



# 48º Painel Telebrasil

## Ofcom – Uma Agência Regulatória Convergente

02 de julho de 2004

# Agenda

- 1 Breve descrição da Spectrum
- 2 Convergência e modelos de negócio
- 3 Convergência regulatória
- 4 Estudo de caso - Ofcom

# 1 Breve descrição da Spectrum

# A Spectrum é uma empresa mundial líder em consultoria voltada para os setores de telecomunicações e mídia

## Principais características

- Assessoria estratégica nos setores de mídia e telecomunicações
- Especialistas na convergência entre os setores
- Fundada em 1994
- Mais de 1000 projetos concluídos no mundo
- 10 sócios e 60 consultores no mundo
- Principais escritórios em Londres, Barcelona, Cingapura, Brasília e Rio
- Clientes em mais de 40 países

## Áreas de atuação



1. Breve descrição da Spectrum

# Prestamos assessoria a clientes em cada aspecto do seu negócio



Cientes a partir de 2001

## 1. Breve descrição da Spectrum

A base de clientes da Spectrum reflete a nossa ampla experiência nos setores de telecomunicações e mídia

### Cientes de telecomunicações

### Cientes de mídia



## 1. Breve descrição da Spectrum

# Convergência: temos trabalhado com reguladores, operadores e fabricantes em diversos países

## Ofcom – Reino Unido

- Estabelecimento de um novo modelo de administração do espectro radioelétrico (spectrum trading)
- Revisão da regulamentação do setor de Telecomunicações
- Revisão da regulamentação do setor de Radiodifusão

## BBC – Reino Unido

- Revisão das obrigações e responsabilidades da BBC como provedor de Serviço Público de Radiodifusão

## Nokia - Ásia

- Estudo sobre as visões e estratégias dos operadores móveis e dos provedores de conteúdo

## ANATEL - Brasil

- Análise do mercado de satélites de telecomunicações e proposições para uma política para o setor
- Análise do contexto atual da regulamentação brasileira e desenvolvimento de cenários em um contexto de convergência<sup>1</sup>

## Energis - Europa

- Estudo sobre a viabilidade de novos conteúdos para a plataforma de banda larga e possíveis parcerias com provedores de conteúdo

## Vodafone - Europa

- Análise das expectativas de modelo comercial entre operadores e provedores de conteúdo



## 2 Convergência e modelos de negócio

2.1 Conceituação de convergência

2.2 Estudos de caso

2.2.1 Comcast

2.2.2 Fastweb

2.2.3 NTT

2.2.4 Telmex

2.2.5 Telefonica

## O conceito de convergência da Spectrum considera três dimensões inter-relacionadas

### Mesmos serviços em múltiplas plataformas

Capacidade de usufruir dos mesmos serviços através de múltiplas plataformas de distribuição, aumentando a conveniência de acesso, em combinação com...

### Integração de serviços

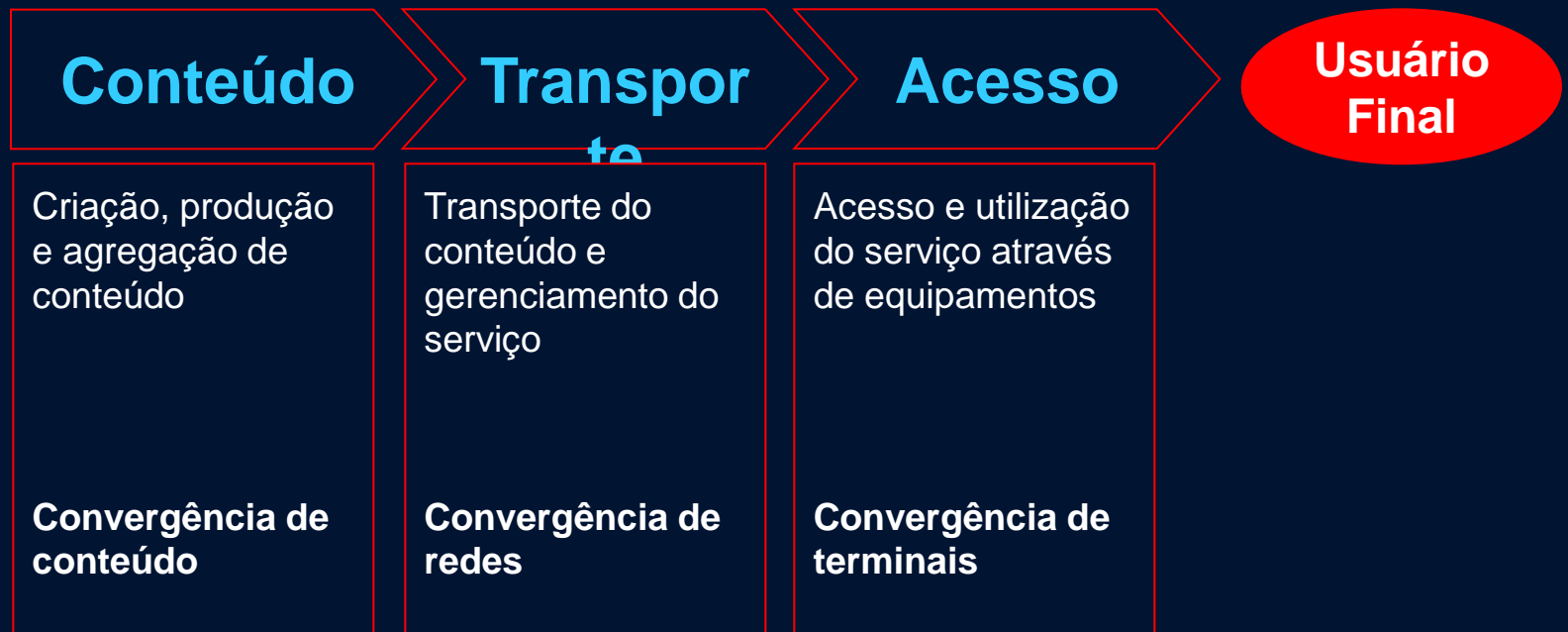
a possibilidade de receber serviços mais atraentes através da integração de serviços previamente distintos e...

### Novos produtos e serviços

a oferta de novos produtos e serviços através da convergência de redes, plataformas e terminais.

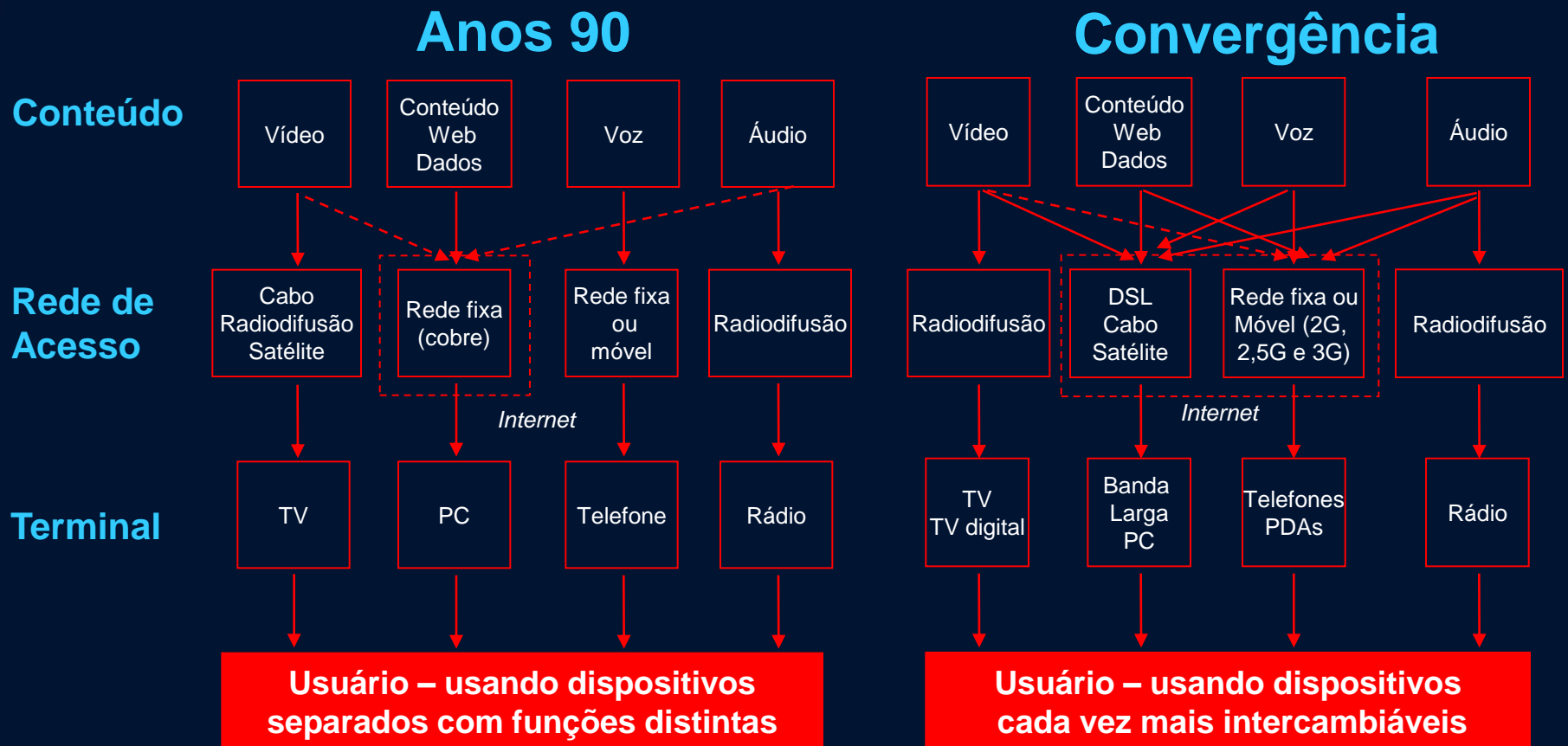
# A convergência afeta a cadeia de valor dos serviços de telecomunicações

## Cadeia de valor dos serviços de telecomunicações



## 2.1 Conceituação de convergência

# A convergência afeta a cadeia de valor do setor de telecomunicações



# Diversos tipos de rede e terminais acessam o mesmo conteúdo

**Conteúdo**

Todo tipo de conteúdo multimídia – Voz, Vídeo, Áudio e Dados

**Rede de Acesso**

Diversas redes com capacidades equivalentes para a transmissão em banda larga: xDSL, Cabo digital, Fibra Ótica, Satélite, WLL, 3G, DTT

**Terminal**

TV

PC

PDA

Telefone Celular

Eletrodomésticos

Console Video-game

*Bluetooth\**

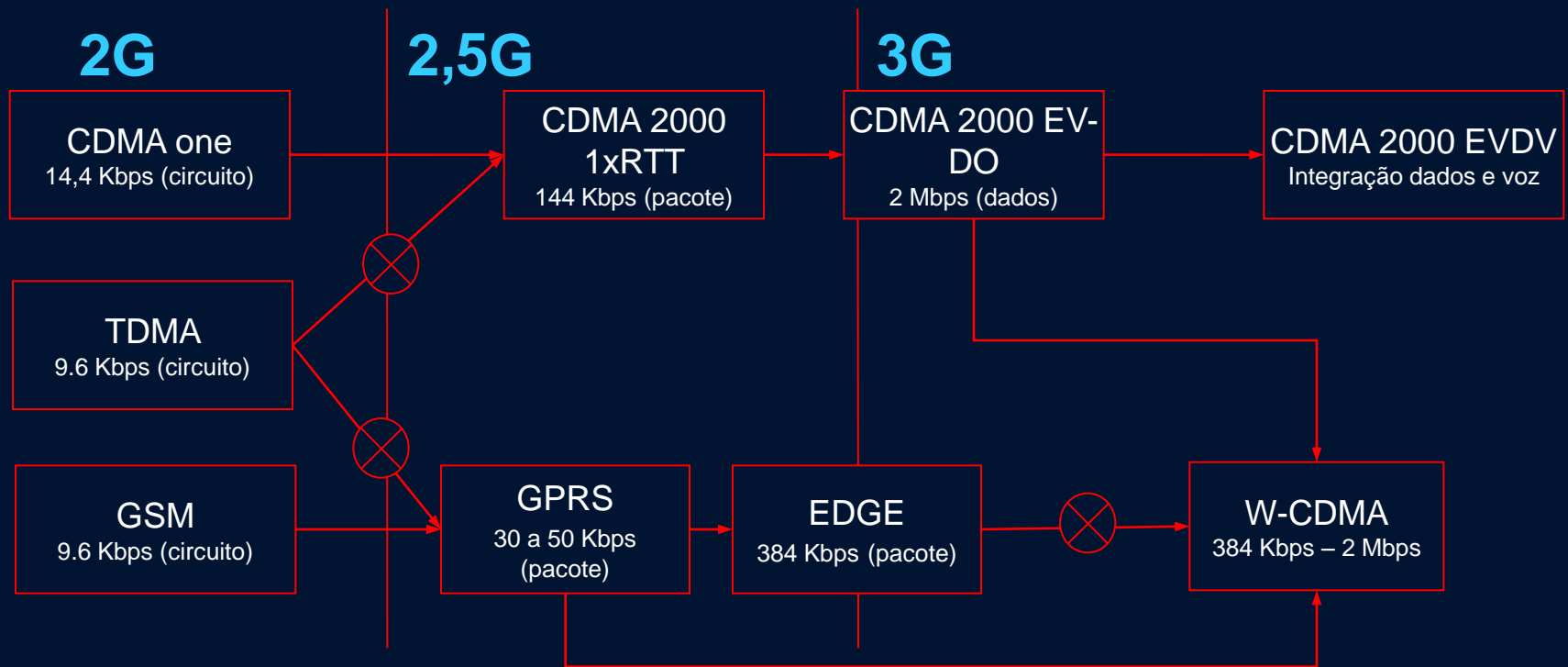
**Usuário – utilizando uma série de dispositivos interconectados e intercambiáveis**

**Nota:** (\*) O Bluetooth integraria os terminais através de conexão sem fio

## Várias tecnologias viabilizam a convergência

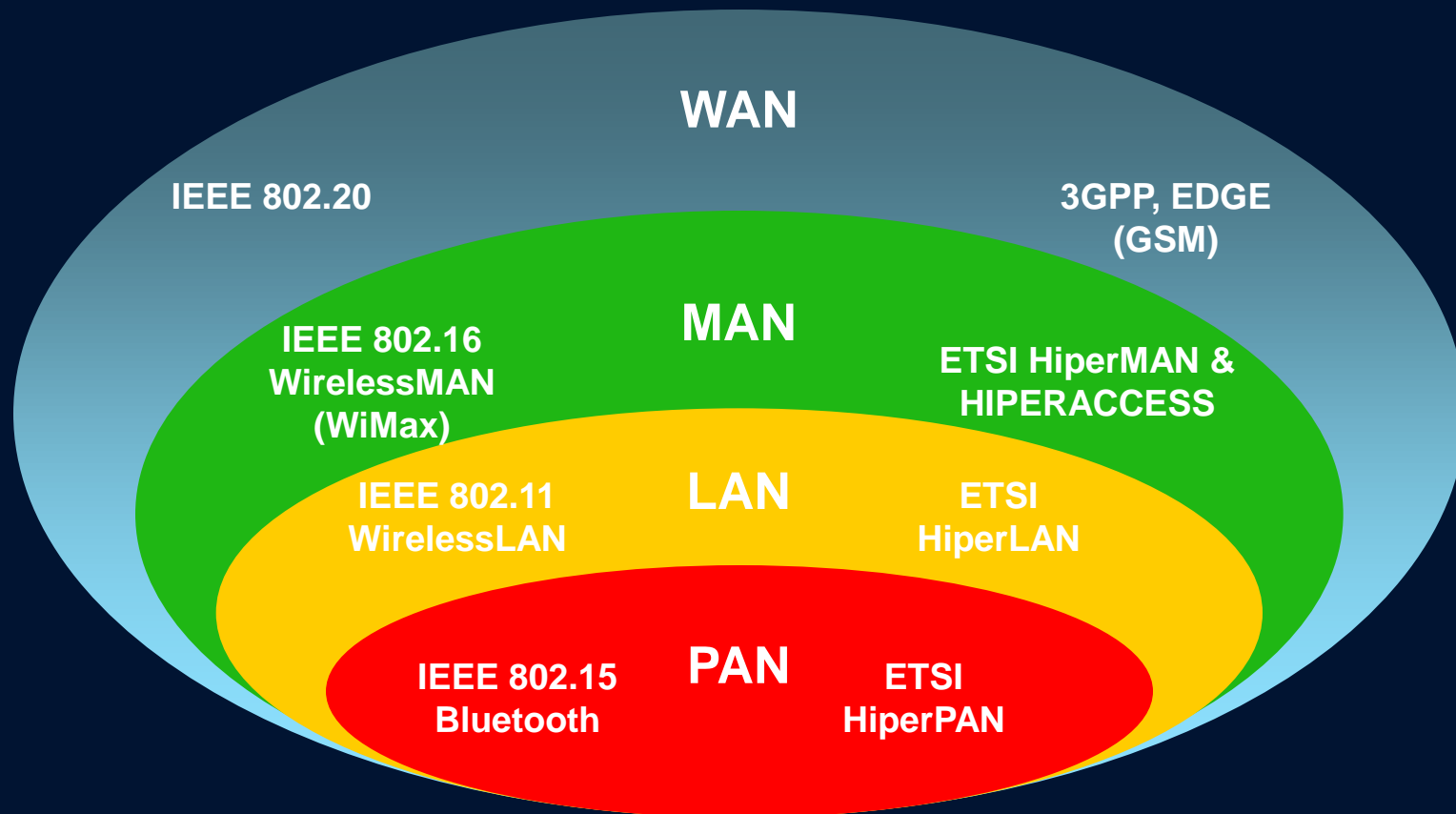
Conteúdo	Transporte	Acesso	Terminais
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compressão (MPEG, AVI, WMA, Voz)</li> <li>• Criptografia e Autenticação (PKI, SSL e IPSec)</li> <li>• Linguagens (XML, Java e Brew)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DWDM</li> <li>• SDH</li> <li>• ATM</li> <li>• Redes IP</li> <li>• Qualidade do Serviço (H.323, SIP, MPLS, IPv6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• xDSL</li> <li>• Cable Modem</li> <li>• Redes Móveis (2,5G e 3G)</li> <li>• Broadband Wireless Access                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Faixas Regulamentadas (WLL, MMDS, 3,5 e 10,5GHz e LMDS)</li> <li>- Faixas Livres (Ponto-Multiponto, Wi-Fi e WiMax)</li> </ul> </li> <li>• Satélite (banda Ku e Ka)</li> <li>• Powerline Communications</li> <li>• Fiber to the Home</li> <li>• TV Digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Processamento</li> <li>• Armazenamento</li> <li>• Interface</li> <li>• Portabilidade</li> <li>• Energia</li> <li>• Novos terminais (Smartphones, Tablets, PVRs, iTV, Vídeo-games, Eletrodomésticos, Set-top boxes)</li> </ul>

# Evolução das redes móveis



⊗ Ruptura tecnologia

# O avanço tecnológico e novas possibilidades de redes de serviço móvel

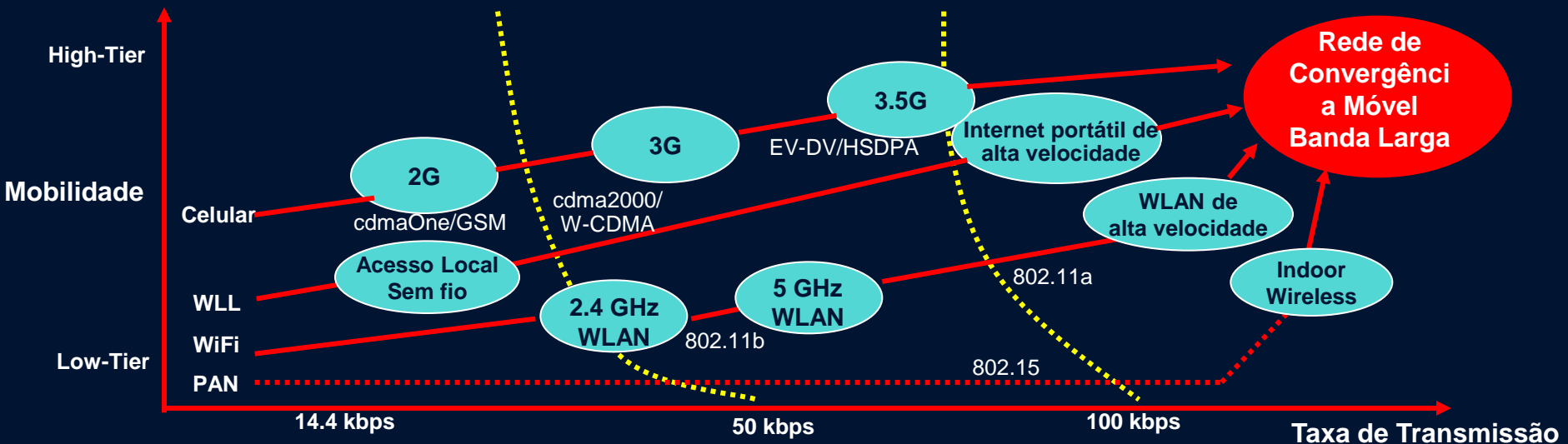


Fonte: WiMax Forum



# Evolução dos serviços wireless

Geração	Antes de 2001	2002	2003	2004	2005 – 2009	2010-futuro
	<b>Móvel 2G</b>	<b>Móvel 3G</b>			<b>Móvel 4G</b>	
Relacionamento	Pessoa-a-Pessoa	Pessoa-a-Máquina			Máquina-a-Máquina	
Serviço	SMS	Internet móvel/LBS/Vídeocone		Internet de alta velocidade/Telemática	Serviço móvel 4G/Serviço onipresente	
Características	Orientado à Tecnologia (Digital)	Orientado a Serviço (Multimídia, Roaming Global)			Orientado à customização (Convergência)	



Fonte: ETRI (Electronics and Telecommunications Research Institute), Coreia

# Novos serviços estão sendo viabilizados como, por exemplo, o IPTV

- IPTV pode ser definido como o serviço de televisão de qualidade comparável aos demais serviços de televisão digital (cabo, satélite, e DTT), provido através de redes IP para o aparelho de televisão dos consumidores
- Pela natureza interativa das redes IP, várias aplicações podem ser lançadas dentro do conceito de IPTV
  - *Broadcast TV*
  - *Video on Demand* (difundido pelos operadores de cabo nos EUA, mas incipiente na Europa)
  - *Network Personal Video Recorder (PVR)*
  - Personalização da interatividade, facilitando o marketing direcionado
  - *TV centric telephony* (e.g. integrado com videoconferência)

# Implicações para a estrutura do setor de telecomunicações

### Estímulo à competição

- Disponibilidade de serviços semelhantes em diversas plataformas estimulando a competição (ex: voz no serviço fixo, móvel, VoIP em banda larga)

### Estímulo à consolidação

- Tendência de verticalização de grande grupos de telecomunicações e mídia (ex: AOL e Time Warner e tentativa de aquisição da Disney pela Comcast)

### Estímulo à fragmentação

- Em alguns nichos específicos, pode haver fragmentação do setor com pequenas empresas oferecendo serviços específicos (ex: conteúdo e aplicações para plataformas móveis)

### Possibilidade de rupturas tecnológicas

- As tecnologias que viabilizam a convergência têm o potencial de criar rupturas tecnológicas que podem mudar a configuração do setor (ex: VoIP modificando o mercado de telefonia de longa distância)

**+ Impulso a novas abordagens regulatórias em prazos mais curtos**

## As empresas do setor de telecomunicações estão revendo seus modelos de negócio

- A convergência traz oportunidades de geração de novas receitas
  - Operadoras de telefonia fixa podem, por exemplo, começar a transmitir programação de TV
- Por outro lado, também há ameaça de novos concorrentes
  - Seguindo o mesmo exemplo, operadoras de telefonia fixa podem ser ameaçadas por empresas que prestam serviço de voz sobre IP
- As oportunidades e ameaças trazidas pela convergência podem ser potencializadas pela ação regulatória, como por exemplo:
  - Regulamentação de *unbundling*
  - Legislação anti-truste
  - Unificação de licenças

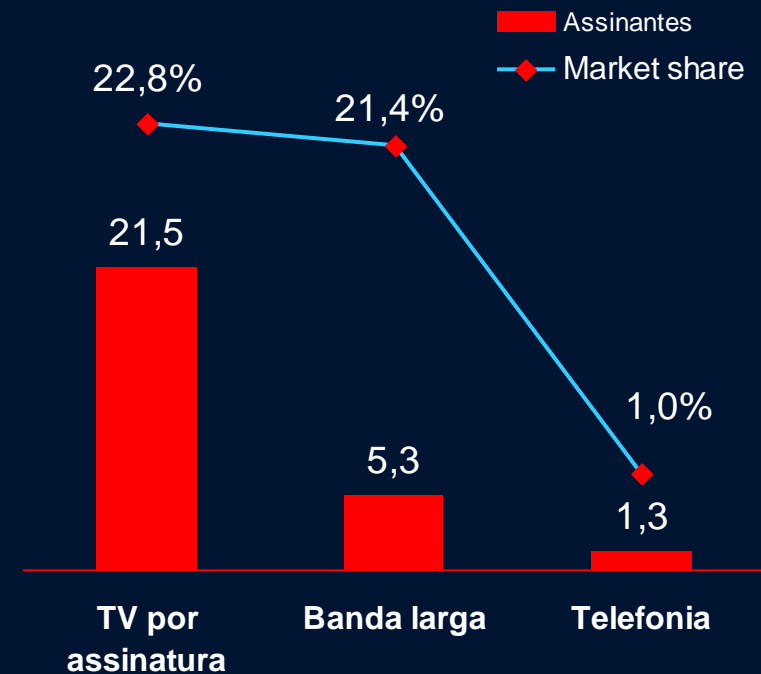
**Nos slides seguintes apresentaremos estudos de caso de empresas com a análise de como seus modelos de negócios foram afetados pela convergência**

## A Comcast atua no mercado de cabo com estratégia de *triple-play* e expande-se para o setor de mídia e conteúdo

### Considerações importantes

- Como resultado de uma sucessão de aquisições a Comcast tornou-se líder em TV por assinatura e banda larga nos EUA
- Seguindo a tendência do mercado americano, a empresa adota a estratégia *triple-play* oferecendo também serviço de telefonia
- A empresa expande-se na área de conteúdo
  - Possui canais próprios (ex: Comcast SportsNet, E! Entertainment)
  - Recentemente tentou adquirir a Walt Disney Co.

### Assinantes da Comcast (milhões)



# A intenção de aquisição da Disney revela uma estratégia de integração da cadeia de valor

## Vantagens da aquisição da Disney

- Integração
  - A Comcast tornar-se-ia a maior companhia de mídia do mundo e estaria melhor posicionada para competir com outros gigantes de mídia (ex: Time Warner, NewsCorp)
- Continuidade do crescimento
  - Não é mais possível crescer no mercado de TV por assinatura sem sofrer ação regulatória de concentração econômica
- Inovações em conteúdo para a Internet
  - Possivelmente alavancando o software da Microsoft <sup>(1)</sup>

## O que a Disney traria à Comcast<sup>(2)</sup>

- Rede de TV ABC
- Canais de TV por assinatura: ESPN, Toon Disney, SoapNet
- Produção e Distribuição: Buena Vista, Touchstone
- 60 estações de rádio
- Websites: ABCNews.com, Oscar.com, Disney.com, NBA.com
- Música: Hollywood Records, Mammoth Records, Walt Disney Records
- Outros: Parques temáticos, revistas, editoras de livros, produções teatrais

**Nota:** (1) A Microsoft possui 7% de participação acionária na Comcast (2) A lista de ativos não é exaustiva

## Uma possível aquisição da Disney é motivo de preocupação para a FCC e para a sociedade americana

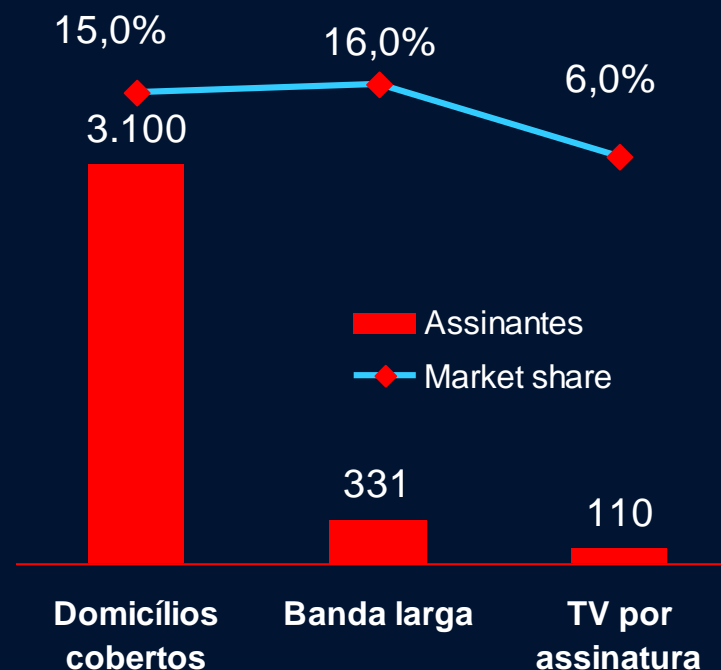
- Historicamente, a FCC não permitia que empresas possuíssem rede de cabo e radiodifusão na mesma região, mas essa regra foi derrubada em 2002
- Porém, a FCC seria rigorosa ao examinar a fusão Comcast-Disney
  - “...a merger of that magnitude will unquestionably go through the finest filter at the commission, I can assure you, as possible.” (Michael Powell, chairman do FCC)
- Além da FCC, grupos de defesa do direitos dos consumidores, políticos e jornalistas expressam sua preocupação quanto aos seguintes aspectos
  - Diversidade da informação
  - Preservação da produção de conteúdo e notícias locais
  - Independência editorial
  - Favorecimento do conteúdo dos *sites* do grupo em detrimento de outros *sites* da Internet para os assinantes de banda larga da Comcast

## A Fastweb adota com sucesso no mercado italiano a estratégia de *triple-play*

### Considerações importantes

- A eBiscom/Fastweb é uma pioneira em serviços convergentes, investindo pesadamente em infra estrutura de fibra desde 1999
  - 60% dos seus clientes são servidos por FTTH (10Mbps)
  - 40% são servidos por ADSL utilizando a de rede da Telecom Italia (2 a 6 Mbps)
- A empresa foca suas ofertas para os segmentos de maior renda

### Assinantes da Fastweb (milhares)





## A partir do acesso por banda larga, Fastweb possui uma oferta de serviços diversificada e diferenciada

### Telefonia

- Telefonia (com tecnologia VoIP) com funcionalidade para videoconferência, por €11 adicionais por mês

### TV

- O pacote básico custa €10 por mês, que inclui o *set top box*, os canais da TV aberta, e a funcionalidade PVR
  - Não há os pacotes tradicionais da TV por assinatura, paga-se somente pelos canais que deseja assistir
- Os canais são os mesmos veiculados pela Sky Italia

### Network PVR

- *Network personal video recorder* (uma vantagem sobre o concorrente via satélite é que a função PVR é inerente à rede)

### VOD

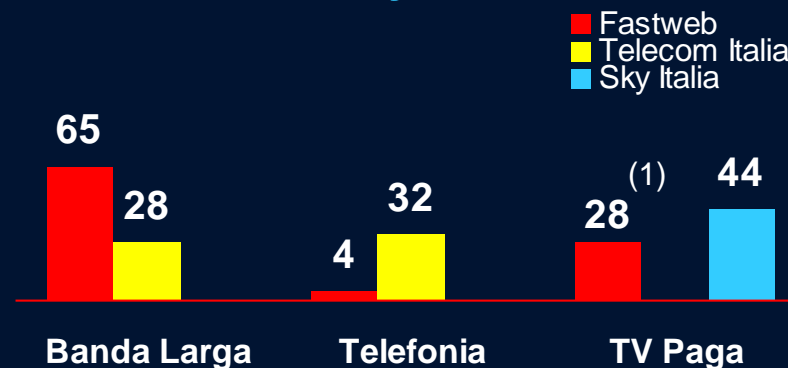
- Acesso a filmes de grandes estúdios

## A estratégia de *triple-play* com serviços diferenciados resulta em alto ARPU e retenção de clientes

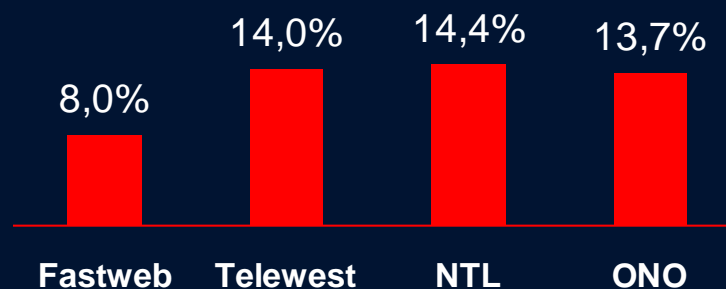
### Considerações importantes

- O ARPU total da FastWeb é de €74,5
  - 93% do ARPU refere-se a banda larga e telefonia
- Isoladamente os ARPUs de serviços de telefonia e TV paga da Fastweb são menores que dos concorrentes, mas o ARPU total é superior
- *Video-on-Demand* representa 39% do ARPU de TV paga
- O *churn* da FastWeb é baixo se comparado a outras operadoras europeias que praticam *triple-play*

### ARPU por serviço (€/mês)



### Churn anualizado (%)



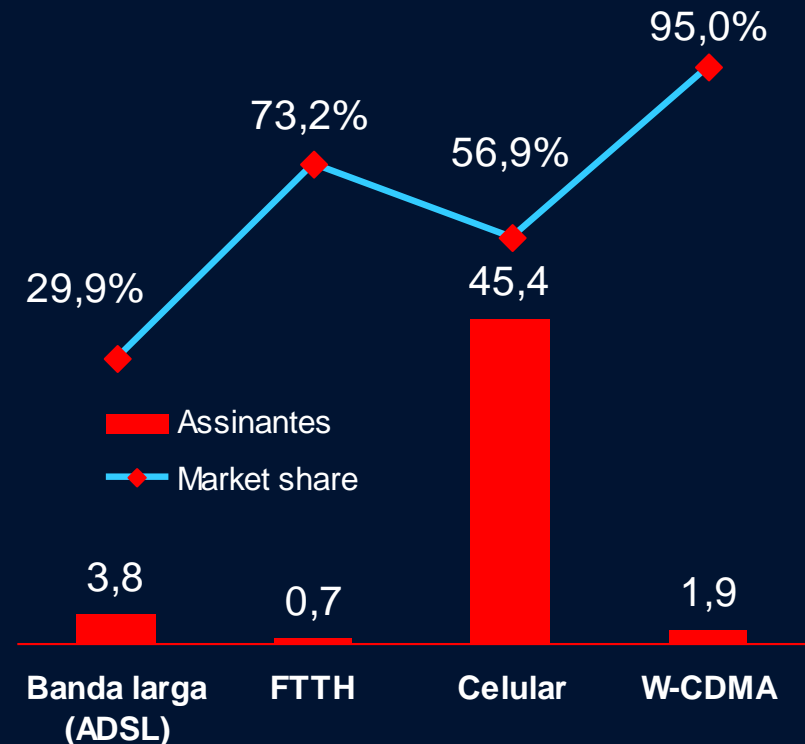
Nota: (1) 33% dos clientes da FastWeb optam pelo serviço de TV paga

# A NTT concentra sua estratégia na construção de redes de acesso de banda larga de alta velocidade

## Considerações importantes

- No mercado de banda larga a NTT sofre competição de provedores como o Yahoo!BB, que utiliza a rede da NTT
- No mercado móvel, a NTT DoCoMo também tem fortes concorrentes como KDDI e J-Phone
- A reação da NTT é o lançamento de serviços de alta velocidade
  - FTTH (Fiber-To-The-Home)
  - W-CDMA (Celular 3G)

## Assinantes da NTT (milhões)

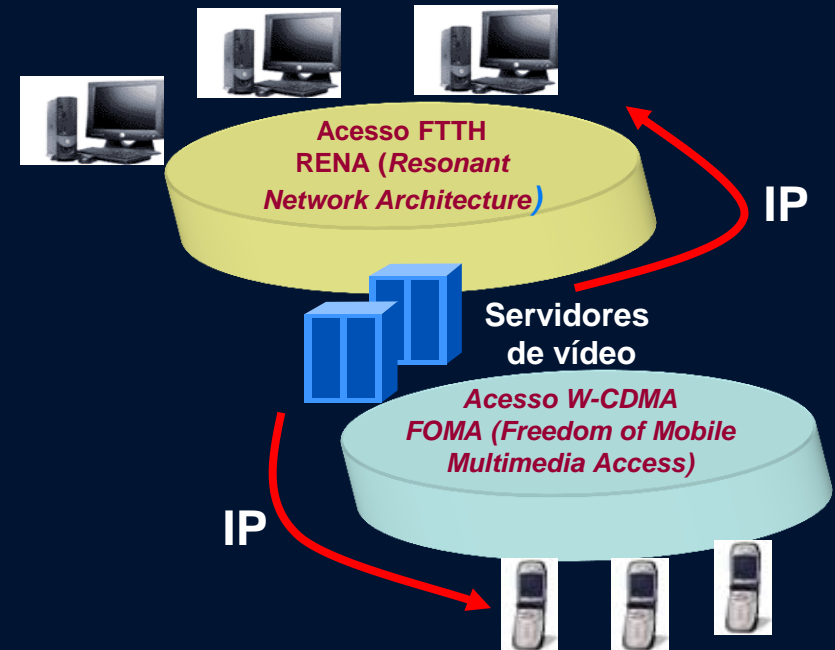


# A NTT prefere focar no transporte de informações, tratando o conteúdo apenas em estratégia de parceria

## Considerações importantes

- A NTT trabalha com o conceito de “rede aberta”, disponibilizando acesso à qualquer provedor de conteúdo
- Entretanto, a NTT forma parcerias com provedores de conteúdo de forma a diferenciar seu serviço de banda larga
  - Disney BB – acesso gratuito a assinantes da NTT de banda larga
  - Sky PerfectTV!<sup>(1)</sup> – NTT DoCoMo está testando o acesso a canais de TV paga e *download* de vídeo pelo serviço FOMA

## Transmissão de vídeo em tempo real nas redes de alta velocidade da NTT(2)



**Nota:** (1) A Sky Perfect é o maior provedor de TV paga do Japão com 266 canais e 3,6 milhões de assinantes

**Fonte:** (2) NTT Annual Report 2003

# A Telmex reformulou sua estratégia tornando-se uma empresa centrada em dados

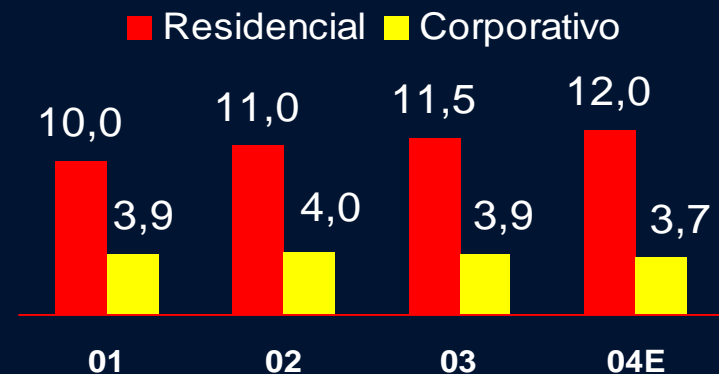
## Considerações importantes

- Apesar das linhas residenciais aumentarem anualmente, as receitas totais da Telmex vem caindo
  - clientes corporativos estão migrando para soluções convergentes de voz e dados sobre IP
- A Telmex tomou 2 decisões
  - Sacrificar as receitas de telefonia corporativa fazendo ela mesma a migração para rede convergente
  - Utilizar a capacidade ociosa na telefonia servindo o segmento residencial de baixa renda

## Receitas Líquidas (US\$ milhões)



## Linhas ativas (milhões)



## Nos segmentos residenciais, a Telmex tem como objetivo facilitar o caminho migratório dos clientes

Segmento	Foco Atual	Método	Objetivo Futuro
<b>High-End</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banda Larga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ADSL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conteúdo</li> <li>• Video-on-Demand</li> <li>• E-Commerce</li> <li>• TV Interativa</li> </ul>
<b>Medium-End</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banda Estreita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamento de Computadores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banda Larga</li> </ul>
<b>Low-End</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telefonia (voz)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correio de voz</li> <li>• Serviço pré-pago</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento do tráfego</li> </ul>

## A Telefonica também está lançando seu serviço de IPTV sobre ADSL na Espanha

- A Telefonica domina 56% do mercado de banda larga na Espanha
- Recentemente lançou o serviço Imagenio em Madrid e Barcelona contendo
  - 22 canais de TV e 15 de áudio
  - Serviço de *Video-on-Demand*
  - Possibilidade de navegação na Internet pelo televisor

## **3** Convergência Regulatória



# Redes multiserviços quebrando paradigmas regulatórios

Conteúdo

Todo tipo de conteúdo multimídia – Voz, Vídeo, Áudio e Dados

Rede de Acesso

Diversas redes com capacidade para a transmissão bidirecional em banda larga: xDSL, Cabo digital, Fibra Ótica, Satélite, WLL, 3G

Terminal

TV

PC

PDA

Telefone Celular

Eletrodo - mésticos

Console Video-game

**Usuário, utilizando uma série de dispositivos interconectados e intercambiáveis**

## Desafios dos reguladores no contexto da convergência

### Regulação do Acesso

- Promover o acesso abrangente aos conteúdos, essencial para a formação da identidade cultural, através de múltiplas plataformas
- Incentivar novos investimentos em redes e serviços
- Evitar a dominância de mercado

### Regulação do Conteúdo

- Priorizar a ação regulatória em um ambiente de multiplicação das fontes de conteúdo e fragmentação da audiência
- Tratar adequadamente temas como a veracidade, decência, e proteção das crianças
- Favorecer o estabelecimento da auto-regulação, mas agir de forma decisiva e rápida no caso de desvios (“*light touch*”)

### Incentivo ao Conteúdo Local

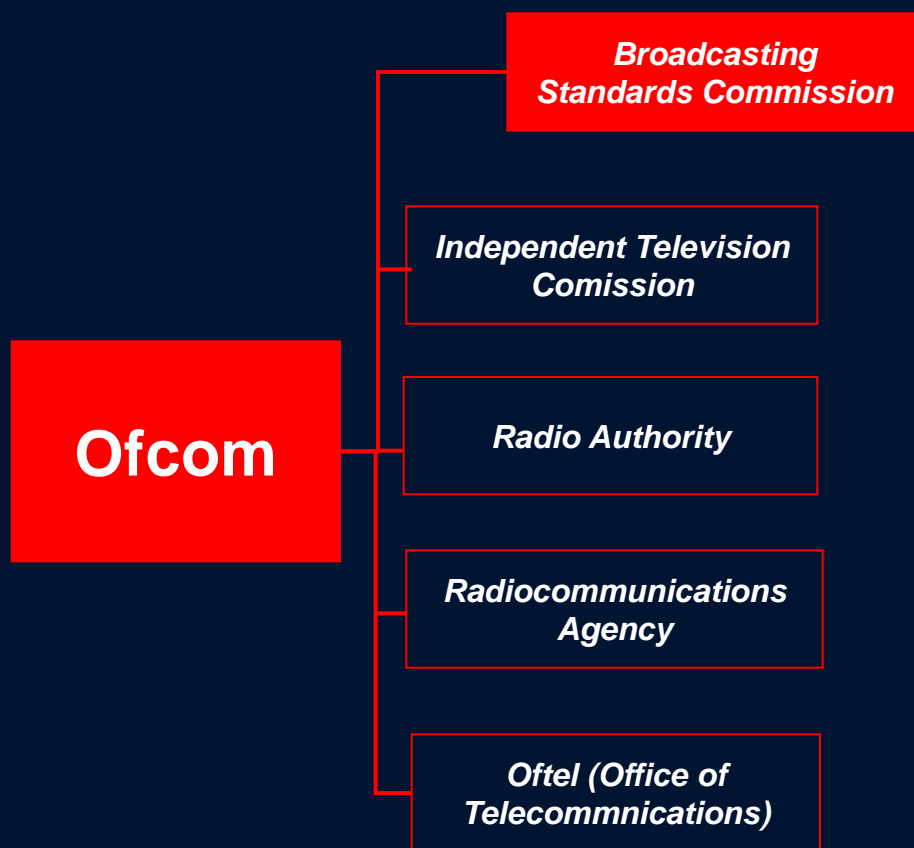
- Em todo o mundo, apenas os Estados Unidos têm uma indústria de geração de conteúdo forte o suficiente para dispensar preocupações por parte do regulador – mesmo na Europa a preservação das fontes de conteúdo local é uma questão relevante

## Estes desafios trazem a expectativa de tratamento regulatório mais coerente entre as diferentes plataformas

- Na medida em que o público se torna capacitado a consumir o mesmo conteúdo através de diferentes formas de acesso cresce uma expectativa de tratamento regulatório mais coerente entre as diferentes plataformas
- Nesse contexto alguns países já iniciaram um processo de harmonização , como por exemplo a criação de uma autorização genérica na comunidade europeia ...
- ... e alguns países já dispõem de estruturas integradas para a regulação dos setores de telecom e mídia – a exemplo da Ofcom no Reino Unido

## 4 Estudo de caso - Ofcom

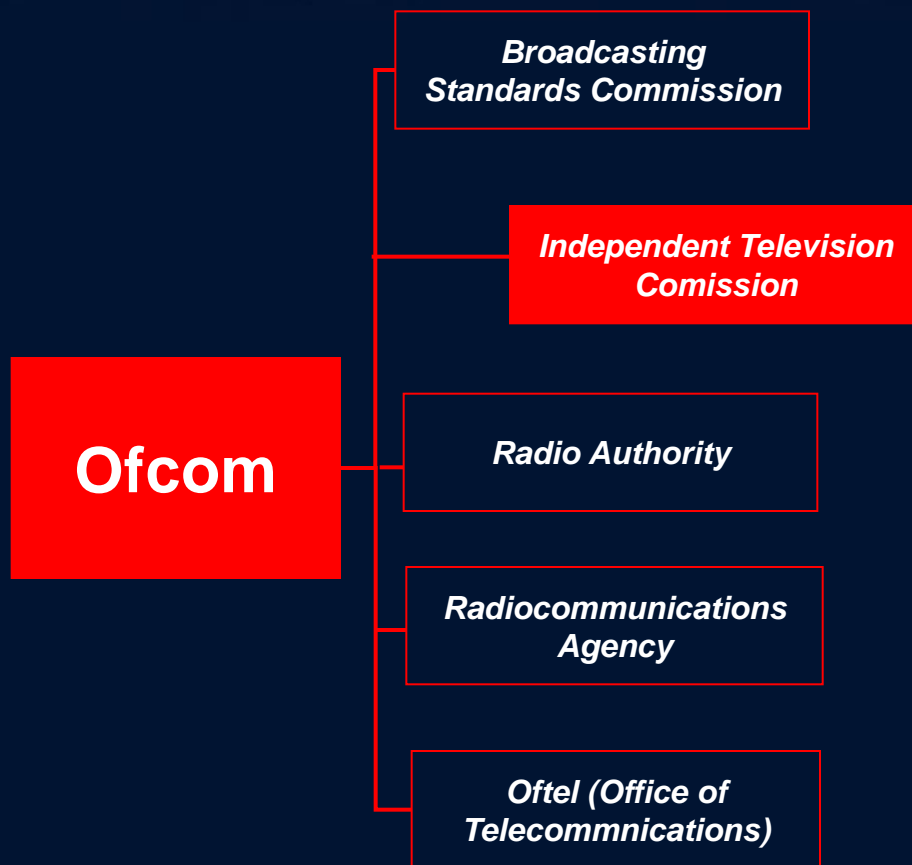
# A Ofcom consolidou cinco entidades no Reino Unido



## Atividades Antes da Criação da Ofcom

- Monitoramento do conteúdo da atividade de radiodifusão, incluindo rádio e televisão (aberta e por assinatura) tanto terrestre como via satélite, bem como via cabo
- Publicação dos códigos de conduta, assegurando a existência de padrões elevados e de um ambiente de justiça
- Tratamento das reclamações do público e das empresas
- Monitoração do estado da atividade de radiodifusão no Reino Unido (temas incluem, por exemplo, a qualidade de programação infantil e a representatividade dos deficientes físicos nos programas)

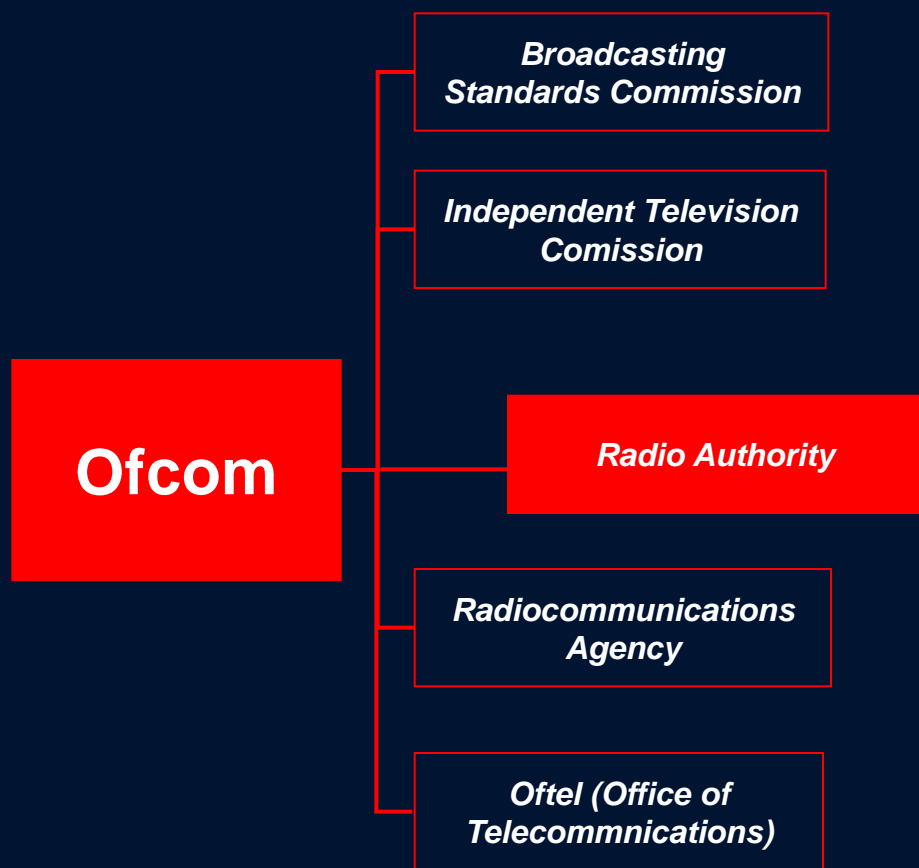
## A Ofcom consolidou cinco entidades no Reino Unido



### Atividades Antes da Criação da Ofcom

- Outorga de licenças e regulação dos canais de televisão comerciais no Reino Unido
- Tratamento de temas como as regras para comercialização de espaço publicitário (*television airtime sales rules*)
- Avaliação da atividade comercial no setor de televisão (por exemplo, estatísticas de audiência)
- Monitoração da qualidade técnica das transmissoras

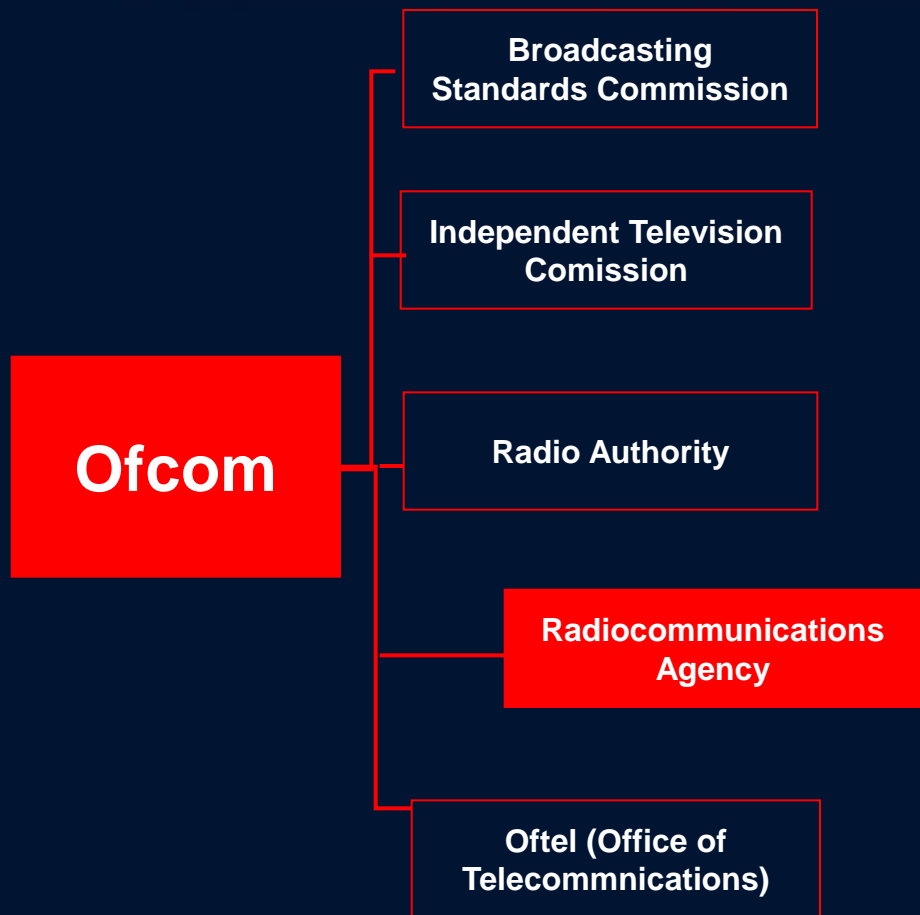
## A Ofcom consolidou cinco entidades no Reino Unido



### Atividades Antes da Criação da Ofcom

- Outorga de licenças e regulamentação das rádios comerciais no Reino Unido
- Planejamento e administração das faixas de frequência utilizadas pelas rádios
- Outorga licenças para rádios comerciais
- Regulamentação da programação e propaganda, bem como as questões técnicas e operacionais

## A Ofcom consolidou cinco entidades no Reino Unido

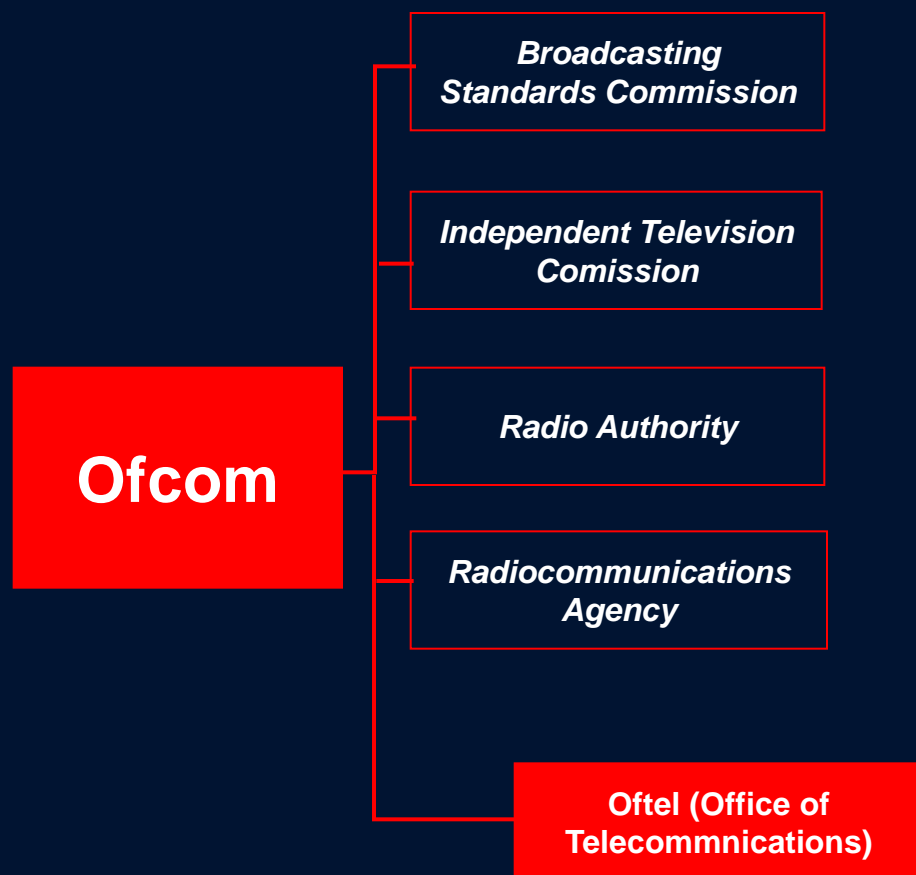


### Atividades Antes da Criação da Ofcom

- Administração do espectro eletromagnético não militar no Reino Unido
- Representação do Reino Unido internacionalmente nos assuntos relativos à utilização do espectro
- Realização e patrocínio de pesquisas sobre a otimização do uso do espectro
- Determinação de alocação das faixas de espectro para as diversas necessidades de radiodifusão e telecomunicações



## A Ofcom consolidou cinco entidades no Reino Unido



### Atividades Antes da Criação da Ofcom

- Agência regulatória do setor de telecomunicações no Reino Unido
- Administração das licenças das operadoras de telecomunicações
- Administração do uso de recursos de numeração
- Definição de obrigações de universalização
- Definição de medidas voltadas para a promoção da competição
- Monitoramento da qualidade dos serviços de telecomunicações

## Motivos para a criação da Ofcom

- A principal justificativa do Parlamento Inglês para a criação da Ofcom<sup>1</sup> foi a convergência tecnológica das redes de comunicação, que teria tornado anacrônica a existência de reguladores separados para as atividades de radiodifusão e telecomunicações
- Nesse contexto, a existência de um regulador único contribuiria para uma maior consistência na regulação do conteúdo e da forma como ele chega aos cidadãos através das várias redes de comunicação
- A criação da Ofcom foi definida pelo Parlamento como uma prioridade para a modernização da estrutura regulatória, otimizando os recursos públicos e garantindo a agilidade necessária para atingir os objetivos sociais
  - Assegurar que o Reino Unido tenha um mercado de telecomunicações e mídia vibrante e competitivo
  - Assegurar o acesso dos cidadãos a uma variedade de serviços da melhor qualidade
  - Assegurar que cidadãos sejam protegidos do abuso do poder econômico
  - Assegurar a existência de padrões mínimos de decência e privacidade

## Nova estrutura das autorizações



- Com a criação da Ofcom, o Reino Unido estará também migrando para um novo regime de autorizações, alinhado com as diretrizes da Comunidade Européia<sup>1</sup>, que visam fomentar o surgimento de serviços pan-europeus
- Estas diretrizes estabelecem que não deverão mais existir licenças específicas para serviços de telecomunicações, mas sim uma autorização genérica permitindo a prestação de qualquer serviço independente da tecnologia – inclusive o de HDTV via plataformas de cabo e telecom
- A necessidade de condições específicas se configura somente quando o operador desejar fazer uso de recursos escassos, como frequência e numeração, ou quando ele tiver poder de mercado significativo (*Significant Market Power*) em um mercado considerado relevante para a imposição de medidas de promoção da competição – hoje há na União Européia 18 mercados considerados relevantes para a regulação *ex-ante*<sup>2</sup>
- O novo regime elimina a fronteira entre os serviços de telecomunicações e os de veiculação de conteúdo

Notas: (1) EC Authorization Directive 2002/20; (2) EC Recommendation on Relevant Markets Feb 2003

## A Missão da Ofcom de acordo com o *Communications Act* de 2003

- Defender os interesses dos cidadãos no que se refere aos assuntos de telecomunicações
- Defender os interesses dos consumidores nos mercados considerados relevantes, quando apropriado através da promoção da competição

### Para cumprir esta missão a Ofcom deve ...

- Equilibrar a promoção da competição e do direito de escolha com o dever de fomentar a pluralidade, a cidadania baseada no acesso à informação, a proteção dos tele-espectadores, ouvintes e consumidores, e a promoção da diversidade cultural
- Proteger os interesses de consumidores e usuários enquanto a indústria de telecomunicações entra na era digital
- Apoiar os inovadores, criadores e investidores, para que prosperem em mercados caracterizados pela competição plena e justa entre todos os provedores
- Encorajar a evolução da mídia eletrônica e das redes de telecomunicações para o maior benefício de todos os que vivem no Reino Unido

## As Atribuições da Ofcom

- Assegurar a otimização do uso do espectro eletromagnético
- Assegurar que uma vasta gama de serviços de comunicação eletrônica esteja disponível em todo o país, incluindo serviços de comunicação de dados em alta velocidade
- Assegurar a existência de uma variedade de serviços de rádio e TV de alta qualidade e apelo para diversos segmentos do público
- Manter a pluralidade na radiodifusão
- Proteger adequadamente o público de conteúdos ofensivos
- Proteger adequadamente o público da invasão de privacidade

## Princípios norteando a ação da Ofcom

- A Ofcom irá regular de acordo com um plano da ação anual, articulado de forma clara e revisto publicamente, de acordo com objetivos declarados
- A Ofcom irá intervir somente quando os mercados não puderem alcançar sem intervenção um objetivo de política pública, e houver um dever estatutário específico neste sentido
- A Ofcom irá atuar preferencialmente sem intervenção nos mercados, mas com a disposição para intervir de forma firme, tempestiva, e eficaz quando necessário
- A Ofcom se esforçará para assegurar que suas intervenções sejam baseadas em evidências concretas, e que sejam proporcionais, consistentes, responsáveis e transparentes tanto no que se refere à deliberação quanto ao seu resultado
- A Ofcom irá sempre buscar os mecanismos menos intrusivos para alcançar seus objetivos regulatórios
- A Ofcom irá continuamente estudar os mercados e se manter atualizada com relação ao entendimento de novas tecnologias
- A Ofcom irá consultar publicamente todos os agentes relevantes para avaliar o impacto de suas medidas regulatórias, antes de impor estas medidas ao mercado

## Organização da Ofcom

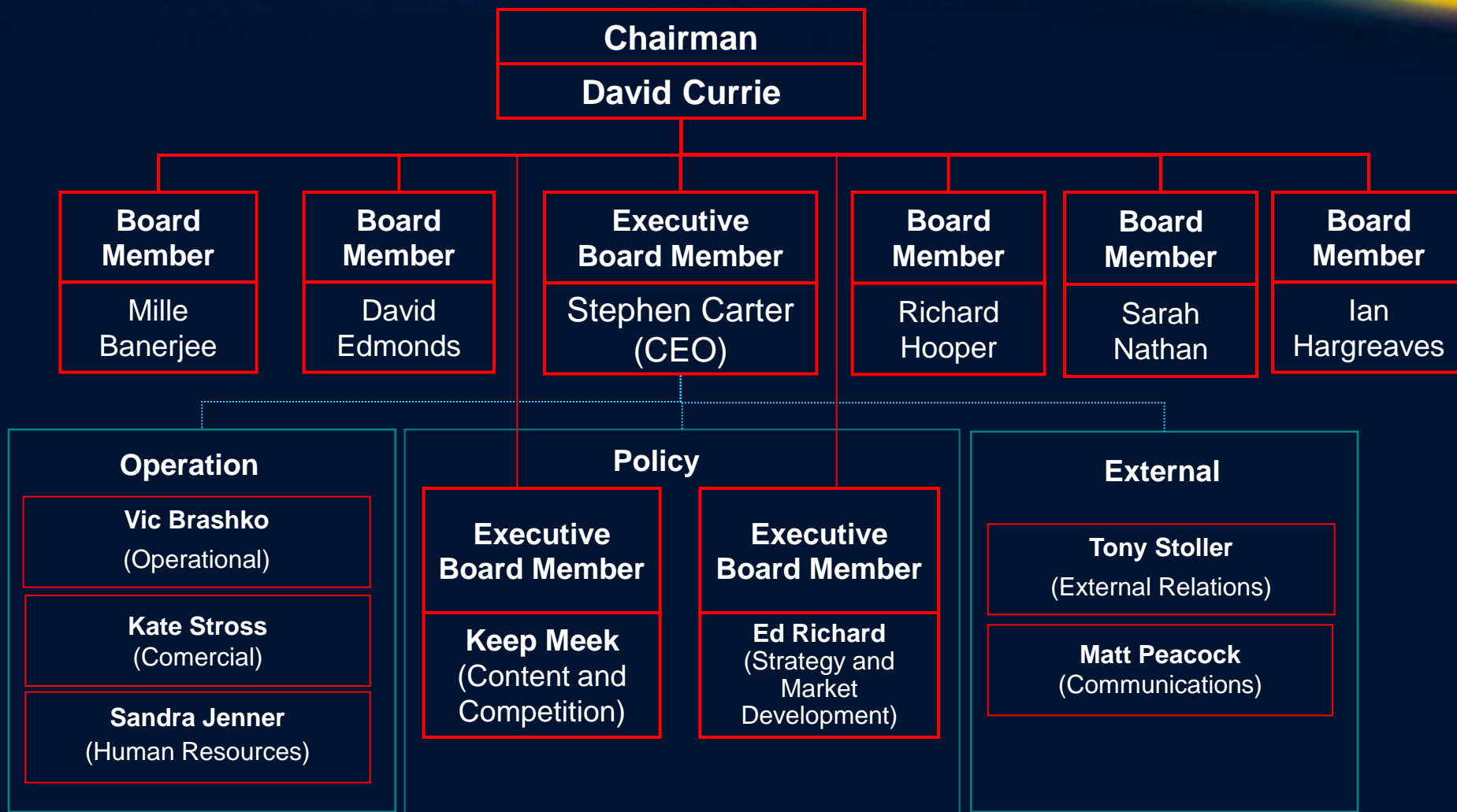
O Conselho da Ofcom é formado por 9 membros (*Board Members*):

- 6 membros não-executivos indicados pelo Secretário de Estado para a Indústria e Comércio<sup>1</sup> e pelo Secretário de Estado para Cultura, Mídia e Esportes<sup>2</sup> (inclusive o *chairman*)
- 3 membros executivos contratados pelo conselho não-executivo, sendo um deles o CEO (*chief executive officer*) e os outros dois subordinados ao CEO

Notas: (1) *Department of Trade and Industry*; (2) *Department of Culture, Media, and Sports*

Fonte: Ofcom 2004

# Organização da Ofcom



Source: Ofcom



## Independência da Ofcom

- Os seis conselheiros não-executivos da Ofcom são indicados pelos secretários de estado, e têm mandatos escalonados de forma a garantir a gradualidade das mudanças
- Estes conselheiros têm estabilidade durante seus mandatos, e somente podem ser substituídos antes do término de seus mandatos em casos extremos, como a comprovação de incapacidade, de conflito de interesses, ou de desvio de conduta
- Estes seis membros do conselho contratam um CEO (*chief executive officer*), e dois executivos subordinados a ele – Estes três executivos também integram o conselho, que totaliza nove membros

## Independência da Ofcom

### *Financiamento*

- A Ofcom se financiará com as receitas provenientes do setor regulado<sup>1</sup>, mas seu orçamento deve ser coordenado com o do governo

### *Instrumentos de controle*

- A Ofcom tem o dever de apresentar um relatório anual para os Secretários de Estado<sup>2</sup> – estes secretários têm, por sua vez, que apresentar os resultados ao parlamento
- Além disso as comissões setoriais do Parlamento (*Select Committees*) podem requerer que a Ofcom reporte diretamente sobre decisões específicas
- Com respeito à atividade financeira, a Ofcom está sujeita à auditoria do *National Audit Committee*

Notas: (1) Autorizações para uso de espectro, multas, etc. (2) *Department of Trade and Industry*; *Department of Culture, Media, and Sports*

Fonte: Ofcom 2004

# Riscos e desafios na implementação da Ofcom (1/3)

## Riscos em relação aos processos

- Acreditamos que um dos maiores desafios da Ofcom seja na criação de uma nova cultura, através da qual centenas de funcionários, provenientes dos antigos reguladores e de outras origens, possam estabelecer relacionamentos de trabalho produtivos.
- Existe um risco de que os princípios enunciados pelo Conselho não sejam praticados no ambiente operacional.
- A estrutura complexa da Ofcom, que compreende vários comitês executivos, poderia adiar a tomada de decisões; o desejo de considerar todos os pontos de vista de forma conjunta poderia atrasar os processos ainda mais.
- Além disso, existe o perigo de que algumas decisões e ações sejam tomadas sem o pleno entendimento do nível de investigação necessário e dos procedimentos de aprovação adequados necessários, como acontece com toda organização que se inicia e que tem que estabelecer rapidamente os seus procedimentos internos.

## Riscos e desafios na implementação da Ofcom (2/3)

### Riscos em relação aos resultados

- Na televisão, a Ofcom deverá andar em uma corda bamba evitando:
  - de um lado, uma fixação dogmática ao regime regulatório existente;
  - e de outro lado um alívio das obrigações do *Public Service Broadcasting* e/ou distribuição eqüitativa ou insustentável dessas obrigações entre os *Public Service Broadcasters*
- Nas telecomunicações fixas, a Ofcom necessita andar em outra corda bamba, evitando:
  - de um lado, sufocar investimentos dos provedores de serviço e de infraestrutura, incluindo a BT;
  - e de outro lado, sufocar a competição, tratando inadequadamente as questões relativas ao poder de mercado

## Riscos e desafios na implementação da Ofcom (3/3)

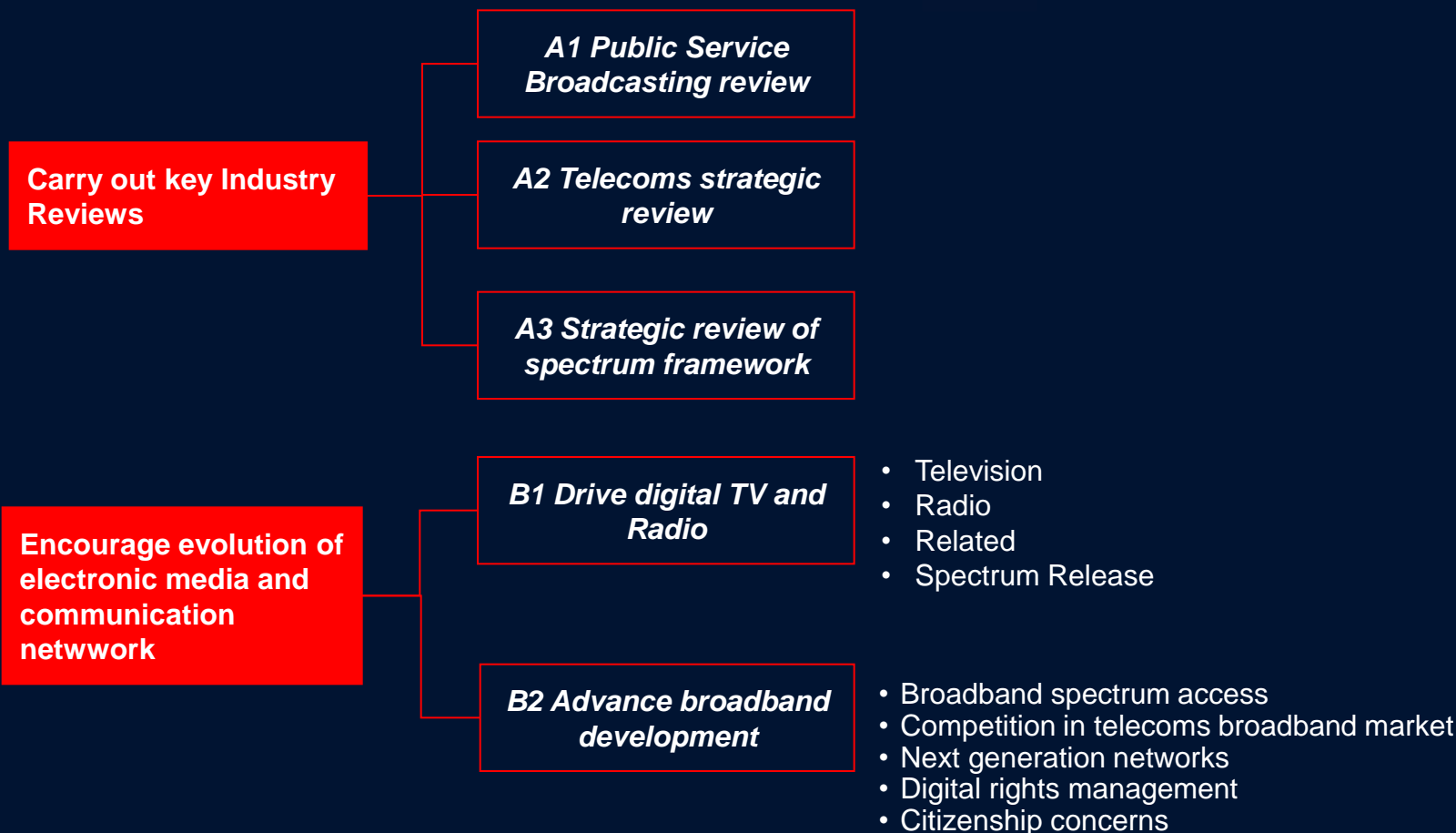
### Riscos em relação aos resultados

- Nas telecomunicações móveis, a Ofcom deverá balancear suas atitudes ajudando a indústria a evitar um fracasso nos seus negócios como resultado dos preços excessivos pagos pelas licenças de 3G, e ao mesmo tempo evitando um excesso de regulamentação
- No “spectrum trading”, o risco principal seria a Ofcom concentrar um grande esforço nessa atividade para obter um resultado de menor importância, i.e., um volume real de negociações muito pequeno.
- No rádio, o perigo principal seria alterar o regime de licenciamento, em um momento em que a entrega digital de serviços de rádio para múltiplos terminais pode significar que uma mudança muito mais fundamental seja necessária – por exemplo, a Ofcom deverá estar consciente do impacto de qualquer mudança na diversidade para escolha do ouvinte e na disponibilidade de conteúdo local, durante um período de consolidação potencial da indústria

# Resumo do planejamento anual da Ofcom – 2004/2005

## Objetivo

## Tarefa



# Resumo do planejamento anual da Ofcom – 2004/2005

## Objetivo

Supporte the need for innovators, creators and investors to flourish via promoting competition

## Tarefa

**C1 Promote Competition**

**C2 Conduct investigations**

**C3 Enable value added use of spectrum**

**D1 Develop new broadcasting licensing regime to support new regulatory framework and broaden choice**

**D2 Implement changes to broadcasting content regulation to deliver additional citizen-consumer benefits**

**D3 Develop, implment and extend co-regulation of:**

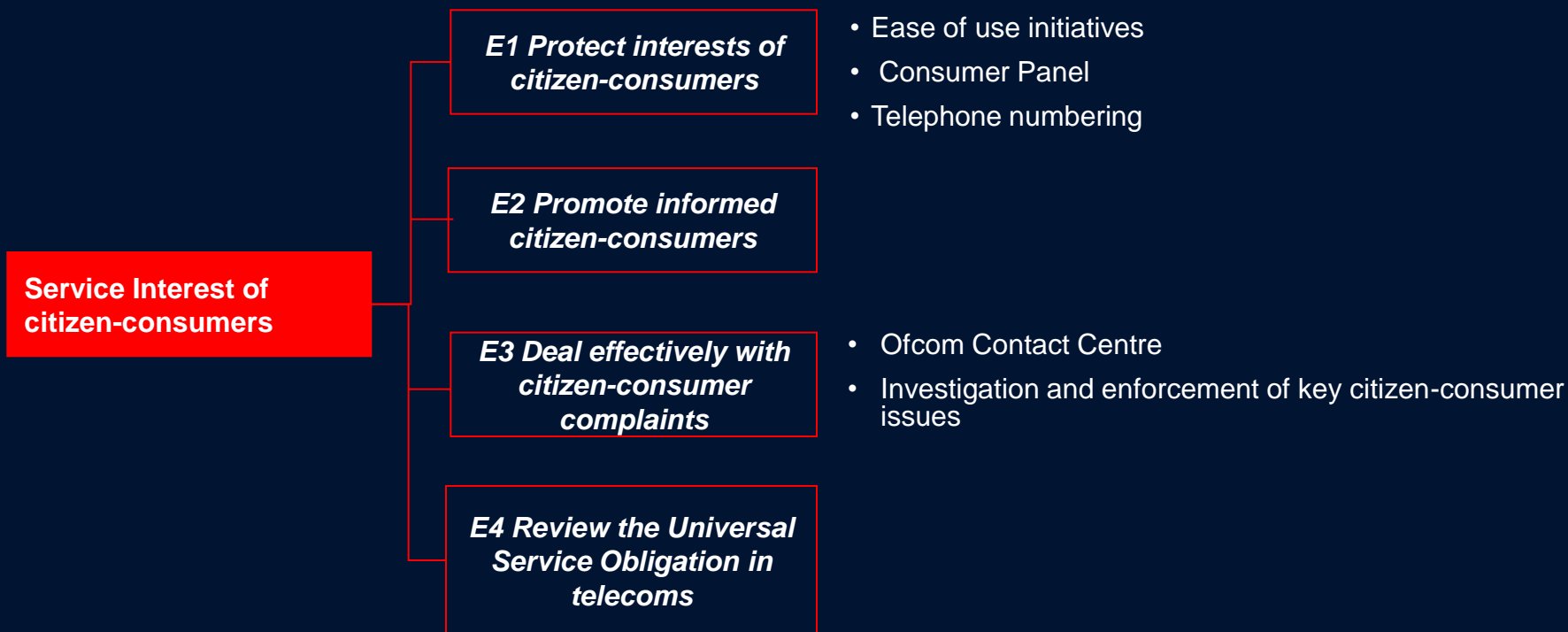
- Individual market reviews
- Wholesale line rental
- Network charge control
- Competition case investigations
- Breaches of ex ante conditions and disputes
- Implementing spectrum trading
- Spectrum clearance
- Spectrum pricing
- International framework
- Improving quality
- Increasing access
- Broadcast advertising
- Premium rate service

Fonte: Ofcom 2004

# Resumo do planejamento anual da Ofcom – 2004/2005

## Objetivo

## Tarefa





# Resumo do planejamento anual da Ofcom – 2004/2005

## Objetivo

**Overall framework and processes of regulation**

## Tarefa

*F1 Provide best-in-class research and market intelligence (evidence based)*

*F2 Establish effective network for external relations: regional, national and international*

*F3 Deliver strategic planning, framework for policy development and independent reviews*

*F4 Improve efficiency of Ofcom's services to stakeholders*

*F5 Provide effective internal support processes: Human Resources, Commercial*

## Informações para contato

### Spectrum Latino América

SCS Edifício Camargo Corrêa 3° andar  
70309-900 Brasília, DF  
Brasil

Telefone: +55 61 321 9020

Fax : +55 61 321 5677

[www.spectrumstrategy.com](http://www.spectrumstrategy.com)

[santelli@spectrumla.com.br](mailto:santelli@spectrumla.com.br)

Para mais informações sobre a experiência da Spectrum no mundo:

#### Asia

*T* +65 6820 3388  
*F* +65 6820 3389  
*E* [justin.jameson@spectrumstrategy.com](mailto:justin.jameson@spectrumstrategy.com)  
[yang-soon.lee@spectrumstrategy.com](mailto:yang-soon.lee@spectrumstrategy.com)

#### Europe

*T* +44 (0)20 7630 1400  
*F* +44 (0)20 7630 7011  
*E* [janice.hughes@spectrumstrategy.com](mailto:janice.hughes@spectrumstrategy.com)

#### Latin America

*T* +55 (61) 321 9020  
*F* +55 (61) 321 5677  
*E* [santelli@spectrumstrategy.com](mailto:santelli@spectrumstrategy.com)