



**PGMC -**

Plano Geral de Metas de Competição

**PNBL -**

Programa Nacional de Banda Larga

***Serviços a Preço Justo?***

***Apresentação para o 5º Encontro de Telecomunicações da FIESP  
7 de Agosto de 2013***



## Agenda

---

- ✓ Introdução
- ✓ Serviço a Preço Justo?
- ✓ Competição em telecomunicações
- ✓ O PGMC
- ✓ O PNBL
- ✓ Compartilhamento de Infraestruturas
- ✓ Comentários finais



## Associadas TelComp





## Serviços a Preço Justo? *Oferta e Competição*

### Oferta de Serviços

- Hoje temos limitações de oferta em todo o país e mesmo São Paulo não é exceção.
- Em muitas situações só o operador histórico consegue atender e isso não é bom.
- Clientes industriais exigem mais e melhores serviços, pois isso afeta a competitividade dessas empresas.
- Precisamos de mais e melhores ofertas para as áreas sociais.

***Serviço a Preço Justo exige mais investimentos com maior eficiência***



## Serviços a Preço Justo? Ofertas e *Competição*

### Competição

- Não se estabelece naturalmente em muitos mercados.
- A competição é instrumento para induzir eficiência *balizar* preços e estimular inovação.
- Em Setores de Infraestrutura introduzir competição é mais complexo:
  - Monopólios naturais
  - Bens de difícil duplicação
  - Diferenças históricas entre empresas
  - Perfis de integração distintos
  - Poder de Mercado
- Papel fundamental da Regulação Setorial (Anatel) e da Defesa da Econômica - CADE

## O PGMC

*Competição: um dos pilares da LGT (1997) e considerada nos regulamentos de serviços.*

*PGMC – Abordagem mais ampla focada no “Poder de Mercado Significativo”.*

*Cria obrigações assimétricas para detentores de Poder de Mercado Significativo.*

*O objetivo não é punir líderes de mercado mas coibir abusos.*



### • Foco em Mercados de Atacado:

- Transparência e Isonomia
- Assimetrias de informação
- Práticas anti competitivas
- Mercados de atacado hoje são “frágeis”

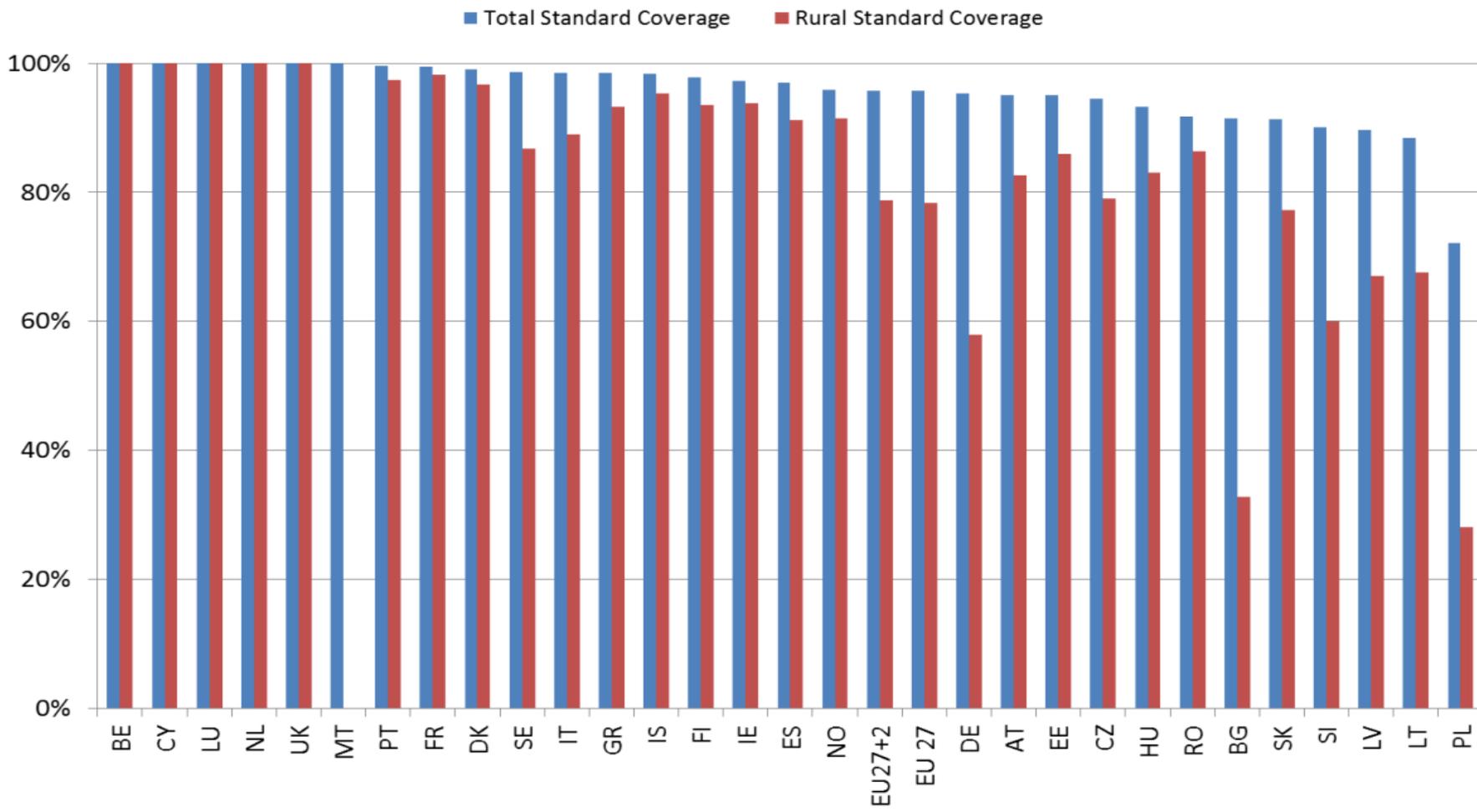
### • Competição por serviços com uso comum de infraestrutura, em especial as redes públicas objeto de concessões.

- Incentivo a investimentos por novos entrantes (complementariedade)
- Inovação e investimentos por históricos (defensivo)

# O Caso Europeu: 10 Anos

## A Oferta de Banda Larga

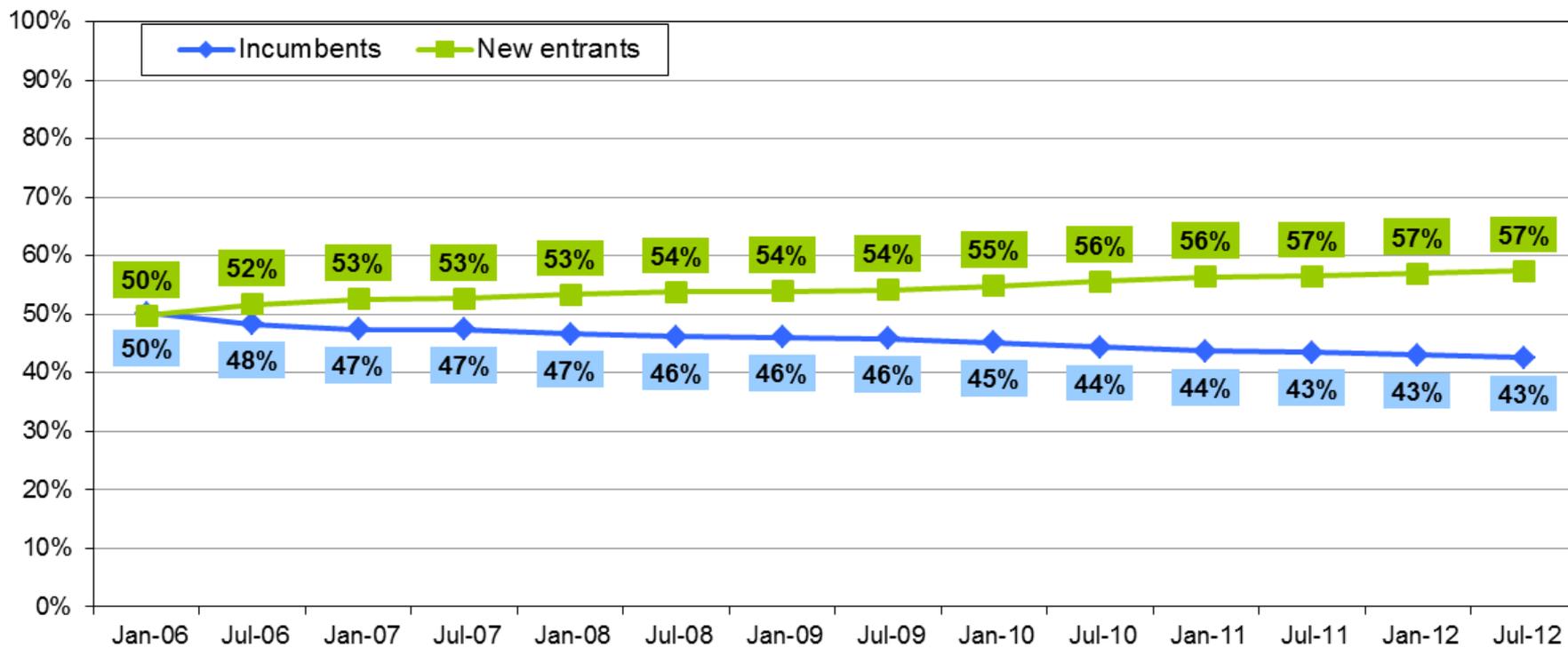
Standard coverage by country, end of 2011



Source: European Commission, Digital Agenda Scoreboard

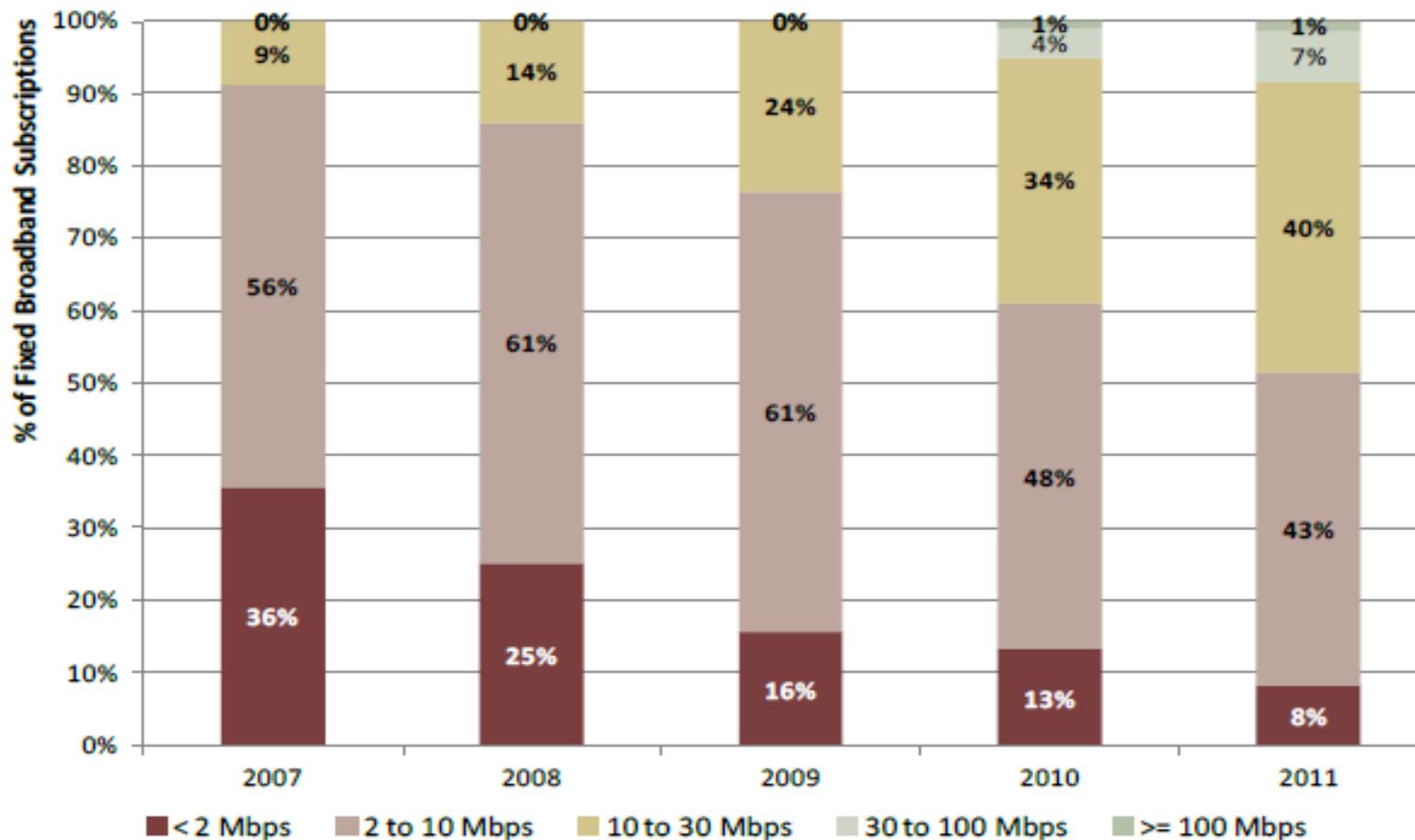
# A Participação de Operadores Alternativos Cresce

Fixed broadband lines - operator market shares at EU level, January 2006 - July 2012



Source: European Commission, Digital Agenda Scoreboard

# O *Take-Up* em velocidades mais altas aumenta

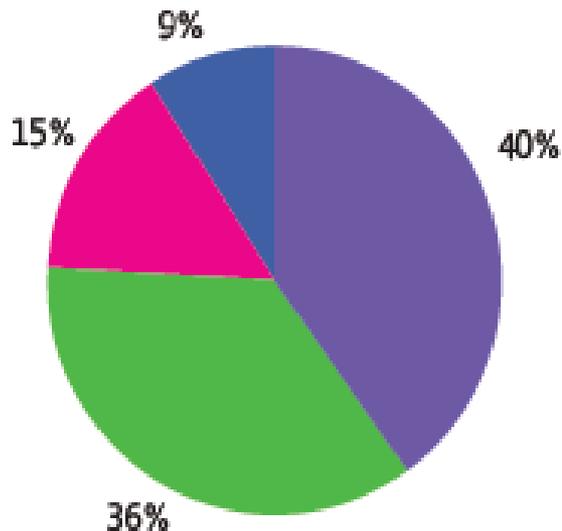


The evolution of broadband subscription speeds [Source: EUROSTAT]

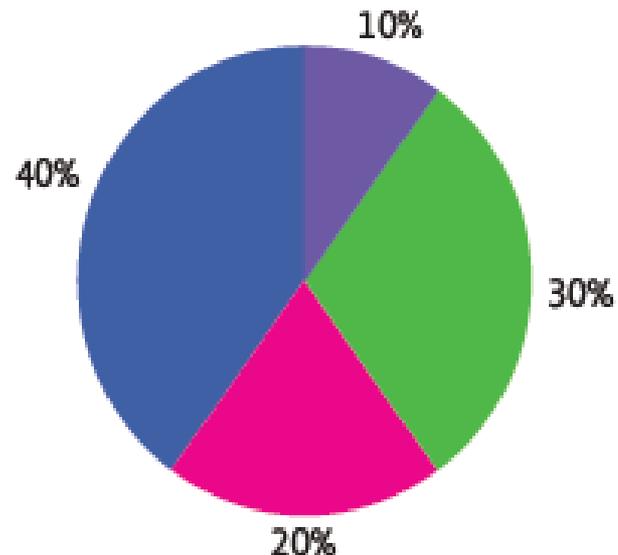
# O Mercado de Atacado Cria Valor Para Incumbentes

2012 External revenue and adjusted EBITDA by line of business

External revenue



Adjusted EBITDA<sup>a</sup>



● BT Global Services ● BT Retail ● BT Wholesale ● Openreach





## O PNBL

### Aumento de Investimentos

- Iniciativa fundamental em direção à universalização e inclusão digital.
- O Estado como agente diferenciado não pode desorganizar o mercado.
- Estímulo à demanda com efeitos sobre oferta e investimentos privados.
- Desonerações: importante para mitigar alta carga tributária sobre investimentos, mas pode agravar problemas concorrenciais.



## Compartilhamento de Infraestruturas

- Postes, dutos, leitos viários: crítico
- Coordenação de políticas públicas e articulação de agentes.
- Soluções inovadoras para construção racional. Ex.: padrões técnicos.
- Modelos econômicos para partilha de custos e recompensas e para atrair *funding* alternativos.
- Compartilhamento não pode fechar mercados.



**Menores custos sociais, maior  
produtividade dos investimentos**



## Novos Paradigmas

- ✓ O controle de ativos fixos deixa de ser prioridade estratégica para operadores históricas.
- ✓ A competição de fora do setor (i.e., de não operadoras de telecom) está pressionando as receitas tradicionais.
- ✓ É o momento de mudanças.
- ✓ O Mercado de Atacado do PGMC é um elemento essencial neste contexto: a qualidade e o *timing* da implementação é o fator crítico.
- ✓ As políticas públicas podem contribuir muito para incentivo aos investimentos.



**Obrigado!**

**João Moura**  
**Presidente Executivo**  
**TelComp**

**Telefone: (11) 5533-8399**  
**E-mail: [jmoura@telcomp.org.br](mailto:jmoura@telcomp.org.br)**