

Telefonia Móvel



Audiência Pública da Comissão de Defesa do Consumidor

Requerimentos 03/2011 e 05/2011

24 de março de 2011

Sumário



- Base de clientes
- Investimentos
- Empregos gerados
- Competição
- Preço dos serviços
- Gastos com telefonia móvel
- Carga tributária
- Infraestrutura
- Índices de reclamação

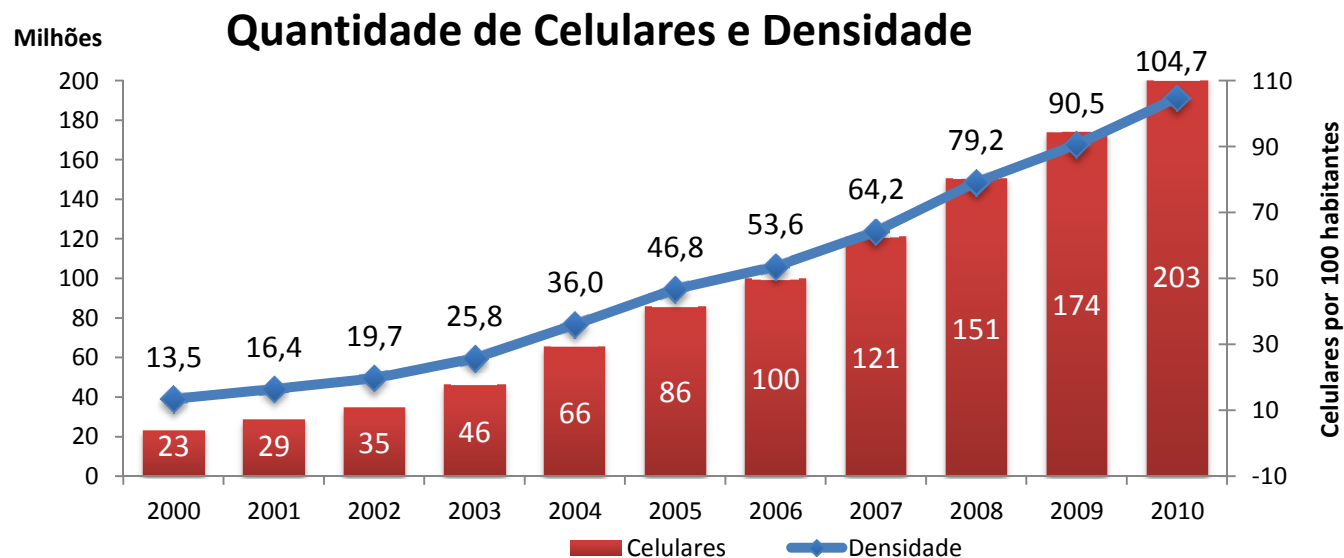
Sumário

- Base de clientes
- Investimentos
- Empregos gerados
- Competição
- Preço dos serviços
- Gastos com telefonia móvel
- Carga tributária
- Infraestrutura
- Índices de reclamação

Base de Clientes

4

- Em 2010 o número de celulares ultrapassou o número de habitantes
- Mais de 31 milhões de novos clientes, 58 a cada minuto



1 novo cliente a cada segundo em 2010

Fonte: Teleco

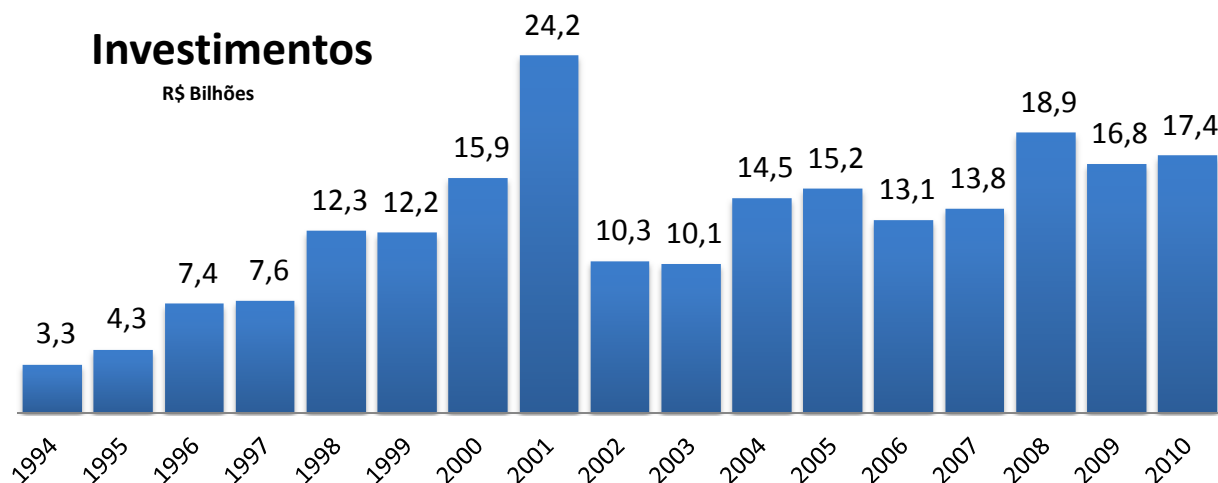
Sumário

- Base de clientes
- **Investimentos**
- Empregos gerados
- Competição
- Preço dos serviços
- Gastos com telefonia móvel
- Carga tributária
- Infraestrutura
- Índices de reclamação

Investimentos do Setor

6

- O Setor de Telecomunicações investiu mais de R\$ 200 bilhões desde 1998
- Só as empresas de telefonia móvel investirão cerca de R\$ 10 bilhões em 2011



Total de investimentos suficientes para construir 6 trens bala ou 10 vezes o que será investido em Belo Monte

Fonte: Teleco

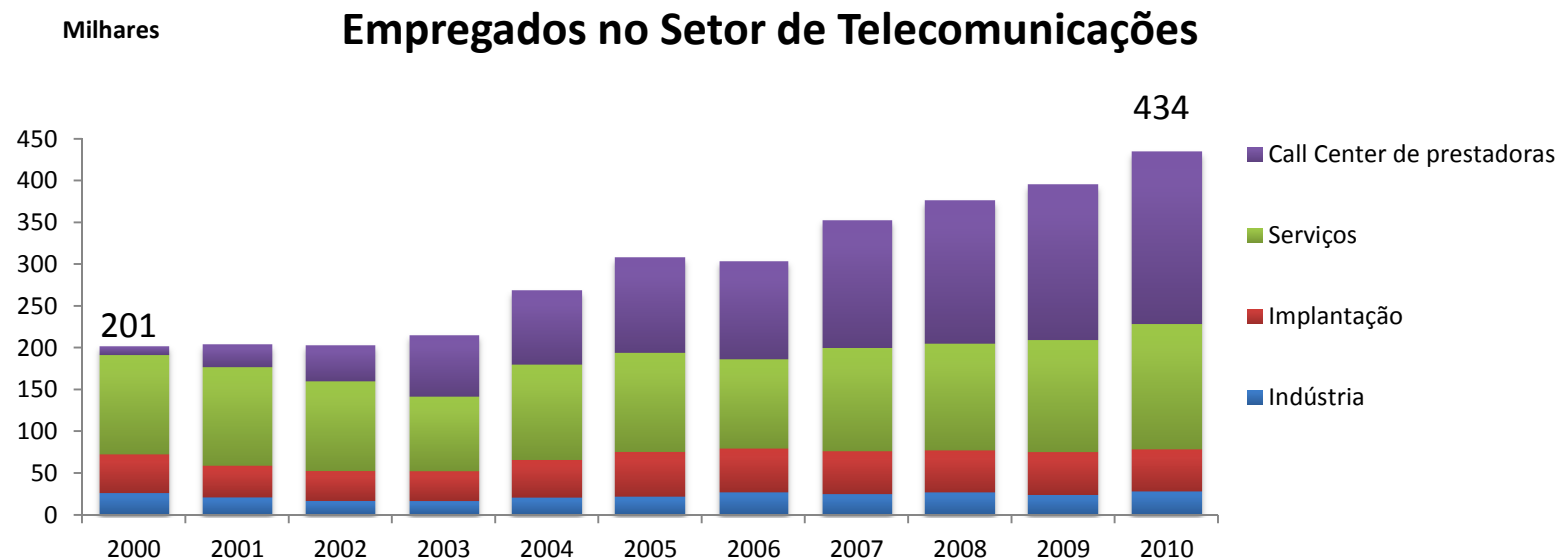
Sumário

- Base de clientes
- Investimentos
- **Empregos gerados**
- Competição
- Preço dos serviços
- Gastos com telefonia móvel
- Carga tributária
- Infraestrutura
- Índices de reclamação

Empregos Diretos

8

- Em 10 anos, os empregos diretos gerados pelo setor mais que dobrou
- O maior crescimento ocorreu nas empresas de *call center*



Fonte: Teleco

Sumário

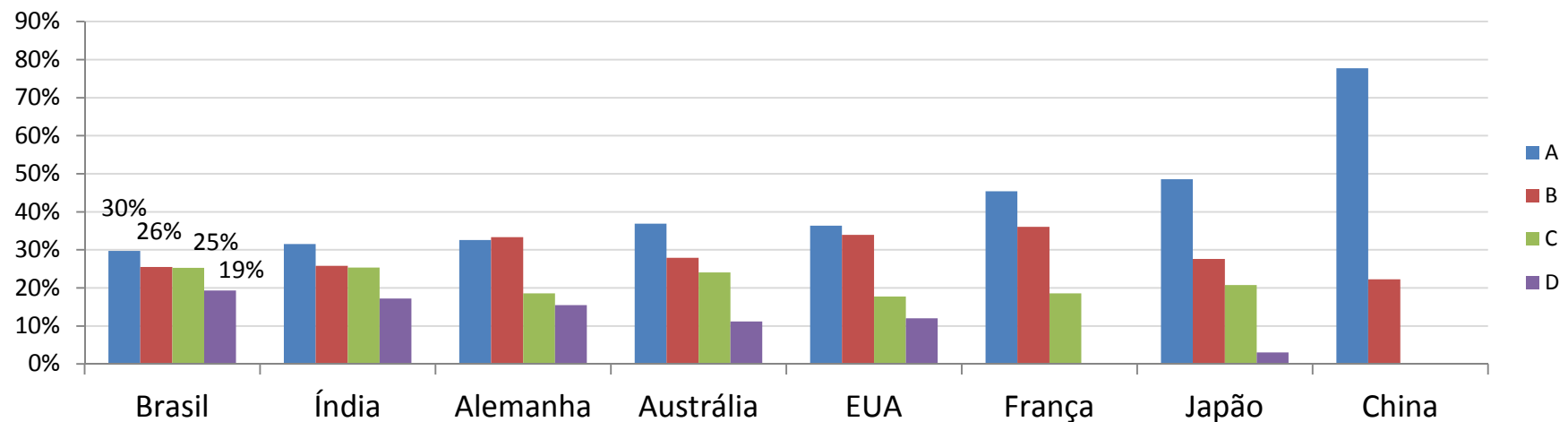
- Base de clientes
- Investimentos
- Empregos gerados
- **Competição**
- Preço dos serviços
- Gastos com telefonia móvel
- Carga tributária
- Infraestrutura
- Índices de reclamação

Competição na Telefonia Móvel

10

- O Brasil é um dos países com maior competição na telefonia móvel
- A participação de mercado entre os competidores é a mais equilibrada

Market Share dos Principais Prestadoras de Telefonia Celular no Mundo



Fonte: Teleco e Sites das operadoras internacionais

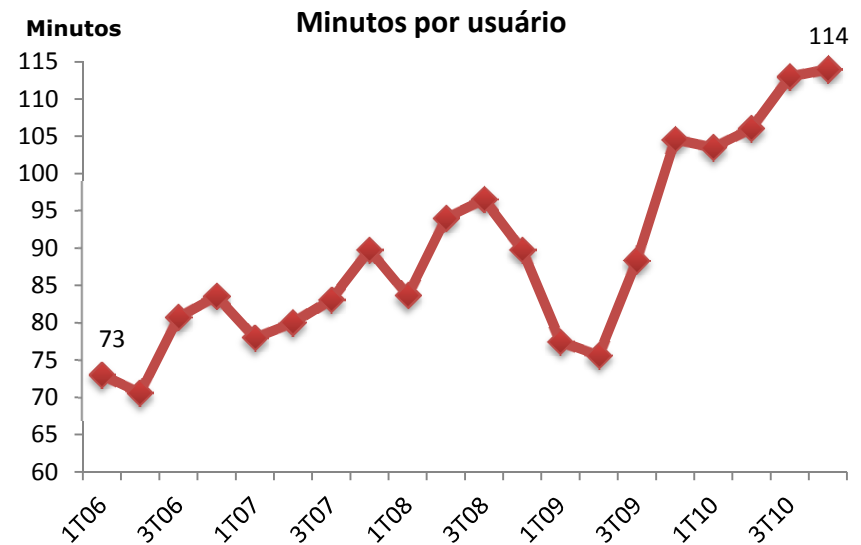
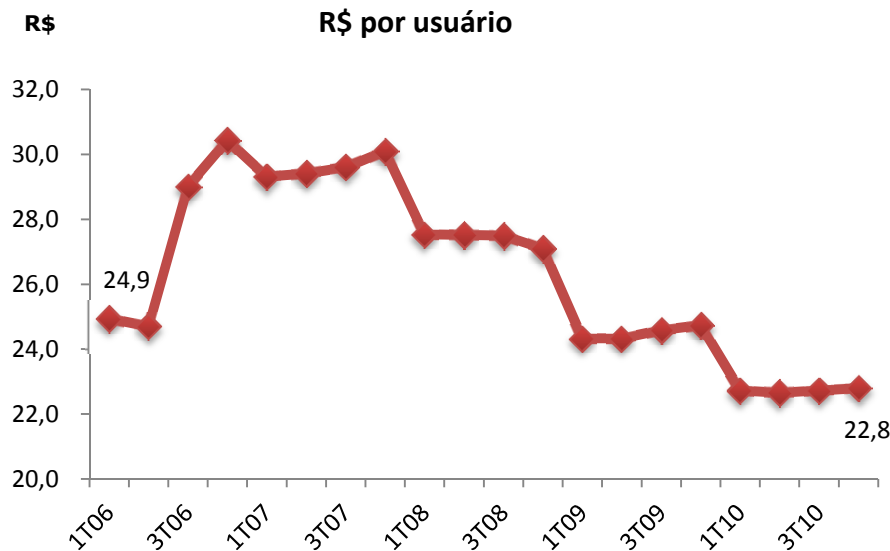
Sumário

- Base de clientes
- Investimentos
- Empregos gerados
- Competição
- Preço dos serviços
- Gastos com telefonia móvel
- Carga tributária
- Infraestrutura
- Índices de reclamação

Conta X Tráfego

12

- Nos últimos 4 anos o valor da conta média de celular no Brasil caiu 9%
- No mesmo período o tráfego dobrou

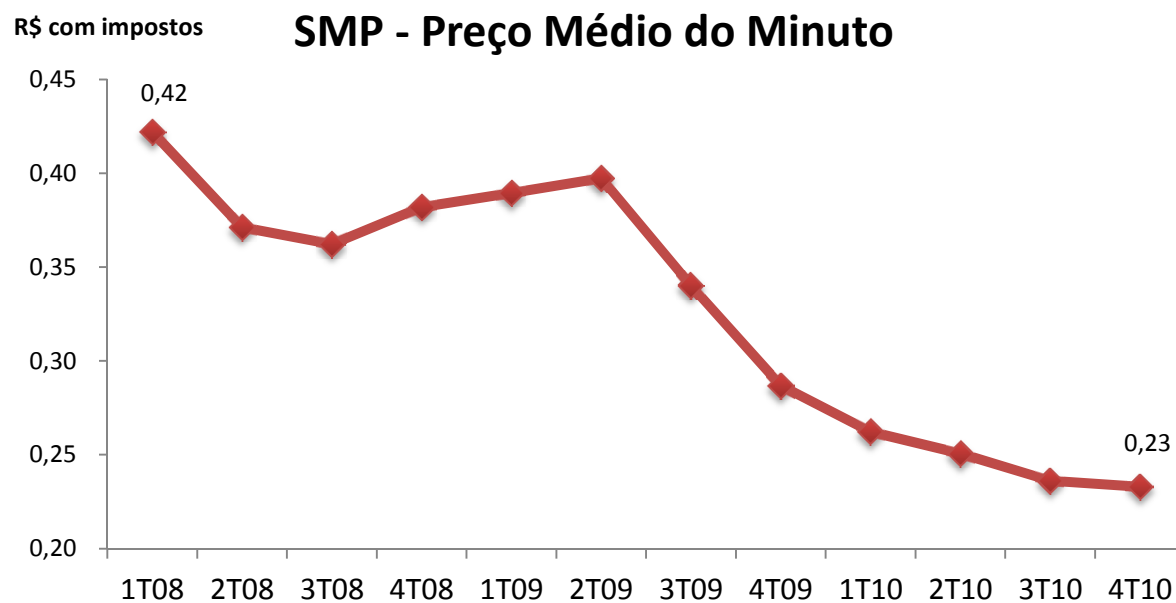


Fonte: Teleco

Preço médio do minuto

13

- Desde 2008 o preço médio do minuto no celular caiu quase pela metade



Preço Médio do minuto é calculado dividindo a receita média por usuário pela quantidade de minutos por usuário. Fonte: Teleco

Sumário

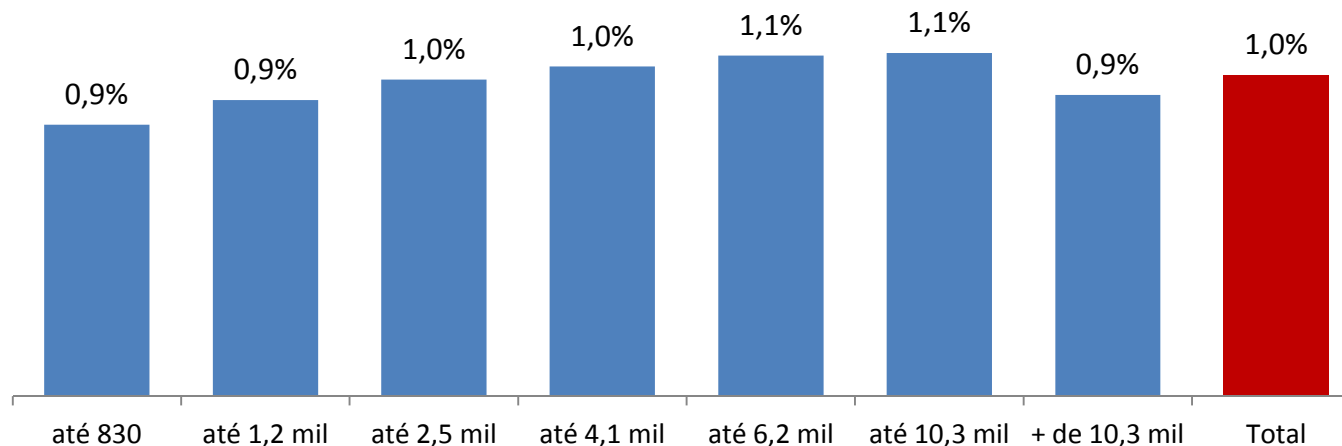
- Base de clientes
- Investimentos
- Empregos gerados
- Competição
- Preço dos serviços
- **Gastos com telefonia móvel**
- Carga tributária
- Infraestrutura
- Índices de reclamação

Gastos com Telefonia Móvel

15

- De acordo com o IBGE, o brasileiro gasta em média apenas 1% da renda com telefonia móvel, independente da faixa de renda

% de gastos com Telefonia Móvel por faixa de renda (R\$)



29% com habitação
16% com transporte
15% com alimentação

Fonte: IBGE / Pesquisa de Orçamento Familiar 2009

Detalhamento Pesquisa POF 2009

16

Despesa média mensal/ Faixa de Renda (R\$)	Total	até 830	Até 1,2 mil	Até 2,5 mil	Até 4,1 mil	Até 6,2 mil	Até 10,3 mil	Mais de 10,3 mil
Despesa Total	2.853	792	1.152	1.835	3.159	4.810	7.229	14.183
Telefone Celular	29	7	11	18	33	52	78	135
Alimentação	437	206	274	373	520	652	843	1.205
Habitação	838	310	436	623	967	1.345	1.831	3.257
Transporte	450	70	122	244	511	825	1.410	2.480

As empresas recolhem ao Fistel R\$26,83 no momento da ativação do celular
Considerando um gasto mensal de R\$ 7, a receita gerada nos 4 primeiros meses seria
suficiente apenas para cobrir o aporte a esse fundo

Gastos - Comparações Mundiais

17

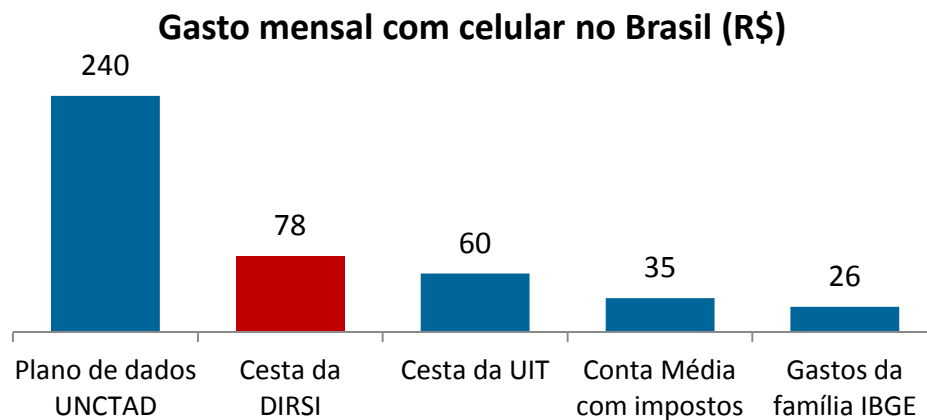
- Estudos internacionais* colocam a telefonia móvel no Brasil entre as mais caras do mundo
 - ▣ As cestas de serviços utilizadas não representam o perfil de consumo do brasileiro
 - ▣ Foram definidas pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e representam o perfil de consumo europeu
 - ▣ Os preços utilizados não incluem ofertas nem promoções
 - ▣ A alta carga tributária brasileira distorce as comparações internacionais

* UIT (*União Internacional de Telecomunicações*), Dirsi (*Diálogo Regional sobre a sociedade da Informação*) e Unctad (*Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento*).

Estudo Teleco: As tarifas de telecomunicações móveis no Brasil, out/2010

Gastos - Comparações Mundiais

18



Fonte: Estudo Teleco: As tarifas de telecomunicações móveis no Brasil, out/2010
DIRSI: Diálogo Regional sobre a sociedade da Informação.
Unctad (Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento).

- Qual é o usuário de celular pré-pago no Brasil que gasta os R\$ 78 obtidos pelo estudo do DIRSI?

De acordo com o IBGE, quem tem renda entre 6 e 10 mil reais, gasta R\$ 78 por mês com celular

Sumário

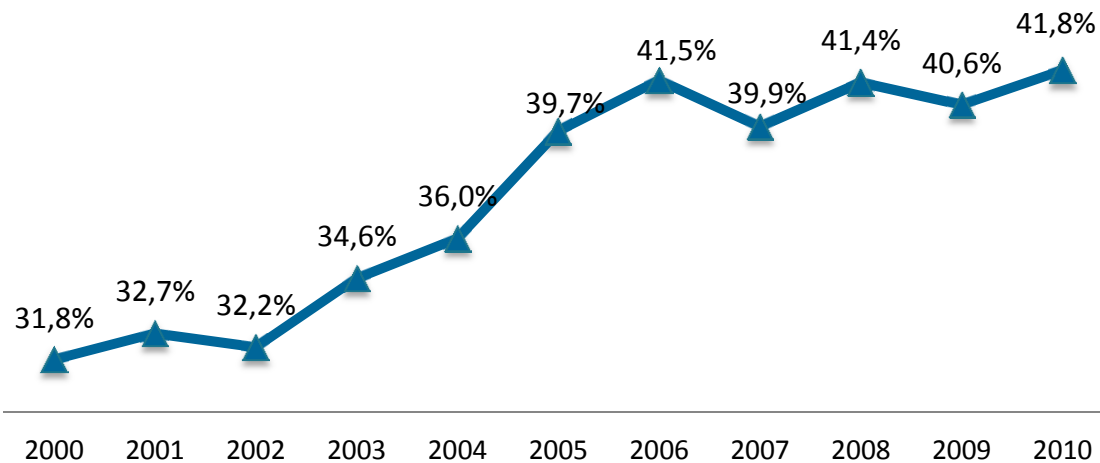
- Base de clientes
- Investimentos
- Empregos gerados
- Competição
- Preço dos serviços
- Gastos com telefonia móvel
- **Carga tributária**
- Infraestrutura
- Índices de reclamação

Carga Tributária

20

- Onera o cidadão em mais de 40%
- É a segunda maior carga tributária do mundo

% de Tributos na Telefonia



Exemplo*:

Valor da conta = R\$ 144,19

Valor do imposto = R\$ 44,19

As empresas não pagam esses impostos

Incidem diretamente sobre o cidadão

Fonte: Teleco e Telebrasil. *Considerando ICMS de 30%, PIS e Cofins de 3,85%

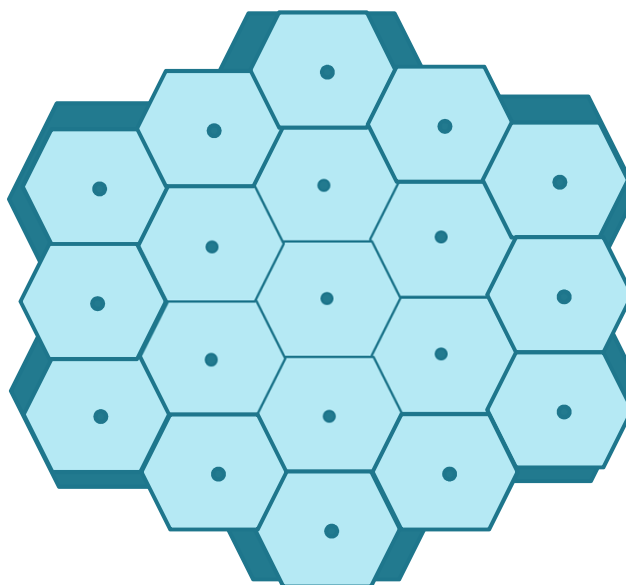
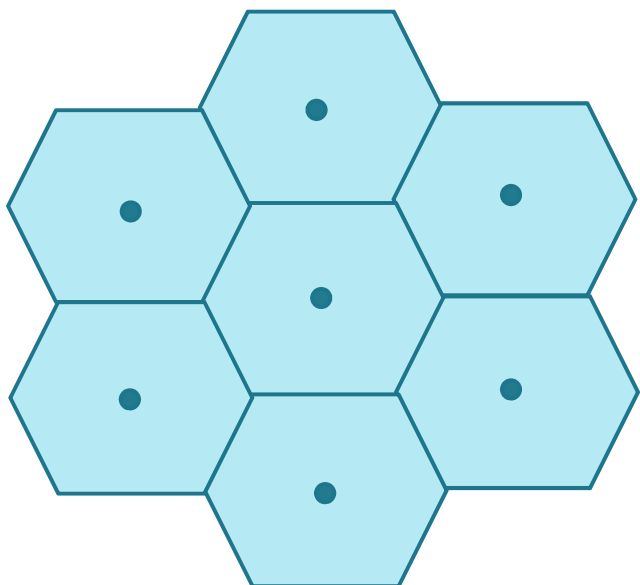
Sumário

- Base de clientes
- Investimentos
- Empregos gerados
- Competição
- Preço dos serviços
- Gastos com telefonia móvel
- Carga tributária
- **Infraestrutura**
- Índices de reclamação

Infraestrutura

22

- A evolução tecnológica e o aumento da demanda requer um aumento significativo na quantidade de ERB s para atendimento da mesma área geográfica



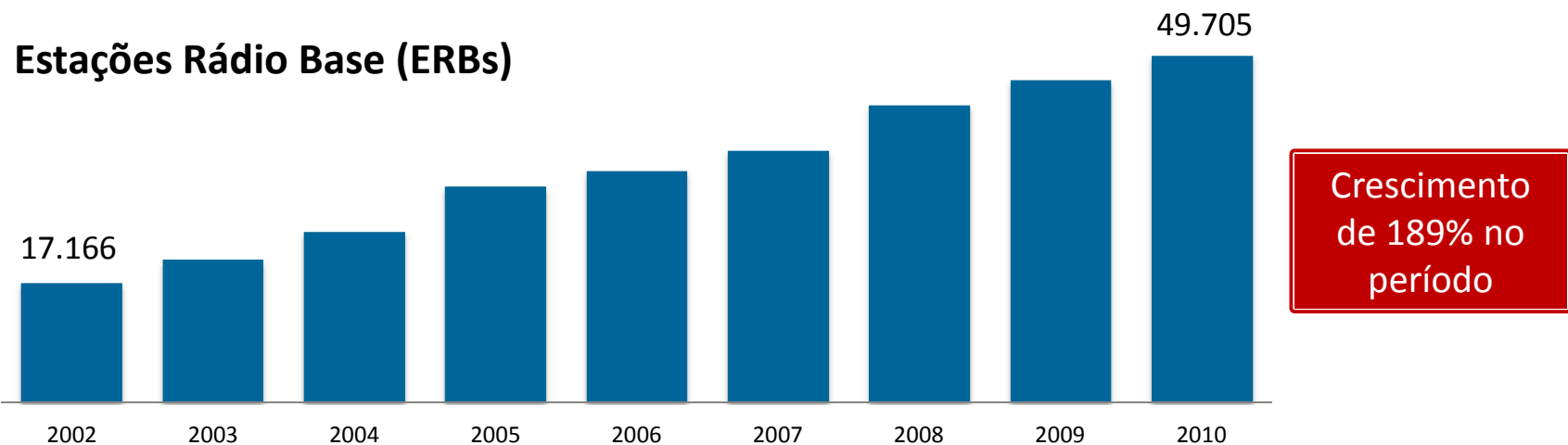
1.410 municípios
já possuem
cobertura 3G

A meta para
2013 era de 928
municípios

Infraestrutura

23

- Evolução tecnológica e crescimento da base demandam mais Estações Rádio Base (ERBs)
- A instalação de novas ERBs para melhoria da qualidade do serviço esbarra em grande número de legislações restritivas



Fonte: Teleco

Legislação restritiva

24

- A instalação de infraestrutura para o Serviço Móvel Pessoal é regulamentado em Lei Federal
- No Brasil há mais de 200 leis estaduais e municipais, além de normas e decretos, que contrariam a competência da União para legislar sobre Telecomunicações e restringem a implantação de Estações Rádio Base, exigindo, por exemplo:
 - ▣ Distanciamento de até centenas de metros em relação a quaisquer edificações urbanas
 - ▣ Estabelecimento de limites diferentes dos recomendados pela Anatel e Organização Mundial de Saúde na instalação de ERBs

Sumário

- Base de clientes
- Investimentos
- Empregos gerados
- Competição
- Preço dos serviços
- Gastos com telefonia móvel
- Carga tributária
- Infraestrutura
- Índices de reclamação

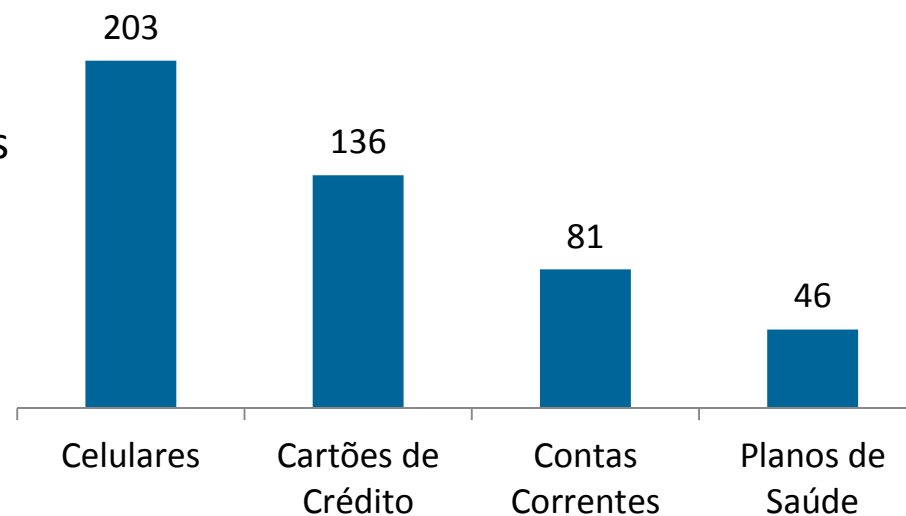
Índices de Reclamações

26

- Os estabelecimento de índices de reclamações na telefonia devem levar em consideração:
 - ▣ base de clientes
 - ▣ complexidade das informações exigidas nas contas telefônicas
 - ▣ multiplicidade de serviços prestados

Toda análise sobre o volume de reclamações de qualquer serviço deve sempre considerar a quantidade de clientes

Número de clientes por tipo de serviço (milhões)

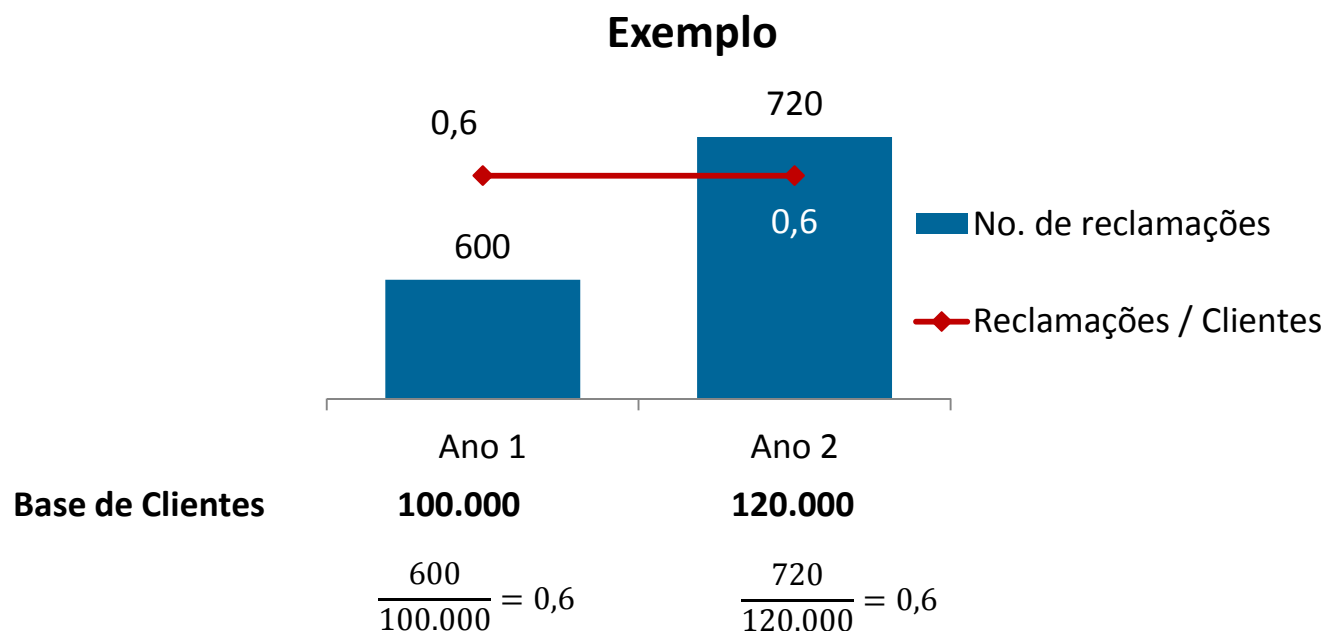


Fonte: Teleco, Febraban, Banco Central e Agência Nacional de Saúde

Índices de Reclamações

27

- Se a base de clientes crescer 20%, por exemplo, o índice de reclamação continuará constante mesmo que o número absoluto de reclamações aumente





E onde queremos chegar?

Onde queremos chegar?

29

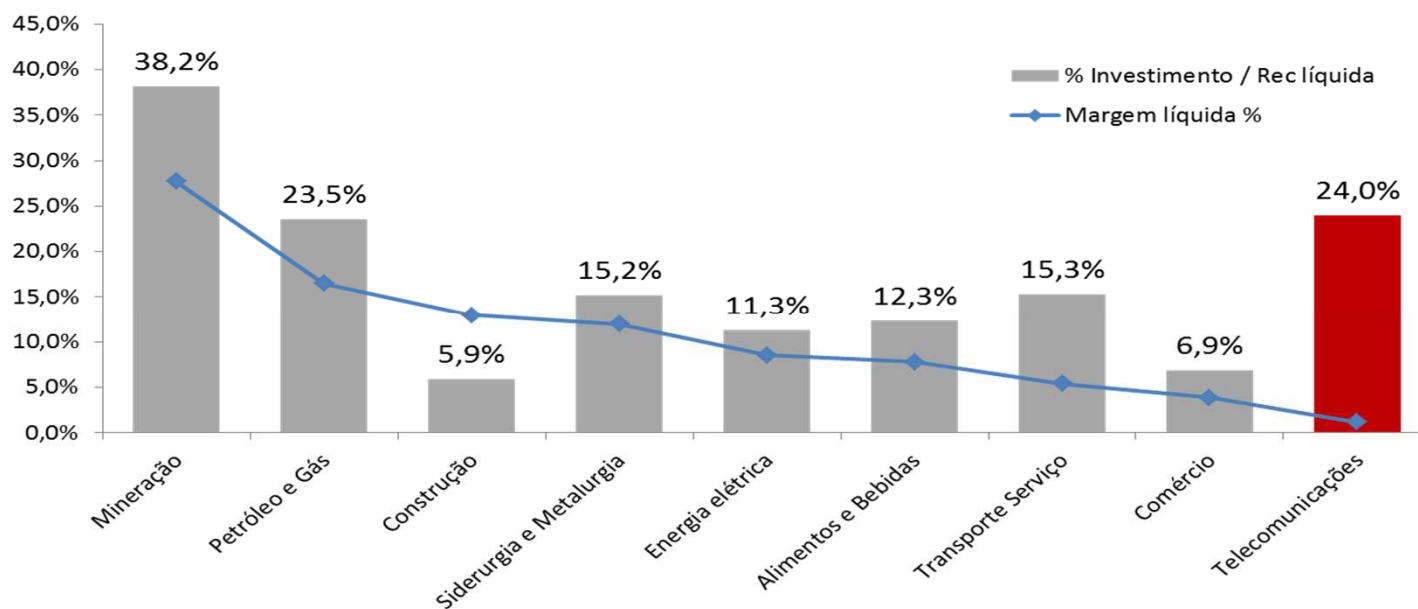
- O setor de telecomunicações realizou o maior programa de inclusão digital do mundo e quer continuar contribuindo com a sociedade, mas para isso é necessário:
 - ▣ Contar com mão de obra qualificada
 - ▣ Desonerar os investimentos
 - ▣ Reduzir a carga tributária que pesa sobre o cidadão
 - ▣ Alocar eficientemente o espectro
 - ▣ Liberar meios de transmissão ociosos em Estatais
 - ▣ Constituir legislação adequada sobre direitos de passagem
 - ▣ Adequar legislação para implantação de ERB's
 - ▣ Desenvolver a tecnologia e a produção local



Slides de Apoio

Rentabilidade

- O setor de telecomunicações apresenta a segunda maior relação investimento/receita líquida (24%) com a pior margem líquida (1,1%) entre os setores analisados



Definições:

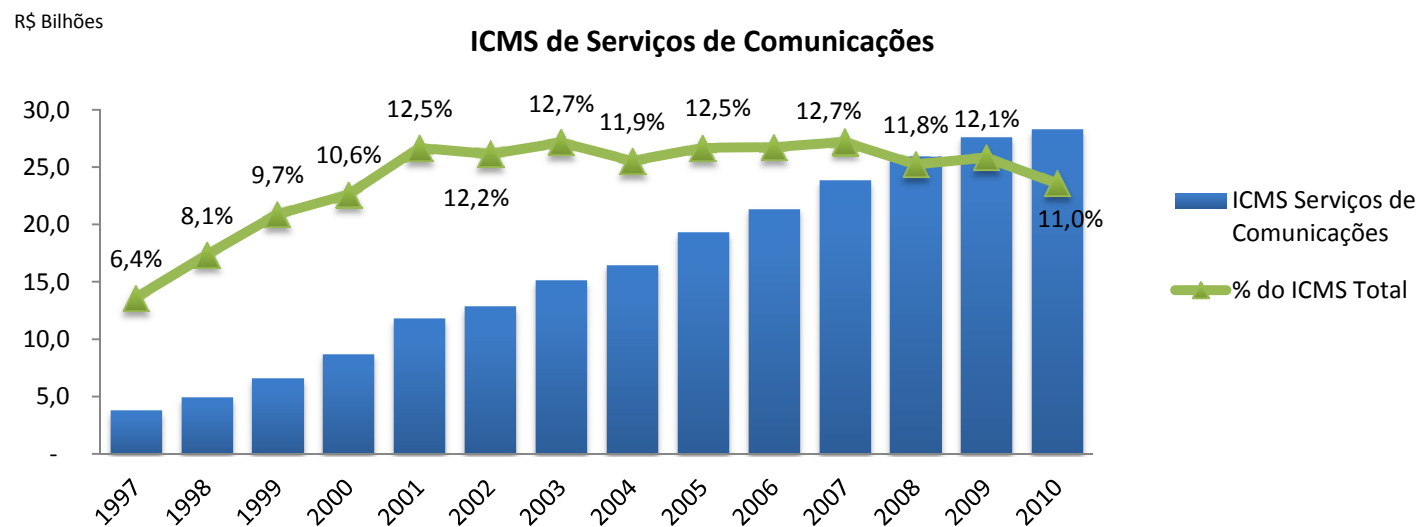
Margem Líquida = lucro líquido dividido pela receita líquida. Receita Líquida = receita bruta menos os impostos. Investimentos = capital aplicado na atividade econômica.

Fonte: Economática. Dados consolidados do período de 2000 a 2009

ICMS

32

- É a maior parcela da carga tributária
- Impacta a Universalização de Serviço de competência da União essencial para o desenvolvimento sustentável com inclusão social



© by TELEBRASIL e Teleco

Competição na Telefonia Móvel

33

- Detalhamento do gráfico slide 6

Empresa	Brasil	Índia	Alemanha	Austrália	EUA	França	Japão	China
A	Vivo	Bharti	DT	Optus	Verizon	Orange	NTT	China Mobile
B	Claro	Reliance	Vodafone	Telstra	AT&T	SFR	KDDI	China Unicom
C	TIM	Vodafone	KPN	Three	Sprint	Bouygues Telecom	Softbank	
D	Oi	BSNL	O2	Vodafone	T-Mobile		Emobile	

Fonte: Teleco

Detalhamento Preço do Minuto

A competição acirrada entre as operadoras tem levado a promoções agressivas, nas quais o preço por minuto no pré-pago pode cair para menos de R\$ 0,10 se o usuário utilizar os bônus oferecidos para recarga.

OFERTAS PARA SÃO PAULO	RECARGA	MINUTOS GRATUITOS PARA CELULARES DA OPERADORA (VALIDADE DE 30 DIAS)
Vivo	R\$ 25,00	330*
Claro	R\$ 12,00	160 + 10 SMS
Oi	R\$ 15,00	430**

* 10% para fixo ** inclui fixo, máximo de 14 minutos por dia.

Indicadores de Qualidade da ANATEL

- SMP 1 - Taxa de Reclamações;
- SMP 2 - Taxa de Reclamação de cobertura e de Congestionamento de Canal de Voz por 1000 (mil) Acessos em operação;
- SMP 3 - Taxa de Chamadas Completadas para os Centro de Atendimento;
- SMP 4 - Taxa de Atendimento pela Telefonista/ Atendente em Sistemas de Auto-Atendimento;
- SMP 5 - Taxa de Chamadas Originadas Completadas;
- SMP 6 - Taxa de Estabelecimento de Chamadas;
- SMP 7 - Taxa de Queda de Ligação;
- SMP 8 - Taxa de Resposta ao Usuário;
- SMP 9 - Taxa de Resposta aos Pedidos de Informação;
- SMP 10 - Taxa de Atendimento Pessoal ao Usuário;
- SMP 11 - Taxa de Atendimentos Relativos á Contas por 1000 (mil) Contas Emitidas;
- SMP 12 - Taxa de Recuperação de Falhas / Defeitos.

Regras Publicitárias

- A Anatel estabelece que os contratos devem ser redigidos com fonte de tamanho não inferior ao corpo 12.

Roaming em pequenas localidades

Roaming em localidades com menos de 30 mil habitantes:

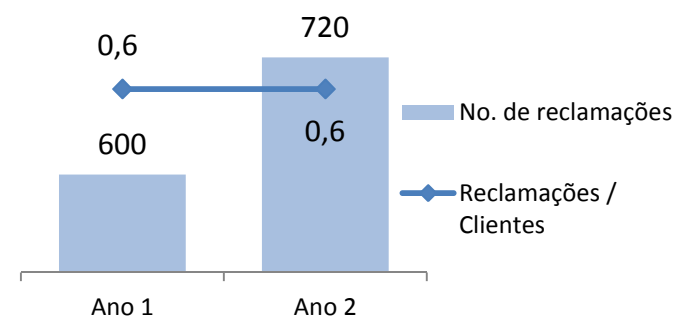
- É decorrente de uma obrigação regulamentar para os vencedores do Edital de Licitação nº 002/2007;
- Quebrou um paradigma regulamentar, na medida em que obrigou o roaming dentro da mesma área de prestação;
- Tem uma complexidade técnica significativa, pois:
 - ▣ É uma novidade, em termos técnicos, pois considera um cenário de tratamento diferente do roaming tradicional, pois:
 - utiliza as rotas de interconexão já existentes, ao invés de rotas exclusivas, e;
 - o atendimento em roaming é limitado a um determinado município ou localidade (menor que uma Área de Registro);
 - ▣ Exige uma programação de redes e sistemas para contemplar a tarifação específica, até então inexistente;
 - ▣ Deve contemplar a programação simultânea das operadoras, em pares, para não prejudicar o usuário e não acarretar o desequilíbrio competitivo de forma artificial.
- Situação atual
 - ▣ As programações estão adiantadas e algumas operadoras encontram mais dificuldades que as outras para suas soluções técnicas;
 - ▣ Os testes de funcionamento estão sendo realizados e as primeiras localidades estão sendo habilitadas (a partir de 21/03/2011);
 - ▣ As operadoras habilitarão o serviço em pares, à medida que as programações e testes bilaterais de cada cidade forem concluídas.

Taxa de Reclamações – SMP1 Anatel

38

- SMP1 é a relação entre o número de reclamações e o número acessos móveis
- Para cada grupo de 1 mil acessos houve 6 reclamações em dezembro de 2010, por exemplo
- Se a base de clientes crescer 20%, por exemplo, o índice de reclamação continuará constante mesmo aumentando o número absoluto de reclamações

Exemplo



Indicadores	2010												2011
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN
Empresa A	0,37	0,33	0,37	0,47	0,56	0,54	0,55	0,57	0,67	0,43	0,43	0,6	0,46
Empresa B	0,32	0,27	0,34	0,35	0,34	0,28	0,34	0,31	0,28	0,36	0,29	0,36	0,39
Empresa C	0,26	0,22	0,28	0,21	0,23	0,3	0,29	0,3	0,25	0,24	0,3	0,29	0,28
Empresa D	0,54	0,46	0,56	0,47	0,55	0,41	0,42	0,42	0,39	0,4	0,4	0,45	0,49

Fonte: Anatel

Alíquotas

39

Estados	ICMS	ICMS+Cofins+Pis	Tributação efetiva
AC, AL, AP, AM, DF, ES, MG, PI, RR, SC, SP, TO, RS	25%	28,65%	40,15%
AL, BA, CE, MA, RN, SE	27%	30,65%	44,19%
PE	28%	31,65%	46,30%
GO, MS, PR	29%	32,65%	50,72%
MT, PA, RJ, PB	30%	33,65%	50,71%
RO	35%	38,65%	62,99%