



# Aperfeiçoamento do Modelo Brasileiro de Telecomunicações

Reunião de Kick-off

20 de Maio de 2005



## Objetivos da Reunião



- **Formalizar o início do projeto;**
- **Fazer uma breve retrospectiva da evolução do modelo brasileiro de telecomunicações, identificando os resultados alcançados;**
- **Identificar, de forma preliminar, as transformações que estão impactando o setor;**
- **Apresentar o cronograma e os produtos do projeto;**
- **Discutir o escopo da apresentação da Telebrasil/Accenture/Guerreiro Teleconsult no Painel Telebrasil de 24 de junho e o papel das consultorias na coordenação das apresentações dos demais participantes;**
- **Discutir/ validar a amostra de países de servirá de base comparativa para as análises da Etapa 1;**
- **Discutir/ validar a lista de agentes e autoridades a serem entrevistadas na Etapa2.**

## Até a década de 80 a história das telecomunicações no Brasil esteve pautada pelo domínio estatal.



- Até a década de 60, o setor de telecomunicações era operado de forma descoordenada pela União, Estados e Municípios. Haviam cerca de 1,2 mil empresas telefônicas no Brasil, em sua maioria de médio e pequeno porte, sem diretrizes comuns e sem compromisso de integração de sistemas, o que comprometia o funcionamento do setor.
- Com a instituição do Código Brasileiro das Telecomunicações, em 1962, o setor se tornou competência da União. Com a criação da Embratel, em 1965, se iniciou o processo de interligar todas as principais cidades brasileiras e o Brasil com o mundo. A Telebrás, criada em 1972, realizou o processo de absorção das diversas empresas que atuavam em âmbito local, criando uma empresa por UF, chamada Empresa-Pólo.
- O modelo de monopólio estatal do Sistema Telebrás, propiciou notável desenvolvimento às telecomunicações brasileiras até a década de 80, quando começou a dar sinais de enfraquecimento pelo tratamento político das tarifas e pela limitação de realizar investimentos.

**Na década de 90 a história das telecomunicações sofreu uma profunda transformação.**



**A grande demanda reprimida**

**A forte concentração de telefones na classes "A" e "B"**

**A insuficiência de terminais de uso coletivo**

**A inadequação da estrutura tarifária**

**A falta de atendimento nas cidades menores**

**A incapacidade de investimentos da União**

**As restrições à gestão das empresas estatais**

**A ausência de competição**

**Exigiu que o País adotasse, nos anos 90, um novo modelo regulatório para o setor de telecomunicações**

**Esta transformação foi guiada por objetivos fundamentais que visavam a modernização do setor.**



## **Objetivos da reforma setorial**

- **i) Fortalecer o papel regulador do Estado e eliminar seu papel de empresário;**
- **ii) Aumentar e melhorar a oferta de serviços;**
- **iii) Em ambiente competitivo, criar oportunidades atraentes de investimento e de desenvolvimento tecnológico e industrial;**
- **iv) Criar condições para que o desenvolvimento do setor seja harmônico com as metas de desenvolvimento social do País;**
- **v) Maximizar o valor de venda das empresas estatais de telecomunicações sem prejudicar os objetivos anteriores.**

# A reforma setorial se fundamentou nos princípios da competição e universalização dos serviços e na criação de um agente regulador independente.



## Criação da Anatel

A atuação em mercado de competição exige a presença de órgão regulador, com a missão de preservar os direitos dos usuários, garantir a competição justa e estimular o investimento privado.

A Anatel foi instituída em 5 de novembro de 1997, antes das privatização das empresas do Sistema Telebrás.

## Universalização

As prestadoras históricas foram ainda incumbidas de ampliar a oferta dos serviços, realizando investimento expressivos para resgatar as obrigações estabelecidas nos contratos de concessão, como contrapartida ao período de monopólio pós-privatização e as vantagens competitivas iniciais.

## Competição

A competição só iniciou após a privatização, criando oportunidade para as operadoras históricas expandirem e modernizarem suas redes, preparando-se assim para atuar no cenário de competição; nesse período as novas entrantes constituíam suas redes de serviços, utilizando, em grande parte, a infraestrutura das incumbentes.

# O Regulador e os pilares da reforma nas telecomunicações

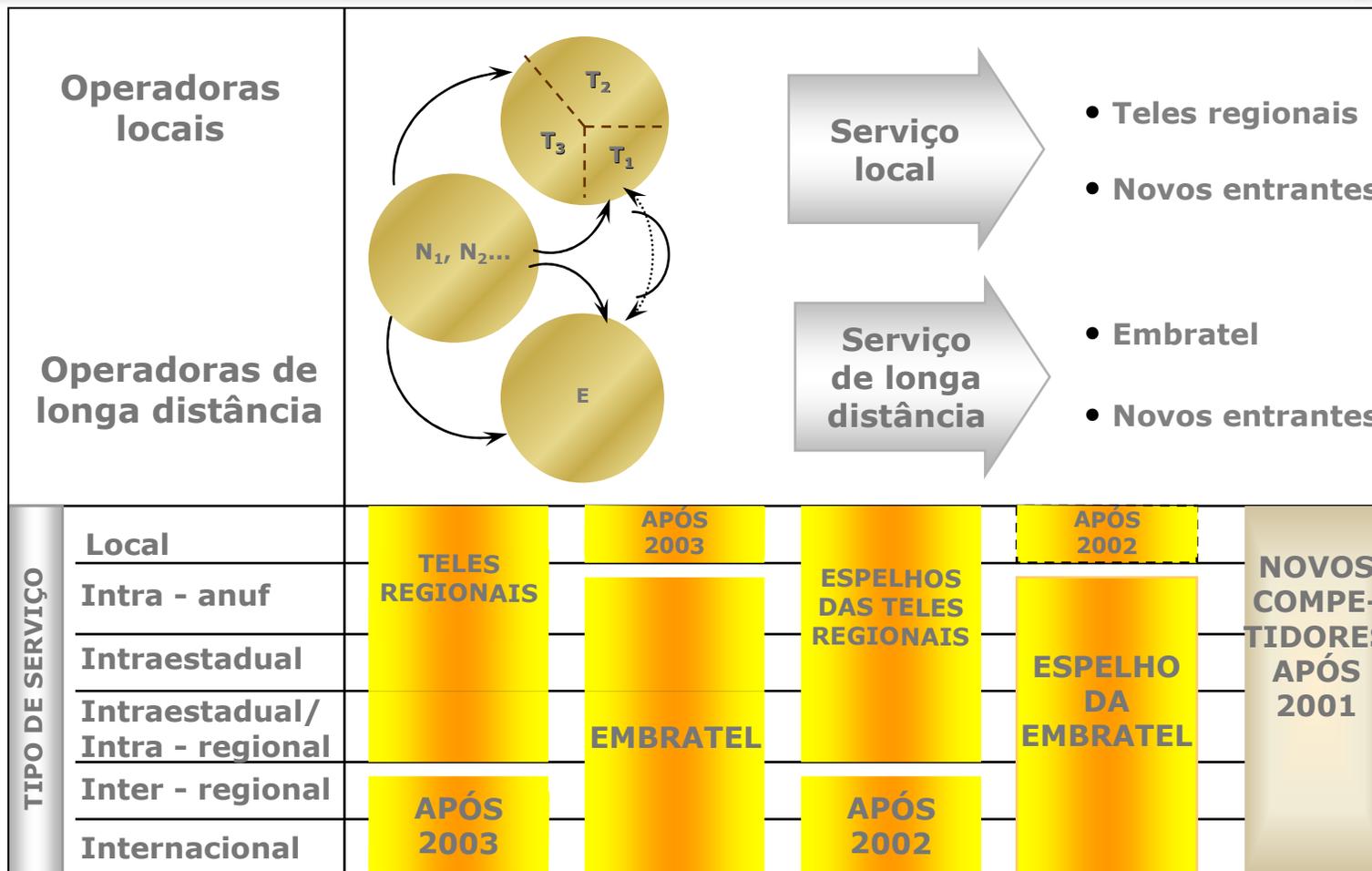


O PGO foi estruturado com uma concessionária operando em todo o território brasileiro, para serviços de longa distância nacional e internacional e outras três concessionárias operando em regiões distintas do País, todas operando o STFC no regime público. Em todas as regiões passariam a ser admitidas novas operadoras, atuando no regime privado, isto é, como autorizadas, como espelhos das concessionárias.

## REGIÕES DO PLANO GERAL DE OUTORGAS DO STFC



# O Regulador e os pilares da reforma nas telecomunicações



# Os resultados alcançados mudaram significativamente a posição do país, no que diz respeito às telecomunicações.



## Resultados

### DEMANDAS:

- A grande demanda reprimida » **RESOLVIDO**
- A forte concentração de telefones na classes "A" e "B" » **RESOLVIDO**
- A insuficiência de terminais de uso coletivo » **RESOLVIDO**
- A inadequação da estrutura tarifária » **RESOLVIDO**
- A falta de atendimento nas cidades menores » **RESOLVIDO**
- A incapacidade de investimentos da União » **RESOLVIDO**
- As restrições à gestão das empresas estatais » **RESOLVIDO**
- A ausência de competição » **RESOLVIDO (exceto no STFC Local)**

### OBJETIVOS:

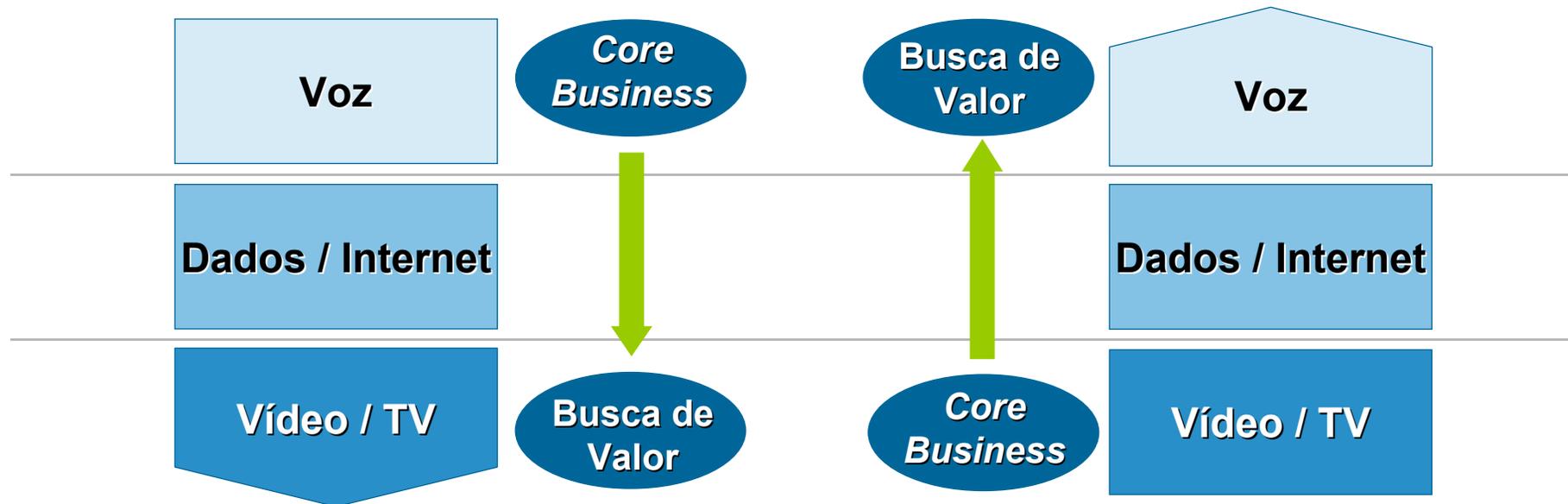
- *I) fortalecer o papel regulador do Estado e eliminar seu papel de empresário.* » **RESOLVIDO**
- *ii) aumentar e melhorar a oferta de serviços.* » **RESOLVIDO**
- *iii) em ambiente competitivo, criar oportunidades atraentes de investimento e de desenvolvimento tecnológico e industrial.* » **RESOLVIDO**
- *iv) criar condições para que o desenvolvimento do setor seja harmônico com as metas de desenvolvimento social do País.* » **RESOLVIDO**
- *v) maximizar o valor de venda das empresas estatais de telecomunicações sem prejudicar os objetivos anteriores.* » **RESOLVIDO**

Atualmente, verifica-se que os principais agentes do mercado, na busca de valor, estão rompendo as fronteiras da competição.



### Operadoras de Telecom (fixas e móveis)

### Operadoras de Pay TV



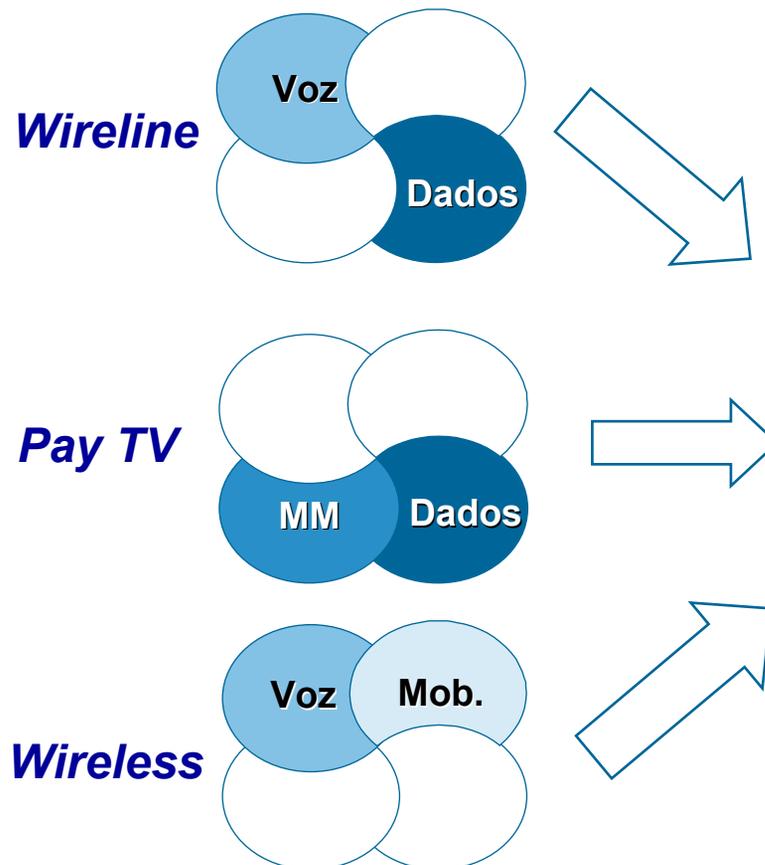
- Busca do valor após a comoditização dos principais serviços de seu *core business*

- Busca pela Expansão dos Meios de Acesso
- Complementação do portfólio e da proposta de valor

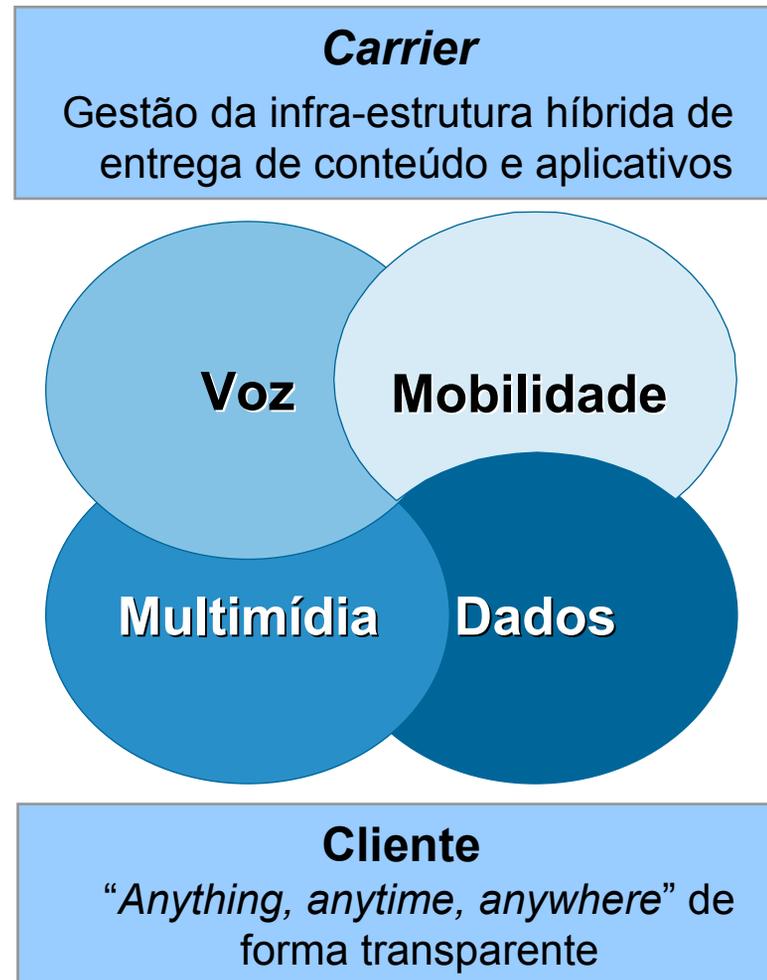
O resultado é uma tendência mundial que aponta para um cenário de convergência e transformação do negócio das comunicações.



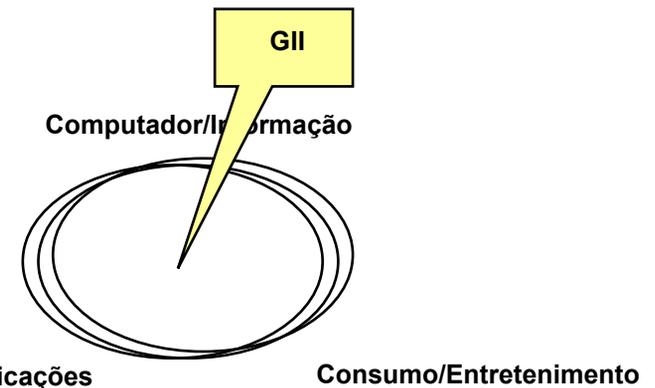
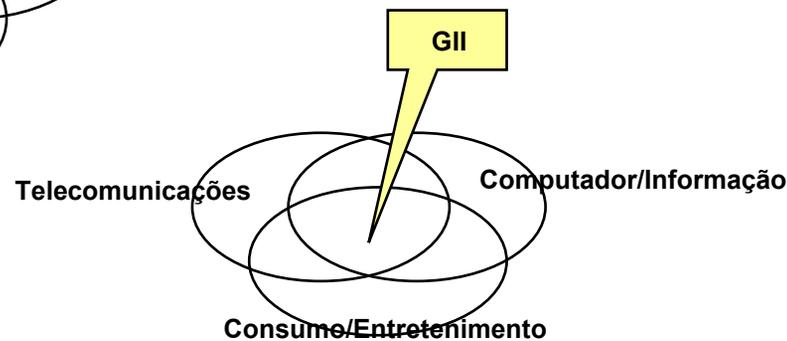
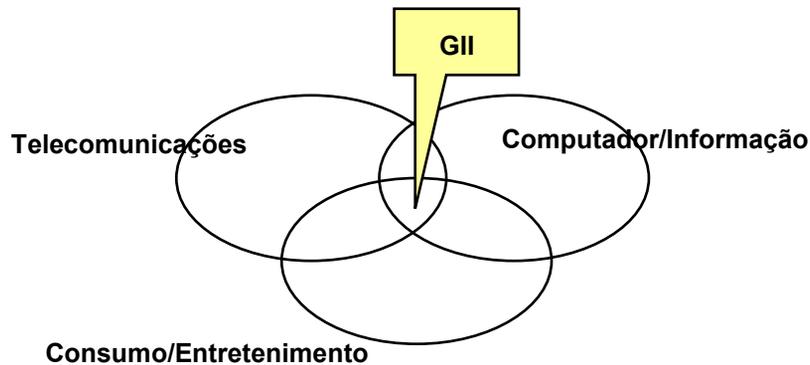
### Negócio Atual



### Novo Negócio Integrado

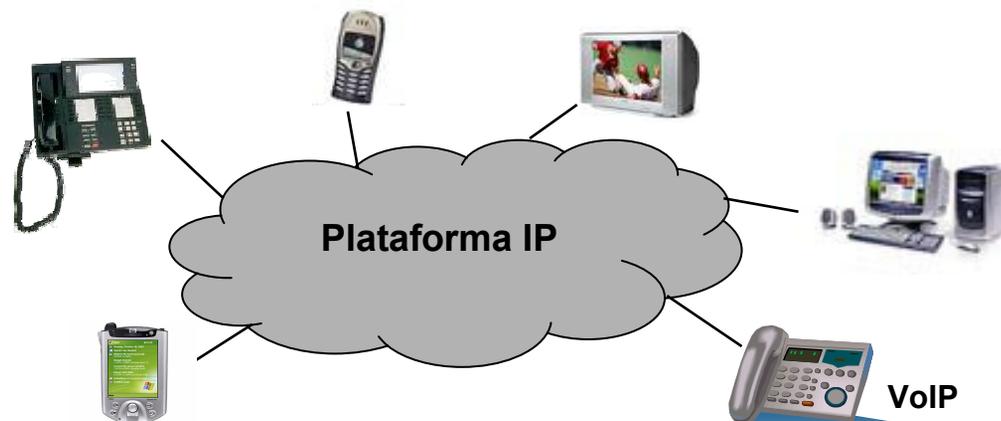


Neste contexto, a UIT definiu um novo conceito de telecomunicações a infra-estrutura global de informações (GII) que está baseado na convergência de 3 setores.

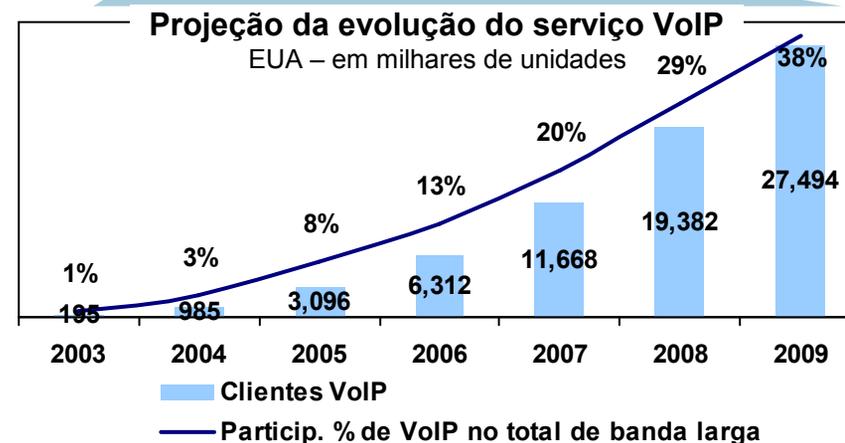
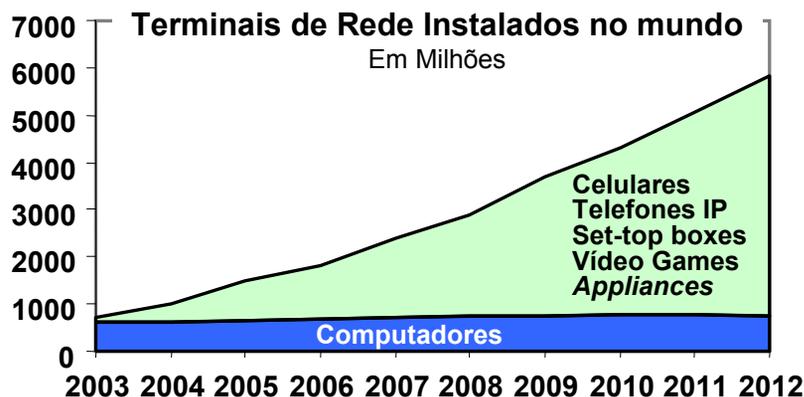


Fonte : União Internacional de Telecomunicações

Esta transformação é viabilizada, entre outras, pela expansão das plataformas IP, que disponibilizam serviços independentemente da forma de acesso.

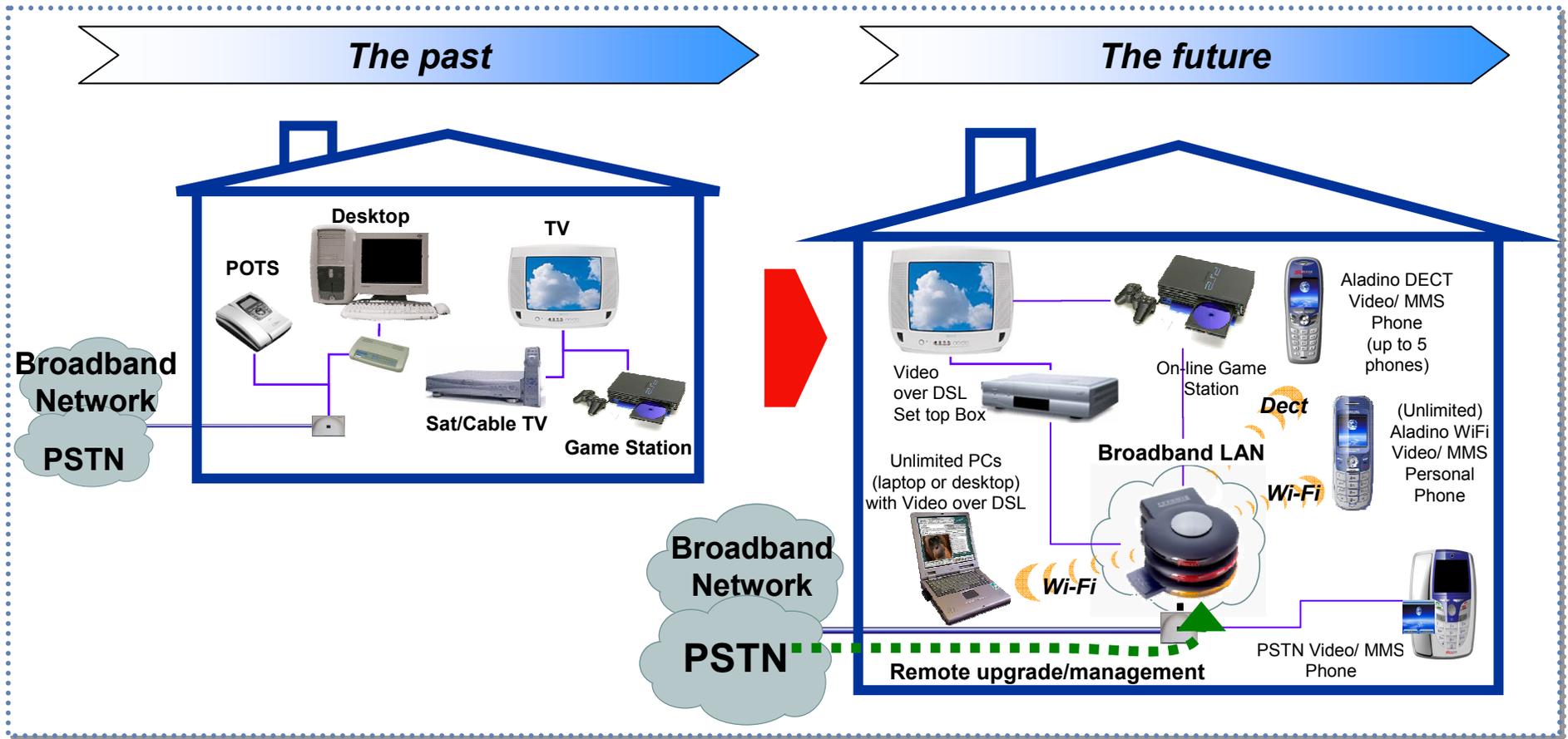


Estimativa de crescimento da Plataforma IP



A multiplicidade de dispositivos com preços acessíveis possibilita a expansão da rede e acesso a novos segmentos

A “experiência do consumidor” já está sendo transformada, dentro do conceito de “residência convergente”.



# Órgãos reguladores, a exemplo do OFCOM no Reino Unido, já começam a se organizar para atender a necessidade de uma “regulação convergente”.

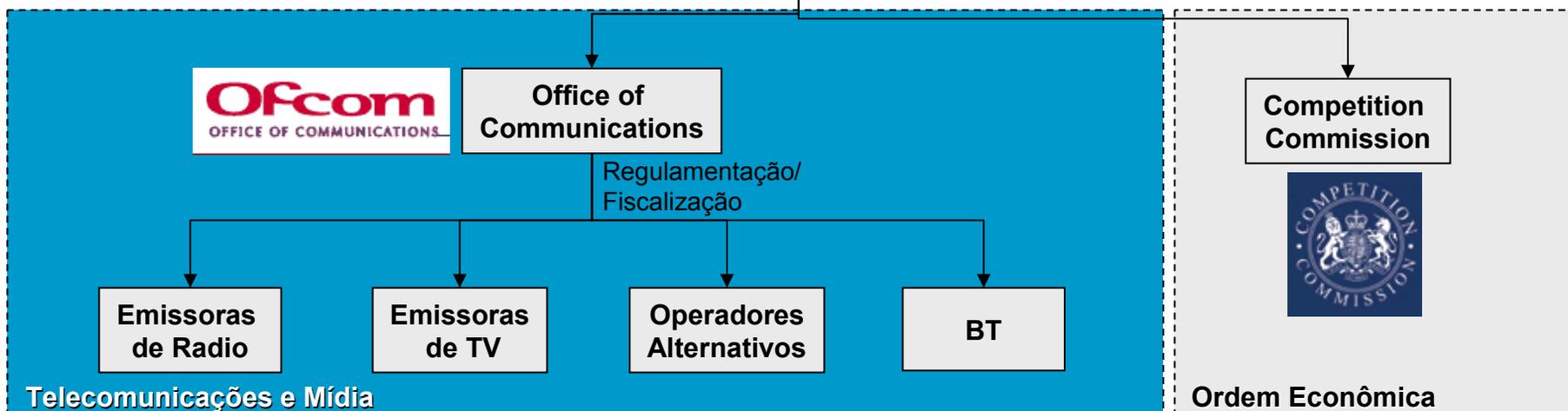


## Novo Contexto Regulatório

Department of Trade and Industry



Políticas



Telecomunicações e Mídia

Ordem Econômica

Atribuições do Ofcom

- Zelar pelos interesses dos consumidores, especialmente garantir a existência de opções de escolha, preços justos e qualidade dos serviços
- Promover um mercado dinâmico e competitivo, tanto para serviços de comunicações como de *broadcasting*
- Assegurar o acesso contínuo a serviços de *broadcasting* de alta qualidade e conteúdo
- Proteger os interesses dos cidadãos mantendo padrões aceitáveis de programação que protejam o público de conteúdo ofensivo, além assegurar privacidade e integridade
- Promover inovação e eficiência no gerenciamento do espectro de rádio e outros recursos limitados utilizados nos serviços de comunicações e *broadcasting*



# O Modelo Brasileiro determina o papel dos agentes do mercado muitas vezes vinculando o serviço ao meio de transmissão.

**NÃO EXAUSTIVO**

Modelo Brasileiro de Comunicações						
Modalidade de comunicação	Telefonia Local	Telefonia de Longa Distância	Telefonia Móvel	Comunicação Multimídia	Comunicação de Massa	
Atuação	<ul style="list-style-type: none"> <li>Serviço local: comunicação entre pontos fixos determinados situados em uma mesma Área Local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prestação de serviço de comunicação entre pontos fixos determinados situados em Áreas Locais distintas no território nacional ou entre um ponto fixo situado no território nacional e um outro ponto no exterior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prestação de serviço de comunicação móvel terrestre de interesse coletivo que possibilita a ligação entre estações móveis e de estações móveis para outras estações</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prestação de serviço de transmissão, emissão e recepção de informações multimídia, utilizando quaisquer meios</li> </ul>	<p><u>Rádiodifusão</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prestação de serviço de rádiodifusão por ondas radioelétricas para transmissão de som ou som e imagem</li> </ul>	<p><u>TV por assinatura</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prestação de serviço de distribuição de sinais de vídeo e/ou áudio mediante transporte por meios físicos, microondas ou satélite</li> </ul>
Concessão/Autorização	<ul style="list-style-type: none"> <li>STFC</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>SMC <sup>(1)</sup></li> <li>SMP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SLE <sup>(1)</sup></li> <li>SCM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>OM</li> <li>OT</li> <li>OC</li> <li>FM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FM</li> <li>Comunit.</li> <li>TV</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>TV a Cabo</li> <li>MMDS</li> <li>DTH</li> <li>TVA / UHF</li> </ul>

**Num ambiente de convergência a operação de um modelo tão segmentado e baseado em arcabouços regulatórios diferenciados entre os serviços se torna cada vez mais impraticável**

Nota: (1) A Anatel não emite mais outorgas para essas modalidades

Siglas: STFC: Sistema de telefonia fixo comutado

SMC: Serviço móvel celular

SMP: Serviço móvel pessoal

© 2005 Accenture. Todos os direitos reservados.

SCM: Serviço de comunicação multimídia

OM: Onda média

OT: Onda tropical

SLE: Serviço limitado especializado

OC: Onda curta

FM: Frequência modulada

FM Comunit: FM comunitária

DTH: Direct to home

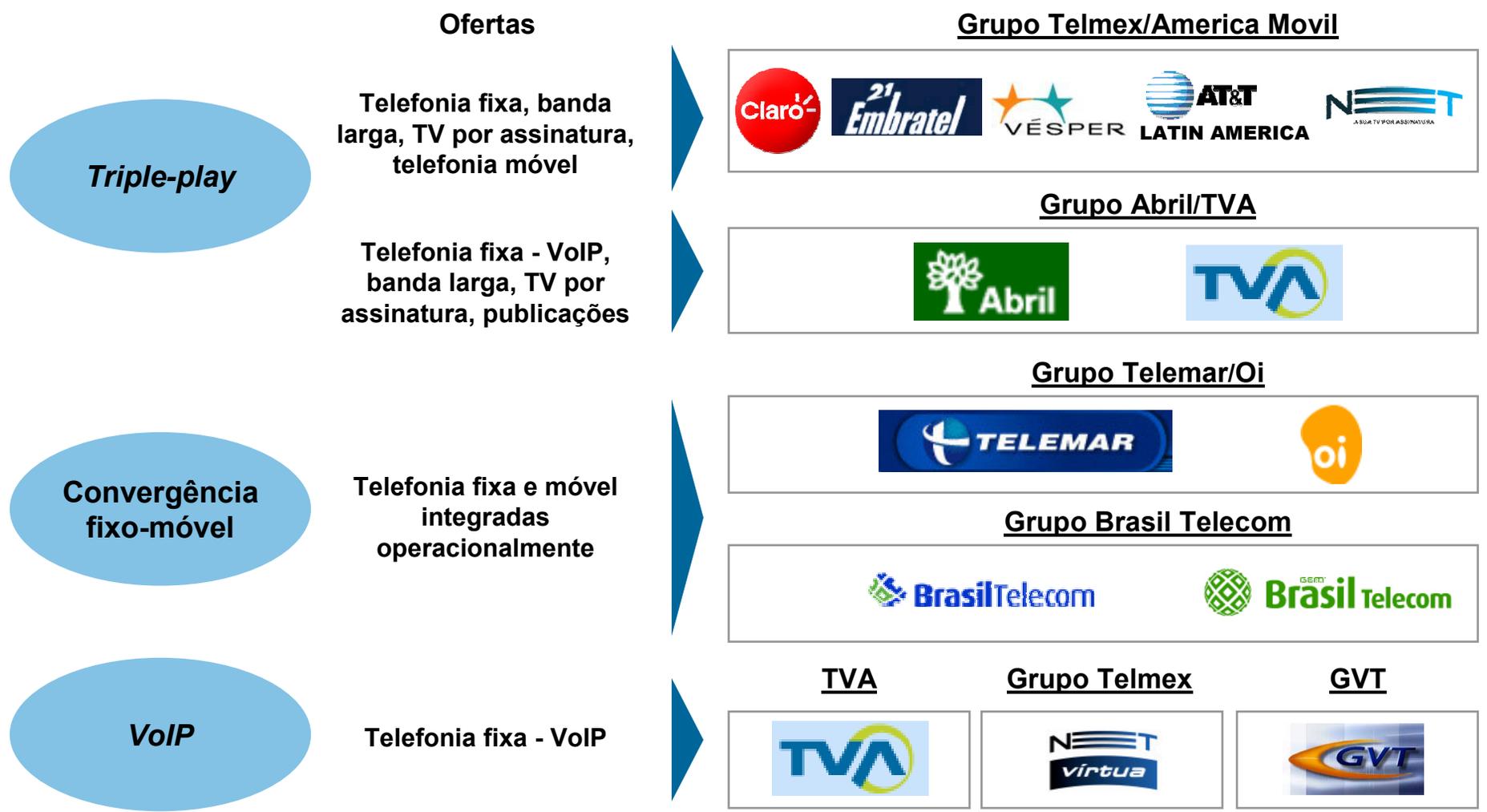
MMDS: Multichannel Multipoint Distribution Service

LDN: Longa distância nacional

LDI: Longa distância internacional



**Este modelo precisa ser revisado, considerando que o fenômeno da convergência já começa a se manifestar no Brasil.**



## Considerando este contexto, a Telebrasil objetiva desenvolver propostas para o aperfeiçoamento do atual modelo regulatório brasileiro



*Elaborar estudo com objetivo de sensibilizar o governo e a sociedade em relação à necessidade de revisar e aperfeiçoar o atual modelo regulatório brasileiro, considerando os aspectos chave para o cenário futuro e que possam contribuir para o resgate das demandas da sociedade, promovendo um profundo debate sobre o tema. O estudo deverá procurar encaminhar a avaliação de questões, como:*

- Que modelo deve orientar o setor das telecomunicações brasileiras numa visão de longo prazo (período de 2006 até 2015) ?
- Que caminhos seguir para atender de forma efetiva, eficaz e eficiente as demandas futuras da sociedade ?
- Como organizar o mercado para que a sociedade possa obter maiores ganhos no que se refere a novos serviços, melhor qualidade e menores preços ?
- Como atrair mais investimentos para o setor, propiciando a geração de novas oportunidades de negócio ?
- Com o fortalecimento das empresas atuantes no Brasil, como alavancar seu crescimento no mercado internacional ?
- Quais as políticas e ações que permitirão ampliar o número de postos de trabalho no setor ?
- Após a telefonia fixa, qual deve ser o novo serviço a ser universalizado ?
- Quais serão os novos objetivos e as novas metas a serem conquistadas ?
- Como implementar as soluções decorrentes da convergência tecnológica, no que envolve os serviços de radiodifusão, potencializando as oportunidades e a competência das empresas nacionais ?
- Como potencializar a capacitação brasileira na produção de conteúdo?

O projeto está estruturado em 5 etapas conforme o esquema abaixo.



### Abordagem Proposta



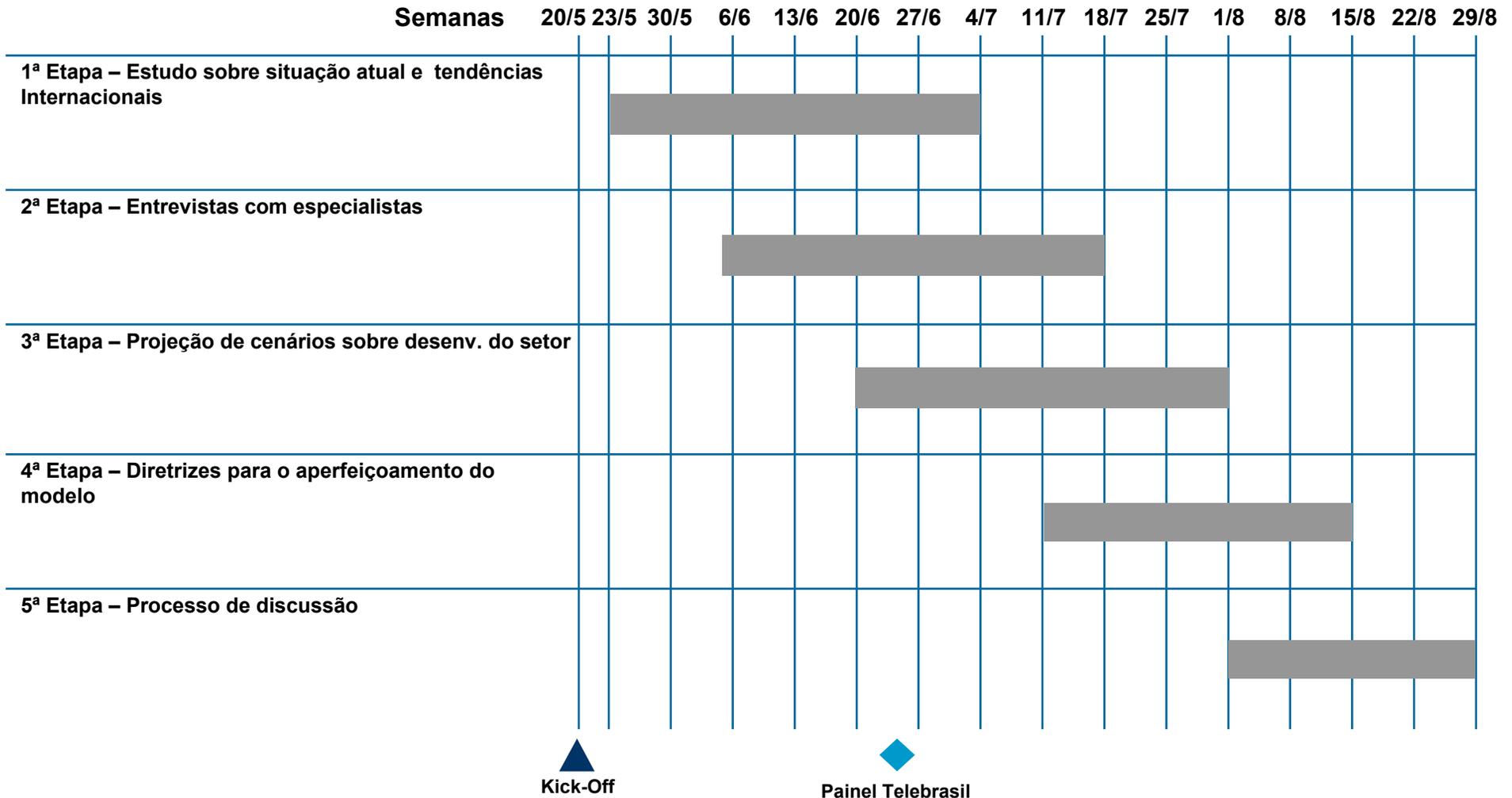
# Ao final do projeto, um relatório final será produzido contendo os seguintes pontos/capítulos:



<b>Produtos</b>	<b>Descrição</b>
<b>Etapa 1</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Avaliação comparativa entre o modelo brasileiro de comunicações e modelos internacionais</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Relatório em formato MS PowerPoint® contendo:<ul style="list-style-type: none"><li>– Descrição da evolução do mercado brasileiro de comunicações e os resultados para os agentes do mercado e os consumidores</li><li>– Análise do modelo brasileiro e sua estrutura regulatória frente aos países da amostra</li><li>– Principais direcionadores de mudança e sua evolução no cenário das comunicações</li></ul></li></ul>
<b>Etapa 2</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Compilação das entrevistas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Relatório em formato MS PowerPoint® contendo:<ul style="list-style-type: none"><li>– Principais conclusões obtidas a partir das entrevistas realizadas</li><li>– Roteiro de entrevistas utilizado e lista dos entrevistados</li></ul></li></ul>
<b>Etapa 3</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Caracterização dos cenários de evolução do modelo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Relatório em formato MS PowerPoint® contendo:<ul style="list-style-type: none"><li>– Variáveis levantadas e hierarquizadas</li><li>– Avaliação do grau de incerteza e impacto potencial das variáveis</li><li>– Cenários construídos e caracterizados</li></ul></li></ul>
<b>Etapa 4</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Recomendações para o aperfeiçoamento do setor</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Relatório em formato MS PowerPoint® contendo:<ul style="list-style-type: none"><li>– Recomendações, com base nas alternativas estratégicas e políticas baseadas nos cenários da Etapa 3 e na experiência dos mercados internacionais para alcançar os objetivos definidos</li><li>– Avaliação em alto nível do impacto sócio-econômico gerado pela adoção das recomendações</li></ul></li></ul>
<b>Etapa 5</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Plano de comunicação das principais conclusões do estudo ao mercado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Relatório em formato MS PowerPoint® contendo:<ul style="list-style-type: none"><li>– Principais mensagens e posições a serem defendidas pela Telebrasil perante o mercado, a sociedade e o governo e os meios mais eficazes para sua comunicação</li><li>– Apresentação com o resumo das conclusões e principais mensagens para facilitar a discussão e a obtenção de contribuições pelo mercado</li></ul></li></ul>



# Cronograma



Para o 49º Painel da Telebrasil, o projeto gerará uma apresentação mostrando os principais movimentos que vêm ocorrendo na indústria de comunicações e levantando as principais questões que apontam para a necessidade de aperfeiçoamento do Modelo Brasileiro.



**Sexta-feira – 24/Junho**

**10:30 – Aperfeiçoamento do Modelo: A Visão da Telebrasil**

**Tema:** Necessidade de Aperfeiçoamento do Modelo Brasileiro de Telecomunicações – TELEBRASIL /ACCENTURE/GUERREIRO

## Produto gerado pelo Projeto para o Painel

- Apresentação contendo as conclusões preliminares com relação a:
  - Transformações no cenário mundial das comunicações e implicações para o modelo de comunicações dos países analisados
  - Comportamento das empresas do setor frente a este novo cenário
  - Posicionamento e políticas já adotados pelos órgãos governamentais para influenciar o desenvolvimento do setor
  - Questionamentos para o Modelo Brasileiro

# O objetivo desta apresentação é fomentar a discussão das principais questões envolvendo a necessidade mudança do modelo brasileiro de comunicações.



## Questões a serem abordadas

- Quais são as principais transformações e tendências que vêm influenciando o desenvolvimento do setor de comunicações?
- Qual o impacto destas transformações na prestação dos serviços ao consumidor?
- Qual o posicionamento adotado pelos formuladores de políticas públicas e órgãos reguladores de outros países frente a esse contexto?
  - Como as políticas e a regulamentação do setor está evoluindo (convergência, licença única, VoIP, IPTV, etc)
  - Qual o papel das políticas públicas para o desenvolvimento e do mercado?
- Qual o impacto destas tendência no mercado brasileiro? Que questionamentos trazem para o modelo brasileiro de comunicações?
- Como deveriam evoluir as políticas nacionais para o setor? Quais os princípios que deveriam ser observados na renovação do modelo brasileiro de comunicações?

Além disto, trataremos para que as demais apresentações do painel estejam coordenadas e atendam ao objetivo de gerar “*inputs*” para o desenho de cenários futuros de desenvolvimento do setor.



# Na Etapa 1, para a avaliação comparativa dos mercados sugerimos uma amostra composta por 7 países.



Mercado	Regulador	Racional
<b>Estados Unidos</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>FCC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mercado maduro em telefonia fixa e móvel, internet e cabo</li> <li>Órgão regulador apresenta um posicionamento convergente</li> </ul>
<b>Reino Unido</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofcom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mercado maduro em telefonia fixa e móvel, internet e cabo</li> <li>Órgão regulador considerado como uma das referências mundiais</li> <li>Órgão regulador apresenta um posicionamento convergente</li> </ul>
<b>Itália</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>AGCOM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Operação avançada particularmente em banda larga e telefonia celular</li> <li>Operação de Banda Larga avançada pode amplificar e antecipar os efeitos das principais questões da distribuição de conteúdo e da convergência</li> </ul>
<b>Austrália</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>ABA</li> <li>ACA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Órgãos Reguladores de Broadcasting e Comunicações estão em processo de consolidação (prevista para 2005)</li> <li>Extensão territorial leva a semelhanças nas questões de universalização e qualidade de serviço</li> </ul>
<b>Suécia</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>PTS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mercado com grande penetração de telefonia móvel</li> <li>Viabiliza a análise de cenários que envolvam o predomínio da telefonia móvel</li> </ul>
<b>Coréia</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>MIC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mercado avançado em tecnologia móvel, com <i>deploy</i> abrangente de tecnologia 3G</li> <li>Operação avançada em Banda Larga</li> <li>Governo com posicionamento extremamente ativo na evolução das telecomunicações</li> </ul>
<b>Chile</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>SUBTEL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>País com condições econômicas e sociais semelhantes às Brasileiras</li> </ul>

Na Etapa 2, as entrevistas deverão cobrir os diversos agentes e autoridades do setor.



## Agentes a serem Entrevistados

NÃO EXAUSTIVO  
PARA VALIDAÇÃO

Entidade	Agente	Interlocutores
Governo	▪ Legislativo	▪ A ser definido
	▪ Executivo	▪ A ser definido
	▪ Anatel	▪ A ser definido
Agentes do Mercado	▪ Associações	▪ A ser definido
	▪ Prestadoras de Serviços	▪ A ser definido
	▪ Produtores de Conteúdo	▪ A ser definido
	▪ Grandes Usuários	▪ A ser definido
	▪ Órgãos de Defesa do Consumidor	▪ A ser definido
Indústrias de Equipamentos e Serviços	▪ Associações	▪ A ser definido
	▪ Indústrias	▪ A ser definido
	▪ Institutos de Pesquisa	▪ A ser definido
Agentes Econômicos	▪ Entidades de Financiamento	▪ A ser definido
	▪ Agentes de avaliação de risco	▪ A ser definido
	▪ Investidores Institucionais	▪ A ser definido

Esta lista é adequada? Quem são os representantes / experts de cada Agente?

# Próximos Passos



- Iniciar os trabalhos de *benchmarking* e análise comparativa dos modelos de comunicações no países da amostra
- Elaborar roteiro e agendar entrevistas
- Apoiar a Coordenação do Painel Telebrasil nos contatos com os participantes das sessões do Painel, para contextualizar as respectivas apresentações
- Preparar draft da apresentação Telebrasil/Accenture/ Guerreiro Teleconsult no Painel Telebrasil e validar com a diretoria da Telebrasil