



# Preços da telefonia móvel no Brasil

**Carlos Baigorri**  
Superintendente de Competição  
Anatel

Brasília/DF  
Novembro/2013





## A Lei Geral de Telecomunicações estabelece dois regimes jurídicos de prestação do serviço de telecomunicações:

**Regime Público:** prestado mediante concessão ou permissão, com atribuição a sua prestadora de obrigações de universalização e de continuidade (art. 63, § único), sendo remunerada pela cobrança de tarifa.

**Regime Privado:** observará a exigência de mínima intervenção na vida privada, sendo a liberdade a regra, inclusive no que diz respeito à definição de preços (arts. 128, I e 129).



## Regime Público

- Serviço: Telefonia Fixa por parte da Oi, Telefonica, CTBC e Sercomtel
- Relação contratual
- Remuneração por meio de tarifa definida pela Anatel
- Garantia de equilíbrio econômico-financeiro do contrato
- Obrigação de universalização
- Reversão do bens essenciais à prestação em 2025 (fim do contrato)

## Regime Privado

- Serviços: Telefonia Móvel, Banda larga, TV por assinatura e Telefonia fixa (GVT, Net e outros)
- Concedido por meio de outorga
- Remuneração por meio de preços homologados pela Anatel
- Não há garantia de equilíbrio econômico-financeiro das empresas
- Não há obrigação de universalização
- Outorga por tempo indeterminado



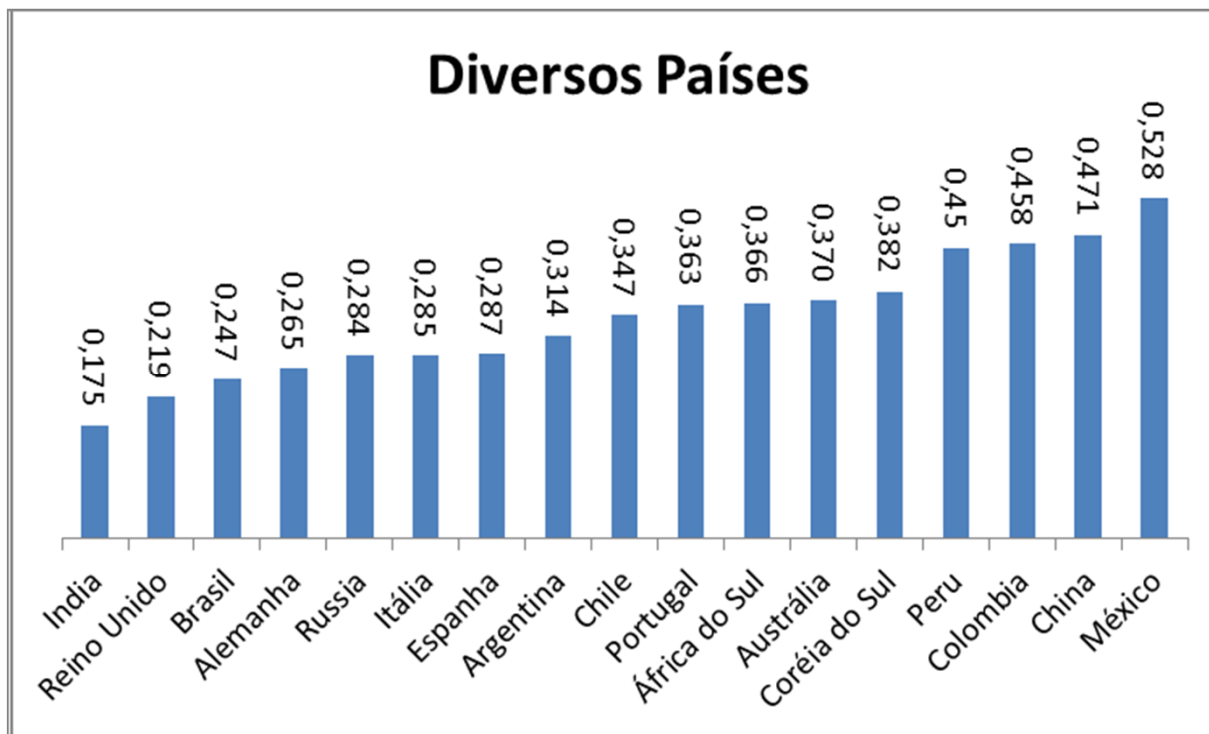
Tendo em vista que no regime privado o preço é livremente estabelecido, sua definição decorre de forças de mercado, como custos e competição.

Quanto maior a competição, menor a diferença entre preços e custos, sendo também menor a rentabilidade das operadoras.

**Como está a competição no mercado de telefonia móvel brasileiro?**

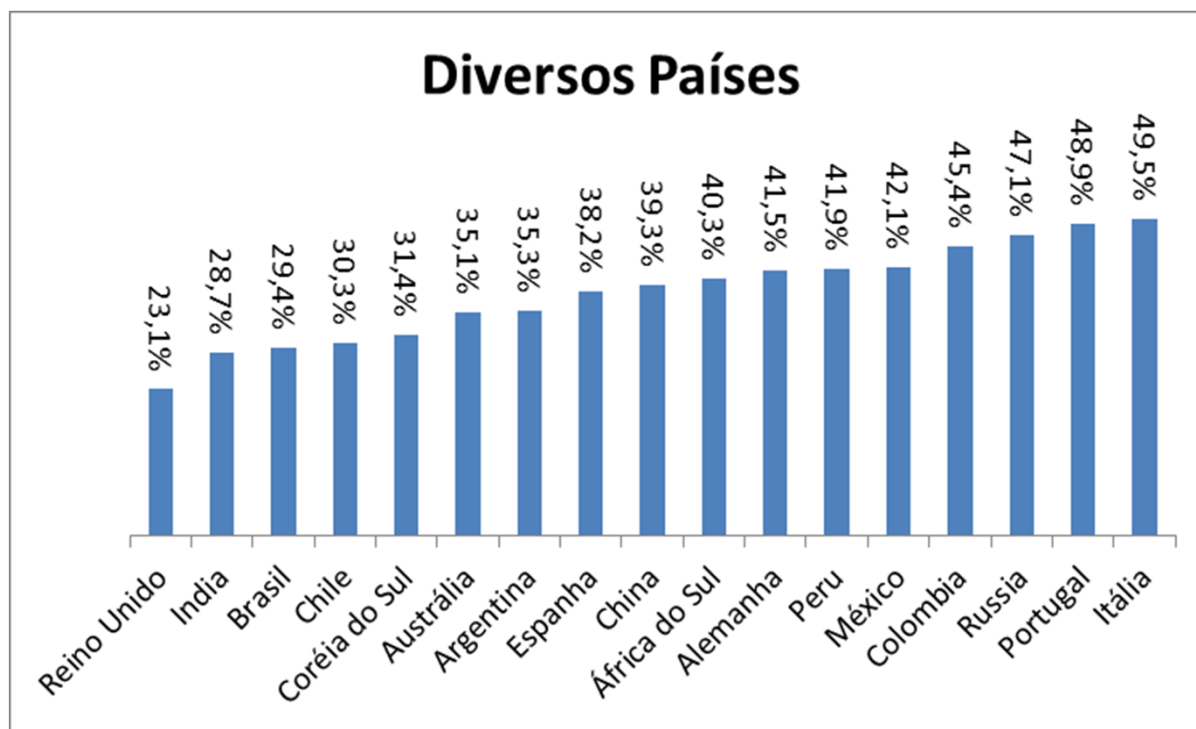


Vamos comparar o índice de concentração de mercado (HHI) de diversos países. Quando maior esse índice, mais concentrado é o mercado e menor é a competição.



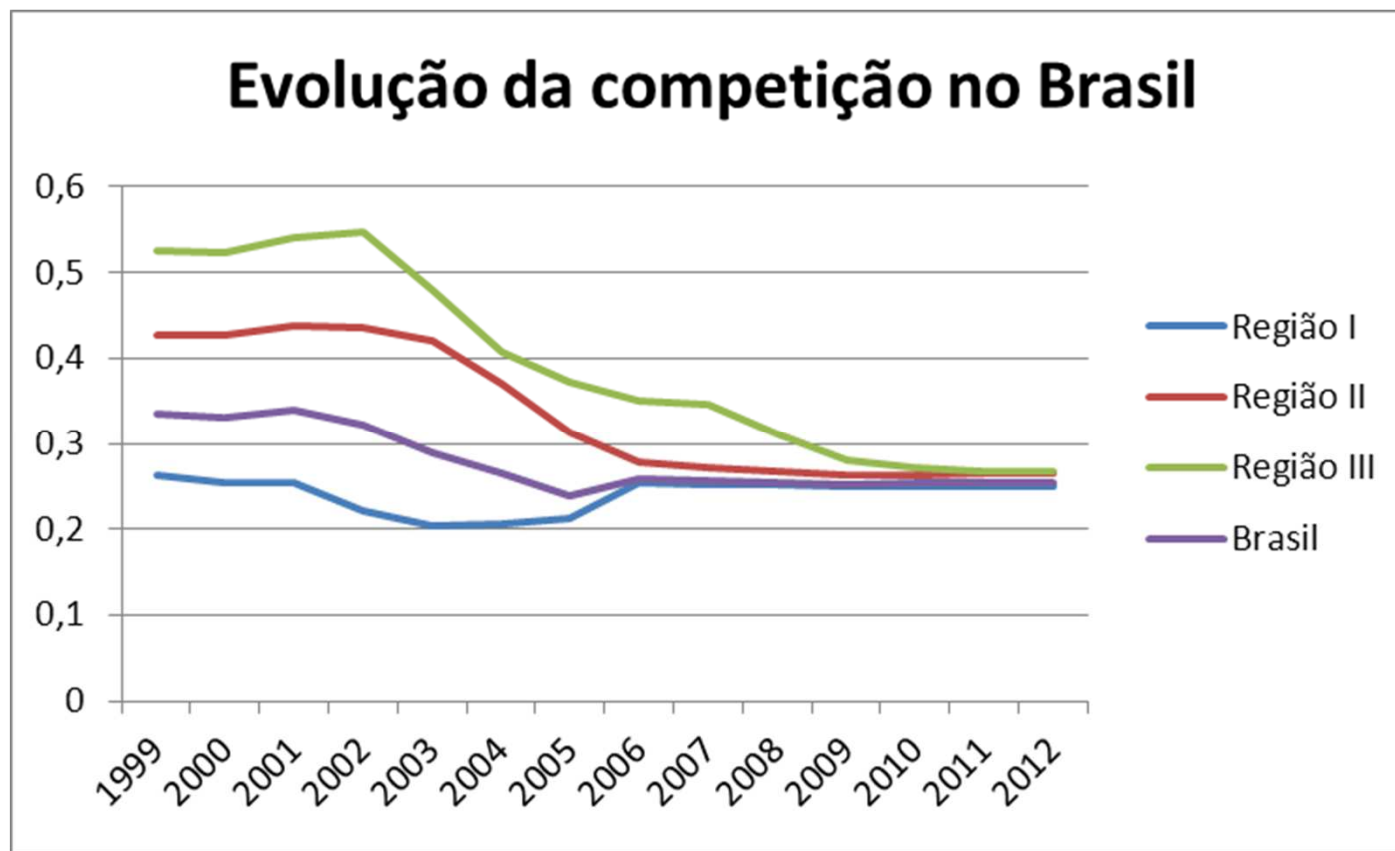


Outra forma de avaliar o nível de competição é pela rentabilidade das operadoras. Quanto maior a competição, menor a rentabilidade.



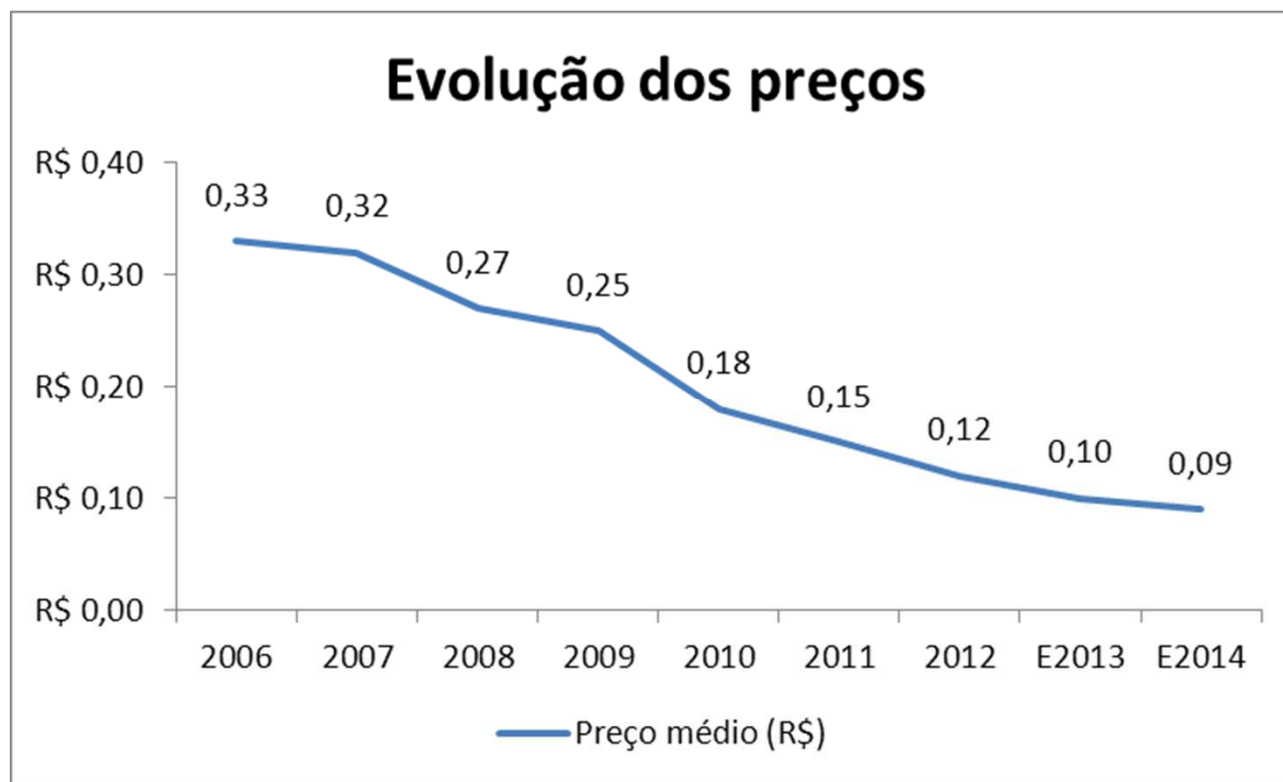


Considerando os últimos anos, podemos perceber que a competição no mercado celular vem se acirrando ano após ano.





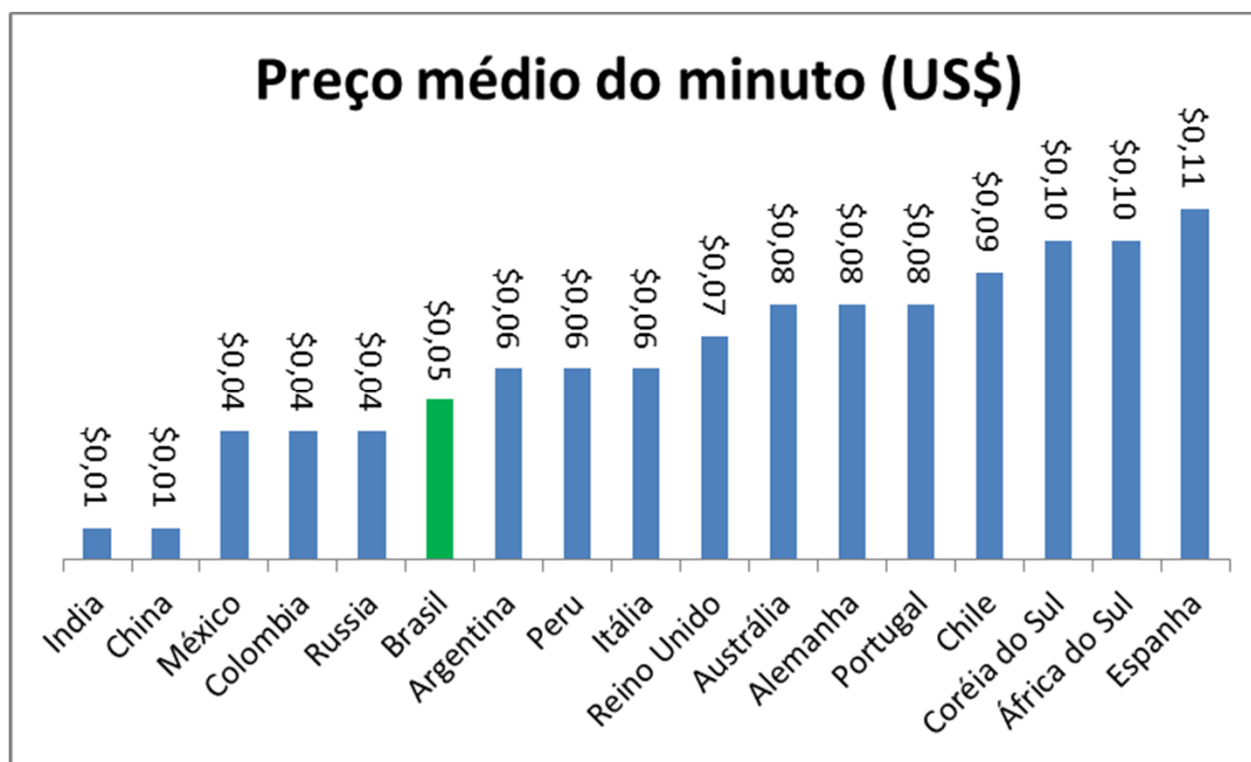
Esse aumento da competição tem um efeito direto na redução dos preços.







Essa redução constante fez com que os preços praticados no Brasil sejam competitivos no contexto internacional.





Entretanto, a redução de preços tem um limite. Esse limite é o custo de provimento do serviço.

Nesse sentido, para garantir que os preços continuem caindo, a Anatel tem tomado uma série de medidas para reduzir os custos de prestação do serviço:

1. Plano Geral de Metas de Competição - PGMC
2. Licitação de novas radiofrequências
3. Redução das tarifas de interconexão
4. Modelagem de custos



**Obrigado**

