

TELECOM.

anuário | 2013

AS 100 MAIORES EMPRESAS

**AS MAIS EFICIENTES
A EMPRESA DO ANO
AS 10 QUE MAIS CRESCERAM
AS 10 MAIS RENTÁVEIS
O MERCADO BRASILEIRO**

**A TIM ESTÁ INVESTINDO
CADA VEZ MAIS
NA MODERNIZAÇÃO
DE SUA REDE.**





Você, sem fronteiras.

Com a instalação de equipamentos de última geração,
a TIM está aumentando a capacidade de sua rede
e proporcionando mais qualidade aos serviços de voz e dados.
Qualidade, transparência e inovação.
Tudo para você falar mais, fazer mais e ir mais longe.

ACESSE

TIM.COM.BR/PORTASABERTAS

E SAIBA MAIS.



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



◀ Seu negócio depois das 6h

media partner



produção

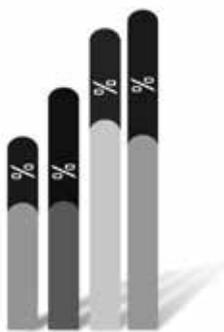
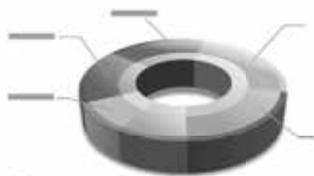


idealização



ZAZCOMM.

Seu negócio
antes das 6h



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

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

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

Saiba mais
www.cioafter6.com.br

(11) 50951319

CIO
AFTER
6

TELECOM.

anuário | 2013

- 8 | O mercado brasileiro
 - 20 | The Brazilian market
 - 32 | Critérios de avaliação
 - 33 | Índice das 100 maiores
 - 36 | Ranking das 100 maiores
 - 42 | As maiores e os destaques
 - 44 | A empresa do ano
 - 48 | The company of the year
 - 52 | As 10 mais rentáveis
 - 55 | As 10 que mais cresceram
 - 103 | Guia de empresas
- ...❖ empresas destaques do ano
 - 61 | **produtos**
 - 62 | Componentes, partes e peças – Brasilsat Harald
 - 64 | Equip. para redes e Telefonia móvel – Alcatel-Lucent
 - 66 | Fios e cabos – Furukawa
 - 68 | Infraestrutura – Seccional
 - 70 | Redes corporativas – Leucotron
 - 72 | Software – CPqD
 - 74 | Terminais – Intelbras

 - 77 | **serviços**
 - 78 | Canais de comercialização – Allied
 - 80 | Consultoria e projeto – ViaW
 - 82 | Desenvolvimento de aplicativos – Teclan
 - 84 | Gerenciamento de redes – Radiante Engenharia
 - 86 | Infraestrutura de redes – Level3
 - 88 | Internet/Acesso – Telefônica Vivo
 - 90 | Internet/Serviços – UOLDiveo
 - 92 | Operadoras de serviços móveis – Vivo
 - 94 | Operadoras de telefonia fixa – Telefônica Vivo
 - 96 | Serviços corporativos – CEMIGTelecom
 - 98 | Serviços de integração – Grupo Binário
 - 100 | Valor agregado – Guiatel



hamilton peana



Contrariando a tendência clara dos últimos anos, o setor brasileiro de telecomunicações andou flertando com a recessão em 2012. A rigor, em dólares – moeda adotada por este *Anuário Telecom* para padronizar as avaliações –, o mercado encolheu assustadores 13%, com um total de US\$ 79,9 bilhões. Já em reais, ficou apenas a alguns passos da estagnação pura e simples, ao cravar um crescimento de meros 2,52%, registrando R\$ 157 bilhões. Essa diferença se deve à forte valorização do dólar frente ao real, que chegou a 17,85% no ano. Em função dessa defasagem, o crescimento da receita líquida das empresas não entrou na cesta de critérios para a escolha dos Destaques do Ano do Anuário. Isso porque, como tem sido sempre explicitado nos critérios de avaliação, o crescimento da receita não é levado em conta quando a variação cambial é mais de 10% superior à inflação (que, em 2012, foi de 5,84%). Das 100 maiores empresas que compõem o ranking do Anuário, nada menos do que 74 tiveram crescimento negativo da receita em dólares. Em reais, 49 das 100 encolheram.

Ainda assim, apesar dos números pouco alentadores revelados pelo levantamento deste Anuário, ao menos uma tradição positiva foi preservada: o crescimento em reais foi quase três vezes maior do que a expansão do PIB, de 0,9%, este sim um indicador preocupante do mau momento da economia brasileira. É bom lembrar que em 2011, quando o PIB havia crescido 2,7%, o mercado de telecom registrou uma expansão de 14,7% em dólares e de 8,3% em reais. A máxima – válida por praticamente todos os anos deste século 21 –, de que o mercado de telecomunicações é infenso à crise do conjunto da economia, e teima em se destacar mesmo diante de setores intensivos em tecnologia de ponta, parece ter sido implodida. No mínimo, foi seriamente arranhada. Em virtude, principalmente, de alguns fatores conjunturais e estruturais: o desequilíbrio das contas públicas (a dívida pública bruta subiu de 64% para 69% do PIB de 2008 a 2012); a falta de políticas públicas definidas (o governo destina menos de 10% do seu orçamento para investimentos); a inflação elevada; os excessivos riscos e custos regulatórios; a infame carga tributária; e a teia burocrática que envolve toda iniciativa empreendedora. Apesar desse quadro, e da ainda frágil situação das economias europeia e norte-americana, a disposição das operadoras de telecom de investir na ampliação de infraestrutura das suas redes mostrou-se alta. A oferta de novos serviços e o aquecimento do mercado corporativo parecem ter contribuído para o desenvolvimento dos negócios do setor. E aqui, a propósito, vale registrar um fato inédito na história dos 23 anos do *Anuário Telecom*: pela primeira vez, uma mesma empresa conquista por dois anos consecutivos o prêmio de Empresa do Ano, a NET Serviços. Com todos os méritos, principalmente aquele de ter apresentado um desempenho admirável, num momento em que graves incertezas pairam sobre o mercado brasileiro. Nossa esperança é que o exemplo sirva de estímulo para as demais empresas do setor tentarem recuperar o mercado do solavanco que sofreu em 2012. E que, ao final de 2013, se possa constatar que a crise não passou de um acidente de percurso.

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
Silvia Meurer e Sonia Lopes

assistente
Marcela Policiano

O Anuário Telecom é uma publicação anual da



Rua Inhambu, 1.293
Moema – CEP 04520-014
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 da Fórum Editorial.

jornalista responsável
Wilson Moherdaui (MT 10.821)

Impressão
Gráfica Cocktail

2012

Freada brusca no crescimento

2012 não foi um ano fácil para o setor de telecomunicações brasileiro. Os investimentos das operadoras continuaram crescentes, mas houve um encolhimento do mercado como um todo de 13,01% em dólares. O levantamento do *Anuário Telecom 2013* com as 100 maiores empresas mostra que o setor encerrou o ano de 2012 com receita líquida de US\$ 79,9 bilhões, ante os US\$ 91,9 bilhões obtidos em 2011. Já em reais, o mercado passou de R\$ 153,1 bilhões para R\$ 157 bilhões, um pequeno crescimento de 2,52%, explicado pela acentuada valorização do dólar frente ao real, de 17,85%. O PIB do Brasil cresceu 0,9% em 2012, portanto, em reais, o mercado de telecomunicações ainda avançou quase três vezes mais.

A maior fatia da receita ficou com as operadoras móveis, que alcançaram faturamento de US\$ 32,5 bilhões, ou 40,7% da receita total do setor. As operadoras fixas faturaram US\$ 15 bilhões (18,8% do total). Os serviços foram responsáveis por US\$ 22,3 bilhões, ou 28% do mercado, e os produtos, mais uma vez, atingiram US\$ 10 bilhões, apenas 12,5% do total.

O investimento das operadoras no ano passado somou R\$ 25,8 bilhões, segundo o SindiTelebrasil (Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal). O foco foi a ampliação da cobertura, da qualidade e a implantação das redes de telefonia móvel de quarta geração (4G). Com pouco mais de um mês de operação, a tecnologia 4G contabilizou 105 mil acessos no país, segundo balanço da Anatel referente ao mês de maio. Somando os acessos em 3G, a banda larga móvel alcançou 74,1 milhões de linhas, considerando, além dos smartphones, os modems 3G e os tablets. Os dados da agência reguladora mostram que o Brasil fechou maio com 265,52 milhões de linhas móveis, o que eleva a teledensidade brasileira a 134,24 acessos por 100 habitantes.

Dados da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee) apontam que a indústria de telecomunicações apresentou um faturamento de R\$ 22,8 bilhões, um crescimento de menos de 15%, muito aquém da estimativa de 35%, como aponta o presidente da entidade, Humberto Barbatto. Os investimentos das operadoras ficaram abaixo da expectativa devido às incertezas causadas pela crise internacional. Com isso, a produção de celulares caiu 11% em 2012, chegando a 59,5 milhões de aparelhos, com queda entre os modelos tradicionais (de 11%) mas crescimento de 78% entre os smartphones. Outro motivo do crescimento abaixo do previsto foi a significativa queda de 51% nas exportações de telefones celulares, que

retrocederam de US\$ 538 milhões para US\$ 264 milhões, em função, principalmente, das limitações estabelecidas pela Argentina. Para este ano de 2013, a indústria prevê incremento de cerca de 8% na produção de celulares, que deverá atingir 64 milhões de aparelhos, sendo 35 milhões de modelos tradicionais e 29 milhões de smartphones.

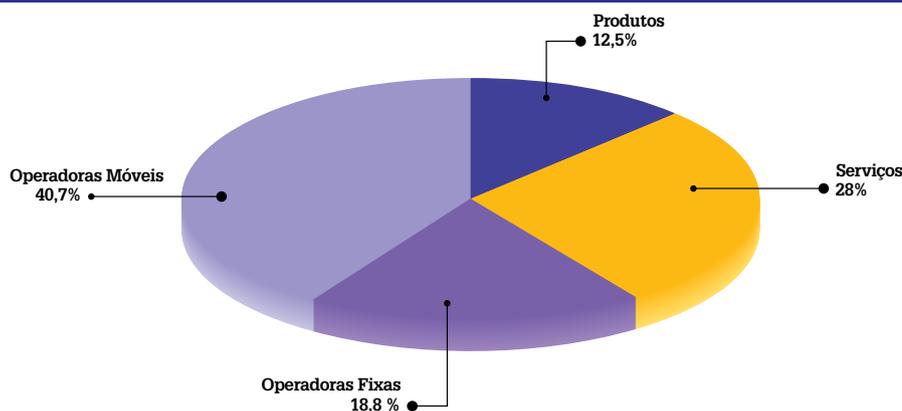
Entre as boas notícias em 2013 está a exportação de estações rádio-base que ficaram entre os produtos mais exportados nos cinco primeiros meses deste ano, com um crescimento 114% em relação ao ano passado, totalizando US\$ 63 milhões no período.

Com o crescimento do uso do smartphone e da ampliação da cobertura das redes 3G e 4G o setor acredita na retomada dos investimentos em 2013 e 2014. “A expansão das redes deve acompanhar o crescimento de dispositivos móveis mais sofisticados. O decreto que diminuiu impostos para smartphones produzidos no Brasil deve incrementar ainda mais as vendas”, diz Humberto Barbatto.

O Brasil terminou junho de 2013 com 265.741.217 acessos móveis, um crescimento de 215,3 mil novos acessos, ou 0,08%, em relação aos primeiros cinco meses, quando o mercado havia adicionado 974,3 mil linhas. A migração de usuários do 2G para o 3G manteve seu ritmo em junho. O país desconectou 3,1 milhões de acessos 2G e somou outros 3,2 milhões de conexões 3G.

As operadoras de telefonia sentiram no primeiro trimestre deste ano as consequências da inflação mais elevada e do maior comprometimento da renda de seus clientes. Estudo da consultoria Frost & Sullivan aponta que o impacto da inflação e do endividamento no orçamento familiar afetou a provisão de devedores duvidosos das operadoras, em função do maior nível de inadimplência. Isso levou a mudanças na política de crédito de algumas operadoras: elas ficaram mais restritivas e causaram uma de-

O mercado em 2012 US\$ 79,9 bilhões (receita líquida)



saceleração momentânea em alguns serviços pré-pagos.

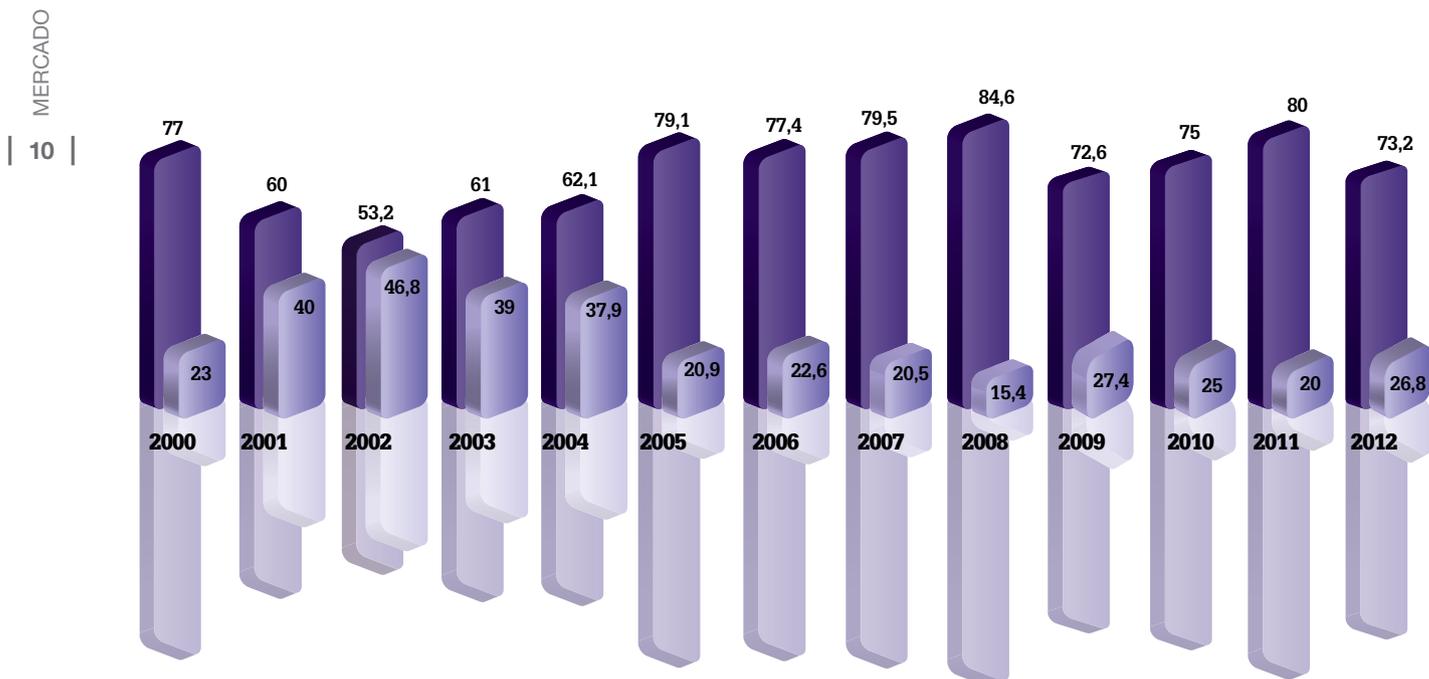
A área de telecomunicações historicamente é dependente da importação de insumos, especialmente de componentes semicondutores. Segundo Humberto, as indústrias, que vinham absorvendo as altas do dólar desde o início do ano, tiveram que promover reajustes nos seus preços para evitar perdas maiores nos processos de produção: “Nessa conjuntura, prevemos um crescimento de 7% das vendas de equipamentos para telecomunicações em 2013, na esteira das compras de itens para a implantação do 4G no país e complemento da rede 3G. Ainda temos espaço para crescer”. Ele cobra um cenário regulatório mais favorável aos investimentos da indústria, com o fim da guerra fiscal. Mesmo com os resultados positivos para o setor elétrico e eletrônico neste ano – com aumento de 5% nas receitas e uma ligeira melhora nas condições gerais da competitividade no setor –, o presidente da Abinee cobra incentivos à competitividade da indústria brasileira no mercado internacional. Segundo ele, o cenário ideal para os associados da entidade é o dólar num patamar mais próximo a R\$ 2,30 e um reforço nas iniciativas que levem os fabricantes de produtos elétricos e eletrônicos a uma posição mais favorável na hora de exportar.

Se para a indústria o cenário não foi tão positivo, os serviços, principalmente de banda larga, continuaram sua curva de crescimento. “O faturamento de serviços de telecomunicações no país superou os R\$ 100 bilhões em receita, com crescimento de 8%. Em banda larga, o crescimento foi acima de 10%, um bom indicador comparado a outros setores da indústria que sofreram desaceleração”, explica Samuel Rodrigues, analista de telecom da empresa de consultoria e pesquisa IDC. O uso do celular, e outros dispositivos móveis, no mercado corporativo obriga as empresas a investirem cada vez mais em redes. Os pacotes de serviços móveis com modem 3G cresceram 20% no ano passado. “Como as telecomunicações aumentam a eficiência operacional, não é possível uma parada dos investimentos”, diz Samuel.

O mercado de banda larga fixa e móvel alcançou no ano passado 25,8 milhões de conexões, o que representou um crescimento de 18,6% comparado ao ano anterior, segundo a IDC. No Brasil, já existem 35 conexões móveis para cada 100 fixas, sinalizando que há muito espaço para crescer. Um estudo realizado pela empresa de pesquisas Europraxis mostra que o atual desenvolvimento da banda larga no Brasil é baixo, se comparado às economias

O desempenho das 100 maiores (% de empresas)

■ lucro ■ prejuízo





A NET acaba de conquistar o Prêmio Anuário Telecom em duas categorias. Ótimo sinal.

Pela primeira vez, estamos muito felizes de ser o segundo: o segundo ano consecutivo em que a NET ganhou o Prêmio Anuário Telecom. E o que é melhor, em duas categorias – Empresa do Ano e Empresa Destaque do Ano em TV por Assinatura. Uma conquista que não é só nossa, mas de todos os colaboradores e clientes que, diariamente, fazem a NET ser uma NET. Nós só temos que agradecer.



Siga NEToficial

4004-8844

www.netcombo.com.br





mais desenvolvidas. A penetração da banda larga fixa por domicílio é de 74% na França, e de 41% no México, contra 25% no Brasil. Já a penetração de banda larga móvel por habitante na Coreia do Sul, por exemplo, atinge o percentual máximo de 90%, na França chega a 36% e no Brasil, 12%. Aqui, no entanto, as taxas de crescimento são superiores à média mundial no desenvolvimento de banda larga (fixa e móvel), registrando um aumento de 64% anualmente, o que representa 35 pontos percentuais acima da média do restante do mundo.

Além disso, a ampla adoção dos serviços de banda larga depende de uma maior competitividade de preços. O Brasil tem preços de acesso à Internet mais elevados do que os países desenvolvidos, tanto em ofertas combo quanto individuais. O valor do combo (Internet, TV e telefone) em média é de R\$ 150,00 na França, R\$ 242,00 nos Estados Unidos e R\$ 290,00 no Brasil (para pacotes comparáveis). O preço da Internet fixa individual é de R\$ 37,00 na França, R\$ 84,00 nos Estados Unidos e R\$ 99,00 no Brasil.

A continuidade dos investimentos privados e o impulso do Plano Nacional de Banda Larga devem levar o Brasil a 131 milhões de acessos por banda larga até 2015, podendo chegar a uma penetração naquele ano de 58% dos domicílios com acesso a banda larga fixa e 47% da população em móvel. A rápida adoção está sendo estimulada com investimentos no desenvolvimento de redes, em transmissão e acesso de operadoras como Oi, Telefônica Vivo, Claro, TIM, NET e Embratel já dispõem de pacotes mais econômicos com menor franquia de dados, pacotes diários e combos. Oferecem promoções e descontos, Internet pré-paga e aumento de velocidade.

Analisando o cenário do setor entre 2012 e 2013, Claudia Viegas, diretora de regulação econômica da consultoria LCA, não é muito otimista. Para ela, a continuidade dos investimentos e do crescimento do setor traz uma série de pontos de interrogação: "As margens das operadoras vêm se reduzindo, enquanto o investimento na expansão dos serviços e incorporação de novas tecnologias aumenta". O crescimento dos smartphones e outros dispositivos móveis alavanca o tráfego na rede e a pressão sobre os investimentos das operadoras. "As empresas têm investido historicamente cinco vezes mais que seu lucro líquido. O desafio é que não haja interrupção dessa trajetória de crescimento", diz ela.

Segundo um estudo da LCA, o Brasil é o sexto mercado mundial mais competitivo em telecomunicações. O setor recebeu investimentos de US\$ 10,7 bilhões entre

2008 e 2011, enquanto a média mundial é de US\$ 2,8 bilhões no mesmo período. O Brasil usa equipamentos de forma mais intensa que a média mundial: o uso de smartphones dobrou entre 2011 e 2012, chegando a 18%, e o uso dos tablets passou de 1% em 2011 para 5% em 2012. O consumo de vídeo on-line no Brasil cresceu 18% em 2012, frente a 3% de crescimento mundial.

Mas o alto custo dos impostos continua afetando o setor. Em 2012, as telecomunicações responderam pelo recolhimento de R\$ 59,2 bilhões aos cofres públicos, sendo R\$ 7,4 bilhões em FUST, Funttel e Fistel. R\$ 51,8 bilhões foram para tributos (como ICMS, IR, CSLL, PIS/Pasep e Cofins) e outros impostos recolhidos indiretamente dentro do Capex. Da receita operacional das empresas, 4,8% foram para os acionistas e 30,8% para tributos e impostos. Supresas regulatórias, como exigências de qualidade, intervenções diretas nos modelos de negócio e o número e os valores de multas aplicadas pela Anatel foram as principais razões para o aumento da percepção do risco regulatório pelos agentes do mercado financeiro. "Riscos e custos regulatórios desviam recursos que poderiam acelerar o desenvolvimento das telecomunicações", avalia Claudia. O estudo da LCA aponta que a Anatel contabiliza a arrecadação de R\$ 6 bilhões em multas. O exemplo mais recente foi a aplicação de R\$ 19 milhões a uma operadora por erro de sistema que não causou nem dano para o usuário nem gerou vantagem para a operadora. Nessa conjuntura, segundo a consultora, acende-se uma luz amarela: se a percepção de risco das empresas não cair e se aprofundar a dificuldade nos negócios, os investimentos vão continuar chegando ao país, mas de forma mais tímida.

O chairman da Nokia Siemens Networks (NSN), Aluizio Byrro, também manifesta sua preocupação em relação à capacidade das operadoras de fazerem frente aos investimentos de R\$ 125 bilhões em dez anos, previstos pelo Ministério das Comunicações para o PNBL. O problema está na taxa de retorno sobre o capital investido no Brasil, que varia entre 4,5% e 5%, enquanto na Europa é de 25%, na China 20% e no Japão 10%. Com retorno abaixo de outros países, fica difícil conseguir convencer as matrizes a apostarem no plano. Se o PNBL for financiado exclusivamente pelas teles, estas terão que elevar os investimentos em R\$ 10 bilhões a R\$ 12 bilhões por ano, em um mercado onde o índice de minutos de uso (MOU), embora crescente, ainda é baixo na comparação com outros países da América Latina. Segundo Byrro, o crescimento do Capex (investimento em bens de capital)

A SOLUÇÃO COMPLETA EM OUTSOURCING DE TI PARA A SUA EMPRESA É UOLDIVEO.

O **UOLDIVEO** é uma empresa 100% brasileira que oferece serviços através de uma infraestrutura própria robusta, confiável e de alta disponibilidade:

- Cloud Computing
- Infraestrutura de TI e Data Center
- Serviços à Aplicação
- Serviços de Integração e Pagamentos
- Serviços Gerenciados de Segurança
- Telecomunicações

Entre em contato conosco e saiba como as soluções **UOLDIVEO** podem ajudar sua empresa.



 **UOLDIVEO**
uoldiveo.com.br

11 3092 6161

Solicite uma visita

Presente em São Paulo, Belo Horizonte, Brasília,
Campinas, Curitiba, Porto Alegre e Rio de Janeiro.



das operadoras no Brasil, nos últimos anos, com exceção de 2009, sempre ficou acima de 10%. Em 2012, esse valor chegou a R\$ 25,3 bilhões. “Mudanças de comando em algumas operadoras como TIM e Oi, além da reestruturação societária da Telefônica, tiveram como consequência a postergação de investimentos”, afirma. Segundo ele, globalmente as empresas estão reduzindo Capex: “Junte-se a isso a carga tributária, que consome 30% da receita das empresas, o baixo retorno do capital e a baixa minutagem de voz, que tomam o mercado brasileiro pouco atraente”.

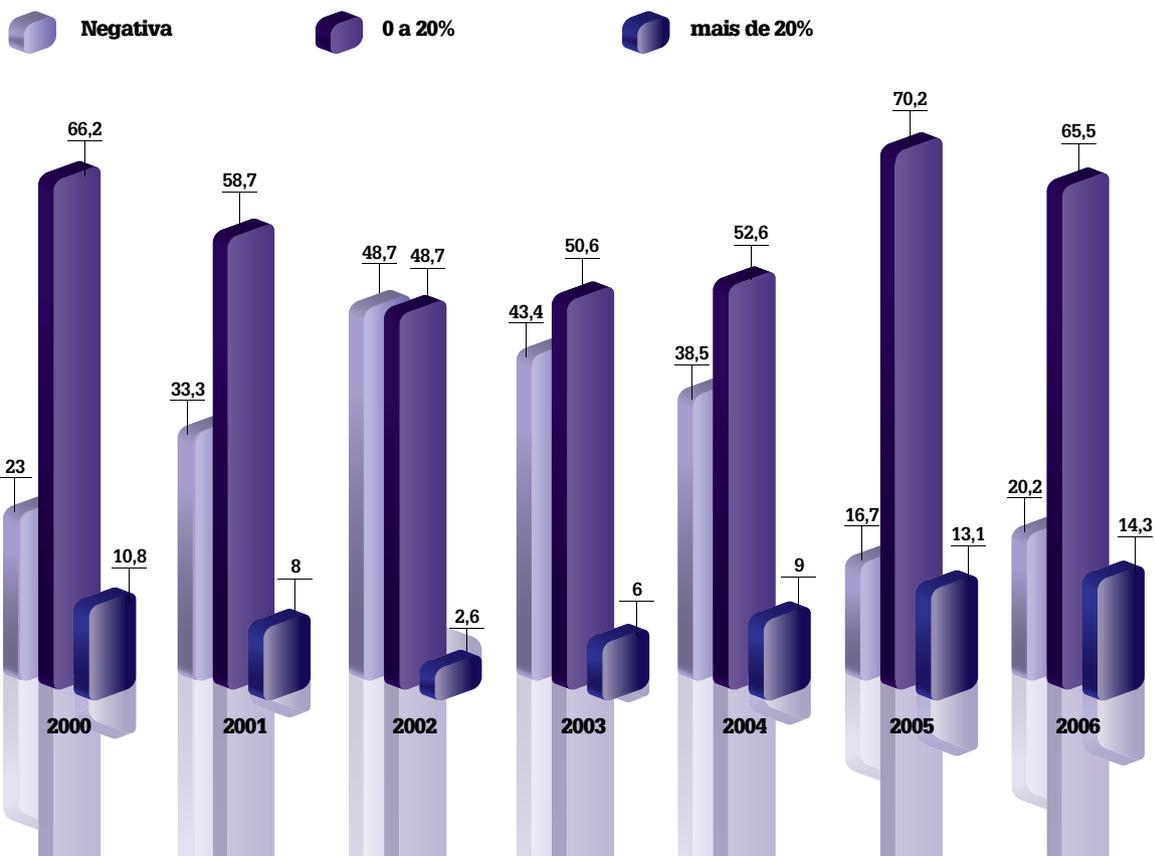
A pressão pela qualidade e ampliação da cobertura de rede traz mais desafios às operadoras. O diretor executivo do SindiTelebrasil, Eduardo Levy Moreira, admite que a banda larga móvel enfrenta problemas, mas a falta de uma legislação específica para a instalação de novas antenas é uma das causas: “Vivemos um situação injusta. De um lado, temos uma lei que nos impede de instalar novas antenas de celular, e, de outro, a Anatel nos cobra por melhores serviços”. Em um ano, as instalações de antenas subiram 40%, para cerca de 15 por dia. “Mas precisaríamos de 25 por dia, ainda mais pelo 4G”, alerta Levy.

Mais um obstáculo, segundo João Moura, presidente executivo da TelComp (Associação Brasileira das Presta-

doras de Serviços de Telecomunicações Competitivas), é a diversidade da regulamentação municipal: “Os municípios adotam legislações próprias sobre a instalação das antenas, necessárias para o funcionamento das redes sem fio, e que são incompatíveis com os requisitos técnicos das redes”. Segundo ele, há um clamor popular para a eliminação de postes nas grandes cidades, mas o enterramento de redes elétricas é caro e tecnicamente complexo: “Como as distribuidoras não podem repassar esse custo às tarifas, não há incentivos para realizá-los”.

Entre as operadoras competitivas que reportaram bons resultados no ano passado, está a GVT. A empresa alcançou 8% de market share em telefonia fixa, 11% em banda larga e 2,6% em TV por assinatura, marcas importantes para a empresa, que estreou esses serviços há poucos anos. No ano passado, a operadora chegou a 20 novas cidades brasileiras, totalizando 139 municípios. Como consequência, houve um aumento de 37% no número de linhas em serviço de telecomunicações, totalizando 8,6 milhões de acessos. Outra área que prosperou foi a de TV paga. Segundo Fabiano Ferreira, vice-presidente de vendas corporativas da GVT, já no primeiro ano de operação, os serviços de TV por assinatura tiveram re-

Rentabilidade sobre vendas líquidas (% de empresas)



ceita de 83 milhões de euros, graças aos 406 mil assinantes (penetração de 18,8% na base de usuários de Internet da GVT). A empresa foi responsável por 11,4% do total de adições líquidas nesse mercado no Brasil no ano passado. Considerando apenas as cidades onde a GVT atua, o percentual sobe para 27,7%.

O ritmo mais lento da economia no ano passado afetou previsões de crescimento dos fabricantes e prestadores de serviços. O diretor presidente da Bull, Alberto Lemos Araújo Filho, diz que a empresa sentiu a retração a partir do segundo semestre de 2012, prolongando-se até o início deste ano. Segundo o executivo, os investidores estão mais cuidadosos em engajar-se em grandes projetos e temem o comportamento errático do governo com relação à regulação: “As empresas não vão deixar de investir em telecomunicações, porque têm metas a atingir e demandas que precisam responder, mas os investimentos estão mais conservadores. Não houve parada no mercado, mas os ciclos dos projetos estão mais longos”.

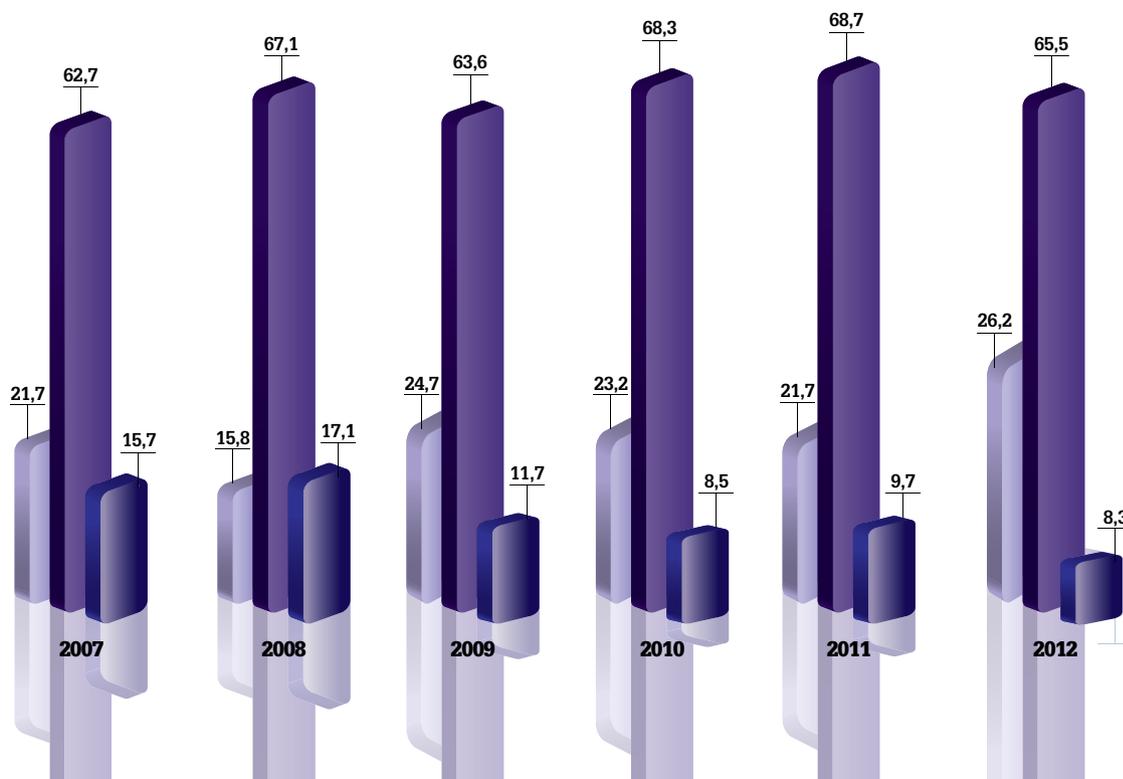
Entre os segmentos que não deslancharam como o previsto está o das operadoras móveis virtuais (MVNOs). “Poucos projetos foram lançados e o mercado parou”, diz Alberto. Ele aponta, no entanto, que houve avanços em

projetos de pagamento móvel, com acordos importantes celebrados entre bancos e operadoras.

A expansão das redes continua turbinando os resultados da Cisco no país.

As previsões otimistas, porém, não se estendem para 2013, devido à alta do dólar e à queda do PIB. “Os processos decisórios estão mais lentos e grandes projetos adiados”, diz o presidente Rodrigo Dienstmann. Na opinião do executivo, em 2012 as operadoras investiram muito em infraestrutura, em função da banda larga móvel e na maior penetração da banda larga fixa: “Também sentimos uma maior demanda do segmento governamental, tanto que no Brasil crescemos nesse setor acima da média mundial”. Em 2013, a previsão é de maiores investimentos em mobilidade. “A penetração do smartphone dobrou no último ano, saindo de 8% para 20% da base das operadoras exigindo mais da infraestrutura de redes. O Wi-Fi também terá um importante papel para otimizar a cobertura de serviços e completar oferta da rede celular”, afirma Rodrigo.

O crescimento do mercado de datacenters também surpreendeu positivamente a Cisco. Na opinião dele, as empresas estão se movimentando para reforçar suas redes e dar conta dos múltiplos dispositivos móveis





conectados: “Vemos mais investimentos no gerenciamento da infraestrutura, segurança de dados em redes físicas e sem fio e aplicação de políticas de segurança”. Outra aposta é no crescimento de servidores de vídeo para operadoras fornecerem conteúdo de TV a cabo e serviços de vídeo on demand (VOD), principalmente para os jogos da Copa do Mundo.

O aumento do consumo de dados e vídeo teve impacto positivo para a Ericsson. Segundo Lourenço Coelho, vice-presidente de estratégia e marketing para a América Latina, o mercado está aquecido devido à implantação da rede 4G, embora o ritmo ainda seja abaixo do esperado: “Neste ano esperamos mais investimentos na melhora da qualidade e cobertura do 3G e 4G”.

A Copa do Mundo deve adicionar investimentos de US\$ 500 milhões no próximo ano e terá reflexos nos negócios das empresas. A Nokia Siemens reduziu seu portfólio de produtos concentrando-se na oferta de sistemas para a banda larga móvel e iniciou produção local de equipamentos para abastecer o PNBL. A fábrica da empresa, em Sorocaba (SP), está produzindo estações rádio-base para as redes 3G e 4G.

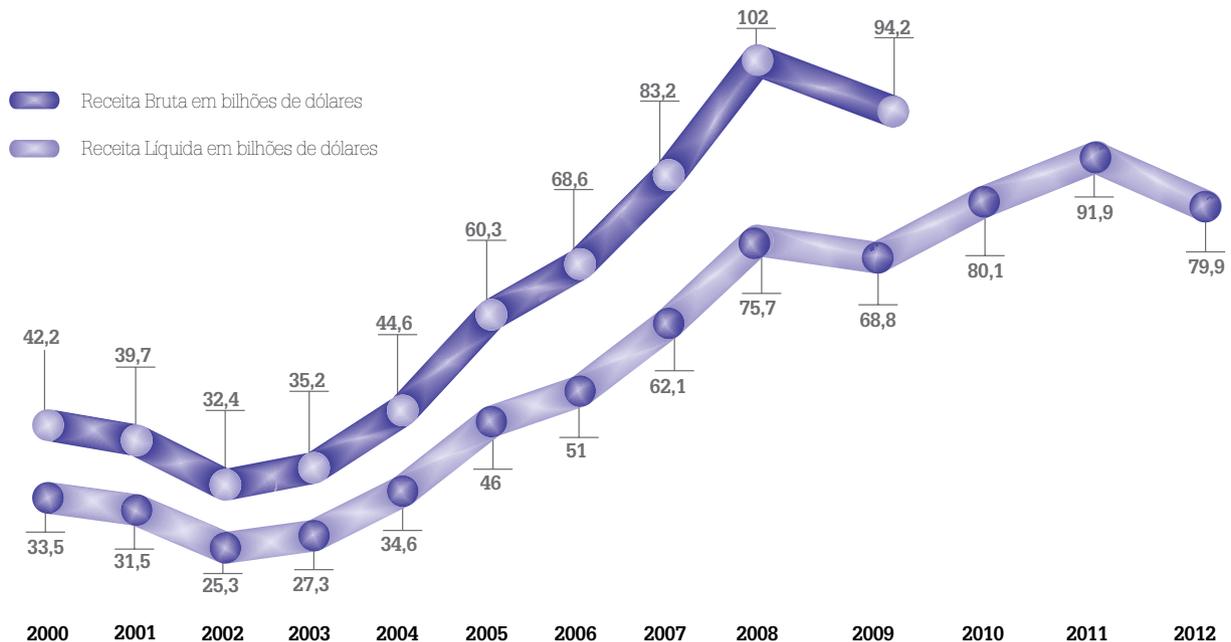
A definição da tecnologia LTE (Long Term Evolution) foi positivo para a indústria na opinião de Herberto Ya-

mamura, presidente da NEC, pois mobilizou recursos das operadoras para a implantação de redes 4G nas 12 cidades-sede da Copa das Confederações. O cenário também foi positivo no segmento corporativo que manteve investimentos em redes IP e datacenters. Para 2013 e 2014 o executivo prevê crescer no segmento de serviços gerenciados, datacenters e sistemas de tratamento de informação. As operadoras, segundo ele, estão buscando crescer em mercados verticais como educação e saúde e na conexão de máquinas (M2M).

Para Antonio Carlos Valente, presidente da Telefônica Vivo, nos próximos anos, as prestadoras de serviço de telecomunicações farão um esforço ainda maior de ampliação da capacidade das redes. Novos serviços, como vídeos pela Internet e dispositivos, como tablets e celulares inteligentes, demandarão cada vez mais capacidade das redes residenciais, corporativas e da conexão móvel. Sistemas avançados de saúde digital, educação à distância e pagamentos por meio de redes móveis também exigirão altíssimas capacidades e muita confiabilidade das redes. “Atender a essa demanda é um desafio que está ao nosso alcance e pode ser simplificado por meio de regulamentação que estimule o investimento e que busque a expansão sustentável dos serviços”, diz Valente.

Evolução do mercado (US\$ bilhões)

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





A **CEMIGTelecom**, uma empresa do Grupo CEMIG, está presente em mais de 70 municípios prestando serviços de telecomunicações com capilaridade, qualidade e alta disponibilidade, sempre com alto grau de comprometimento aos requisitos de seus clientes.

**CEMIG
TELECOM**

A sua melhor opção de rede de telecomunicações

www.cemigtelecom.com

A fatia de cada um.

Participação dos segmentos nas áreas de atividades

Produtos	Receita Líquida (US\$ mil)	Participação (%)
Terminais	4.848.011,76	48,45
Telefonia Móvel	1.716.072,10	17,15
Equipamentos para Redes	1.320.467,23	13,20
Redes Corporativas	441.641,88	4,41
Fios e Cabos	413.876,24	4,14
Software	397.470,79	3,97
Infraestrutura	314.124,09	3,14
Componentes, Partes e Peças	246.190,70	2,46
Comutação Fixa	170.925,28	1,71
Sistemas de Trunking e TV por assinatura	118.439,94	1,18
Outros	12.761,70	0,13
Instrumentação e Testes	3.565,32	0,04
Suprimentos e Acessórios	2.693,06	0,03
Total	10.006.240,09	100,00

Serviços	Receita Líquida (US\$ mil)	Participação (%)
Operadoras de Serviços Móveis	32.542.230,32	46,53
Operadoras de Telefonia Fixa	15.001.233,33	21,45
Internet/Acesso	6.984.054,23	9,99
TV por Assinatura	5.109.261,06	7,31
Valor Agregado	3.388.801,94	4,85
Serviços Corporativos	3.258.253,85	4,66
Gerenciamento de Redes	1.726.006,87	2,47
Infraestrutura de Rede	635.425,98	0,91
Internet/Serviços	318.761,25	0,46
Consultoria, Projeto e Treinamento	313.705,66	0,45
Desenvolvimento de Aplicações	307.036,77	0,44
Integração	207.406,83	0,30
Operadoras de Radiolocalização	64.900,92	0,09
Outros	57.814,12	0,08
VoIP	26.637,73	0,04
Total	69.941.530,85	100,00

Total Geral **79.947.770,93**

2012

Screeching halt in growth

2012 was not an easy year for the Brazilian telecom industry. Operators' investments were still growing, but the market as a whole has suffered shrinkage of 13.01% in US dollars. *Anuário Telecom 2013* survey of the top 100 companies has shown that the sector has closed 2012 with net revenues of US\$ 79.9 billion, as compared to US\$ 91.9 billion in 2011. In reals, the market went from R\$ 153.1 billion to R\$ 157 billion, a modest 2.52% growth explained by the marked appreciation of the dollar of 17.85%, as compared to real. Brazilian GDP has grown 0.9% in 2012 so, in reals, the telecom industry has grown almost three times more.

The largest revenue share has remained with mobile operators, which have reached US\$ 32.5 billion, or 40.7% of total industry revenue. Fixed operators have owned US\$ 15 billion (18.8% of total). Services were responsible for US\$ 32.5 billion, or 40.7% of total industry revenues, and products, once more, have reached US\$ 10 billion, or just 12.5% of total.

Operators' investments last year were R\$ 25.8 billion, according to SindiTelebrasil (National Union of Telephone Companies and Cellular and Personal Mobile Service). The focus was expansion of coverage, quality and implementation of fourth generation mobile telephone networks (4G). With little more than one month of operations, 4G technology has reached 105 thousand accesses in the country, according to Anatel's data for the month of May. Including 3G accesses, mobile broadband has reached 74.1 million lines, considering, in addition to smartphones, 3G modems and tablets. Data of the regulatory agency have shown that Brazil has closed May with 265.52 million mobile lines, which increases Brazilian teledensity to 134.24 accesses per 100 inhabitants.

Data of the Brazilian Association of the Electric and Electronic Industry (Abinee) show that the telecom industry had R\$ 22.8 billion revenue, or less than 15% growth, well behind the estimate of 35%, as noted by the entity's chairman Humberto Barbato. Operators' investments were below expectations due to uncertainties caused by the international crisis. With this, cell phones production has dropped 11% in 2012, reaching

59.5 million devices with drop of traditional models (11%) but 78% smartphones growth.

Another reason for the growth below expectations was the significant 51% drop in cell phone exports, which have gone from US\$ 538 million to US\$ 264 million, especially due to limitations established by Argentina. For 2013, the industry estimates approximately 8% growth in cell phones production, which shall reach 64 million devices, being 35 million traditional models and 29 million smartphones.

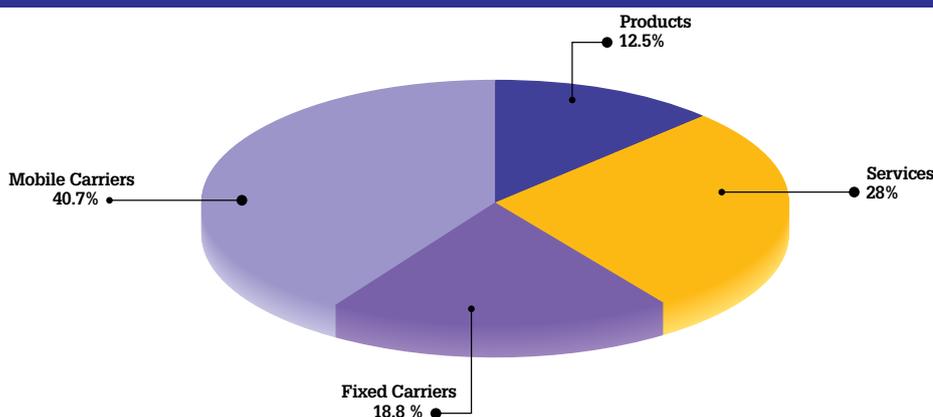
Among 2013 good news there is the export of radiobase stations which were among the most exported products in the first five months of this year, with 114% growth as compared to last year and totaling US\$ 63 million in the period.

With the growth in the use of smartphones and the expansion of 3G and 4G networks coverage, the industry believes in the recovery of investments in 2013 and 2014. "Networks expansion shall follow the growth of more sophisticated mobile devices. The decree reducing taxes for smartphones produced in Brazil shall further increment sales", says Humberto Barbato.

Brazil has closed June 2013 with 265,741,217 mobile accesses, a growth of 215.3 thousand new accesses, or 0.08% with regard to the first five months, when the market had added 974.3 thousand lines. The migration from 2G to 3G has kept its pace in June. The country has disconnected 3.1 million 2G accesses and has added 3.2 million 3G connections.

Telephone operators have felt during the first quarter of this year the consequences of higher inflation

The market in 2012 US\$ 79.9 billion (net income)



rates and further commitment of their clients' income. A study of Frost & Sullivan consultants shows that the impact of inflation and family budget indebtedness has affected operators' allowance for doubtful accounts due to higher delinquency levels. This has led some operators to change their credit policies: they became more restrictive causing a momentary slowdown in some prepaid services.

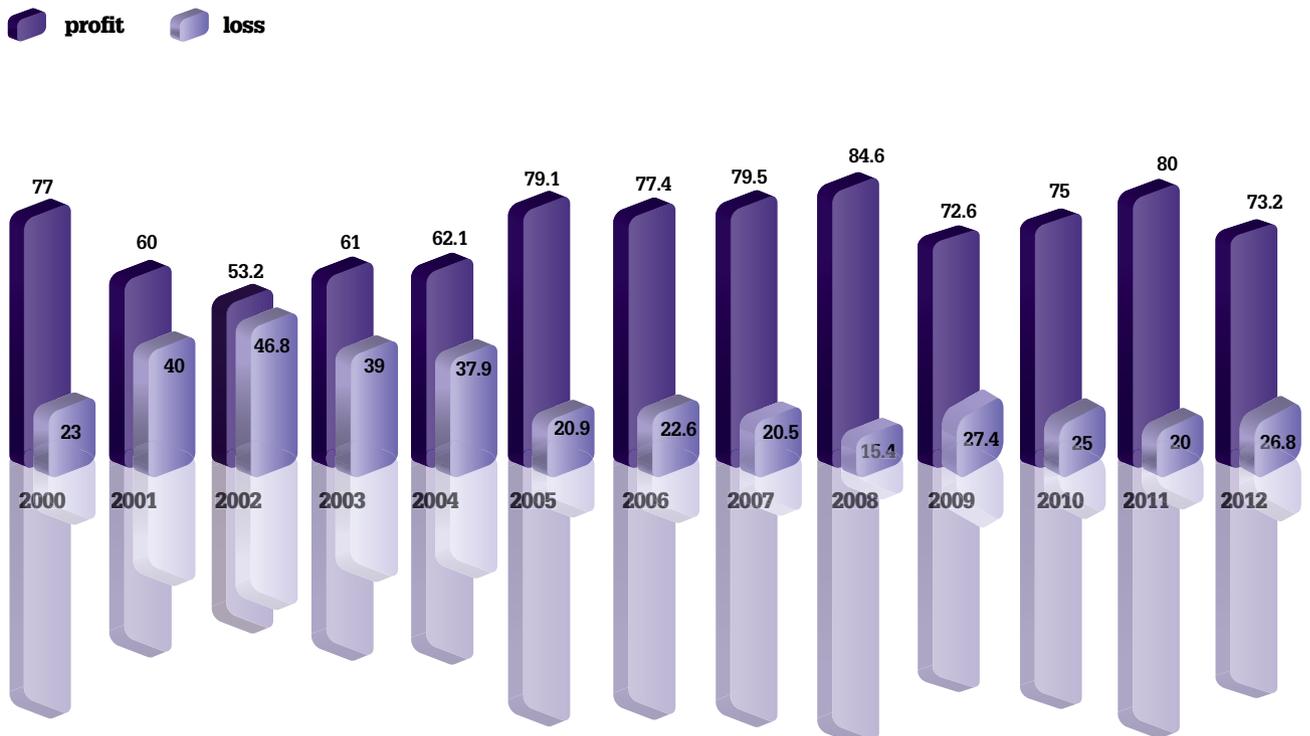
Telecommunications are historically dependent on input imports, especially semiconductor components. According to Barbato, industries, which were absorbing dollar appreciation since early this year, had to promote price adjustments to prevent further losses in their production processes. "In this situation, we estimate 7% growth in telecom equipment sales in 2013, following the purchase of items to implement 4G in the country and 3G network complement. There is still space for growth". He asks for a more favorable regulatory scenario for industry investments, with the end of the fiscal war. Even with positive results for the electric-electronic industry this year – with 5% increase in revenues and a slight improvement in general competitiveness conditions – Abinee chairman asks for incentives to Brazilian

industry competitiveness in the international market. According to him, the ideal scenario for entity's members is the dollar close to R\$ 2.30 and more initiatives leading electric and electronic product suppliers to a more favorable position to export their products.

If for the industry the scenario was not that positive, services, especially broadband services, have continued to grow. "Telecom services revenues in the country have exceeded R\$ 100 billion with 8% growth. In broadband, growth has exceeded 10%, a good indicator as compared to other industry sectors which have slowed down", explains Samuel Rodrigues, telecom analyst of the consultancy and research company IDC. The use of cell phones and other mobile devices by the corporate market forces companies to invest even more in networks. Mobile service packages with 3G modems have grown 20% last year. "Since telecommunications improve operational efficiency, it is impossible to stop investments", says Rodrigues.

Fixed and mobile broadband market has reached last year 25.8 million connections or 18.6% growth as compared to previous year, according to IDC. In Brazil, there are already 35 mobile connections for every 100

The top 100 performance (% of companies)





CONEXÕES CONFIÁVEIS PARA UM MUNDO CONECTADO

CRESCIMENTO • EFICIÊNCIA • SEGURANÇA

A Level 3 é uma companhia de Telecom e TI global, que oferece serviços de Dados, Voz, Vídeo e Data Center, através de uma rede IP própria, confiável e transparente.

Conte-nos suas necessidades e conheça nossas soluções!

Tel: 0800-7714747

Email: centralderelacionamento.brasil@level3.com

Web: www.level3.com

DADOS | VOZ | VÍDEO | DATA CENTER

Level(3)



fixed connections, showing that there is a lot of space for growth. A study by the Europraxis research company shows that current Brazilian broadband development is low, as compared to other more developed economies. Fixed broadband penetration per home is 74% in France and 41% in Mexico, as compared to 25% in Brazil. Mobile broadband penetration per inhabitant in South Korea, for example, reaches maximum percentage of 90%, in France it reaches 36% and in Brazil 12%. Here, however, growth rates are above the world average in the development of broadband (fixed and mobile), with 64% increase per year, representing 35% more than the world average.

In addition, the broad adoption of broadband services depends on stronger price competitiveness. Brazil has higher Internet access prices than developed countries, both in combo and individual offerings. Combo price (Internet, TV and telephone) is in average R\$ 150.00 in France, R\$ 242.00 in the USA and R\$ 290.00 in Brazil (for comparable packages). Individual fixed Internet price is R\$ 37.00 in France, R\$ 84.00 in the USA and R\$ 99.00 in Brazil. The continuity of private investments and the boost of the National Broadband Plan shall take Brazil to 131 million broadband accesses until 2015, and may reach a penetration in that year of 58% of homes with fixed broadband access and 47% of the mobile population. The fast adoption is being encouraged by investments in networks development, in transmission and access of operators such as Oi, Telefónica, Vivo, Claro, TIM and NET, and Embratel, has already cheaper packages with lower data, daily packages and combo franchising. They offer promotions and discounts, prepaid Internet and increased speed.

Analyzing the sector between 2012 and 2013, Claudia Viegas, economic regulation director of LCA consultants, says that the scenario is not very optimistic. For her, the continuity of investments and growth of the sector brings a series of question marks: "Operators margins are decreasing, while investments in services expansion and incorporation of new technologies are increasing". The growth of smartphones and other mobile devices leverages network traffic and pressure on operators' investments. "Companies are historically investing five times more than their net profit. The challenge is not interrupting this growth path", she says.

According to an LCA study, Brazil is the sixth more competitive telecom market worldwide. The sector has

received US\$ 10.7 billion investments between 2008 and 2011, while the world average was US\$ 2.8 billion in the same period. Brazil uses more equipment than the world average: the use of smartphones has doubled between 2011 and 2012, reaching 18%, and the use of tablets went from 1% in 2011 to 5% in 2012. Online video consumption in Brazil has grown 18% in 2012, as compared to 3% of worldwide growth.

But high taxes are still affecting the industry. In 2012, telecommunications were responsible for R\$ 59.2 billion collected to the treasury, being R\$ 7.4 billion in FUST (Fund for the Universalisation of Telecommunication Services), Funttel (Fund for the Technological Development of Telecommunications) and Fistel (Fund for Telecommunications Surveillance). R\$ 51.8 billion went to taxes (such as value-added Tax on Sales and Services [ICMS], Income Tax [IR], Social Contribution on Net Profit [CSLL], Social Integration Program [PIS/Pasep] and Contribution for Social Security Financing [Cofins]) and other taxes indirectly collected within Capital Expenditures (Capex). From companies' operational revenue, 4.8% went to shareholders and 30.8% to taxes. Regulatory surprises, such as quality requirements, direct interventions in business models and the number and value of fines applied by Anatel were the primary reasons for the increase in regulatory risk perception by financial market agents. "Regulatory risks and costs deviate resources which could accelerate telecommunications development", evaluates Claudia.

LCA study shows that Anatel receives R\$ 6 billion in fines. The most recent example was the R\$ 19 million fine applied to an operator due to a system error which has caused no damage for users and has not generated advantage for the operator. In this situation, according to the consultant, the yellow light is blinking: if the risk perception of the companies is not decreased and if business difficulties are deepened, investments will continue to reach the country in a very shy way.

Nokia Siemens Networks (NSN) chairman, Aluizio Byrro is also concerned with the ability of operators to face the investments of R\$ 125 billion in ten years, estimated by the Ministry of Communications for the PNB (National Broadband Program). The problem is the return on investment in Brazil, which varies from 4.5% to 5%, while in Europe it is 25%, in China 20% and in Japan 10%. With return below other countries, it is difficult to convince headquarters to bet on the plan.



30
anos

Uma história feita pela competência e eficiência em soluções tecnológicas.

Ao longo desses 30 anos, a Spread se especializou em fornecer soluções inteligentes de Tecnologia da Informação e Comunicação para diversos segmentos de mercado. Hoje é referência no setor, oferecendo um conjunto abrangente de serviços inovadores em desenvolvimento de sistemas, redes e telecom e serviços gerenciados.

Serviços Gerenciados

- ➔ Service Desk
- ➔ Tratamento de incidentes
- ➔ Field support
- ➔ Gestão de Contratos
- ➔ Salas de Comando
- ➔ Controle e Gestão de sistemas operacionais
- ➔ Roll out
- ➔ Gestão de Ativos

Redes & Telecom

- ➔ UC
- ➔ Data Center
- ➔ Telepresença
- ➔ Segurança em BYOD
- ➔ Infra estrutura de rede
- ➔ Sistemas de Segurança
- ➔ Servidores de comunicações
- ➔ Aplicações
- ➔ Soluções na nuvem

Sistemas

- ➔ Consultoria
- ➔ Desenvolvimento de sistemas
- ➔ Qualidade de software
- ➔ Soluções especialistas



If PNBL is solely financed by telecom companies, these will have to increase their investments in R\$ 10 billion to R\$ 12 billion per year, in a market where the index of minutes usage (MOU), although increasing, is still low as compared to other Latin American countries. According to Byrro, the growth of Capex (investment in capital goods) of Brazilian operators in recent years, except 2009, has always been above 10%. In 2012, this figure reached R\$ 25.3 billion. “Changes in command of some operators, such as TIM and Oi, in addition to corporate restructuring of Telefónica, had as consequence the postponement of investments”, he states. According to him, companies are globally decreasing Capex: “Adding to this the tax burden, which consumes 30% of companies’ revenues, the low return on investment and the low voice call-minutes, this makes the Brazilian market not attractive”.

The pressure for network quality and coverage expansion brings further challenges for operators. SindiTelebrasil executive director, Eduardo Levy Moreira, admits that mobile broadband is facing problems, but the lack of specific laws for the installation of new antennas is one of the reasons: “We live an unfair situation. On one side we have a law that precludes us from installing new cell phone antennas and on the other,

Anatel asks for better services”. In one year, antenna installations have grown 40%, or approximately 15 per day. “But we would need 25 per day, even more because of 4G”, warns Levy.

One more obstacle, according to João Moura, Tel-Comp (Brazilian Association of Competitive Telecommunication Service Providers) executive chairman, is the diversity of municipal regulations: “Municipalities adopt their own laws about the installation of antennas needed for the operation of wireless networks, and which are incompatible with network technical requirements”. According to him, there is a popular outcry for the removal of poles in major cities, but the burying of electric networks is expensive and technically complex. “Since distributors cannot transfer such costs to tariffs, there is no incentive to perform them”.

Among competitive operators reporting good results last year there is GVT. The company has reached 8% market share in fixed services, 11% in broadband and 2.6% in cable TV, important brands for the company which has started such services few years ago. Last year, the operator has reached 20 new Brazilian cities, in a total of 139 municipalities. As a consequence, there has been 37% increase in the number of lines in telecommunication services, in a total of 8.6 million access-

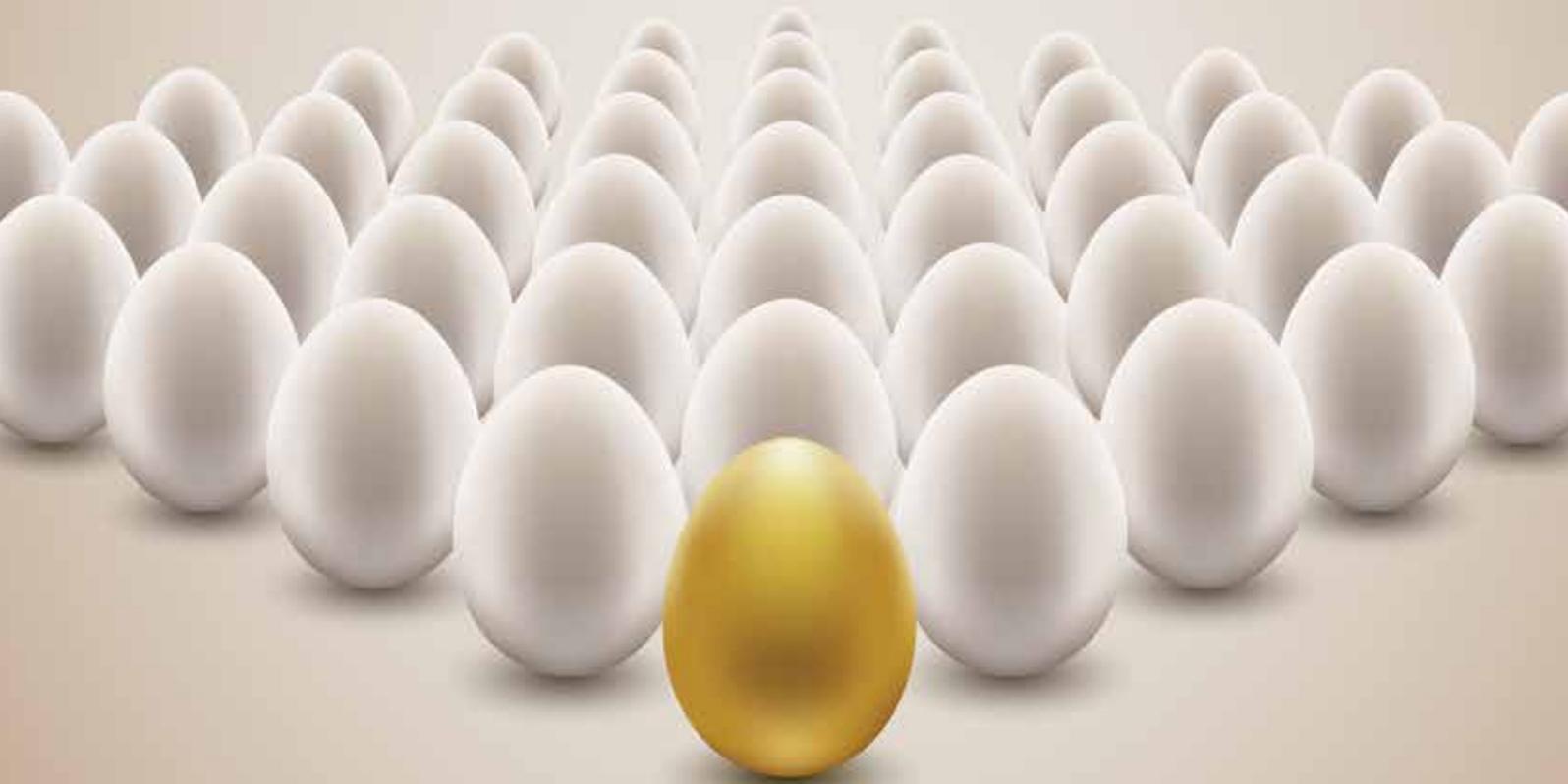
Market increase on gross and net income (US\$ billion)

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



Allied: sempre buscando crescer junto com seus parceiros e clientes.

Reconhecida como destaque em Canais de Comercialização pelo Anuário Telecom 2013. Somos a única empresa capacitada a suprir toda as necessidades do mercado de tecnologia no que se refere a extensão de portfólio, logística, serviços, atendimento e pós venda.



Celulares, Smartphones, Tablets, Ultrabooks, Notebooks, Câmeras Digitais e Acessórios



ALCATEL
onetouch.



BLU
PRODUCTS



kindle



NOKIA

SAMSUNG

XPERIA
Sony Smartphone

ZTE

www.alliedbrasil.com.br
11 5503 9999

 **ALLIED**
SEU ALIADO EM TECNOLOGIA

es. Another prospering area was pay TV. According to Fabiano Ferreira, GVT corporate sales vice-president, already in the first year of operations, cable TV services had 83 million Euros revenues, thanks to 406 thousand subscribers (18.8% penetration in GVT's Internet users base). The company was responsible for 11.4% of total net increments in this market in Brazil last year. Considering just the cities where GVT operates, the percentage goes to 27.7%.

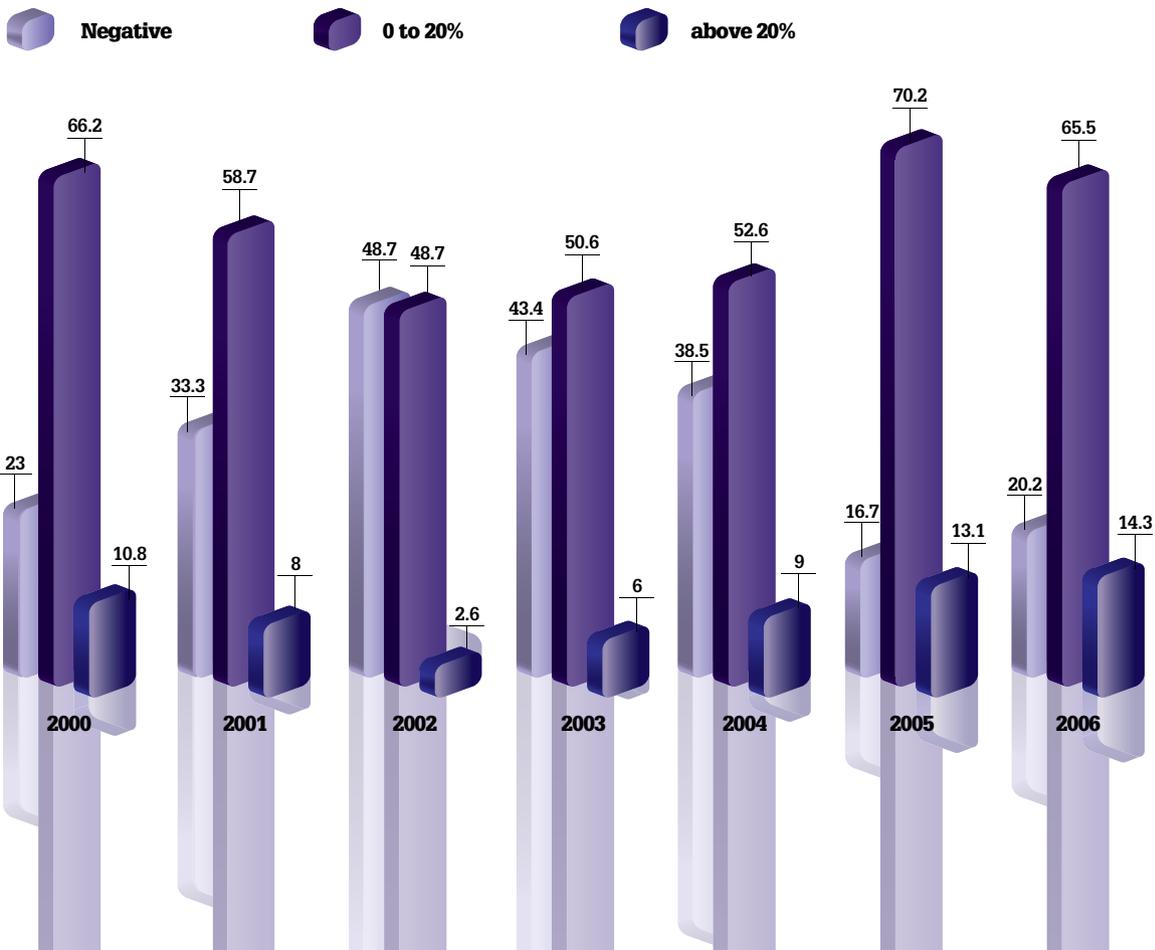
The slow pace of the economy last year has affected growth estimates of manufacturers and service providers. Bull chairman, Alberto Lemos Araújo Filho, says that the company has felt the retraction as from the second half of 2012 until early this year. According to the executive, investors are more careful in engaging in major projects and fear the erratic behavior of the government with regard to regulation: "Companies will not stop investing in telecommunications because they have goals to reach and demands they have to meet, but investments are more conservative. The market has

not stopped, but project cycles are longer".

Among segments not taking off as estimated, there are virtual mobile operators (MVNOs). "Few projects were launched and the market has stopped", says Araújo Jr. However, he points out that there have been advances in mobile payment projects, with major agreements entered between banks and operators.

Networks expansion is still boosting Cisco's results in the country. Optimistic estimates, however, are not extended to 2013 due to dollar appreciation and GDP drop. "Decision processes are slower and major projects are postponed", says chairman Rodrigo Dienstmann. According to him, in 2012 operators have invested a lot in infrastructure due to mobile broadband and higher penetration of fixed broadband: "We have also felt an increased demand of the government sector, so much so that in Brazil we have grown in this sector above the world average". The estimate for 2013 is more investments in mobility. "Smartphones penetration has doubled last year, going from 8% to 20% of operators base

Margin on net sales (% of companies)



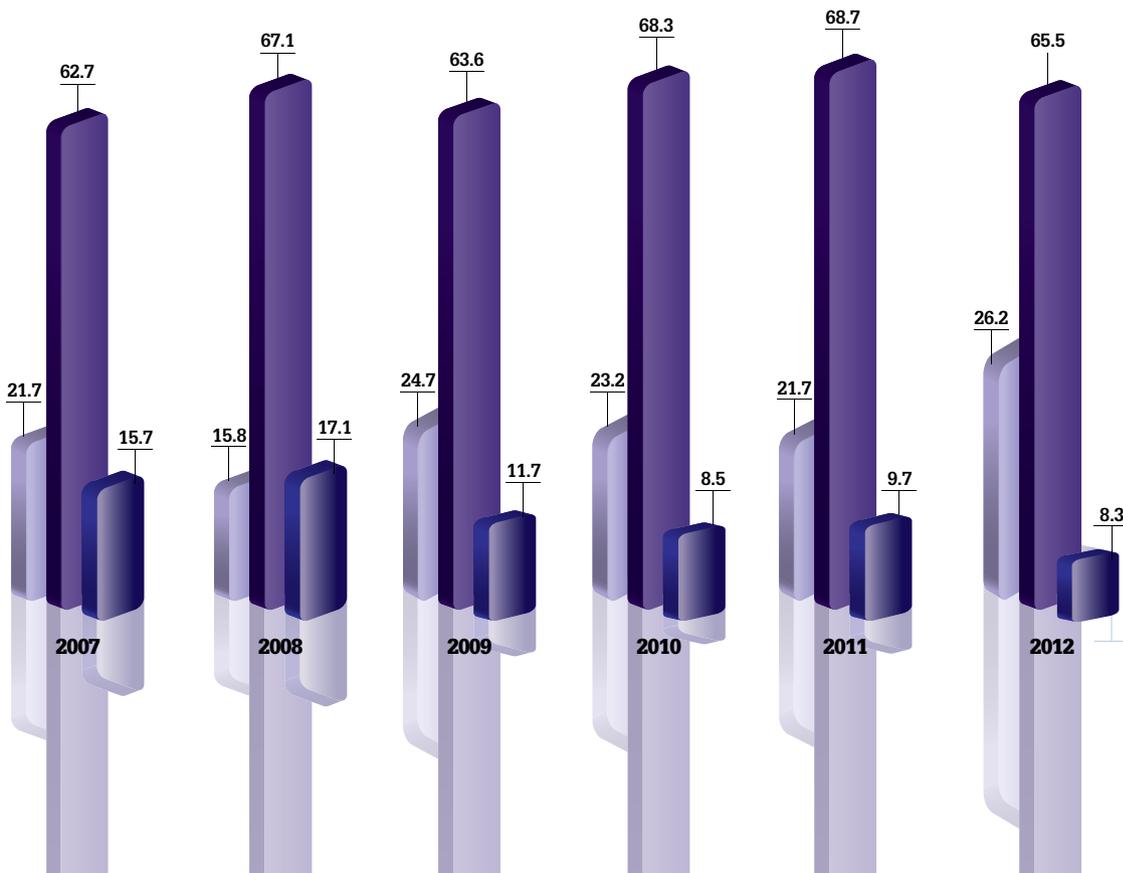
and requiring more networks infrastructure. Wi-Fi will also play an important role in optimizing services coverage and completing the offering of cellular networks”, states Dienstmann.

The growth of datacenters market has also positively surprised Cisco. In his opinion, companies are moving to reinforce their networks and to account for multiple connected mobile devices: “We see more investments in infrastructure management, data security in wired and wireless networks and the application of security policies”. Another bet is the growth of video servers for the operators to supply cable TV content and video on demand (VOD) services, especially for the 2014 World Cup games.

The definition of the LTE (Long Term Evolution) technology was positive for the industry, in the opinion of NEC chairman Herberto Yamamura, because it has mobilized operators’ resources for the implementation of 4G networks in the 12 host-cities of the Confederations Cup. The scenario was also positive for the cor-

porate segment, which has maintained investments in IP networks and datacenters. For 2013 and 2014, the executive forecasts growth in the segments of managed services, datacenters and information treatment systems. According to him, operators are trying to grow in vertical markets such as education and health and in machine connections (M2M).

For Telefónica Vivo chairman Antonio Carlos Valente, in the next years, telecommunications service suppliers shall make further efforts to expand networks capacity. New services, such as Internet videos and devices such as tablets and intelligent cell phones, will demand increasingly more capacity of home, corporate and mobile connection networks. Advanced digital health, remote education and payment via mobile network systems will also demand very high capacities and a lot of networks reliability. “Meeting this demand is a challenge that is within our reach and may be simplified by regulations encouraging investments and looking for the sustainable expansion of services”, says Valente.



Hardware and Software

	Net Revenue (thousands of US\$)	Share (%)
Handsets and Terminals	4,848,011.76	48.45
Mobile Systems	1,716,072.10	17.15
Access Networks	1,320,467.23	13.20
Cables	441,641.88	4.41
Private Networks	413,876.24	4.14
Software	397,470.79	3.97
Infrastructure	314,124.09	3.14
Components	246,190.70	2.46
Public Switching	170,925.28	1.71
Trunking and Pay TV Systems	118,439.94	1.18
Other Products	12,761.70	0.13
Instrumentation	3,565.32	0.04
Supplies and Accessories	2,693.06	0.03
Subtotal	10,006,240.09	100.00

Services

	Net Revenue (thousands of US\$)	Share (%)
Cellular	32,542,230.32	46.53
PTTs	15,001,233.33	21.45
Internet/Access	6,984,054.23	9.99
Pay TV	5,109,261.06	7.31
Data Communications	3,388,801.94	4.85
Value added	3,258,253.85	4.66
Network Management	1,726,006.87	2.47
Other services	635,425.98	0.91
Networking	318,761.25	0.46
Integration	313,705.66	0.45
Internet/Services	307,036.77	0.44
Consultancy, Project and Training	207,406.83	0.30
Application Development	64,900.92	0.09
Trunking	57,814.12	0.08
VoIP	26,637.73	0.04
Subtotal	69,941,530.85	100.00

Total

79,947,770.93

/// O grande valor da BSP é oferecer ao aluno uma visão internacional, somada com uma abordagem estratégica e global do negócio, fatores que realmente fazem a diferença na carreira de executivos que buscam resultados consistentes e de qualidade em seu trabalho. ///

Fabio Estrella, Diretor Sênior Cardholder Solutions na MasterCard e ex-aluno do EMBA (Executive MBA).

Faça MBA
com os
melhores:
professores
e colegas.



Business School São Paulo
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

Qualidade:

Avaliada pelo ranking QS TOP MBA como a melhor Escola de Negócios do Brasil, pelo 3º ano consecutivo.

Internacionalidade:

Parceria estratégica com renomadas Escolas de Negócios da América Latina, América do Norte e Europa.

Networking:

Professores e alunos são profissionais de importantes empresas do mercado nacional e internacional.

Inscreva-se: www.bsp.edu.br/bsp2013 4007-1192

Os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu da BSP – Business School São Paulo são certificados pela Universidade Anhembi Morumbi.

Crériterios de Avaliação

A pesquisa e a comparação dos resultados financeiros das empresas do mercado de telecomunicações, no ano fiscal de 2012, 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 2012, do ativo, do passivo, e dos resultados, os valores foram convertidos em R\$ mil e divididos pela média anual do dólar mensal médio (R\$ 1,9638). O mesmo procedimento foi adotado para a transformação do lucro líquido.

PRINCIPAIS INDICADORES:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

A ESCOLHA DOS DESTAQUES E DAS MELHORES DE 2012

Os critérios para a escolha dos destaques e das 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, não será considerado o crescimento da receita líquida na cesta de pontos. Esse é o caso de 2012, quando a variação cambial chegou a 17,8%, enquanto a inflação ficou em 5,84%. Portanto, o crescimento da receita líquida das empresas não foi incluído na cesta de pontos.

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, e de serviços telefônicos fixo e móvel.

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 2012, 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

A Telecom (25)
Accenture (24)
ACOM TV (79)
Agora Telecom (57)
Alcatel-Lucent (20)
Algar Mídia (76)
Allied (19)
Alog Data Centers do Brasil (52)
ALU-Serviços (43)
Atento (14)
Autotrak (48)

B

Bimetal (73)
Brasilsat (95)
Brasilsat Harald (38)
BrT Multimídia (42)
BRTEL (91)
Bull Latin America (74)

C

Cabletech (56)
CEMIGTelecom (54)
Cisco (16)
Claro (5)
CNCC (99)
Contax (12)
CPqD (41)
CTBC Celular (36)
CTBC Data Net (37)
CTBC Telecom (22)

D

Digistar (96)
Digitel (81)

E

Embratel (6)
Engeset (51)
Ericsson (13)

F

Furukawa (32)

G

Grupo Binário (67)
Guiatel (88)
GVT (10)

H

Hispamar Satélites (50)

I

Image Telecom (87)
Instituto de Pesquisas Eldorado (94)
Intel (39)
Intelbras (47)
Intelig (21)
Internet By Sercomtel (100)

J

JDSU (78)
Juniper (45)

L

Leucotron Telecom (82)
Level 3 (33)
LG Electronics (18)
Linx (86)

M

Motorola Solutions (23)
MTEL (69)
Multirede (80)

N

Navita (97)
Nec (34)
Neovia Solutions (92)
Nesic (72)
Net (7)
NetService (71)
Nexans Ficap (75)
Nextel (8)
Nokia do Brasil (9)
Nokia Siemens Networks (15)

O

OI (1)
1 WORD (49)

P

Primesys (35)
Procable (68)
PromonLogicalis (28)
Prysmian Draka (46)

R

Radiante (65)

S

Samsung (11)
Seccional (83)
Seicom (61)
Sercomtel (55)
Sercomtel Celular (90)
Siemens (62)
Spread (40)
Star One (30)
Stefanini (53)

T

Telefônica Data (31)
Telefônica Vivo (4)
Telemar Internet (44)
Teleperformance Brasil (27)
Telespazio Brasil (70)
Tellfree (93)
Terra (29)
Tim (3)
TLD Teledata (77)
Transit Telecom (58)
Triad Systems (89)
3CORP Technology (84)
Trópico (64)
TSTV (60)

U

Unitelco (85)
UOL (17)
UOL Diveo (59)
Urmel Daruma (63)

V

Viaw (98)
Vivo (2)

W

Westcon Brasil (26)
Wittel (66)



QUANTO VOCÊ
GASTA COM

TELEFONIA?

ELA ESTÁ ENTRE AS

3 MAIORES DESPESAS

DE MÉDIAS
E GRANDES EMPRESAS

VOCÊ RECEBE O
SERVIÇO QUE PAGA?

USA BEM OS
SEUS RECURSOS?

NEGOCIOU A
MELHOR TARIFA?



ITelco
Quality Solutions

www.ittelco.com.br comercial@ittelco.com.br +55 11 2337.2900

	Empresa	Principal segmento de negócios em telecomunicações	Rec. Líquida Prop. em Telecom (US\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. US\$ (%)	Receita Líquida (R\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (US\$ mil)	Ativo Perm. (US\$ mil)
1	OI*	Telefonia Fixa ^(19,23,27,22)	12.816.595	12.816.595	-	25.169.230	0,00	10.096.047	20.500.499
2	Vivo	Serviços Móveis	11.585.212	11.585.212	-0,30	22.751.040	17,49	5.112.789	5.549.917
3	Tim	Serviços Móveis	9.175.865	9.175.865	-6,09	18.019.564	10,67	6.338.913	6.103.686
4	Telefônica Vivo	Telefonia Fixa ⁽²⁷⁾	6.560.516	6.560.516	-26,48	12.883.541	-13,35	22.752.378	24.092.155
5	Claro	Serviços Móveis	5.815.727	5.815.727	-13,98	11.420.925	1,37	5.316.240	7.592.479
6	Embratel	Telefonia Fixa ^(23,22)	5.158.431	5.158.431	-29,73	10.130.126	-17,19	4.888.331	8.244.797
7	Net	TV por Assinatura ⁽²⁷⁾	4.042.772	4.042.772	0,61	7.939.196	18,57	2.332.998	4.091.078
8	Nextel	Serviços Móveis	2.572.277	2.572.277	-15,63	5.051.437	-0,57	NI	NI
9	Nokia do Brasil ¹	Terminais ⁽¹⁾	2.340.000	2.340.000	-17,95	4.595.292	-3,31	NI	NI
10	GVT	Telefonia Fixa ^(27,22)	2.189.919	2.189.919	8,81	4.300.562	28,23	1.634.330	3.170.588
11	Samsung ¹	Terminais	2.146.000	5.800.000	14,36	4.214.315	34,76	NI	NI
12	Contax	Serviços de Valor Agregado	1.842.862	1.842.862	13,37	3.619.013	33,60	256.860	593.573
13	Ericsson	Telefonia móvel e celular ^(16,7,3)	1.268.557	1.268.557	-13,90	2.491.193	1,47	356.299	75.642
14	Atento	Serviços de Valor Agregado	1.203.806	1.203.806	-10,66	2.364.035	5,29	-32.435	168.233
15	Nokia Siemens Networks ¹	Gerenciamento de Redes ⁽¹¹⁾	967.512	967.512	-	1.900.000	0,00	NI	NI
16	Cisco ¹	Equipamentos para ⁽⁸⁾	800.000	800.000	6,67	1.571.040	109,47	NI	NI
17	UOL ²	Internet/Acesso	694.588	694.588	-7,24	1.364.031	9,31	676.464	603.498
18	LG Electronics ¹	Terminais	660.000	2.200.000	-14,40	1.296.108	68,11	NI	NI
19	Allied	Telefonia móvel e celular ^(13,10)	572.091	762.788	36,60	1.123.472	60,98	187.357	4.463
20	Alcatel-Lucent	Equipamentos para Redes ^(16,15,11,7,3,8)	459.624	459.624	-0,55	902.609	17,20	129.319	10.736
21	Intelig	Telefonia Fixa	418.719	418.719	-	822.281	-12,66	542.105	607.631
22	CTBC Telecom	Telefonia Fixa	379.853	379.853	-15,07	745.956	0,08	316.970	626.311
23	Motorola Solutions ¹	Antenas, Torres e Infraestrutura ^(4,9,14)	348.000	348.000	-17,16	683.402	-2,37	NI	NI
24	Accenture ¹	Desenvolvimento de Aplicativos ⁽¹⁴⁾	342.621	1.223.648	4,14	672.840	22,73	NI	NI
25	A Telecom	Gerenciamento de Redes ⁽²²⁾	342.582	342.582	-11,81	672.763	3,93	326.289	161.677
26	Westcon Brasil ¹	Redes Corporativas de Comunicação ^(4,12)	332.000	332.000	43,10	651.982	181,03	NI	NI
27	Teleperformance Brasil ²	Serviços de Valor Agregado	286.533	286.533	12,20	562.693	32,22	45.967	59.322
28	PromonLogicalis	Equipamentos para Redes ^(16,8,26,7,14)	280.800	351.000	10,73	551.435	117,44	NI	NI
29	Terra ²	Internet/Acesso	256.336	256.336	-23,05	503.393	-9,32	71.828	50.810
30	Star One	Serviços de Infraestrutura de Rede	235.010	235.010	-16,02	461.512	-1,03	NI	NI
31	Telefônica Data	Internet/Acesso ⁽²⁶⁾	230.527	230.527	-12,94	452.708	2,59	155.482	56.422
32	Furukawa	Fios e Cabos ⁽³⁾	225.838	225.838	-8,57	443.501	7,75	107.549	58.858
33	Level 3	Serviços Corporativos ^(25,26)	202.081	269.441	-1,82	396.847	15,70	34.022	123.949
34	Nec	Equipamentos para Redes ^(15,3,8)	198.369	198.369	5,05	389.558	23,80	76.731	16.006
35	Primesys ²	Serviços Corporativos	193.842	193.842	-4,81	380.667	12,18	NI	NI
36	CTBC Celular	Serviços Móveis	165.308	165.308	-12,19	324.631	3,48	145.650	196.957
37	CTBC Data Net	Internet/Serviços	143.170	143.170	-3,33	281.157	13,92	151.971	179.374

* Crescimento não calculado em função da incorporação da Brasil Telecom no balanço de 2012.

1 - Dados Estimados 2 - Segmentação Estimada

PRODUTOS: 1) Antenas, Torres e Infraestrutura; 2) Componentes, Partes e Peças; 3) Comutação fixa; 4) Equipamentos para Redes; 5) Fios e Cabos; 6) Instrumentação e Testes; 7) Software; 8) Redes corporativas de Comunicação; 9) Sistemas de Trunking e Radiolocalização; 10) Suprimentos e Acessórios; 11) Telefonia Móvel; 12) Terminais; 13) Outros produtos (hardware e software).

Integração de Sistemas Bull

Soluções sob medida para empresas em transformação



Lucro Bruto (US\$ mil)	Lucro Operacional (US\$ mil)	Lucro Líquido (US\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Ret. s/ Invest. (%)	Giros dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
5.704.877	564.763	426.457	4,22	3,33	1,24	292,36	42,87	8,80	1,08	0,32	-
6.187.472	3.151.596	2.125.462	41,57	18,35	1,20	130,49	15,78	0,89	18,04	0,98	-
4.451.928	1.183.795	853.139	13,46	9,30	1,35	94,06	18,17	1,03	6,94	0,75	-
2.631.117	2.496.267	2.267.834	9,97	34,57	1,10	28,87	2,30	1,11	7,73	0,22	-
1.541.000	-497.931	-448.363	-8,43	-7,71	1,53	137,11	-	6,89	-3,56	0,46	-
1.685.840	425.009	303.409	6,21	5,88	0,81	114,99	21,10	6,58	2,89	0,49	-
1.481.785	321.613	200.480	8,59	4,96	0,44	113,01	-	3,80	4,03	0,81	5,66
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.255.071	465.306	316.436	19,36	14,45	1,04	161,50	39,38	6,91	7,40	0,51	19,25
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
280.857	40.203	25.615	9,97	1,39	1,05	391,62	17,22	2,28	2,03	1,46	0,24
109.076	-10.108	-23.326	-6,55	-1,84	1,56	251,20	17,97	1,38	-1,86	1,01	-3,03
180.557	92.305	63.290	-	5,26	1,35	-	-	0,58	9,75	1,85	0,74
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
457.099	118.268	77.784	11,50	11,20	1,09	54,39	7,55	2,25	7,45	0,67	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
96.406	46.791	33.422	17,84	4,38	1,85	99,22	-	-0,38	8,95	2,04	108,87
102.152	50.749	39.844	30,81	8,67	1,77	242,73	-	0,19	8,99	1,04	11,49
37.448	-85.980	-94.554	-17,44	-22,58	1,02	62,10	-	-0,34	-10,76	0,48	-
180.386	83.074	69.382	21,89	18,27	1,07	146,50	22,78	7,16	8,88	0,49	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
75.778	6.888	4.754	1,46	1,39	2,28	42,49	-	-6,11	1,02	0,74	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
95.903	19.094	14.751	32,09	5,15	1,39	167,69	17,00	1,50	11,99	2,33	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.178	-80.092	-80.089	-111,50	-31,24	0,64	229,39	21,31	0,22	-33,85	1,08	-
NI	NI	NI	17,78	38,77	0,28	37,70	0,00	-3,10	12,90	0,33	-
-42.342	-50.129	-50.208	-32,29	-21,78	2,05	63,45	-	-1,46	-19,76	0,91	-
77.173	21.715	17.234	16,02	7,63	2,23	62,83	10,29	2,82	9,84	1,29	17,00
139.382	91.692	60.523	177,89	22,46	0,99	792,22	2,07	0,66	19,94	0,89	97,78
43.897	6.900	6.900	8,99	3,48	1,89	145,46	-	-4,82	3,66	1,05	7,57
NI	NI	NI	13,50	10,70	0,50	61,40	-	8,10	8,38	0,80	-
60.932	8.074	8.241	5,66	4,99	0,96	79,61	24,71	5,51	3,15	0,63	-
84.111	42.866	28.544	18,78	19,94	0,84	45,37	4,31	0,45	12,92	0,65	-

AS 100 MAIORES

37

SERVIÇOS: 14) Consultoria, projeto e treinamento; 15) Integração; 16) Gerenciamento de Redes; 17) Desenvolvimento de Aplicativos; 18) Operadoras de Telefonia Fixa; 19) Operadoras de Serviços Móveis; 20) Operadoras de VoIP; 21) Operadoras de Radiolocalização; 22) TV por Assinatura; 23) Serviços Corporativos; 24) Serviços de Valor Agregado; 25) Serviços de Infraestrutura de Redes; 26) Internet/Serviços; 27) Internet/Acesso; 28) Outros Serviços; 29) Holdings (não operacionais).



Architect of an Open World™

www.bull.com

Empresa	Principal segmento de negócios em telecomunicações	Rec. Líquida Prop. em Telecom (US\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. US\$ (%)	Receita Líquida (R\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (US\$ mil)	Ativo Perm. (US\$ mil)	
38	Brasilsat Harald	Antenas, Torres e Infraestrutura ^(2,5,9)	142.972	142.972	0,12	280.768	17,98	97.116	13.708
39	Intel ¹	Componentes, Partes e Peças	141.600	708.000	-1,42	278.074	93,58	NI	NI
40	Spread	Integração ^(14,8,19,20,16,18,22,7,13,17)	135.961	135.961	-0,17	267.000	17,65	NI	NI
41	CPqD	Software ^(14,17,28)	127.215	135.480	-7,87	249.826	8,58	137.759	125.629
42	BrT Multimídia ²	Serviços de Infraestrutura de Rede	120.281	120.281	-	236.208	0,00	227.236	93.693
43	ALU-Serviços ²	Gerenciamento de Redes	114.512	114.512	0,75	224.879	18,73	-59.545	33.838
44	Telemar Internet ²	Internet/Acesso	111.639	111.639	-	219.236	0,00	96.193	20.543
45	Juniper ¹	Software ^(4,8,11)	111.000	111.000	-	217.982	96,38	NI	NI
46	Prysmian Draka	Fios e Cabos	110.304	110.304	-30,05	216.615	-17,56	85.097	39.357
47	Intelbras	Redes Corporativas de Comunicação ⁽¹²⁾	95.541	251.093	1,68	187.623	19,82	99.271	52.745
48	Autotrac	Sistemas de Trunking e Radiolocalização ⁽⁹⁾	92.320	131.886	-18,40	181.298	-3,84	50.164	21.048
49	1 Word	Antenas, Torres e Infraestrutura	91.659	91.659	-	180.000	0,00	NI	NI
50	Hispar Satélites	Serviços de Infraestrutura de Rede	87.057	87.057	6,71	170.962	25,75	96.660	67.944
51	Engeset ²	Gerenciamento de Redes	77.189	77.189	7,33	151.584	26,49	13.284	18.483
52	Alog Data Centers do Brasil	Internet/Serviços	73.581	73.581	7,09	144.499	26,20	41.657	70.673
53	Stefanini	Desenvolvimento de Aplicativos ^(15,14)	71.586	376.767	-7,28	140.580	9,27	32.749	8.642
54	CEMIGTelecom	Serviços de Infraestrutura de Rede ⁽²³⁾	66.557	68.334	-1,36	130.705	16,24	126.107	134.910
55	Sercomtel ^F	Telefonia Fixa	64.406	64.406	-22,56	126.481	-8,74	76.051	96.460
56	Cabletech	Fios e Cabos ^(4,1)	62.173	62.173	-12,98	122.095	2,55	15.365	12.172
57	Agora Telecom	Redes Corporativas de Comunicação ^(2,10,9,4,28,14,16,15)	59.203	59.203	20,03	116.262	41,45	8.588	11.724
58	Transit Telecom	Serviços Corporativos ^(18,20,24,27,25)	56.162	56.162	-39,18	110.291	-28,32	NI	NI
59	UOL Diveo	Internet/Serviços ⁽²⁵⁾	53.568	255.084	16,05	105.196	36,76	561.809	423.938
60	TSTV	TV por Assinatura	49.678	49.678	-	97.557	0,00	83.068	78.900
61	Seicom	Gerenciamento de Redes ^(14,15)	47.415	47.415	-14,50	93.113	0,76	NI	NI
62	Siemens	Equipamentos para Redes ⁽⁷⁾	46.583	1.725.297	-8,10	91.480	8,30	295.566	294.467
63	Umet Daruma	Gerenciamento de Redes ^(12,2)	42.771	76.377	-31,41	83.994	-19,17	27.936	13.283
64	Trópico	Software ^(15,2,28,15)	42.328	42.328	-11,19	83.123	4,66	21.472	4.464
65	Radiante	Gerenciamento de Redes ^(14,28)	39.014	39.014	7,51	76.615	26,69	3.402	3.159
66	Wittel	Integração ^(7,8,14,17,18)	38.748	38.748	-8,52	76.094	7,81	10.631	6.213
67	Grupo Binário	Redes Corporativas de Comunicação ^(4,15,14,7,16,17)	38.581	48.226	-7,42	75.766	9,10	10.314	1.271
68	Procable	Fios e Cabos	37.729	62.881	10,07	74.092	29,72	NI	NI
69	MTEL	Serviços de Infraestrutura de Rede ^(16,15,4,5,14)	35.797	73.055	-11,23	70.298	4,61	26.698	54.191
70	Telespazio Brasil	Serviços de Infraestrutura de Rede	35.586	37.617	-5,34	69.894	11,55	21.023	11.550
71	NetService	Fios e Cabos ^(8,16,15,14,26)	34.102	42.628	-25,61	66.970	-12,33	25.599	24.278
72	Nesic	Gerenciamento de Redes	28.400	28.400	-3,56	55.771	13,66	7.396	1.175
73	Bimetal	Antenas, Torres e Infraestrutura ⁽²⁸⁾	24.571	30.714	-43,32	48.252	-33,20	NI	NI
74	Bull Latin America	Integração ^(13,17,16)	22.660	44.406	-45,85	44.500	-36,19	12.741	12.204

1 - Dados Estimados

2 - Segmentação Estimada

Integração de Sistemas Bull

Soluções sob medida para empresas em transformação



Lucro Bruto (US\$ mil)	Lucro Operacional (US\$ mil)	Lucro Líquido (US\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Ret. s/ Invest. (%)	Giros dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
34.814	24.759	16.645	17,14	11,64	6,15	34,76	0,01	-0,96	12,62	1,08	18,96
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
32.915	3.964	3.835	2,78	2,83	1,38	50,26	1,70	-0,91	1,85	0,65	2,71
78.353	83.242	59.235	26,07	49,25	2,11	54,79	-	-11,32	16,84	0,34	-
-2.904	-5.232	-5.204	-	-4,54	0,86	-	-	1,53	-7,90	1,74	-
100.922	74.060	51.520	53,56	46,15	1,92	72,52	-	-4,52	31,05	0,67	-
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
22.329	3.072	7.493	8,80	6,79	1,90	126,05	21,47	2,00	3,90	0,57	13,50
97.064	31.889	26.410	26,60	10,52	1,41	133,01	13,30	2,06	11,42	1,09	13,28
62.184	33.039	24.034	47,91	18,22	2,63	57,54	8,26	0,18	30,41	1,67	89,34
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	5,09
21.758	8.744	6.227	6,44	7,15	2,42	19,70	-	-1,57	5,38	0,75	113,22
12.611	3.124	2.603	19,59	3,37	1,20	200,44	20,31	1,19	6,52	1,93	-
28.467	11.298	6.670	16,01	9,06	2,93	228,28	42,07	5,60	4,88	0,54	-
70.983	39.814	26.802	81,84	7,11	2,25	205,91	2,34	-0,25	26,75	3,76	2,61
25.833	7.687	4.863	3,86	7,12	2,54	70,25	33,92	1,78	2,27	0,32	43,04
11.808	-31.526	-33.304	-43,79	-51,71	0,76	107,88	-	-4,14	-21,07	0,41	-
14.993	7.946	5.253	34,19	8,45	1,34	156,83	47,24	1,57	13,31	1,58	21,35
16.338	1.042	121	1,41	0,20	1,22	388,43	52,23	5,11	0,29	1,41	1,15
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
152.782	58.427	37.610	6,69	14,74	1,55	17,67	1,59	0,61	5,69	0,39	25,07
-1.834	-26.069	-26.069	-31,38	-52,48	1,15	23,03	-	-4,04	-25,51	0,49	-
NI	NI	NI	14,44	1,29	1,06	392,39	41,94	7,51	2,72	2,10	0,88
241.839	-34.768	-28.048	-9,49	-1,63	1,10	411,55	2,52	0,23	-1,86	1,14	-
34.666	-1.966	-1.297	-4,64	-1,70	1,37	270,94	46,76	18,12	-1,25	0,74	-1,52
11.894	-985	-1.059	-4,93	-2,50	3,22	125,06	30,22	0,18	-2,19	0,88	-3,98
3.710	1.971	1.971	57,93	5,05	1,94	360,01	3,69	0,32	12,59	2,49	2,53
32.463	2.573	1.204	11,33	3,11	1,32	174,83	14,32	2,10	4,12	1,33	3,68
20.943	5.444	3.844	37,27	7,97	2,22	112,69	18,68	1,14	17,52	2,20	-
NI	NI	NI	12,11	3,42	1,44	261,72	35,36	3,19	3,35	0,98	0,01
30.794	2.169	1.322	4,95	1,81	0,87	231,72	34,89	13,10	1,49	0,82	4,41
12.180	6.167	4.360	20,74	11,59	1,46	51,53	4,80	1,32	13,69	1,18	69,21
36.492	2.304	1.434	5,60	3,36	1,21	146,86	11,64	5,81	2,27	0,67	2,82
5.450	1.882	1.882	25,44	6,63	1,70	125,41	1,72	-0,68	11,29	1,70	4,30
NI	NI	NI	5,18	12,60	1,09	63,46	43,72	2,02	3,17	0,31	7,54
10.629	2.814	2.595	20,37	5,84	1,45	211,73	19,73	1,64	6,53	1,12	9,76



Architect of an Open World™

www.bull.com

AS 100 MAIORES

Empresa	Principal segmento de negócios em telecomunicações	Rec. Líquida Prop. em Telecom (US\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. US\$ (%)	Receita Líquida (R\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (US\$ mil)	Ativo Perm. (US\$ mil)	
78	JDSU do Brasil	Instrumentação e Testes ^(7,9,14)	20.373	20.373	-4,90	40.009	12,08	5.449	678
79	ACOMTV ²	TV por Assinatura	19.075	19.075	-	37.459	0,00	-49.039	12.435
80	Multirede	Integração	16.268	16.268	-52,84	31.948	-44,42	3.465	9.656
81	Digital	Equipamentos para Redes ^(8,11)	15.881	15.881	-13,93	31.188	1,43	21.316	9.957
82	Leucotron Telecom	Redes Corporativas de Comunicação ⁽¹⁴⁾	15.731	15.731	-19,88	30.892	-5,58	NI	NI
83	Seccional	Antenas, Torres e Infraestrutura	14.424	14.569	-22,58	28.325	-8,76	17.309	14.946
84	3CORP Technology	Redes Corporativas de Comunicação ^(5,14,17)	14.096	17.619	11,48	27.681	31,37	5.269	6.739
85	Unitelco	Internet/Acesso ⁽²³⁾	13.643	13.643	-2,90	26.792	14,43	1.442	8.374
86	Linx	Serviços de Infraestrutura de Rede ⁽⁸⁾	11.762	117.623	-0,72	23.099	17,00	118.873	138.038
87	Image Telecom ¹	TV por Assinatura	11.073	11.073	-7,77	21.745	8,69	NI	NI
88	Guiatel	Serviços de Valor Agregado	11.028	11.028	-22,05	21.657	-8,14	4.823	726
89	Triad Systems	Desenvolvimento de Aplicativos ^(7,14)	10.616	18.957	-26,66	20.848	-13,57	NI	NI
90	Sercomtel Celular ²	Serviços Móveis	9.631	9.631	-40,70	18.914	-30,11	265	9.237
91	BRTEL	TV por Assinatura ⁽²⁷⁾	9.552	9.552	-48,31	18.759	-39,08	-2.025	9.269
92	Neovia Solutions	Serviços de Infraestrutura de Rede ⁽²⁷⁾	8.672	13.341	-21,83	17.029	-7,88	-29.970	8.007
93	Tellfree	Operadoras de VoIP ⁽²⁴⁾	8.207	8.207	-39,84	16.116	-29,10	-12.337	5.327
94	Instituto de Pesquisas Eldorado	Desenvolvimento de Aplicativos ⁽²⁸⁾	8.062	44.789	-17,09	15.832	-2,29	NI	NI
95	Brasilsat	Consultoria, Projeto e Treinamento ⁽¹⁶⁾	6.783	6.783	-46,35	13.321	-36,78	164.968	138.143
96	Digistar	Redes Corporativas de Comunicação ⁽¹²⁾	6.312	6.312	-16,67	12.396	-1,80	3.802	2.443
97	Navita	Serviços Corporativos ^(7,17)	6.301	7.243	12,27	12.374	32,31	2.059	1.826
98	Viaw	Consultoria, Projeto e Treinamento	5.840	5.840	20,96	11.468	42,55	4.677	178
99	CNCC ³	Serviços de Valor Agregado	5.523	5.523	-12,71	10.847	2,87	-2.059	1.356
100	Internet By Sercomtel ²	Internet/Acesso	5.157	5.157	-20,14	10.127	-5,89	1.754	588

1 - Dados Estimados

2 - Segmentação Estimada

HOLDINGS NÃO OPERACIONAIS

AS 100 MAIORES

Empresa	Rec. Líquida Proporcional (US\$ mil)	Receita Líquida (US\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. US\$ (%)	Receita Líquida (R\$ mil)	Cresc. Rec. Líq. R\$ (%)	Patrim. Líquido (US\$ mil)	Ativo Perm. (US\$ mil)	
1	Telefônica Vivo	17.278.451	17.278.451	-1,15	33.931.422	16,49	22.752.378	24.261.036
2	Telemar Participações	14.330.176	14.330.176	0,00	28.141.599	0,00	8.859.031	20.835.440
3	Tim Participações	9.554.918	9.554.918	-6,81	18.763.947	9,82	7.043.930	6.902.790
4	Claro Participações	6.577.135	6.577.135	0,00	12.916.178	0,00	5.316.240	7.672.682
5	AGTelecom	3.774.782	3.774.782	-12,48	7.412.917	3,14	2.054.165	5.199.669
6	Grupo Algar	922.422	922.422	-8,62	1.811.452	7,69	337.187	769.977
7	Portugal Telecom	4.490	4.490	-12,08	8.818	3,61	NI	NI

Integração de Sistemas Bull

Soluções sob medida para empresas em transformação



Lucro Bruto (US\$ mil)	Lucro Operacional (US\$ mil)	Lucro Líquido (US\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Ret. s/ Invest. (%)	Giros dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
8.617	-2.250	-2.862	-52,52	-14,05	1,45	159,96	-	0,84	-20,20	1,44	-55,03
-20.088	-61.889	-61.889	-	-324,45	0,35	-	-	39,79	-358,33	1,10	-
1.435	975	749	21,60	4,60	0,57	282,67	34,02	6,87	5,64	1,23	-
6.176	-265	-204	-0,96	-1,28	3,11	39,94	15,15	0,81	-0,68	0,53	-0,89
NI	NI	NI	9,26	9,69	9,12	10,00	0,86	1,05	8,42	0,87	8,29
6.669	5.216	4.532	26,18	31,11	1,67	42,05	-	-0,71	18,43	0,59	53,95
11.430	1.700	1.135	21,54	6,44	1,07	280,12	33,75	15,16	5,67	0,88	-
10.119	0	-224	-15,54	-1,64	0,49	702,76	28,42	0,45	-1,94	1,18	-1,98
84.252	17.054	8.811	7,41	7,49	2,21	60,83	12,67	0,32	4,61	0,62	5,52
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7.092	2.203	1.859	38,54	16,85	4,86	36,27	11,66	1,16	21,39	1,27	6,20
NI	NI	NI	-330,01	-3,63	1,19	4.231,04	47,40	4,82	-7,62	2,10	-5,03
2.147	-3.047	-2.118	-799,81	-21,99	0,94	7.574,42	-	10,11	-10,42	0,47	-
4.318	-1.094	-1.094	-	-11,46	0,69	-	35,45	6,51	-7,73	0,67	-4,29
6.095	-6.258	-6.258	-	-46,91	1,59	-	4,48	27,18	-49,51	1,06	-56,89
615	-9.020	-9.020	-	-109,91	0,31	-	48,28	53,99	-84,98	0,77	-158,24
NI	NI	NI	-14,40	-3,10	0,94	237,80	12,30	-0,90	-4,30	1,37	-2,65
4.321	25	22	0,01	0,33	11,11	0,80	0,00	42,49	0,01	0,04	0,18
1.547	-373	29	0,76	0,46	2,16	60,38	10,78	3,24	0,48	1,04	0,43
2.575	100	-130	-6,33	-1,80	1,51	127,58	3,04	-1,02	-2,78	1,55	-0,90
5.840	4.167	4.167	89,11	71,36	10,79	9,82	-	0,05	81,14	1,14	297,67
758	13	8	-	0,14	0,86	-	5,60	6,07	0,30	2,16	-
1.053	744	562	32,02	10,89	2,87	39,07	-	3,32	23,02	2,11	-

Lucro Bruto (US\$ mil)	Lucro Operacional (US\$ mil)	Lucro Líquido (US\$ mil)	Rent. Patrimônio (%)	Rent. Vendas (%)	Liquidez Corrente	Endiv. s/ Patrim. (%)	Endiv. s/ Ativo (%)	Despesas Finan s/ vendas (%)	Ret. s/ Invest. (%)	Giros dos Ativos	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
8.843.547	3.524.531	2.267.125	9,96	13,12	1,20	57,24	7,13	0,86	6,34	0,48	-
6.238.098	91.169	57.230	0,65	0,40	1,22	353,60	46,74	10,26	0,14	0,36	-
4.523.354	1.096.588	737.798	10,47	7,72	1,35	88,75	16,81	0,90	5,55	0,72	-
1.819.501	-455.098	-448.363	-8,43	-6,82	1,46	141,59	0,00	5,64	-3,49	0,51	-
1.372.743	-12.161	-25.113	-1,22	-0,67	1,19	381,54	48,67	10,24	-0,25	0,38	-
379.860	106.091	71.799	21,29	7,78	1,07	230,06	28,13	4,55	6,45	0,83	5,00
NI	NI	NI	-	-	-	-	-	-	-	-	-



BULL

Architect of an Open World™

www.bull.com

maiores e destaques

produtos

MAIORES	SEGMENTOS	DESTAQUES
Intel	Componentes, Partes e Peças	Brasilsat Harald
Cisco	Equipamentos para Redes	Alcatel-Lucent
Furukawa	Fios e Cabos	Furukawa
Brasilsat Harald	Infraestrutura	Seccional
Cisco	Redes Corporativas	Leucotron
Ericsson	Software	CPqD
Ericsson	Telefonia Móvel	Alcatel-Lucent
Samsung	Terminais	Intelbras

serviços

MAIORES	SEGMENTOS	DESTAQUES
Allied	Canais de Comercialização	Allied
Accenture	Consultoria e Projeto	ViaW
Accenture	Desenvolvimento de Aplicativos	Teclan
Nokia Siemens Network	Gerenciamento de Redes	Radiante Engenharia
Star One	Infraestrutura de Redes	Level 3
Telefônica Vivo	Internet/Acesso	Telefônica Vivo
CTBC Data Net	Internet/Serviços	UOL Diveo
Oi	Operadoras de Serviços Móveis	Telefônica Vivo
Oi	Operadoras de Telefonia Fixa	Telefônica Vivo
Embratel	Serviços Corporativos	CEMIGTelecom
Alcatel-Lucent	Serviços de Integração	Grupo Binário
Net	TV por Assinatura	NET
Contax	Valor Agregado	Guiatel



É com orgulho que todo dia levamos à você os melhores fabricantes em soluções de TI.

Por isso, somos líderes em distribuição de comunicações unificadas, soluções de infraestrutura de rede, virtualização, data center e segurança. São mais soluções para melhores resultados.

WestconGroup[™]
 afina Comstor Westcon
www.westcongroup.com



A NET Serviços é a empresa do ano

Escolhida pelo segundo ano consecutivo a empresa do ano, feito inédito na história do Anuário Telecom, a NET Serviços colhe os frutos de mais investimentos, maior capilaridade no país e sinergia com a Embratel e a Claro, empresas do grupo América Móvil. A estratégia trouxe mais opções de serviços aos clientes de banda larga, telefonia fixa e TV paga. Neste ano, a NET iniciou operação em mais 44 cidades, que se juntaram às 100 onde já atua. “Inauguramos uma nova era em expansão geográfica”, orgulha-se o presidente, José Antonio Felix, que almeja expandir cobertura para aproximadamente 200 cidades até o final de 2013. A expansão acelerada em banda larga no ano passado surpreendeu e teve um impacto positivo na receita. No final de 2012, a NET conquistou a posição de maior operadora de banda larga fixa do país, chegando ao mês de setembro com 5,1 milhões de residências conectadas. A empresa atende mais de 6 milhões de domicílios, sendo que 80% deles contratam pelo menos dois de seus serviços, marca superior à concorrência. “Também crescemos de forma consistente em telefonia fixa: 28% em 2012”, destaca Felix. Os contratos de TV paga alcançaram novas camadas da população antes não atendidas, como as classes C e D. Segundo Felix, a empresa vem aumentando a sua base em aproximadamente 25% ao ano e totalizou 5,6 milhões de assinantes em junho de 2012: “Em 2013, apesar do aparente pessimismo, estamos mantendo o plano de investimentos, inaugurando novas cidades e expandindo a rede de banda larga fixa e sem fio com hot spots Wi-Fi”.

A aposta na sinergia com as demais empresas do grupo resultou no lançamento, em maio, da rede pública de hot spots Wi-Fi, em conjunto com a Claro e a Embratel, um investimento de R\$ 100 milhões. O montante foi aplicado na construção da rede que começou no final de 2011 e totaliza mais de 6 mil hot spots, sistemas de gerenciamento e controle do dimensionamento do backbone da Embratel, para suportar o tráfego dos pontos. A capacidade instalada no tronco é de 200 Gbps e pode ser expandida a até 1,8 Tbps. Os hot spots estão espalhados pelos principais bairros e pontos de interesse das cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Campinas, Brasília, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Recife e Salvador. As próximas cidades a receber a rede sem fio serão Manaus e Fortaleza, também sedes da Copa do Mundo de 2014. A NET está divulgando o serviço e testando a rede para planejar novas expansões. Hoje são quase mil pontos no Rio e 1,7 mil na capital paulista. No total, oferece banda larga por Wi-Fi em 12 cidades por 2,4 mil hot spots e prevê expandir o serviço para 15 cidades, ampliar a cobertura dos municípios atendidos e a instalação de 10 mil novos hot spots.

A infraestrutura é compartilhada e em cada hot spot há separação lógica em duas redes: a Claro Wi-Fi Max e a NET Virtua Wi-Fi. Clientes com planos de dados da Claro e com aparelhos (smartphones, tablets e notebooks) compatíveis com a tecnologia são autenticados automaticamente na rede sem fio, sem precisar passar por uma tela de login, desafogando as redes móveis da operadora. Os clientes com pacotes de da-

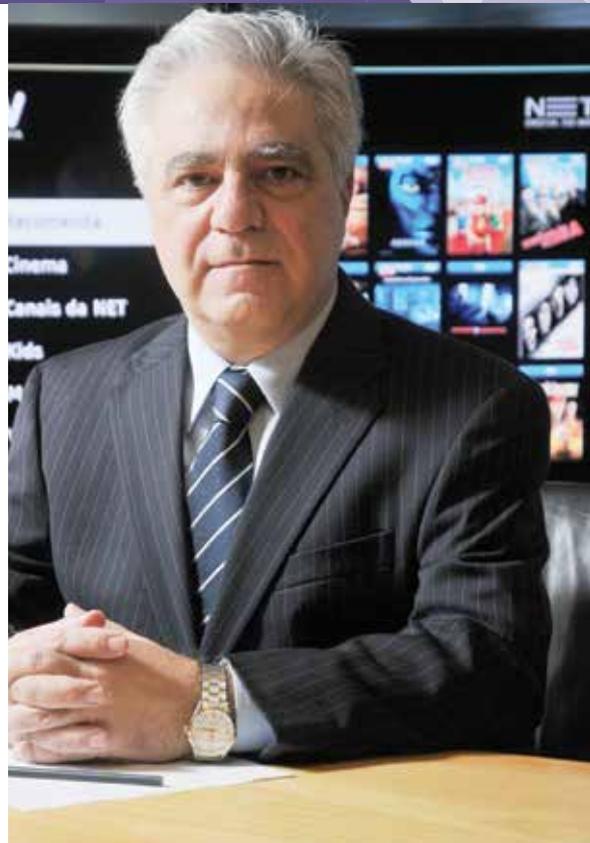
dos acima de 500 Mb e planos de banda larga acima de 2 Gb são elegíveis ao serviço.

O objetivo é incentivar a adoção de pacotes completos. Os clientes do chamado Combo Multi (que integra TV por assinatura, banda larga e telefonia fixa da NET/Embratel com a telefonia móvel da Claro) têm acesso ilimitado aos hot spots. Clientes da NET com TV e banda larga, ou apenas da Claro, com planos de dados, podem se conectar até 2 horas/dia. O limite cai para 1 hora/dia se o cliente assinar apenas a banda larga da NET. “Esse lançamento traduz a sinergia de serviços que queremos reforçar entre nossos clientes. A ideia é que eles vivam uma experiência integrada”, afirma Felix.

A sinergia de serviços da NET com a Claro e a Embratel, segundo ele, aprofundou-se em 2013: “Procuramos os pontos de integração, o que cada uma das três companhias tem de melhor. Essa complementaridade aconteceu ao longo de 2012 e persiste em 2013. Não é um projeto que se conclui no curto prazo, os frutos começam a aparecer e continuam em 2014”.

Os investimentos da NET Serviços foram crescentes nos últimos anos. Foram aplicados R\$ 1,1 bilhão em 2009; R\$ 1,3 bilhão em 2010; e R\$ 1,7 bilhão em 2011. Em 2012, do investimento de R\$ 2,7 bilhões, R\$ 1 bilhão foram destinados à qualidade do atendimento. Segundo Felix, os investimentos em 2013 chegarão a R\$ 3 bilhões.

A rede da NET foi ampliada em 12 mil quilômetros no ano passado, chegando a 74 mil quilômetros de extensão. A empresa terminou 2012 com 5,3 milhões de assinantes de TV; 5,4 milhões de assinantes de banda larga, incluindo aproximadamente 250 mil assinantes corporativos; e 5 milhões de linhas fixas de telefonia. Até ju-



José Antonio Felix

presidente

**Os investimentos em 2013
chegarão a R\$ 3 bilhões.**

nho de 2013, contabilizou 5,6 milhões de assinantes.

A empresa tem um número maior de clientes banda larga do que de TV paga, porque em algumas redes o serviço de dados já está disponível mas não o de vídeo, dependendo da autorização da Anatel. A rede de banda larga está apta a oferecer serviços com velocidades até 300 Mbps, embora a operadora comercialize apenas 100 Mbps como capacidade máxima. “Vamos ter muitas novidades para nossos clientes de banda larga em ultravelocidades para 2013 e 2014”, promete Felix.

O crescimento consistente da empresa, segundo o

presidente, acontece principalmente por meio da expansão da rede de TV e banda larga em novas cidades. Já presente nos 100 maiores municípios brasileiros, principalmente nas classes A e B, começa a alcançar as classes C e D a partir de uma melhor distribuição por municípios menores. “Estamos em mais cidades do Sul e Sudeste, onde predominam as classes A e B. Com a expansão, esse mix vai se alterando e expandindo”, diz. A meta da NET, segundo Felix, é dobrar o número de cidades em 2013, projeto que esbarra na concessão de licenças pelas prefeituras: “Temos tido dificuldades em obter autorizações para fazer projetos de rede enterrada e contratar postes”.

Este ano, o executivo segue otimista: “Nada indica uma queda na evolução alcançada no ano passado,

nem desaceleração do ritmo de investimentos”. No entanto, incertezas econômicas e o alto valor do dólar no Brasil o preocupam: a empresa compra ativos para infraestrutura e prestação de serviços na moeda americana, e vende serviços em reais. “Para inovar no mercado, precisamos atualizar redes e equipamentos na casa dos clientes, tudo isso é impactado fortemente pela valorização do dólar”, explica.

Na estratégia de integração com o grupo América Móvil, ele aposta na rede pública de Wi-Fi, serviço que tem recebido um bom feedback dos clientes: “Vamos divulgar melhor a rede e seus benefícios, tornando-a mais conhecida entre os clientes”. Pretende também reforçar o pacote NET Combo Multi, mostrando vantagens e diferenciais que unem benefícios das telefonias

Os números vencedores (2012)

Receita Líquida (US\$ mil)	4.042.772
Lucro Bruto (US\$ mil)	1.481.785
Lucro Líquido (US\$ mil)	200.480
Patrimônio Líquido (US\$ mil)	2.332.998
Crescimento Receita Líquida (%)	0,61
Rentabilidade sobre patrimônio (%)	8,59
Rentabilidade sobre vendas (%)	4,96
Liquidez Corrente	0,44
Retorno sobre investimentos (%)	4,03
Giro dos Ativos	0,81
Lucro Líquido por funcionário (US\$ mil)	5,66

fixa e celular. O pacote reúne TV por assinatura em alta definição, vídeo sob demanda, banda larga fixa, Wi-Fi residencial e público, InterNET 3G e telefone fixo. Os planos também incluem minutos para falar entre o NETFone e celulares Claro. “Nossa oferta aproxima as tecnologias, fazendo com que de fato o NETFone seja reconhecido como um recurso importante, que atende as necessidades da família e da casa, com muitas vantagens a explorar”, explica.

A empresa aposta também em outro diferencial importante: o Now, Video On Demand (VOD), cuja procura vem surpreendendo desde o ano passado. “Integrado à linha de produtos, o Now oferece conteúdo de alta qualidade, fora da programação linear, para que as pessoas entendam que estamos transformando o modo de consumir TV por assinatura. É uma nova forma de se relacionar e navegar na TV, tudo isso com mais qualidade e de forma amigável”, diz Felix.

Hoje o Now tem 10 mil conteúdos disponíveis, a maioria em HD. Até o primeiro semestre deste ano, 160 milhões de conteúdos foram visualizados, 90% sem custo. “São muitas opções para escolher e assistir quando quiser”, lembra. Os principais canais da NET oferecem programação gratuita do Now, de acordo com a seleção contratada pelo cliente, sendo que alguns conteúdos já estão em 3D. O mesmo conteúdo está disponível no Clarovideo, voltado para o entretenimento residencial, complementando a oferta da NET. Em uma primeira fase, o serviço está disponível apenas para clientes da Claro, mas em breve será incluída a opção de pagamento por cartão de crédito para o público em geral.

A NET também está ampliando a programação em alta definição através do lançamento de novos canais e de novos conteúdos no Now. A operadora possui a maior quantidade de clientes com esta tecnologia no Brasil. Outra aposta é no projeto de TV Everywhere –

acesso à TV paga em qualquer dispositivo, capaz de atender os assinantes em todas as plataformas, como smartphones, tablets e computadores. O investimento na capacidade de rede, na arquitetura de distribuição do conteúdo e inteligência no gerenciamento são elementos importantes para que o conteúdo chegue às diferentes telas, fora da casa do usuário. Diversas plataformas podem hospedar conteúdos dentro da rede da NET e por meio dos hot spots Wi-Fi espalhados pela cidade. Com a adição de novos municípios, a meta da operadora é cobrir uma área com 100 milhões de habitantes.

Em maio de 2013, a estrutura organizacional das empresas Embratel e NET Serviços foi reorganizada. A Embratel Participações (Embrapar), por meio de comunicação de fato relevante enviada à Comissão de Valores Mobiliários (CVM), decidiu realizar a incorporação pela NET Serviços da GB Empreendimentos e Participações. A GB é uma sociedade controlada pela própria NET Serviços e pela Embrapar. A decisão teve como objetivo simplificar a estrutura organizacional da empresa e seus investimentos, reduzindo custos operacionais. Assim, a Embrapar e sua controlada, Embratel, terão participação direta na NET.

O presidente da NET Serviços diz que a empresa começará a pensar no orçamento para 2013 entre setembro e outubro, mas enxerga uma tendência de crescimento no mesmo ritmo de 2012. Com suas mais de 16,2 milhões de residências com TV por assinatura, o Brasil encerrou 2012 como o sétimo maior mercado de TV paga do mundo, embora o número de domicílios seja consideravelmente menor que os mais de 100 milhões de lares que têm Índia e Estados Unidos e os mais de 230 milhões da China. Os dados são parte de um levantamento da Digital TV Research, que contabiliza um total de 772 milhões de domicílios com TV paga no mundo ao final do último ano – eram 585 milhões em 2008.



NET Serviços is the company of the year

Chosen for the second consecutive year the company of the year, unprecedented feat in the history of Anuário Telecom, NET Serviços harvests the fruits of more investments, more capillarity in the country and synergy with Embratel and Claro, companies of the América Móvil group. The strategy has brought more service options for broadband, fixed telephone and cable TV clients. This year, NET has started operating in 44 more cities, which were added to 100 cities where it already operates. "We have started a new geographic expansion era", prides himself the president, José Antonio Felix, who aims at expanding coverage to approximately 200 cities until late 2013. Fast broadband expansion last year has surprised and positively impacted revenues. In late 2012, NET has become the largest fixed broadband operator in the country, reaching September with 5.1 million connected homes. The company serves more than 6 million homes being that 8% of them hire at least two of its services, which is more than competition has. "We have also consistently grown in fixed telephone services: 28% in 2012, stresses Felix.

Cable TV contracts have reached new population layers not assisted before, such as classes C and D. According to Felix, the company is increasing its base in approximately 25% a year and has totaled 5.6 million subscribers in June 2012: "In 2013, in spite of the seemingly pessimism, we are maintaining our investment plans, opening new cities and expanding the fixed and wireless broadband network with Wi-Fi hotspots".

Betting on the synergy with other companies of the group has resulted in the launching, in May, of the public Wi-Fi hotspots network, together with Claro and Embratel, an investment of R\$ 100 million. The amount was applied in the building of a network which has started in late 2011 and encompasses more than 6 thousand hotspots, management systems and Embratel's backbone size control, to support the traffic of the points. Trunk installed capacity is 200 Gbps and may be expanded up to 1.8 Tbps. Hotspots are spread throughout major suburbs and interest points of the cities of Rio de Janeiro, São Paulo, Campinas, Brasília, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Recife and Salvador. Next cities to receive wireless networks are Manaus and Fortaleza, also host cities of the 2014 World Cup. NET is spreading the service and testing the network to plan further expansions. Today, there are almost one thousand points in Rio and 1.7 thousand in the capital of the state of São Paulo. In total, it offers Wi-Fi broadband in 12 cities through 2.4 thousand hotspots and intends to expand the service to 15 cities, enhance the coverage of covered cities and install 10 thousand new hotspots.

The infrastructure is shared and each hotspot has a logic separation in two networks: Claro Wi-Fi Max and NET Virtua Wi-Fi. Clients with Claro data plans and devices (smartphones, tablets and notebooks) compatible with the technology are automatically authenticated in the wireless network, without having to go through a login screen and relieving

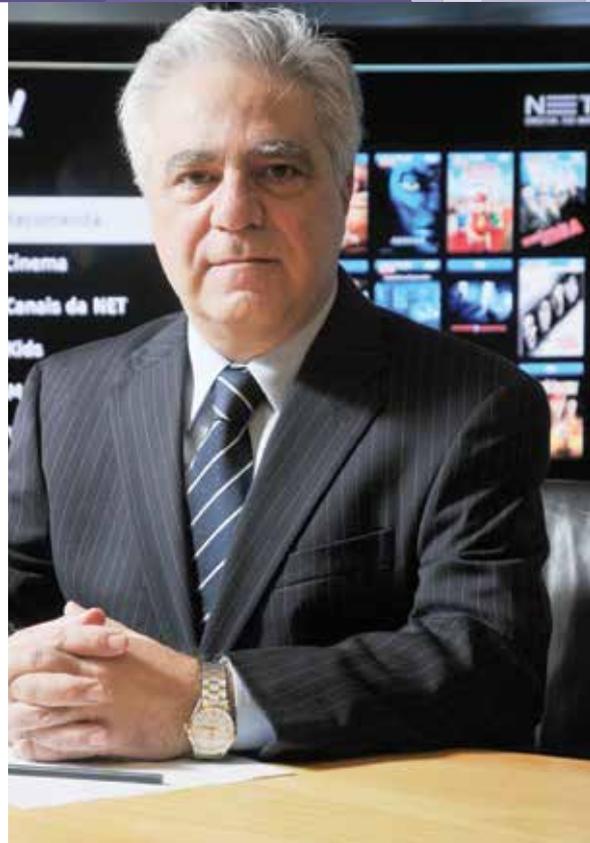
operator's mobile networks. Clients with data packages above 500 Mb and broadband plans above 2 Gb are eligible to the service.

The objective is to encourage the adoption of complete packages. Clients of the so-called Combo Multi (integrating NET/Embratel cable TV, broadband and fixed telephone services with Claro mobile telephone system) have unlimited access to hotspots. NET clients with TV and broadband, or just Claro with data plans, may connect up to 2 hours/day. The limit drops to 1 hour/day if the client subscribes just NET broadband. "This launching translates the services synergy we want to reinforce among our clients. The idea is that they live an integrated experience", states Felix.

NET synergy of services with Claro and Embratel, according to him, has deepened in 2013: "We looked for integration points, what each of the three companies has best. This complementarity has happened along 2012 and persists in 2013. This is not a project to be completed in the short term, fruits are starting to appear and will continue in 2014".

NET Serviços investments have grown in recent years. R\$ 1.1 billion were applied in 2009; R\$ 1.3 billion in 2010; and R\$ 1.7 billion in 2011. In 2012, from R\$ 2.7 billion investment, R\$ 1 billion was applied in service quality. According to Felix, investments in 2013 shall reach R\$ 3 billion.

NET network was expanded 12 thousand kilometers last year, reaching 74 thousand kilometers in extension. The company closed 2012 with 5.3 million TV subscribers; 5.4



José Antonio Felix

president

**"Investments in 2013
will reach R\$ 3 billion".**

million broadband subscribers, including approximately 250 thousand corporate subscribers; and 5 million fixed telephone subscribers. Until June 2013 it had 5.6 million subscribers.

The company has more broadband clients than cable TV clients because in some networks data service is already available, but not video, which depends on Anatel's authorization. The broadband network is able to offer services with speeds up to 300 Mbps, although the operator makes available just 100 Mbps as maximum capacity. "We will have many news for

our ultraspeed broadband clients for 2013 and 2014”, promises Felix.

Company’s consistent growth, according to the president, is especially due to TV and broadband network expansion to new cities. Already present in the 100 largest Brazilian cities, especially for classes A and B, it is starting to reach classes C and D as from a better distribution in smaller cities. “We are in more cities of the South and Southeastern regions where classes A and B predominate. With the expansion, this mix is changing and expanding”, he says. NET’s goal, according to Felix, is to double the number of cities in 2013, project that stumbles in licenses granting by city halls: “We have had difficulties in getting authorizations to develop buried networks and to contract poles”.

This year, the executive continues to be optimistic: “Nothing indicates a drop in the evolution reached last year, or the slowdown of investments pace”. However, economic uncertainties and the high dollar appreciation in Brazil are worrying him: the company purchases infrastructure and services assets in American dollars and sell services in reals. “To innovate in the market, we have to update networks and equipment in clients homes and all this is strongly affected by the dollar appreciation”, he explains.

In the strategy of integrating with the América Móvil group, he bets on the Wi-Fi public network, service which is receiving a positive feedback from clients: “We will further publicize the network and its benefits, making it better known by clients”. He also

The winning numbers (2012)

Net income (US\$ thousand)	4,042,772
Gross profit (US\$ thousand)	1,481,785
Net profit (US\$ thousand)	200,480
Net equity (US\$ thousand)	2,332,998
Growth in net income (%)	0.61
Return on equity (%)	8.59
Margin on net sales (%)	4.96
Current liquidity ratio	0.44
Return on investment (%)	4.03
Asset turnover	0.81
Net profit per employee (US\$ thousand)	5.66

intends to reinforce the NET Combo Multi package, showing advantages and differentials which gather benefits of fixed and cellular telephones. The package gathers high definition cable TV, video on demand, fixed broadband, home and public Wi-Fi, InterNET 3G and fixed telephone. Plans also include minutes to talk between NETFone and Claro cell phones. "Our offering approaches both technologies, making NETFone, in fact, recognized as a major resource, meeting the needs of the family and the home, with many advantages to be explored", he explains.

The company also bets on another major differential: the Now, Video On Demand (VOD), which is being surprisingly looked for since last year. "Integrated to the product line, Now offers high quality content, outside the linear programming, so that people understand that we are changing the way of consuming cable TV. It is a new way of relating and navigating on TV, everything with higher quality and in a friendly fashion", says Felix.

Today, Now has 10 thousand available contents, most of them in HD. Until the first half of this year, 160 million contents had been watched, 90% of them for free. "There are many options to choose and watch at any time", he reminds. Major NET channels have free Now programming, according to the selection hired by the client, being many contents already in 3D. In this first stage, the content is available only for Claro clients, but soon there will be the option of paying with credit card for the general public.

NET is also expanding its high definition programming by launching new channels and new Now contents. The operator has the largest number of clients with this technology in Brazil. Another bet is the

TV Everywhere project – access to cable TV in any device, able to meet clients needs in all platforms, as smartphones, tablets and computers. The investment in network capacity, content distribution architecture and management intelligence are important elements for the content to reach different screens, outside users homes. Different platforms may host contents within the NET network and by means of Wi-Fi hotspots spread throughout the city. With the inclusion of new cities, the operator's goal is to cover an area with 100 million inhabitants.

In May 2013, the organizational structure of the companies Embratel and NET Services was reorganized. Embratel Participações (Embrapar), through the communication of relevant fact filed before the Securities Commission (CVM), has decided for the incorporation by NET Serviços of the GB Empreendimentos e Participações. GB is a society controlled by NET Serviços itself and Embrapar. The decision aimed at simplifying company's organizational structure and its investments, decreasing operating costs. So, Embrapar and its controlled company Embratel, will have direct participation in NET. NET Serviços president says that the company will start to think about 2013 budget between September and October, but sees a trend to grow in the same pace as 2012. With its more than 16.2 million homes with cable TV, Brazil has closed 2012 as the seventh largest world cable TV market, although the number of homes is considerably lower than the more than 100 million homes in India and USA, and the more than 230 million homes in China. Data are part of a Digital TV Research survey, which has accounted for a total of 772 million homes with cable TV around the world at the end of last year – these were 585 million in 2008.

As 10 empresas mais rentáveis

As margens de lucro das operadoras de telecomunicações ficaram apertadas em 2012, mas não barraram investimentos na expansão das redes e novos serviços. As empresas focaram na ampliação da capacidade da infraestrutura para suportar novas ofertas para clientes residenciais e corporativos. Entre as dez mais rentáveis do Anuário Telecom 2013 estão as operadoras Telefônica, Vivo e a Algar Telecom (CTBC).

No ano passado, a Telefônica teve uma receita de US\$ 6,5 bilhões e registrou uma rentabilidade de 34,5% sobre as vendas. A banda larga fixa alavancou a oferta de telefonia fixa, o que explica o crescimento de 5% nos acessos, com uma evolução anual de 3,2% no balanço divulgado em junho de 2013. O plano de investimentos da Telefônica Vivo para o período 2011-2014 é da ordem de R\$ 24,3 bilhões, destinados à expansão e modernização da infraestrutura de redes e sistemas. Apenas em 2012, os investimentos da empresa totalizaram R\$ 6,1 bilhões.

Uma das apostas da companhia é a conexão por fibra óptica até a casa do cliente, que alcançou 150 mil acessos em junho, ante 125 mil contabilizados no primeiro trimestre, ou seja, um aumento de 16% na base. O serviço cobre atualmente 1,4 milhão de domicílios. A empresa está ampliando a infraestrutura de fibra, principalmente para oferecer rede FTTH (fiber to the home) em outros mercados além de São Paulo. “Queremos expandir nossa banda ultralarga para outras regiões lucrativas; onde não pudermos ter fibra, teremos ADSL com o 3G Plus (HSPA+) e o Long Term Evolution (LTE)”, afirma o presidente do grupo Telefônica, Antonio Carlos Valente. Ele destaca também que pretende deixar a infraestrutura mais flexível e dinâmica para lidar com o esperado aumento do tráfego de dados, adequando o backbone à demanda. A estratégia é focar em ofertas combo convergentes para promover a fidelidade com os consumidores fixos. Outro foco é o mercado de comunicações máquina a máquina (M2M),

com o lançamento de uma plataforma de gerenciamento para mercados verticais como educação e saúde.

Em telefonia móvel, a Vivo vem consolidando sua liderança, com market share de 28,7% e crescimento consistente nos segmentos de maior receita. De acordo com o balanço de 30 de junho, houve elevação de clientes pós-pagos da ordem de 20,4% no trimestre em relação ao mesmo período de 2012. A receita líquida móvel registrou evolução de 8% na comparação anual, impulsionada pelo aumento dos ingressos de dados e maior venda de smartphones. Como o volume de celulares já supera com folga o número de habitantes do país, não é possível medir o desempenho de uma empresa apenas pelo número de clientes: é necessário verificar a curva da receita com dados – a de maior crescimento do setor – tanto no mercado individual quanto corporativo. Por isso a empresa comemora o crescimento do market share no pós-pago, que passou para 37,8% no segundo trimestre, contra 37,1% no primeiro trimestre deste ano e 36,1% ao final do segundo trimestre de 2012.

Até junho de 2013, a Vivo contabilizou 55,5 milhões de clientes pré-pagos e 20,6 milhões de pós-pagos. O total de acessos móveis ficou em 76,2 milhões, 0,6% mais que os 75,7 milhões registrados no mesmo período do ano passado. Já a receita líquida móvel teve crescimento de 9,2% em junho deste ano em relação ao mesmo período de 2012, passando de R\$ 10,2 bilhões para R\$ 11,1 bilhões. Com oferta de serviços de rede 3G, a empresa está presente em 3.131 municípios, mais que a soma das cidades atendidas pelas demais operadoras. O crescimento dos smartphones na base da Vivo se refletiu na receita com Internet móvel, que alcançou R\$ 915,1 milhões no segundo trimestre representando um crescimento anual de 35,7% e trimestral de 12,6%.

Os serviços de valor agregado foram fundamentais para o resultado da Vivo. Até junho deste ano, a receita com dados e serviços de valor agregado (SVA) em geral cresceu 24,7% em comparação com o mesmo período do ano

As campeãs da rentabilidade

CLASSIFICAÇÃO NO RANKING	AS 10 EMPRESAS MAIS RENTÁVEIS	RENTABILIDADE S/ VENDAS (%)	RECEITA LÍQUIDA (US\$ MIL)
98	ViaW	71,36	5.840
42	BrT Multimídia	49,25	120.281
44	Telemar Internet	46,15	111.639
30	Star One	38,77	235.010
4	Telefônica Vivo	34,57	6.560.516
83	Seccional	31,11	14.569
33	Level 3	22,46	269.441
37	CTBC Data Net	19,94	143.170
2	Vivo	18,35	11.585.212
22	CTBC Telecom	18,27	379.853

passado, alcançando R\$ 1,69 bilhão. Nesse número estão incluídos Internet móvel, SMS P2P e serviços de conteúdo móvel, como o de e-learning (educação) e e-health (saúde). A receita média mensal por usuário (ARPU) da Vivo com dados e SVAs no segundo trimestre foi de R\$ 7,40, quase um terço do ARPU total no período (R\$ 22,80). A receita com “outros serviços de dados e SVAs”, na qual está incluída a venda de conteúdos móveis, foi de R\$ 281,6 milhões no segundo trimestre, registrando um crescimento trimestral de 16,3% e anual de 33,4%. No segmento corporativo, a Vivo dobrou sua base de acessos máquina a máquina (M2M) em um ano, alcançando 22% de market share. As adições líquidas de dispositivos móveis no segmento corporativo também dobraram em doze meses.

A explosão do tráfego de dados

A CTBC Data Net e a CTBC Telecom, marcas da operadora mineira Algar Telecom, comemoram rentabilidade sobre as vendas, respectivamente, de 19,94% e 18,27% em 2012, graças ao crescimento do tráfego de dados, à banda larga e à oferta de serviços corporativos, centrada na expansão da conexão entre negócios (B2B), afirma o

diretor-presidente Divino Sebastião de Souza. O grande investimento do grupo Algar Telecom no ano passado e neste ano foi direcionado à modernização da rede para aumentar a velocidade oferecida aos clientes. Para dar conta da demanda da base de 2,2 milhões de clientes, a empresa atualizou sua infraestrutura de rede. Em julho deste ano, concluiu a primeira etapa, iniciada em 2012, e planeja ampliações para 2013. A companhia já possuía 700 switches em sua rede e agora deverá colocar mais 90 unidades, com previsão de crescimento de 20% no próximo ano. A empresa adicionou uma terceira camada da rede metropolitana, com capacidade de 10 Gbps nos anéis, e buscou revisar o nível de provisionamento junto aos clientes, procurando unir qualidade de serviço com a agilidade na entrega, sem tanta intervenção humana. Segundo Divino, a modernização da rede é fundamental para atender à demanda de clientes empresariais. A companhia tem crescido de 30% a 35% ao ano no mercado de conexão entre negócios (B2B). Do lado do usuário residencial, há também o maior consumo de vídeo. Para entregar mais banda a preços mais baixos, esperando menor retorno de receita, a resposta, diz ele, é otimizar os processos: “Crescemos em torno de 80% ao ano em ban-

da larga e vamos multiplicar a capacidade de rede com equipamentos que nos permitem ampliar a capacidade". A previsão é que a Algar Telecom migre toda sua estrutura para o padrão de tráfego em 10 Gbps.

Em telefonia celular, a Algar Telecom cresceu 20% no primeiro trimestre e alcançou 800 mil clientes e 130 mil de TV a cabo. A operadora atua em 88 municípios de Minas Gerais, São Paulo, Mato Grosso do Sul e Goiás. A área é composta por 2,9 milhões de habitantes e apresenta renda per capita 35% superior à média nacional. Divino também vê oportunidades de crescimento na prestação de serviços de tecnologia e redes e para isso conta com quatro datacenters. Além das grandes empresas, passou a atender pequenos negócios, com oferta de infraestrutura de redes e outros serviços.

Apesar da retração no segmento de torres e postes para telecomunicações e energia, a Seccional apresentou no ano passado uma rentabilidade sobre as vendas de 31%. A empresa manteve planos de expansão e vai inaugurar em setembro deste ano uma nova fábrica para triplicar a produção que hoje é de 800 toneladas por mês. O diretor superintendente, Paulo Emmanuel de Abreu Junior, afirma que a Seccional compensou a queda das encomendas de torres com a diversificação de serviços e a exportação de produtos para países da África e América Central. O compartilhamento da infraestrutura entre as operadoras para redes de terceira e quarta gerações, que inclui torres de telefonia, fez o mercado encolher um pouco, mas Paulo acredita em uma retomada em 2013, com os grandes eventos como a Copa das Confederações e a Copa do Mundo. Como as operadoras devem completar a cobertura de telefonia celular no entorno dos estádios para as redes 4G e reforçar a 3G, a Seccional preparou-se para a demanda extra: tem matéria-prima suficiente para suprir a nova linha de produção que começa neste ano.

Enquanto as operadoras multiplicam a oferta de serviços, os clientes corporativos buscam redução de custos em telecomunicações. Foi essa modalidade de prestação de serviços que colocou a ViaW entre as dez mais rentáveis e também entre as dez empresas que mais cresceram em

2012, de acordo com o *Anuário Telecom*. A companhia alcançou uma rentabilidade sobre as vendas de 71,3% com a oferta de serviços de gerenciamento de custos das telecomunicações, com boa aceitação no mercado corporativo. Com a popularização da computação em nuvem e da conectividade dos executivos com suas empresas, estas passaram a valorizar mais a qualidade das redes e consequentemente os gastos com esse serviço. "Os custos de telecomunicações das empresas aumentaram bastante com o incremento da conexão de smartphones e tablets na rede corporativa", afirma Nelson Patrício Reis, sócio-administrador da ViaW. Segundo o executivo, a computação em nuvem trouxe mais complexidade ao ambiente de TI das empresas, que acabam pagando por serviços que não precisam ou que deixaram de utilizar: "O aumento do uso de aplicações móveis traz mais desafios aos gestores, aumentando a preocupação com a segurança dos dados corporativos. Gerir tais interações entre aplicações móveis, sistemas corporativos e a nuvem exige capacidade adicional de gerenciamento que alavanca serviços de auditoria e monitoramento de redes".

A oferta de infraestrutura de redes e conectividade permitiu uma rentabilidade de 22,4% sobre as vendas da Level3 no país. Com uma rede global de 161 mil quilômetros de fibras ópticas e presença em 55 mercados, a empresa registra um faturamento mundial de US\$ 6,37 bilhões no ano passado e um crescimento de 1% comparado a 2011. A região da América Latina surpreendeu com um crescimento de 5%, alcançando receita de US\$ 701 milhões. A empresa beneficiou-se da demanda por processamento e conectividade entre as médias e grandes companhias, governo, provedores de Internet, operadoras, datacenters e voz.

O vice-presidente sênior de vendas da Level 3, Marcos Malfatti, destaca que os segmentos mais aquecidos foram o varejo, indústria e serviços, e-commerce, transporte de dados de alta capacidade para bancos e corretoras de valores, educação, hotéis e entretenimento: "Houve crescimento da demanda por nossas ofertas tradicionais de transmissão de dados baseadas em uma extensa rede de fibras ópticas submarinas e terrestres".

As 10 empresas que mais cresceram

Serviços inovadores, investimento em novos mercados e muita criatividade marcaram as estratégias dos fornecedores de produtos e prestadoras de serviços das dez empresas que mais cresceram do *Anuário Telecom 2013*. Os investimentos das operadoras na expansão da infraestrutura de rede, o desenvolvimento de novos serviços e o aquecimento do mercado corporativo impulsionaram seus negócios.

A oferta de comunicação unificada, infraestrutura de rede, datacenter e sistemas de segurança vêm assegurando o crescimento do Westcon Group no país. Em 2012, o aumento de 43,1% da receita líquida garantiu à empresa o primeiro lugar do ranking das que mais cresceram em todo o mercado brasileiro de telecomunicações. As vendas, segundo Otavio Lazarini Barbosa, vice-presidente sênior do Westcon Group para a América Latina e líder das operações do grupo no Brasil, registraram um salto de 40%. Ele aponta a ampliação do portfólio de produtos e a oferta de mais serviços aos canais de venda como os motores do crescimento: “Isso exige uma equipe cada vez mais numerosa e qualificada e a ampliação das instalações da empresa”. Segundo ele, o país ainda tem um longo caminho a trilhar para montar uma infraestrutura de rede e Internet de primeira linha: “As conexões entre redes e as conexões sem fio ainda não estão à altura da demanda dos usuários e das aplicações”. Otavio considera que os serviços, quando disponíveis, ainda são muito lentos: “Os projetos de infraestrutura têm avançado rapidamente para cobrir esse déficit. E esse avanço tem nos proporcionado um bom crescimento no Brasil, pois estamos bem focados em oferecer arquiteturas de rede eficientes e seguras para expandir a capacidade de transmitir dados e conectar as pessoas”.

A Allied, distribuidora de produtos como celulares, tablets e smartphones, teve uma expansão de 36,6% na receita líquida e apresentou o segundo maior cres-

cimento entre as empresas analisadas pelo Anuário Telecom. O diretor-presidente da Allied, Ricardo Radomysler, reforça que a aposta na distribuição de tablets e smartphones de diversas marcas turbinou os negócios e permitiu o saldo de 65% nas vendas no ano passado. A popularização do uso da Internet no celular e a agressividade dos planos de dados das principais operadoras incentivaram os assinantes a trocar os aparelhos. Isso foi uma grande alavanca de vendas para a Allied, que trabalha com as principais marcas do mercado. A demanda por sistemas que permitam o corte de custos de serviços de telecomunicações e um melhor gerenciamento das redes fizeram com que a ViaW engordasse sua carteira de clientes com um crescimento de 20,9% na receita líquida. Neste ano, a expectativa é um salto ainda maior na avaliação do sócio-administrador, Nelson Patrício Reis, devido à boa aceitação dos serviços à proposta de valor da companhia, que promete reduzir custos de telecomunicações dos clientes acima de 36%, por meio de uma gestão eficiente de contratos: “Em um cenário complexo em termos regulatórios, as empresas percebem que precisam de ajuda especializada nessa área. É aí que nós entramos com nosso conhecimento do mercado”. A empresa só é remunerada quando o cliente tem efetivamente queda nos custos, o que aumenta a aceitação dos serviços. Isso deixa as empresas mais confortáveis em contratar o serviço, porque não há desembolso inicial e os custos são realizados apenas quando se comprovam os resultados do trabalho. “A gestão eficiente de contratos de telecom é hoje uma necessidade, o que explica nosso crescimento em 2012 e uma projeção ainda mais otimista para o final deste ano”, diz Nelson.

Para Severino Sanches, presidente da Agora Telecom, fornecedora de sistemas de radiocomunicação, 2012 foi bastante positivo para a empresa, que foi contratada para fazer projetos de redes em diversos mercados, entre eles o

As campeãs do crescimento

CLASSIFICAÇÃO NO RANKING	AS 10 EMPRESAS QUE MAIS CRESCERAM	CRESCIMENTO RECEITA LÍQUIDA (%)	RECEITA LÍQUIDA (US\$ MIL)
26	Westcon Brasil	43,10	332.000
19	Allied	36,60	762.788
98	ViaW	20,96	5.840
57	Agora Telecom	20,03	59.203
12	Contax	13,37	1.842.862
97	Navita	12,27	7.243
27	Teleperformance Brasil	12,20	286.533
84	3CORP Technology	11,48	17.619
28	PromonLogicalis	10,73	351.000
68	Procable	10,07	62.881

educacional. A empresa foi responsável pela rede da Universidade Federal de Minas Gerais e Estácio de Sá no Rio de Janeiro. No segmento governamental implantou Wi-Fi no Ministério Público, em São Paulo. A empresa cresceu 20% em receita líquida em 2012 e projeta um crescimento bem maior neste ano, devido às encomendas de redes e comunicação para a Copa do Mundo e as Olimpíadas. A Agora Telecom integra o consórcio – que inclui a Unisys, Módulo e Comtex – para o fornecimento de sistemas para as 12 cidades-sede da Copa do Mundo. O consórcio será responsável pela solução completa de telecomunicações para o evento, incluindo redes IP de alta disponibilidade, switches e roteadores, telefonia IP, videoconferência, tablets e sistemas de radiocomunicação, que serão implantados até março do ano que vem.

Serviços de mobilidade

A Navita, outro destaque entre as dez que mais cresceram do Anuário Telecom, com um aumento na receita líquida de 12,2%, sustenta seu crescimento na oferta de serviços corporativos voltados à mobilidade. “Com a popularização do uso de dispositivos móveis nas empresas, também au-

menta a demanda por suporte e gerenciamento para esses aparelhos”, explica Roberto Dariva, presidente da Navita. A empresa oferece um conjunto de serviços para o gerenciamento da mobilidade corporativa, com entrega e suporte ao dispositivo móvel, além de ser responsável pela negociação com as operadoras. A solução da companhia abrange também serviços gerenciados de telecom, com gestão completa de todo o parque de telefonia fixa e móvel, plano de dados, SMS, roaming e voz, podendo gerar redução de custos de telecom superior a 30%. A empresa conta com uma unidade de negócios que desenvolve e gerencia aplicativos móveis em diversas plataformas. Com 120 clientes ativos, 80% do faturamento vem de serviços gerenciados. No total, são 400 clientes, incluindo consultoria e treinamento. Entre as estratégias da companhia está a aposta nas parcerias com as operadoras, que lançam serviços gerenciados para clientes corporativos desenvolvidos pela Navita. “O mercado é muito sensível à redução de custos nessa época de redução do PIB e de investimentos, por isso vamos continuar crescendo”, afirma.

A provedora de serviços de tecnologia da informação e comunicação PromonLogicalis alicerça o crescimento na oferta de soluções tanto no Brasil quanto em países da

América Latina. A empresa cresceu 10,7% no Brasil no ano passado, e registrou um crescimento de 8% em dólares na América Latina. 65% da receita vêm de serviços de telecomunicações com operações na Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru e Uruguai.

Rodrigo Parreira, CEO da empresa, destaca o aumento dos investimentos das operadoras em redes LTE e projetos de redes para o mercado corporativo em diversos segmentos. No segundo semestre, por conta da desaceleração da indústria, houve uma queda nos contratos, mas neste ano os negócios alcançaram o mesmo patamar do ano passado.

Segundo Rodrigo, no segmento governamental, tradicionalmente forte para a empresa, há poucas definições de investimentos, porque os processos licitatórios são muito lentos e a verba demora a ser liberada. Para este ano, ele demonstra otimismo com os negócios em plataforma de vídeo, com a implantação de sistemas de vídeo on demand para operadoras de TV a cabo, soluções convergentes de telefonia, mobilidade e serviços para a rede 4G. A empresa também aposta no crescimento da computação em nuvem, que permite maior eficiência dos serviços e demanda mais integração de infraestrutura. “Há também muita movimentação do mercado no segmento de datacenters, tanto dos provedores de serviços quanto empresas de telecomunicações. A área, que representava 2% do nosso negócio, agora responde por 20%. Os datacenters tiveram que se reinventar para se adaptar aos novos serviços. Isso gerou muitos negócios”, diz.

Outra alavanca do mercado é a migração da telefonia tradicional analógica e híbrida para a rede IP, um movimento, segundo Rodrigo, ainda muito forte no mercado: “Começou pelas matrizes das empresas. Agora o movimento é para implantar a nova tecnologia nas filiais em todo o Brasil, implicando projetos gigantescos de migração, que exigem das empresas capacidade de gestão”.

Em julho, a PromonLogicalis anunciou uma parceria com a Embratel, para a oferta de sistemas de telepresença em Full HD. Segundo Rodrigo, a parceria permitirá mais interatividade entre os usuários da solução, que terão maior agilidade e velocidade na tomada de decisão. O mercado-alvo

do novo serviço é formado por empresas com escritórios e filiais geograficamente dispersos, como multinacionais, universidades e hospitais, que precisam de eficiência em seus processos internos e externos, envolvendo interação de pessoas e equipes. A empresa também comemora um contrato com o Grupo Andrade Gutierrez para implantar uma solução de mobilidade, incluindo a integração dos sistemas de videoconferência com dispositivos móveis.

A grande demanda por cabos para-raios e de fibra óptica OPGW fez com que a Procable crescesse 10% no ano passado, quando a receita alcançou R\$ 140 milhões. A meta neste ano é chegar a R\$ 190 milhões, segundo o diretor-presidente, Fumitaka Nishimura. Além da venda de cabos, a Procable oferece serviços de instalação e é fornecedora de grandes empresas como a TIM, Cemig Telecom, Copel e Telefônica.

Para continuar crescendo, a Procable anunciou neste segundo semestre uma joint venture com o grupo japonês Fujikura, para o início da fabricação de cabos e condutores elétricos em Montenegro, cidade próxima a Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. A nova planta receberá investimentos de R\$ 60 milhões – metade investida até o final de 2013 e a outra até 2015, com início de produção previsto para agosto de 2014. A unidade gaúcha será usada pela Fujikura, que registra faturamento global de US\$ 7 bilhões anuais, para impulsionar sua participação no mercado latino-americano com vistas ao Plano Nacional de Banda Larga. De acordo com Nishimura, a empresa chegou a avaliar a instalação das unidades em outros Estados, porém decidiu pelo Rio Grande do Sul por ter encontrado melhor capacidade técnica. Na joint venture a multinacional japonesa tem 90% do controle acionário, enquanto a Procable controla a parcela restante do negócio. “Aproveitando o cenário positivo, queremos adquirir mais uma área no Distrito Industrial de Montenegro, para ampliar a planta. A ideia é dobrar a dimensão, apostando no futuro”, afirma Nishimura. Em consórcio com a CEEE-GT, a Procable venceu um leilão da Aneel para a construção e a operação de uma linha de transmissão subterrânea em Porto Alegre, projeto no qual serão investidos outros R\$ 54 milhões.

A Oi é a maior empresa

A Oi foi uma das operadoras que mais investiram

no país em 2012: foram R\$ 6,6 bilhões, destinados à expansão e à melhoria da infraestrutura, novas tecnologias e qualidade no atendimento. O início de 2013 foi marcado pela entrada na presidência de Zeinal Bava, CEO da Portugal Telecom, grupo que também é sócio da operadora, e pelas iniciativas voltadas para melhorar a rentabilidade e reduzir dívidas. A Oi vem se desfazendo de ativos não estratégicos, como as torres para telefonia fixa e móvel: em abril, acertou a venda dos direitos de uso de 4 mil torres de telefonia fixa, o que injetará R\$ 1 bilhão no caixa da empresa. Em julho, repassou o direito de uso de outras 2,1 mil torres para a SBA Communications, por R\$ 686,7 milhões, e transferiu para o BTG Pactual a Globenet, operadora de cabos submarinos, cuja rede interliga as Américas.

A maior parte dos investimentos teve por objetivo a ampliar as redes de telefonia móvel. A empresa fechou o primeiro trimestre de 2013 com cobertura 3G em 726 municípios (74% da população urbana), um crescimento de 153% em comparação ao mesmo período do ano anterior, com um aumento de 439 cidades cobertas. 2013 também marcou o lançamento da rede 4G nas cidades-sede da Copa das Confederações: Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Salvador, Recife e Fortaleza. Até o final do ano, mais seis cidades deverão ser contempladas (Curitiba, Porto Alegre, Manaus, Cuiabá, São Paulo e Natal). E outros 34 municípios – capitais e cidades com mais de 500 mil habitantes – deverão receber a rede até 31 de maio de 2014. A meta da Oi é complementar o portfólio de serviços de banda larga móvel com a instalação de 2,3 mil sites 4G até o final do ano.

Em paralelo, está expandindo a rede sem fio gratuita. A empresa já conta com 108 mil pontos de acesso Wi-Fi em todo o Brasil, incluindo Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Porto Alegre. Os usuários abrem suas redes para acesso de terceiros e são remunerados por isso. Em fevereiro, anunciou um acordo com a Coca-

-Cola para a instalação de hot spots em locais de grande concentração de jovens, como bares, restaurantes e lanchonetes. Atualmente, há 50 pontos gratuitos oferecidos em quatro cidades e a meta é expandir o alcance e chegar a mais oito cidades para a Copa do Mundo. A expansão da base móvel com foco no pós-pago, crescimento de banda larga e TV paga, e menor desconexão em telefonia fixa no segmento residencial explicam o crescimento da receita líquida de US\$ 7 bilhões alcançada no primeiro trimestre de 2013. As Unidades Geradoras de Receita (UGRs) da companhia avançaram 5,5% ante o mesmo período do ano passado e 0,5% no trimestre, registrando R\$ 74,7 milhões até março de 2013.

O segmento de mobilidade pessoal continua o maior da operadora totalizando 46,5 milhões de clientes, com crescimento de 5,6% em relação ao mesmo período do ano passado, ou 2,5 milhões de adições líquidas em 12 meses. A receita totalizou R\$1,6 bilhão, com um aumento de 6,4% em relação ao mesmo período do ano passado, devido ao desempenho de dados e serviços de valor agregado. Com a expansão da cobertura 3G, houve estímulo à aquisição de pacotes de Internet e SMS. Das adições líquidas de mobilidade pessoal, 1,1 milhão são clientes pós-pagos e 1,4 milhão pré-pagos. O pós-pago representou 44% nas adições líquidas de assinantes no final de março de 2013, totalizando 6,6 milhões de acessos. A Oi tem registrado uma mudança no perfil de receita de mobilidade pessoal com maior participação do pós-pago, dados e serviços de valor agregado. Para ampliar presença nesse segmento, expandiu a capilaridade de canais de vendas e adotou planos simplificados com oferta de descontos nos aparelhos. No comparativo anual, a empresa apresentou forte evolução no mix pós-pago sobre a base móvel total (16,9% com avanço de 3,7 pontos percentuais frente ao primeiro trimestre de 2012) e ganho de market share (15,9%, com avanço anual de 2,4% em comparação com o primeiro trimestre de 2012).

Os números da maior empresa

Receita Líquida Proporcional (US\$ mil)	12.816.595
Receita Líquida (US\$ mil)	12.816.595
Patrimônio Líquido (US\$ mil)	10.096.047
Ativo Permanente (US\$ mil)	20.500.499
Lucro Bruto (US\$ mil)	5.704.877
Lucro Operacional (US\$ mil)	564.763
Lucro Líquido (US\$ mil)	426.457
Crescimento Receita Líquida (%)*	-
Rentabilidade sobre Patrimônio (%)	4,22
Rentabilidade sobre Vendas (%)	3,33
Liquidez Corrente	1,24
Endividamento sobre Patrimônio (%)	292,36
Endividamento sobre Ativo (%)	42,87
Despesas Financeiras s/ Vendas (%)	8,80
Retorno sobre Investimento (%)	1,08
Giro dos Ativos	0,32

* Crescimento não calculado em função da incorporação da Brasil Telecom no balanço de 2012.

Fuga contida

A empresa também comemora a diminuição do churn, ou seja, a fuga de usuários para outras empresas. O plano Oi Conta Total (mais de um aparelho) apresentou redução acima de 30%, enquanto na base de pós-pago com apenas um produto, chegou a quase 50% no período. O segmento corporativo também foi destaque com um salto de 10%, com 8,9 milhões de unidades geradoras de receita. A Oi destaca crescimento em São Paulo para soluções de voz e dados para empresas, com um aumento de 5% na base de troncos digitais, 28% em serviços de rede VPN, e 55% no acesso à Internet IP.

O segmento residencial alcançou R\$ 2,6 bilhões de receita líquida no primeiro trimestre de 2013, com crescimento de 5,2% em relação ao mesmo período do ano passado. Para a empresa, esse desempenho consolida o êxito na estratégia de ofertas de serviços convergentes e as iniciativas de rentabilização e retenção de clientes. O crescente número de residências com mais de um produto Oi tem contribuído para a fidelização dos clientes e a redução do churn. A empresa também avalia que o aumento das receitas de TV paga e banda larga mais uma vez compensou a redução dos terminais fixos.

Em banda larga fixa, a empresa anunciou neste ano ofertas do Oi Velox nos moldes do Programa Nacional de Banda Larga (PNBL) em mais 124 municípios, totalizando 2,8 mil cidades. Segundo a operadora, estão atendidos cerca de 60% do total de municípios de sua área de atuação, sendo que o prazo para alcançar essa meta é até o final de 2014. Cerca de 40% das localidades atendidas estão nas regiões Norte e Nordeste.

Outra estratégia importante para a companhia é o pagamento móvel. A novidade neste ano foi o Oi Carteira, um cartão pré-pago recarregável que funciona tanto no celular quanto no cartão tradicional, em parceria com o Banco do Brasil. Permite fazer compras em mais de um 1 milhão de estabelecimentos credenciados da Cielo, fazer recargas de minutos para o pré-pago Oi, transferência de dinheiro para outros clientes do produto e saques em terminais de autoatendimento do BB.

As iniciativas da Oi em pagamento móvel remontam a 2007, quando lançou o primeiro cartão de crédito no celular, o Oi Paggo. Em 2010, firmou um acordo com a Cielo para o Paggo Soluções, uma joint venture direcionada ao desenvolvimento desse mercado. Em 2011, foi a vez do Banco do Brasil para o Cartão de Crédito Oi, com dois meios de uso: tradicional e o celular.

AGORA, ENTRE AS 10 EMPRESAS QUE MAIS CRESCERAM EM 2013.

SOMOS UMA EMPRESA **BRASILEIRA** DE **SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS**.

Atendemos aos mais diversos mercados com um portfólio composto por tecnologias dos maiores fabricantes mundiais de telecomunicações e segurança.

COMPLETAMOS **20 ANOS** DE ATUAÇÃO.



Equipe especializada
Profissionais treinados e capacitados



Logística
Centro de distribuição ágil com alta capacidade de armazenagem



Radiocomunicação
Maior distribuidor Motorola da América Latina



Assistência Técnica
Centro de reparos certificado pelos fabricantes



Elaboração de Projetos
Completo serviço de engenharia de sistemas



Soluções Indoor e Outdoor
Equipamentos para prover conectividade em diversos ambientes



Mobilidade Tecnológica
Soluções em suas mãos onde você estiver



Comunicação Unificada IP e Videoconferência
Telefonia IP e vídeo com colaboração



Redes de Alta Disponibilidade
Tratamento e transporte de tráfego IP



Soluções para Segurança
Equipamentos de alta performance para segurança pública, privada e grandes corporações



produtos

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, ESTÃO OS PERFIS DOS FABRICANTES CUJO DESEMPENHO LHES GARANTIU O PRÊMIO DE DESTAQUE DO ANO DO ANUÁRIO TELECOM 2013, EM SEUS RESPECTIVOS SEGMENTOS: BRASILSAT HARALD (COMPONENTES, PARTES E PEÇAS); ALCATEL-LUCENT (EQUIPAMENTOS PARA REDES E TELEFONIA MÓVEL); FURUKAWA (FIOS E CABOS); SECCIONAL (INFRAESTRUTURA); LEUCOTRON (REDES CORPORATIVAS); CPQD (SOFTWARE); E INTELBRAS (TERMINAIS).

A diversificação mantém a BrasilSat Harald na liderança

O bom desempenho da BrasilSat Harald em diferentes mercados alavancou sua rentabilidade e a colocou como destaque do *Anuário Telecom* pelo segundo ano consecutivo. Em 2012, a receita líquida da empresa se manteve praticamente estável, enquanto a rentabilidade atingiu 11,6%. O segredo do sucesso, segundo o vice-presidente comercial José Roberto Contrucci, é a diversificação. Além do mercado de antenas para TV por assinatura, cujo crescimento de 30% nos últimos anos teve grande impacto na receita da empresa, outros segmentos, segundo ele, também contribuíram para o resultado: “Áreas de defesa, segurança e energia estão aquecidas, embora 80% da receita venham das telecomunicações”. Além de antenas para o mercado de TV, a empresa oferece torres para operadoras, silos metálicos de armazenamento de grãos, torres eólicas e torres para o mercado de óleo e gás.

Tendo como carro-chefe produtos para TV por assinatura, quase dobrou de tamanho a partir de 2010, atendendo a demanda do mercado de DTH (Direct to Home), tecnologia usada pelas operadoras que exploram o serviço de TV por assinatura. A produção de antenas para recepção de sinais de televisão via satélite chega a 500 mil unidades por mês. A fabricante especializou-se também em outras tecnologias como CATV, TV por microondas, MMDS (Multipoint Multichannel Distribution System), Home Phoneline Networking Alliance (HPNA). Produz offset e componentes como cabos coaxiais flexíveis, kits de instalação e montagem, ferramentas e conectores. “Oferecemos

treinamento especializado para equipes de campo, orientando os cuidados e as técnicas de instalação e manutenção de TV a cabo e satélite”, destaca Contrucci.

Um estudo da Dataxis entre os maiores mercados latino americanos – Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru e Venezuela – mostra que os sete países juntos terão 93,32 milhões de assinantes de TV paga em 2018, com penetração de 68,1% nas residências com televisão, 3,6 vezes mais que o índice registrado em 2008. Brasil, Peru e México são os países com maior perspectiva de crescimento percentual. Esse mercado cresceu ainda mais, como lembra Contrucci, com a entrada das teles no segmento, com a oferta de serviços de TV por satélite e banda larga pela Claro, GVT, Oi e Telefônica. Um estudo do Data Popular projeta que em cinco anos a classe média do interior vai alcançar a penetração de TV por assinatura da classe alta, o que representa um mercado potencial de 14,2 milhões de novos domicílios.

Uma das novidades da BrasilSat, e que agora começa a dar frutos, foi a entrada no mercado de energia renovável, com o início da fabricação de torres eólicas em diversas alturas (40 m a 100 m), na configuração cilíndrica, que suportam geradores eólicos de 900 KW a 4.000 KW. O mercado ainda é incipiente, mas deve render para a empresa contratos entre R\$ 20 milhões e R\$ 30 milhões até o final do ano. “Miramos 2014, quando a energia eólica deve deslançar no Brasil, e a previsão é alcançar receitas entre R\$ 80 milhões e R\$

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
BRASILSAT HARALD	754,60	0,12	11,64	17,14	6,15	0,01

100 milhões”, revela Contrucci.

O parque industrial do grupo BrasilSat conta com duas unidades localizadas em Curitiba, no Paraná. Com área total de 400 mil metros quadrados, as unidades – Santa Cândida e Cidade Industrial (CIC) – totalizam 50 mil metros quadrados, incluindo campos de provas, usina-gem, galvanização, fábrica de conectores e componentes, fábrica de torres, fábrica de antenas e de shelters, além de um escritório comercial em São Paulo. A BrasilSat mantém um grupo de pesquisa e desenvolvimento que conta com laboratórios e campos de provas com capacidade para testar antenas de até 9,1 m de diâmetro e frequências de até 40 GHz. A companhia investe entre 5 e 6% de seu faturamento nessa área conduzida por um núcleo de engenharia. Um dos resultados do trabalho realizado por esse time foi a inclusão de produtos de comunicação via satélite em seu portfólio: antenas de 11 a 18 metros de diâmetro para as bandas C, Ku e Ku estendida para uso profissional.

Neste ano, o ritmo das vendas, segundo Contrucci, foi mais lento que o esperado: “Tínhamos grandes expectativas para o mercado de TV por assinatura para a Copa das Confederações, mas a demanda foi menor que a prevista”. Agora, a BrasilSat se prepara para os pedidos que devem começar em dezembro, com vistas à Copa do Mundo de 2014. “Tudo depende de uma melhora da economia e da queda da inflação”, avalia. O executivo prevê um crescimento de 2% na receita com o avanço das vendas de equipamentos de energia eólica, para compensar a

queda em outros mercados.

“A diversificação é importante para que nosso parque industrial sempre esteja em atividade. Por atuarmos em diversos mercados, um segmento compensa o outro. Apostamos em áreas emergentes como as de energia renovável e petróleo e gás”, afirma. Muitas empresas não conseguem trabalhar em tantos segmentos, pois perdem o foco. O diferencial da BrasilSat, segundo Contrucci, é administrar vários mercados, com bom atendimento aos clientes, mantendo a qualidade e prazos de entrega: “Estamos preparados para suprir a demanda por antenas em 2014, quando é esperado um crescimento ainda maior do mercado de TV por assinatura”.

Além das antenas, a empresa produz bloqueadores de celular para presídios com tecnologia por satélite. A inovação principal é o bloqueio do sinal de celular somente em determinado perímetro do presídio, sem interferir na vizinhança. Para o segmento de satélite, desenvolveu o projeto de antena Focal-Point de 3,6 metros, para operações em órbita inclinada geoestacionária, incluindo um sistema de rastreamento integrado, reduzindo custos envolvidos na exploração dos serviços. E para garantir a integridade dos sistemas de transmissão e recepção via satélite, desenvolveu soluções contra interferências nas faixas de frequência de 3,5 Ghz, utilizadas para comunicações em banda C, causadas por transmissões da rede de comunicações de dados para acesso em banda larga na tecnologia WiMAX previstos nos projetos cidades digitais.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
142.971,49	142.971,49	16.645	18,96	1,08

A Alcatel-Lucent reestrutura a oferta de tecnologias ópticas

Contratos para redes 4G e a oferta de novas tecnologias ópticas e IP deram à Alcatel-Lucent o prêmio de Destaque do Ano do *Anuário Telecom* em dois segmentos: equipamentos para redes e telefonia móvel. As vendas líquidas da companhia cresceram 11,2% em 2012, comparadas ao ano anterior, puxadas pela participação em projetos de redes ópticas e pela quarta geração da telefonia móvel com tecnologia LTE (Long Term Evolution). No início do ano, a Alcatel-Lucent mudou o comando mundial, com a nomeação de Michel Combes como CEO, enquanto no Brasil Jônio Foigel, que ocupava a presidência da empresa desde 2006, foi substituído por Javier Rodriguez Falcon. A empresa está reestruturando seu plano industrial, para deixar de ser fornecedora geral de equipamentos de telecomunicações, especializando-se em áreas específicas. Falcon destaca que a Alcatel-Lucent segue no país a diretriz mundial, com foco nos segmentos de tecnologia IP, roteadores, transporte e plataformas; equipamentos para banda ultralarga e tecnologias para redes sem fio; equipamentos ópticos GPON e telefonia fixa.

A pressão pela ampliação da cobertura móvel e a extensão do mercado brasileiro devem incrementar o mercado de small cells, ou microcélulas, que reforçam o sinal da rede em espaços não atendidos. “O crescimento da transmissão de dados nas redes de terceira e quarta gerações (3G e 4G) exige que as operadoras completem a cobertura e reforcem áreas por meio de estruturas menos custosas como as microcélulas”, ex-

plica o presidente da empresa, que aguarda a homologação desses equipamentos pela Anatel. A Alcatel-Lucent também estuda oferecer equipamentos para o Plano Nacional de Banda Larga e deve decidir nos próximos meses se há viabilidade de produção local.

Preparando-se para o crescimento da computação em nuvem, a Alcatel-Lucent lançou no Brasil o Nuage, sistema que permite levar para a rede (ou nuvem) funções tradicionais de comunicação e servidores. A solução é voltada para operadoras de telecomunicações e datacenters. Segundo empresa de consultoria e pesquisas IDC, o mercado de soluções de redes definidas por software (SDN) passará de US\$ 360 milhões em 2013 para US\$ 3,78 bilhões até 2016.

Com o crescimento da demanda pela computação em nuvem e armazenamento, haverá maior exigência de redes robustas. Os datacenters atuais são bem equipados em infraestrutura de TI, por isso podem adicionar ou alterar servidores e armazenamento virtual quase instantaneamente, a fim de satisfazer as exigências dos clientes. Mas o problema é a rede: ela não é flexível o bastante para fazer uso dessa capacidade. “O provisionamento de rede ainda requer um planejamento técnico detalhado, configuração manual de sistemas e processos complexos para conectar os clientes aos recursos de computação e armazenamento. Isso fica mais simples com soluções de SDN, foco da Alcatel-Lucent”, garante Falcon.

Outro mercado importante para a empresa no Brasil é o

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
ALCATEL-LUCENT	502,10	-0,55	8,67	30,81	1,77	0,00



Javier Rodriguez Falcon

presidente

“Há um mercado potencial imenso no Brasil para a reutilização de redes de cobre para a oferta de banda larga”.

reforço da capacidade de voz nas redes de quarta geração das operadoras com a arquitetura IMS (IP Multimedia Sub-System) e a comunicação máquina a máquina (M2M). A divisão IP da Alcatel-Lucent representa um negócio mundial de US\$ 2 bilhões ao ano, com market share de 25% no que se refere aos roteadores edge, usados para gerenciar conexões banda larga e qualidade de serviço, tanto para clientes residenciais quanto corporativos. Apenas na América Latina, o crescimento da divisão IP foi superior a 200% em 2012, comparado a 2011. Globalmente, a divisão IP da Alcatel-Lucent cresceu 20,9% ao ano, com receita de 624 milhões de euros. As redes fixas e as redes sem fio também representaram boas vendas no ano passado devido ao crescimento da LTE e à modernização de tecnologias legadas, cujas receitas alcançaram 468 milhões de euros e 1 bilhão de euros respectivamente. A receita no setor óptico foi de 422 milhões de euros, com queda de 5% em relação ao ano anterior.

Para 2014, segundo Falcon, a expectativa é de crescimento do mercado de small cells, soluções para acesso 3G e 4G, crescimento da venda de equipamentos de transporte IP e sistemas de acesso óptico de alta velocidade para clientes finais. As small cells integradas com hotspots Wi-Fi são gerenciadas de forma centralizada, para garantir que o tráfego de dados fique concentrado, cobrindo espaços antes não alcançados pelas redes 3G e 4G. O conceito traz como vantagens a economia de energia, a otimização do espectro, a garantia de maio-

res velocidades e menores índices de latência. Em contrapartida, exige a implantação de mais infraestrutura de redes (backhaul), já que cada microcélula precisa estar conectada a uma rede de banda larga.

Outra aposta da Alcatel-Lucent, segundo Falcon, é na tecnologia de vectoring, que permite reaproveitar e modernizar os cabos de cobre para telefonia e transmissão de dados: “Há um mercado potencial imenso no Brasil para a reutilização de redes de cobre já instaladas para a oferta de banda larga”. Em sua opinião, para que o governo cumpra a promessa de cobrir 90% do país com banda larga de alta velocidade, será necessário integrar tanto redes de fibra quanto de cobre e completar a cobertura de telefonia móvel com as small cells.

Entre os contratos recentes da companhia na América Latina, Falcon cita a rede de acesso e a rede principal de telefonia móvel de quarta geração para a Oi em seis cidades-sede da Copa das Confederações, além de São Paulo. A cobertura de 2,3 mil sites recebeu investimentos de US\$ 1 bilhão desde o ano passado. Em maio, a Alcatel-Lucent fechou um contrato para a implantação de uma rede nacional de fibra óptica na Argentina, com oferta de acesso à Internet de alta velocidade e televisão digital. O backbone de transporte terá tecnologia de fibra óptica de 100 Gbps em um contrato de US\$ 7,3 milhões, incluindo serviços de gerenciamento de projetos, treinamento e assistência técnica por cinco anos. No Brasil, a companhia celebrou neste ano três contratos para redes de 100 Gbps com operadoras.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
459.623,69	459.623,69	39.844	11,49	1,04

A Furukawa amplia a presença na América Latina

A desaceleração do mercado de fios e cabos em

2012 não afetou os planos de expansão da Furukawa nos mercados brasileiro e latino-americano. No início de 2013, a empresa anunciou investimentos de US\$ 30 milhões nos negócios na América Latina, ampliando em 80% a produção para atender a demanda por conexões via fibra óptica e redes inteligentes. O foco é a produção de cabos para redes inteligentes tipo OPGW (optical ground wire), tanto para a área de energia quanto para telecomunicações. Outra iniciativa é investir em pesquisa e desenvolvimento com a inauguração de um laboratório para redes FTTH (fiber to the home) e FTTx (fiber to the x, rede de acesso baseada em fibra que conecta uma grande quantidade de usuários finais a um ponto central).

A empresa vai expandir presença na América Latina com a inauguração em setembro de uma fábrica em Cali, na Colômbia, que exigiu investimentos de US\$ 5 milhões. A ela se junta a planta da Argentina, inaugurada em 2008, além do Brasil, cuja presença remonta a 1977. “Nossas exportações para o Mercosul continuam fortes e o planejamento da produção atende a demanda de infraestrutura para os próximos dois anos”, diz o presidente da Furukawa, Foad Shaikhzadeh.

As exportações cresceram entre 13% e 14% no ano passado e as vendas no mercado doméstico entre 5% e 6%. As fábricas da Argentina e da Colômbia são voltadas para produtos dedicados, customizados para os clientes, com o objetivo de aprimorar os serviços locais.

Devido à crise europeia Foad avalia que as subsidiárias das operadoras deixaram de fazer os investimentos planejados no Brasil em 2012: “No ano passado, os pacotes de incentivos fiscais para o Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) foram postergados. O mercado como um todo teve uma queda média de vendas de cabos ópticos entre 10 e 15%”.

Em 2013, no entanto, as vendas ganharam novo ritmo. Eventos como a Copa das Confederações, este ano, e a Copa do Mundo, em 2014, tiveram impacto a partir do final de 2012, com o fornecimento de infraestrutura para as redes internas dos estádios. A empresa forneceu cabos ópticos e metálicos para vários estádios que ficaram prontos para a Copa das Confederações, a exemplo da Arena Castelão, em Fortaleza (CE). Nesse estádio, a infraestrutura cobriu aproximadamente 1,5 mil pontos de acesso, incluindo campo, vestiários, espaços operacionais, arquibancada, camarotes e áreas externas do centro esportivo cearense. A expectativa com os eventos, no entanto, era maior. “Esperávamos que esses eventos gerassem demanda por mobilidade urbana e sistemas de monitoramento do tráfego, aquecendo o setor de infraestrutura de telecomunicações. Mas isso não aconteceu devido a uma falta geral de planejamento”, explica Foad.

A conexão entre datacenters, alavancada pela computação em nuvem, fortaleceu o segmento de infraestrutura de redes e compensou o investimento mais fraco das operadoras. De acordo com os dados do Anuário

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
FURUKAWA	383	-8,57	7,63	16,02	2,23	10,29



Foad Shaikhzadeh

presidente

“O mercado como um todo teve uma queda média de vendas de cabos ópticos entre 10 e 15%”.

Telecom, a receita líquida da Furukawa teve um crescimento negativo de 8,5% no ano passado, apesar dos bons resultados no segmento de redes internas.

Apostando no crescimento do mercado latino-americano de datacenters, a empresa anunciou em junho uma nova linha de produtos de infraestrutura óptica específica para o segmento. São distribuidores ópticos de última geração, pontos de consolidação, cassetes e patch panel TeraLan HDX. O objetivo é atender aos desafios de gestores de datacenters, como falta de espaço e custos de instalação e construção.

No início de 2013 também anunciou a criação, de uma nova subsidiária, a Engenharia de Sistemas e Soluções (ESS), com sede em São Paulo e voltada para a instalação de cabos com a linha ativa, sem desligamento da energia elétrica.

O desempenho da Furukawa no primeiro semestre de 2013 acompanhou o mesmo período do ano passado. Foad espera um segundo semestre ainda melhor com a liberação de planos de incentivo de novas redes do Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) para as operadoras: “O Ministério das Comunicações tem recebido projetos que devem ser liberados até o final do ano, o que incentiva as operadoras a investir”. O setor de telecomunicações é um insumo importante para a economia produtiva até em momentos de estagnação, pois alavanca investimentos. “Não esperamos grandes recuos, mesmo com o PIB baixo”, avalia.

Em 2012, a Furukawa faturou R\$ 446 milhões na Amé-

rica Latina com um crescimento de 8,4% comparado ao ano anterior. O Brasil contribuiu com 83% desses recursos – pouco mais de R\$ 370 milhões. A meta da empresa é chegar a 2015 com faturamento de R\$ 600 milhões. Em 2012, a empresa lançou vários produtos para atender novos serviços e retornou à área de energia. Um dos destaques foi o lançamento de cabos ópticos totalmente secos, com patente brasileira, e capazes de atender a demanda de redes de banda larga das operadoras. Em seu processo de fabricação, é totalmente eliminada a presença de compostos de gel de petróleo dentro das unidades ópticas. Os cabos já eram fabricados pela matriz da companhia em Curitiba, mas eram voltados para exportação. De acordo com o modelo, o cabo pode ser até 20% menor em diâmetro externo e até 40% mais leve que um cabo similar, reduzindo custos com transporte e manuseio. Para a venda local desse cabo, a Furukawa aumentou sua capacidade produtiva para atender o mercado de redes ópticas de longa distância. A empresa também investe fortemente em treinamento de pessoal, atividade que aumentou 42% em 2012, em relação à média dos anos anteriores. Com esse desempenho, obteve 34% de market share em toda a América Latina, sem a inclusão do México, ocupando o primeiro lugar entre as companhias do mesmo segmento. O market share da Furukawa no Brasil chegou a 50%, e, nos países do Cone Sul, a 24%. Já nos países andinos, essa participação é de 4%, posição que deve ser revertida com a instalação da fábrica na Colômbia.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
225.838,17	225.838,17	17.234	17,00	1,29

A Seccional diversifica os serviços e vence pelo 8º ano

A Seccional, fabricante de torres e postes para

telecomunicações e energia, sentiu a retração do setor no ano passado, mas manteve os planos de expansão e conquistou pelo oitavo ano consecutivo o prêmio de destaque do ano do *Anuário Telecom*. Inaugurou em setembro uma nova fábrica, que vai permitir triplicar a produção que hoje é de 800 toneladas por mês. O diretor superintendente, Paulo Emmanuel de Abreu Junior, diz que a empresa compensou a queda de encomendas com a diversificação de serviços e a exportação de produtos para países da África e da América Central: “Mantivemos os planos de ampliar produção, dobrando nossa fábrica para 80 mil metros quadrados, na Cidade Industrial de Curitiba”, diz Paulo. O compartilhamento da infraestrutura entre as operadoras para redes 4G e 3G, que inclui torres de telefonia, fez o mercado encolher um pouco, mesmo com o impulso dos grandes eventos como a Copa das Confederações e a Copa do Mundo. Essa conjuntura teve como resultado a falência de dois concorrentes da Seccional no último ano. “Por contarmos com uma fábrica bem estruturada, uma tradição de 37 anos de atuação e a confiança do mercado, seguimos atendendo o setor”, afirma Paulo. A diminuição da concorrência foi benéfica para a empresa, que herdou contratos das outras empresas.

Em 2012, a Seccional teve uma queda de 22,5% na receita líquida, mas ele espera uma retomada em 2013: “Assumimos novos contratos e reforçamos nossa atuação no seg-

mento de serviços como laudos técnicos para operadoras”. Neste ano, a empresa sente os efeitos do aumento de preço do aço, sua principal matéria-prima, que teve alta entre 10% e 15%. “Fomos precavidos, nos preparamos para o pico de preços formando estoques, mas logo teremos que repassar esse valor para o mercado”, alerta Paulo.

O executivo espera um aquecimento do setor já no final de 2013, em função da Copa do Mundo de 2014, assim como já aconteceu com a Copa das Confederações. Agora, as operadoras devem completar a cobertura de telefonia celular no entorno dos estádios para as redes 4G e reforçar a 3G. A Seccional deverá agregar mais produtos à linha para energia e iluminação que cresceu nos últimos anos e passou a ter mais peso em seu resultado.

Além de engenharia e produção, a empresa atua na cadeia de serviços oferecendo consultoria, planejamento e laudos técnicos para várias regiões do Brasil. Os produtos são configurados conforme as condições do site e a função dos equipamentos, com ensaio de materiais, testes em túnel de vento e outras técnicas para configurar cada torre ou poste. No setor de energia, os produtos são fabricados em série. “Em telecomunicações, fabricamos protótipos, cada torre é um novo projeto”, lembra o executivo. Esse atendimento personalizado é possível com a automação da fase de projeto e produção. A empresa conta com um software que agiliza o dimensionamento e o controle das variáveis do terreno como relevo, vento e solo, otimi-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
SECCIONAL	1.247,80	-22,58	31,11	26,18	1,67	0,00



circunavegação

Paulo Abreu Junior

diretor superintendente

“Reforçamos nossa atuação no segmento de serviços como laudos técnicos para operadoras”.

zando o processo industrial. Faz o dimensionamento da torre por elementos finitos, análise aerodinâmica, análise estrutural, construção com aços especiais, serviços de logística e montagem.

A instalação de torres e antenas para a Copa do Mundo e Olimpíadas para as redes 4G depende de autorização dos municípios, com legislações próprias que às vezes restringem construção dos sites. O compartilhamento da infraestrutura de 4G e 3G vem sendo defendido pelo governo federal para acelerar os projetos das redes móveis. Um decreto do Ministério das Comunicações propõe novas regras para o direito de passagem e vai permitir que operadoras compartilhem também fibras ópticas instaladas nas rodovias. O setor aguarda ainda a tramitação no Senado do projeto de lei que criará uma regulamentação única no país para a instalação das torres. Atualmente, existem 250 leis municipais para essas obras no Brasil segundo o Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e do Serviço Móvel Celular e Pessoal (SindiTeleBrasil), o que dificulta a ampliação das redes 3G e agora das novas 4G. Paulo Abreu acredita que a rede 4G vai acelerar esse processo no Brasil pela necessidade de expansão rápida da infraestrutura e pelo incentivo ao compartilhamento.

Hoje, tanto as operadoras quanto os provedores de infraestrutura enfrentam sérias dificuldades com a legislação e as regulamentações municipais. Outro obstáculo é a estética urbana. Para minimizar o impacto das torres na paisagem das cidades, a empresa tem reforçado a pro-

dução de postes metálicos monotubulares de montagem rápida, que, segundo Paulo, têm boa aceitação nas prefeituras: “Nos mercados dos grandes centros, a demanda é menor, devido à dificuldade de se obter a licença, mas no interior temos mantido projetos”.

Na avaliação do executivo, o setor continuará sua expansão em ritmo acelerado, já que as operadoras vão ter que continuar a atender metas de qualidade e dar conta dos contratos para redes 3G e 4G: “Em infraestrutura, o mercado continua aquecido”. Para cumprir metas de cobertura 3G e 4G para os próximos cinco a dez anos, a locação de torres deve se expandir. Um movimento nesse sentido foi a entrada no mercado de empresas especializadas em gerenciar essa infraestrutura. Hoje, o Brasil tem cerca de 50 mil torres, mas apenas 15% delas estão nas mãos de empresas especializadas em administrar essas estruturas, segundo estimativas do mercado. A maioria é gerenciada pelas quatro maiores empresas: TIM, Oi, Vivo e Claro. Nos Estados Unidos, por exemplo, as chamadas tower companies são donas de metade das estruturas. A infraestrutura própria de torres das operadoras é fruto de uma época em que a cobertura era o grande diferencial para ganhar o mercado. Quem entrava primeiro em uma localidade não tinha interesse em compartilhar sua torre com outra operadora, já que queria ficar sozinha no mercado. O mundo mudou, como atestam o compartilhamento e a entrada no mercado de empresas especializadas no gerenciamento dessa infraestrutura.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
14.569,20	14.423,51	4.532	53,95	0,59

O gerenciamento remoto mantém o ritmo da Leucotron

Com uma base instalada de 120 mil centrais de PABX e cerca de 2 milhões de usuários, a Leucotron apostou em novos serviços e na diversificação do mercado para conquistar, pelo terceiro ano consecutivo, o prêmio de Destaque do Ano do *Anuário Telecom*. Instalada no Vale da Eletrônica, em Santa Rita do Sapucaí, no interior de Minas, a empresa completou 30 anos em agosto como integradora de plataformas, software e sistemas de comunicação pessoal. “Repetimos em 2012 o resultado do ano anterior e devemos manter o ritmo de vendas neste ano com novos serviços”, avalia o diretor-geral, Marcos Goulart Vilela.

Seguindo a tendência do monitoramento remoto e gerenciamento de sistemas de comunicação, a Leucotron lançou o L.Connect, que previne paradas totais ou parciais no sistema de telefonia. “A inovação surgiu a partir da demanda de clientes que gostariam de ter um padrão superior de serviços, com um custo mais acessível”, diz Marcos. O serviço é baseado na metodologia ITIL (Information Technology Infrastructure Library), um conjunto de boas práticas e parâmetros internacionais, aplicados a infraestrutura, operação e manutenção de serviços. A novidade é destinada principalmente para pequenas e médias empresas, e foi desenvolvida para suprir a demanda de clientes que dependem muito do funcionamento da central telefônica para manter o negócio. Indisponibilidade para esses clientes significa menos vendas e insatisfação do público atendido. “Por mais que as centrais telefônicas da Leucotron sejam de altíssima qualidade e não

apresentem histórico de problemas, há sempre o risco de algum evento externo interferir no funcionamento da solução. Com esse serviço, qualquer evento que influencie a disponibilidade da central é rapidamente detectado e corrigido, com mais agilidade do que por meios tradicionais de manutenção”, diz o executivo.

A Leucotron também aposta na oferta de soluções híbridas que unem telefonia tradicional com sistemas IP com a linha PABX Ision IP, com touchscreen e baseada em interação. “O mercado prefere esse tipo de solução, em vez de migrar todo o ambiente para IP”, diz Marcos. A empresa firmou parcerias para atender diversos segmentos, a exemplo do hoteleiro, saúde, educação, financeiro e sucroenergético, integrando software especializados com seu sistema de comunicação.

Outro segmento promissor é o gerenciamento de contas telefônicas. Em maio, a Leucotron venceu licitação da prefeitura de Pouso Alegre (MG) para a instalação de um novo sistema de telefonia na administração pública municipal. O projeto reduziu em cerca de 40% os gastos com telefonia e permitiu a gestão centralizada dos custos com ligações feitas pelos órgãos da administração pública municipal. Foram instaladas centrais no Paço Municipal, onde todos os links e interfaces estão concentrados, assim como nas Secretarias de Saúde, Finanças e Jurídica. As outras localidades, incluindo escolas municipais, passaram a ser atendidas por ramais IP com ATL – um ramal remoto de voz sobre IP, sem a necessidade de ter um computador ligado para que

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
LEUCOTRON	359,70	-19,88	9,69	9,26	9,12	0,86



Marcos Goulart Vilela

diretor-geral

“Nossa ênfase é permitir mobilidade ao cliente, independente do aparelho que esteja usando”.

haja conexão. Há redução de custos, porque não há cobrança de tarifas nas ligações realizadas entre as secretarias e escolas, ou da prefeitura para essas unidades.

A comunicação unificada também está no radar da Leucotron que desenvolveu um sistema que transforma um celular que usa a rede Wi-Fi em ramal IP do PABX Active IP, permitindo mobilidade no acesso à central de telefonia. Outra novidade foi o lançamento de aplicativos para smartphones com sistema operacional Android e para o iPhone, que se transformam em um ramal móvel do PABX da Leucotron. “Nossa ênfase é permitir mobilidade ao cliente independente do aparelho que esteja usando”, diz Marcos Vilela.

O crescimento da empresa também passa por ampliar seu alcance internacional. A Leucotron está presente na Colômbia, por meio de uma parceria de representação com a REMS Engenharia, especializada em consultoria, projetos e implantação de soluções de comunicação e engenharia elétrica. “Toda a equipe é treinada pela Leucotron no Brasil e na Colômbia, com suporte do nosso departamento de pré e pós-vendas”, explica o diretor-geral. A parceria começou em 2011 e rendeu contratos com a Companhia Colombiana Automotriz (CCA), Terra Networks, Analizar Laboratório Clínico Automatizado e Flores de los Andes. No caso da Companhia Colombiana Automotriz, foi realizado um trabalho voltado à implementação de telefonia IP para montadoras de veículos locais, como Mazda, Mitsubishi e Ford. O portal de entretenimento de língua espanhola

Terra Networks, com presença em mais de 20 países, implantou um sistema de telefonia IP da Leucotron em suas diferentes filiais, para diminuir custos com telefonia e aumentar a eficiência de comunicação com outros países. O Analizar Laboratório Clínico Automatizado, que conta com 16 filiais, recebeu a central Ision IP, para diminuir ao máximo as chamadas não atendidas mediante o uso de ferramentas de supervisão em tempo real, o estabelecimento de critérios, balanceamento de distribuição e a gestão do desempenho de atendentes. A Flores de los Andes, que se dedica a negócios agrícolas, optou pela solução Leucotron para a interligação de uma central na sede principal, em área urbana, com um sistema IP de menor porte na zona rural.

A Leucotron conta com 180 colaboradores diretos e mais de 300 concessionárias autorizadas, empresas que vendem, instalam e dão assistência técnica em sua linha de produtos. Conta ainda com um canal de vendas diretas, responsável exclusivamente pelo atendimento a clientes de grande porte e de abrangência nacional. Segundo Marcos Vilela, seu grande diferencial é o investimento em inovação: 8% do faturamento são aplicados em pesquisa e desenvolvimento. A empresa também mantém convênio, principalmente para o desenvolvimento de software, com três universidades: o Instituto Nacional de Telecomunicações (Inatel), de Santa Rita do Sapucaí, a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), o Centro de Estudos de Sistemas Avançados do Recife (Cesar) e a UnB – Universidade de Brasília.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
15.731	15.731	-	8,29	0,87

O CPqD investe em inovação e consolida sua liderança

Veterano no mercado brasileiro de telecomunicações, o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações, o CPqD, segue acumulando prêmios de desempenho do Anuário Telecom consecutivamente desde 2010, além de ter sido destaque das edições de 2005 e 2006. O presidente Hélio Graciosa atribui o sucesso ao foco em inovação, com investimentos de R\$ 70 milhões em pesquisa e desenvolvimento no ano passado, R\$ 10 milhões a mais que 2011. O CPqD conta com mais de 25 laboratórios e cerca de 400 engenheiros, que executam ensaios e testes voltados para a indústria de diversos segmentos como o setor elétrico, além das operadoras.

O CPqD lançou uma nova versão do seu carro-chefe, o sistema de gerenciamento de planta de redes. Várias operadoras já estão atualizando o sistema, a exemplo de empresas no Uruguai e no Chile. No Brasil, segundo Graciosa, o produto é usado pela Telefônica, GVT e TIM: “Nosso maior desafio será ajudar os clientes a migrar para a nova versão, incluindo dez usuários nos Estados Unidos”. Recentemente, o CPqD lançou um sistema de gestão integrada da planta, contratado pela Embratel para análise e gerência de seus sistemas de fibras ópticas, com vistas aos grandes eventos que acontecem no país nos próximos anos. Da receita líquida de US\$ 135,4 milhões obtida pelo CPqD no ano passado, 60% correspondem à venda ou ao licenciamento de software.

A estratégia do CPqD também contempla a oferta de software como serviço (SAS). No ano passado, lançou o My Net, voltado para provedores de Internet, no qual o cliente paga um valor fixo mensal por sua utilização.

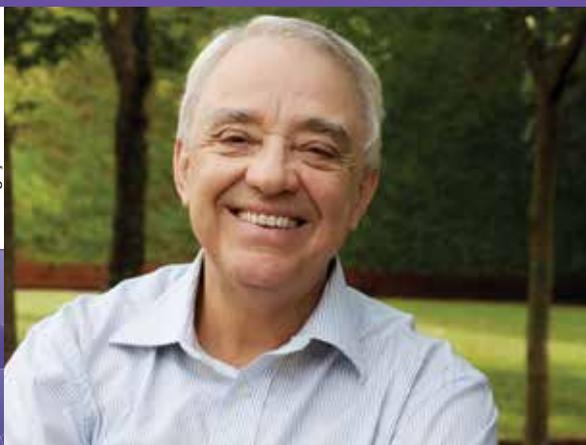
O sistema automatiza a operação e a supervisão da infraestrutura de rede, facilitando o seu gerenciamento. Se houver um problema como o rompimento de um cabo, por exemplo, é possível ver quais clientes serão afetados. Outra vantagem é fazer um balanceamento de banda conforme a necessidade dos usuários. “Uma das novidades está na forma da contratação e do suporte que pode ser dado diretamente pelo portal na Internet”, explica Graciosa. Segundo o executivo, a oferta do modelo SAS é uma tendência na gestão de redes, permitindo que especialistas cuidem da infraestrutura do cliente, sem que este precise se preocupar em contratar mão de obra.

O mercado de sistemas de faturamento para operadoras também está aquecido. O CPqD Billing foi o escolhido pela Algar Telecom, empresa do Grupo Algar, para migrar as redes de seu braço multimídia – que atende principalmente o segmento corporativo – para redes de nova geração (NGN), tomando sua infraestrutura 100% IP e facilitando a oferta de serviços convergentes. O sistema também foi adotado pela Oi para tarifar suas redes de DDD local e longa distância.

Para 2014, a aposta do CPqD é a telefonia celular de quarta geração. O centro está desenvolvendo uma solução composta de diversos produtos, como antenas, dispositivos de radiofrequência (RFID), estação rádio-base compacta, terminais LTE com interface para redes Wi-Fi e sistema de gerenciamento de rede padronizado no país na faixa de 450 MHz.

O aumento do uso de smartphones e a ameaça aos

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
CPqD	57,20	-7,87	2,83	2,78	1,38	1,70



Hélio Graciosa

presidente

R\$ 70 milhões investidos em pesquisa e desenvolvimento em 2012

dados transmitidos por meio desses dispositivos fez o CPqD reestruturar e ampliar o Laboratório de Segurança Cibernética para oferecer soluções de monitoramento. O laboratório também está desenvolvendo um sistema de autenticação biométrica para criar um ambiente seguro de acesso a serviços e informações, por meio de dispositivos móveis, sem a necessidade de memorização de senhas.

Outro segmento importante para o CPqD é a microeletrônica. O centro iniciou o design de circuitos integrados avançados para as placas utilizadas na fabricação de equipamentos para sistemas de comunicação óptica. Estratégicos para a indústria brasileira que atua nesse setor – e que hoje depende de componentes importados –, o projeto representa um passo importante para a autonomia e a competitividade do país na área de sistemas ópticos. Um dos circuitos integrados em desenvolvimento utiliza tecnologia de 16 nanômetros (um nanômetro é igual a um milésimo de milímetro) e tem cerca de 100 milhões de portas lógicas (gates). Poucas empresas no mundo detêm essa tecnologia. O projeto conta com o apoio do Funttel (Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações) do Ministério das Comunicações e tem duração prevista de três anos, devendo ser concluído no final de 2015. O resultado será um processador de sinais digitais (DSP, na sigla em inglês) para módulos transceptores ópticos – que realizam a transmissão por fibra óptica – com tecnologia de modulação coerente.

O outro projeto, também de três anos de duração, conta

com recursos do BNDES e tem como objetivo o desenvolvimento de um processador OTN (Optical Transport Network), utilizando tecnologia de 40 nanômetros e com aproximadamente 40 milhões de portas lógicas. Seu papel é fazer a manipulação e combinação de sinais com diferentes taxas de transmissão e protocolos distintos, transmitindo-os em seguida a 100 Gbits por segundo.

Para desenvolver esses dois projetos, o CPqD está montando uma equipe composta de 40 profissionais com experiência na indústria microeletrônica. Os circuitos integrados projetados no CPqD serão produzidos pela TSMC - Taiwan Semiconductor Manufacturing Company, uma das principais fabricantes independentes de chips dedicados.

No segmento de defesa, firmou um contrato com o Centro Tecnológico do Exército (CTEx) para a pesquisa e desenvolvimento de um projeto de Rádio Definido por Software (RDS). O acordo terá duração de três anos, com os primeiros resultados previstos para 2015. O RDS prevê a interoperabilidade nas comunicações das Forças Armadas e é parte do projeto de defesa cibernética do Ministério da Defesa. O conceito de rádio definido por software surgiu no Departamento de Defesa dos Estados Unidos, a partir da necessidade de ter equipamentos de rádio capazes de interagir com várias interfaces aéreas ao mesmo tempo, nas diferentes faixas de frequência existentes. O RDS permite executar novas funcionalidades por meio de software e transmitir formas de ondas criptografadas em diferentes frequências de operação, utilizando um mesmo hardware genérico do rádio transmissor e receptor.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
135.480	127.215	3.835	2,71	0,65

As comunicações unificadas fazem a diferença para a Intelbras

Nos últimos anos, foram poucas as empresas que continuaram investindo em fábricas e produção local de terminais e produtos para redes. A Intelbras persistiu na estratégia e agora colhe os benefícios da aposta. O ano passado marcou a saída da empresa do segmento de computadores para concentrar-se em terminais de telecomunicações, segurança e redes. A estratégia foi acertada: enquanto a maioria das empresas do setor encolheu, a Intelbras registrou crescimento de 1,68% em 2012, e obteve 10,52% de rentabilidade sobre vendas. “Decidimos sair de uma área de commodity, de baixo valor agregado e baixa margem, para focar em mercados que demandam mais serviços”, justifica o diretor-presidente da Intelbras, Altair Silvestri.

Alguns produtos que antes eram importados ganharam escala e começaram a ser produzidos localmente, como terminais ramais, PBX, aparelhos de telefone sem fio e roteadores, além de alguns produtos para a área de segurança. “Nos beneficiamos dos incentivos fiscais do governo federal, que nos deu condições de oferecer produtos de qualidade e mais competitivos”, diz.

A catarinense Intelbras tem fábrica em São José, onde fica sua matriz, e unidades produtivas em Santa Rita do Sapucaí (MG) e Manaus (AM). Santa Rita é responsável pelos produtos de segurança, São José ficou por redes e produtos de telecomunicações, e Manaus por videocâmeras, porteiros eletrônicos e DVRs. A empresa investe R\$ 40 milhões por ano na produção local e está expandindo a capacidade produtiva nas três plantas.

Para Silvestri, 2013 começou ainda melhor que 2012 pelo aumento de produção e o fato de a empresa depender menos de produtos importados: “Entre os complicadores da atual conjuntura econômica, a instabilidade do câmbio é o que mais atrapalha o planejamento de qualquer empresa, além da guerra fiscal”.

A Intelbras está investindo em centrais de PBX de maior porte com tecnologia IP e soluções integradas, além das centrais de médio porte. No ano passado, firmou parceria para o fornecimento do servidor de comunicação IP da Cisco para médias e pequenas empresas, com oferta de telefonia IP, telefonia Wi-Fi, softphones, videoconferência e mensagem instantânea de forma integrada. “A comunicação unificada chegou a todos os portes de empresas, unindo sistemas de telefonia fixa e móvel. Antes, apenas fornecíamos o equipamento, agora oferecemos mais soluções e serviços junto com nossos produtos”, diz Silvestri. Para ampliar presença nesse mercado, ele explica que a empresa investiu em produtos que integram serviços como mensagens instantâneas (chat), informações de presença, telefonia IP, videoconferência, controle de chamadas e reconhecimento de fala, com os serviços de comunicação unificada de mensagens (voz, e-mail, SMS), com interface centralizada através de múltiplos dispositivos: “Apostamos na integração de processos de negócios”.

A parceria da Cisco envolve também os gateways e telefones da Intelbras, pré e o pós-venda, assim como o treinamento dos parceiros comerciais. A empresa re-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/ vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
INTELBRAS	745,50	1,68	10,52	26,60	1,41	13,30



Altair Silvestri

diretor-presidente

“Apostamos na integração de processos de negócios”.

forçou a atuação em serviços, com a oferta integrada de equipamentos IP com soluções de rede em parceria com a Qualcomm. “Hoje, a demanda pela integração do celular com a telefonia fixa e a possibilidade de tornar o PBX o centro de serviços remotos são muito grandes, unindo terminal IP e celular como um produto único de acesso”, explica Silvestri.

A Intelbras investiu pesado na área de redes, rádios para provedores de Internet, roteadores e sistemas de segurança e controle de acesso. No início do ano, iniciou a venda de um roteador wireless totalmente desenvolvido no país e um switch gerenciável, com 24 portas gigabit Ethernet, e enlances ópticos de alta velocidade, e grandes distâncias para redes, voltado a provedores de Internet e redes, aproveitando o Programa Nacional de Banda Larga.

No varejo, entrou no segmento de monitoramento de vídeo residencial, olho mágico eletrônico, câmeras e gravadores de imagens e monitores de vídeo sem fio. “Projetamos para este ano um crescimento de 25% na área de segurança, mercado que continua aquecido”, afirma. Recentemente, a empresa anunciou a linha Easy Home, composto pelo kit de monitoramento e olho mágico digital, no qual a imagem do visitante é gravada num cartão SD Card assim que a campanha é acionada, permitido ao usuário conferir quem esteve em sua casa ou escritório na sua ausência. A empresa tem soluções para o gerenciamento de imagem em centrais condominiais e segurança eletrônica como câmeras e minicâmeras,

sistemas profissionais para grandes aplicações, como shoppings e estádios; centrais de alarme monitoradas e não monitoradas, de cerca elétrica, de comunicação condominial e de portaria; gravadores digitais de vídeo e aplicativos de segurança para tablets e smartphones. Outra estratégia é modernizar a linha de terminais telefônicos, segmento que nos últimos anos foi abandonado por várias empresas que atuavam no Brasil. Anunciou a linha TS 31 de telefones sem fio em quatro versões, com capacidade de expansão de ramais, display iluminado para identificação de chamadas e agenda com capacidade para armazenar 70 contatos. Os aparelhos ainda possuem bloqueio de chamadas originadas e registro que separa as ligações recebidas entre atendidas e não atendidas. Também lançou um telefone gôndola para espaços reduzidos, como cozinhas e pequenos estabelecimentos comerciais, que pode ser usado como interfone. Faz identificação de chamadas, tem monofone vazado e display luminoso na base que dispensa o uso de pilhas ou fonte de alimentação externa.

O fato de contar com fábrica local, segundo Silvestri, faz a diferença: “Estamos mais próximos do cliente, é mais simples para as empresas conhecerem nossos produtos, temos estoques e capacidade produtiva, além de uma completa rede de distribuição e instalação”. A Intelbras conta com 10 mil revendedores e 40 mil instaladores autorizados. “Treinamos 3 mil técnicos por mês para o pós-venda”, completa. Para facilitar a aquisição de produtos, a Intelbras oferece financiamento com o cartão BNDES.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq p/ Func (US\$ mil)	Giro dos Ativos
251.093	95.541	26.410	13,28	1,09



AÇÕES DE ENDOMARKETING
EVENTOS CORPORATIVOS
EXPERIÊNCIAS DE RELACIONAMENTO
FESTAS



Somos uma agência especializada na organização de eventos corporativos no mercado de Tecnologia da Informação.

Tratamos nossos clientes como parceiros e oferecemos toda a estrutura adequada para que seu evento seja uma experiência única e enriquecedora.

Traga a sua empresa para a CheckList!



**Alameda Ministro Rocha Azevedo, 1077 Conjunto 72
Jardim Paulista - São Paulo**

www.checklisteventos.com.br
atendimento@checklisteventos.com.br
11 3895-6821

serviços

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, ESTÃO OS PERFIS DAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS, CUJO DESEMPENHO LHE GARANTIU O PRÊMIO DE DESTAQUE DO ANO DO ANUÁRIO TELECOM 2013, EM SEUS RESPECTIVOS SEGMENTOS: ALLIED (CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO); VIAW (CONSULTORIA E PROJETOS); TECLAN (DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVOS); RADIANTE ENGENHARIA (GERENCIAMENTO DE REDES); LEVEL 3 (INFRAESTRUTURA DE REDES); TELEFÔNICA VIVO (INTERNET/ ACESSO, OPERADORAS DE SERVIÇOS MÓVEIS E OPERADORAS DE TELEFONIA FIXA); UOL DIVEO (INTERNET/SERVIÇOS); CEMIGTELECOM (SERVIÇOS CORPORATIVOS); GRUPO BINÁRIO (SERVIÇOS DE INTEGRAÇÃO); E GUIATEL (SERVIÇOS DE VALOR AGREGADO). A NET SERVIÇOS, DESTAQUE EM TV POR ASSINATURA, FOI TAMBÉM ESCOLHIDA A EMPRESA DO ANO (VEJA A REPORTAGEM DA PÁGINA 44).

A Allied amplia os centros de distribuição e confirma a liderança

A aposta na distribuição de smartphones e

tablets de diversas marcas turbinou os negócios da Allied no ano passado, com um crescimento de 65% nas vendas. O bom desempenho da empresa em 2012 lhe valeu o prêmio de Destaque do Ano no segmento de canais de comercialização pelo quinto ano consecutivo. O crescimento de sua receita líquida, de 36,6%, num ano de quase estagnação do setor, a colocou em segundo lugar na lista das 10 que mais cresceram em 2012.

“Com a redução do uso do telefone fixo e o aumento da interação virtual, por meio de aplicativos, redes sociais e mensagens instantâneas, os usuários de telefonia móvel estão em busca de aparelhos mais completos, que possam unificar as duas formas de comunicação”, diz o diretor presidente da Allied, Ricardo Radomysler.

Em 2012, a empresa direcionou investimentos para recursos humanos e infraestrutura e o foco nessas áreas continua neste ano. No primeiro semestre de 2013, ampliou o quadro comercial em 10%, segmentando ainda mais o atendimento. “Agora contamos também com áreas especializadas no fomento de negócios com as operadoras e no atendimento diferenciado ao mercado business to business”, afirma Ricardo. No ano passado, a empresa inaugurou um centro de distribuição em Recife (PE), para dar agilidade ao abastecimento aos clientes das regiões Norte e Nordeste.

Entre os obstáculos ao crescimento, ele aponta as questões tributárias e a chamada guerra fiscal: “Neste ano, o risco Brasil se elevou, contaminando o tripé câm-

bio, juros e dívida, resultando em uma desaceleração da economia, principalmente a partir de maio”. O maior impacto, no entanto, acontece com a elevação do custo de crédito, inflação em alta e aceleração da inadimplência. “O aumento do câmbio também acaba impactando indiretamente em nossos negócios, pois afeta o custo dos insumos utilizados na fabricação dos produtos pelos nossos fornecedores, gerando um aumento significativo nos preços de venda ao consumidor final. Esse impacto negativo está muito mais visível em 2013, com uma desvalorização cambial acumulada da ordem de 11%”, lembra. Na opinião dele, o consumo deve continuar em alta, mas como o crédito está mais caro, há o temor de diminuição do ritmo de vendas.

A Allied, no entanto, trabalha com um cenário positivo para o mercado de varejo brasileiro no próximo ano, alavancado pela realização da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016 no país. A estimativa é que o Brasil receba cerca de 600 mil visitantes durante a Copa, principalmente da América Latina, como divulgou o Instituto Brasileiro de Turismo. “São compradores em potencial”, anima-se Ricardo. Adicionalmente, em todos os países que sediaram os eventos, houve um aumento natural no fluxo de turistas e conseqüentemente há um incremento considerável nos recursos de todos os setores. “Esperamos um bom desempenho nos segmentos de tablets, smartphones com TV digital, câmeras fotográficas e acessórios em geral”, diz Ricardo.

A popularização do uso da Internet no celular e a agres-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)
ALLIED	2.693,30	36,60	4,38	1,85	0,00	108,87



Ricardo Radomysler

diretor presidente

“A alta procura por produtos desbloqueados foi muito importante para o nosso crescimento”.

sividade dos planos de dados das principais operadoras incentivaram os assinantes a trocar os aparelhos. Isso foi uma grande alavanca de vendas para a Allied, que, segundo seu diretor presidente, trabalha com as principais marcas do mercado: “A alta procura por produtos desbloqueados, propiciando maior liberdade de escolha ao usuário final, também foi muito importante para o nosso crescimento”. A Allied tem parcerias com todas as operadoras e diversos fabricantes, chegando ao varejo com suporte e marketing dessas marcas. “Essa triangulação é benéfica para nossos canais e para o consumidor, que procura um produto de qualidade e o pós-venda”, diz.

A Allied nomeou diretorias comerciais específicas para cada segmento de mercado, provendo soluções e facilitando as negociações entre operadoras, varejistas e fornecedores, viabilizando melhores ofertas para o consumidor final. Também desenvolve projetos diferenciados com produtos customizados com conteúdos e brindes específicos, como por exemplo as linhas Hello Kitty, Monster High, Garfield, entre outros.

Entre as novidades que a empresa está trazendo ao Brasil está a oferta de câmeras fotográficas da Nikon e a distribuição do Kindle, da Amazon. Para tablets, oferece as marcas Gradiente e CCE, e smartphones de diversos fornecedores. Como o ticket médio desses produtos é alto, aumentou a venda de acessórios como capas, carregadores adicionais para carros, fones bluetooth e cabos HDMI. Ricardo prevê um crescimento de 50% nas vendas nes-

te ano, mantendo seu diferencial de prestador de serviços, cobertura nacional e amplo portfólio de produtos. A solidez econômica da companhia e a experiência de mercado, segundo ele, fazem com que a empresa enfrente com mais facilidade os desafios como a guerra fiscal praticada entre os estados, o mercado cinza de eletroeletrônicos e a instabilidade cambial: “Nossa expectativa é que o resultado neste ano supere o registrado no exercício passado, mantendo o ritmo de vendas principalmente dos smartphones e tablets”.

Entre os trunfos da Allied, ele destaca a independência em relação a fabricantes e operadoras, sem contratos de exclusividade, que poderiam engessar o negócio: “Temos uma política de boa vizinhança com parceiros, fornecedores e canais de venda, e um bom mix de produtos para nossos canais”. Em 2012, a empresa diversificou a linha de atuação, enfatizando que não pretende ser apenas um distribuidor de produtos, mas um aliado tecnológico do varejo, oferecendo mais serviços aos clientes. “Estamos capacitados a suprir as necessidades de grandes e pequenos varejos no que se refere a extensão de portfólio, logística, serviços, atendimento e pós-venda”, garante Ricardo.

A Allied Advanced Technologies atua há 12 anos no mercado e conta com mais de 2,6 mil clientes ativos distribuídos em todo o território nacional. Hoje está presente em 10,7 mil pontos de venda. Desde março de 2011, atua em parceria com a One Equity Partners (OEP), braço de Investimentos do JP Morgan Chase & Co.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
762.787,96	758.974,02	33.422,00	17,84	2,04

A economia nas contas de telecom faz o sucesso da Via\W

Atrair o cliente em um cenário adverso é a vocação da Via\W Consultoria em Telecomunicações.

A necessidade de corte de custos de serviços de telecomunicações e um melhor gerenciamento de suas redes fizeram com que a empresa engordasse sua carteira de clientes com um crescimento de 40% em 2012. Para este ano, a expectativa é um salto ainda maior na avaliação do sócio-administrador Nelson Patrício Reis. Isso será possível, segundo ele, graças à boa aceitação dos serviços da companhia, que prometem reduzir custos de telecomunicações dos clientes em mais de 36%, por meio de uma gestão eficiente de contratos: “Em um cenário complexo em termos regulatórios, as empresas percebem que precisam de ajuda especializada nessa área. É aí que nós entramos com a nossa expertise”. Os frutos desse trabalho renderam um crescimento de 20,9% na receita líquida da empresa no ano passado, o que a colocou na lista das dez empresas que mais cresceram em todo o mercado brasileiro de telecom. Com uma rentabilidade sobre as vendas de incríveis 71,3%, a Via\W figura também entre as dez empresas mais rentáveis do Anuário Telecom.

A Via\W só é remunerada quando o cliente obtém efetivamente uma queda nos custos, o que aumenta a aceitação dos serviços. Isso deixa as empresas mais confortáveis em contratar o serviço, porque não precisam fazer um desembolso inicial e os custos são realizados apenas quando se comprovam os resultados do trabalho. “A gestão eficiente de contratos de telecom é uma necessidade indiscutível. E isso explica não só nosso crescimento em 2012, como nos permite uma projeção ainda mais otimista para o final de 2013”, avalia Nelson.

A companhia identifica o perfil de gastos de telecomunicações do cliente, seus contratos e a qualidade das tarifas. Como os serviços de telecomunicações têm regulamentos desiguais, muitas vezes a operadora pratica preços em função do ambiente competitivo, prejudicando o cliente. A Via\W atua na redução de custos em telefonia móvel, fixa e dados. Após um diagnóstico detalhado do perfil de gastos do cliente e levando em conta suas necessidades futuras, a empresa negocia com as operadoras e faz um acompanhamento mensal da qualidade da fatura e da efetiva prestação dos serviços contratados. O público-alvo são empresas com gastos de telecomunicações acima de R\$ 100 mil/mês. Com a popularização da computação em nuvem e da conectividade dos executivos com suas empresas, estas passaram a valorizar mais a qualidade das redes e conseqüentemente os gastos com esse serviço. “Os custos de telecomunicações das empresas aumentaram muito com o incremento da conexão de smartphones e tablets na rede corporativa”, diz Nelson Reis.

A computação em nuvem levou para as empresas um ambiente mais complexo de redes de voz e dados e mais dificuldade para administrar esses ambientes. Como resultado, muitas companhias acabam pagando por serviços que não precisam ou que deixaram de utilizar – como celulares de funcionários que saíram da empresa e links superdimensionados. O aumento do uso de aplicações móveis traz ainda mais desafios aos gestores, aumentando a preocupação com a segurança dos dados corporativos. Gerir tais interações entre aplicações móveis, sistemas corporativos e a nuvem exige

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)
VIAW	8.411,70	20,96	71,36	10,79	0,00	297,67



Nelson Patrício Reis

sócio-administrador

“Os custos de telecomunicações aumentaram muito com a conexão de smartphones à rede corporativa”.

capacidade adicional de gerenciamento, que alavanca serviços de auditoria e monitoramento de redes.

A ViaW tem vários projetos em andamento cuja duração média é de quatro a cinco meses, por isso projeta um crescimento acima de 40% no faturamento neste ano. Entre os clientes estão empresas como Camargo Correa, Banco Itaú, Pão de Açúcar, MRV, Faber-Castell, Icatu, Renner, Serasa e Amil. Nelson aponta algumas razões para o crescimento dos negócios com essas companhias: “Com a explosão do consumo das classes C e D, nossos clientes aumentaram os gastos com atendimento entre 15% a 20% ao ano, fazendo com que procurassem a otimização dos custos.

Ao mesmo tempo em que cortam gastos em outros setores, as empresas não conseguem fazer o mesmo nas telecomunicações. O tráfego de dados só aumenta: é possível, por exemplo, trocar viagens por videoconferência. Cada vez mais os executivos trabalham de forma remota, exigindo redes mais confiáveis. Telecomunicações é um indicador que não cai para as empresas e isso é bom para o negócio da ViaW”. Com a queda na atividade econômica brasileira as empresas passaram a ficar mais atentas aos custos. “Conseguimos clientes que antes não estavam muito motivados e agora têm como prioridade a redução de custos. Todos começam a olhar seus contratos com lupa”, diz.

A empresa tem sede em São Paulo, atua no Mato Grosso do Sul, Maranhão e Minas Gerais e pretende, segundo Nelson, estender os serviços para outros estados: “Em 2014, o grande desafio será manter as melhores práticas de preço de gestão de contrato e ampliar a atuação em mais geografias no país”.

A ViaW não tem vínculo com operadoras, fornecedores de serviços ou equipamentos. O foco é a busca de economia para os clientes, com melhorias nos níveis de serviços (SLAs) contratados. “Conhecemos o negócio das operadoras, regras e leis de telecomunicações, além dos preços praticados no mercado, o que nos dá um diferencial para agregar valor ao cliente”, completa.

Um sistema proprietário permite o monitoramento, auditoria, relatórios e controle de tarifação. Com ele, os clientes contam com um sistema de gestão de contas, com batimentos mensais do que foi contratado e do que foi pago e instalado (planta versus contrato), atuando, segundo Nelson, na redução de custos atuais de telecom, monitoramento e auditoria das faturas e recuperação dos valores cobrados incorretamente: “O gestor tem à sua disposição um suporte sob demanda, podendo dedicar-se às atividades principais de sua empresa, sem se preocupar com a gestão das telecomunicações, que absorve muito das energias do dia a dia”.

De acordo com Nelson, o fato de o Congresso Nacional preparar uma lei de defesa dos usuários dos serviços públicos, que vai criar novas regras para as concessionárias e permissionárias de serviços de telecomunicações, representa uma oportunidade de crescimento para a ViaW. Isso porque os prestadores deverão colocar à disposição do usuário formulários simplificados para a apresentação de dúvidas, reclamações e sugestões, aumentando a interação do cliente com as operadoras. Um processo administrativo será instaurado mediante apresentação de qualquer usuário



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
5.839,70	5.839,70	4.167	89,11	1,14

A Teclan reforça a oferta de serviços integrados para call centers

Referência em soluções de contact center, a

catarinense Teclan está presente no mercado há mais de 20 anos com serviços integrados para o mercado corporativo e operadoras. Em 2012, teve um crescimento da receita líquida de 42,8%, índice que a colocaria como a segunda colocada entre as 10 empresas que mais cresceram (para isso, porém, de acordo com os critérios do *Anuário Telecom*, a Teclan precisaria figurar entre as 100 maiores do setor). O diretor presidente, Claudio Luiz Moreira de Sá, lembra que o bom desempenho do ano passado se deveu especialmente à expansão do licenciamento de software para posições de call center: “Nossa receita está evoluindo dentro de uma curva de crescimento linear ao longo dos últimos três anos”. O licenciamento de software cresce entre 35 e 45% ao ano, alavancado pelo lançamento da plataforma multisserviço IPack Unified, que integra tecnologias de discagem, gravação, Unidade de Resposta Audível (URA), SMS (mensagens de texto), telefonia IP e suporte a CRM (sistema de relacionamento com clientes). O sistema é voltado a operações de cobrança, televendas e SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente).

Por meio da automação da discagem, o IPack Unified permite aumento da produtividade e um maior contato da equipe com as pessoas certas. A gravação do atendimento supre as necessidades de gestão da qualidade, segurança das transações e também da obrigatoriedade de gravação e de recuperação por força de legislação. O recurso de gravação digital permite gravar e armazenar todo o processo de relacionamento

dos agentes com os clientes, com diversos filtros para recuperação. A solução também oferece redução dos custos de telefonia, por meio da adoção de telefonia IP e de rotas de discagem inteligentes, gerando chamadas de fixo para fixo e de celular para celular. O sistema permite gerenciar, configurar e desenvolver aplicações customizadas de URA ativa e receptiva. “A solução usa tecnologias avançadas para a conversão de textos em fala, permitindo gerar falas de forma natural, além de integrar aplicações de reconhecimento de voz e detecção dos comandos feitos pelo cliente no teclado do telefone”, explica Claudio. O sistema permite gerenciar, configurar e desenvolver remotamente aplicações customizadas de URA ativa e receptiva, de acordo com a necessidade do cliente. Permite veicular arquivos de áudio gravados em estúdio. “A URA ativa é usada em contact centers de cobrança e televendas, gera chamadas aos clientes veiculando mensagens gravadas (metralhadora de voz) e também permite o envio de SMS (metralhadora de SMS). Já a URA receptiva, utilizada principalmente em SACs, recebe ligações dos clientes do contact center e executa uma mensagem de pré-atendimento”, diz.

Para este ano, o executivo prevê crescimento do mercado de discadores e gravadores, seguindo a tendência das empresas que buscam uma melhor interação com seus clientes, mesmo em períodos de crise.

Entre as novidades da Teclan, segundo Claudio, está a oferta de seus produtos de forma unificada: “As empresas demandam solução única completa, inclusive

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)	...
	TECLAN	357,10	42,89	7,02	1,35	47,07	8,74	



Claudio Sá

diretor presidente

“As empresas demandam solução única completa, inclusive telefonia e serviços.”

telefonia e serviços”.

O Contact Center Virtual é uma solução unificada de Software como Serviço (SAS), desenvolvida para pequenas centrais de atendimento e para empresas maiores, que necessitam de recursos adicionais. A solução conta com o IPack Unified e recursos de infraestrutura necessários para suas operações ativas ou receptivas na nuvem. O contact center passa a contar com discador automático, gravador, telefonia IP e outros recursos para a gestão das operações. “Todas as aplicações podem ser acessadas pela Internet, via navegador”, diz Claudio.

As informações de dados e voz das campanhas ficam armazenadas em um datacenter terceirizado, garantindo a otimização de recursos. O cliente ganha espaço físico e não há dispêndio de energia elétrica e necessidade de equipe técnica própria para manter os servidores, contando com a facilidade de uma estrutura de TI simplificada, uma vez que todos os recursos são fornecidos e mantidos pela Teclan.

Para a vertical de operadoras, a empresa oferece seu sistema de auxílio à lista para telefonia fixa. O principal cliente desse produto é a Oi. “Acredito que aos poucos as empresas vão adotar o sistema também para o segmento de telefonia móvel, o que representa um mercado potencial de 265 milhões de assinantes”, avalia o executivo. No segmento de serviços para o mercado corporativo, a Teclan desenvolve campanhas de pesquisa de opinião, oferta de vendas sem intervenção de agentes ou por meio deles. A empresa soma 4 mil posições de atendimento licenciadas em call centers, fora canais de URA,

e prevê alcançar 5 mil posições até o final deste ano. Para isso, está prospectando mercados fora do Brasil, especialmente países africanos de língua portuguesa e os membros do Mercosul.

A Teclan estima aumentar entre 20 e 25% o seu faturamento este ano com a abertura de um escritório em São Paulo e outro no Rio de Janeiro, para dar mais agilidade à área comercial da empresa na região. Somente o Estado de São Paulo responde por 30% da receita total da Teclan. O foco são os grandes call centers, que demandam muitos canais de URA e soluções integradas para aumentar a produtividade e reduzir os custos. Segundo Claudio, o setor está aquecido e exigiu uma presença comercial mais próxima do maior mercado consumidor de tecnologia da informação e comunicação do país. A nova sede em São Paulo, diz ele, é parte da estratégia de expandir sua atuação no Sudeste do país, atendendo à crescente demanda por serviços e soluções na região: “Com essa iniciativa, pretendemos ampliar a base de clientes e fazer novas parcerias de negócio. Além disso, estamos mais próximos das empresas, reforçando nossa prática de oferecer um atendimento personalizado”. O negócio da Teclan é 100% software e ganha espaço com a estratégia de desenvolver pacotes customizados para diversos segmentos da indústria.

Entre os clientes da Teclan estão empresas como o Serpro, TIM, Infraero, Forno de Minas, Contax, Grupo Bandeira e SistemSat. “Temos um portfólio diversificado e estamos presentes em todos os estados do Brasil”, completa o executivo.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
4.482,13	4.482,13	315	111,55	3,31

A Radiante amplia o cardápio de serviços para as operadoras

A Radiante Engenharia de Telecomunicações

seguiu a tendência do mercado e teve vendas estáveis no primeiro semestre de 2013. Já 2012 foi mais positivo para a empresa, que obteve um crescimento de 7,51% em sua receita líquida, em comparação a 2011. “Só para se ter uma ideia de como o mercado mudou, em 2011 crescemos 57%”, diz o diretor-presidente, Hélio Bampi.

A Radiante é especializada em planejamento, projeto, implantação e manutenção de redes e equipamentos de telecomunicações e também faz serviços técnicos de infraestrutura de energia e alinhamento de equipamentos. A estabilidade na receita gerada pela prestação de serviços, em comparação com o mesmo período do ano passado, se deve a diversos fatores. Entre eles, a dificuldade em obter licenças de órgãos competentes para a implantação de cabos nas vias públicas. “Outro fator é a frustração de expectativas de crescimento da economia brasileira, que vive uma fase de instabilidade em termos de inflação e de oscilação da taxa de câmbio, além de gargalos na infraestrutura”, avalia Hélio.

A falta de investimentos, segundo ele, é particularmente crítica para o setor de telecomunicações, devido ao crescimento exponencial do tráfego de dados e da Internet: “Em função desse crescimento, as operadoras têm que investir cada vez mais, sofrendo com a redução da rentabilidade”.

Uma das soluções nesse cenário é a definição do mar-

co regulatório da Internet, que deve remunerar as empresas pela quantidade do tráfego de dados. “Hoje se carrega voz, vídeo, e dados pela infraestrutura de rede. Somados ao tráfego das redes 3G e 4G provocam gargalos. É necessária a expansão da infraestrutura, mas a receita para isso deve vir dos serviços”, diz. Para ele, o marco regulatório deve ser equacionado para que haja uma fonte segura de investimentos: sem isso, o setor não deve crescer como o previsto. Hélio espera um 2014 melhor para o setor. O marco civil e a preparação para a Copa e as Olimpíadas, ele prevê, devem impulsionar as compras: “As empresas devem ser remuneradas pelo tráfego. Quem paga o descongestionamento da rede? Não tem mágica”.

Segundo institutos de pesquisa, o tráfego de voz e dados deve aumentar entre 20 e 50 vezes até 2016. Isso vai prejudicar o fluxo de caixa das operadoras, que buscam preservar rentabilidade. Para que ampliem a infraestrutura de redes 3G e 4G, precisam gerar maior rentabilidade no tráfego de dados.

A Radiante é parte integrante dessa cadeia, com foco em projeto, construção de backbone local e de longa distância, por meio de cabos ópticos. Entre os segmentos aquecidos nesse setor, Hélio aponta: os projetos de construção de acessos de fibras metropolitanas, de rádio e por satélite, no atendimento à expansão de acessos de banda larga, implantação de equipamentos de ativação de circuito de dados e comunicação de dados, recursos para tráfego de banda larga de alta velocidade

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)
RADIANTE	259,70	7,51	5,05	1,94	3,69	2,53



Hélio Bampi

diretor-presidente

“É necessária a expansão da infraestrutura, mas a receita para isso deve vir dos serviços”

e comunicação de dados corporativos. Outro foco da Radiante é a manutenção de circuitos de dados, redes, fibra, redes metropolitanas, rádio e satélite.

A expansão da rede 3G e os lançamentos da rede 4G, em função da Copa das Confederações e da Copa do Mundo, renderam bons contratos para a empresa no ano passado, com a implantação de fibras para o backhaul. Mais contratos são esperados com a expansão das redes das operadoras. Isso depende da obtenção de licenças para a passagem de cabos subterrâneos nos municípios, destravando a expansão das redes 3G e 4G. Outro obstáculo, segundo Hélio, são as restrições à implantação de antenas: “Uma lei específica, que pode dar um impulso ao setor, está parada no Congresso. Tudo isso tem impacto no resultado das empresas”.

Neste ano de 2013, a Radiante comemora contratos de backbone de 800 quilômetros de fibra óptica enterrada, ligando Palmas, no Tocantins, a Itinga, no Maranhão, para a Vivo; e 500 quilômetros ligando Campo Grande, no Mato Grosso do Sul, a Rondonópolis, no Mato Grosso, para a Embratel. A empresa também entrega neste ano para a Embratel 570 quilômetros de cabos aéreos ligando Pato Branco a Ponta Grossa, no Paraná, interligando várias cidades no caminho.

A empresa aposta neste ano e 2014 em mais contratos para ampliar redes metropolitanas por meio de anéis ópticos. Mas também aí há entraves e obras paradas aguardando alvarás de prefeituras. “Muitas vezes, as prefeituras querem negociar contraparti-

das para o uso do subsolo, mas precisam aguardar jurisprudência do STF. Com todos esses entraves, as obras acabam não saindo”, lamenta Hélio. Após as licenças, o prazo médio para a liberação de passagem de cabo ultrapassa os 60 dias.

Ele admite que a inauguração de novos datacenters e os projetos de computação em nuvem acrescentam mais tráfego de telecomunicações e a necessidade de expansão das redes exigindo mais rotas de fibras: “Tudo isso ampliou nosso mercado, mas num ritmo mais lento do que planejamos entre 2012/2013, devido ao fraco crescimento do PIB e do baixo desempenho de toda a economia. Esperamos um ritmo mais intenso até o final do ano com o aumento do tráfego de voz e dados”. Com a aprovação da Lei de Antenas, a empresa também espera assinar mais contratos para a implantação de backhaul em novas estações rádio-base (ERB), que dão impulso à implantação de fibras para anéis ópticos.

A alta do dólar, segundo Hélio, aumentou o déficit do setor de telecomunicações: “Mais inflação, taxa de câmbio, instabilidade política e institucional, paralisação dos portos e transportes coletivos, tudo refletiu em menor produtividade do setor e da economia brasileira como um todo”.

Um incentivo que terá impacto sobre as vendas foi a publicação de um regime especial de tributação para o Programa Nacional de Banda Larga, que suspende a incidência do IPI, PIS/Pasep e Cofins para a construção de novas redes de telecomunicações.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
39.013,65	39.013,65	1.300	57,93	2,49

A Level 3 amplia a capacidade de distribuição de conteúdo

Com uma rede global de 161 mil quilômetros de fibras ópticas e presença em 55 mercados, a Level 3 teve um faturamento mundial de US\$ 6,37 bilhões no ano passado e cresceu 1% em relação a 2011. A região da América Latina surpreendeu com um crescimento de 5%, alcançando receita de US\$ 701 milhões. No Brasil, a receita em dólares recuou 1,8%, mas a rentabilidade sobre as vendas foi de 22,4%. A empresa beneficiou-se da demanda por processamento e conectividade entre as médias e grandes companhias, governo, Internet Service Providers, operadoras, datacenters e serviços de voz. O vice-presidente sênior de vendas da Level 3, Marcos Malfatti, destaca que no Brasil os segmentos mais aquecidos foram o varejo, indústria e serviços, e-commerce, transporte de dados de alta capacidade para bancos e corretoras de valores, educação, hotéis e entretenimento: "Houve crescimento da demanda por nossas ofertas tradicionais de transmissão de dados baseadas em uma extensa rede de fibras ópticas submarinas e terrestres".

Para atender esses mercados, a empresa fez vários lançamentos no país, como o CDN – Content Delivery Network, para distribuição de conteúdo e atualização de arquivos, com aplicações em comércio eletrônico. O sistema permite suportar a exigência de alta disponibilidade das lojas on-line, reduzindo o tempo de espera dos clientes, carregando mais rápido o conteúdo estático da página com imagens, dados e layout, reduzindo a espera dos consumidores e evitando a perda de vendas. Para o mercado de cloud computing, oferece

o DEC – Dynamic Enterprise Computing, com serviços de processamento e storage. Outra aposta são serviços de transporte de vídeo com alcance global, voltados para empresas de entretenimento e emissoras de televisão. O sistema leva imagens coletadas em um ponto do planeta a seus espectadores em qualquer parte do mundo. "Estamos preparados para atender os grandes eventos internacionais que vão acontecer no Brasil, com soluções voltadas ao mercado de transmissão de conteúdo", diz Marcos.

As soluções para o segmento de vídeo incluem transmissão, encoders, decoders e equipamentos de conversão de formatos e protocolos, e ferramentas de gestão de vídeo para distribuição e entrega de imagens. A rede dedicada da empresa conecta mais de 1,3 mil pontos de interesse em 300 cidades de 26 países. Nos últimos anos, a Level 3 teve participação importante na transmissão e serviços de vídeo em eventos como a final da Copa UEFA 2013, o SuperBowl, os torneios de tênis de Wimbledon, Roland Garros e US Open, a Copa do Mundo da África 2010. A empresa também oferece equipamentos para sistemas de telefonia com serviços de conferências por vídeo, áudio e web.

Os investimentos de 2012 se concentraram na ampliação da capacidade global da rede de entrega de conteúdo, expansão de serviços de transmissão de vídeo e na melhoria da ferramenta integrada de monitoramento e gestão para as redes de telecomunicações. A empresa, segundo o executivo, expandiu a capacidade da rede submarina, a capilaridade das redes metropolitanas e

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)	...
	LEVEL 3	2.600,40	-1,82	22,46	0,99	2,07	97,78	



Marcos Malfatti

vice-presidente de vendas

Aposta bem sucedida no segmento de mobilidade

os datacenters: “Fazemos parte de uma indústria que muda frequentemente, precisamos estar atentos a essas mudanças e às necessidades que elas trazem em um futuro não muito distante”.

Em 2012 a empresa consolidou o crescimento e alcançou metas. E neste ano preparou-se para atender a demanda por Internet móvel, transporte de conteúdo e cloud computing. “Temos datacenters em São Paulo, Rio de Janeiro e Curitiba, mercados onde estão nossos principais clientes”, explica.

Entre os projetos no Brasil, está o Porto Maravilha, no Rio de Janeiro, e a preparação para a infraestrutura das Olimpíadas de 2016. Em Porto Alegre, trabalha em uma rede interligando a capital gaúcha a Buenos Aires, na Argentina. A Level 3 atende a crescente demanda de dados da Internet por meio de uma rede de cabos submarinos que ligam o Brasil aos Estados Unidos, cuja capacidade é constantemente ampliada. As redes metropolitanas contam com cabos de 100 GB de capacidade em São Paulo e na interligação entre o Rio de Janeiro e a capital paulista. A implantação da rede de telefonia móvel 4G no Brasil e a expansão da cobertura da rede 3G traz oportunidades de venda de links para as operadoras que respondem por 20% da receita da Level 3 no país. A empresa também é responsável por conectar de forma on-line os jogadores brasileiros do game League of Legends, da Riot Games, que até o ano passado era feita via Miami. O game tem mais de 32 milhões de jogadores ativos no mundo e o servidor local diminui a latência da rede, ou seja, o tempo que

as informações levam para trafegar.

“Durante toda a história da empresa, nos preparamos em infraestrutura e serviços para atender o crescimento da demanda prevista para os próximos anos”, garante Marcos Malfatti. Isso implicou o reforço dos serviços de datacenter e transmissão de dados para atender a expansão serviços de Internet móvel e fixa a partir da explosão do uso de tablets e smartphones, e pela adoção de modelos de serviços gerenciados, outsourcing e cloud computing.

Para ele, este ano foi promissor para as telecomunicações, devido ao incremento de demanda por conteúdo móvel de vídeo, serviços baseados em Internet, incluindo vídeos, jogos, música e ferramentas de redes sociais, criando oportunidades para provedores de redes de distribuição de conteúdos: “Cresceu muito o volume de tráfego de dados com o incremento do uso de redes sociais e video on demand (VoD), que exigem segurança e qualidade das redes”. A demanda por mais processamento motivou a expansão dos datacenters da companhia no Brasil em 2012 e da infraestrutura de fibra óptica.

A Level 3 é fruto de uma joint venture formada em 2011 com a Global Crossing, com presença nas redes centrais da América do Norte, Europa, Oriente Médio, África, América Latina e Ásia. Fundada originalmente em 1985, fez várias aquisições ao longo de sua história como a WilTel no final de 2005. Em 2006 foi a vez da Progress Telecom, ICG, TelCove e a Looking Glass Networks e em 2007 adquiriu a Broadwing, empresa de serviços de rede de fornecimento de conteúdos.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
269.441,39	202.081,04	60.523	177,89	0,89

A Telefônica amplia a banda larga fixa e mantém a hegemonia

A Telefônica Vivo é Destaque do Ano do Anuário Telecom em serviços de acesso à Internet pelo terceiro ano consecutivo, graças à expansão de sua base de usuários de banda larga fixa no estado de São Paulo. A empresa alcançou um total de 3,83 milhões de clientes até o segundo trimestre de 2013. Foram registradas 84 mil adições líquidas entre abril e junho, número quatro vezes superior ao primeiro trimestre do ano, sendo que 80% do volume de adições ocorreu em serviços com maiores velocidades, acima de 4 Mbps. Com isso, a receita de dados cresceu 2,5% na comparação anual. Uma das apostas da companhia, a conexão por fibra óptica até a casa do cliente, alcançou 150 mil acessos em junho, ante 125 mil contabilizados no primeiro trimestre, ou seja, um aumento de 16% na base. O serviço cobre atualmente 1,4 milhão de domicílios. “As pessoas e empresas querem ficar cada vez mais conectadas, aumentando o ritmo dos ingressos provenientes de serviços de dados. Para se ter ideia, as receitas de Internet tiveram elevação pelo quarto trimestre consecutivo: incremento de 35,7% na comparação com abril-junho do ano passado”, anima-se Antonio Carlos Valente, presidente do grupo Telefônica Vivo.

A venda de redes de serviços de acesso em banda larga de altíssima velocidade, por meio de fibra óptica, foi um dos destaques da operadora no ano passado e continua se expandindo em 2013. Segundo Valente, a empresa é pioneira na oferta de acesso à Internet de até 200 Mbps em conexão até a casa do cliente: “O mercado brasileiro

de banda larga fixa residencial está crescendo e exige ofertas cada vez mais sofisticadas para conectar múltiplos dispositivos móveis como tablets, smartphones e TV por rede IP”.

Depois de instalar uma infraestrutura de fibra óptica que alcança mais de 1 milhão de domicílios na cidade de São Paulo, a Telefônica Vivo lançou no final do ano passado seu serviço de IPTV. Batizado de Vivo Fibra TV, ele utiliza plataforma Microsoft Mediaroom e set-top box da Cisco. Um dos diferenciais do serviço é a possibilidade de gravação digital, cujo conteúdo poderá ser acessado de qualquer ponto da casa e não apenas onde foi gravado. A empresa está desenvolvendo uma nova versão da plataforma que irá agregar outras aplicações, inclusive a integração com o Xbox, da Microsoft, além de oferecer acesso ao conteúdo para outros dispositivos móveis como os tablets. A chegada do Vivo Fibra TV a outras cidades onde a empresa já instalou rede de fibra óptica depende da obtenção da licença de Serviço de Acesso Condicionado (SeaC) pela Anatel.

No primeiro trimestre de 2013, o Brasil tornou-se o maior mercado do grupo Telefônica em receitas. A operação brasileira já tinha a maior base de clientes da holding espanhola e pela primeira vez superou a operação doméstica em faturamento, somando 3,263 bilhões de euros, o que representa também mais da metade da receita da companhia na América Latina. Por sua vez, a atuação no mercado latino-americano já responde por mais da metade das receitas do grupo pelo segundo trimestre seguido.

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)
TELEFÔNICA VIVO	760,30	-26,48	34,57	1,10	2,30	-



Antonio Carlos Valente

presidente

“O mercado brasileiro de banda larga fixa residencial exige ofertas cada vez mais sofisticadas”.

Em julho deste ano, no entanto, a Espanha passou novamente o Brasil como maior mercado do grupo em receitas. Para o segmento corporativo, uma das grandes apostas da Telefônica Vivo no Brasil são os serviços de data-center. Inaugurada em setembro do ano passado, com investimentos de R\$ 400 milhões em Tamboré, região metropolitana de São Paulo, a unidade é considerada a mais moderna do grupo espanhol e começou a usar mais de sua capacidade neste ano. A operadora lançou a oferta de serviços em nuvem, utilizando essa estrutura, o Vivo Cloud Plus, com foco nos médios e grandes negócios. O trunfo do empreendimento, segundo Valente, é a união da infraestrutura de telecomunicações com as ferramentas de tecnologia da informação: “Pre vemos que o Brasil tenha participação importante nas receitas do grupo também nesse segmento. O fato de ser um data-center nacional, e de ter uma presença forte no mercado corporativo móvel e fixo, é um diferencial importante”. O serviço também é voltado para grandes empresas como bancos e varejistas que têm seus próprios data-centers, mas precisam de uma estrutura de backup. A plataforma Vivo Cloud Plus oferece infraestrutura como serviço (IAS) e também software como serviço (SAS). Outra vantagem é que a operadora consegue entregar soluções de segurança ainda no nível de rede, como prevenção e contingência de ataques de negação de serviço. Além das grandes e médias empresas, a meta é ganhar mercado também entre as pequenas companhias de acordo com a demanda. A infraestrutura do datacen-

ter auxilia na consolidação dos serviços fixos e móveis da própria Telefônica, por meio de sistemas virtualizados, reduzindo a necessidade de infraestrutura física.

Outra iniciativa importante é a aposta nos segmentos de saúde e educação, para somar oportunidades de negócio. É o caso dos serviços de e-health: saúde é uma das verticais consideradas estratégicas para o grupo avançar no mercado de conexão máquina a máquina (M2M). Em fevereiro deste ano a empresa adquiriu a brasileira Axismed, especializada no monitoramento à distância de pacientes crônicos. Entre os clientes da companhia, estão algumas das principais operadoras privadas de saúde, que somam 180 mil pacientes monitorados em todo País. A ideia é oferecer uma plataforma multicanal para o contato com os usuários – seja por aplicativo móvel, Internet, SMS, portal na Internet ou videoconferência. A plataforma permite a transmissão de biomedidas, com aparelhos conectados na casa do paciente, que monitoram o nível de glicose, pressão arterial e outros indicadores fisiológicos, conforme a patologia do paciente. As duas empresas planejam agora expandir a atuação para outros países e identificar oportunidades no mercado brasileiro de business to consumer (B2C), junto à base de clientes da Vivo.

Ainda em e-health a empresa anunciou uma parceria com a Fundação Faculdade de Medicina, ligada à Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (USP) para a geração de conteúdo armazenado na chamada “nuvem da saúde”, uma rede de informações médicas.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
6.560.515,84	6.560.515,84	2.267.834	9,97	0,22

A computação em nuvem faz a UOLDiveo voar mais alto

O crescimento do mercado de computação em nuvem oxigenou os negócios da UOLDiveo no ano passado. Na opinião do CEO Gil Torquato, o mercado está maduro, entendeu que a área de redes e tecnologia da informação pode ficar nas mãos de empresas especializadas para que se concentrem em seus negócios principais: “Temos sido procurados por bancos e grandes empresas que, quebrando paradigmas, querem se informar melhor sobre o ambiente de computação em nuvem”.

A solução, segundo ele, requer uma nova maneira de olhar e administrar a infraestrutura: “As empresas começam a perceber que terceirizar aplicações é viável economicamente e é seguro colocar certas áreas em nuvem, passando essas aplicações para as mãos de especialistas e, assim, acompanhar o desenvolvimento rápido da tecnologia, sem ter que correr para fazer atualizações de software e redes”. O setor de serviços passa por transformações profundas, otimizando recursos e ganhos de escala para que os clientes possam se beneficiar dessa evolução. Empresas, mesmo pequenas, começam a ver que não basta hospedar o site, é necessário entrar no mundo novo da computação em nuvem. “Para nós a nuvem é nosso negócio principal. O cliente não precisa entender de tecnologia e pode focar em sua atividade-fim”, diz Gil. Ele avalia que, a partir do ano passado, as organizações ficaram mais confiantes em terceirizar suas aplicações, opção da maioria dos 3 mil clientes da UOLDiveo: “Somos especialistas em missão crítica, tanto que 90% dos sites de e-commerce estão hospedados conosco. Isso mostra que somos procurados por empresas que não podem ter problemas de infraestrutura”.

A UOLDiveo tem várias divisões de negócios. Para infraestrutura, conta com quatro datacenters interligados, disaster recovery e redes redundantes. Em telecomunicações, conta com rede própria de 300 quilômetros de fibra enterrada e sistemas de rádio, com 1,8 mil pontos de presença em sete capitais brasileiras. Outro foco são serviços à aplicação: uma equipe avalia as aplicações dos clientes, aponta problemas e redesenha o sistema, se necessário. A empresa investiu em uma unidade de serviços integrados que inclui ofertas de suporte, outsourcing, avaliação de qualidade, performance e modernização de aplicações (refactoring), gestão de aplicações, teste de sistemas e gestão de experiência do usuário.

A segurança também é prioridade: gerencia mais de 12 mil servidores, monitora em tempo real cerca de 2 bilhões de eventos de segurança e bloqueia aproximadamente 300 milhões de spam e phishing por dia, além da gestão de cerca de 6 mil dispositivos de firewall/IPS com mais de 150 mil regras administradas. “Gerenciar o maior portal do Brasil nos permitiu ganhar uma grande experiência nessa área”, garante Gil. A empresa também suporta serviços de pagamento on-line do PagSeguro, com 300 clientes, entre eles grandes companhias aéreas e comércio varejista em geral.

Para reforçar a oferta de produtos de segurança, a UOLDiveo anunciou em maio de 2013 uma parceria com a norte-americana ReD para o uso do ReD Shield – serviço de prevenção a fraudes no comércio eletrônico, solução usada pelo varejista Wal-Mart. O ReD Shield permite que os lojistas reduzam as fraudes e os cus-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)
CTBC DATA NET E UOL DIVEO	1.103,70	16,05	14,74	1,55	1,59	25,07



Gil Torquato

CEO

“O cliente não precisa entender de tecnologia e pode focar em sua atividade-fim”.

tos desse gerenciamento, aprimorando o atendimento aos clientes autênticos. As plataformas para gestão de pagamentos e prevenção a fraudes do UOLDiveo e da ReD somam mais de 20 bilhões de transações. A empresa também criou a unidade de Serviços Gerenciados de Segurança com outros produtos de proteção e administração de vulnerabilidades.

No segmento de mercado de capitais, a UOLDiveo formou uma joint venture com a Ezmarket, que resultou na criação da UOLDiveo Broker. Fornecedora de uma plataforma que facilita as transações de compra e vendas de ações e derivativos, a nova empresa oferece também serviço de cotações sob demanda, para atender às necessidades dos sub-vendedores, desenvolvedores, sistemas automatizados de negociação, algoritmos, agentes autônomos e asset managements. “Temos uma integração completa com a bolsa, com fibra óptica própria, que transmite informações diretas dos nossos clientes para a BM&FBovespa, garantindo velocidade e estabilidade”, diz. O sistema filtra só os dados que interessam a uma empresa ou outra. Com base nessas informações em tempo real, os sistemas automatizados tomam a decisão de comprar ou vender uma ação. Também são atendidos os agentes autônomos – profissionais que orientam os investimentos e podem se tornar mais independentes das corretoras, com mais acesso a dados, que podem aumentar o ganho dos clientes, investidores em bolsa.

Outro bom negócio da UOLDiveo, segundo Gil, é a administração de datacenters na casa do cliente: “É co-

mun a empresa hospedar fora parte de seu processamento e nos procurar para administrar seu datacenter interno”. Para reforçar essa oferta, a empresa adquiriu a Solvo, prestadora de serviços profissionais de TI para ambientes de missão crítica, ampliando o portfólio de produtos e serviços. “A Solvo nos trouxe conhecimento na administração do ambiente e infraestrutura de TI in-house ou remotamente, oferecendo consultoria, implantação, treinamento, monitoramento e suporte técnico”, explica Gil.

Outra aquisição da UOLDiveo, lembra, foi a Compasso, especialista em plataforma Oracle para e-commerce: “Vamos continuar nossa política de integração com empresas que possam acrescentar diferenciais especializados para os negócios de nossos clientes”.

No ano passado, segundo levantamento do Anuário Telecom, a UOLDiveo cresceu 16% em receita líquida, com uma rentabilidade sobre as vendas de 14,7%, e a previsão de Gil Torquato para 2013 é também crescer dois dígitos. Ele diz que 2012 foi um bom ano para a companhia, com a entrada de grandes clientes de e-commerce como Netshoes, e empresas do porte de Petrobras, Merrill Lynch e BMG.

Em 2014, projeta a continuidade do crescimento com a expansão da demanda de computação em nuvem: “A tendência é que os clientes busquem cada vez mais modalidades híbridas que unem cloud pública e privada, para ganhar conhecimento no ambiente”. Nesse modelo, as empresas podem optar por um contrato mensal ou por hora, de forma que o valor pago corresponde ao tempo efetivo de uso da solução.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
255.084,02	53.567,64	37.610	6,69	0,39

A Vivo tira proveito do aumento do tráfego de dados

A Telefônica Vivo vem consolidando sua liderança

na telefonia móvel alcançando market share de 28,7% e crescimento consistente nos segmentos de maior receita. De acordo com o balanço de 30 de junho, houve elevação de clientes pós-pagos da ordem de 20,4% no trimestre em relação ao mesmo período de 2012. A receita líquida registrou evolução de 8% na comparação com o ano passado, impulsionada pelo aumento dos ingressos de dados e maior venda de smartphones. “É preciso destacar ainda o crescimento do market share no pós-pago, que passou para 37,8% no segundo trimestre, contra 37,1% no primeiro trimestre deste ano e 36,1% ao final do segundo trimestre de 2012”, diz o presidente do grupo, Antonio Carlos Valente.

Como o volume de celulares já supera com folga o número de habitantes do país, lembra, não é possível medir o desempenho de uma empresa apenas pelo número de clientes: “É necessário verificar a curva da receita com dados – a de maior crescimento do setor –, tanto no mercado individual quanto no corporativo”. Segundo Valente, a empresa atua em um setor em que as oscilações da economia não costumam provocar reflexos tão expressivos quanto em outros segmentos: “Entretanto, o crescimento mais lento da economia traz impactos significativos no pré-pago, em função da menor renda disponível no mercado”.

Até junho de 2013, a Vivo contabilizou 55,5 milhões de clientes pré-pagos e 20,6 milhões de pós-pagos. O total de acessos móveis ficou em 76,2 milhões, 0,6% mais que os 75,7 milhões registrados no mesmo período do ano

passado. Já a receita líquida móvel teve crescimento de 9,2% em junho deste ano em relação ao mesmo período de 2012, passando de R\$ 10,2 bilhões para R\$ 11,1 bilhões. Para fidelizar o cliente pré-pago, a operadora lançou o Vivo Sempre, que custa R\$ 0,05 o minuto para ligações e R\$ 9,90 ao mês para acessar a Internet, além de outros planos para estimular as chamadas dentro da própria rede. No segmento de dados para os clientes pós-pagos, a principal iniciativa do primeiro semestre foi o lançamento do MultiVivo. Ele permite que até cinco aparelhos adicionais – tablets, modems ou smartphones – sejam conectados à Internet de um smartphone por meio de um único plano, garantindo economia e mais comodidade ao assinante.

Outro trunfo da Vivo é a rede 3G. A empresa está presente em 3.131 municípios, mais que a soma das cidades atendidas pelas demais operadoras. O crescimento dos smartphones na base da operadora se refletiu na receita com Internet móvel, que alcançou R\$ 915,1 milhões no segundo trimestre, representando um crescimento anual de 35,7% e trimestral de 12,6%. A empresa atribui esse desempenho à venda de modems 3G e planos de dados para clientes pós-pagos. 70% da sua base pós-paga, composta por 20,6 milhões de usuários, tem smartphones.

Para avançar no segmento de dados, está ampliando a rede de quarta geração. A operadora implantou a tecnologia em 34 municípios e espera atingir 70 até o final de 2013. “Nosso foco é ter boa qualidade da rede para ampliar a migração do 3G para o 4G”, afirma Valente.

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Rent. s/patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
TELEFÔNICA VIVO	1.233,10	-0,30	18,35	41,57	1,20	15,78

Os números referem-se ao balanço de 2012 da Vivo.



Antonio Carlos Valente

presidente

“O crescimento mais lento da economia traz impactos significativos no pré-pago”.

Atualmente, a Vivo lidera o mercado de rede Long Term Evolution (LTE) no Brasil, com 46,8% de market share dos acessos 4G ou 81.526 conexões, segundo dados de junho da Anatel.

Segundo o balanço da companhia, até junho deste ano a receita com dados e serviços de valor agregado (SVA) em geral cresceu 24,7%, em comparação com o mesmo período do ano passado, alcançando R\$ 1,69 bilhão. Nesse número estão incluídos Internet móvel, SMS P2P e serviços de conteúdo móvel, como o de e-learning (educação) e e-health (saúde). A receita média mensal por usuário (ARPU) da Vivo com dados e SVAs no segundo trimestre foi de R\$ 7,40, quase um terço do ARPU total no período (R\$ 22,8). A receita com “outros serviços de dados e SVAs”, na qual está computada a venda de conteúdos móveis foi de R\$ 281,6 milhões no segundo trimestre, registrando um crescimento trimestral de 16,3% e anual de 33,4%.

No segmento corporativo, a Vivo dobrou sua base de acessos máquina a máquina (M2M) em um ano, alcançando 22% de market share. As adições líquidas de dispositivos móveis no segmento corporativo também dobraram em 12 meses.

Redes mais robustas para transmissão de dados permitem o lançamento de novos serviços como o pagamento móvel. No ano passado, a operadora firmou um acordo com o PayPal, com foco nas recargas de pré-pagos. As transações acontecem sem a necessidade de conexão à Internet, com tecnologia disponível em aparelhos GSM, mesmo os modelos mais simples. A

ideia é permitir o envio e o recebimento de valores por meio do celular, e a recarga do aparelho, sem a necessidade de uma conexão com a web. O modelo exige que o usuário seja cliente da Vivo e tenha cartão de crédito vinculado à conta do PayPal. O foco são pequenas operações de até R\$ 200,00 por transação. Neste ano, a empresa firmou outra parceria, desta vez com o banco Santander, para o lançamento dos cartões Vivo Santander Nacional e Vivo Santander Internacional, disponíveis nas bandeiras Visa e Mastercard. Conforme o plano contratado, o assinante pré-pago pode realizar recarga acima de R\$13,00 com os cartões da parceria e receber o mesmo valor em bônus. O cliente pós-pago ganha pontos no programa de vantagens em que cada R\$ 1,00 gasto em compras no cartão equivale a 5 pontos, que podem ser trocados por pacotes de serviços e aparelhos nas lojas da Vivo.

Para 2014, as expectativas da operadora são otimistas, principalmente em relação ao crescimento do mercado de dados. “Por se tratar de uma empresa de capital aberto, não podemos adiantar estimativas ou outras informações relacionadas a períodos futuros. Mantemos nossa filosofia de atuação focada na qualidade, cobertura e inovação”, diz Valente. Os grandes eventos que o Brasil vai sediar, segundo ele, sinalizam um crescimento na comunicação de dados: “Na Copa das Confederações, houve aumento do tráfego especialmente nas áreas onde se localizam os estádios. Da mesma forma, estimamos que na Copa e nas Olimpíadas haverá incremento da utilização dos serviços”.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)	Giro dos Ativos
11.585.212,34	11.585.212,34	2.125.462	-	0,98

Agora, a banda larga impulsiona o serviço de voz da Telefônica.

A oferta de soluções convergentes – voz e banda larga – para clientes residenciais e corporativos foi mais uma vez determinante para que a Telefônica Vivo conquistasse mais uma vez o prêmio de Destaque do Ano do *Anuário Telecom*, também no segmento de operadoras de telefonia fixa. Só que agora foi a vez de a banda larga fixa alavancar os serviços de voz, revertendo o cenário do passado, quando o telefone fixo impulsionava a venda da banda larga.

A operadora registrou um crescimento de 5% nos acessos corporativos e a banda larga fixa teve uma evolução anual de 3,2% no balanço divulgado em junho de 2013. “Temos o compromisso com a excelência e inovação para atender às expectativas dos clientes, que são cada vez mais exigentes em velocidades”, afirma o presidente do grupo, Antonio Carlos Valente. Para manter o crescimento nos acessos, a operadora está reforçando a sinergia entre os serviços fixo e móvel, com opção de terminal sem fio. Segundo Valente, uma parte expressiva dos investimentos que a empresa está fazendo no país destina-se às melhorias e à ampliação da rede e do atendimento prestado aos assinantes: “Trata-se de um esforço diário que envolve todos os colaboradores, não apenas para a conquista do cliente como a melhor experiência com os serviços”.

O plano de investimentos da Telefônica Vivo para o período 2011-2014 é da ordem de R\$ 24,3 bilhões, destinados à expansão e modernização da infraestrutura de redes e sistemas. Apenas em 2012, os investimentos da empresa totalizaram R\$ 6,1 bilhões. No primeiro se-

mestre de 2013, o volume de investimentos atingiu R\$ 2 bilhões, aplicados na implantação de projetos como a expansão de fibra óptica e a modernização da rede fixa. “Notamos um aumento da receita de dados em função do upgrade tecnológico de clientes e a migração para maiores velocidades com fibra óptica, que teve sua cobertura ampliada”, destaca Valente.

A empresa, segundo ele, espera aumentar a infraestrutura de fibra, principalmente para oferecer rede FTTH (fiber to the home) em outros mercados além de São Paulo: “Queremos expandir nossa banda ultralarga para outras regiões lucrativas. Onde não pudermos ter fibra, teremos ADSL com o 3G Plus (HSPA+) e o Long Term Evolution (LTE)”. A ideia é deixar a infraestrutura mais flexível e dinâmica para lidar com o esperado aumento do tráfego de dados, adequando o backbone à demanda. A estratégia da Telefônica Vivo é focar em ofertas combo convergentes, para promover a fidelidade com os consumidores fixos. Outra aposta da operadora é o mercado de comunicações máquina a máquina (M2M), com o lançamento de uma plataforma de gerenciamento.

A banda larga fixa atingiu um total de 3,83 milhões de clientes no segundo trimestre de 2013. Foram registradas 84 mil adições líquidas entre abril e junho, número quatro vezes superior ao primeiro trimestre do ano, sendo que 80% do volume de adições ocorreu em serviços com maiores velocidades, acima de 4 Mbps. Com isso, a receita de dados cresceu 2,5% na comparação anual. As conexões por fibra óptica chegaram a 150 mil aces-

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Rent. s/patrimônio	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
TELEFÔNICA VIVO	959,70	-26,48	34,57	9,97	1,10	2,30



Antonio Carlos Valente

presidente

Aposta na sinergia entre os serviços fixo e móvel.

sos em julho, ante 125 mil contabilizados no primeiro trimestre, ou seja, um aumento de 16% na base. A cobertura do serviço alcançou 1,4 milhão de domicílios ao final do primeiro semestre e o plano da operadora é ofertar o serviço para 1,8 milhão de residências até o final do ano.

Segundo Valente, a Telefônica Vivo é pioneira na oferta de acesso à Internet de altíssima velocidade via fibra óptica, com velocidades até 200 Mbps, levando a conexão até a casa do cliente. Os acessos de voz fixa cresceram 0,1% no segundo trimestre de 2013 comparado ao primeiro trimestre do ano, revertendo tendência de queda verificada desde o terceiro trimestre de 2010. No total, a base de acessos fixos da Telefônica Vivo chegou a 14,40 milhões ao final de junho deste ano, incluindo voz e dados, ante 14,48 milhões em igual período do ano passado.

O aumento do número de clientes de fibra óptica, que é um dos principais focos do investimento da Telefônica Vivo, depende da ampliação da infraestrutura de rede. A expansão prevê a instalação de infraestrutura para fora da capital paulista, incluindo o ABC Paulista, Guarulhos, Osasco, Barueri e Cotia, neste segundo semestre de 2013. “Nossa rede de fibra óptica para o mercado residencial terá um desempenho marcante até o final de 2013”, garante Valente.

A banda larga fixa atingiu um total de 3,837 milhões de clientes no primeiro semestre do ano, uma aceleração de 3,2% em relação ao ano anterior. Para 2014 a expecta-

tativa é que os mercados de telefonia e banda larga fixa continuem em crescimento impulsionados pela expansão da cobertura, principalmente de fibra óptica, e do acesso da população aos serviços.

Um estudo do Broadband Forum, organismo certificador internacional de tecnologias de banda larga, aponta o Brasil como o mercado que mais cresceu no mundo em termos de acessos de banda larga fixa em 2012. O estudo aponta que houve um crescimento de 17,9% da banda larga fixa no país no ano passado (chegando a 19,5 milhões de acessos), maior do que o crescimento do mercado da China (15,1%, chegando a 178,3 milhões de acessos), Rússia (12,8%, com 23 milhões de acessos) e Índia (14,1%, com 15,1 milhões de acessos fixos). Mercados mais avançados cresceram a taxas menores. Nos EUA, o avanço em 2012 foi de 3,9%, chegando a 95,1 milhões de acessos. Na Alemanha, 4,2%, com 29,8 milhões. O Japão teve crescimento de 1,3% em 2012, totalizando 37,1 milhões de acessos. No comparativo entre os dez maiores mercados de banda larga fixa, o Brasil está na oitava posição em número de assinantes. Segundo o estudo, a tecnologia que apresentou maior expansão foi a de FTTx, ou seja, acesso em fibra óptica. Já o uso do telefone fixo está em queda. Um levantamento da Anatel mostra que o brasileiro está usando cada vez menos essa opção. No período de 2011 a 2012 o tráfego total, em minutos, caiu 15,6% na telefonia fixa, de 98,1 bilhões de minutos por ano para 82,8 bilhões de minutos por ano.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líq. P/ Func. (US\$ mil)	Giro dos Ativos
6.560.515,84	6.560.515,84	2.267.834	-	0,22

A CEMIGTelecom integra redes e parte para a expansão geográfica

O principal negócio da CEMIGTelecom é oferecer

rede de fibras ópticas para as operadoras de telecomunicações que desejem aumentar sua área de atuação. Com essa estratégia, a empresa se prepara para expandir serviços para mais quatro estados além de Minas Gerais, sede do grupo, e ganhar clientes. 2012 foi um ano em que a receita líquida encolheu 1,3% em dólares, embora com boa rentabilidade sobre as vendas (7,1%). O foco principal foi na sinergia entre as empresas do grupo Cemig (Companhia Energética de Minas Gerais), cujos frutos estão sendo colhidos em 2013. “Reestruturamos a prestação de serviços, transferindo parte deles para as distribuidoras e transmissoras”, diz o diretor técnico comercial, Sérgio Belisário. Os ativos da CEMIGTelecom incluem 9 mil quilômetros de redes de fibra espelhadas em Minas Gerais e quatro estados, capacitando a companhia a estender seu braço de serviços. A mudança estratégica, segundo Belisário, se deu pela necessidade de um novo posicionamento a partir da aquisição de empresas e integração das redes com a estrutura do grupo Cemig: “O ano passado foi um ano de redefinição de tecnologias e integração de redes, buscando mais sinergia e maior retorno sobre os ativos”.

O foco dos investimentos também mudou. A empresa descontinuou tecnologias de redes mais antigas, para concentrar-se onde tem experiência: infraestrutura Metro Ethernet, Ethernet e GPON (Gigabit Passive Optical Network), com foco nas operadoras. A ideia é aproveitar ativos do grupo de energia que tem capilaridade em Minas Gerais e outros estados, para atender a deman-

da. “As teles podem contar com nossa infraestrutura pronta de fibras ópticas GPON, em vez de fazer pesados investimentos em redes”, destaca Belisário.

A empresa oferece capacidade para interligação entre municípios com a integração de três de suas transmissoras de energia, por rede própria ou de terceiros. “As operadoras podem oferecer serviços no entorno da rede da Cemig, aproveitando a nossa capilaridade no estado de Minas e fora dele, em quatro estados, somando 9 mil quilômetros de fibra óptica”, diz. Segundo o executivo, ainda há questões regulatórias a serem definidas pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel): “Para usar ativos das distribuidoras de energia, aguardamos algumas resoluções para colocar essa infraestrutura à disposição dos clientes”.

Além das operadoras, a CEMIGTelecom atende provedores de Internet em todo o país e clientes do próprio grupo, que conta com mais de 140 empresas. A prestação de serviços corporativos de conectividade cresceu com a aquisição do datacenter Ativas, onde o grupo participa com 49%. “A computação em nuvem”, diz Belisário, “trouxe uma mudança cultural na terceirização de ativos de tecnologia, a exemplo das redes e infraestrutura”: “O mercado corporativo de redes vem crescendo além das nossas expectativas”. A Ativas atende empresas de energia elétrica e outros clientes para processamento, armazenamento e comunicação, incluindo a tecnologia smart grid (redes inteligentes de

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)
CEMIGTELECOM	747	-1,36	7,12	2,54	33,92	43,04



Sérgio Belisário

diretor técnico comercial

“A computação em nuvem trouxe uma mudança cultural na terceirização de ativos de tecnologia”.

energia elétrica), que busca a otimização dos recursos de geração de energia elétrica.

O Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) impulsiona a implantação de redes inteligentes. A CEMIGTelecom participa do projeto Cidades do Futuro, com implantação piloto em Sete Lagoas (MG) de funcionalidades como leitura automática de medidores, com acompanhamento em tempo real do consumo de energia pelo usuário, automação da rede de distribuição, tarifa diferenciada, entre outros. O Ministério das Comunicações, a Anatel e a Aneel também estão trabalhando em conjunto para definir isenção de impostos para equipamentos e serviços de obras civis, que hoje têm participação relevante de custos dos projetos de redes.

A CEMIGTelecom desativou algumas redes e definiu como foco nos próximos dez anos investimentos em GPON e Metro Ethernet local e longa distância, cujos circuitos com velocidades a partir de 2 Mbps até 1 Gbps, são muito procurados para o atendimento de clientes corporativos do grupo, provedores e operadoras de telecomunicações. Além de serviços de acesso dedicado à Internet, a tecnologia permite interligações de redes locais e redes privadas virtuais (VPN).

Os investimentos planejados para os próximos dez anos são da ordem de R\$ 550 milhões, aplicados no desenvolvimento e implementação de novos projetos, expansão da rede de transporte local, visando à ampliação da capacidade de anéis ópticos; expansão da rede de transporte de longa distância; e o Projeto GPON para

operadoras de telecomunicações que consiste em levar fibra óptica para pontos consumidores.

Os grandes eventos como a Copa do Mundo renderam contratos como o da Telebrás, para atender metas de qualidade exigidos pela FIFA nos estádios mineiros.

Até o final do ano, a CEMIGTelecom planeja expandir serviços para Pernambuco, Bahia, Goiás e Rio por meio das empresas transmissoras. “Isso terá impacto na receita de 2014 e 2015 e compensará perdas do ano passado”, afirma Belisário.

Como grande parte das operadoras que atuam no país é controlada por capital europeu, a crise torna os investimentos em infraestrutura mais escassos. “Para nós esse momento representa uma oportunidade, pois nossa oferta libera as empresas desse investimento. O mercado está aberto a esse tipo de negócio”, diz ele. Há um movimento para reduzir investimentos e despesas com o surgimento de companhias que oferecem gerenciamento de torres de telecomunicações, venda de ativos e compartilhamento de infraestrutura. Em paralelo, as operadoras continuam expandindo suas redes 3G e 4G de telefonia móvel, outra oportunidade para contratos de infraestrutura Metro Ethernet e GPON da CEMIGTelecom.

A previsão de bom desempenho para 2013 se baseia principalmente na oferta de infraestrutura para as teles e no crescimento dos serviços corporativos para o grupo Cemig, maior empresa integrada do setor de energia elétrica do país, com presença em 23 estados e no Chile.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
68.333,84	66.557,16	4.863	3,86	0,32

O Grupo Binário amplia a atuação em governo e educação

Atuando no mercado de serviços e infraestrutura

de redes, o Grupo Binário estruturou-se em três verticais: educação, governo e mercado corporativo, e obteve em 2012 uma rentabilidade sobre as vendas de 7,9%. Segundo o diretor geral, Elinton Lazzuri, a empresa sentiu a retração mundial da economia no ano passado, com a diminuição dos investimentos das operadoras que em 2013 têm retomado os projetos: “Mesmo com a crise mundial, os investimentos em telecomunicações sempre precisam recuperar o tempo perdido, por isso crescem mais no Brasil do que em outras economias”.

Em 2013, a empresa sentiu a volta dos investimentos em redes e projeta um desempenho melhor do que o do ano passado. Outro segmento aquecido é o governamental. A empresa oferece soluções voltadas ao setor público, como infraestrutura de rede para secretarias, cidades digitais, tecnologias educacionais, mobilidade para o setor de saúde, serviços de suporte especializado em tecnologias, soluções de segurança e disponibilidade de rede e treinamento e formação para professores, gestores e equipes de tecnologia. O grupo ganhou uma licitação dos Correios para a atualização da infraestrutura de redes e neste ano foi contratado pela Inpro - Empresa Municipal de Processamento de Dados de São José do Rio Preto, para a implantação de sistemas de segurança e switches, mesmo projeto contratado pela Caixa Econômica Federal. Outro contrato foi com a Eletronet, para a atualização do core da rede.

A empresa atende diversos segmentos na vertical de

serviços corporativos, com clientes como Terra, IG e UOL. Para suportar o tráfego de dados e imagens da Copa do Mundo e das Olimpíadas, o portal Terra, por exemplo, ampliou sua capacidade de entrega de rede com a modernização dos datacenters no Brasil e nos Estados Unidos por meio da adoção de switches da Juniper Networks, em um projeto desenvolvido pelo Grupo Binário – parceiro da empresa há oito anos no fornecimento de roteadores e responsáveis pela interligação das redes entre os países.

A unidade de serviços corporativos, segundo Elinton, também captou grandes clientes nos setores alimentício e de metal-mecânica: “A entrada de grandes e médias empresas foi resultado de uma ação mais direta da unidade, que direcionou seus esforços para atender as especificidades dessas companhias”.

A preparação das redes de quarta geração da telefonia móvel (4G) rendeu contratos importantes com as operadoras no ano passado para a atualização da infraestrutura de serviços de voz e dados.

No segmento educacional, o grupo registrou um crescimento expressivo de contratos para atualização de redes das escolas, inclusive em projetos de cidades digitais. “O governo está investindo mais em educação, preparando as unidades com infraestrutura de redes IP e sistemas móveis, para os professores receberem conteúdo de forma remota. O escopo de atuação nessa área é muito amplo e deve render muitos contratos para os próximos dois anos”, prevê Elinton. Entre os clientes

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)
GRUPO BINÁRIO	545,50	-7,42	7,97	2,22	18,68	27,26



Elinton Lazzuri

diretor geral

A infraestrutura própria para importações é um diferencial importante

nesse mercado, ele cita a Universidade de São Paulo (USP), escolas em Goiânia e Brasília. A principal oferta do Grupo Binário é a rede Wi-Fi para campus universitário, que permite conexão sem fio de alta qualidade e com segurança para um grande número de usuários. Outro mercado em ascensão é o de datacenters, nos diversos segmentos da indústria, incluindo as operadoras. Elinton Lazzuri vê os serviços de nuvem crescerem gradualmente, mas o impacto não foi tão grande para o grupo que já tinha diversos datacenters em sua carteira de clientes: “Os projetos de computação em nuvem devem amadurecer, com a evolução dos sistemas de segurança”.

Para o mercado de mobilidade, a empresa desenvolve projetos de outsourcing de gestão de equipamentos móveis como o BES (BlackBerry Enterprise Server), por meio da BinarioMobile, sua unidade de serviços móveis. Com o crescimento da demanda por aplicativos, a empresa investiu na ampliação de sua estrutura comercial e na oferta de soluções que inclui monitoração de aparelhos, controle de ativos e gerenciamento de aplicações e de segurança em plataformas em diversos sistemas operacionais. Recentemente, lançou o aplicativo BinarioMessenger, solução de comunicação para promover a interação por meio de mensagens instantâneas em smartphones, desktops e tablets. A solução de bate-papo permite que o administrador crie uma lista de contatos padrão, ou importe do servidor de domínio ou e-mail, para que essa

comunidade possa interagir em tempo real.

No segmento de serviços profissionais, por meio da unidade QoS, o grupo expandiu a oferta de treinamentos e cursos para capacitação de profissionais que trabalham com projetos de redes. As divisões – integração, serviços profissionais e mobilidade –, contemplam desde serviços de consultoria, diferentes modalidades de outsourcing, soluções de infraestrutura de rede, soluções móveis corporativas, capacitação e treinamento.

Segundo Elinton, um dos grandes diferenciais do Grupo Binário é a sua infraestrutura própria para importação, contando com armazéns em Santa Catarina e Miami (EUA), matriz em São Paulo e filiais no Rio de Janeiro, Curitiba, Goiânia, Brasília e São Francisco do Sul (SC), permitindo mais agilidade na venda de produtos e soluções.

Com 150 funcionários, o grupo trabalha com parceiros como Juniper, HP, ZTE, Huawei Arbor e Ruckus. A estrutura em divisões – Service Provider, Enterprise e Educação – também facilita a oferta de soluções para o mercado. A unidade Service Provider está estruturada para soluções de redes complexas, tendo como clientes as principais operadoras e provedores de banda larga do país; a divisão Enterprise atende o governo, o mercado corporativo em geral e datacenters, com a implantação de soluções integradas em infraestrutura IP, soluções para infraestrutura de rede física e lógica. A divisão Educação é voltada às necessidades de infraestrutura e projetos pedagógicos das instituições de ensino.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
48.226,40	38.581,12	3.844	37,27	2,20

A Guiatel aposta na força das mídias tradicionais

Maior editora de listas de telefones residenciais

e comerciais de Minas Gerais, a Guiatel segue crescendo mesmo em tempos da informação on-line. A empresa cobre todas as 29 regiões do estado, além de Brasília, algumas cidades de Goiás e Rio de Janeiro. São cerca de 3,5 milhões de exemplares distribuídos, alcançando mais de 10 milhões de usuários. “No ano passado, aumentamos nossa base de anunciantes em 8%, mad ficamos abaixo das metas esperadas. Nossa expectativa é de uma retomada em 2013”, anima-se Wilson Lima, diretor superintendente da Guiatel. Segundo o executivo, a proximidade da Copa do Mundo e das Olimpíadas deve gerar mais negócios: “Sentimos que o mercado está em um bom momento e acreditamos que isso se reflita na disposição de anunciar das empresas mineiras”.

A Guiatel aposta na inovação do mundo digital, sem tirar o foco da versão impressa, seu principal negócio. Em 2011, começou a testar o mercado com o lançamento do serviço de consulta on-line no próprio site da Guiatel para completar informações dos anunciantes. “Cada mídia tem o seu lugar e cada consumidor uma necessidade. Acreditamos que a versão para a Internet é um serviço diferente e complementar à lista tradicional”, afirma o executivo.

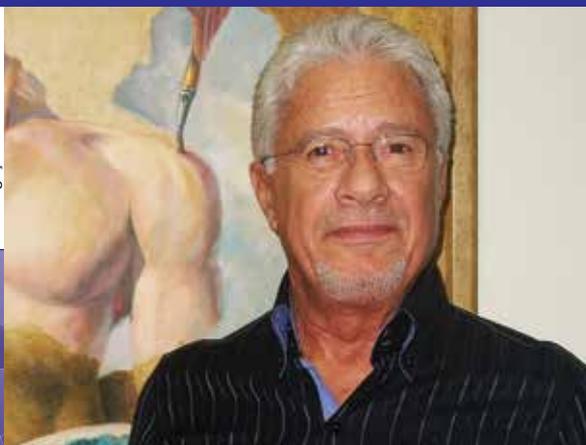
A Guiatel foi criada em Belo Horizonte na década de 60 para oferecer aos usuários do sistema telefônico um catálogo com a relação de todos os assinantes. Naquela época, existiam apenas 20 mil assinantes e as agendas não com-

portavam todos os registros necessários para facilitar os negócios que se desenvolviam em ritmo sempre crescente. “O catálogo telefônico é um facilitador que permanece durante todo o ano ao lado do telefone”, diz Wilson.

Anualmente, a Guiatel adquire a relação de dados das operadoras de telefonia fixa para atualização dos assinantes de cada uma das 29 listas telefônicas editadas em Minas Gerais. O ciclo de edição obedece a um cronograma de comercialização e distribuição durante os 12 meses do ano. A produção é feita em gráfica própria, o que economiza custos e garante prazos. As listas cobrem todas as regiões do Estado, como Zona da Mata Norte, Região das Indústrias de Aço, Região dos Embobabas, Zona da Mata Sul e Leste, Bacia do Médio Paranaíba, Circuito das Pedras Preciosas; Região Ocidental do Caparaó, Araxá e Região, Médio Rio Grande, Alto Rio Pardo, Circuito das Águas, Sudeste de Minas (conhecido como Vale da Eletrônica), Assinantes de Belo Horizonte; Região da Indústria Cimenteira e Siderúrgica, Circuito Histórico, Assinantes de Contagem, Endereços de Belo Horizonte, Endereços de Contagem, Norte Mineiro e Juiz de Fora.

No ano passado, a Guiatel expandiu seu alcance para a região do Circuito das Grutas, que inclui as cidades de Sete Lagoas, Paraopeba, Caetanópolis e Prudente de Moraes, todas na região central do estado, com a distribuição de 37 mil exemplares para os assinantes residenciais e comerciais de telefonia fixa das cidades. Wilson admite que o setor de guias e listas tem perdido

...	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)	...
	GUIATEL	341	-22,05	16,85	4,86	11,66	6,20	



Wilson Lima

diretor superintendente

“A lista impressa é complementar às outras mídias”.

participação publicitária comparada a outras mídias, mas mantém seu espaço como veículo de utilidade pública e como o meio mais tradicional de divulgação: “Trata-se de uma forma física compacta, facilmente identificável e que condensa em suas páginas, de maneira simples e objetiva, os fornecedores ou prestadores de serviço de uma cidade ou região, proporcionando a pesquisa de mercado que as pessoas procuram”. No dia a dia, diz, somos bombardeados com mensagens no celular, diferentes panfletos distribuídos no semáforo, carros de som pelas ruas da cidade, propagandas no rádio e TV: “Há espaço para o anunciante do meio impresso atingir seu público alvo de forma mais precisa, complementando outras mídias”.

Os agentes comerciais da Guiatel atendem os anunciantes diretamente, principalmente do setor varejista, que precisa de um canal próximo ao cliente. Além dos assinantes relacionados por nomes, endereços e atividades comerciais, as listas oferecem aos usuários conteúdo sobre telefones úteis, telefones de emergência, primeiros socorros, coleta seletiva e calendário básico de vacinação. O guia do cidadão traz informações sobre como, quando e onde fazer documentos pessoais; dicas de primeiros-socorros em situações específicas de acidentes domésticos e problemas de saúde; informações sobre coleta seletiva, e dicas de atitudes diárias para evitar a dengue e hepatite B.

A empresa coloca nas páginas iniciais outros assuntos de interesse da população como plantas medicinais e

informações de utilidade pública. Em julho, por exemplo, firmou parceria com o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA) para incluir nas capas das listas imagens desaparecidas do patrimônio mineiro. A iniciativa faz parte do Programa de Apoio à Identificação e Restituição de Bens Culturais Desaparecidos, lançado pelo instituto há cinco anos. A entidade espera que a visibilidade dos catálogos da Guiatel possa sensibilizar a população, chamar sua atenção para a dilapidação do patrimônio e localizar obras de arte.

Entre as dificuldades enfrentadas pela Guiatel, Wilson Lima aponta a retenção e formação de mão de obra: “Para garantir a qualidade e correção do trabalho, temos que investir cada vez mais em seleção e treinamento”.

A Guiatel tem 195 funcionários e 43 vendedores. A empresa tem sofrido o impacto da diminuição de assinantes de telefonia fixa residencial e comercial no país. “No futuro, vamos readequar os produtos e adaptar negócios. No momento, nosso foco são catálogos impressos e a formação de mão de obra. Queremos preparar adequadamente bons vendedores para aumentar o número de anúncios e agregar mais valor aos produtos dos nossos clientes”, diz.

A Guiatel é membro fundador da Associação Brasileira de Listas Telefônicas, entidade nacional dos editores de listas que congrega as melhores empresas especializadas na comercialização, produção e distribuição de listas telefônicas no território nacional.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Telecom (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
11.028,11	11.028,11	1.859	38,54	1,27

futurecom

O mais qualificado Evento de Telecom e TI da América Latina!

BUSINESS TRADE SHOW



CONGRESS

- 300 Expositores
- +12.000 Participantes
- + 280 Palestrantes
- 48 Países Participantes
- + 200 Profissionais de Imprensa
- 22.000 m² de Exposição

Contate nossa equipe de Negócios:

André Veiga
andre.veiga@provisuale.com.br
+55 41 3314-3205 | +55 41 9941-0591

Nalziira Muniz
nalziira.muniz@provisuale.com.br
+55 41 3314-3222 | +55 41 7812-9193

Follow
@FuturecomEvent

Comment
#FuturecomEvent

facebook.com/futurecom

www.futurecom.com.br



guia de empresas

NAS PRÓXIMAS PÁGINAS ESTÁ A RELAÇÃO DAS EMPRESAS
QUE PARTICIPAM DO ANUÁRIO TELECOM 2013 COM
INFORMAÇÕES ECONÔMICO-FINANCEIRAS

. A TELECOM

1. A Telecom S/A; 2. 11 3549-7020;
3. 3549-7024; 4. São Paulo; 5. SP;
6. imprensa@telefonica.com.br;

. 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;

. ACOM TV

1. ACOM Comunicações S/A; 4. Rio de Janeiro;
5. RJ;

. ADR3 RADIOCOMUNICAÇÃO

1. ADR3 Distribuidora e Com de Eletr Ltda;
2. 11 2808-6830; 3. 2808-6830; 4. Cotia; 5. SP;
6. b2b@adr3.com.br; 7. www.adr3.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;

. AGTELECOM

1. Andrade Gutierrez Telecomunicações Ltda;
2. 11 5502-2339; 3. 5502-2349; 4. São Paulo;
5. SP; 6. jorge.ribeiro@agnet.com.br;
7. www.agsa.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;
7. www.alcatel-lucent.com.br;

. ALGAR MÍDIA

1. Algar Mídia S/A; 2. 34 3256-2000;
4. Uberlândia; 5. MG; 7. www.ctbc.com.br;



. ALLIED

1. Allied Advanced Technologies S/A;
2. 11 5503-9911; 3. 5503-9911; 4. São Paulo;
5. SP; 7. www.aatbrasil.com.br;

. ALOG DATA CENTERS DO BRASIL

1. Alog Soluções de Tecnologia em Informatica
S/A; 2. 11 3524-4300; 3. 3524-4337;
4. São Paulo; 5. SP; 6. tesouraria@alog.com.br;
7. www.alog.com.br;

. ALU-SERVIÇOS

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

. ATENTO

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

. AUTOTRAC

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



. BIMETAL

1. Bimetal Indústria Metalúrgica Ltda;
2. 65 2123-5000; 3. 2123-5019; 4. Cuiabá; 5. MT;
6. comercial@bimetal.eng.br;
7. www.bimetal.eng.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;

. BRT MULTIMÍDIA

1. Brasil Telecom Comunicação Multimídia
Ltda;

. BRTEL

1. Brasil Telecomunicações S/A;
2. 31 2125-4710; 3. 2125-4747;
4. Belo Horizonte; 5. MG;
6. egsouza@brtel.com.br;

. BULL LATIN AMERICA

1. Bull Ltda; 2. 11 3824-4700; 3. 3824-4500;
4. São Paulo; 5. SP;
6. roberto.bassi@lam-bull.com;
7. www.bull.com;

. CABLETECH

1. Cabletech Ind Com Condut Elétricos Ltda;
2. 12 3221-1300; 3. 3221-1311; 4. São Paulo;
5. SP; 6. administracao@cabletech.com.br;
7. www.cabletech.com.br;



. CEMIGTelecom

1. Cemig Telecomunicações S/A;
2. 31 3307-6300; 3. 3307-6380;
4. Belo Horizonte; 5. MG;
6. comercial@cemigtelecom.com;
7. www.cemigtelecom.com;

. CISCO

1. Cisco do Brasil Ltda; 2. 0800-76-21300;
4. São Paulo; 5. SP;
6. cisco-responde@cisco.com;
7. www.cisco.com.br;

. CLARO

1. Claro S/A; 2. 11 9415-6555; 4. São Paulo;
5. SP; 6. sac@claro.com.br; 7. www.claro.com.br;

. CLARO PARTICIPAÇÕES

1. Claro Telecom Participações S/A;
2. 11 9415-6555; 3. 9415-6555; 4. São Paulo;
5. SP; 6. sac@claro.com.br; 7. www.claro.com.br;

. CNCC

1. Cia. Nacional de Call Center;

. CONFERENCE CALL DO BRASIL

1. Conference Call do Brasil S/A; 4. Barueri;
5. SP;

. CONTAX

1. Contax Participações S/A; 2. 21 3131-0010;
3. 3131-0293; 4. Rio de Janeiro; 5. RJ;
6. ri@contax.com.br;
7. www.contax.com.br;



. CPQD

1. Fund Centro de Pesq e Desenv em
Telecoms.; 2. 0800-7022773;
3. 3705-7271; 4. Campinas; 5. SP;
6. marketing@cpqd.com.br;
7. www.cpqd.com.br;

. CTBC CELULAR

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

. CTBC DATA NET

1. CTBC Multimídia Data Net S/A;
2. 11 3512-1260; 3. 3512-1260; 4. São Paulo;
5. SP;

. CTBC TELECOM

1. Cia de Telecom do Brasil Central;
2. 34 3256-2000; 3. 3236-7723; 4. Uberlândia;
5. MG; 6. ri@algartelecom.com.br;
7. www.ctbc.com.br;

. DIGISTAR

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

. DIGITEL

1. Digitel S/A Indústria Eletrônica;
2. 51 3238-9999; 3. 3238-9909; 4. Alvorada;
5. RS; 6. silvia.yumi@digitel.com.br;
7. www.digitel.com.br;

. EMBRATEL

1. Empresa Brasileira de Telecomunicações
S/A; 2. 21 2121-7400; 3. 2121-6370;
4. Rio de Janeiro; 5. RJ;
6. embratel@planin.com;
7. www.embratel.com.br;

. ENGESET

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

. ERICSSON

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

. ETELBRAS

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



. FURUKAWA

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

. GRUPO ALGAR

1. Cia de Telecomunicações do Brasil Central;
2. 34 3256-2000; 3. 3256-7723; 4. Uberlândia;
5. MG; 6. algartelecom@algartelecom.com.br;
7. www.algartelecom.com.br;

. GRUPO BINÁRIO

1. Binário Distribuidora de Equip Eletrônicos Ltda; 2. 11 3704-0400; 3. 3704-0409; 4. São Paulo; 5. SP;
6. epatriali@binarionet.com.br;
7. www.binarionet.com.br;

. GUIATEL

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

. GVT

1. Global Village Telecom Ltda;
2. 41 3025-2525; 4. Curitiba; 5. PR;
7. www.gvt.com.br;



. HISPAMAR SATÉLITES

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

. IMAGE TELECOM

1. Image Telecom TV Vídeo Cabo Ltda;
2. 34 3218-6000; 4. Uberlândia; 5. MG;
7. www.imagetelecom.com.br;

. INSTITUTO DE PESQUISAS ELDERADO

1. Instituto de Pesquisas Eldorado;
2. 19 3757-3000; 3. 3757-3131; 4. Campinas;
5. SP; 6. paulo.ivo@eldorado.org.br;
7. www.eldorado.org.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. suporte@intelbras.com.br;
7. www.intelbras.com.br;

. INTELIG

1. Intelig Telecomunicações Ltda;
2. 21 3723-6000; 3. 2323-6861;
4. Rio de Janeiro; 5. RJ;
7. www.inteligitelcom.com.br;

. INTERNET BY SERCOMTEL

1. Internet By Sercomtel S/A;
2. 43 3375-1607; 3. 3375-1607; 4. Londrina;
5. PR; 7. www.sercomtel.com.br;

. JDSU DO BRASIL

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

. JUNIPER

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

. LEUCOTRON TELECOM

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



. LEVEL 3

1. Global Crossing Comunicações do Brasil Ltda; 2. 11 0800-7714747; 3. 3957-2300;
4. Cotia; 5. SP;
6. centralderelacionamento.brasil@level3.com;
7. www.level3.com;

. LG ELECTRONICS

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

. LINX

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

. MAPRA

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

. MOTOROLA SOLUTIONS

1. Motorola Solutions Ltda; 2. 0800 552 277;
3. 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; 3. 4134-8050; 4. Barueri; 5. SP;
6. mtel@mtel.com.br; 7. www.mtel.com.br;

. MULTIREDE

1. Multirede Informática S/A; 2. 11 3040-7600;
3. 3040-7601; 4. São Paulo; 5. SP;
6. marketing@multirede.com.br;
7. www.multirede.com.br;

. MULTIVIA

1. Adatel TV e Comunicações Osasco S/A;
2. 43 3375-0735; 3. 3356-2525; 4. Londrina;
5. PR; 6. haleiteia@gmail.com;

. MULTIVIA SÃO JOSÉ

1. Adatel TV e Comunicações São José S/A;
2. 43 3375-1735; 3. 356-2525; 4. Londrina;
5. PR; 6. haleiteia@gmail.com;
7. www.adatel.com.br;

. NAVITA

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

. NEC

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

. NEOVIA SOLUTIONS

1. Directnet Prestação de Serviços Ltda;
2. 11 3017-4466; 3. 3017-4464; 4. São Paulo;
5. SP; 6. atendimento.corporativo@neovia.com.br;
7. www.neovia.com.br;

. NESIC

1. Nestic Brasil S/A; 2. 11 2065-2200;
3. 2604-3819; 4. São Paulo; 5. SP;
6. nestic@nesic.com.br; 7. www.nestic.com.br;

. NET

1. Net Serviços de Comunicação S/A;
2. 11 2111-2785; 3. 2111-2780; 4. São Paulo;
5. SP; 6. imprensa@netservicos.com.br;
7. www.netcombo.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 FICAP

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

. NEXTEL

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

. NOKIA DO BRASIL

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

. NOKIA SIEMENS NETWORKS

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

. OI

1. Tele Norte Leste Participações S/A;
2. 21 3131-2980; 3. 3131-1222;
4. Rio de Janeiro; 5. RJ; 7. www.oi.com.br;

. ONDA

1. Onda Provedor de Serviços S/A;
2. 41 3025-3000; 3. 3025-3058; 4. Curitiba;
5. PR; 7. www.onda.com.br;

. 1 WORD

1. 1 Word do Brasil Ltda; 4. São Paulo;
5. SP; 6. info@owchrasil.com.br;

. PORTUGAL TELECOM

1. Portugal Telecom Brasil S/A;
2. 11 3888-2369; 3. 38882373; 4. São Paulo;
5. SP; 6. soraia-garcia@telecom.pt;
7. www.telecom.pt;

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

. PROMONLOGICALIS

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

. PRYSMIAN DRAKA BRASIL

1. Prysmian Draka Brasil S/A; 2. 11 4998-4216;
3. 4998-4266; 4. Sorocaba; 5. SP;
6. vilma.batista@prysmiangroup.com;
7. www.prysmian.com.br;

. RADIANTE

1. Radiante Eng 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;
3. 3373-0161; 4. Curitiba; 5. PR;
6. m.alonso@samsung.com;
7. www.samsung.com;

. SECCIONAL

1. Seccional Brasil S/A; 2. 41 3317-2200;
3. 3373-0161; 4. Curitiba; 5. PR;
6. seccional@seccional.com.br;
7. www.seccional.com.br;



. SEICOM

Referência em serviços de engenharia de implantação e manutenção de sistemas de telecomunicações, a Seicom associa experiência e inovação em gerenciamento, gestão e qualificação de pessoas que possibilitam oferecer a seus clientes, serviços de alto nível de qualidade em todo território nacional.

1. Seicom-Servs Eng e Instal de Comunicações Ltda; 2. 15 4136-3048;
4. Araçariçuama;
5. SP; 6. seicom@seicom.com.br;
7. www.seicom.com.br;

. SERCOMTEL

1. Sercomtel S/A - Telecomunicações;
2. 43 3375-1010; 3. 3375-1601; 4. Londrina;
5. PR; 6. imprensa@sercomtel.net.br;
7. www.sercomtel.com.br;

. SERCOMTEL CELULAR

1. Sercomtel Celular S/A; 2. 43 3375-1010;
3. 3375-1601; 4. Londrina; 5. PR;
6. imprensa@sercomtel.net.br;
7. www.sercomtelcelular.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; 4. São Paulo; 5. SP;
6. mkt@sisgraph.com.br;
7. www.sisgraph.com.br;

. SPREAD

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

. STAR ONE

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

. STEFANINI

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

. 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;

. TELEFÔNICA DATA

1. Telefônica Data S/A; 2. 11 3549-7020;
3. 3549-7024; 4. Barueri; 5. SP;
6. imprensa@telefonica.com.br;
7. www.telefonica.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;

. TELEMAR INTERNET

1. Telemar Internet Ltda; 5. MG;

. TELEMAR PARTICIPAÇÕES

1. Telemar Participações S/A; 4. Rio de Janeiro;
5. RJ;

. 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. rh@telespazio.net.br;
7. www.telespazio.net.br;

. TELLFREE

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

. TERRA

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

. TIM

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

. TIM PARTICIPAÇÕES

1. Tim Participações S/A; 2. 21 4009-3742;
3. 4009-3990; 4. Rio de Janeiro; 5. RJ;
7. www.timbrasil.com.br;

. TLD TELEDATA TECNOLOGIA EM CONECTIVIDADE

1. TLD Teledata Tecnologia em Conectividade Ltda; 2. 11 4153-6333; 3. 4153-6333;
4. Santana de Parnaíba; 5. SP;
6. teledata@teledatabrasil.com.br;
7. www.teledatabrasil.com.br;

. TMAIS

1. Tmais S/A; 2. 11 2626-1080; 3. 2626-1081;
4. São Paulo; 5. SP; 6. marketing@tmais.com.br;
7. www.tmais.com.br;

. TRANSIT TELECOM

1. Transit do Brasil Ltda; 2. 11 3511-0200;
3. 3511-0200; 4. São Paulo; 5. SP;
6. marketing@transitbrasil.com.br;
7. www.transitbrasil.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;

. 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;

. TRÓPICO

1. Trópico Sistemas e Telecoms da Amazônia Ltda; 2. 92 3616-9201; 3. 3615-2970;
4. Manaus; 5. AM;
6. tropico@tropiconet.com.br;
7. www.tropiconet.com.br;

. TSTV

1. Telefonica Sistemas de Televisão S/A;
4. São Paulo; 5. SP;

. UNITELCO

1. Universal Telecom S/A;
2. 11 3523-0100; 3. 3523-0100; 4. São Paulo;
5. SP; 6. universal@universaltelem.com.br;
7. www.universaltelem.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;

. UOL DIVEO

1. Uol Diveo S/A; 2. 11 3092-6882; 4. São Paulo;
5. SP; 6. diveo@uoldiveo.com;
7. www.uoldiveo.com;

. URMET DARUMA

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

. VIAW

1. Viaw Consultoria Ltda; 4. São Paulo;
5. SP; 6. contato@viaw.com.br;
7. www.viaw.com.br;

. VIVO

1. Vivo Participações S/A; 2. 11 5105-1000;
3. 5105-1000; 4. São Paulo; 5. SP;
7. www.vivo.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 BRASIL

1. Westcon Brasil Ltda; 2. 21 3535-9300;
3. 3535-9311; 4. Rio de Janeiro; 5. RJ;
6. vendas@westcon.com.br;
7. www.westcon.com.br;



. WITTEL

A Wittel é uma das principais integradoras de soluções de comunicação e relacionamento, com uma forte presença nos segmentos de finanças, telecomunicações e provedores terceirizados de serviços de centrais de relacionamento. www.wittel.com (11) 2103-1666

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

. ZIVA TECNOLOGIA

1. Ziva Tecnologia e Soluções Ltda;
2. 11 3365-0410; 3. 3365-0419; 4. São Paulo;
5. SP; 6. jorge.siqueira@ziva.com.br;
7. www.ziva.com.br;

Cloud Computing é na Dedalus.

Cloud Computing não é mais tendência e sim realidade. Num cenário de muita discussão teórica e sub-definições para o termo, a Dedalus se posicionou com valor agregado apoiando os líderes de Cloud Computing mundial a atender ao mercado brasileiro com perfeição. Centenas de clientes e meio milhão de usuários de nossos serviços atestam nossa liderança. Entenda o porquê.

Google Apps

Google Apps for Business

Google Apps for Business é um pacote completo de soluções de mensageria, colaboração e rede social corporativa que inclui Gmail, Google Talk, Google Calendar, Google Drive/ Docs, Google Sites, Google Groups e Google+.

Nossos serviços: A Dedalus é um dos principais parceiros da Google do mundo, sendo reconhecida como Premier Enterprise Partner e Premier SMB Partner e é através dessa experiência, de quem já migrou centenas de empresas para o Google Apps for Business, que quando você adquire suas licenças através da Dedalus sua empresa também conta com serviços de implementação, serviço de migração de e-mails e aplicações, suporte técnico local, treinamentos e plano de comunicação para auxiliar na aceitação e adoção da nova ferramenta pelos usuários.

amazon web services

Amazon Web Services

Como Premier Consulting Partner, a Dedalus oferece o conjunto de serviços de infraestrutura em nuvem (IaaS) da Amazon Web Services para hospedagem de servidores e aplicativos, backup e armazenamento, distribuição de conteúdo, hospedagem web, banco de dados entre outros serviços.

Nossos serviços: A Dedalus complementa os serviços da Amazon Web Services com uma série de serviços gerenciados como consultoria, migração, administração, suporte e gestão.

RUN/ MY PROCESS

RunMyProcess

RunMyProcess é uma solução de workflow em cloud computing, rápido de implementar, fácil de usar e com baixo custo.

Nossos serviços: A Dedalus oferece serviços de implementação dos processos de sua empresa na ferramenta, desenvolvimento de customizações e suporte técnico local.



Migre para Cloud Computing com a tranquilidade de quem mais entende do assunto.



EXPLOÇÃO DA TECNOLOGIA ANDROID NA TRIAD SYSTEMS

Empresa brasileira, com foco em TI e 20 anos de história, a Triad Systems se destaca no mercado através do desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis. Este negócio alavancou não somente o setor de Telecom, como também os segmentos Financeiro, Manufatura, Saúde e outros.

CONHEÇA O NOSSO PORTFOLIO:

PRODUTOS

- Repasse
- Conciliador Full
- Co-Billing
- CobFlex
- Tarifador (Precision)
- TM1 Billing SaaS

SERVIÇOS

- Outsourcing e Hunting
- Escritório de Projetos
- BPO
- Consultoria Estratégica
- Fábrica de Software
- TEM – Telecom Expense Management

Para mais informações, entre em contato.