

Congresso Nacional Conselho de Comunicação Social

Audiência Pública

sobre o tema

Convergência Tecnológica nos Meios de Comunicação



Ronaldo Iabrudi
Presidente

07 nov 2005

Roteiro da Exposição

Introdução e Modelo Brasileiro

Inclusão, Sociedade da Informação e Convergência

Propostas para aperfeiçoamento do Modelo Brasileiro

Objetivo das Contribuições

- Oferecer às autoridades e à sociedade brasileiras um conjunto de informações e argumentos acerca da necessidade de aperfeiçoar o Modelo Brasileiro de Comunicações
- Visando proporcionar ao País condições para avançar no atendimento das demandas da sociedade brasileira, especialmente no que se refere à:
 - inclusão social e
 - melhoria da qualidade de vida da população, com destaque para os serviços prestados pelo Estado nas áreas de
 - Educação,
 - Saúde,
 - Previdência, e
 - Crescimento sustentado,

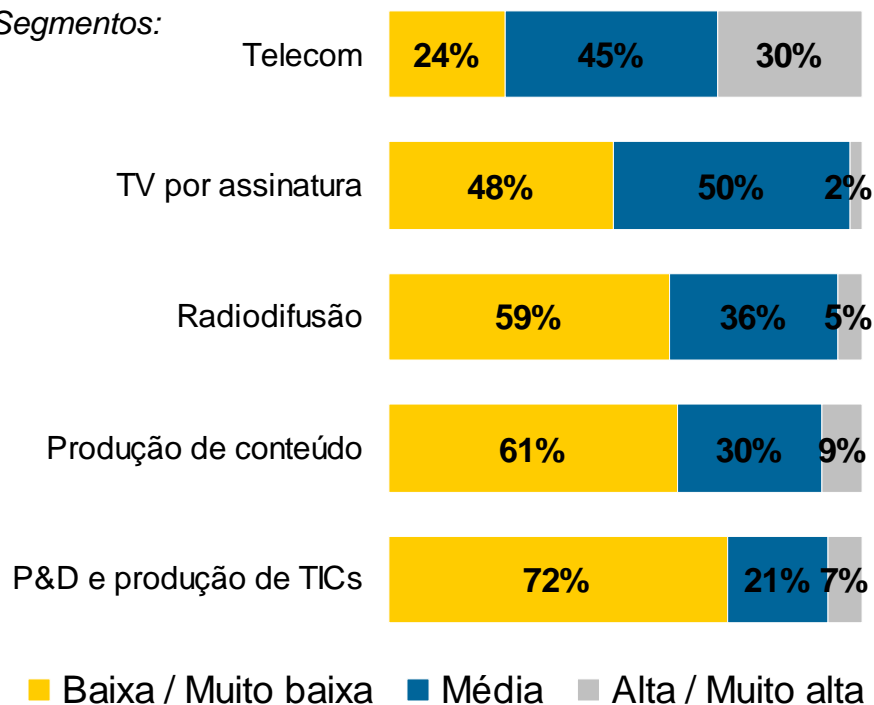
As opiniões dos especialistas consultados apontam para a necessidade de aperfeiçoar o modelo brasileiro.



Exemplo de pontos levantados

Qual a adequação das atuais políticas públicas, leis e regulamentos ao contexto da convergência?

Segmentos:



Quais são as principais prioridades para aperfeiçoamento do modelo?

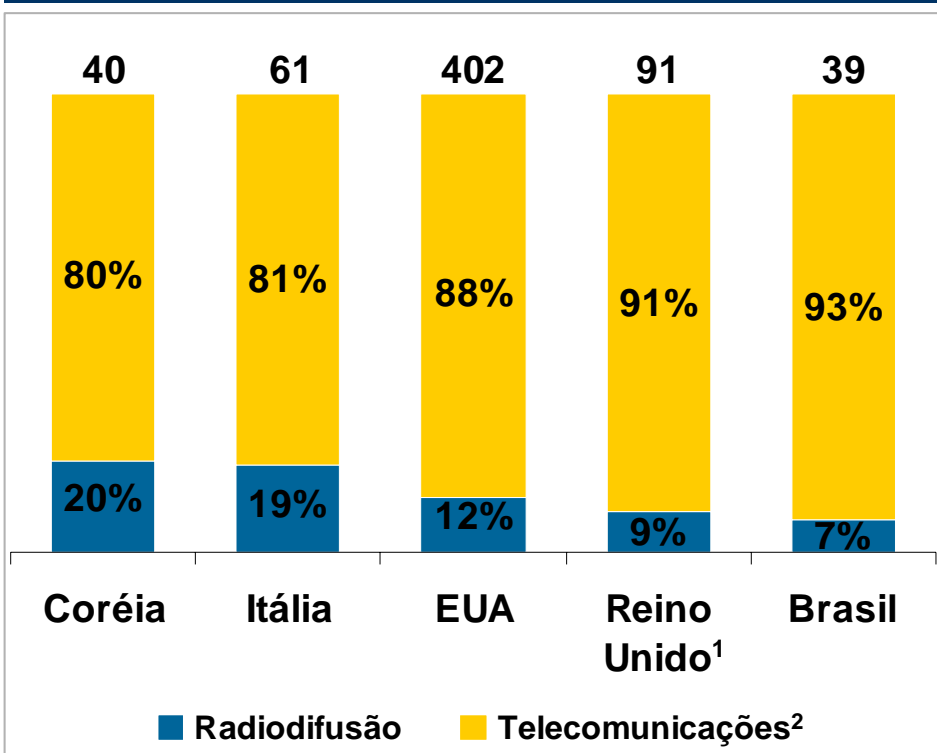
- Racionalizar **carga tributária**
- Estimular a **modernização da infraestrutura** de comunicações
- Viabilizar programas de **inclusão digital / social**
- **Simplificar / adequar licenças e regulamentos** de telecomunicações, inclusive radiodifusão e TV por assinatura
- **Fortalecer o órgão regulador**, com atuação independente e responsabilidades claras
- Fomentar procedimentos e mecanismos de **estímulo à competição**
- Estimular uso e desenvolvimento de **novas tecnologias**

Fonte: análise Accenture e GT dos questionários respondidos por representantes do setor, durante Agosto e Setembro/2005

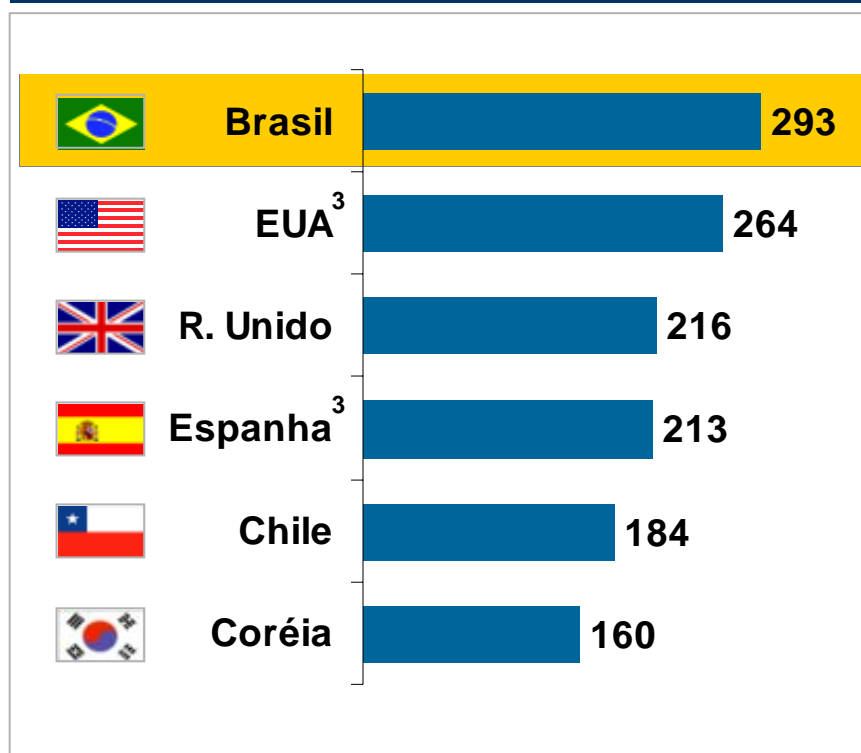
O tamanho do mercado de radiodifusão não condiz com a ampla utilização do serviço nos lares brasileiros.

Mercado de radiodifusão

Participação da radiodifusão nas receitas totais de comunicações (2004, em US\$ Bi)



Utilização de TV aberta no domicílio (2004, em minutos por dia)



Notas: (1) Valor estimado com base nas receitas de mídia da Telew est e NTL;

(2) Inclui telecomunicações fixas, móveis e TV por assinatura;

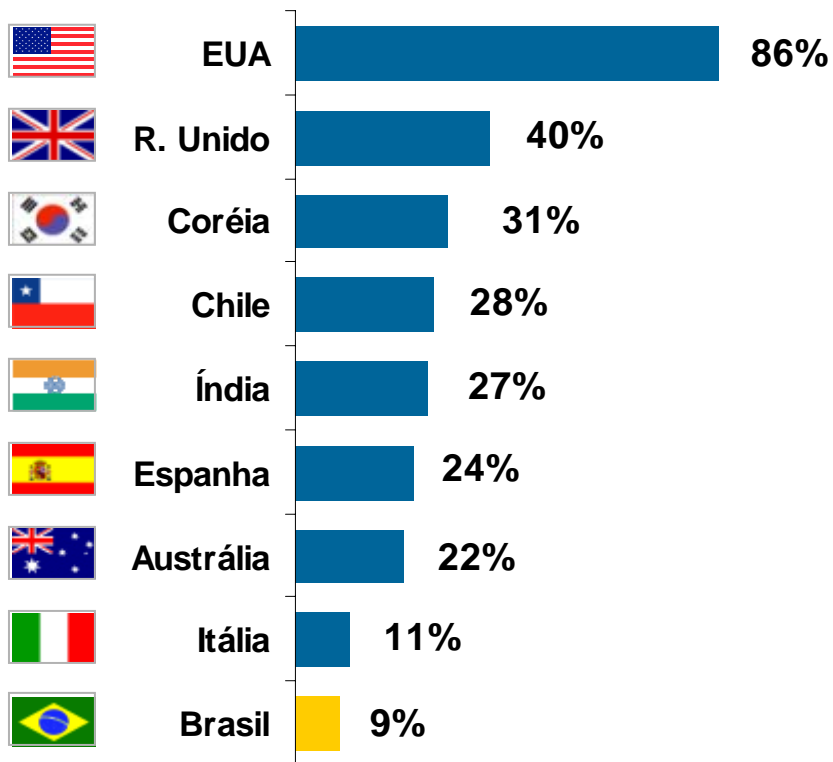
(3) Dados de 2003

Fonte: informações das prestadoras, órgãos reguladores, Worldscreen, análise Accenture e GT

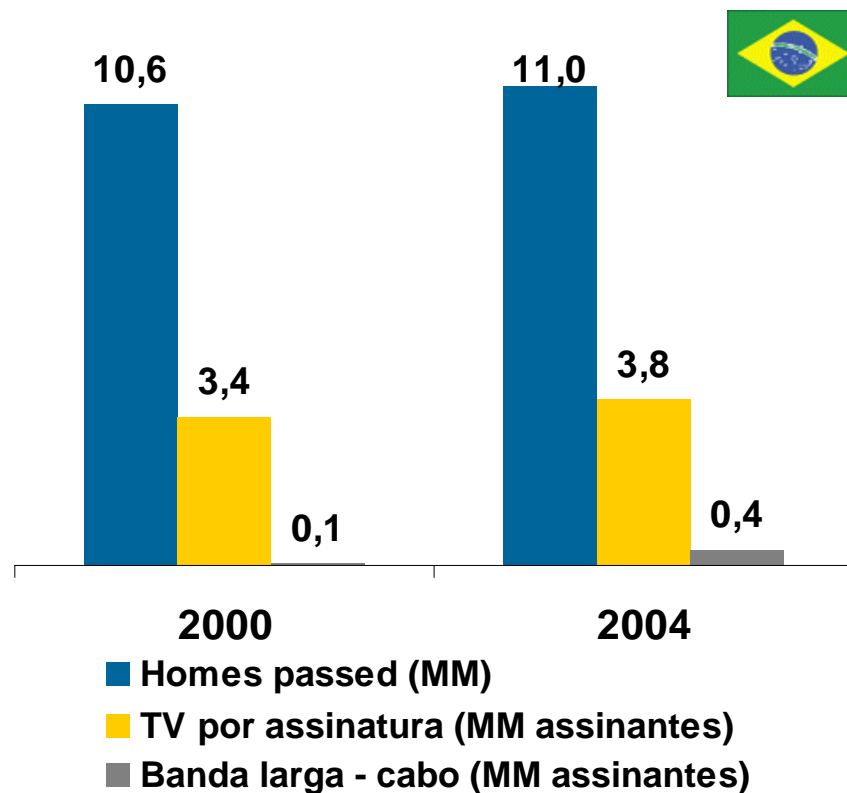
A baixa penetração da TV por assinatura no Brasil leva à sub-utilização da capacidade instalada.

Mercado de TV por assinatura

Penetração de TV por assinatura em domicílios – 2004



Evolução de *homes passed* e assinantes – TV a cabo no Brasil



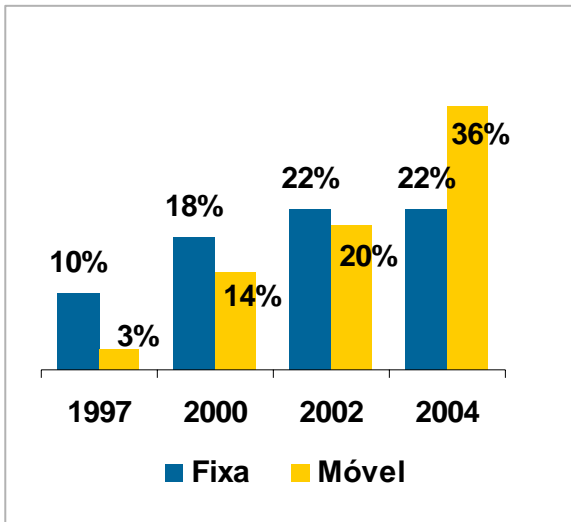
Fonte: Worldscreen, IBGE, ABTA, Anatel, FCC, TRAI, ABTA, Pay-TV Survey, análise Accenture e GT

O modelo de telecomunicações acelerou a penetração dos serviços, porém parece ter atingido a saturação.

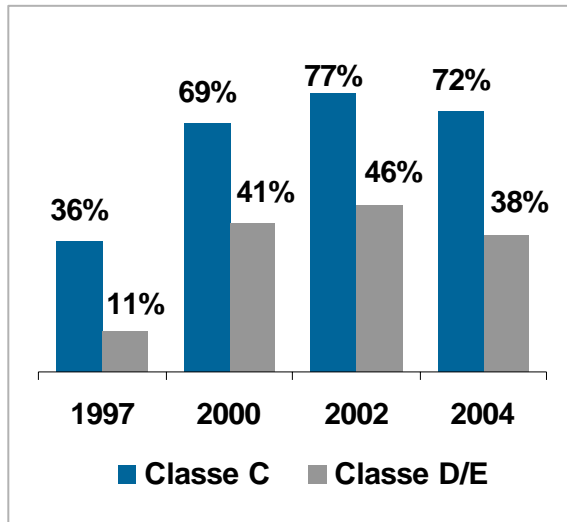
Resultados do modelo – ampliação da oferta de serviços



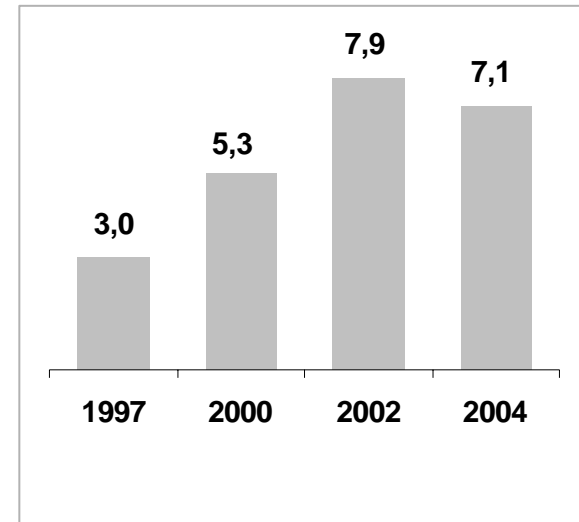
Penetração de telefonia em população (%)



Lares C e D/E com linhas fixas (%)



Densidade TUPs (por 1000 hab.)



Como continuar expandindo as redes e melhorar as condições de acesso da população aos serviços, com rentabilidade ?

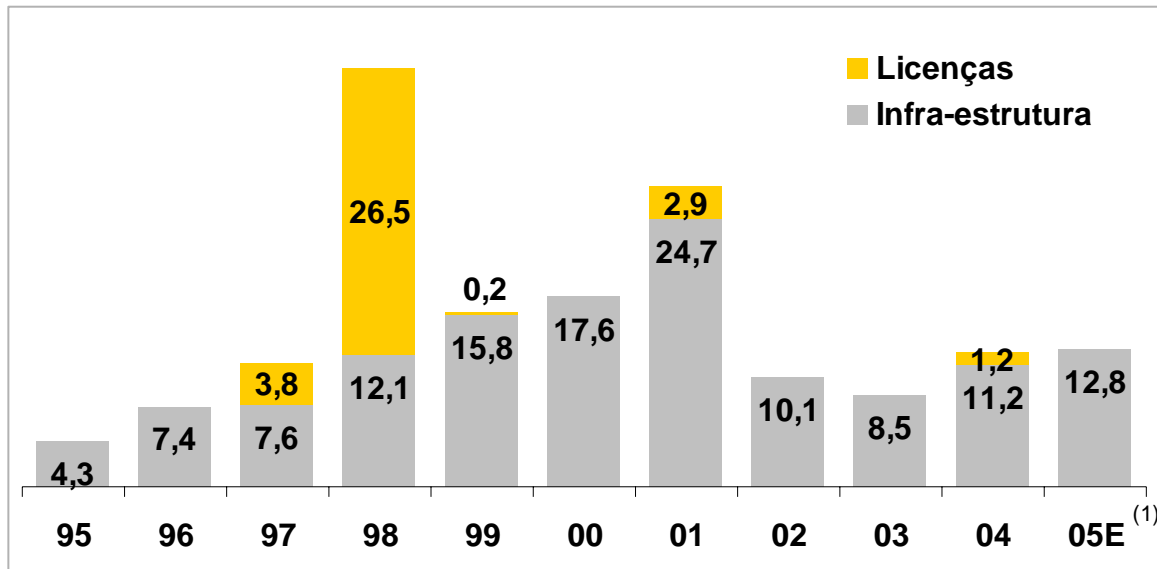
Fonte: Anatel - Exposição de Motivos da LGT (1996); Anatel - Apresentação da Superintendência de Universalização Dez/02, Anatel – Apresentação para a INFOCON SUCESU 2003 - A Regulação do Mercado de Telecomunicações Out/03, Anatel – Palestra Telecomunicações - Um novo salto para o futuro (2004)

O setor investiu mais de R\$ 130 bilhões desde 1998, introduzindo competição no mercado.

Resultados do modelo – aumento de investimentos e competição



Investimentos em telecomunicações (R\$ bilhões)



Panorama da competição (2004)

- Celular: **Alta**
(maior participação 40%)
- Longa distância: **Alta**
(maior participação 25%)
- Fixo local: **Baixa**
(maior participação 97%)

Com o consolidar um ambiente saudável de competição no mercado convergente, mantendo investimentos e viabilizando retorno adequado ?

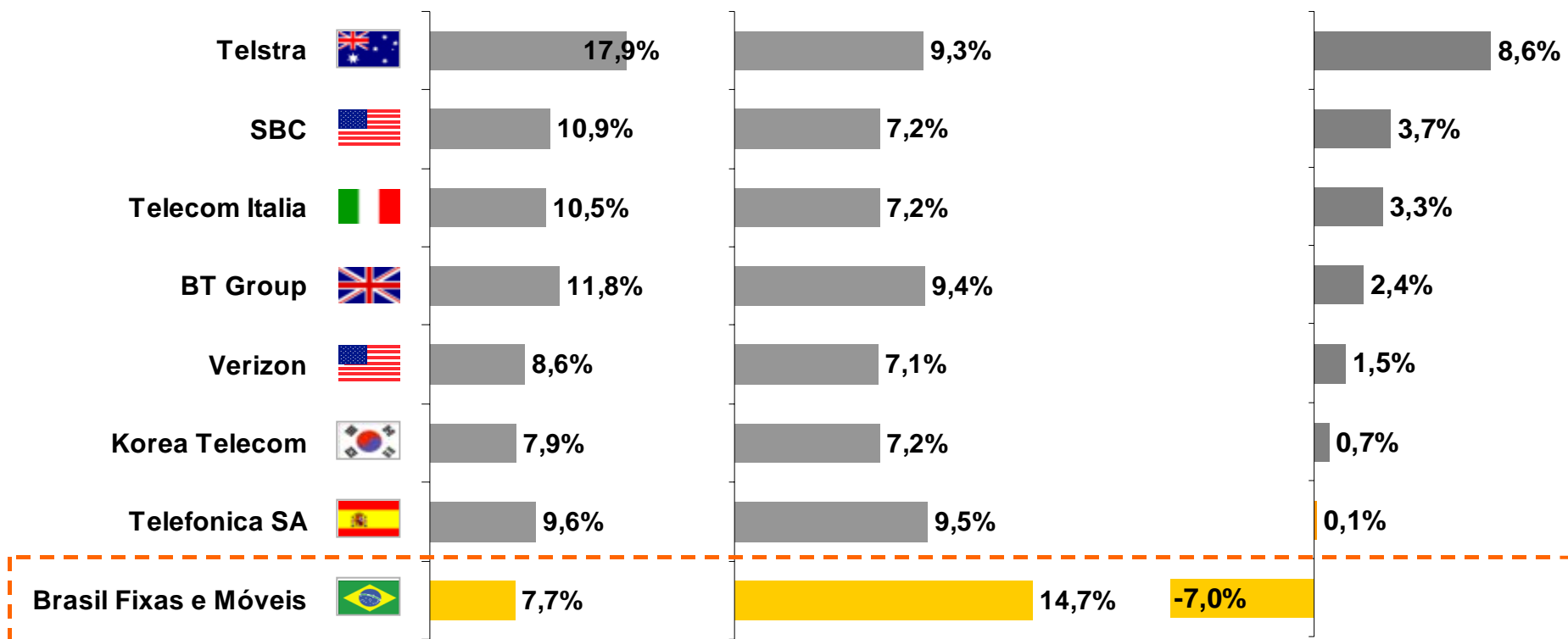
Nota: (1) Estimado a partir dos relatórios financeiros divulgados para o 1º. Semestre de 2005, pelos seguintes grupos: Telesp, Tele Norte Leste, Brasil Telecom, Embratel, Vivo, TIM e Telemig Celular.

Fonte: Anatel - Exposição de Motivos da LGT (1996); Anatel - Apresentação da Superintendência de Universalização Dez/02, Anatel – Apresentação para a INFOCON SUCESU 2003 - A Regulação do Mercado de Telecomunicações Out/03, Anatel – Palestra Telecomunicações - Um novo salto para o futuro (2004); relatórios financeiros das empresas; análise Accenture e GT

O alto custo de capital no Brasil degrada a remuneração dos investimentos realizados em telecomunicações.

Desempenho econômico das empresas (média 2000-2004)⁽¹⁾⁽²⁾

Retorno sobre o capital ROIC - Custo de capital WACC = Spread



Notas: (1) "Brasil Fixas e Móveis" inclui as empresas abertas: Fixas locais (dados de 2000-2004) - Telefonica (Telesp), Telemar (TNLP) e Brasil Telecom (BRTP) e Móveis Banda A (dados de 2001-2004) - Telemig Celular, Amazônia Celular, TIM Participações (TIM Sul e TIM Nordeste) e Vivo (TCP, TCO, CRT, Tele Sudeste e Tele Leste Celular). Não estão considerados resultados das empresas celulares fechadas, em sua maioria entrantes de Banda B / SMP, que por serem relativamente novas em geral apresentam desempenho econômico inferior ao das incumbentes fixas e móveis de Banda A.

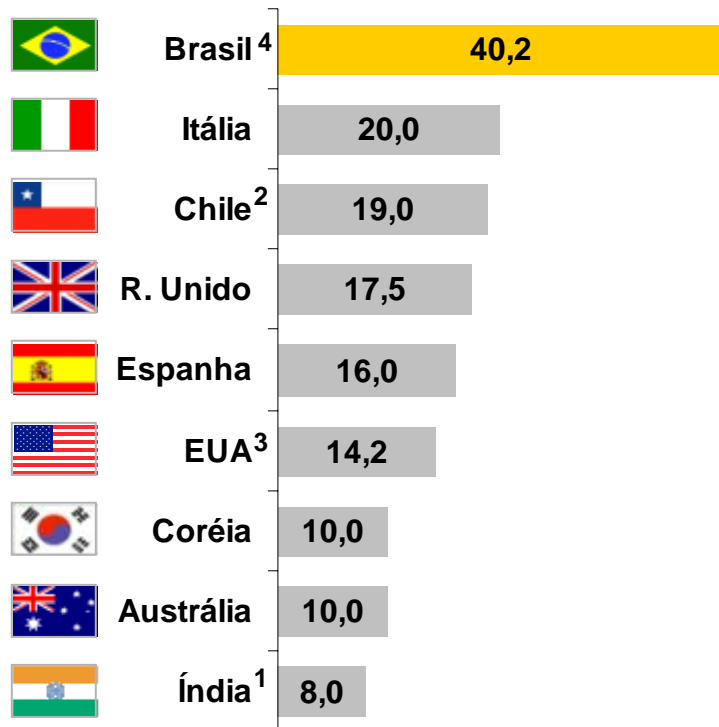
(2) Os resultados dos seguintes grupos incluem as operações de telefonia fixa e móvel: Telstra, SBC, Verizon, Korea Telecom, Telefonica SA, Telemar (TNL) e BrT Participações

Fonte: relatórios financeiros das empresas, JP Morgan, Citigroup e análise Accenture e GT

A elevada carga tributária inibe investimentos e limita o acesso da população aos serviços.

Carga tributária

Impostos sobre serviços de telecomunicações (em %)



Brasil - investimentos e tributos pagos pelo setor de telecomunicações (em R\$ Bilhões)

Volume de Investimentos em 2004

R\$ 11,2 Bi

Volume de Tributos em 2004^{5,6}

R\$ 23,3 Bi

Nota: (1) Referente a 2004; (2) a alíquota de imposto foi elevada para 19% em out/2003, permanecendo em vigor até 2006; (3) Carga de impostos média em todos os estados para 2004; considera o total de impostos sobre as prestadoras; (4) Valor de 2004 para o Brasil, considerando alíquota de ICMS = 25% e cálculo "por dentro"; para os demais países, dados de 2002

Fonte: Forbes, OECD, União Européia, Central Board of Excise and Customs (Índia), Latin Business Chronicle, BNDES, análise Accenture e GT

Nota: (5) Considerados os relatórios financeiros publicados das seguintes empresas: Telesp, Brasil Telecom Participações, Tele Norte Leste Participações, Embratel e Vivo
(6) Impostos considerados: impostos sobre a receita bruta (ICMS, PIS, COFINS, ISS, IPI), IRPJ, CSLL, FUST e FUNTTEL, conforme a disponibilidade dos dados financeiros detalhados publicados pelas empresas

Fonte: informações financeiras das operadoras, análise Accenture e GT

Identificação da Questão Crítica 5/5

- Constatação Óbvia:
A imensa maioria da população brasileira **não tem renda disponível** para usufruir dos benefícios disponibilizados através das redes e serviços de telecomunicações, agora convergentes, **gravados pela maior carga tributária do mundo**
- Questão Crítica:
Qual a **solução institucional** para o Setor das (Tele)Comunicações Convergentes que melhor contribuirá para a **melhoria da qualidade de vida da imensa maioria da população brasileira** a curto e médio prazo?

Roteiro da Exposição

Introdução e Modelo Brasileiro

Inclusão, Sociedade da Informação e Convergência

Propostas para aperfeiçoamento do Modelo Brasileiro

A barreira da desigualdade afeta o acesso a diferentes serviços, inclusive aos serviços de comunicações.



Desigualdade sócio-econômica

Menor renda
Classes C, D e E



População: **127,8 milhões**
Renda anual média: **R\$ 13.978**
Analfabetismo: **10%**
Mortalidade infantil: **15‰ nasc.**



População: **27,1 milhões**
Renda anual média: **R\$ 9.204**
Analfabetismo: **21%**
Mortalidade infantil: **37‰ nasc.**

Renda familiar



População: **20,7 milhões**
Renda anual média: **R\$ 86.011**
Analfabetismo: **1%**
Mortalidade infantil: **3‰ nasc.**



População: **0,8 milhão**
Renda anual média: **R\$ 78.736**
Analfabetismo: **16%**
Mortalidade infantil: **5‰ nasc.**

Maior renda
Classes A e B

Mais concentrado
Urbano

Concentração geográfica

Menos concentrado
Rural

Notas: O percentual de atendimento bancário não considera postos de correspondente bancário. Analfabetismo medido como % da população acima de 15 anos
Fonte: IBGE - PNAD, POF e Indicadores sociais 2004; análise Accenture e GT

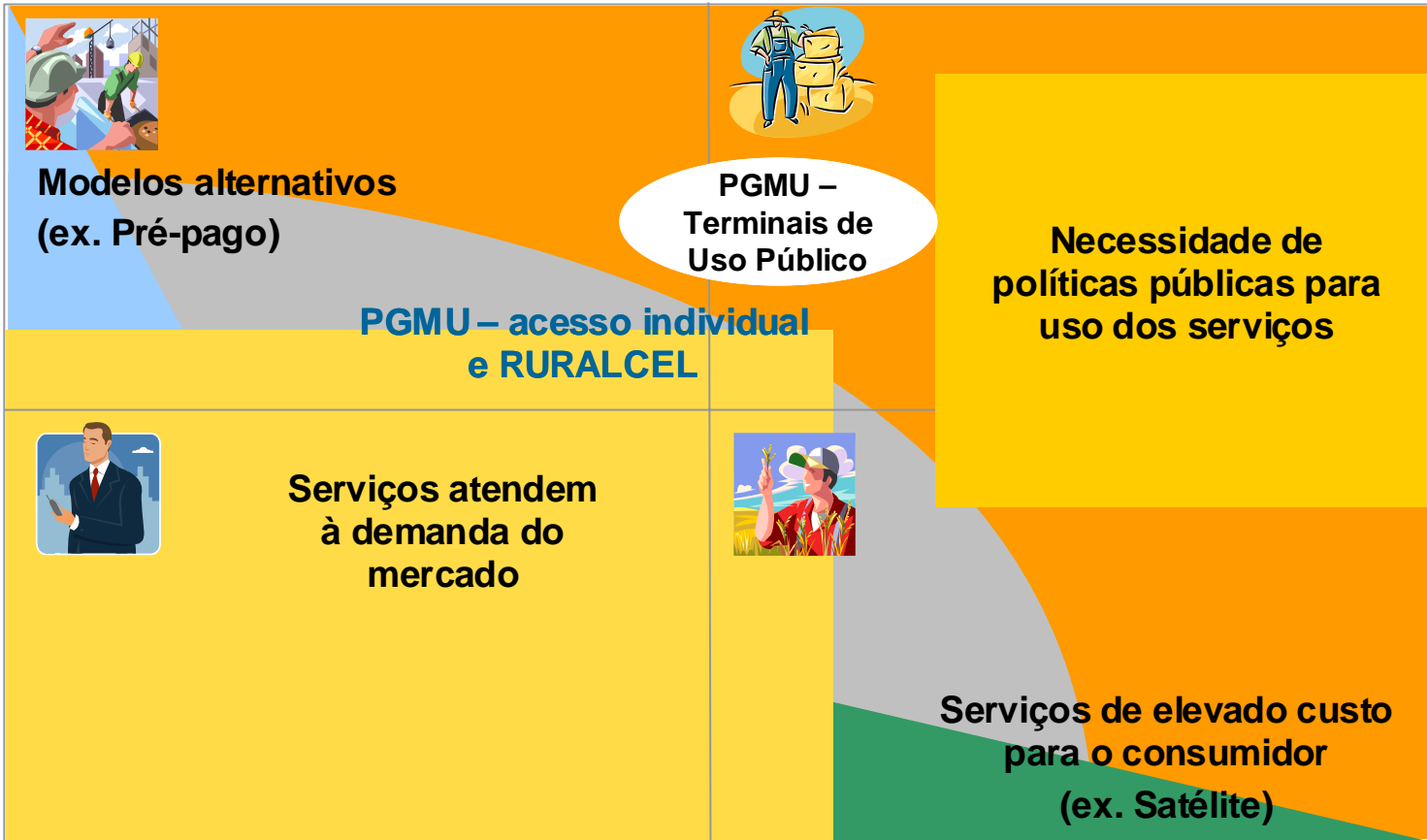
A barreira da desigualdade afeta o acesso a diferentes serviços, inclusive aos serviços de comunicações.



Telecomunicações – demanda, oferta e competição

Menor renda

Classes
C, D e E



Modelos alternativos
(ex. Pré-pago)

PGMU –
Terminais de
Uso Público

Necessidade de
políticas públicas para
uso dos serviços

PGMU – acesso individual
e RURALCEL

Serviços atendem
à demanda do
mercado

Serviços de elevado custo
para o consumidor
(ex. Satélite)

Mais concentrado
Urbano

Concentração
geográfica

Menos concentrado
Rural

Maior renda

Classes
A e B

Notas: O percentual de atendimento bancário não considera postos de correspondente bancário. Analfabetismo medido como % da população acima de 15 anos

Fonte: IBGE - PNAD, POF e Indicadores sociais 2004; análise Accenture e GT

Os Estados procuram adaptar seus marcos legais e regulatórios para se adequarem à nova realidade.

Mudanças nos marcos legislativo e regulatório nos países

Tendência	Exemplos	
<p>Unificação de órgãos reguladores de telecomunicações e mídia / radiodifusão</p>	 Reino Unido  Austrália	  Coréia  Índia <ul style="list-style-type: none"> • Discussão para unificação • <i>Convergence Commission</i> (proposta)
<p>Simplificação da estrutura de licenças para prestação de serviços</p>	 UE  Austrália  Índia	<ul style="list-style-type: none"> • Autorização geral p/ serviço de comunicações (exclui radiodifusão) • 2 tipos de licença - prestadoras <i>com</i> e <i>sem</i> infra-estrutura • Proposta de licença unificada para serviços de voz e dados, abrangendo VoIP, TV paga e radiodifusão
<p>Diferentes abordagens para defesa da competição e implantação do serviço universal</p>	 EUA  Coréia	 UE <ul style="list-style-type: none"> • Tende para uma regulação mais aberta, baseada nas instituições de Direito Econômico • Rediscute o escopo de serviço universal

Fonte: órgãos reguladores dos países, análise Accenture e GT

Roteiro da Exposição

Introdução e Modelo Brasileiro

Inclusão, Sociedade da Informação e Convergência

Propostas para aperfeiçoamento do Modelo Brasileiro

O desafio brasileiro é implementar soluções que acelerem o desenvolvimento social no País.

Contexto para o modelo futuro de comunicações



Menor renda
Classes
C, D e E



128 MM
hab.



27 MM
hab.

Políticas públicas para adoção dos serviços

- Viabilizar o uso de serviços básicos e de nova geração
- Expandir os benefícios da Sociedade da Informação para todos

Renda
familiar



Ampliar atendimento pelo mercado

- Expandir serviços de nova geração (convergentes)

Maior renda
Classes
A e B



21 MM
hab.



1 MM
hab.

Mais concentrado
Urbano

Concentração
geográfica

Menos concentrado
Rural

Notas: Os correios e a CEF cobrem 100% dos municípios com atendimento bancário via o serviço de correspondente bancário (agência postal, casa lotérica, etc); Analfabetismo medido como % da população acima de 15 anos
Fonte: IBGE - PNAD 2003, POF 2002-2003, Indicadores sociais 2004; análise Accenture e GT

O Setor de Comunicações é um poderoso instrumento para alavancar o Desenvolvimento Econômico e Social no Brasil

Dimensão

Questões Relevantes

Objetivos 2.015

Benefício Social

- **Promoção do Desenvolvimento Sócio-Econômico**

- *Contribuir para redução da pobreza extrema*
- *Promover a educação básica para Todos*
- *Contribuir para redução da mortalidade infantil e materna*
- *Contribuir para o Desenvolvimento Sustentável*

Uso dos Serviços

- Acesso à Educação e Saúde
- Capacitação para uso das TIC's
- Serviços de Governo
- Qualidade dos Serviços

- **Universalizar o uso dos Serviços de Estado, inclusive para populações carentes e de áreas remotas**

Oferta

- Livre Mercado
- Licenças Unificadas
- Liberdade de Preços
- Inclusão Digital

- **Disseminar o uso de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's)**

Indústria Nacional

- Capacitação e Competitividade
- Produção de Conteúdo

- **Ser um centro mundial de produção de conteúdo**

Estado

- Legislação Articulada
- Estrutura Regulatória Moderna
- Previsibilidade das Regras
- Competição Saudável

- **Ter Arcabouço Regulatório Estável e Convergente**



TeleComunicações para a Inclusão Social

Juntos, daremos esse grande passo