vendas de smartphones e a retomada das vendas de outros eletrônicos, apostando na recuperação do mercado.

A diversificação de produtos e a maior capilaridade das lojas devem trazer em 2018, de acordo com Silvio, maior participação no mercado de vendas para o médio varejo: “Vamos atrair novos clientes para os canais de vendas e manter a estratégia de inauguração de lojas. Com a economia mostrando leves sinais de melhora e com a iminente queda de juros, já observamos um ano de 2017 melhor do que 2016, com uma expectativa de um 2018 mais promissor, com o mercado focando em gestão e eficiência operacional”.

Para dar suporte aos parceiros, a empresa reforçou a estratégia de pós-vendas com solução integrada de gestão e através de call center e assistência técnica próprios, além de triagem e logística reversa para o gerenciamento de aparelhos. No segmento de projetos especiais, oferece customização de produtos para que os clientes tenham diferenciação de seu portfólio. Produtos licenciados, embarque de aplicativos e bundles são alguns exemplos de projetos desenvolvidos pela Allied.

Fundada em 2001, a Allied foi adquirida, no final de 2014, pelo fundo de private equity Advent International por R\$ 1 bilhão. Entre seus parceiros estão marcas como Acer, Alcatel, Apple, Asus, Google, GoPro, Kindle, Motorola, Lenovo, Microsoft, LG, Positivo, Samsung, Sony e ZTE, e tem presença em mais de 15 mil 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
	2.149.276	1.611.957	53.749	7,97	1,11

Varejo e IoT garantem a **ViaW** na liderança pelo quarto ano

Grandes projetos no segmento varejista e a exploração de novos nichos como a Internet das Coisas (IoT) trouxeram bons resultados para a ViaW, especializada em redução de custos de telecomunicações e TI. A empresa é destaque do Anuário Telecom pelo quarto ano consecutivo, e, com a significativa rentabilidade sobre as vendas de 66,7%, figura entre as dez empresas mais rentáveis de todo o setor.

Em 2016, além dos projetos tradicionais conduzidos no mercado corporativo, a ViaW foi contratada para apoiar duas grandes empresas na otimização de seus custos e eficiência de gestão. “Fizemos projetos em um dos maiores bancos de varejo do país e uma das maiores redes varejistas na área de beleza, que possuem, cada uma, mais de 4 mil lojas e agências”, diz o presidente, Nelson Reis. Esses projetos, segundo ele, foram de grande complexidade e envolveram a alta direção das empresas: “Pela ViaW, alocamos equipes altamente especializadas em todas as etapas, para garantir o sucesso dos projetos”. Outro destaque foi sua consolidação no segmento de pequenas e médias empresas, que, como ele lembra, demandam mais eficiência operacional: “Nesses projetos, conseguimos reduzir custos de telecomunicações em até 40%, buscando melhores soluções de tecnologia e melhores práticas de contrato”. O volume de projetos para as pequenas e médias empresas, segundo ele, foi recorde em 2016 e 2017 em todas as regiões do país, mostrando que esse nicho também foi em busca de redução de custos: “Percebemos que as pequenas e

médias empresas são um setor carente, e o mais abandonado pelas operadoras”.

A ViaW desenvolveu ferramentas que permitem análises complexas com rapidez e qualidade na aferição dos contratos e faturas cobradas pelas operadoras de telecomunicações. Sua metodologia permite a identificação de uma média de erros de cobrança em benefício das operadoras por volta de 12%. “Isso significa que os clientes corporativos acabam pagando praticamente um mês a mais no ano para as operadoras, quase um décimo terceiro”, constata Nelson. Além de apurar com rapidez e precisão esses valores indevidos, a empresa apoia seus clientes no processo administrativo até a efetiva recuperação dos valores. “Só em 2017, recuperamos para nossos clientes mais de R\$ 30 milhões e ainda tem muito mais. Pelas interações com as operadoras, não identificamos má fé, mas existem muitos erros nos sistemas legados de todas as empresas, sem exceção”, diz. Nesse caso, basta apresentar a contestação com os erros detalhados, gestão que é realizada pela ViaW, e a solução de ressarcimento é rápida.

Nelson lembra que a própria Anatel, preocupada com o grande volume de reclamações, mudou a legislação, fazendo com que os processos sejam mais céleres e transparentes: “O resultado de um projeto desse porte para nossos clientes significa um aumento do Ebitda, o que faz com que sejamos cada vez mais reconhecidos”.

As linhas de negócio que trazem maior receita para a empresa continuam sendo os processos de eficiência em telecomunicações (fixo, móvel e dados) e TI em datacenters.

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	VIAW	8.365,90	2,79	66,78	4,73	0,00	1.100,00	



divulgação

Nelson Reis

presidente

As pequenas e médias empresas são o setor mais abandonado pelas operadoras

Com o aumento exponencial do tráfego de dados e o volume de informações, também cresce a busca por ajuda profissional para gerir essa complexidade. A ViaW manteve serviços de renegociação de contratos e gestão e recuperação de valores cobrados incorretamente em diversos mercados. Sua metodologia é uma combinação de ações, incluindo a renegociação de contratos atuais para obter ganhos presentes, gerir para garantir governança futura, e auditar para recuperar perdas do passado. Esse ciclo é constante: sempre que a gestão feita pela ViaW indica novas oportunidades de redução, são conduzidas novas rodadas de negociação, garantindo a escalabilidade do negócio. Com a crise econômica, avalia Nelson, as empresas estão mais pressionadas por resultados operacionais, principalmente na redução de custos no exercício fiscal de 2017: “Esse movimento está ocorrendo tanto em grandes corporações quanto nas médias e pequenas empresas. Além da busca de melhoria de eficiência, algumas empresas estão reduzindo seus pontos geográficos com fechamento de lojas e agências, buscando soluções de menor custo e mudando sistemas tradicionais de rede de dados MPLS para xDSL ou SD-WAN”. Outro movimento, segundo ele, é a migração dos serviços de voz fixa para soluções digitais, além da otimização de custos e soluções de datacenter e computação em nuvem: “Nós temos apoiado as empresas nessa busca por soluções de forma a encontrar os melhores serviços e provedores, garantir a melhor qualidade e o

menor impacto nessas mudanças”.

Outro mercado aquecido são as soluções de conexão machine to machine (M2M) para aplicações em Internet das Coisas (IoT), em que a ViaW presta suporte na área de regulamentação e melhores práticas para fornecedores e integradores. “Mantemos uma postura imparcial, tendo a visão do cliente, atuando de forma isenta e especializada, analisando as diversas alternativas e levando em conta a mitigação de riscos”, diz.

Para 2018, as perspectivas também são positivas. A empresa, de acordo com ele, está entrando em novos negócios de consultoria de eficiência e identificando carências operacionais em outros setores, como o de energia: “Estamos atentos aos movimentos de inovação e de transformação digital, com a extinção de antigos players e a chegada de novas soluções e prestadores”. Nelson Reis aposta que a demanda por eficiência continuará forte neste ano e no próximo, e avalia que os principais executivos das companhias vão buscar apoio das consultorias especializadas para reduzir custos. Em sua história, a ViaW executou mais de 150 projetos em clientes de segmentos e portes variados, gerando R\$ 1,2 bilhão em economia. Em seu modelo de negócio, a cobrança dos serviços é baseada no sucesso, sendo que parte da economia obtida remunera o projeto. Entre os clientes que se beneficiaram da consultoria estão empresas como o banco Itaú, Icatu Seguros, Via Varejo, Serasa, Sul América, Gol, Tecnisa, Estácio, Amil, Grupo Abril, Cacique, BR Partners, BTG, Grupo Estado, Ipsus e Cremer.

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	31.299	31.299	20.901	286,51	3,43

A Go2neXt põe ênfase na experiência do consumidor

Com crescimento de 8,4% da receita líquida e o bom índice de 9,8% de rentabilidade sobre as vendas, a Go2neXt faz sua estreia como destaque do ano do Anuário Telecom.

O presidente e CEO, Paulo Henrique Pichini, aponta os projetos com foco na transformação da experiência do usuário como os responsáveis por esse resultado: “Desenvolvemos soluções que integram infraestrutura de acesso (principalmente Wi-Fi), sinalização digital e uma série de sensores de IoT (Internet das Coisas), incluindo video analytics”.

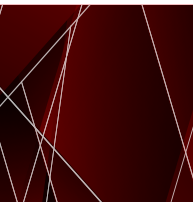
Segundo ele, a empresa segue sua trajetória de crescimento apesar da crise, contando com clientes internacionais que continuam investindo no Brasil: “São empresas que sabem que a economia brasileira vai se recuperar e atuam de acordo com essa visão”.

A Go2neXt tem forte presença no mercado varejista, setor gigantesco que nos últimos dois anos investiu para conquistar e fidelizar novos clientes. Apesar do esfriamento das vendas, esse é um segmento que continua buscando inovação com boas oportunidades de projetos para aumentar o volume de vendas e diminuir os índices de desistência do cliente e a perda de oportunidades de negócios. “Esse mercado vem, há anos, passando por transformações profundas em seu modelo de atendimento ao cliente, sempre buscando formas de melhorar a experiência do consumidor, administrar o inventário, melhorar e facilitar a vida dos atendentes na loja”, afirma Paulo. Isso representa uma renovação na infraestrutura com o uso de Wi-Fi, sensores com Bluetooth e câmeras para captação de vídeo, usadas em aplicações de segurança, mapeamento de tráfego e

reconhecimento facial. Já existem no mercado ofertas que permitem a unificação da experiência de compra que, agora, pode ser iniciada em um ambiente físico (loja) e continuar em meio digital (uma página de e-commerce, por exemplo), e vice-versa. E também soluções que dão poder aos vendedores da loja, incluindo ofertas de inventário automático para controle de prateleiras. É possível contar, também, com ferramentas para saber quem está na loja, por onde está andando, onde está parado por mais tempo e ainda qual sua idade média, gênero e até mesmo traços de seu estado de humor frente a determinado produto. Essas soluções, de acordo com Paulo, usam cada vez mais sensores e integram informações de IoT: “Esse mundo de soluções deve ser apoiado por empresas de inovação, com capacidade de entender o grau de maturidade dessas tecnologias dentro do mercado brasileiro e seu grau de adaptação, e como essas inovações serão integradas no varejo com os diversos ambientes e públicos que existem hoje no Brasil”. Outra oportunidade no varejo são as soluções de gestão estratégica para a área de operações. Esse mercado já conta com um enorme número de ferramentas de software, que permitem a criação de um boardroom capaz de avaliar cada loja, seus resultados e vendas, estoque e comportamento de clientes. Essa análise pode ser feita a partir de uma infinidade de variáveis, em acessos totalmente on-line.

Apesar do esfriamento da economia, Paulo acredita que, com a aprovação das reformas, a economia deve se aquecer até o final de 2017: “Os projetos de inovação acontecerão de qualquer maneira, simplesmente não há

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	GO2NEXT	481,30	8,43	9,85	1,40	0,00	29,93	



divulgação

Paulo Henrique Pichini

presidente

**Os projetos de inovação
acontecerão de qualquer maneira**

como ser um player de negócios e estar fora da transformação digital. Do ponto de vista de negócios, o mercado nacional entendeu que não pode postergar projetos por mais tempo. As empresas estão investindo, ainda que discretamente, nesses novos ambientes, incluindo o uso de IoT e, em 2018, essas tecnologias vão decolar de forma massificada. Os tickets individuais de projeto vão diminuir, mas o montante final vai crescer significativamente — é o modelo on demand acontecendo de fato”. Em 2018, a Go2NeXt mira novos mercados como a IoT focada em transportes e agronegócios. A empresa está desenvolvendo também uma solução de IoT para seguradoras de grandes cargas (containers) e de controle e utilização de geladeiras no varejo. Nesse caso, as geladeiras pertencem ao fabricante de alimentos, mas são colocadas em comodato na unidade de varejo. A implantação de sensores na geladeira e uma minicâmera que envie imagens internas de tempos em tempos para o fornecedor permitem o controle de temperatura e abertura de portas, otimizando o uso e proporcionando ganhos operacionais na logística de distribuição. “Com a IoT, os processos dos varejistas passam a utilizar informações que, antes, simplesmente não estavam disponíveis de forma massiva e automatizada”, diz ele. Paulo Pichini aposta no crescimento dos investimentos e na criação de sensores IoT de baixíssimo custo: dispositivos com capacidade de transmitir em bandas de baixa velocidade para plataformas em nuvem, que recebem informações e as devolvem em dashboards on-line, capazes de suportar decisões de negócios al-

tamente precisas. Pesquisa da CompTIA indicam que, até 2020, 50 bilhões de dispositivos IoT estarão conectados e operando. Hoje, nos Estados Unidos, seis em cada dez empresas dizem já utilizar IoT. “Empresas que estão de alguma maneira incluindo IoT em seus processos colhem resultados em novas formas de fidelização de clientes e em logística, aumentando volumes de vendas e reduzindo os custos operacionais. Outra área que deve se beneficiar dos dispositivos de IoT são os provedores de serviços e soluções. Esse grupo inclui grandes operadoras de telecomunicações que estão reinventando seus negócios e desenvolvendo ofertas sob medida para verticais de mercado como agronegócios, varejo, transporte e manufatura. Nesse ponto, ele lembra, entram em cena soluções de baixo custo e, principalmente, baixo consumo de energia, com tecnologia de redes sem fio desenvolvida sob medida para conexões machine to machine (M2M) e IoT: “Os ganhos das operadoras de telecomunicações não virão nem de dispositivos nem da rede, mas das plataformas e dos motores capazes de transformar os dados gerados pela IoT – o Big Data — em insumo para dashboards de apoio à decisão (analytics)”. Entre os segmentos mais aquecidos em 2016 e 2017 na Go2NeXt, Paulo inclui os bancos, em virtude do aumento da demanda por grandes projetos de melhora na experiência do usuário. A previsão de crescimento em 2017, segundo ele, se baseia também em oportunidades em alguns países latino-americanos onde a empresa já tem presença como Colômbia, México, Chile e Peru.

	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	18.833	18.833	1.855	14,56	1,16

A Neovia oferece contingência para todo porte de empresa

Prestadora de serviços de telecomunicações e soluções de conectividade, com uma rede baseada em tecnologia IP wireless, a Neovia ampliou seu backbone, entrou em novos mercados e criou uma unidade de negócios especializada em links temporários.

Destaque do Anuário Telecom, obteve 9,5% de rentabilidade sobre as vendas, embora tenha registrado queda na receita líquida de 11%.

Com foco em qualquer porte de empresa — pequenas, médias e grandes —, por meio da oferta de links de rádio, a Neovia é opção de contingência quando há rompimento na rede de fibras dos clientes.

Completam o portfólio as redes VPN, circuitos de voz, soluções de segurança, firewall, Wi-Fi e storage, além de links temporários para eventos.

Segundo o diretor comercial, Reinaldo Romano, a base de clientes tem crescido em média 17% ao ano, somando 1,2 mil. Sua rede está presente em 55 das maiores cidades do estado de São Paulo, com 2 mil pontos de presença, e tem como meta expandir para mais 15 municípios até 2018.

Em 2017, segundo Reinaldo, a empresa iniciou a ampliação da sua rede IP, atualizou produtos e serviços, com o lançamento de uma solução de voz, e renovou o plano de canais: “Para fazer frente à crise econômica, mudamos a estratégia, oferecendo serviços de maior valor agregado com foco no mercado corporativo e venda de soluções”.

Entre os segmentos mais aquecidos em 2016, ele cita o varejista e o hospitalar. A movimentação no merca-

do de datacenters também aumentou a demanda dos clientes por conectividade e soluções de telecomunicações. A Neovia é parceira de grandes players do setor como Alog, Oi, Tivit, UOL Diveo, Equinix e Matrix. “Somos responsáveis por unificar os contratos, operação que sempre é complexa quando o cliente trabalha com aplicações em diversos data centers”, explica.

Outra novidade, de acordo com ele, foi a oferta de voz em rede IP, por meio da parceria com a Option, especializada em voz sobre Internet: “Nossas perspectivas de crescimento nesse mercado para o ano são otimistas, mantendo a base de clientes e buscando maior participação no mercado corporativo”. Um dos segmentos que continua crescendo em participação na receita da Neovia é o de links temporários. Desde 2007, a empresa já atendeu mais de 6 mil eventos, prestando serviços, entre outros, para São Paulo Fashion Week, Lollapalooza, Couro Moda, Mostra Internacional de Cinema, ABF Franchising Expo. “Em 2016, aperfeiçoamos nossa área de eventos, criando uma estrutura separada, com vida própria, para dar mais agilidade aos negócios e aumentar nosso ticket médio de soluções, desenvolvendo o serviço de link temporário com canais de voz”, diz Reinaldo.

A Neovia também é parceira da Mandic, sendo responsável pelos serviços de telecomunicações como venda, instalação, manutenção e gerenciamento das redes de conectividade, integrados às soluções Mandic Mail (e-mail corporativo) e Mandic True Box (armazenamento e compartilhamento de arquivos corporativos) fornecidos pelo provedor de nuvem.

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	NEOVIA SOLUTIONS	448,70	-11,10	9,59	-	-	28,04	



Reinaldo Romano

diretor comercial

Em busca de ampliar a participação no mercado corporativo

Fundada em 2001, com foco no mercado corporativo de comunicação de dados, utilizando tecnologia de transmissão wireless (micro-ondas), tem backbone redundante, com diversas saídas de internet configuradas para alta disponibilidade, com rede EoMPLS (Ethernet over MPLS). A licença de SCM (Serviço de Comunicação Multimídia) habilita a empresa a comercializar serviços de Internet, VPN e demais serviços de multimídia. Tem como um de seus principais investidores a Intel Capital, que adquiriu 60% da empresa em 2005. Também neste ano, a Neovia adquiriu a DirectNet, para ampliar sua capilaridade no país. A operação adicionou clientes residenciais e corporativos, além de 3,2 mil pontos de presença, expandindo sua cobertura no interior de São Paulo. Com foco em produtos, passou a oferecer um pacote integrado de serviços, composto por Internet integrada à rede Wi-Fi, firewall e e-mail, em vez de ser apenas uma fornecedora de links. “Ampliamos o escopo dos serviços profissionais, por meio do gerenciamento técnico da rede Wi-Fi realizado de forma presencial durante todo o período contratado”, afirma Reinaldo.

No final de 2013, diz ele, a empresa deu uma guinada em sua estratégia, para se firmar como fornecedora de serviços completos ao mercado corporativo, abrangendo comercialização, instalação, manutenção e gerenciamento das redes de conectividade e comunicação: “Com esse reposicionamento, nos concentramos na venda de rede corporativa de Internet com alto desempenho”.

Entre 2016 e 2017, a Neovia manteve os investimentos na ampliação de sua equipe comercial para ampliar ser-

viços no interior de São Paulo. Outro ponto importante da estratégia de crescimento foi a reestruturação das equipes em gerências de vendas diretas e de canais indiretos, para estar mais próxima do cliente.

Em 2017 a empresa atualizou sua política de canais, com a perspectiva de ampliar em 45% o número de vendas. Entre os produtos oferecidos pela Neovia está o Neo Internet Light, que permite acesso simétrico, com taxa de download e upload equivalentes e capacidade de 1 a 6 Mbps voltado para clientes corporativos de pequeno e médio portes, que utilizam para consultas, navegação e atividades que não impactam o desempenho direto da empresa. Outra oferta é o Neo Internet Premium, com acesso de alta performance e disponibilidade para Internet simétrica, também com taxa de download e upload equivalentes e capacidade acima de 4 Mbps, voltado para clientes que usam streaming de vídeo, VoIP ou alta demanda de acesso à internet. Já o Neo WiFi é uma solução de conexão sem fio para permitir a mobilidade dos usuários dentro do ambiente corporativo com demandas recorrentes ou temporárias. Oferece ainda a Neo VPN (Virtual Private Network, ou Rede Virtual Privada) que é a formação de duas ou mais redes utilizando o backbone da Neovia para trafegar a comunicação entre as unidades do cliente, sem afetar o uso da Internet local. Na área de segurança, tem o Neo Firewall com equipamentos remotos à rede do cliente com proteção contra vírus e invasões. Todas as redes são gerenciadas por um NOC (Network Operation Center), que permite atendimento personalizado e pontual no caso de problemas ou indisponibilidade.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

22.529

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

14.644

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

-

Rent. s/ patrimônio
(%)

43,92

Giro dos Ativos

-

A Level 3 investe em segurança e se mantém na ponta

Surfando na onda do mercado de datacenters, a Level 3 incrementou seu portfólio de produtos em segurança e infraestrutura para nuvem para atender a demanda por esses serviços. Essa aposta lhe garantiu o prêmio de Destaque, pelo quinto ano consecutivo, com rentabilidade sobre as vendas de 12,8% em 2016 e crescimento de 3,2% na receita líquida, segundo o estudo do Anuário Telecom. Em 2016, a empresa adicionou novas funcionalidades ao serviço de cloud corporativo e anunciou serviços de load balance, que permite aos clientes balancear o tráfego entre mais de uma saída de Internet. Outros mercados aquecidos, segundo Marcos Malfatti, presidente na Level 3 Communications do Brasil, foram os de videoconferência e colaboração.

A empresa expandiu sua rede metropolitana e de Internet, além de acrescentar nós em várias cidades no Brasil, para oferecer conexões mais seguras. A capacidade das redes entre São Paulo e Santos (SP), São Paulo e Curitiba (PR), e Londrina (PR) e Curitiba, segundo ele, foi ampliada, além das redes IP em São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre (RS), Curitiba e Belo Horizonte (MG) “O crescimento da demanda por tráfego de Internet rápida incentivou os negócios na região e nossos investimentos em redes”. Com esse movimento, a Level 3 atende à demanda dos clientes por maior largura de banda para conteúdos pesados, como vídeos em HD, páginas web com imagens e música de transmissão contínua, serviços que exigem capacidade flexível para distribuição rápida de conteúdo.

No início de 2017, a empresa divulgou o Level 3 Security Index, estudo realizado em conjunto com a consultoria IDC

para identificar a maturidade da segurança da informação e da infraestrutura corporativa de TI das organizações brasileiras. Além disso, inaugurou o primeiro scrubbing center de DDoS (Centro de Limpeza de Ataques de Denegação de Serviço Distribuído) em São Paulo. “O centro se une aos demais de nossa rede mundial, beneficiando os clientes locais pela menor latência durante os processos de filtragem de ataques originados na região, e também por um melhor desempenho da rede”, explica Marcos.

Na opinião de Marcos Malfatti, o final de 2016 gerou expectativas positivas, e 2017 tem confirmado as boas expectativas: “Esse cenário faz com que os clientes demandem otimização e proteção de infraestrutura para ter negócios mais eficientes, e nós temos equipes preparadas para esse diagnóstico”.

Alguns investimentos não podem mais ser adiados e segurança é um dos exemplos. Apenas nos últimos meses, o país sofreu diversos incidentes de escala mundial, afetando operações de empresas vulneráveis em suas políticas e estruturas de segurança cibernética. O estudo de maturidade apresentou as principais lacunas desse mercado, orientando ofertas da Level 3. Para gerar um índice de segurança, a pesquisa ouviu 100 empresas brasileiras com mais de 250 funcionários, por meio de entrevistas conduzidas pela IDC. O estudo feito para a elaboração do índice identificou que ainda há uma dependência grande entre a área de segurança e a área de TI nas empresas. Cerca de 51% das empresas entrevistadas afirmam ter uma área de segurança da informação independente, seja com equipe própria ou terceirizada. Contudo, um percentual muito

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	LEVEL 3	1.319,70	3,27	12,86	1,04	4,01	167,85	



Marcos Malfatti

Vice-presidente sênior

Os clientes demandam cada vez mais proteção para sua infraestrutura

maior (81%) indicou que o orçamento dessa área está atrelado ao orçamento de TI. Outros dois dados trazem preocupação: quase 20% das organizações não contam com uma área específica para lidar com as questões de segurança da informação; e em geral as empresas contam com apenas dois profissionais dedicados para atuar na área. “O panorama aponta para oportunidades de outsourcing nessa área”, diz Marcos.

Em um cenário de crise, as empresas precisam modernizar sua infraestrutura e encontram em um provedor de serviços a equação financeira mais interessante para manter seu parque atualizado. Marcos admite, no entanto, que a retração econômica faz com que os gestores fiquem mais conservadores e demorem mais para tomar decisões: “Investimos no mercado brasileiro com uma visão de longo prazo”.

De acordo com ele, o Brasil ainda enfrenta, em algumas regiões, grandes dificuldades em sua infraestrutura. No Norte e Nordeste, por exemplo, os negócios são bastante concentrados em porta IP (acesso Internet) para provedores da região. Já em outras, as soluções mais completas, envolvendo produtos de datacenter, redes e segurança são mais comuns, com muitas oportunidades de expansão dos serviços.

Os serviços de datacenter, com hospedagem de servidores físicos e virtuais, ou soluções em nuvem, têm impacto crescente nos resultados da Level 3, segundo ele: “Nos últimos anos, investimos na expansão de nossa capacidade nas unidades do Brasil, especialmente Rio e São Paulo. Nosso modelo de construção, com ambien-

tes modulares, garante que esses investimentos estejam em linha com a demanda e ocupação, o que nos permite uma gestão financeira bastante eficiente”.

Com presença global, a Level 3 foi escolhida pela HBO para distribuir a série Game of Thrones, que alcança milhões de espectadores, por meio de sua rede de entrega de conteúdo (CDN). A tecnologia da Level 3 permite que a HBO faça a transmissão da série pela plataforma HBO GO, que pode ser vista pelos assinantes em dispositivos móveis, tablets, laptops, consoles de games ou smart TVs.

A rede da Level 3 alcança mais de 500 mercados em 60 países com mais de 330 mil quilômetros de rotas de fibras, sendo 175 mil quilômetros entre cidades, mais de 53 mil quilômetros de cabos submarinos e mais de 102 mil quilômetros de redes metropolitanas. No Brasil a rede vai de Porto Alegre (RS) a Fortaleza (CE), passando por cidades e regiões como: Vale do Itajaí (SC), Curitiba (PR), Londrina (PR), São Paulo (SP), Campinas (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Salvador (BA) e Recife (PE), além de Fortaleza.

Em outubro de 2016, a Level 3 fundiu suas operações com a empresa de telecomunicações norte-americana CenturyLink, em uma transação de mais de US\$ 34 bilhões, resultando em infraestrutura combinada de mais de 350 áreas metropolitanas e aproximadamente 75 mil redes em prédios. A CenturyLink é a terceira maior operadora local nos EUA, agregando uma importante rede de longa distância e backbone global, em uma transação que deve ser concluída até o terceiro trimestre de 2017.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

784.682

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

784.682

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

100.879

Rent. s/ patrimônio
(%)

47,28

Giro dos Ativos

0,90

A Atento mantém a estratégia de diversificação

Maior empresa de call center em número de

funcionários contratados, a Atento seguiu diversificando para não depender de apenas uma fonte de receita. Em 2016, adquiriu participação majoritária na RBrasil Soluções, empresa de serviços de cobrança para grandes clientes dos setores financeiro, telecomunicações e varejo. A operação contribuiu para acelerar a oferta de soluções de maior valor agregado e solidificar sua liderança na América Latina. A retração do mercado de call center em 2016 fez a receita líquida da Atento encolher 5,7%, para R\$ 2,8 milhões, enquanto a rentabilidade sobre as vendas cresceu 1,2% e a rentabilidade sobre o patrimônio chegou a quase 12%. A empresa foi Destaque no segmento pelo segundo ano consecutivo. Em 2017, a Atento continuou com as aquisições, obtendo o controle majoritário da Interfile, que atua em serviços e soluções de Business Process Outsourcing (BPO), com forte atuação no segmento de back office financeiro e geração de crédito no Brasil. Fundada em 1991, a Interfile tem mais de 1,7 mil funcionários, dois centros de serviços de BPO, 28 escritórios operacionais e mais de 1,4 mil estações de trabalho. A aquisição da Interfile permitiu à Atento ampliar a oferta de soluções de maior valor agregado, além de posicionar a empresa como líder do mercado de serviços de geração de crédito e BPO no país. Para a Interfile, a integração com a Atento impulsionou sua presença no mercado de BPO e geração de crédito na América Latina, que gira em

torno de US\$ 900 milhões. Só o mercado brasileiro responde por 65% desse montante. Em conjunto, Atento e Interfile terão 9,2% e 10,4% de participação nos mercados latino-americano e brasileiro de serviços de BPO e de geração de crédito, respectivamente.

De acordo com o vice-presidente de estratégia e marketing da Atento, Regis Noronha, o BPO vem ganhando importância, particularmente em cenários de crise, porque auxilia os clientes a transferir processos internos não ligados diretamente ao core business de sua organização. Permite uma análise profunda de todos os processos e da infraestrutura da empresa, além de uma remodelação completa de sua estrutura organizacional, por meio de novas tecnologias.

Em 2017, diz ele, a Atento lançou a unidade de negócios global Atento Digital, integrando em um único núcleo seus ativos digitais: “Nosso objetivo é oferecer novos serviços de valor agregado aos clientes e crescer em verticais e geografias”. Uma das primeiras iniciativas dessa unidade foi a aquisição da participação no controle da Keepcon, fornecedora de sistemas de gerenciamento automatizado de experiência do cliente, com base em tecnologia semântica. A estratégia é expandir o uso de inteligência artificial e as capacidades de automação da plataforma omnichannel.

A crise, segundo Regis, oferece oportunidades de superação e, independentemente do cenário econômico, com a tecnologia atuando a favor, é possível elevar o nível dos

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	ATENTO BRASIL	23,30	-5,79	1,25	1,13	2,81	0,45	



Regis Noronha

VP de estratégia e marketing

A qualidade do pós-venda será fator decisivo para aumentar os negócios

serviços. Ele aponta avanços como a reforma trabalhista e a aprovação da lei da terceirização, que fortalece as relações entre as organizações e seus empregados:

“Reafirmamos nossa posição competitiva no exercício fiscal de 2016 e acreditamos que estamos bem posicionados para capitalizar os impulsos de crescimento no ano fiscal de 2017, reforçando nossa posição de liderança na América Latina”.

O foco dos investimentos da Atento nos últimos dois anos têm sido qualidade, serviços digitais e automação de processos, para reduzir custos aos clientes. Para direcionar serviços mais adequados a cada setor, a empresa aprofundou estudos em cada segmento de mercado, verticalizando suas soluções.

Regis afirma que o segmento de call center vem mudando, para superar o cenário econômico adverso e adaptar-se ao novo perfil do consumidor brasileiro: “Os processos de venda, relacionamento com o cliente e o pós-venda devem estar cada dia mais integrados. A qualidade do pós-venda será fator decisivo para aumentar os negócios, principalmente, considerando as repercussões positivas e negativas nas redes sociais”. Além de aprimorar a qualidade dos serviços, as empresas também buscam reduzir custos, colocando a transformação digital na ordem do dia, reforçando a importância de plataformas omnichannel, que permitem aos consumidores escolher a melhor forma, horário e local para contatar as empresas. Para suportar esse novo tipo

de relacionamento e obter o máximo valor, sistemas analíticos e Big Data serão cada vez mais essenciais, diz.

Entre os segmentos mais aquecidos em 2016 e 2017, ele aponta as áreas de telecomunicações e finanças: “Também sentimos que o varejo e o e-commerce são cada dia mais significativos e estratégicos, bem como seguros e saúde que também buscam melhorar seus serviços de atendimento”.

No lado de serviços por canais digitais, a Atento segue ampliando sua oferta de BPO com cobrança, back office, suporte técnico e trade market. “A revolução digital afeta praticamente todas as indústrias e a forma como as empresas operam e se relacionam com seus clientes na busca de vantagens competitivas”, lembra Regis. Em 2016, 6% das receitas totais da Atento derivaram de serviços digitais e esse valor, de acordo com ele, deverá crescer 8% ainda em 2017.

A empresa segue investindo em iniciativas como a consolidação da Atento Digital, cuja criação representa um marco em sua trajetória, avançando paralelamente no crescimento da oferta convencional. “Com a Atento Digital, aprimoramos nossas capacidades de criação de valor para as empresas que enfrentam processos de transformação e também para os players que já nasceram digitais”, diz.

Seguindo a estratégia de crescimento, a Atento deve adicionar novos recursos à sua oferta como sistemas analíticos.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

2.832.981

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

1.841.438

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

35.303

Rent. s/ patrimônio
(%)

11,97

Giro dos Ativos

1,56

A expansão da banda larga dá mais músculos à Copel Telecom

A Copel Telecom, empresa do Grupo Copel de

energia e telecomunicações, comemora o aumento de sua base de clientes e a expansão dos serviços de banda larga. Em 2015 contava com 48 mil clientes e planeja fechar o ano de 2017 com mais de 150 mil, entre residenciais e corporativos. “Em 2016, decidimos usar o nome da nossa holding no principal produto residencial e passamos a comercializar o Copel Fibra, unindo a força da marca há 63 anos mercado do Paraná com o melhor da tecnologia”, afirma o diretor presidente Adir Hannouche, que está à frente da subsidiária desde 2013. A aposta se mostrou acertada. Hoje a Copel Telecom está presente em 64 municípios do Paraná e um município catarinense, oferecendo Internet em banda larga com velocidades que variam entre 30 e 150 megabits, com a tecnologia GPON (Gigabit Passive Optical Network).

Destaque do Anuário Telecom pelo quarto ano consecutivo, a Copel figura também entre as dez empresas mais rentáveis – com 17,6% de rentabilidade sobre as vendas –, e entre as dez que mais cresceram – com um crescimento de 18% na receita líquida comparada com 2015. De acordo com Adir, os investimentos em ampliação de rede na área de cobertura ajudaram nos resultados: “No atual cenário econômico, é mais fácil o cliente escolher um produto mais barato no supermercado do que deixar de ter Internet de boa qualidade, e ter que abrir mão de ver filmes e ouvir músicas on-line com uma conexão em que ele não confia”.

No ranking nacional de telecomunicações, segundo

pesquisa realizada pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), a Copel Telecom conquistou o segundo lugar, como melhor operadora na opinião dos consumidores. Foram analisados os serviços de telefonia fixa, telefonia móvel (pré e pós-paga), banda larga fixa e TV por assinatura. “Nosso desafio é manter o crescimento sustentável e preservar a qualidade dos produtos. O mercado é promissor, pois as pessoas usam cada vez mais dispositivos, que por sua vez demandam banda larga com conexão firme e confiável”, diz Adir.

Ele admite que o cenário de crise econômica fez as empresas retardarem os investimentos: “Esse quadro não deve melhorar até o fim do ano, mas continuamos apostando no crescimento do nosso mercado de varejo”.

Em 2016, a Copel Telecom investiu R\$ 15 milhões na expansão da sua rede de atendimento em 15 municípios paranaenses. Na maioria deles, a empresa é a única opção de internet em banda larga fixa, e soma 1.033 quilômetros à rede de fibra óptica no estado.

Adir destaca que a situação econômica tem provocado impacto no mercado corporativo, com o fechamento de filiais e a redução da demanda de novos clientes: “Mesmo assim, as empresas buscam redes de qualidade e devem voltar a comprar assim que a conjuntura se recuperar, enquanto os clientes de varejo não abrem mão de um serviço de qualidade, e mantêm a demanda. Em 2016, nossas vendas de varejo foram constantes e o crescimento no segmento corporativo, indo na contramão do resto da economia, aumenta-

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	COPEL TELECOM	983,50	18,77	17,68	0,52	2,57	82,50	



Adir Hannouche

diretor presidente

Continua a aposta no crescimento do mercado de varejo

ram também”. Em 2017, no entanto, a desaceleração da economia chegou ao público corporativo, freando as vendas. O aumento de impostos, diz ele, está pressionando ainda mais a capacidade de investimento e consumo interno e afastando os agentes externos: “2018 deve ser pior se as reformas não avançarem e com a expectativa em torno das eleições”.

Para reverter o quadro negativo, a prospecção de novos mercados entrou no radar da Copel Telecom. “Buscamos parceiros estratégicos, com o objetivo de universalizar os serviços de telecomunicações com a inclusão digital e a ampliação da carteira de clientes de banda larga, mantendo nosso ritmo de crescimento em 2017”, aposta Adir. Entre as estratégias bem-sucedidas junto ao consumidor final, ele aponta a não limitação de serviços por meio de franquias de consumo, sem bloquear conteúdo. Parcerias estratégicas com empresas over the top (OTT), como Netflix e Esporte Interativo, também contribuiu para uma maior aproximação com os clientes. No início de 2017, a Copel ofereceu acesso gratuito para clientes residenciais ao EI Plus, plataforma digital do Esporte Interativo com conteúdos como os jogos da Liga dos Campeões da Europa, Campeonato Português, Liga Europa e NFL. O uso sem cobrança do serviço foi até 1º de maio de 2017 para clientes residenciais com planos a partir de 10 Mbps. “Nosso diferencial é ter banda larga com 100% de fibra óptica de tráfego simétrico, o que permite oferecer conteúdo de qualidade com nossos parceiros”, garante Adir.

Outro foco da Copel Telecom é a governança. Por meio de plataformas analíticas, com a implantação de um sistema de autosserviço de Business Intelligence, foi possível integrar processos de negócio, quebrar barreiras culturais e acompanhar os principais indicadores, com base em dados atualizados diariamente sobre as operações.

A Copel tem rede de fibra óptica GPON em 63 cidades do Paraná e oferta corporativa em 399 municípios, com mais de 30 mil quilômetros de cabeamento. Todas as escolas da rede estadual do estado estão conectadas pela sua rede de fibra óptica, que também é responsável pela comunicação da maior parte dos órgãos públicos estaduais. São 5 mil pontos de acesso, atendendo o setor público, 2 mil só na rede de ensino.

Para manter investimentos em infraestrutura, a Copel foi autorizada em julho de 2017 pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Telecomunicações a emitir debêntures. Esse montante será destinado a levar rede de transporte e de acesso de banda larga para o Paraná e Santa Catarina. O objetivo é ampliar e modernizar a infraestrutura de rede em cabo óptico de alta capacidade para prestação de banda larga e outros serviços de telecomunicações. Com a emissão de debêntures a empresa tem direito à redução da alíquota do Imposto de Renda que incide sobre os rendimentos auferidos. Outra frente de investimentos será no datacenter. Segundo Adir, a Copel Telecom vai sofisticar sua oferta e anunciar novos serviços ainda em 2017.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

323.339

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

297.472

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

57.160

Rent. s/ patrimônio
(%)

12,81

Giro dos Ativos

0,38

A CEMIGTelecom se reestrutura e está pronta para a privatização

A CEMIGTelecom, braço de provimento de banda larga da

Companhia Energética de Minas Gerais, deve publicar, no último trimestre do ano, edital de venda à iniciativa privada. A empresa, que tem patrimônio estimado em R\$ 193 milhões, atingiu, no primeiro semestre de 2017, uma carteira de mil contratantes, crescimento de cinco vezes sobre a base de dois anos atrás. Sua rede cobre, além de Minas, áreas do Nordeste, Centro-Oeste e Sudeste. “Ao longo destes mais de dois anos, a empresa foi reestruturada com foco na diversificação dos canais de vendas, investimentos na segurança de redes de longa distância e melhoria da qualidade dos serviços prestados”, afirma o diretor comercial e de operações, Fábio Abreu. A meta é terminar 2017 com 1,2 mil clientes e dobrar esse número até 2019.

A CEMIGTelecom está presente em mais de 100 cidades brasileiras em sete estados – Minas Gerais, Goiás, Bahia, Ceará, Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo –, atuando em três setores: o corporativo privado e público, provedores de Internet (ISPs) e operadoras.

Em julho de 2017, anunciou a ampliação da capacidade da rede óptica até o Triângulo Mineiro, passando pelas principais cidades do oeste do estado. A nova rede, com cerca de 763 quilômetros, interliga Uberlândia a Belo Horizonte. No biênio 2017/2018, a CEMIGTelecom mantém planos de investimentos de R\$ 20 milhões em rede óptica com tecnologia DWDM (Dense Wavelength Division Multiplexing ou multiplexação densa por divisão de comprimento de onda), que pode combinar dezenas de canais em uma única fibra, economizando conexões e equipa-

mentos de transmissão. A expansão da rede com essa nova tecnologia, segundo Fábio, coloca as cidades cobertas de Minas Gerais e São Paulo dentro da arquitetura de proteção do backbone, com mais disponibilidade de serviços e robustez.

Entre 2016 e 2017, a empresa concentrou esforços em finalizar a rede de longa distância entre Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, modernizando todos os grandes pontos de troca de tráfego. Atuando apenas em negócios business to business, atende principalmente os pequenos e médios provedores de Internet, sem oferta de serviços para o consumidor final. “Essa estratégia preservou nossas margens”, explica Fábio. Destaque do Anuário Telecom, a empresa obteve 9,7% de rentabilidade sobre as vendas, embora tenha registrado queda de 15% na receita líquida em 2016.

Com foco na área comercial, investiu e desenvolveu novos canais de venda para o segmento corporativo privado, público e ISPs, atende 780 clientes no setor corporativo, 180 ISPs e 30 operadoras. Para as teles, oferece rede de última milha para seus clientes mineiros.

Como o processo mais agressivo de vendas começou mais recentemente, com contratos novos que vencem em 2018 e 2019, Fábio destaca que a empresa não sofreu tanto com a crise econômica: “Conseguimos preservar nossa base de clientes e adicionamos novos contratos”. Nas vendas realizadas no início de 2015 vencendo em 2017, a estratégia, segundo Fábio, foi renegociar e reafirmar os clientes, principalmente em função da redução de vendas sofrida pelo segmento de varejo, como o

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	CEMIGTELECOM	472,00	-15,06	9,74	0,27	29,27	81,83	



Fábio Abreu

diretor comercial e de operações

Foco na diversificação dos canais e investimentos na segurança de redes de longa distância.

mercado de drogarias e supermercados, onde a Cemig tem muitos contratos: “As negociações foram duras, porque o ticket médio dessas empresas caiu muito”.

A modernização da rede da Cemig ganhou reforço no início de 2016, com a inauguração de um anel óptico de 2,5 mil quilômetros sobre cabos OPGW, um backbone que interliga diversas cidades na região. A infraestrutura foi iluminada com equipamentos da PadTec, permitindo levar links de alta capacidade para várias cidades do interior, além da capital Belo Horizonte e região metropolitana. A rede baseada em transponders OTN passou a ter capacidade total de 40 canais de 100 Gbps para atender à demanda de clientes corporativos, com investimentos de R\$ 6,6 milhões.

A atualização da infraestrutura permitiu maior competitividade e capacidade para a prestação de serviços. E para continuar crescendo, mira em novos mercados, como o Nordeste, para expandir sua rede. “Investimos em equipes comerciais fora de Minas Gerais, em cidades como Goiânia (GO), Recife (PE), Fortaleza (CE) e Salvador, com canais indiretos de vendas, onde temos uma rede de mais de mil quilômetros, mas ainda com volume baixo de operações”, diz Fábio. No total, a CEMIGTelecom conta com uma rede óptica de 11,4 mil quilômetros, sendo mil fora de Minas Gerais.

Outro investimento em rede é a conexão com Duque de Caxias, na Baixada Fluminense – os cabos ópticos correm na tubulação da ReDuque, da Petrobras –, e a iluminação da rota Uberlândia-Belo Horizonte, no leito da BR 662. No triênio 2016/18, os investimentos da CEMIGTelecom totalizam R\$ 140 milhões, direcionados às

rotas de redundância na longa distância, quatro novos centros de serviço e mais saída para a Internet para melhorar a experiência dos usuários.

Com a rede modernizada, a empresa aumentou a presença em segmentos como educação, varejo farmacêutico e supermercados. Além das operadoras, tem parcerias com datacenters para levar suas redes ao estado de Minas Gerais. Com a Level 3, por exemplo, tem um acordo de troca de fibras (swap) que usa a rede da companhia mineira em um trecho onde não tem infraestrutura, entre as cidades mineiras de Pouso Alegre e Uberlândia, em um contrato de 20 anos. Em troca, a Cemig ganhou capacidade na rota entre São Paulo e Belo Horizonte. A empresa já teve datacenter próprio, vendido para a Sonda no final de 2016, e não prevê a oferta desses serviços no futuro. A chilena Sonda fez um aporte de R\$ 114 milhões para adquirir o centro de dados mineiro dedicado a computação em nuvem, com uma instalação de classe mundial em Belo Horizonte. As ofertas da Cemig cobrem três áreas: Internet dedicada, conectividade com circuitos de fibra óptica de alta capacidade para interligar clientes corporativos e datacenters; e serviços especiais que englobam solução IP/MPLS para redes de multiserviço, solução de detecção e mitigação contra ataques distribuídos de negação de serviço, e canais de áudio e vídeo com fornecimento de equipamentos de transmissão e recepção com enlace dedicado de fibra óptica.

De acordo com a companhia, todos os planos para 2017 estão mantidos.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

102.446

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

100.397

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

9.983

Rent. s/ patrimônio
(%)

5,15

Giro dos Ativos

0,30

Automação e sistemas analíticos dão o tom na Ícaro Tech

Para a Ícaro Tech, 2016 foi marcado por projetos

voltados para a otimização de operações de clientes, com foco em automação e soluções cognitivas. Em um cenário macroeconômico desafiador, as ofertas voltadas para operações inteligentes foram bem recebidas pelos clientes em busca de redução de custos e melhoria da qualidade dos serviços prestados. Já em 2017, os projetos se voltaram para a transformação digital na área de operação e jornada do cliente, mas também apoiados em computação cognitiva e tecnologias de automação.

Destaque do Anuário Telecom, a Ícaro Tech já havia sido premiada em 2015 e 2014. A empresa obteve um crescimento de 7,4% na receita líquida e alcançou 8% de rentabilidade sobre as vendas.

“O momento econômico afeta o mercado em geral, mas nossas soluções têm se mostrado especialmente relevantes para as empresas que buscam reduzir seus custos e aumentar a competitividade. Os clientes continuam investindo em projetos e operações inteligentes, justamente para fazer frente ao cenário de crise”, afirma Kleber Stroeh, co-fundador e CTO da Ícaro Tech.

A companhia ampliou seu portfólio com novas parcerias e soluções e se expandiu para mercados como o financeiro e o elétrico, além de novas geografias.

Kleber acredita na continuidade dessa tendência em 2017, apostando em tecnologias cognitivas, ancoradas em soluções que tragam a visão do cliente para a operação, no contexto da experiência do usuário. Para atender a esse mercado, a Ícaro Tech ampliou o leque de parcerias com empresas como IBM, BMC, Olik,

Splunk e ClickSoftware, além de continuar investindo em pesquisa e desenvolvimento de sistemas analíticos, operações e gerência de jornada de clientes (CJM - Customer Journey Management).

Uma aposta da Ícaro Tech que vem tendo boa aceitação nas operadoras é um sistema de ABPD (Automated Business Process Discovery), que torna as operações das empresas mais inteligentes, ao combinar analytics e sistemas de gerência em suas soluções, com a oferta do EverFlow. O sistema, com foco em processos operacionais e de atendimento das teles, identifica gargalos e propõe melhorias. Além das operadoras de telecomunicações, o sistema também se adapta a mercados como o financeiro e o varejo, trabalhando de forma integrada com software de sistema de gestão empresarial (ERP) e de relacionamento com o cliente (CRM), além de gerenciamento de recursos de tecnologia. As soluções geram dados da abertura de processos operacionais e de atendimento ao consumidor e são analisados com recursos de Big Data. Com isso, é gerado um mapa do fluxo de processos utilizados e identificados gargalos que atrasam os resultados.

Antecipando tendências, a Ícaro Tech começou a investir em sistemas analíticos ainda em 2014, ao inaugurar um núcleo para estudos avançados e inovação em Campinas, no interior de São Paulo. O Analytics Center of Excellence (Centro de Excelência em Analytics) conta com equipe multidisciplinar, composta de profissionais especializados em estatística, mineração de dados, inteligência artificial, programação e implementação de

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	ÍCARO TECHNOLOGIES	354,70	7,41	8,02	2,49	0,00	15,54	



Kleber Stroeh

CTO

As operadoras estão se preparando para a retomada econômica, com investimentos em novas ofertas, serviços e processos.

sistemas. O centro testa novas tendências, tecnologias e metodologias, além de modelos matemáticos para o processamento mais rápido e eficaz de grandes volumes de dados. Além das demandas das operadoras de telecomunicações, o núcleo atende setores como os de energia e análise de dados de marketing.

Uma das apostas da companhia, segundo Kleber, é o Dash Analytics, sua solução para processamento e análise de Big Data: “Acompanhamos de perto os desafios que as empresas enfrentam para analisar grandes volumes de informações”. Seguindo a tendência da integração dos datacenters com serviços de comunicação, a empresa oferece soluções de gerenciamento também para esse mercado.

De acordo com Kleber, o mercado de telecomunicações foi importante cliente em 2016 para a Ícaro Tech e continua como carro-chefe em 2017: “Nossa percepção é que operadoras estão se antecipando e se preparando para a retomada econômica, com investimentos em novas ofertas, serviços e processos”.

A estratégia para 2018 será aprofundar iniciativas de internacionalização e de atendimento aos setores financeiros e elétrico. Para esses mercados, oferece soluções na área de cognição, computação em nuvem, experiência da jornada do cliente e automação. “Vamos ampliar nossa parceria com clientes para inovar na gestão de operações e serviços, e novos modelos de negócio deverão surgir, envolvendo receitas recorrentes e escalabilidade”, prevê Kleber.

A empresa continua investindo no aprimoramento de

ofertas voltadas para a automação inteligente, tanto em produtos próprios quanto de novos parceiros para complementar seu portfólio de soluções. Uma das conquistas da Ícaro Tech em 2016 foi o desenvolvimento de um dashboard operacional capaz de interagir usando linguagem natural e trazendo respostas apresentadas em painéis customizados da ferramenta.

Outro produto criado pela empresa foi uma plataforma flexível de desenvolvimento, lançada no início de 2017, o Flex Forward, que permite customizações, sendo capaz de integrar sistemas legados e substituir sistemas datados com mais rapidez.

Ainda em 2017, a empresa deverá anunciar a solução de Customer Journey que utiliza o EverFlow, sistema baseado em computação cognitiva para identificar padrões e promover visibilidade da jornada do cliente. Esse produto já está rodando em projetos experimentais e será apresentado oficialmente ao público em outubro.

“Infelizmente, o ritmo de recuperação esperado para 2017 não aconteceu, e, embora este seja um ano melhor que o anterior, as vendas ficarão abaixo das previsões e do planejamento definido em 2016”.

O mercado, segundo o executivo, vem se estabilizando e se descolando do vendaval político: “Assumindo que as reformas mais urgentes ocorram, esperamos uma recuperação na virada deste para o próximo ano e preveremos também um 2018 mais aquecido. Com o chamado efeito chicote presente em algumas indústrias, é razoável prever um crescimento ainda mais significativo no setor de telecomunicações”.



Receita Líquida Total
(R\$ mil)

22.852

Receita Líq.
Prop. Telecom
(R\$ mil)

17.596

Lucro Líquido Total
(R\$ mil)

1.833

Rent. s/ patrimônio
(%)

17,18

Giro dos Ativos

1,35

A Telefônica Vivo põe foco em dados e leva dois prêmios

A Telefônica Vivo passa por um processo interno

de transformação digital, em paralelo à expansão de sua infraestrutura de telecomunicações, base da estratégia centrada em dados. As principais iniciativas de 2016 e 2017 têm como objetivo oferecer a melhor experiência ao cliente, buscar sinergias e resultados financeiros consistentes, resume o presidente da Telefônica Brasil, Eduardo Navarro.

Destaque do Ano em dois segmentos do Anuário Telecom 2017 – Serviços Digitais e Telefonia Fixa –, a empresa completou no ano passado o plano de integração com a GVT, sinalizando, segundo Navarro, um potencial de criação de valor maior do que o inicialmente estimado no processo de due diligence: “A integração gerou receitas adicionais, reduziu custos e otimizou investimentos, adicionando R\$ 1,4 bilhão em fluxo de caixa (direto e indireto) em 2016”.

Paralelamente, a Telefônica Vivo fortaleceu sua posição de líder do mercado móvel, que vem sustentando em 2017, ao fechar o primeiro semestre com 74,3 milhões de acessos móveis, o correspondente a 30,6% de market share. Outro destaque é a liderança no segmento de alto valor, o pós-pago, com market share de 42,2% em maio (19,4% acima do segundo colocado) e market share de adições líquidas da ordem de 57,7% entre abril e maio. Ao final do primeiro semestre, a receita de dados e serviços digitais já representava 71,8% da receita de serviço móvel da operadora.

Na rede fixa, a empresa manteve o ritmo na expansão da fibra óptica para garantir a experiência de navegação dos clientes, por meio da banda ultralarga, com ve-

locidades de até 300 Mbps. Em 2017, estendeu a rede FTTH (Fiber-to-the-Home) em 16 cidades.

Apesar do desaquecimento da economia, Navarro destaca que a empresa mantém projeção de investimento de R\$ 24 bilhões no triênio 2017-2019. Segundo o levantamento do Anuário Telecom, a empresa obteve um crescimento de 5,5% na receita líquida e obteve 9,6% de rentabilidade sobre as vendas em 2016 comparado a 2015.

No primeiro semestre de 2017, a companhia investiu R\$ 3,1 bilhões, priorizando a cobertura 4G – foram 961 novas cidades cobertas, a maior ampliação do setor – e a expansão da fibra com a tecnologia FTTH. “Temos um total de 1.522 cidades com 4G e 207 com fibra óptica, ambos os segmentos, de dados e de alto valor, que são mais resistentes à crise”, diz Navarro. Em junho, o total de acessos da Vivo alcançou 97,6 milhões.

Entre os destaques de 2016, o presidente aponta o crescimento do uso de dados na rede 3G, com 3,8 mil municípios cobertos e na 4G, com 1,5 mil municípios. Em dezembro de 2016, segundo ele, a receita de dados e serviços digitais representava 62% do total obtido no serviço móvel.

Um dos pilares da estratégia da Vivo é a oferta de serviços que vão além da conectividade, em áreas como educação e entretenimento. Em 2016, lançou o Studio+, um serviço com cerca de 50 séries roteirizadas, produzidas e filmadas exclusivamente para serem assistidas no smartphone. No segmento musical, oferece o WatchMusic, com o qual os assinantes móveis da Vivo têm acesso ilimitado a shows ao vivo, festivais, vídeos, vídeos, shows na íntegra, documentários e outros conteúdos

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida em reais (%)	Rent. s/ vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (R\$ mil)	...
	TELEFÔNICA VIVO	371,30	5,51	9,61	0,90	5,55	25,33	



divulgação

Eduardo Navarro

presidente

Queremos ser reconhecidos como provedores de conteúdo qualificado.

originais de artistas nacionais e internacionais. A aquisição, no início de 2017, do portal Terra, que figura entre as dez empresas mais rentáveis do Anuário Telecom, reforça a estratégia de ofertas de serviços digitais para clientes de ambas as marcas.

No lado corporativo, a plataforma Vivo Ads permite que as marcas se comuniquem com seus consumidores por meio de diferentes formatos, tornando o celular um veículo de mídia. Desde o seu lançamento, em maio de 2016, 186 anunciantes veicularam 390 campanhas e os consumidores interagiram mais de 367 milhões de vezes com campanhas data rewards de diversos formatos.

No segmento educacional, oferece o Vivo Educa, um aplicativo baseado em vídeo que oferece mais de 80 cursos pelo celular, entre opções gratuitas e pagas, em áreas como finanças, fotografia, culinária, carreira e reforço escolar e cursos de extensão.

Em parceria com o Grupo Abril, passou a oferecer a plataforma de revistas digitais GoRead, que dá acesso ilimitado a um acervo com mais de 170 revistas, de mais de 20 editoras nacionais. Entre outros títulos, estão Veja, Boa Forma, Quatro Rodas, Superinteressante e Exame. Outro lançamento foi o Vivo Meditação, um aplicativo de meditação guiada por Satyanatha com mais de mil meditações e aulas exclusivas, criadas e gravadas especialmente para o aplicativo, que também é fruto de da parceria da Vivo com a Movile. A empresa tem apliado a franquia de Internet de seus planos móveis, sem alterar preço, para atender a demanda dos consumidores por dados.

Um dos pilares da transformação digital da Vivo é a

oferta de ferramentas de e-commerce e autoatendimento, por meio de canais digitais, como a Vivi, uma atendente virtual, e o Meu Vivo.

Mais um passo nessa direção, segundo Navarro, é a implantação no Brasil do projeto global Telefônica Aura, uma plataforma de serviços que combina computação cognitiva e inteligência artificial: “A ideia é que o assinante aperte um botão do app e saiba quanto já usou de seu pacote de dados, o preço de uma ligação, o saldo do pré-pago e como anda sua fatura”. O Brasil é um dos quatro países que receberão em breve a versão 1.0 do Aura, que será integrado ao projeto Vivi.

Em inovação, a empresa investe no programa Telefônica Open Future, de apoio ao empreendedorismo, vislumbrando novas fontes de receita e identificando produtos e serviços complementares. “Já fechamos parceria com nove startups aceleradas pela Wayra, academia ligada ao programa, e estamos fazendo provas de conceito com outras seis”, conta Navarro. Outro foco é o uso de Big Data, como a criação do núcleo Vivo Data Labs, que estuda o comportamento de clientes para definir as ofertas mais adequadas a cada perfil e em cada região, contribuindo para aumentar a precisão dos investimentos de rede com base na localização dos consumidores e identificar e prevenir as principais causas de sua insatisfação. Para 2018, a empresa deve seguir a estratégia centrada em dados e na oferta de serviços digitais. “Queremos ser reconhecidos como provedores de conteúdo qualificado e, em muitos casos, produzido exclusivamente para o ambiente móvel”, diz o presidente.

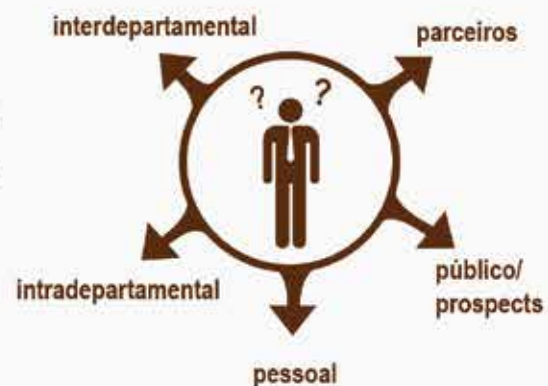
	Receita Líquida Total (R\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (R\$ mil)	Lucro Líquido Total (R\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
	42.508.459	42.508.459	4.085.242	5,90	0,42

NOVO ESPAÇO DE EVENTOS GOURMET



QUAL O NÍVEL DE RELACIONAMENTO COM SEU PÚBLICO?

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



EXPERIENCE
Lounge





guia de empresas

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, ESTÁ A RELAÇÃO DAS EMPRESAS QUE PARTICIPAM DO ANUÁRIO TELECOM 2017 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;

. AGORA TELECOM

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

. ALCATEL-LUCENT

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

. ALGAR CELULAR

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

. ALGAR MÍDIA

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

. ALGAR MULTIMÍDIA

1. ALGAR Multimídia S/A;
2. 11 3512-1260;
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 5503-9910;
4. São Paulo;
5. SP;
7. www.alliedbrasil.com.br;

. APPLE

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

. ARCITECH

1. Arcitech Ser e Com em Telecom. e Ene Elét Ltda.;
2. 19 3579-9028;
3. 3579-2294;
4. Campinas;
5. SP;
6. comercial@arcitech.com.br;
7. www.arcitech.com.br;

. AsGA SISTEMAS

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

. ATENTO BRASIL

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

. AUTOTRAC

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

. 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;

. BRQ

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

. CABLETECH

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



. CEMIG TELECOM

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

. 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;
2. 11 4313-2809;
4. São Paulo;
5. SP;
7. www.claro.com.br;

. CLEMAR ENGENHARIA

1. Clemar Engenharia Ltda;
2. 48 3331-3036;
4. Florianópolis;
5. SC;
6. clemar@clemar.com.br;
7. www.clemar.com.br;



COPEL
Telecom

Confiança é o que liga a gente.



. 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. 3705-6274;
4. Campinas;
5. SP;
6. contactcenter@cpqd.com.br;
7. www.cpqd.com.br;

. DARUMA TECNOLOGIA

1. Daruma Telecom e Informática S/A;
2. 12 3609-5000;
3. 3609-5154;
4. Taubaté;
5. SP;
6. dimak@daruma.com.br;
7. www.daruma.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;

. EMBRATEL STAR ONE

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

. EMBRATEL TVSAT

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

. 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. infobr@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;

. EZENTIS

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



. FURUKAWA

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

. 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 3704-0400;
4. São Paulo;
5. SP;
6. mktgrupobinario@binarionet.com.br;
7. www.binarionet.com.br;

. GRUPO CONTAX

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

. HELLERMANNTYTON

1. Hellemanntyton Ltda;
2. 11 2136-9000;
3. 2136-9030;
4. Jundiaí;
5. SP;
6. vendas@hellemanntyton.com.br;
7. www.hellemanntyton.com.br;

. HISPAMAR SATÉLITES

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

. HUAWEI DO BRASIL

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

. ÍCARO TECHNOLOGIES

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

. INSTITUTO DE PESQUISAS ELDORADO

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

. INTEGRAVOX

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

. INTEL

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

. INTELBRAS

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

. 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;
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

Com mais de 30 anos de atuação, a Linx é especialista em software de gestão (ERP e POS) para o setor varejista no Brasil e em mais 7 países da América Latina. São 3 mil colaboradores, distribuídos na matriz em São Paulo e 13 filiais, além de unidades de relacionamento espalhadas pela América Latina, atendendo uma base ampla e diversificada e 45 mil varejistas.

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;

. LOGICALIS

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

. Mapra

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

. MOTOROLA SOLUTIONS

1. Motorola Solutions Ltda;
2. 0800-552 277;
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;

. NEGER TELECOM

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

. NEOVIA SOLUTIONS

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

. NESIC

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

. NETSERVICE

1. Net Service Ltda;
2. 31 2123-9999;
3. 2123-9910;
4. Belo Horizonte;
5. MG;
6. infonet@netservice.com;
7. www.netservice.com;

. NEXANS

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

. NOKIA DO BRASIL

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

. OI

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

. ONDA

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

. OPTION TELECOM

1. OTS Option Telecom Serv de Telecom Ltda;
2. 11 3135-5000;
4. São Paulo;
5. SP;
6. contato@option.com.br;
7. www.option.com.br;

. POSITIVO

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

1. Procable Energia e Telecomunicações S/A;
2. 11 4061-9000;
4. Diadema;
5. SP;
6. vendas@procable.com.br;
7. www.procable.com.br;

. PRYSMIAN CABOS

1. Prysmian Cabos e Sistema do Brasil S/A;
2. 11 4998-4000;
3. 4998-4266;
4. Santo André;
5. SP;
6. sales.telecom.br@prysmiangroup.com;
7. www.br.prysmiangroup.com;

. RADIANTE ENG 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;

. 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.hexagon.com.br;

. SISPRO

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

. SPREAD TECNOLOGIA

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

. STEFANINI

1. Stefanini Consultoria e Asses. em Informática S/A;
2. 11 3094-6000;
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;

. TELESPIAZIO BRASIL

1. Telespazio Brasil S/A;
2. 21 2141-3100;
3. 2141-3170;
4. Rio de Janeiro;
5. RJ;
6. comercail@telespazio.net.br;
7. www.telespazio.com;

. TELLFREE BRASIL

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

. TELSIGN CONSULTORIA

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

. TERRA

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

. 3CORP TECHNOLOGY

1. 3CORP Technology S/A
Infraestrutura de Telecom;
2. 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;

. TOPMIND

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

. VIAW

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

**. VOXAGE - SERVIÇOS
INTERATIVOS**

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

. WESTCON COMSTOR

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

Serviços Gerenciados Dedalus:

O ponto de partida para o sucesso da sua jornada para a nuvem.



A Dedalus já realizou a migração e mantém a gestão completa dos ambientes em nuvem de milhares de empresas, com total segurança.

Como Cloud Services Broker, realiza a gestão de ambientes Multicloud por meio de Serviços Gerenciados onde os clientes passam a usufruir dos benefícios da nuvem de forma imediata, sem necessidade de atuação operacional, realizando o gerenciamento de TI por meio de SLAs. Dessa forma, os profissionais de TI da sua empresa podem focar em ajudar na transformação digital, por meio do bom uso das tecnologias e se dedicar aos negócios.

Garanta o sucesso da sua jornada para a nuvem, sem riscos ou custos adicionais, com o apoio dos Serviços Gerenciados Dedalus.



2017 Partner of the Year Winner
Brazil





vivo

DPZ&T

Mais inovação, menos limites.

**Vivo. Destaque do ano
nas categorias Serviços de
Telefonia Fixa e Serviços
Digitais do Anuário Telecom.**

Essa conquista é resultado do nosso compromisso para oferecer soluções cada vez mais completas e inovadoras de produtos e serviços, conectando pessoas a novas descobertas e possibilidades.