

RELATÓRIO DE MONITORAMENTO DA COMPETIÇÃO

4º TRIMESTRE 2023

Sumário

APRESENTAÇÃO	2
ANÁLISE DOS INDICADORES ESTRATÉGICOS RELACIONADOS À COMPETIÇÃO	3
1. HHI – TELEFONIA MÓVEL	4
1.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DA META ESTRATÉGICA.....	4
1.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS	5
1.3. OUTRAS PERSPECTIVAS	10
2. HHI – BANDA LARGA FIXA	11
2.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DA META ESTRATÉGICA.....	11
2.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS	12
2.3. OUTRAS PERSPECTIVAS	14
OUTROS ASPECTOS CONCORRENCIAIS	15
3. HHI - SEAC	15
3.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO ÍNDICE	16
3.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS	16
4. HHI - STFC.....	18
4.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO ÍNDICE	18
4.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS	18
4.3. OUTRAS PERSPECTIVAS	20
5. PERSPECTIVA COMPARADA.....	21
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	23

APRESENTAÇÃO

O presente relatório se insere nas atribuições da Superintendência de Competição - SCP, em especial, a realização de análise do ambiente competitivo do setor de telecomunicações, competência específica de sua Gerência de Acompanhamento Societário e da Ordem Econômica -CPOE, conforme determinam os art. 214 e 215; I do Regimento Interno da Anatel, aprovado pela Resolução nº 612, de 29 de abril de 2013.

Como objetivo específico, o relatório se propõe a analisar a evolução do *Índice Herfindahl-Hirschman (HHI)*, utilizado como Indicador Estratégico¹ pela Agência através da aferição do HHI – Telefonia Móvel e do HHI – Banda Larga Fixa. A primeira seção, portanto, é dedicada à análise mais detalhada de ambos, estabelecidos pela Anatel como metas estratégicas para o período de 2023 a 2027, acompanhadas trimestralmente pela Agência, referentes a mercados de varejo centrais à conectividade do país, destacando a evolução geográfica e temporal destes.

Adicionalmente são trazidas também análises relacionadas ao Serviço de Acesso Condicionado (SeAC) e ao Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC). Embora sejam serviços cujas bases de clientes tenha observado redução nos últimos anos, sua importância permanece.

O relatório dedica espaço também à divulgação de outros aspectos relacionados a competição que serão apresentados, oportunamente, em seções próprias, relativa à dinâmica dos Grupos Econômicos de Telecomunicações, destacando aspectos referentes a eventuais mudanças em curso ou concluídas no período em avaliação.

Em suas considerações finais, é realizada uma breve análise crítica dos dados e informações levantados ao longo do relatório e temas correlatos noticiados no período.

¹ Planejamento Estratégico da Anatel: <https://www.gov.br/anatel/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/planejamento-estrategico>

ANÁLISE DOS INDICADORES ESTRATÉGICOS RELACIONADOS À COMPETIÇÃO

Embora o relatório faça referência ao quarto trimestre de 2023 (4T23), como são utilizados os dados de acesso coletados pela Anatel, conforme divulgado em seu site na Internet, no momento de elaboração deste relatório os dados disponíveis são aqueles relativos a **novembro de 2023**. Portanto, a não ser que seja dito o contrário, quando referenciado 4T23, os dados de acessos dizem respeito ao mês de novembro de 2023.

O Plano Estratégico da Anatel para o período de 2023 a 2027 contém os fundamentos da atuação regulatória da Agência e está alinhado aos principais instrumentos de planejamento governamental, como o Plano Plurianual (PPA), as políticas públicas para o setor de telecomunicações e a Estratégia Federal de Desenvolvimento para o Brasil (EFD).

Dentre um amplo conjunto de objetivos estratégicos, metas e iniciativas estabelecidos no Plano Estratégico da Anatel, existem quatro objetivos de resultado para os próximos anos², que contemplam os objetivos finais da Agência, e cujo acompanhamento é realizado por meio de indicadores e respectivas metas a serem alcançadas ao final de 2027.

Como medida de promoção da competição no mercado de telecomunicações a Anatel estabeleceu como objetivo “*Estimular mercados dinâmicos e sustentáveis de serviços de comunicação e conectividade*”, cujo monitoramento é realizado por meio de dois indicadores:

- (1) Índice *Herfindahl-Hirschman* (HHI – Banda Larga Fixa), e
- (2) Índice *Herfindahl-Hirschman* (HHI - Telefonia Móvel).

O Índice *Herfindahl-Hirschman* ou simplesmente HHI é uma medida de grau de concentração³ e seu cálculo é expresso pela seguinte fórmula:

$$HHI = \sum_{i=1}^n \text{participação de mercado}_i^2$$

Onde:

i: refere-se a cada empresa do mercado avaliado.

n: refere-se ao total de empresas no mercado avaliado.

Em breve síntese, o índice HHI tem variação entre “1/n” e “1”, onde o valor mínimo de “1/n” pode chegar a **zero (0)**, em caso de **concorrência perfeita**, com uma enorme quantidade de empresas participantes no mercado. O **valor máximo** apresentado pelo índice, por sua vez, é associado à uma **situação monopolística**. Nesse cenário uma “firma” ou prestadora, no caso concreto em estudo, retém toda participação do mercado, indicando o limite superior do índice HHI, o valor de “1”.⁴ (BOFF; RESENDE, 2002)

² 1) Promover a conectividade de serviços de comunicação com qualidade para todos; 2) Estimular mercados dinâmicos e sustentáveis de serviços de comunicação e conectividade; 3) Fomentar a transformação digital junto à sociedade em condições de equilíbrio de mercado; e 4) Garantir atuação de excelência com foco nos resultados para a sociedade.

³ Conceitualmente o HHI é uma medida que varia entre [0-1], sendo que, quando menor mais desconcentrado é o mercado analisado, enquanto quando ele assume o valor de 1, significa apenas um agente nesse mercado.

⁴ BOFF, Hugo; RESENDE, Marcelo. Concentração industrial. In: HASENCLEVER, Lia; KUPFER, David. (Org.). Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 2002 e RESENDE, Marcelo. Medidas de concentração industrial: uma resenha. Revista Análise Econômica, Porto Alegre, mar./set. 1994.

Cabe destacar que o objetivo deste relatório é uma análise de acontecimentos e eventuais tendências verificadas mais recentemente, ocorridos no trimestre em estudo, foco deste e de próximos relatórios.

A análise do ambiente competitivo, principalmente, sob o prisma do Índice *Herfindahl-Hirschman* – HHI, acrescido de outros aspectos concorrenciais estão pormenorizados nos próximos itens.

1. HHI – TELEFONIA MÓVEL

O HHI – Telefonia Móvel visa mensurar, de forma ponderada, a concentração do mercado de telefonia móvel. Para tanto, são utilizados os dados de acesso, número de prestadores e participação de mercado de cada uma delas coletados pela Anatel, conforme divulgado em seu site <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/aceessos>.

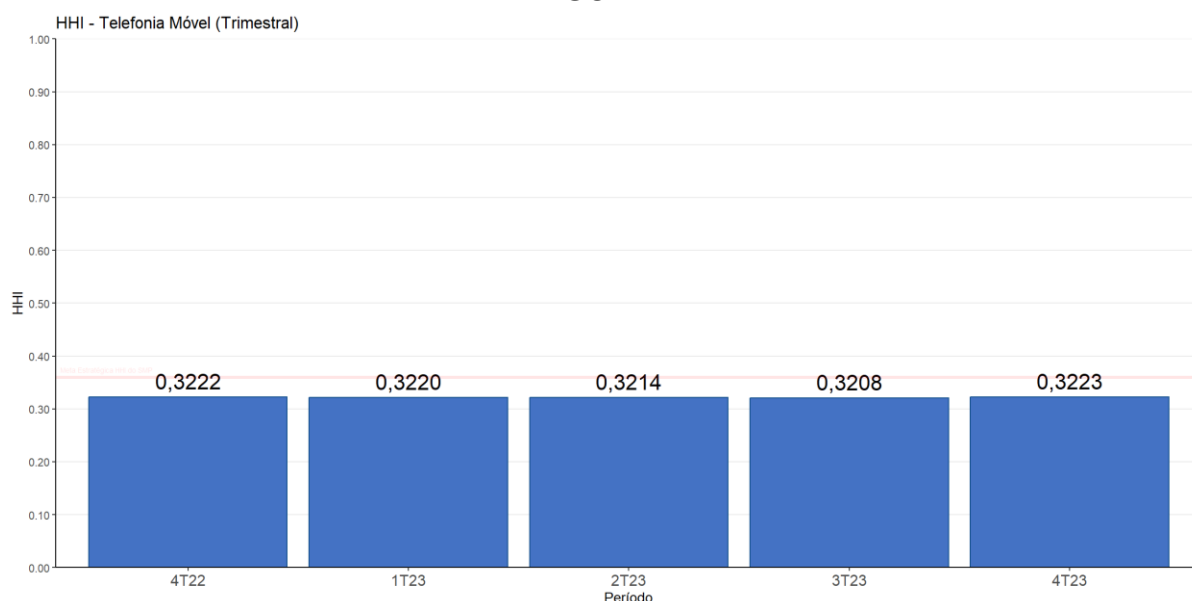
Na elaboração do Planejamento Estratégico, a Anatel estabeleceu como meta para esse indicador que ele seja mantido em patamar **inferior a 0,3594** até 2027.

1.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DA META ESTRATÉGICA

Como destacado, Anatel adotou, em sua visão estratégica, observar o comportamento do HHI sob o prisma nacional. O mercado de varejo de telefonia móvel, dentre os quatro em avaliação neste relatório, pode ser considerado aquele onde se observa maior concentração, como veremos, comparativamente, adiante neste estudo.

O mercado do SMP atualmente é constituído majoritariamente por três grandes prestadoras nacionais, Vivo/Telefônica Brasil S.A., Claro S.A. e TIM S.A., que detinham conjuntamente, ao final deste quarto trimestre, 96,5% dos 254,9 milhões de acessos ativos no país. Os demais 3,5% são divididos entre prestadores regionais e prestadoras de telefonia móvel por meio de rede virtual (MVNO)⁵.

FIGURA 1



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

⁵ A lista das operadoras autorizadas a prestar o SMP está disponível no seguinte endereço: <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/outorga-e-licenciamento>

A concentração desse mercado, portanto, tende a ser elevada, variando muito pouco entre trimestres. Quando comparado com o 4T22, configura-se um quadro de estabilidade em patamar elevado. Embora a concentração medida pelo HHI nacional seja elevada se comparada a outros mercados de varejo de telecomunicações, como veremos adiante, o HHI – Telefonia Móvel observado no 4T23 (0,3223) tem se mantido dentro da Meta Estratégica de patamar inferior a 0,3594, instituída no Plano Estratégico 2023 – 2027 da Anatel.

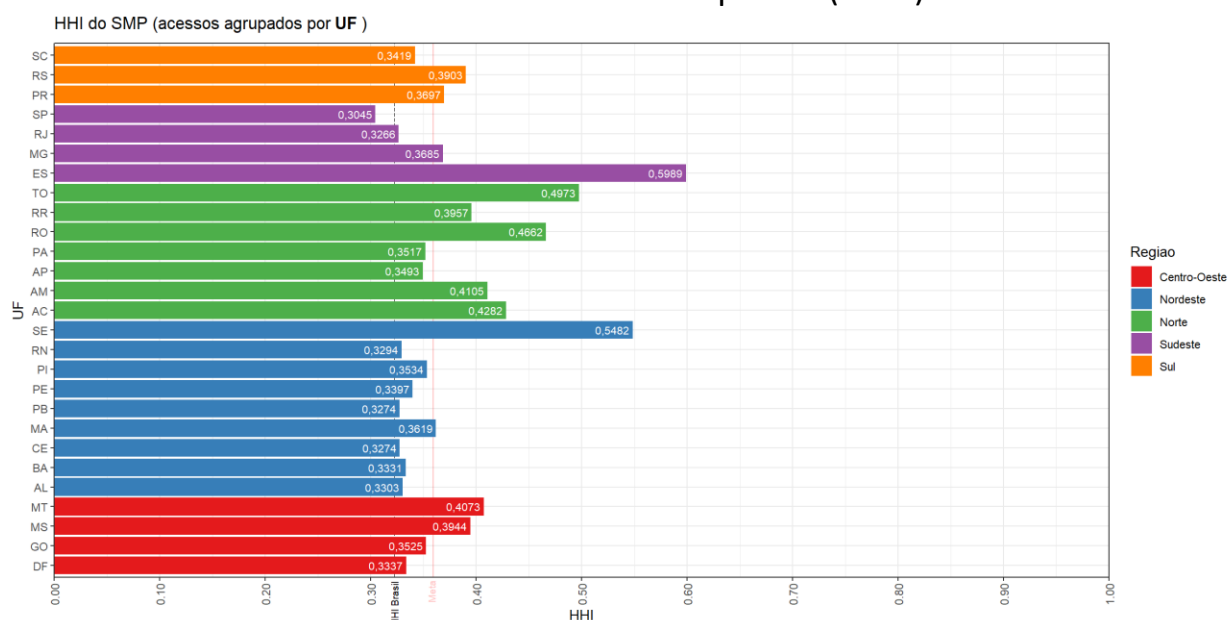
1.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS

As informações trazidas a seguir visam descrever o índice em seus aspectos geográficos diversos do índice nacional, visando analisar granularidades menores como Unidade da Federação (UF), Código Nacional (CN) e até mesmo capitais ou municípios.

Embora a Anatel tenha adotado, em sua visão estratégica, o acompanhamento do HHI sob o prisma nacional, é possível se analisar também sob diferentes óticas, conferindo precisão regionalizada da análise da competição no mercado de telefonia móvel.

FIGURA 2

HHI - Telefonia Móvel por UF (3T23)



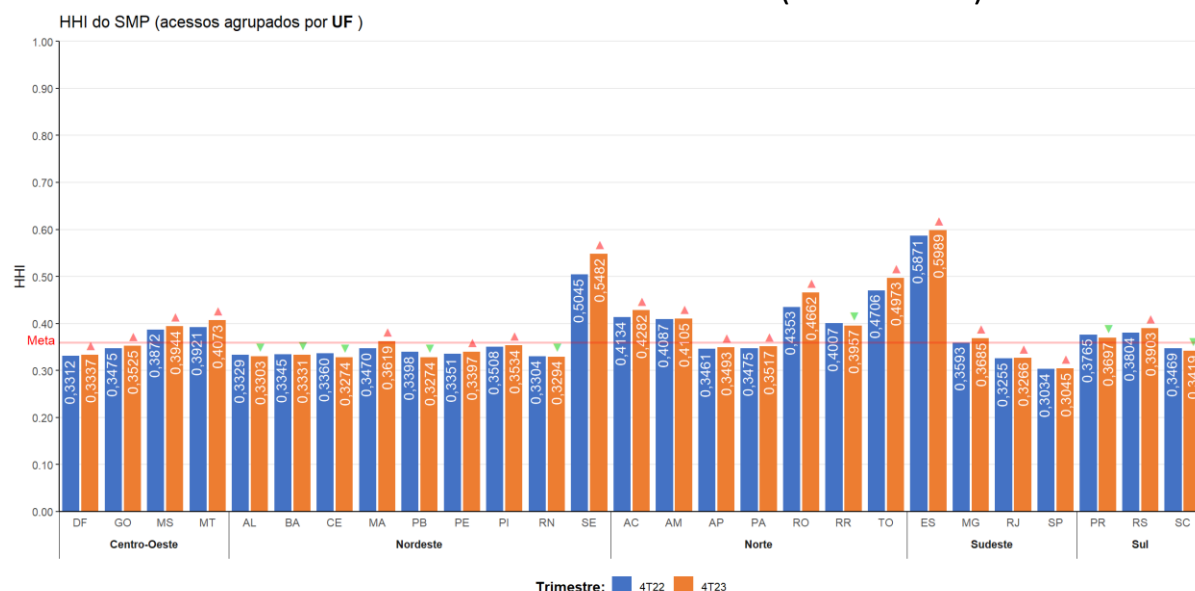
Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Como pode ser observado no gráfico acima, em que pese o índice que compõe uma das metas estratégicas estar dentro da meta estabelecida nacionalmente (de 0,3594), se tomarmos a mesma referência para avaliar as Unidades da Federação, 13 (treze) UFs ficariam acima desse teto, configurando maior concentração que aquela esperada em nível nacional. Os maiores níveis de concentração foram verificados em ES, SE e TO, demonstrando que não há um caráter ou padrão regional.

Salienta-se, entretanto, que **não se trata de um descumprimento de meta**, uma vez que o Plano Estratégico, como descrito anteriormente, é claro ao instituir as metas estratégicas referentes ao acompanhamento da concorrência através da adoção do HHI em nível nacional. Avaliar níveis geográficos em menor granularidade pode auxiliar, no entanto, a centrar esforços e medidas regulatórias regionalizados visando o aumento da competição e seus efeitos positivos ao usuário sobre preços, qualidade dentre outros.

Ainda no nível das Unidades da Federação (UF), se compararmos a evolução do HHI – Telefonia Móvel ao longo de um ano, comparando o 4T22 e sua evolução no 4T23, é possível observar uma piora em um conjunto de UFs, com aumento da concentração (crescimento do índice) em 19 delas, nessas UFs a piora foi em média de 2,62% no HHI, nas demais UFs, que observaram redução no HHI, essa redução foi, em média, de 1,52%.

FIGURA 3
HHI – Telefonia Móvel Por UF (4T22 x 4T23)



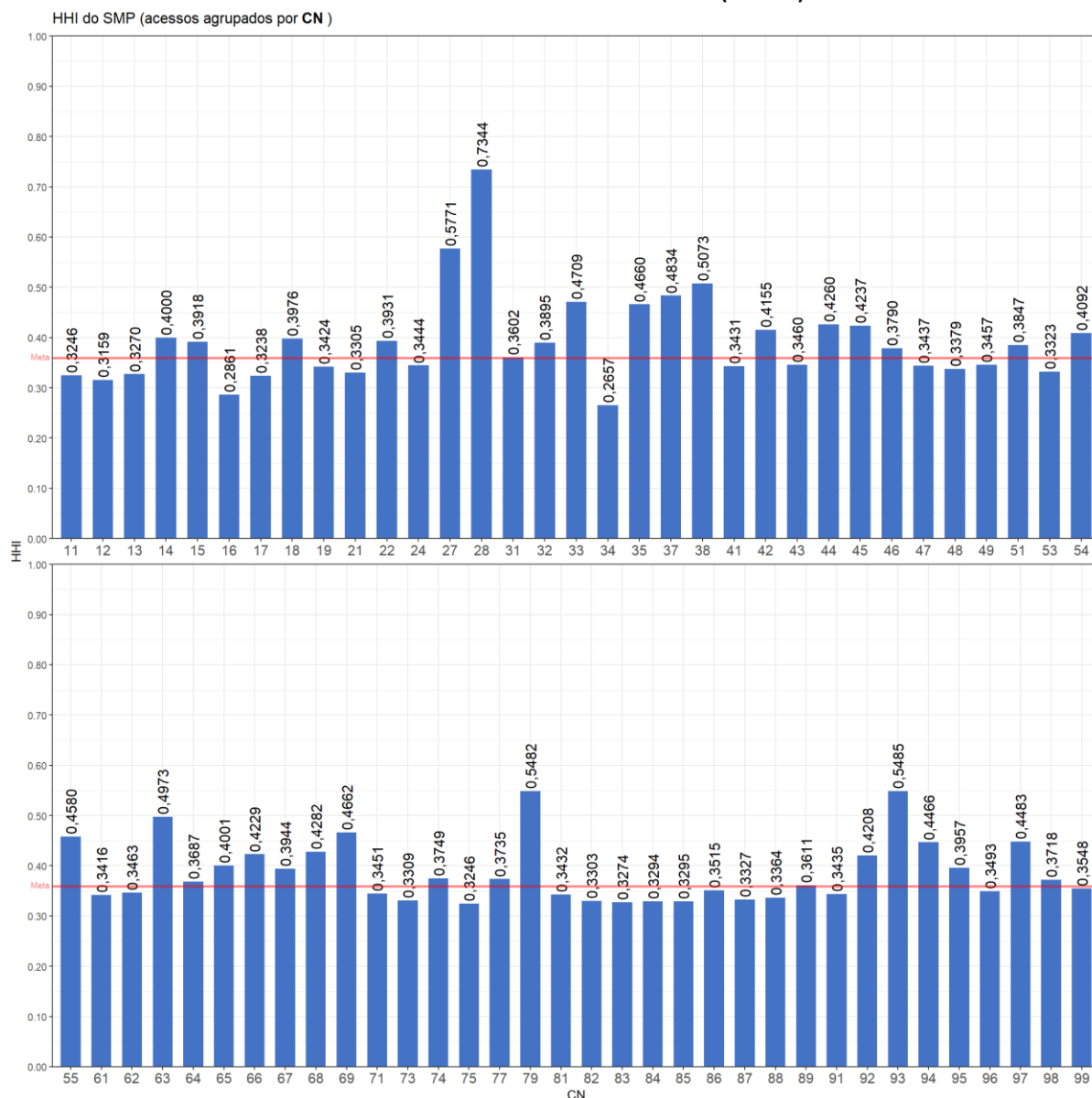
Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Cabe destaque para a região Nordeste onde 6 (seis) dos 9 (nove) estados da região apresentaram melhora no indicador no período avaliado.

Situação semelhante à descrita acima nas UF do país pode ser observada em uma granularidade menor, as áreas representadas pelos Códigos Nacionais (CN), de suma importância para esse Mercado de Telefonia Móvel.

Conforme consta dos gráficos abaixo, os 67 (sessenta e sete) códigos nacionais foram divididos visando simplificar sua visualização. Ao analisarmos os dados nessa granularidade percebemos que 36 (trinta e seis) dos CNs (52%) estão acima da Meta Estratégica instituída pela Agência para o índice nacional, ou seja, acima de 0,3594.

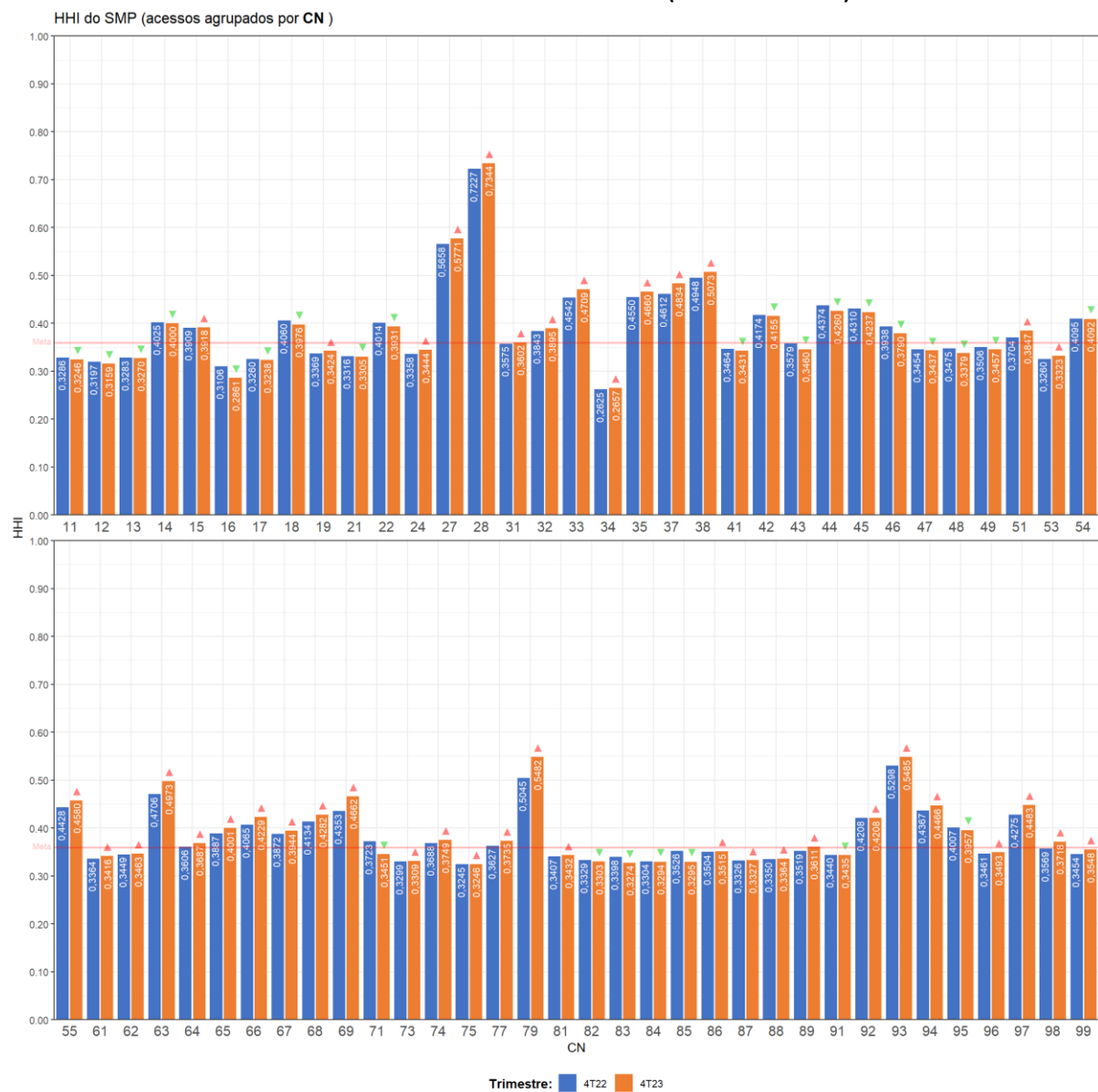
FIGURA 4
HHI – Telefonia Móvel Por CN (4T23)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Ao compararmos a evolução do HHI no período de um ano, entre o 4T22 e o 4T23, verificamos que em 41 (61%) dos CNs houve piora no ambiente competitivo sob a ótica do HHI (aumento). Nos CNs que houve piora, ela foi em média de 2,43%, enquanto nos CNs que apresentaram redução no HHI, essa redução foi, em média, de 2,07%.

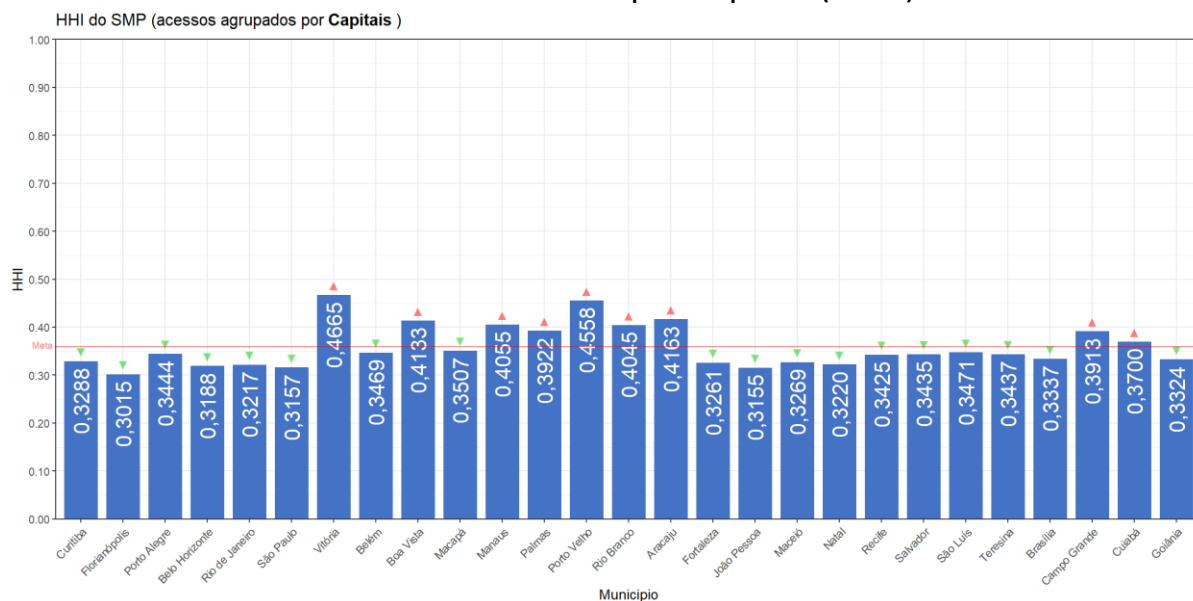
FIGURA 5
HHI - Telefonia Móvel Por CN (4T22 x 4T23)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

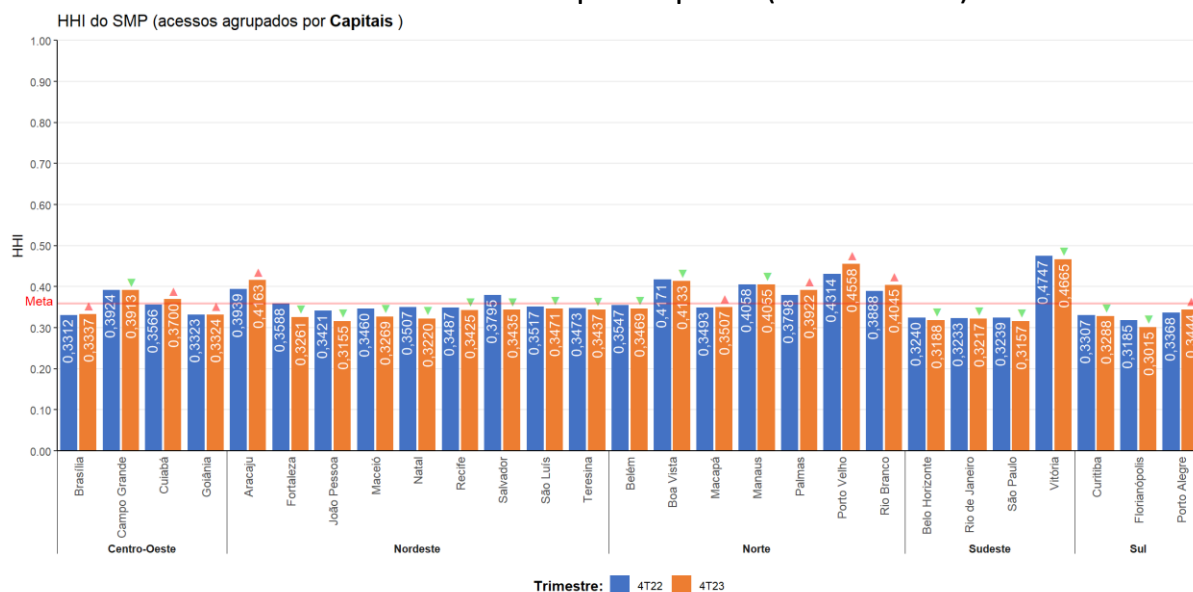
Dentre as capitais do país, se adotássemos como referência a Meta Estratégica, podemos observar que 9 (sete) capitais estariam acima de 0,3594.

FIGURA 6
HHI - Telefonia Móvel por Capitais (4T23)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

FIGURA 7
HHI - Telefonia Móvel por Capitais (4T23 x 4T23)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

É possível observar que na maioria das capitais (18 de 27) houve melhora no indicador nos últimos doze meses (4T22/4T23). Nas 9 capitais em que houve piora, ela foi em média de 2,87%, enquanto naquelas que apresentaram redução no HHI, essa redução foi, em média, de 3,33%.

Por fim, como o HHI é uma medida ponderada entre o número de prestadoras e a concentração dos usuários entre as prestadoras em uma determinada área ou mercado, é possível compreender o fato do índice nacional estar dentro da meta estratégica estabelecida pela Anatel, nacionalmente, apesar de um número significativo de UFs e CNs não observarem esse mesmo comportamento.

Conclui-se que, embora nacionalmente a meta estratégica esteja adequada às expectativas da Agência, medidas regulatórias podem ser voltadas para áreas onde a competição está aquém dos níveis desejados, conforme os dados apurados até o momento para o Mercado de Varejo de Telefonia Móvel.

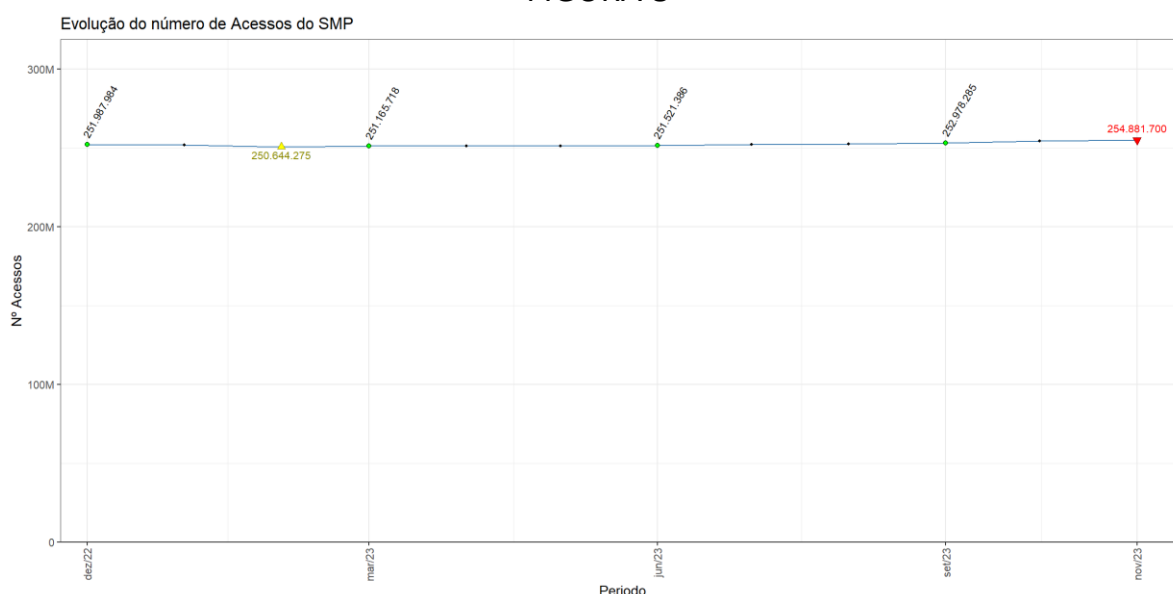
1.3. OUTRAS PERSPECTIVAS

Neste item realizamos algumas avaliações complementares ao detalhamento do índice HHI realizado até o momento.

Primeiro é interessante registrar que após um período de queda no total de acessos do SMP iniciado em 2022, em 2023 os acessos do SMP voltaram a subir e neste trimestre o número acessos do SMP reportados a Anatel mantiveram tal tendência. Houve um incremento de 1.903.415 acessos reportados a Anatel entre o 3T23 e 4T23, o que representa um aumento de 0,75%. Esse foi o maior crescimento trimestral da base observado no ano de 2023.

Quando observamos a perspectiva anual, os aumentos da base ocorridos ao longo do ano resultaram em um acréscimo de 2.893.716 acessos reportados a Anatel entre o 4T22 e 4T23, o que representa um aumento de 1,15% da base. É uma importante retomada após uma redução da base de 1,07% ocorrida entre 2021 e 2022.

FIGURA 8



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

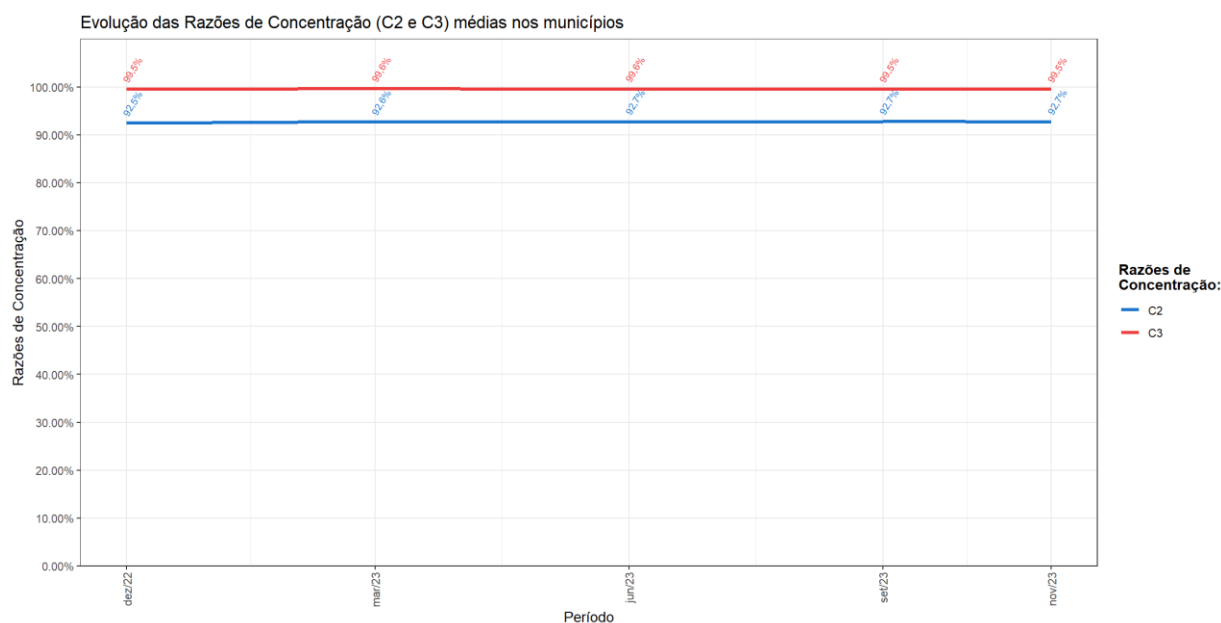
Retornando ao contexto da análise da **concentração de mercado**, embora o HHI seja talvez a mais tradicional e conhecida forma de averiguar a estrutura do mercado presente na literatura, ela não é a única⁶.

Neste contexto, utilizamos a Razão de Concentração (C) que, embora não seja utilizada como meta estratégica pela Anatel, é uma das diversas formas de se avaliar a concentração de mercado. A C é calculada pela soma da participação de um número de empresas no mercado. Nesse contexto, o C2 e C3 buscam analisar o total da participação de mercado das 2 e 3 prestadoras com maior *Market Share*, respectivamente, nesse mercado.

⁶ Outras métricas que podem servir à mesma tarefa ou utilizadas de forma complementar ao Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) são: a) Razão de Concentração (C), b) Market Share, c) Índice de Entropia ou Índice de Theil (T), d) Índice de Joly (j), e) MOCDI, Noam-Index ou Índice Noam, f) Hill Index (HI).

No caso particular do mercado móvel no Brasil, para avaliar como os municípios brasileiros estão em relação a CR2 e CR3, é apresentada abaixo a evolução média das Razões de Concentração dos municípios brasileiros ao longo do tempo.

FIGURA 9



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Como é possível perceber, como 3 grandes grupos são dominantes a nível nacional, isso também se reflete a nível municipal, com a C3 média histórica, no período avaliado, nunca apresentando valores inferiores a 99%. Outro aspecto mais preocupante é que a C2 média em nenhum dos períodos avaliados foi inferior a 92%, isso demonstra o quanto a realidade de competição municipal diverge da nacional, que tem atualmente C2 igual a 72%, igualmente alta, mas em patamar bem inferior.

2. HHI – BANDA LARGA FIXA

O HHI – Banda Larga Fixa visa mensurar de forma ponderada as concentrações do mercado de banda larga fixa a nível nacional, assim como realizado no HHI – Telefonia Móvel, ambos, reitera-se, componentes das metas Estratégicas da Anatel para o período de 2023 a 2027. Para tanto, são utilizados os dados de acesso coletados pela Anatel, conforme divulgado em seu site na Internet no momento de elaboração deste relatório⁷.

Na elaboração do Planejamento Estratégico, a Anatel estabeleceu como meta para esse indicador que ele seja mantido em patamar **inferior a 0,15** até 2027.

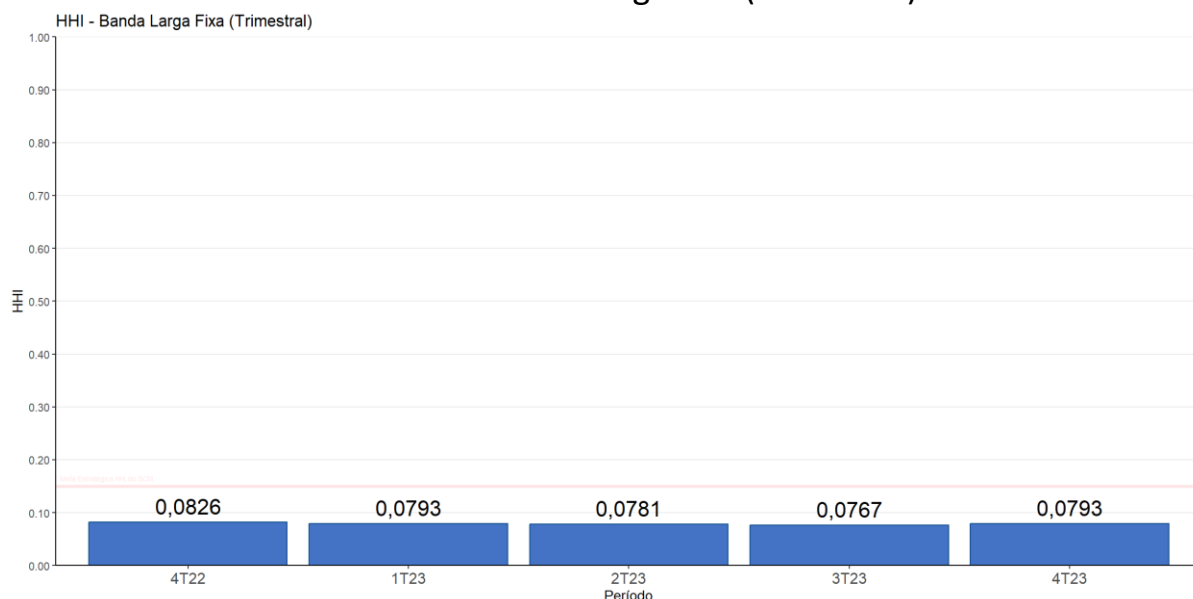
2.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DA META ESTRATÉGICA

O Planejamento Estratégico da Anatel deliberou como meta estratégica desse indicador que o HHI – Banda Larga Fixa fosse mantido em patamar inferior a 0,15 até 2027. Ao analisarmos os dados verificamos que esse indicador tem o seguinte comportamento:

FIGURA 10

⁷ <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos>

HHI – Banda Larga Fixa (Trimestral)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Observa-se uma pequena variação, no período de doze meses, entre o 4T22 e 4T23, que houve uma redução do índice HHI – Banda Larga Fixa denotando, portanto, um crescimento da competição nesse mercado conhecido publicamente como o mais pulverizado dentre os mercados de varejo de telecomunicações. Nem mesmo movimentos divulgados pela mídia especializada fusões e aquisições (M&A) com vistas a uma eventual consolidação deste mercado de banda larga fixa, muitos deles em análise na Superintendência de Competição, como veremos em item específico adiante, tiveram o condão de concentrar e reduzir, ao menos até o momento, a competição nesse segmento visto do ponto de vista nacional.

Além da análise exclusiva do indicador de HHI no formato acompanhado pela Anatel, ou seja, a nível nacional, também é interessante observarmos qual é o comportamento desse índice com outras conformações, seja sob a perspectiva geográfica ou outras. Sob a ótica infranacional, verificando a dinâmica competitiva nas Regiões, Unidades da Federação e Municípios, veremos que algumas áreas, pontualmente, destoam do comportamento nacional.

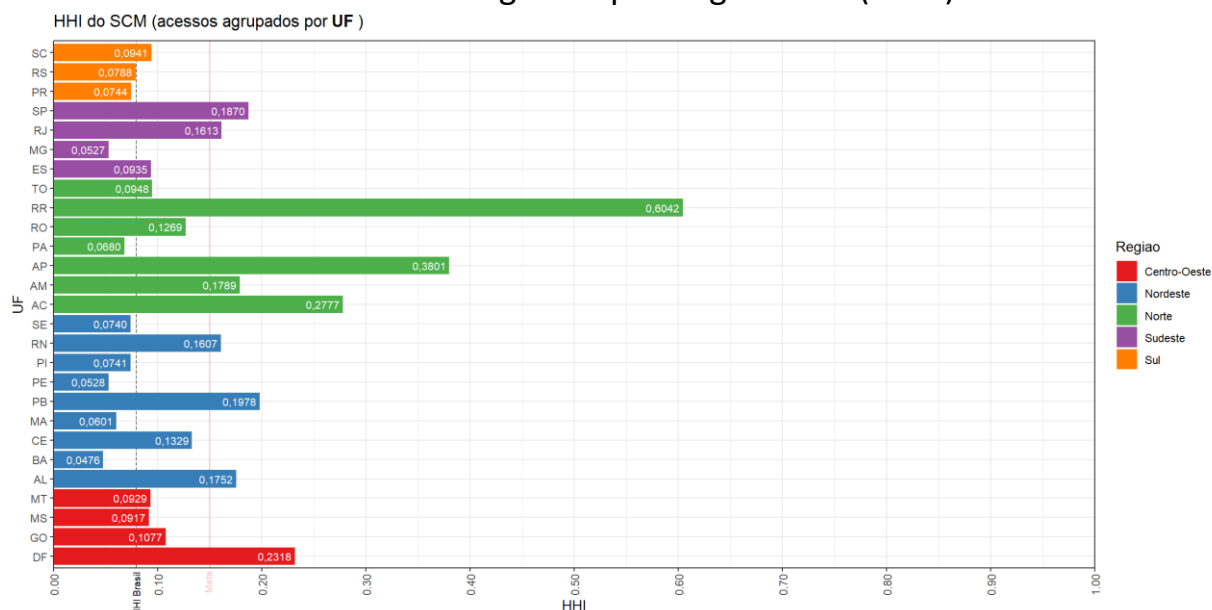
Embora não comprometa a meta institucionalmente almejada, a avaliação em granularidades menores é importante para identificarmos áreas com menor competição no país ou, eventualmente, áreas cujo impacto de M&A possa ser futuramente identificadas e, em análises mais aprofundadas, identificar qual o efeito desses movimentos em preços, qualidade na oferta dos serviços e, de forma geral, no bem-estar dos usuários/consumidores.

2.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS

Como destacado anteriormente, mesmo sendo um mercado pulverizado em termos de número de prestadores de serviço (*Internet Service Provider* - ISP), quando analisado a níveis infranacionais, como nas UFs, o mercado de Banda Larga Fixa apresenta concentração superior à média nacional de 0,0794 e superior, em termos comparativos, à meta nacionalmente instituída pela Anatel, de 0,1500. Abaixo é apresentado o HHI nas Unidades da Federação.

FIGURA 11

HHI – Banda Larga Fixa por Região e UF (4T23)



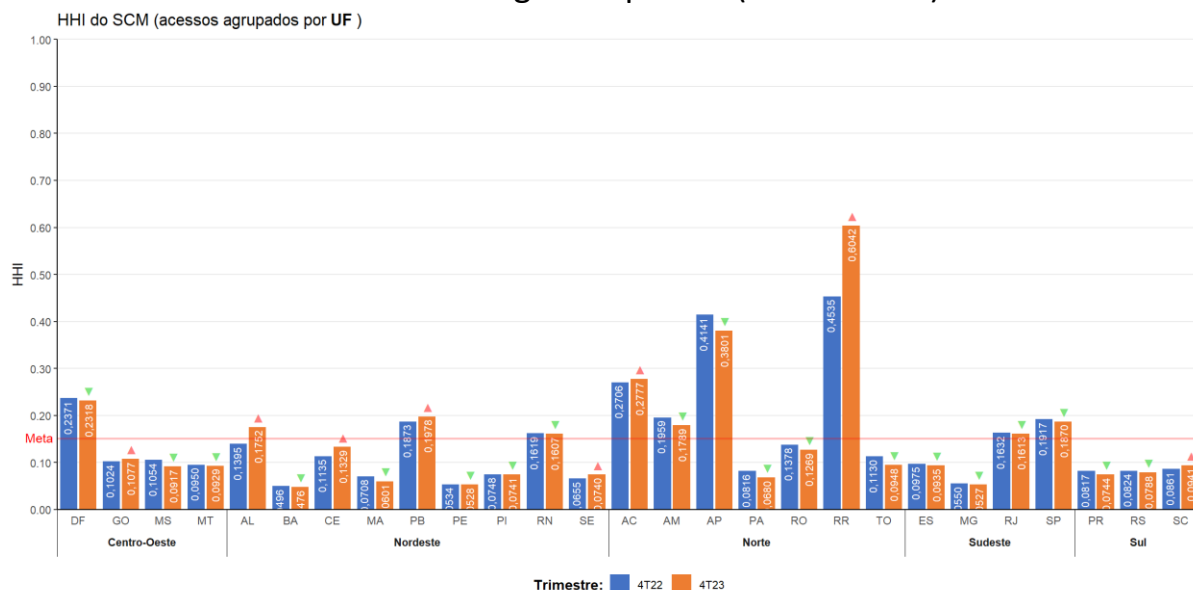
Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Conforme observamos do gráfico acima, 10 dos 27 estados brasileiros apresentaram índice HHI – Banda Larga Fixa superior a Meta Estratégica, com destaque para os estados de Roraima (RR), Amapá (AP) e Acre (AC).

Adicionalmente, é interessante observarmos o comportamento do indicador nos últimos 12 (doze) meses, conforme apresentado no gráfico a seguir. A partir da análise dessas informações notamos um crescimento da concentração em 8 dos 27 estados brasileiros.

Sobre esse aspecto cabem dois destaques, primeiro que os estados de Roraima (RR) e Acre (AC) além de apresentarem elevados índices de HHI na Banda Larga Fixa, também apresentaram piora nesse índice no último ano. Segundo, os estados do Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP) e o Distrito Federal (DF), que apesar de possuírem indicadores superiores a Meta Estratégica, apresentaram melhora, ainda que tímida, no indicador nos últimos doze meses.

FIGURA 12
HHI – Banda Larga Fixa por UF (4T22 x 4T23)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

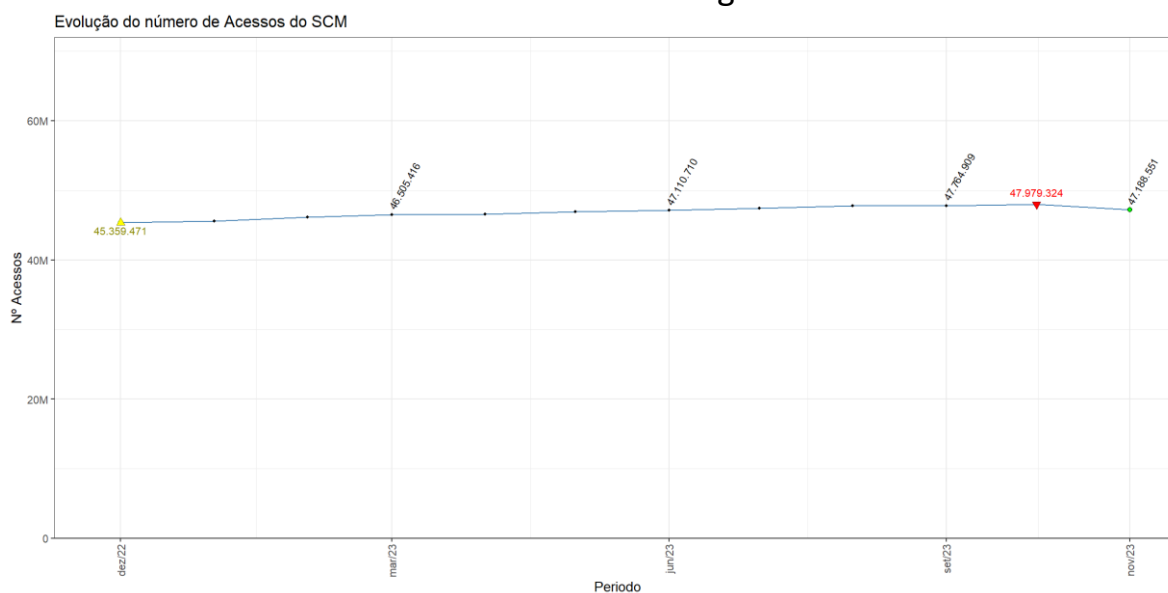
2.3. OUTRAS PERSPECTIVAS

Neste item realizamos algumas avaliações complementares além daquelas realizadas até o momento.

Primeiro é interessante registrar a queda, embora tímida, no número de acessos observada desde o último trimestre (2T23). Houve uma redução de 116.153 acessos reportados a Anatel entre o 2T23 e 3T23, o que representa uma queda de 0,25%.

Quando observamos a perspectiva anual, houve um incremento de 2.701.598 acessos reportados a Anatel entre o 3T22 e 3T23, o que representa um aumento de 6,12%.

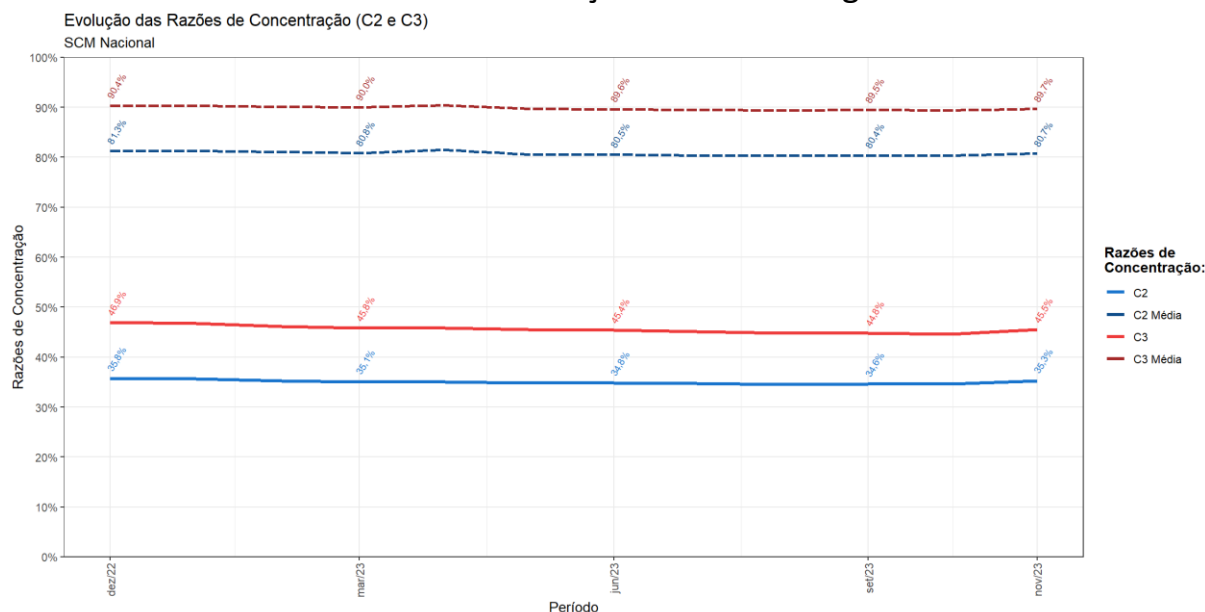
FIGURA 13
Acessos Banda Larga



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Adicionalmente, assim como realizado para o Mercado de Telefonia Móvel, realizamos a análise da Razão de Concentração (C ou CR) que, conforme descrito anteriormente, é uma das diversas formas de se avaliar a concentração de mercado. Nesse contexto, o C2 e C3 buscam analisar o total da participação de mercado das 2 e 3 prestadoras com maior *Market Share*, respectivamente, nesse mercado.

FIGURA 14
Razões de Concentração da Banda Larga Fixa



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

A análise do C2 e C3 evidencia dois pontos interessantes. Primeiro, a melhora em ambas razões de concentração (C2 e C3) ao longo do tempo evidencia uma redução, a nível nacional, na concentração do mercado de banda larga fixa. Segundo, diz respeito a manutenção em patamares elevados da média das razões de concentração nos municípios, o que reforça que persisti o desafio de transpor o grau de competição observado nacionalmente para o nível municipal.

OUTROS ASPECTOS CONCORRENCIAIS

3. HHI- SEAC

Nesta edição do Relatório de Monitoramento da Competição adicionamos a análise do HHI do Serviço de Acesso Condicionado – SeAC, ou mercado de TV por Assinatura, como geralmente é conhecido.

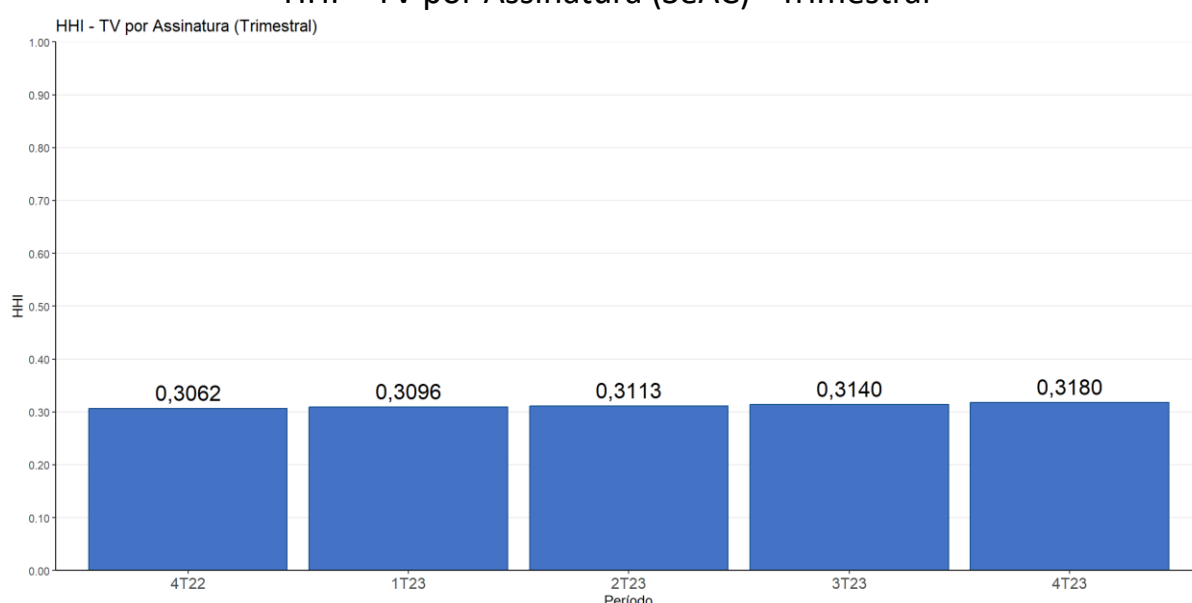
Embora o HHI deste segmento não seja uma meta estratégica acompanhada pela Anatel, segue sendo um mercado de suma importância, demonstrado pelo número de acessos do serviço, atualmente contando com 11,9 milhões de acessos.

3.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO ÍNDICE

Embora seja um segmento⁸ com um número razoável de *players*, 126 (cento e vinte e seis) prestadoras com assinantes⁹, apresenta uma concentração significativa a nível nacional, se aproximando, por exemplo, ao mercado de Telefonia Móvel que possui um número bem menor de prestadores.

Essa questão fica evidenciada quando observamos a concentração dos usuários nas líderes de mercado: Claro (45,8%), Sky/AT&T (28,5%) e Oi (14,7%), que concentravam 89% dos usuários ao final do 4T23. Consequentemente, o HHI – SeAC nacional é elevado, tendo apresentado pequeno crescimento, nos últimos 12 meses, sendo de 0,3180 ao final do 4T23.

FIGURA 15
HHI – TV por Assinatura (SeAC) - Trimestral



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

3.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS

Como não é estabelecido pela Agência Meta Estratégica para o HHI – TV por Assinatura (SeAC), adotamos no gráfico abaixo, como referência, o HHI nacional de 0,3180.

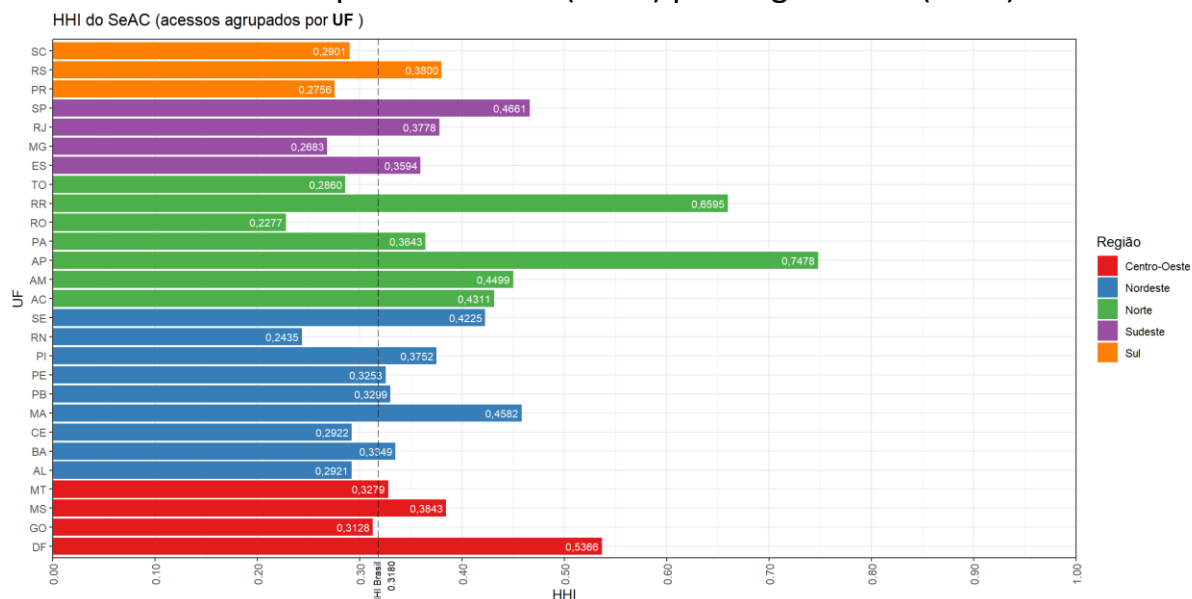
Mesmo o HHI nacional do SeAC já podendo ser considerando elevado, ainda sim, ele é superado por 19 (dezenove) Unidades da Federação. Entre estes, podemos destacar o Amapá, Distrito Federal e Roraima, com HHI superando 0,5.

⁸ Denominamos “segmento”, serviço ou setor ao invés do termo “Mercado de Varejo” pois, a TV por Assinatura (SeAC) é parte integrante do Mercado de Varejo de Conteúdo que, por sua vez, inclui os serviços de streaming (sVOD), conforme definição que consta na proposta de revisão em curso do Plano de Metas de Competição (PGMC).

⁹ <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/tv-por-assinatura>

FIGURA 16

HHI – TV por Assinatura (SeAC) por Região e UF (4T23)

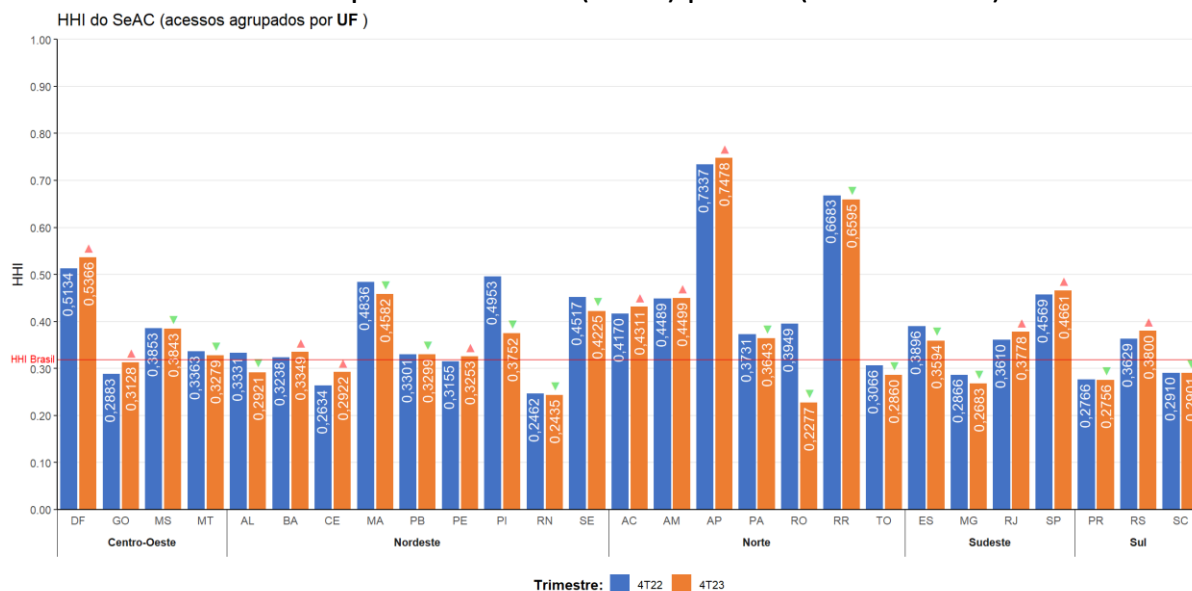


Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Não obstante o setor ser caracterizado, dentre os serviços coletivos analisados neste relatório, como um dos mais concentrados, ao longo dos últimos doze meses houve ainda um crescimento dessa concentração, retratada no aumento do HHI. Esse aumento também foi observado em 11 (onze) Unidades da Federação quando comparamos o 4T22 com o 4T23.

FIGURA 17

HHI – TV por Assinatura (SeAC) por UF (4T22 x 4T23)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

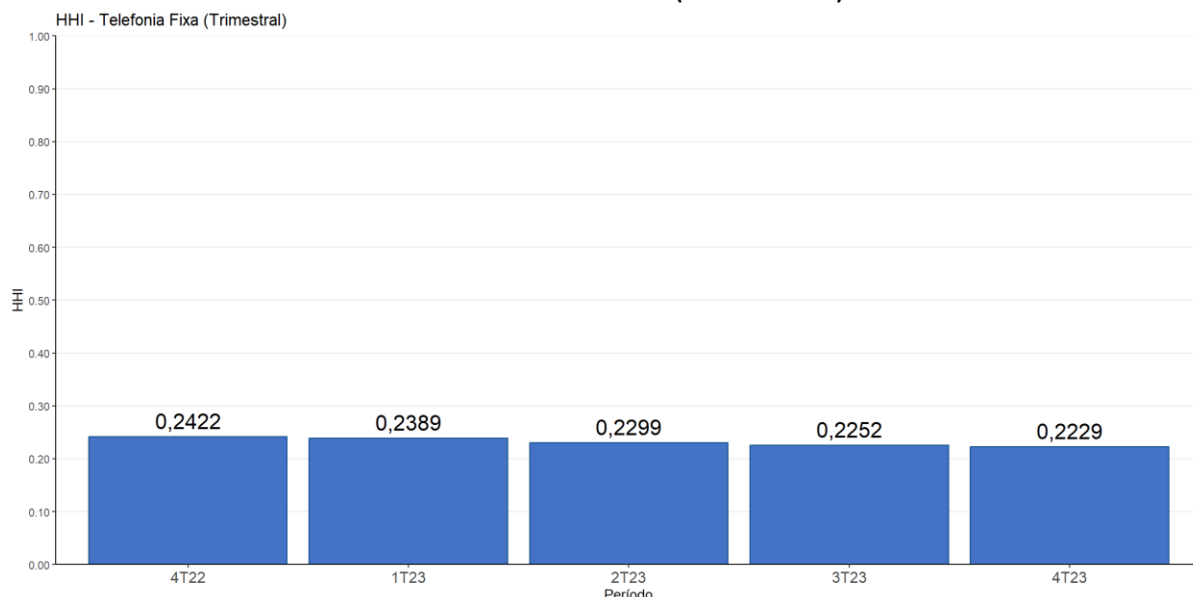
4. HHI- STFC

O HHI – Telefonia Fixa¹⁰ não é uma meta estratégica acompanhada pela Anatel e muito embora seja um segmento que vem perdendo usuários a anos, seus números permanecem significativos, em especial, em regiões onde o acesso à internet fixa e móvel são reduzidas: ao final do 4T23, a telefonia fixa contava com 25,6 milhões de acessos. Como uso é domiciliar ou corporativo, se considerarmos a média de 2,79 habitantes por residência, conforme apurado pelo IBGE no Censo de 2022, a telefonia móvel no país permanece sendo utilizada por, aproximadamente, 71,4 milhões de usuários.

4.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO ÍNDICE

O HHI – Telefonia Fixa apresentou redução nos últimos 12 (doze) meses, acompanhado de um decréscimo no número de acessos de aproximadamente 5,55% no mesmo período (passando de 27,1 milhões de acessos, no 4T22, para pouco mais de 25,6 milhões ao final do 4T23).

FIGURA 18
HHI – Telefonia Fixa (Trimestral)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

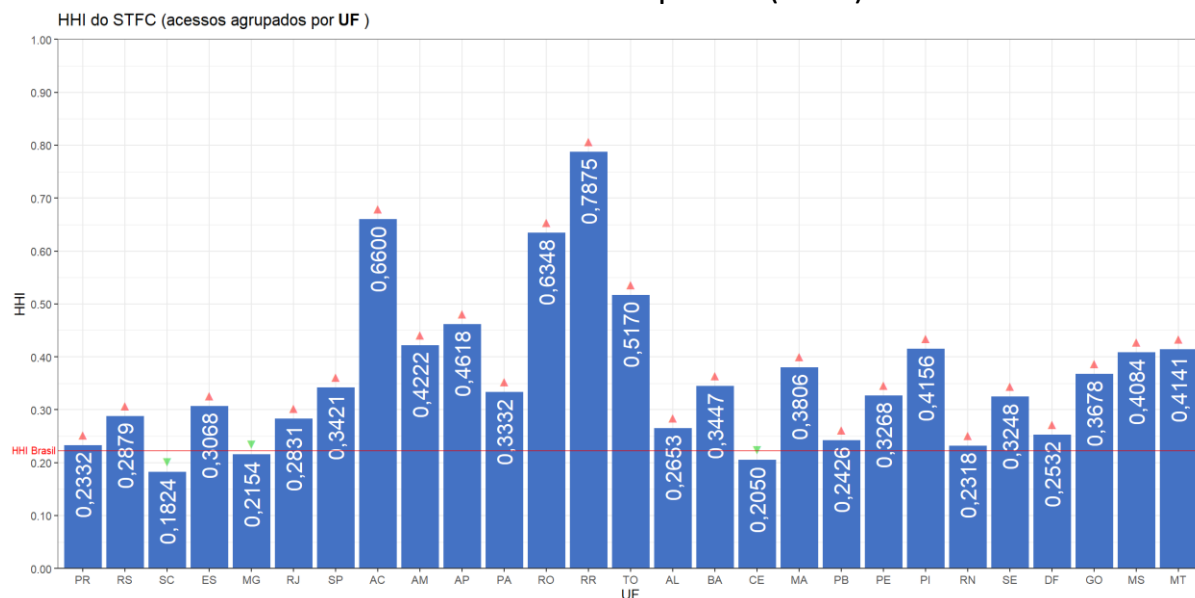
4.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS

Assim como no HHI – TV por Assinatura (SeAC), a Anatel não instituiu uma Meta Estratégica para o HHI – Telefonia Fixa. Portanto, a título de comparação, adotamos nos gráficos a seguir como referência o HHI aferido nacionalmente no 4T23 (0,2229).

¹⁰ Assim como salientamos no Serviço de Acesso Condicionado – SeAC, destacando se tratar de um serviço que compõe um Mercado de Varejo mais amplo. O Serviço Telefônico Fixo Comutado – STFC compõe um mercado mais amplo, o Mercado de Varejo de Voz, que inclui serviços móvel (2ª a 4ª Geração) desde a aprovação do PGMC vigente e, no atual ciclo de revisão do referido plano, propôs-se a inclusão conceitual nesse mercado dos serviços de plataformas digitais referentes a aplicações destinadas a serviços de comunicação por voz e vídeo.

Dentre as 27 (vinte e sete) UF, apenas 3 (três) possuíam, ao final do 4T23, HHI inferior àquele observado nacionalmente, sendo os estados de Santa Catarina (SC), Minas Gerais (MG) e Ceará (CE).

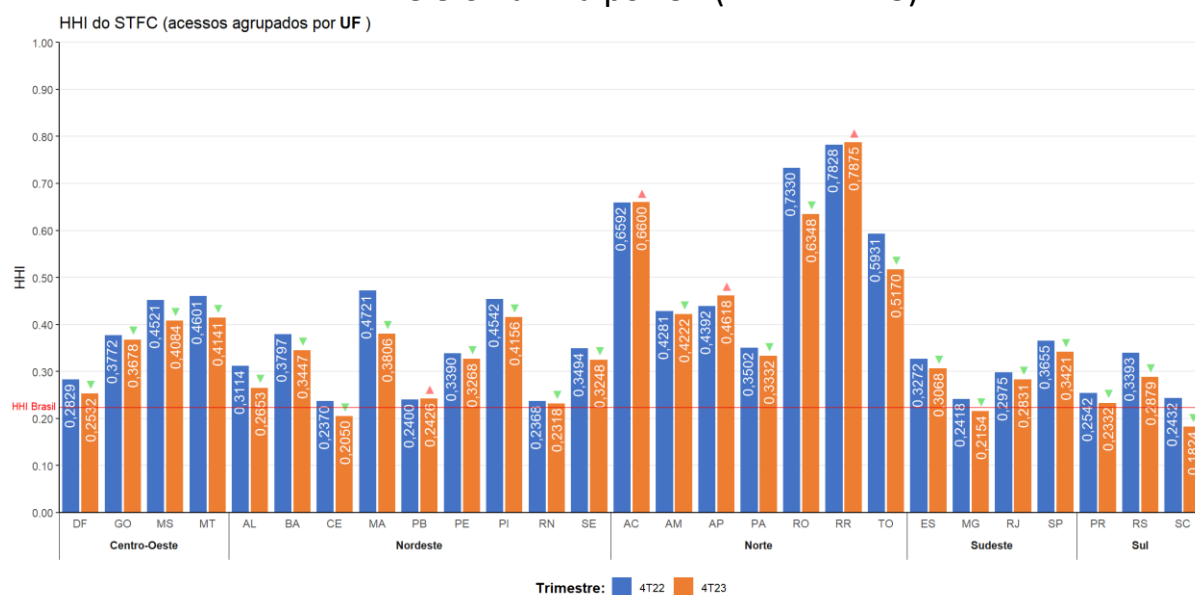
FIGURA 19
HHI – Telefonia Fixa por UF (4T23)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Quanto a evolução do HHI – Telefonia Fixa nos últimos doze meses, conforme foi percebido a nível nacional, o HHI na UFs também apresentou majoritariamente queda, apresentado aumento apenas em 4 (quatro) UFs: Paraíba (PB), Acre (AC), Amapá (AP) e Roraima (RR), conforme demonstra o gráfico a seguir.

FIGURA 20
HHI – Telefonia Fixa por UF (4T22 x 4T23)

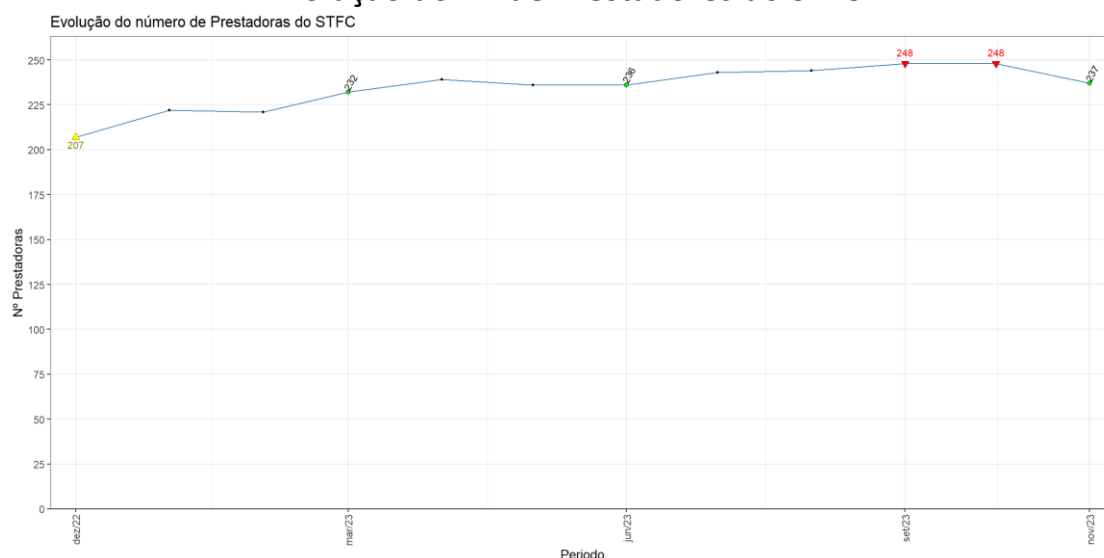


Fonte: Anatel. Elaboração própria.

4.3. OUTRAS PERSPECTIVAS

Adicionalmente a perspectiva do HHI, é interessante destacar que, embora seja um serviço que tenha apresentado declínio no total de acessos o número de prestadoras a informarem dados à Anatel tem aumentado¹¹, efeito que pode estar relacionado a necessidade de formação de ofertas do tipo combo pelos Prestadores de Pequeno Porte (PPPs).

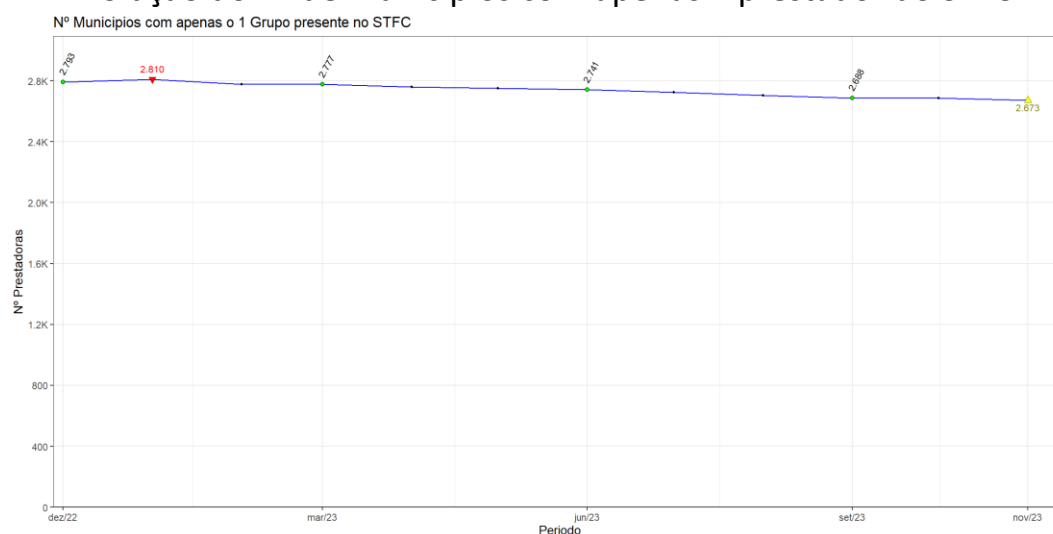
FIGURA 21
Evolução do Nº de Prestadores do STFC



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Esse efeito também tem contribuído para a diminuição do número de municípios com apenas um prestador reportando acessos, embora ainda seja preocupante o quantitativo de municípios com apenas um operador, atualmente 2.673, ou quase 48% dos municípios brasileiros.

FIGURA 22
Evolução do nº de municípios com apenas 1 prestador do STFC



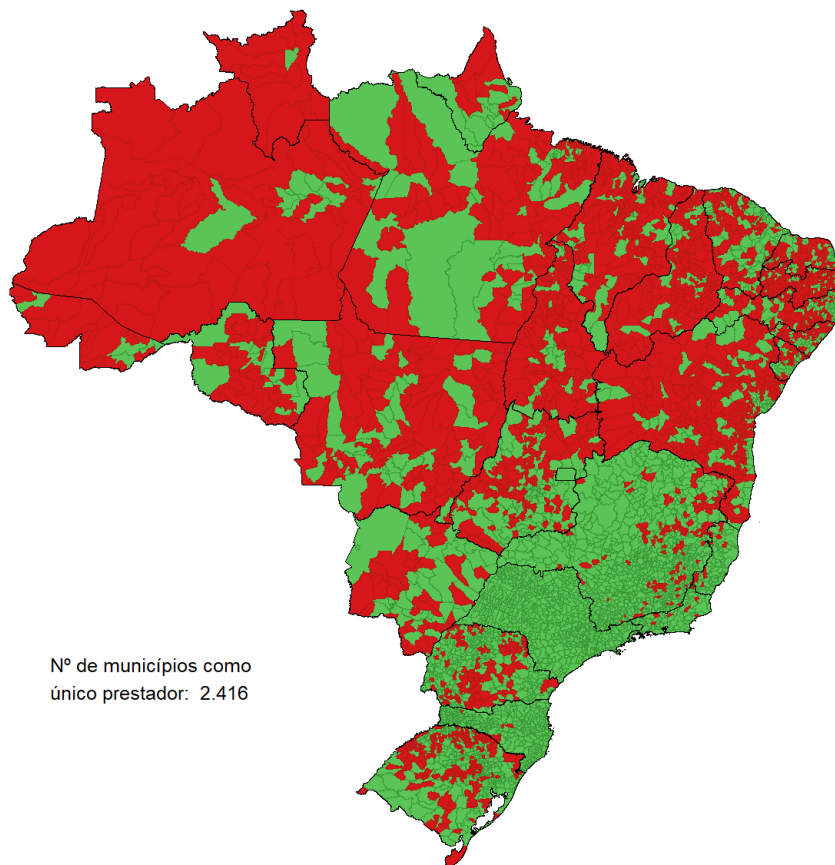
Fonte: Anatel. Elaboração própria.

¹¹ Ainda que tenha reduzido em relação ao trimestre anterior (3T23).

Outro aspecto, não relacionado estritamente a competição, mas importante é que desses 2.673 municípios com apenas um operador, o Grupo OI representa 2.416 deles, ou seja, mais de 90%, como se observa dos municípios assinalados em vermelho na figura a seguir.

FIGURA 23

Evolução do nº de municípios com presença apenas do Grupo OI no STFC



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

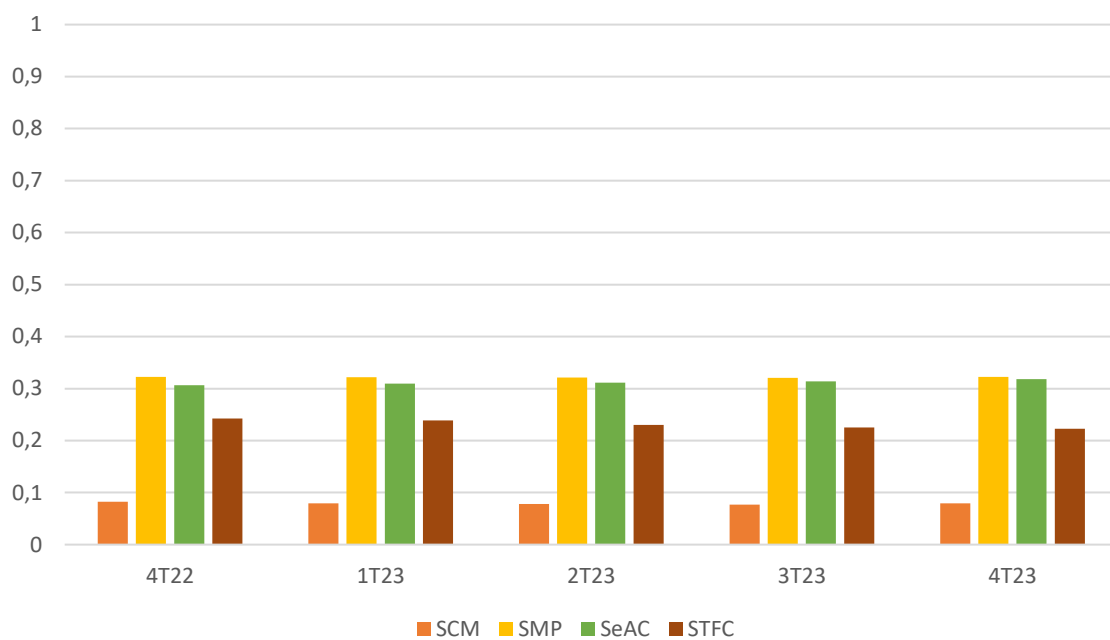
5. PERSPECTIVA COMPARADA

Por fim, é apresentada uma visão comparativa dos quatro serviços de varejo discutidos no presente relatório.

Ao compararmos os serviços estudados, observa-se uma distinção significativa em termos de concentração ou de ambiente competitivo entre estes.

Enquanto, em um extremo, temos o mercado de Banda Larga Fixa apresentando-se como um mercado muito pulverizado, onde as Prestadoras de Pequeno Porte (PPP) detêm mais da metade dos usuários deste mercado, e com o HHI muito baixo, atendendo com folga a meta estipulada pelo Plano Estratégico da Anatel, temos do outro lado o mercado de Telefonia Móvel, que, especialmente após o processo de consolidação observado recentemente, tem um grau de concentração significativo entre os três principais players e o HHI aproximando-se preocupantemente da meta estipulada pelo Plano Estratégico da Anatel.

FIGURA 24
Mercados de Varejo em Perspectiva Comparada



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Adiante, são apresentados os resultados de HHI e descritos alguns pontos que chamaram a atenção nas análises realizadas neste relatório.

Resultados do **Índice Herfindahl-Hirschman – HHI**:

	4T22	4T23
SCM	0,0826	0,0793
SMP	0,3208	0,3223
SeAC	0,3140	0,3180
STFC	0,2252	0,2229

Principais aspectos notados com relação à **Telefonia Móvel**:

- A concentração do mercado de varejo de telefonia móvel, medida pelo HHI nacional, continua elevada, principalmente em razão da concentração dos acessos em três grandes *players* nacionais, mas ainda em patamar inferior à Meta Estratégica de 0,3594.
- No último ano (4T22 – 4T23) das 27 UFs, 19 apresentaram piora no HHI do SMP. Destaque positivo para a região Nordeste onde 6 (seis) dos 9 (nove) estados da região apresentaram melhora no HHI do SMP.
- Os acessos do SMP no 4T23 mantiveram a tendência de aumento observada ao longo de 2023, alcançando 254.881.700 de acesso, o que representa um aumento de 1,15% em relação a 4T22.

Principais aspectos notados com relação à **Banda Larga Fixa**:

- A concentração do mercado de varejo de Banda Larga Fixa, medida pelo HHI nacional, continua abaixo da Meta Estratégica de 0,15 e no 4T23 ficou levemente abaixo do resultado observado no final de 2022 (0,0826).
- Com relação aos acessos do SCM, o ano encerrou um incremento da base de pouco mais de 4%, quando comparados os valores do 4T22 e 4T23.

Por fim, acerca de **outros** aspectos concorrenciais, destacamos:

- O SeAC é o serviço de varejo que mais perdeu acessos ao analisarmos a variação percentual entre o 4T22 e o 4T23. Nesse período o serviço perdeu mais 15% dos seus acessos no período.
- No que diz respeito ao STFC, embora o serviço esteja perdendo acessos, o HHI tem apresentado melhora, muito decorrente do aumento dos prestadores desse serviço.
- Ainda é preocupante o fato de o Grupo OI ser o único prestador informando acessos do STFC em 2.416 municípios, ou pouco mais de 43% dos municípios brasileiros.