

# SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES EM 2015

BRASÍLIA, 24 DE NOVEMBRO DE 2015

**SindiTelebrasil**  
Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia  
e de Serviço Móvel Celular e Pessoal



**2015**  
**ano de**  
**grandes**  
**desafios**



**Ambiente econômico turbulento**

**Cenário político instável**

**Importantes mudanças  
regulatórias**

**Baixa atratividade ao  
investimento**



# 275

milhões de celulares  
em 2015  
queda de 1% em  
relação a 2014

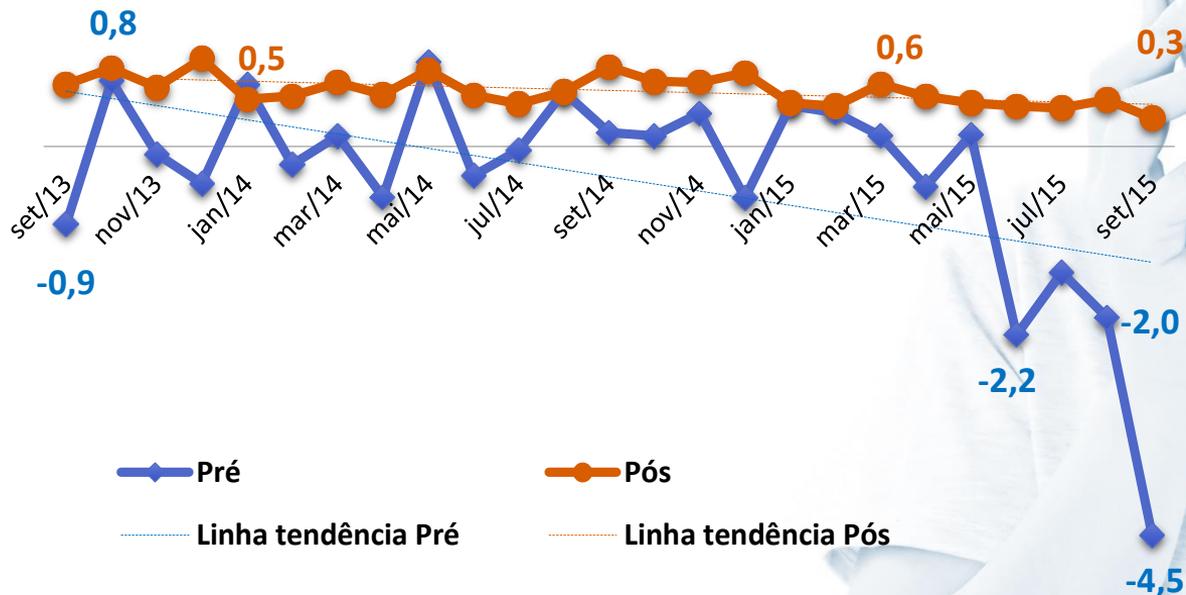
**Crise econômica**  
**Uso de aplicativos**  
**Novas ofertas**

**Esforço de  
adaptação  
à nova  
realidade**

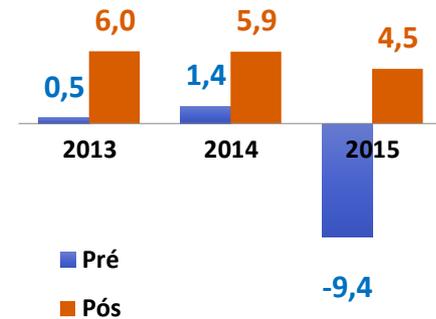


# Adições líquidas de celulares

(em milhões)



Adições líquidas Celulares –  
Jan a Set  
em milhões



# 225

milhões de acessos em  
banda larga

Novas ativações de  
banda larga em  
2015 (até set)  
em milhões

1,2

fixa

32,7



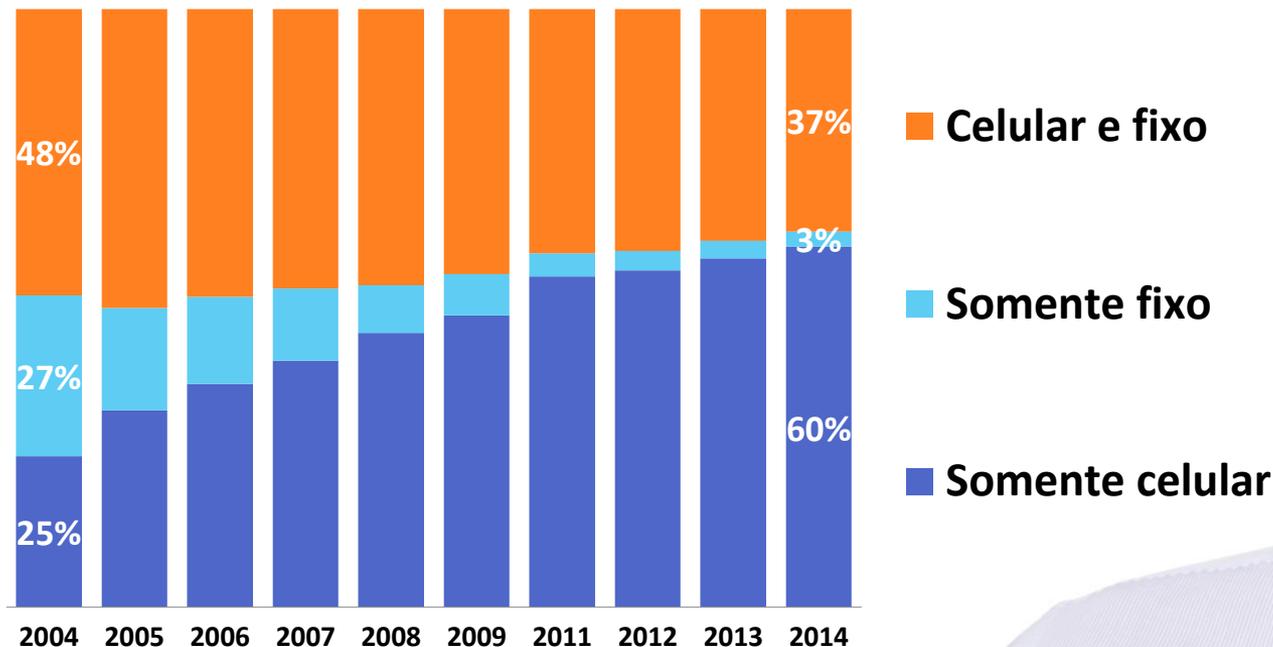
móvel



Todos querem  
**MOBILIDADE**

# Todos querem mobilidade: para falar e ....

Domicílios com Telefone



... e para acessar a internet

**76%**

dos usuários de  
internet acessam a  
rede pelo  
*smartphone*



**63% do tempo on-line do brasileiro  
é gasto em dispositivos móveis**

# Serviços fixos perdendo espaço

**44** milhões de telefones fixos  
queda de **2%** em relação a 2014

**19** milhões de TV por assinatura  
queda de **3%** em relação a 2014



# A expansão da cobertura da banda larga móvel continua acelerada para suprir a demanda por mobilidade



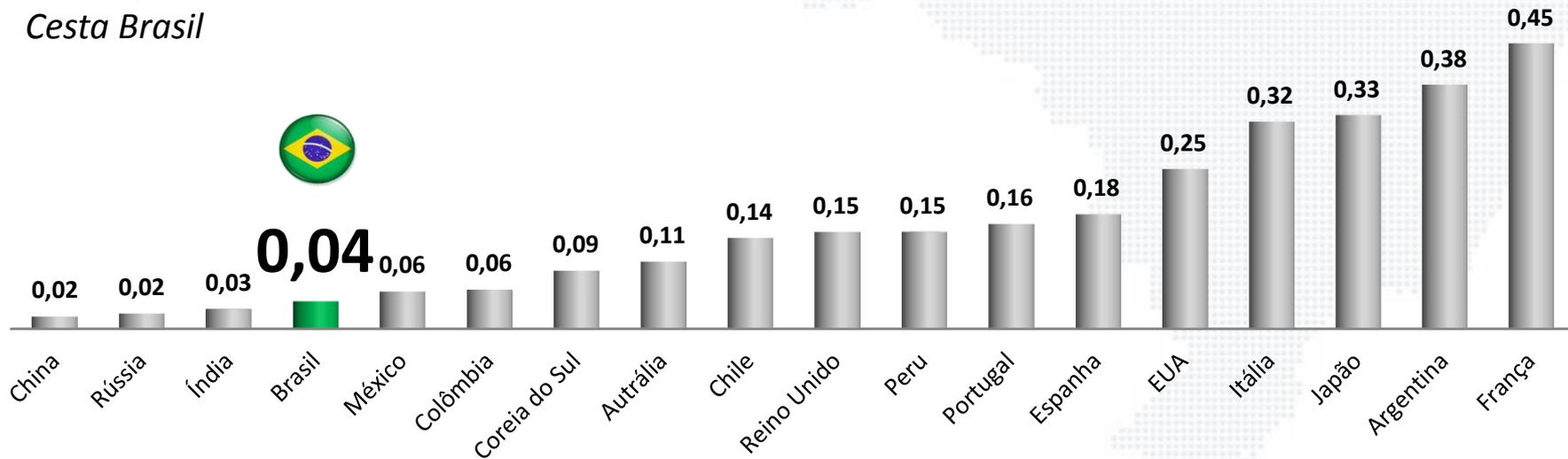
# E o preço dos serviços continuam acessíveis

Minuto do celular no Brasil permanece entre os mais baratos do mundo

Preço do minuto no celular (US\$)

com impostos

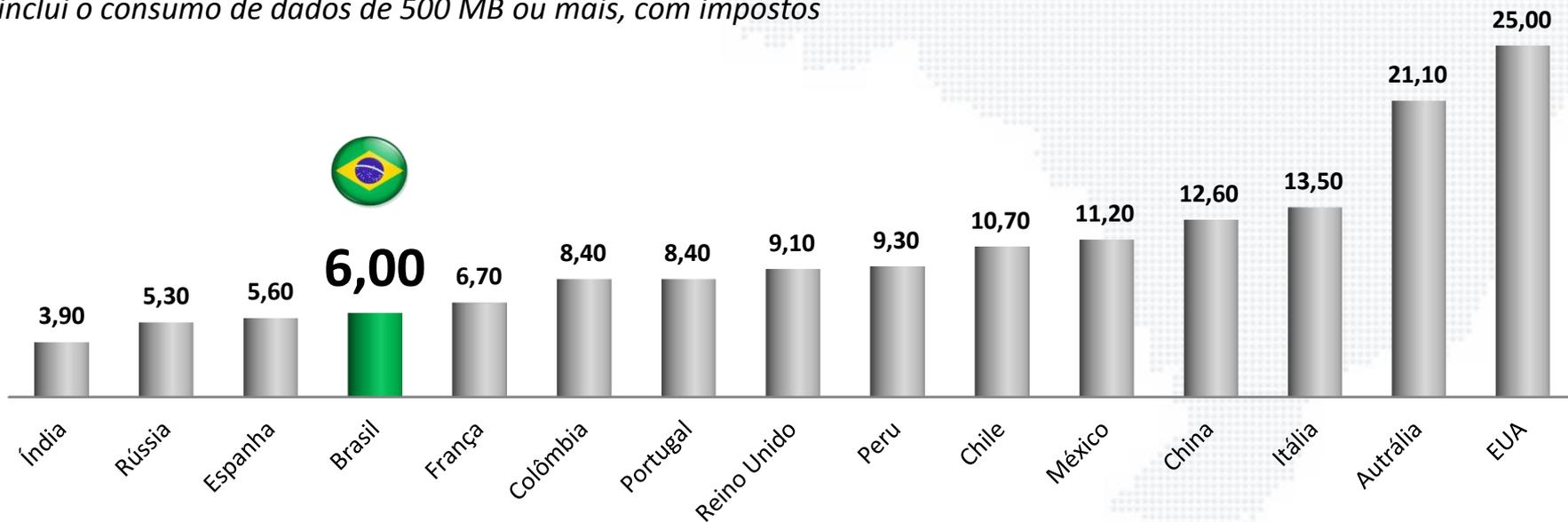
Cesta Brasil



# O preço da banda larga móvel também está entre as mais baratas

## Cesta da Banda Larga Móvel Pré-paga (US\$)

*inclui o consumo de dados de 500 MB ou mais, com impostos*



Esse levantamento de preços foi feito pela **consultoria Teleco** para mostrar a realidade brasileira e os preços efetivamente praticados no país

Para o celular, a Teleco analisou 3 cestas:

1. **Cesta UIT:** com os mesmo parâmetros da UIT e os preços praticados nos países
2. **Cesta média:** com o perfil de tráfego médio dos 18 países analisados
3. **Cesta Brasil:** com o perfil de tráfego médio do brasileiro



De acordo com o último relatório da UIT, o minuto do celular custa

**US\$ 0,55**

considerando que o brasileiro fala em média

117 minutos por mês, a conta média no Brasil seria então de

**R\$ 244!!!**



**R\$ 244**

representa

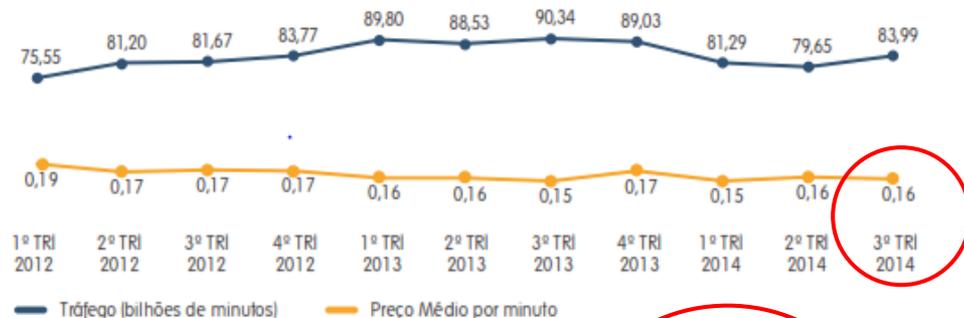
**31%**

do salário mínimo



# A Anatel divulga os valores do minuto do celular praticado no Brasil no Relatório anual

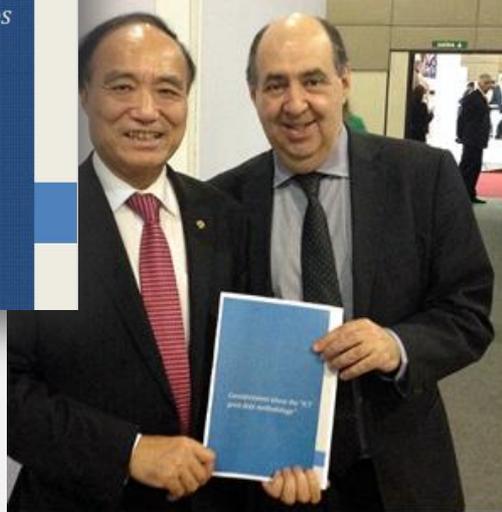
Evolução do Tráfego e Preço médio



**R\$ 0,16**  
no 3º tri/14



*Considerações sobre a  
"Metodologia de Avaliação dos  
Preços de TIC"*



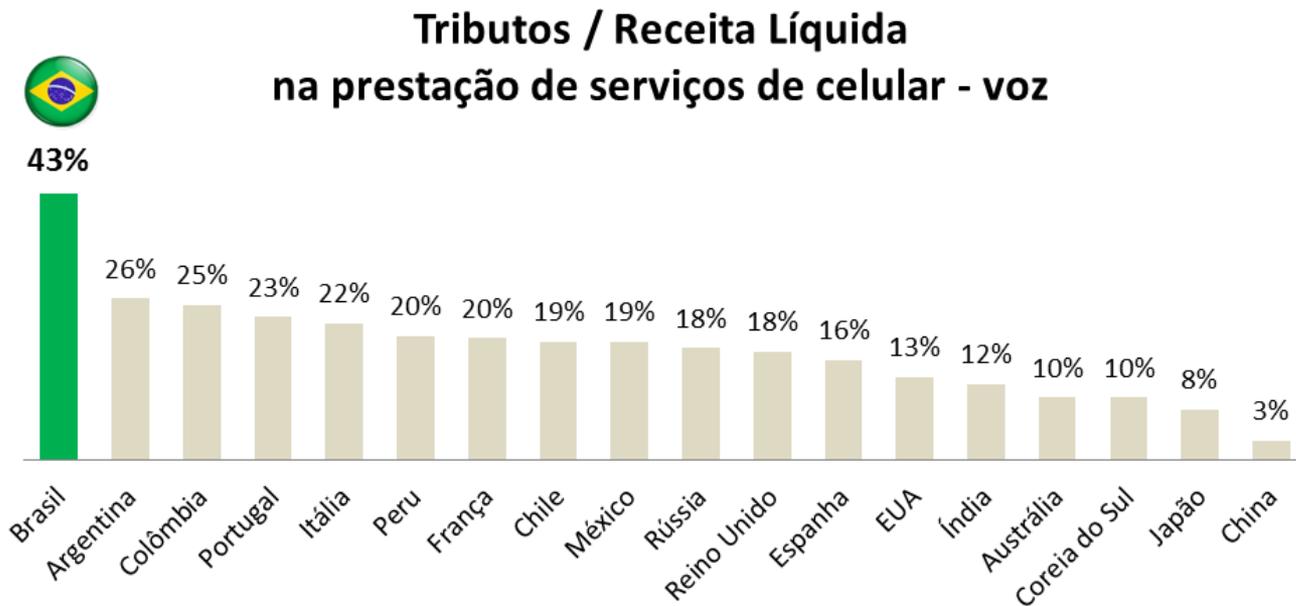
**A Anatel entregou à  
UIT, em 28/out, um  
documento com  
propostas de  
aperfeiçoamento da  
metodologia de  
avaliação de preços da  
entidade**

**Com o objetivo de melhor refletir os  
preços efetivamente praticados no Brasil  
e em todos os Estados Membros da UIT**

**o estudo da  
Teleco mostra  
que os tributos  
têm um peso  
significativo  
nos preços dos  
serviços**



# Entre os países pesquisados o Brasil tem a maior carga tributária, quase o dobro do segundo colocado



# 43%

de imposto mostra que  
telecom **NÃO TEM  
SIDO PRIORIDADE**  
para os governos



**Várias iniciativas dos governos federal e estaduais estão aumentando ainda mais a carga tributária sobre os serviços de telecom**



# Aumentos de Tributos do Setor de Telecomunicações

**Reoneração  
dos  
smartphones  
e tablets**

**Aumento do ICMS  
em 9 Ufs**

*Estimativa de aumento de R\$ 1 bi na arrecadação, sem considerar a diminuição do uso por causa do aumento do preço*

**Aumento da  
contribuição  
para o Condecine**

*Estimativa de aumento de R\$ 200 mi na arrecadação da contribuição*

**Mudança do  
PIS / Cofins**

*Estimativa de aumento da arrecadação em R\$ 1,7 bi com a alíquota de 9,25%*

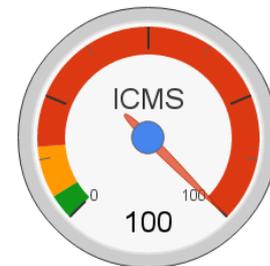
**Aumento do  
Fistel**

*Estimativa de aumento de R\$ 5,5 bi na arrecadação se o aumento for de 189%*

**R\$ 8,4 bi\***  
de aumento da  
tributação  
**2x o lucro  
das  
empresas de  
2014**

\*valor estimado pelo SindiTelebrasil

# Iniciativas Estaduais de aumento do ICMS sobre Serviços de Comunicação



UF	Alteração	Legislação	Produção de efeito
AL	Eleva a alíquota de ICMS de <b>27%</b> para <b>30%</b> , sendo 2 p.p. para prover recursos para o FECOP.	Lei nº 7.740/2015	11/01/2016
AP	Eleva a alíquota de ICMS de <b>25%</b> para <b>29%</b>	Lei nº 1.949/2015	01/02/2016
DF	Eleva a alíquota de ICMS de <b>25%</b> para <b>28%</b>	Lei nº 5.452/2015	01/01/2016
MG	Eleva a alíquota de ICMS de <b>25%</b> para <b>27%</b>	Lei nº 21.781/2015	01/01/2016
PE	Eleva a alíquota de ICMS de <b>28%</b> para <b>30%</b>	Lei nº 15.599/2015	01/01/2016
RN	Eleva a alíquota de ICMS de <b>27%</b> para <b>30%</b> , sendo 2 p.p. para prover recursos para o FECOP.	Lei nº 9.991/2015	28/01/2016
RS	Eleva a alíquota de ICMS de <b>25%</b> para <b>30%</b>	Lei nº 14.473/2015	01/01/2016
SE	Eleva a alíquota de ICMS de <b>27%</b> para <b>30%</b> , sendo 2 p.p. para prover recursos para o FECOP.	Lei nº 8.040/2015	01/01/2016
TO	Eleva a alíquota de ICMS de <b>25%</b> para <b>29%</b> , sendo 2 p.p. para prover recursos para o FECOEP-TO	Lei nº 3.019/15 e 3.015/15	01/01/2016

# A alíquota do ICMS sobre serviços de telecom é a mesma que tacos de golfe

DECRETO N. 45.490, DE 30 DE NOVENO 2000

25%

**Artigo 55** - Aplica-se a alíquota de 25% (vinte e cinco por cento) sobre os valores das prestações ou prestações internas com os produtos e serviços de telecomunicações, observada a classificação segundo a Nomenclatura Brasileira de Mercadorias - Sistema Harmonizado - NBM/SH vigentes 1 e 8, este acrescentado pela Lei 7646/91 art. 4º I e § 5º com alteração da Lei 9.399/96 art. 1º VII Lei 6558/89 art. 1º

I - nas prestações onerosas de serviço de comunicação  
II - bebidas alcoólicas, classificadas na posição 2207.10.0100 e 2207.10.9902, gasolina classificada nos códigos 2710.00.0401  
III - fumo e seus sucedâneos manufaturados  
IV - perfumes e cosméticos, classificados nos códigos 3302.10.0100, 3302.10.0200, 3302.10.0300, 3302.10.0400, 3302.10.0500, 3302.10.0600, 3302.10.0700, 3302.10.0800, 3302.10.0900, 3302.10.1000, 3302.10.1100, 3302.10.1200, 3302.10.1300, 3302.10.1400, 3302.10.1500, 3302.10.1600, 3302.10.1700, 3302.10.1800, 3302.10.1900, 3302.10.2000, 3302.10.2100, 3302.10.2200, 3302.10.2300, 3302.10.2400, 3302.10.2500, 3302.10.2600, 3302.10.2700, 3302.10.2800, 3302.10.2900, 3302.10.3000, 3302.10.3100, 3302.10.3200, 3302.10.3300, 3302.10.3400, 3302.10.3500, 3302.10.3600, 3302.10.3700, 3302.10.3800, 3302.10.3900, 3302.10.4000, 3302.10.4100, 3302.10.4200, 3302.10.4300, 3302.10.4400, 3302.10.4500, 3302.10.4600, 3302.10.4700, 3302.10.4800, 3302.10.4900, 3302.10.5000, 3302.10.5100, 3302.10.5200, 3302.10.5300, 3302.10.5400, 3302.10.5500, 3302.10.5600, 3302.10.5700, 3302.10.5800, 3302.10.5900, 3302.10.6000, 3302.10.6100, 3302.10.6200, 3302.10.6300, 3302.10.6400, 3302.10.6500, 3302.10.6600, 3302.10.6700, 3302.10.6800, 3302.10.6900, 3302.10.7000, 3302.10.7100, 3302.10.7200, 3302.10.7300, 3302.10.7400, 3302.10.7500, 3302.10.7600, 3302.10.7700, 3302.10.7800, 3302.10.7900, 3302.10.8000, 3302.10.8100, 3302.10.8200, 3302.10.8300, 3302.10.8400, 3302.10.8500, 3302.10.8600, 3302.10.8700, 3302.10.8800, 3302.10.8900, 3302.10.9000, 3302.10.9100, 3302.10.9200, 3302.10.9300, 3302.10.9400, 3302.10.9500, 3302.10.9600, 3302.10.9700, 3302.10.9800, 3302.10.9900  
V - peleteria e suas obras e peleteria artificial  
VI - motocicletas de cilindrada superior a 250 cm<sup>3</sup>  
VII - asas-delta, balões e dirigíveis  
VIII - embarcações de esporte e de recreio  
IX - armas e munições  
X - fogos de artifício  
XI - trituradores domésticos de lixo  
XII - aparelhos de sauna elétricos  
XIII - aparelhos transmissores e receptores (tipo "walkie-talkie")  
XIV - binóculos, classificados na posição 9001.10.0000  
XV - jogos eletrônicos de vídeo (vídeo cassete, vídeo compact disc, vídeo laser disc, vídeo compact disc digital, vídeo laser disc digital)  
XVI - bolas e tacos de bilhar, classificados na posição 9506.31.0000  
XVII - cartas para jogar, classificadas na posição 9506.91.0000  
XVIII - raquetes de tênis, classificadas na posição 9506.32.0000  
XIX - bolas de tênis, classificadas na posição 9506.33.0000  
XX - esquís aquáticos, classificados na posição 9506.92.0000  
XXI - tacos para golfe, classificados na posição 9506.34.0000  
XXII - bolas para golfe, classificados na posição 9506.35.0000  
XXIII - cachimbos, classificados na posição 2402.10.0000  
XXIV - piteiras, classificados na posição 2402.10.0000  
XXV - álcool carburante, classificado nos códigos 2207.10.0100 e 2207.10.9902, gasolina classificada nos códigos 2710.00.0401, querosene de aviação, classificado nos códigos 2710.00.0401

- I - nas prestações onerosas de serviço de comunicação
- II - bebidas alcoólicas
- III - fumo e seus sucedâneos manufaturados
- IV - perfumes e cosméticos, as preparações anti-solares e os bronzeadores
- V - peleteria e suas obras e peleteria artificial
- VI - motocicletas de cilindrada superior a 250
- VII - asas-delta, balões e dirigíveis
- VIII - embarcações de esporte e de recreio
- IX - armas e munições
- X - fogos de artifício
- XI - trituradores domésticos de lixo
- XII - aparelhos de sauna elétricos

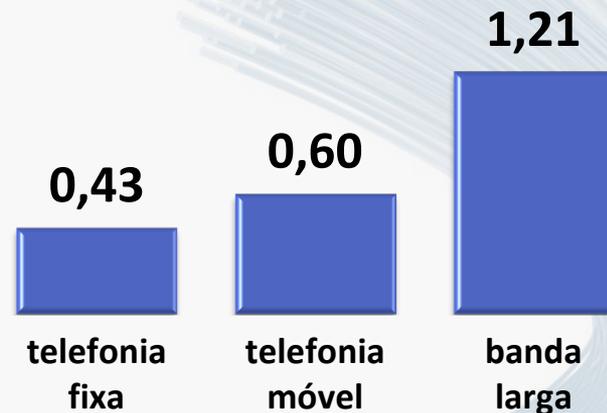
- XIII - aparelhos transmissores e receptores (tipo "walkie-talkie")
- XIV - binóculos
- XV - jogos eletrônicos de vídeo
- XVI - bolas e tacos de bilhar
- XVII - cartas para jogar
- XIX - raquetes de tênis
- XX - bolas de tênis
- XXI - esquís aquáticos
- XXII - tacos para golfe
- XXIII - bolas para golfe
- XXIV - cachimbos
- XXV - piteiras
- XXVI - álcool carburante e querosene de aviação

Cada aumento de  
**1 p.p. na CARGA TRIBUTÁRIA**  
tira  
**0,5 p.p. do potencial de  
crescimento da economia**

*"O investimento privado recua  
com a redução dos lucros  
retidos para pagar tributos.  
Isso reduz a produtividade e  
diminui a capacidade da  
economia crescer"*

Cada aumento de  
**10 p.p. em TELECOM\***,  
cria  
**potencial crescimento da  
economia**

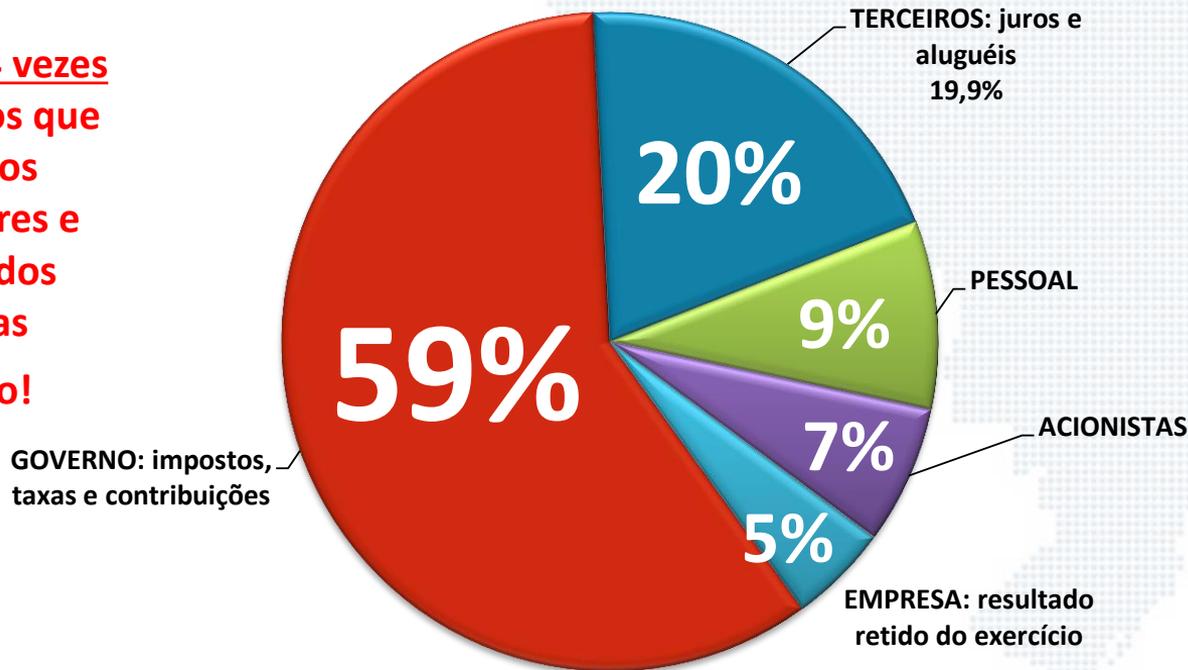
*% do PIB nos países emergentes, Estimativa do Banco Mundial*



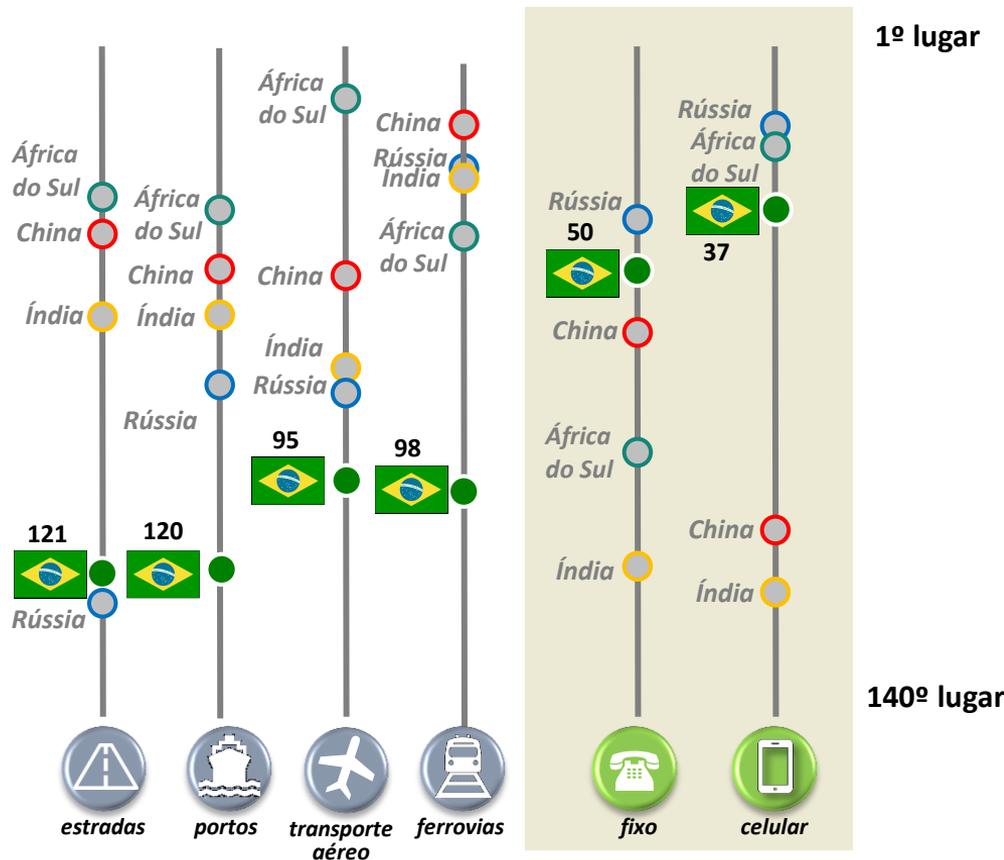
# Com essa carga tributária o Estado se apropria da maior parte da riqueza gerada pelo Setor

Valor adicionado distribuído 2002 a 2014 - TELECOM

**Governo: 6,4 vezes  
mais recursos que  
o valor dos  
trabalhadores e  
8,7 vezes dos  
acionistas  
Sem risco!**



# Ranking Global – Qualidade da Infraestrutura



1º lugar

**telefonia é o segmento da infraestrutura brasileira mais bem colocado no Relatório de Competitividade 2016 do Fórum Econômico Mundial**

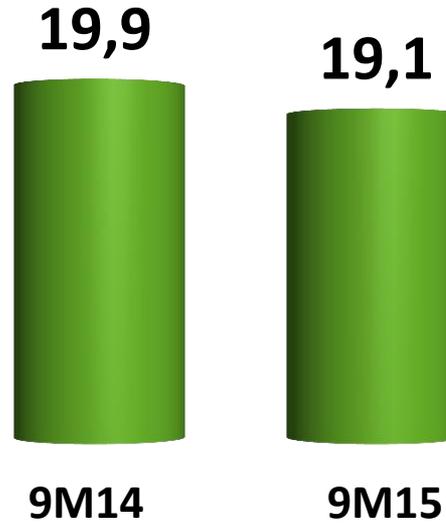
140º lugar

Fonte: Global Competitive Index. 1 = melhor resultado, 140 = pior resultado

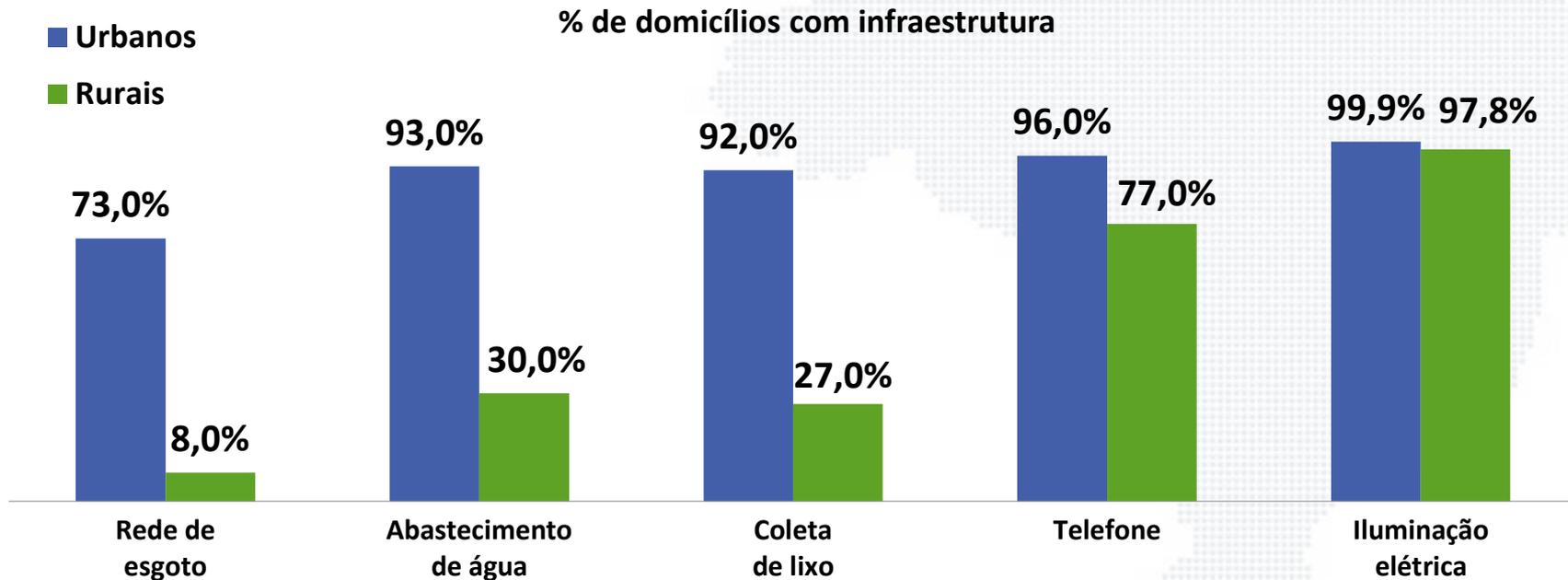


# Investimentos acumulados até set

*R\$ bilhões*



# Investimentos privados resultaram em uma das mais robustas infraestruturas do País



**2016**



# EDUARDO LEVY

[levy@sinditelebrasil.org.br](mailto:levy@sinditelebrasil.org.br)

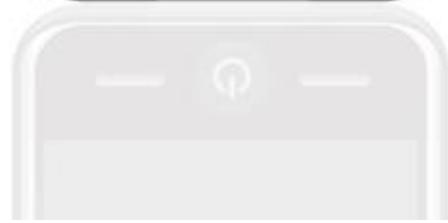




**Slides de  
Apoio**

O levantamento de  
preços dos serviços de  
telecom está  
disponível em

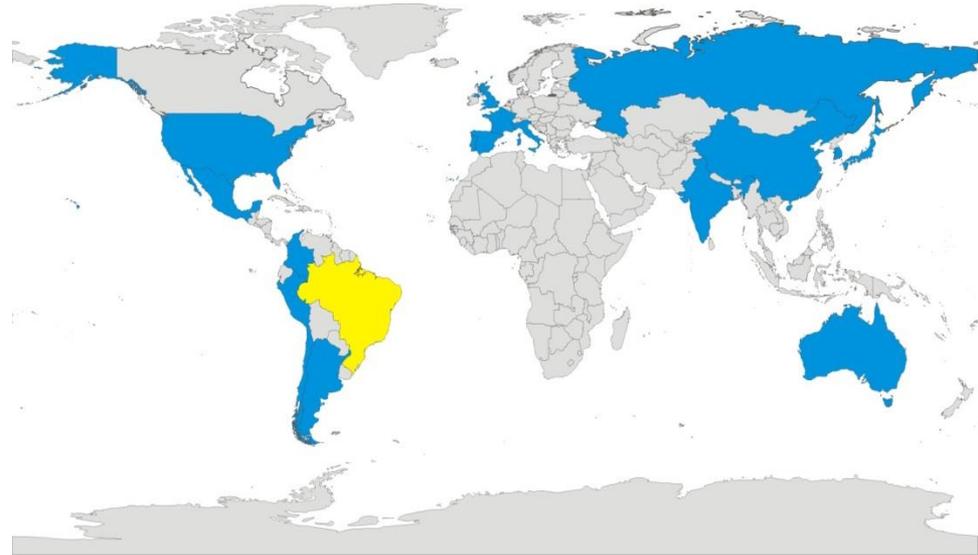
[http://www.telebrasil.org.br/  
panorama-do-  
setor/desempenho-  
comparado](http://www.telebrasil.org.br/panorama-do-setor/desempenho-comparado)



os **18 países**  
**considerados** no estudo,  
incluindo o Brasil,  
representam juntos **55% da**  
**população mundial** e  
cerca de **57% dos**  
**celulares do mundo**, além  
do alto grau de **relevância**  
para a **economia mundial**



- **América Latina:** Argentina, Chile, Colômbia, Peru e México
- **BRIC:** Rússia, Índia e China
- **Ásia:** Austrália, Coréia do Sul e Japão
- **Estados Unidos**
- **Europa:** Espanha, França, Itália, Portugal e Reino Unido



# Estudo do preço do celular



## Foram analisadas **3 cestas** com perfis de **consumo diferentes**

- 1 Cesta UIT:** considera os mesmo parâmetros da UIT
- 2 Cesta média:** considera o perfil de tráfego médio dos 18 países analisados
- 3 Cesta Brasil:** considera o perfil de tráfego médio do brasileiro



## 3 cestas com perfis de consumo diferentes

	Cesta UIT	Cesta Média	Cesta Brasil
quantidade de minutos	<b>51</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
minutos entre celulares da mesma operadora	<b>53,1%</b>	<b>70%</b>	<b>90%</b>
minutos para celulares de outra operadora	<b>26,4%</b>	<b>15%</b>	<b>5%</b>
minutos para telefones fixos	<b>20,5%</b>	<b>15%</b>	<b>5%</b>

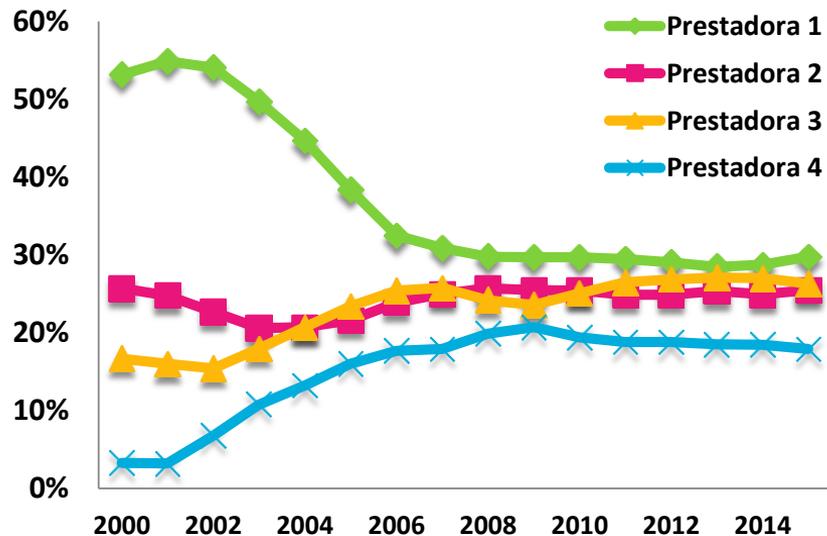


Além da diferença de consumo, a UIT considera os planos homologados na Anatel com os valores máximos que as empresas podem cobrar e não os efetivamente praticados



# mercado de telefonia móvel no Brasil é altamente competitivo

market share das prestadoras de telefonia móvel



Brasil é um dos países mais competitivos do mundo de acordo com o HHI\*

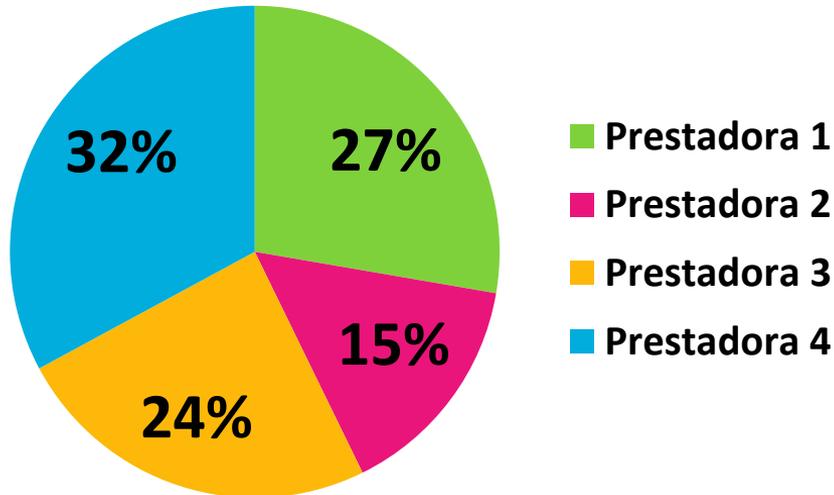
\* Índice Herfindahl-Hirschman: mede a concentração de mercado com base no *market share*.

# Estudo do preço da banda larga móvel



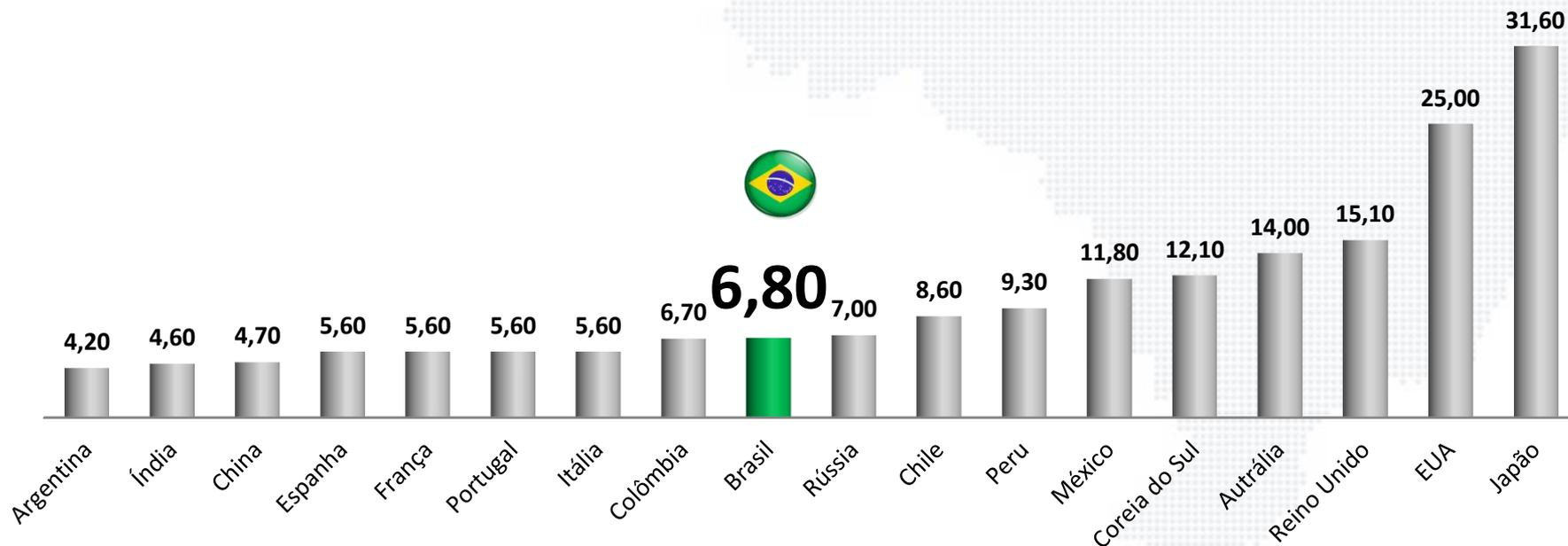
# A competição na banda larga móvel é muito grande

*market share* banda larga móvel



## Cesta da Banda Larga Móvel Pós-paga (US\$)

*inclui o consumo de dados de 500 MB ou mais, com impostos*

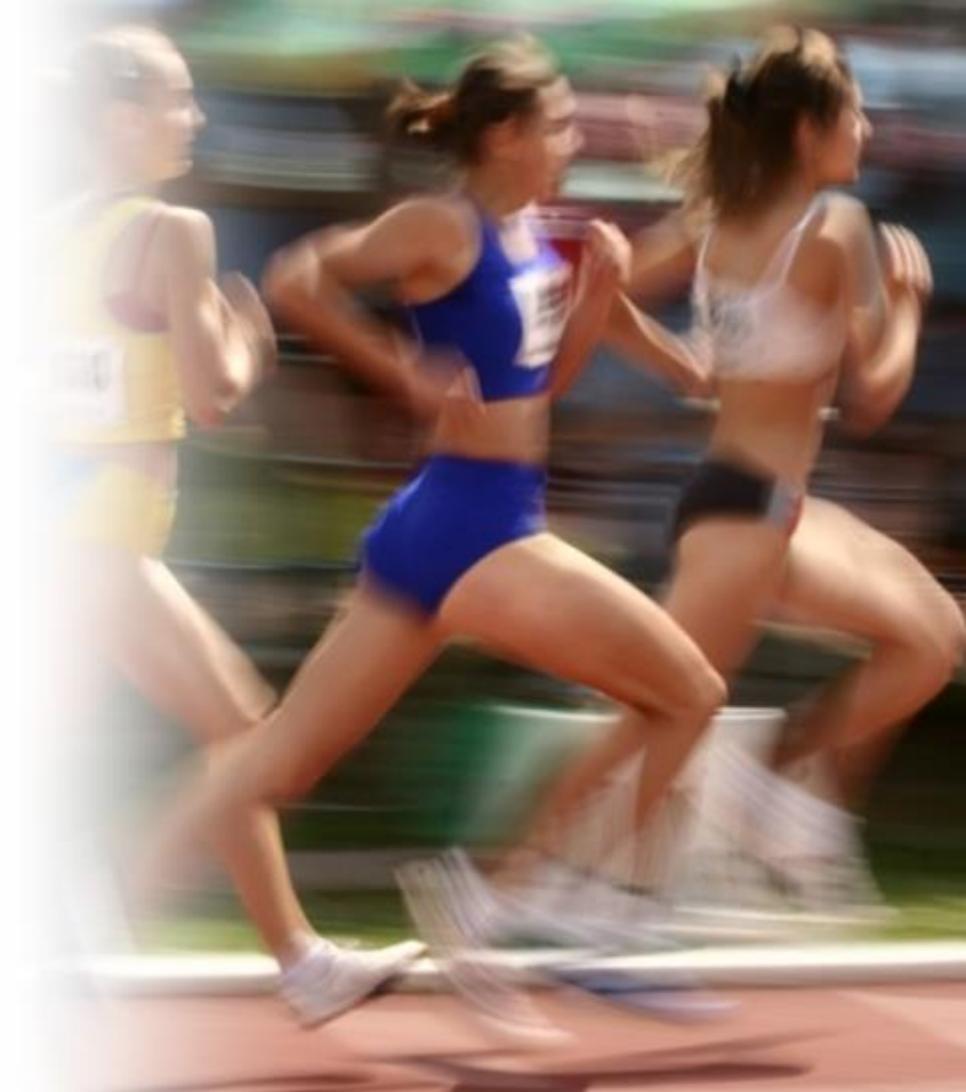
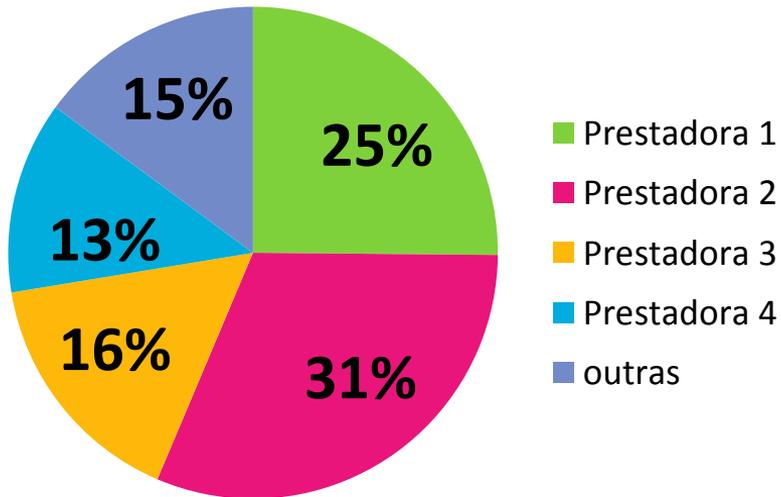


# Estudo do preço da banda larga fixa



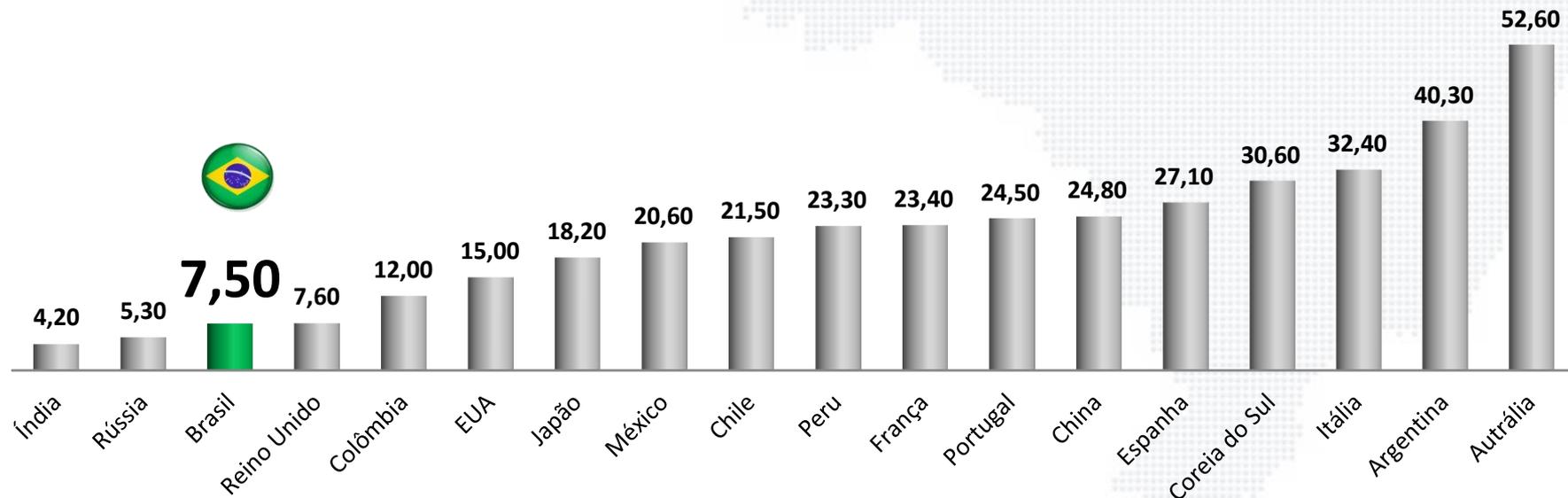
# A competição na banda larga fixa também é grande

*market share* banda larga fixa



## Cesta da Banda Larga Fixa (US\$)

*velocidade de download de no mínimo 1 Mbps e consumo de dados de no mínimo 1 GB*

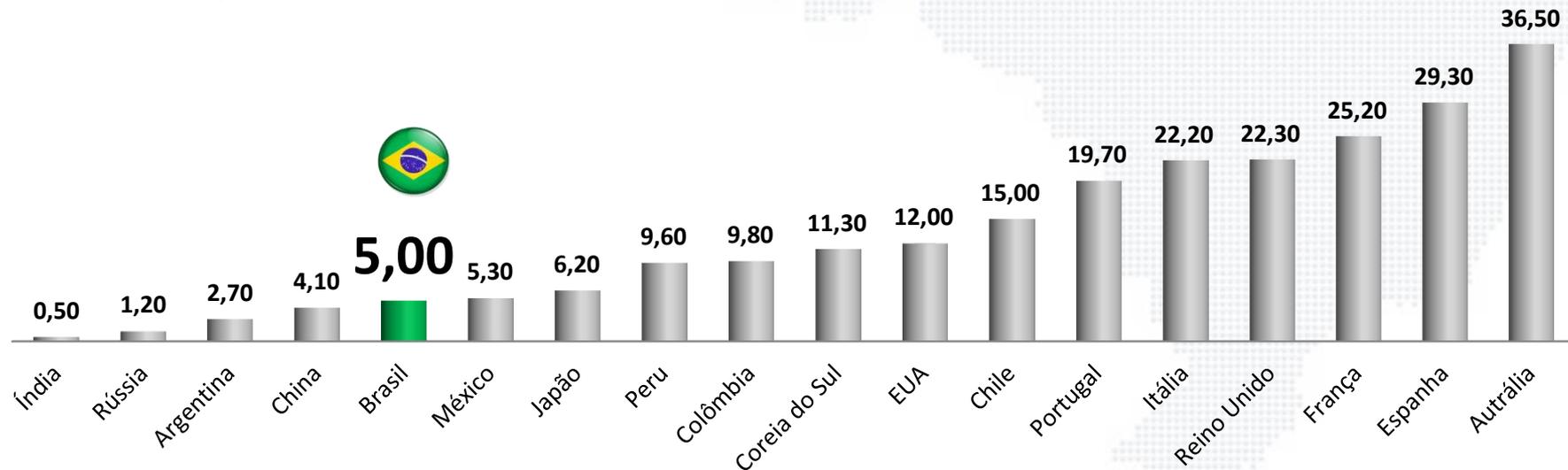


# Estudo do preço da telefonía fixa



## Cesta da Telefonia Fixa (US\$)

*Assinatura mensal, descontando-se o valor da franquia de minutos incluída e 90 minutos de chamadas locais, sendo 45 minutos no horário normal e 45 minutos no horário de tarifa reduzida*



# No Brasil, as **autorizatórias** de telefonia fixa possuem **38% do *market share***

*market share* telefonia fixa

