

RELATÓRIO DE MONITORAMENTO DA COMPETIÇÃO

4º TRIMESTRE 2024

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 PERPECTIVAS	9
2. HHI – BANDA LARGA FIXA	10
2.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DA META ESTRATÉGICA.....	11
2.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS.....	12
2.3. OUTRAS PERSPECTIVAS	13
OUTROS ASPECTOS CONCORRENCIAIS	15
3. HHI - SEAC	15
3.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO ÍNDICE	15
3.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS	16
3.3. OUTRAS PERSPECTIVAS	17
4. HHI - STFC.....	18
4.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO ÍNDICE	18
4.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS	18
4.3. OUTRAS PERSPECTIVAS	20
5. PERSPECTIVA COMPARADA.....	22
6. ANUÊNCIAS.....	23
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25

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, 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 sob as perspectivas geográfica e temporal destes.

Adicionalmente são trazidas análises relacionadas ao Serviço de Acesso Condicionado (SeAC) e ao Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC). Embora sejam serviços cujas bases de clientes tenham observado redução nos últimos anos, sua importância para o setor 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. Também é apresentada uma breve análise decorrente do processo de escuta sobre temáticas competitivas relacionadas ao setor de telecomunicações e TICs.

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/acao-a-informacao/acoes-e-programas/planejamento-estrategico>

ANÁLISE DOS INDICADORES ESTRATÉGICOS RELACIONADOS À COMPETIÇÃO

Embora o relatório faça referência ao quarto trimestre de 2024 (4T24), 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 2024**. Portanto, a não ser que seja dito o contrário, quando referenciado 4T24, os dados de acessos dizem respeito ao mês de novembro de 2024.

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 2030 – 2031).

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 a uma **situação monopolística**. Nesse cenário uma “firma” ou prestadora, no caso

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.

concreto em estudo, retém toda participação do mercado, indicando o limite superior do índice HHI, o valor de “1” (BOFF; RESENDE, 2002)⁴.

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 capítulos.

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 coletados pela Anatel de acesso, número de prestadores e participação de mercado de cada uma delas, conforme divulgado em seu site <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos>.

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, a Anatel adotou, em sua visão estratégica, observar o comportamento do HHI sob o prisma nacional. O mercado de varejo de telefonia móvel observa alta concentração quando comparado a outros mercados de serviços de interesse coletivo, como veremos, comparativamente, adiante neste estudo⁵.

O mercado de telefonia móvel, atualmente, é constituído majoritariamente por três grandes prestadoras nacionais, que detinham 95,9% dos 262,8 milhões de acessos ativos no país ao final deste trimestre, ante 96% referente ao trimestre anterior.

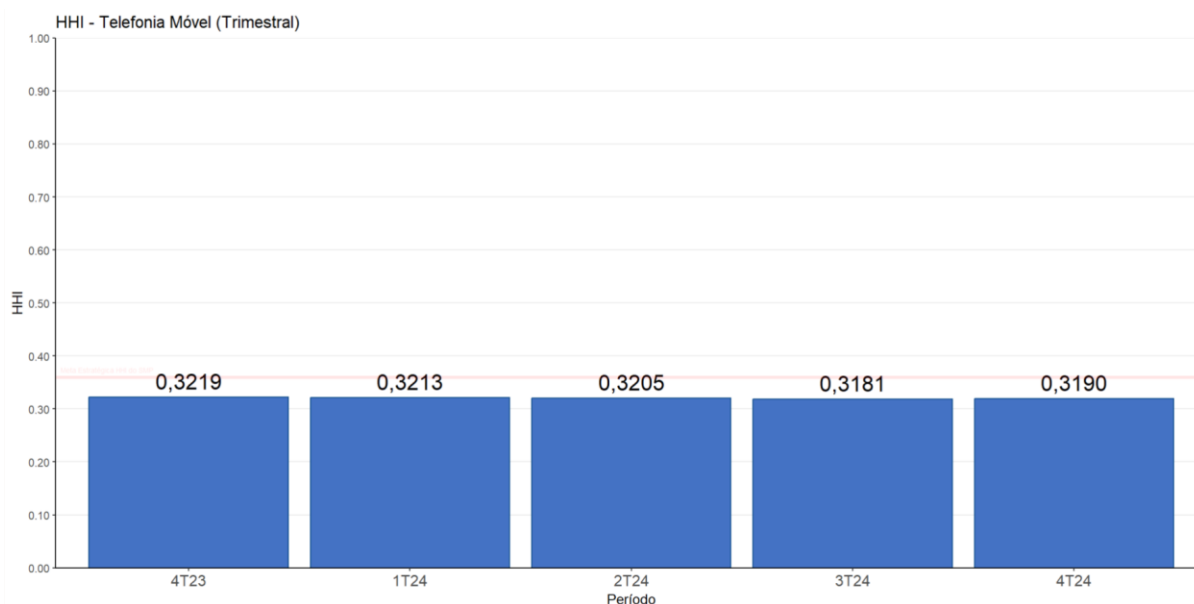
A liderança do mercado de telefonia móvel permanece detida pela Vivo/Telefônica (38,8%), Claro (33,53%) e TIM (23,58%), enquanto todas as demais prestadoras de telefonia móvel autorizados pela Anatel detêm **aproximadamente 4% deste mercado**.

Dada essa condição, a concentração desse mercado tende a ser elevada, variando pouco entre trimestres. Nota-se um quadro de quase estabilidade em patamar elevado, com pequeno decréscimo da concentração do mercado de telefonia móvel medido pelo HHI quando comparado com os últimos quatro trimestres, conforme demonstrado no gráfico a seguir.

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.

⁵ Em virtude do decréscimo do mercado de TV por Assinatura (SeAC) somada a concentração desse em um número restrito de empresas, verificou-se que o HHI desse mercado praticamente ultrapassou o do mercado de telefonia móvel, ambos com índices de concentração altos.

FIGURA 1
EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO HHI - TELEFONIA MÓVEL (ÚLTIMOS 12 MESES)



Conforme demonstrado no Gráfico anual acima, contemplando os últimos doze meses de avaliação, embora a concentração medida pelo HHI nacional seja elevada quando comparada a outros mercados de varejo de telecomunicações, sobretudo ao Mercado de Banda Larga Fixa, como veremos adiante, o “HHI – Telefonia Móvel” observado no 4T24 (0,3190) se manteve dentro da Meta Estratégica, em patamar inferior a **0,3594** conforme instituída no Plano Estratégico 2023 – 2027 da Anatel, tendo sido observado uma pequena melhoria da competição medido pelo indicador no período analisado.

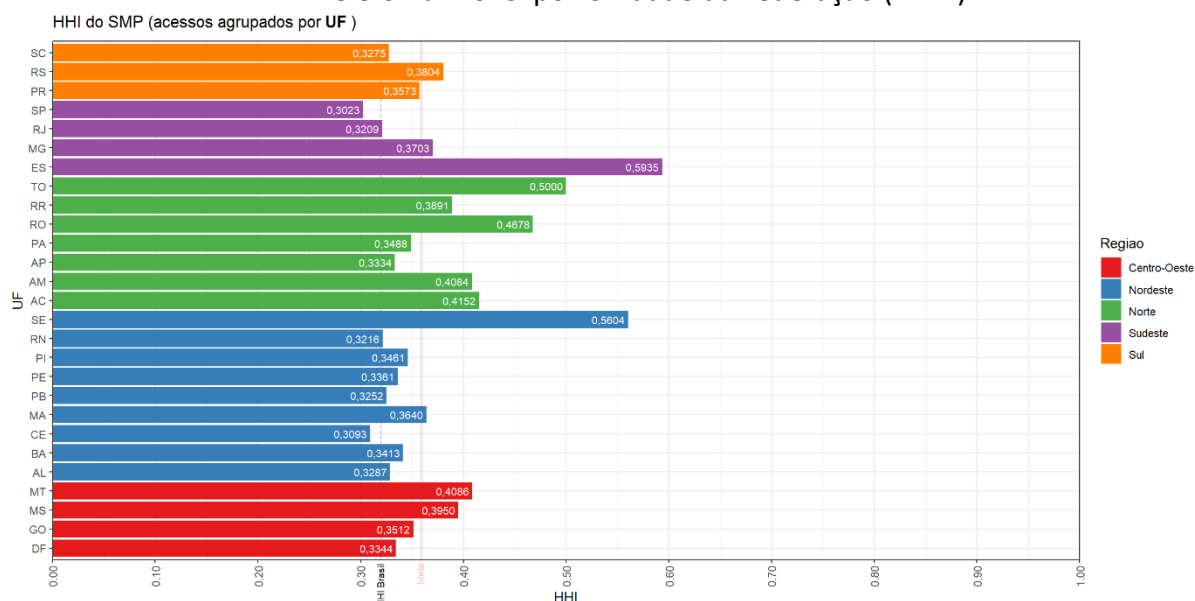
1.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS

As informações trazidas a seguir visam descrever o índice em seus diversos aspectos geográficos, complementares ao índice nacional apresentado, visando analisar granularidades menores como Regiões, Unidades da Federação (UF), Códigos Nacionais (CN) e até mesmo capitais ou municípios que mereçam destaque na análise.

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

Salienta-se, entretanto, que valores de HHI superiores a 0,3594, referência nacional conforme informado no Item 1.1, **não constituem 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 tem por finalidade auxiliar a centrar esforços em medidas regulatórias regionalizados visando o aumento da competição e seus efeitos positivos ao usuário sobre preços, qualidade dentre outros aspectos.

FIGURA 2
HHI - Telefonia Móvel por Unidade da Federação (4T24)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

No gráfico acima, como pode ser observado, são destacadas a meta estratégica nacional (“HHI Telefonia Móvel” de até 0,3594) e o HHI nacional observado neste 4T24 (0,3190), denominado “HHI Brasil”.

Como antes mencionado, a meta estratégica estabelecida pela Anatel tem sido cumprida. Embora nos últimos doze meses tenha havido melhoria no indicador de competição HHI – quanto menor melhor – como demonstra a Figura 1, neste mesmo período, entretanto, se tomarmos a mesma referência para avaliar as Unidades da Federação (UF), 12 (doze) UFs (45%) ficariam acima dessa referência, configurando maior concentração que aquela esperada em nível nacional. Aqui cabe observar o comportamento positivo do HHI em relação ao estado do **Paraná (PR)**, que no trimestre anterior estava acima da meta estratégica e neste ficou ligeiramente abaixo, enquanto o estado do **Maranhão (MA)** teve comportamento inverso.

Possuem concentração acima da Meta Estratégica estipulada pela Anatel 12 UFs (45%), ou seja, HHI superior a 0,3594:

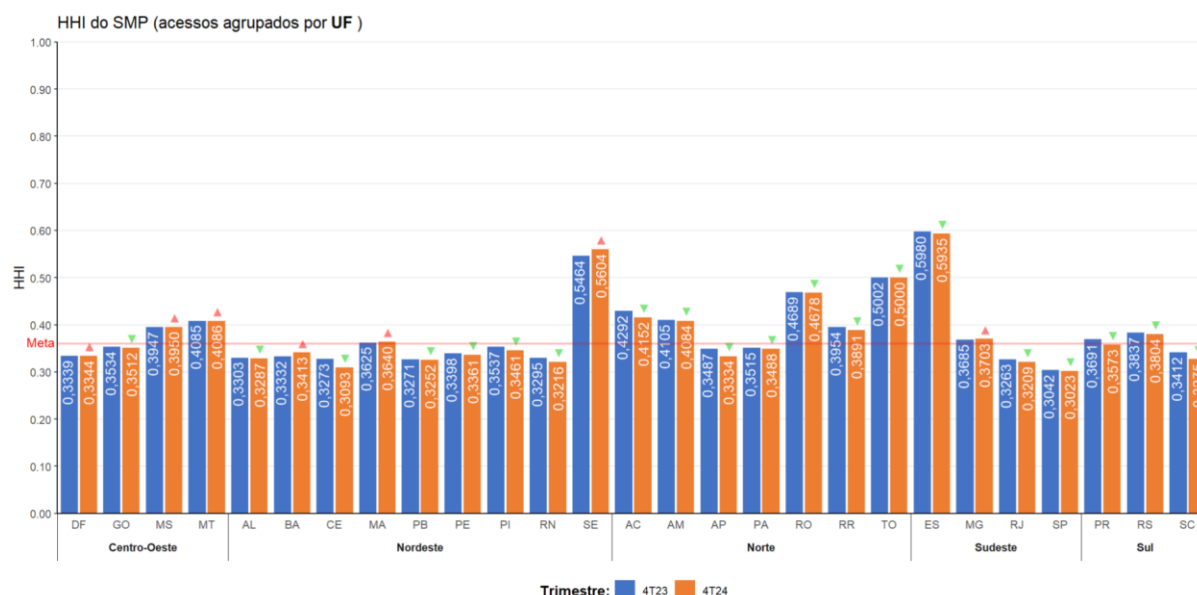
- Região Nordeste: Maranhão e Sergipe;
- Região Sudeste: Espírito Santo e Minas Gerais;
- Região Sul: Rio Grande do Sul;
- Região Norte: Acre, Amazonas, Roraima, Rondônia e Tocantins;
- Região Centro Oeste: Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

Os dados acima demonstram que a concentração de mercado de telefonia móvel não guarda relação clara com o desenvolvimento das regiões do país, embora se a maior concentração de no Mercado de Telefonia Móvel (SMP) se verificasse na Região Norte.

Passando para o indicador observado em nível nacional (“HHI Brasil”), assim como constantemente observado ao longo do ano de 2024, conforme consta em relatórios anteriores, quando comparamos o desempenho da competição nas UFs a esse indicador no 4T24, 25 (vinte e cinco) UFs superaram o HHI Brasil neste trimestre. **Ceará (HHI de 0,3093) e São Paulo (com HHI de 0,3023)** foram as únicas UFs que se mantiveram abaixo do indicador nacional observado no 4T24.

Ao longo de 2024, o desempenho de algumas UFs apresentou índices de concentração muito elevados mesmo para o padrão deste mercado, sendo constatado HHI igual ou superior a 0,5 no ES, SE e TO. No AC, AM, RO e MT apresentam HHI superior a 0,4. Conforme se observa, a Região Norte ainda é a aquela com maior número de Unidades da Federação (UF) acima da meta nacionalmente estabelecida (HHI = 0,3594), ainda que no último trimestre houve melhora (redução) no HHI de todas as UFs desta região, quando comparado com o 4T23

FIGURA 3
HHI – Telefonia Móvel Por UF (4T23 x 4T24)



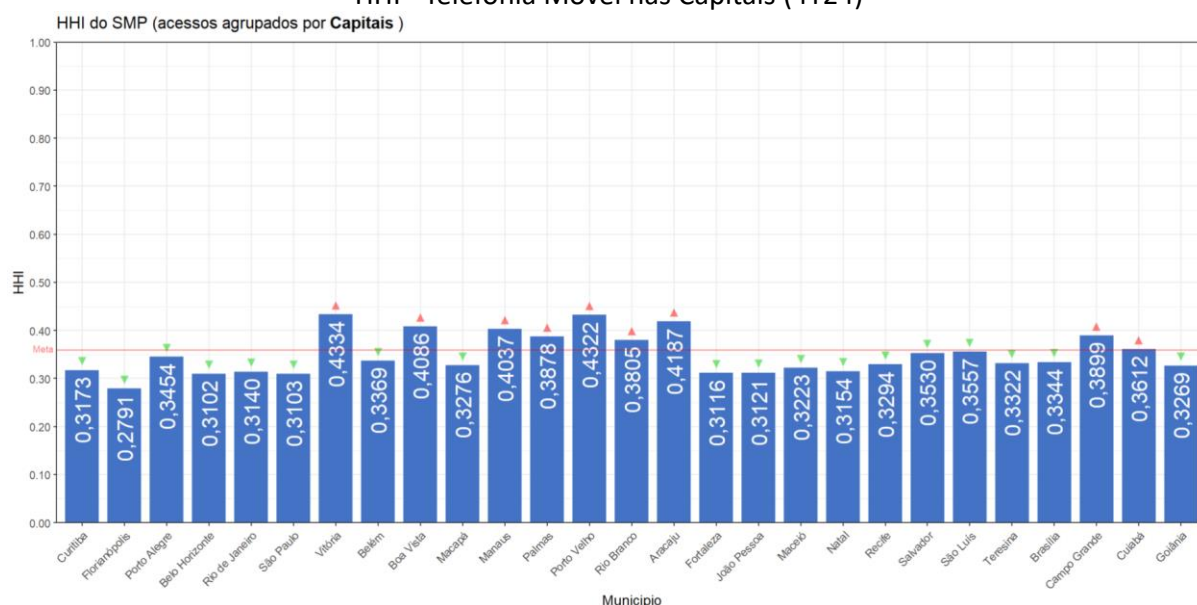
Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Ao longo de 2024, se compararmos a evolução do HHI – Telefonia Móvel entre o 4T23/4T24, conforme figura acima, concentrando a análise ainda no nível das Regiões e Unidades da Federação (UF), é possível observar uma melhora da competição em 20 (vinte) das 27 (vinte e sete) UFs do país, com aumento da concentração (crescimento do índice) em apenas 7 (sete) delas nos últimos 12 meses.

Chama a atenção, dentre as UFs com baixa competição, Sergipe (HHI = 0,5604) e, sobretudo, o Espírito Santo (HHI = 0,5935), que apesar de apresentarem melhora em relação ao 4T23, ainda possuem os menores níveis de competição no país medidos pelo HHI, tendo sido observado, mantendo-se neste trimestre índices próximos a 0,6.

No nível dos municípios, em especial, as capitais dos estados, o comportamento da concentração do mercado de telefonia móvel, ao contrário do que foi exposto até o momento para UFs, **foi observada uma menor concentração de mercado, como tendência melhoria do indicador – aumento do nível de competição – ao final do ano de 2024.**

FIGURA 4
HHI - Telefonia Móvel nas Capitais (4T24)

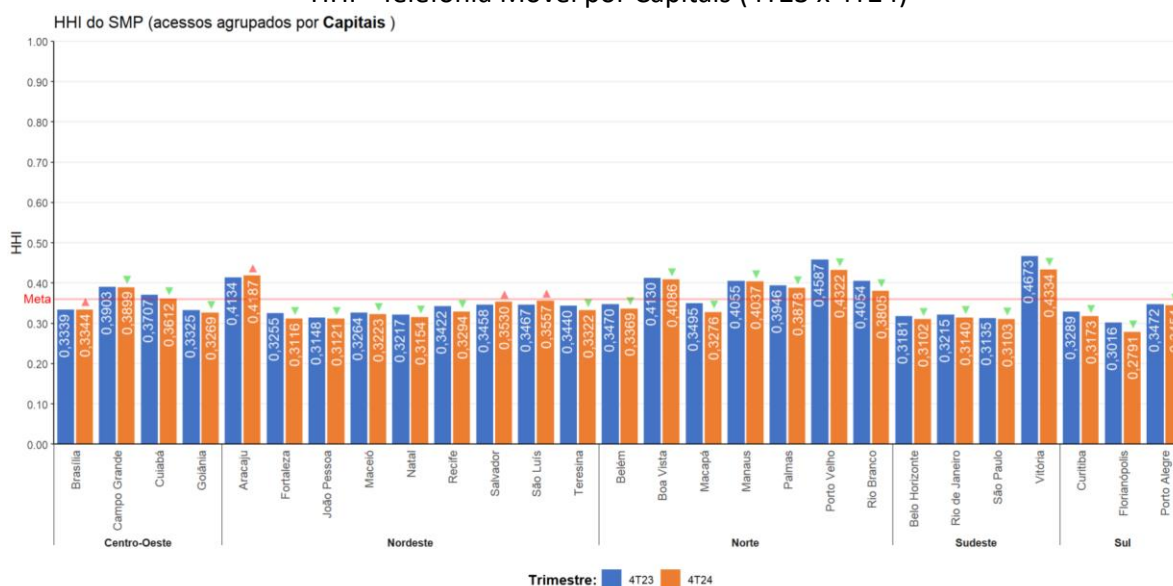


Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Ao final de 2024, se adotássemos como referência a Meta Estratégica ($HHI = 0,3594$) para as capitais do país, podemos observar apenas 9 (nove) capitais com HHI superior a essa referência, conforme demonstra a figura acima. Adicionalmente, observa-se na figura a seguir **melhora no indicador de grau de competição em 2024** (nos últimos doze meses, 4T23/4T24) em **18 (dezoito)** das 27 capitais (66%), ou seja, melhora no ambiente competitivo.

Consideramos como hipótese para explicar esse comportamento a existência de maior desenvolvimento e *renda per capita* maior nesses municípios e, portanto, uma maior concorrência local entre as três líderes no mercado de telefonia móvel, além da existência de prestadoras menores, regionais e MVNOs, que veem em nichos específicos oportunidades de atuação nas capitais.

FIGURA 5
HHI - Telefonia Móvel por Capitais (4T23 x 4T24)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

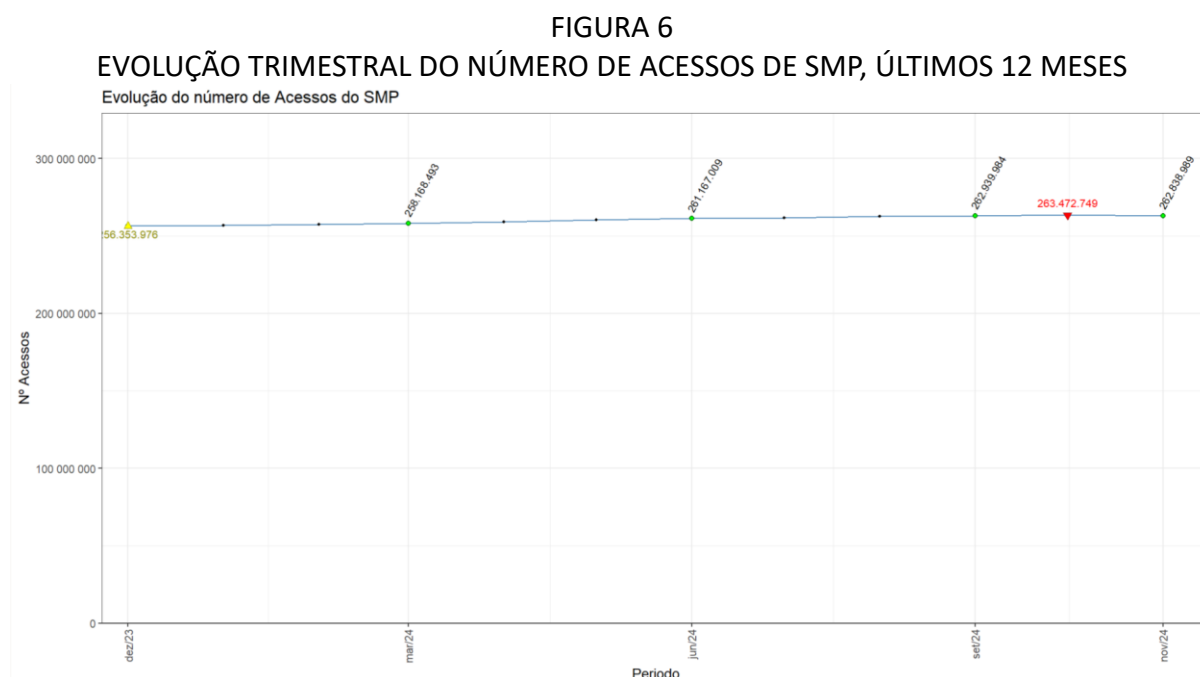
Por fim, como o HHI é uma medida ponderada entre o número de prestadoras e a concentração dos usuários entre as prestadoras em uma determinada área ou mercado, é possível compreender o fato do índice estar dentro da meta estratégica estabelecida pela Anatel, nacionalmente, apesar de um número significativo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

Ao final de 2024⁶, no 4T24 foram reportados 262,8 milhões de acessos à Anatel frente a 256,3 ao final de 2023, um incremento de, aproximadamente, 6,5 milhões de novos acessos nestes últimos doze meses (4T23/4T24), correspondente a 2,5% de crescimento da base.



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Retornando ao contexto da análise da **concentração de mercado**, embora o HHI seja a mais tradicional e conhecida forma de averiguar a estrutura do mercado presente na literatura, ela não é a única, existindo outras métricas que podem servir à mesma tarefa ou utilizadas de forma complementar a análise por meio do HHI⁷.

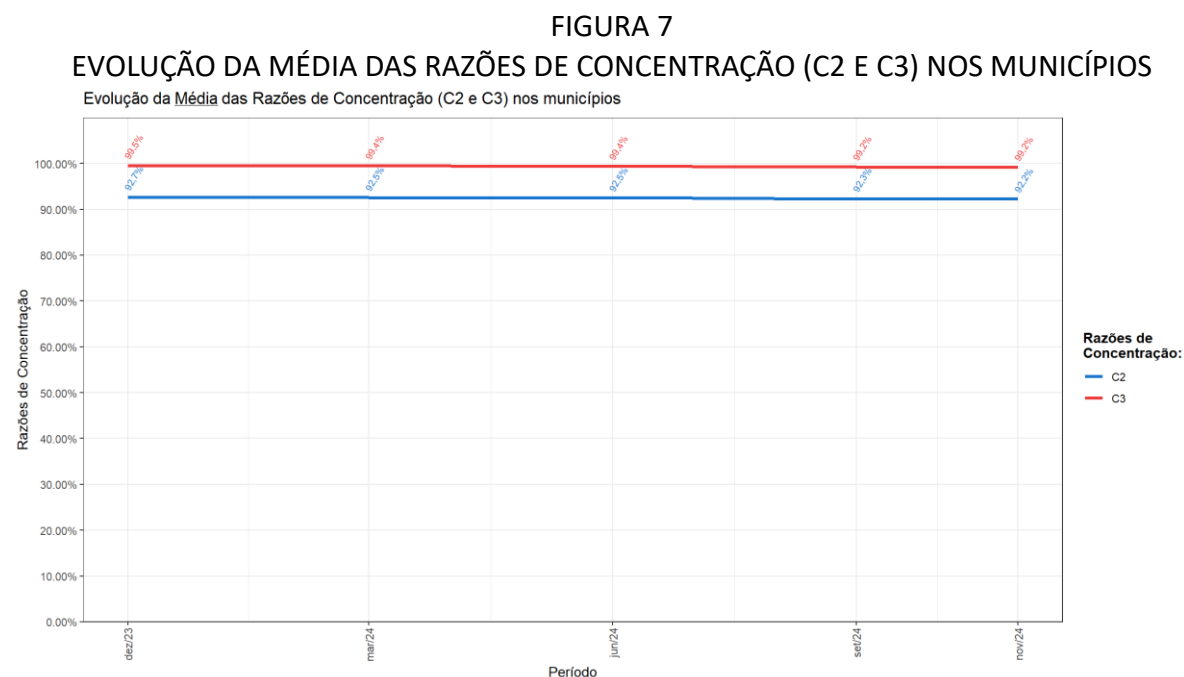
Neste contexto, utilizamos a Razão de Concentração (C) que, embora não seja utilizada como meta estratégica pela Anatel, é uma das diversas formas de se avaliar a concentração de

⁶ Dados mais recentes de acesso à época da elaboração do relatório são de novembro de 2024.

⁷ A título de exemplo, citamos: 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).

mercado. A Razão de Concentração (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 da 2ª e 3ª prestadoras com maior *Market Share*, respectivamente, nesse mercado.

No caso particular do mercado de telefonia móvel no Brasil, para avaliar como os municípios brasileiros estão em relação a C2 e C3, é apresentada abaixo a evolução da média das Razões de Concentração dos municípios brasileiros ao longo do tempo.



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Como é possível observar, como três grandes grupos são dominantes neste mercado em nível nacional, isso também se reflete no nível municipal, com a C3 média, historicamente, nunca apresentando valores inferiores a 99% no período avaliado. Outro aspecto preocupante se refere a C2 média que, em nenhum dos períodos avaliados, foi inferior a 92%. Isso demonstra o quanto a realidade de competição municipal diverge da nacional.

2. HHI – BANDA LARGA FIXA

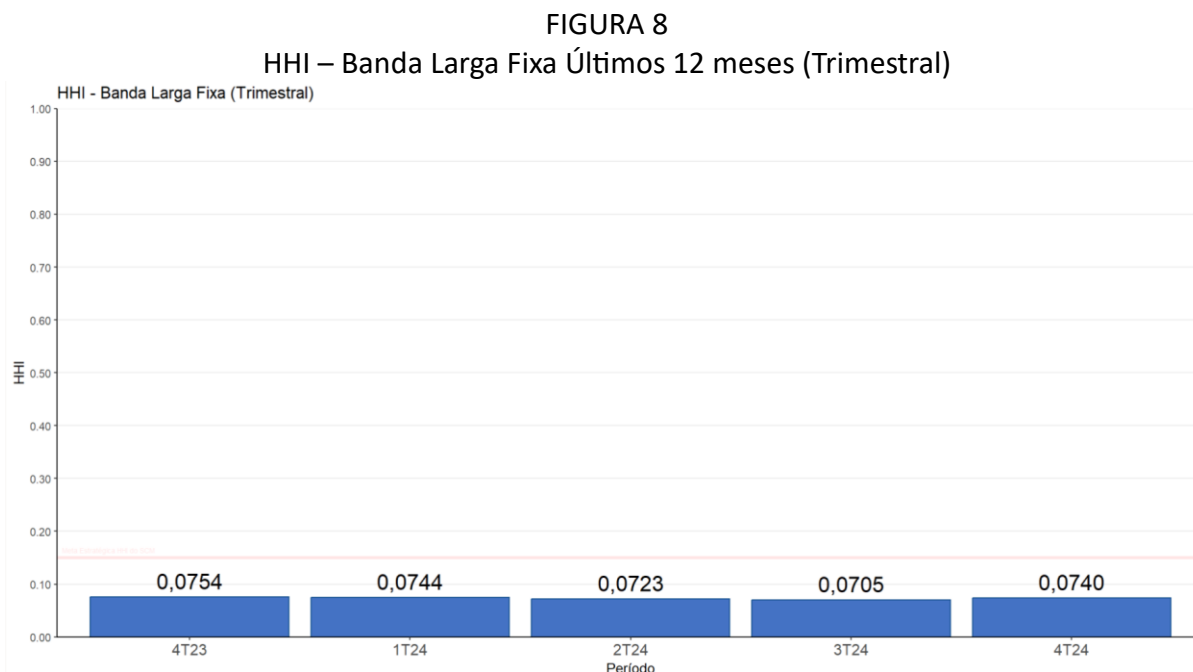
O HHI – Banda Larga Fixa visa mensurar de forma ponderada as concentrações do mercado de banda larga fixa a nível nacional, assim como realizado no HHI – Telefonia Móvel. Ambos são componentes das Metas Estratégicas da Anatel para o período de 2023 a 2027. Para tanto, são utilizados os dados de acesso coletados pela Anatel, conforme divulgado em seu site na Internet no momento de elaboração deste relatório⁸.

Na elaboração do Planejamento Estratégico, a Anatel estabeleceu como meta para esse indicador que ele seja mantido em patamar **inferior a 0,1500** até 2027.

⁸ <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos>

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:



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Observa-se que ao longo de 2024, mais especificamente, nos últimos quatro trimestres (4T23 a 4T24), redução tímida do indicador, muito em função do “HHI - Banda Larga Fixa” se encontrar em patamar extremamente baixo, pois reflete o mercado mais desconcentrado e com maiores níveis de concorrência dentre os serviços de telecomunicações de interesse coletivo. Note-se, entretanto, que a contínua redução do índice HHI – Banda Larga Fixa foi interrompida neste trimestre, sendo observado pequeno incremento do indicador no último trimestre de 2024, ficando em patamar compatível com o 1T24.

Nem mesmo movimentos de Fusões e Aquisições (M&A), com vistas a uma eventual consolidação deste Mercado de Varejo de Banda Larga Fixa, muitos deles analisados na Superintendência de Competição, como destacamos na seção **6. ANUÊNCIAS** deste relatório, tiveram o condão de concentrar e reduzir, ao menos até o momento, a competição nesse segmento sob o ponto de vista nacional.

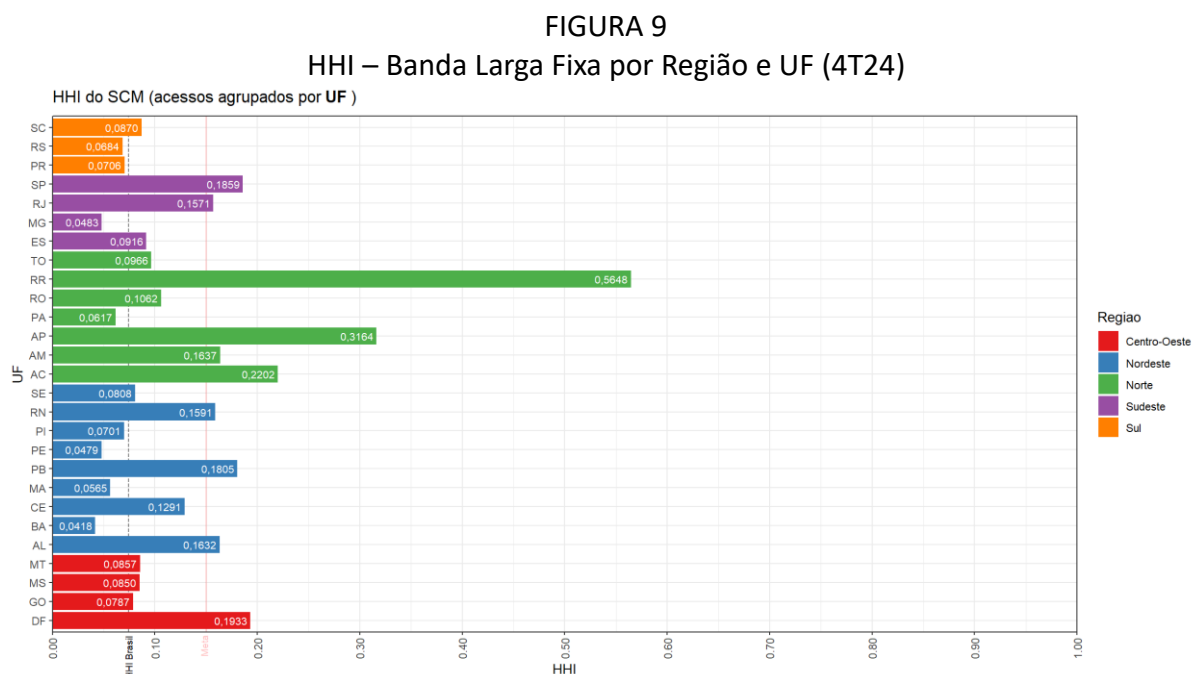
Além da análise exclusiva do indicador de HHI no formato acompanhado pela Anatel, ou seja, a nível nacional, também é interessante observarmos qual é o comportamento desse índice com outras conformações, seja sob a perspectiva geográfica ou outras de interesse desse estudo como veremos a seguir.

Sob a ótica infranacional, verificando a dinâmica competitiva nas Regiões, Unidades da Federação (UF) e municípios (capitais), veremos que **algumas áreas, pontualmente, destoam do comportamento nacional.**

Embora não comprometa a meta institucionalmente almejada, a avaliação em granularidades menores é importante, como afirmado introdutoriamente no relatório, para identificarmos áreas com menor competição no país ou, eventualmente, áreas cujo impacto de M&A possam 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 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 Unidades da Federação (UFs), o mercado de Banda Larga Fixa apresenta concentração superior tanto à Meta Estratégica estabelecida pela Anatel nacionalmente (HHI: Banda Larga Fixa < 0,1500), quanto ao índice nacional de 0,0740 verificado no 4T24. Abaixo apresentamos o HHI nas UFs.



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

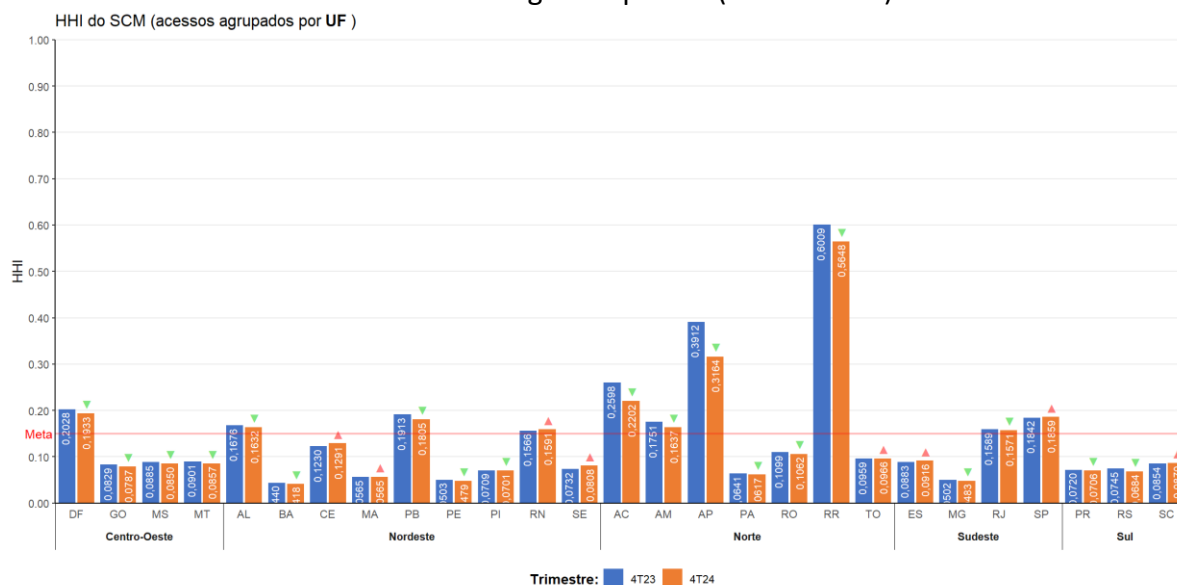
Ao final de 2024, conforme observamos do gráfico acima, 10 (dez) dos 27 (vinte e sete) estados brasileiros apresentaram índice HHI – Banda Larga Fixa superior à Meta Estratégica nacional⁹, com destaque para a concentração neste mercado nos estados do Amapá (AP), Acre (AC) e, sobretudo, Roraima (RR), todos na Região Norte.

A concentração observada nas unidades da federação acima destacadas também pôde ser notada em outras regiões, como o Distrito Federal (DF), Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP). Todos os três, caracterizados como estados com infraestrutura de telecomunicações mais desenvolvida. Tais UFs apresentaram concentração no mercado de Banda Larga Fixa, com o índice HHI superior à meta institucional e ao HHI Nacional observado no 4T24.

⁹ Como informado introdutoriamente, reforçamos que a meta institucional é aquela apurada nacionalmente. Portanto, eventuais valores de HHI nas Regiões, Unidades da Federação ou municípios que sejam superiores ao valor estipulado para o HHI – Banda Larga Fixa no Brasil não configuram descumprimento de meta institucional.

Adicionalmente, conforme detalha a Figura 10 a seguir, a partir da análise das informações ali contidas, é possível observar um crescimento (piora) da concentração desse mercado em 8 (oito) das 27 (vinte e sete) UFs, com crescimento do HHI nos últimos doze meses, entre o 4T23 e o 4T24.

FIGURA 10
HHI – Banda Larga Fixa por UF (4T23 x 4T24)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Sobre a figura acima, destacamos alguns pontos:

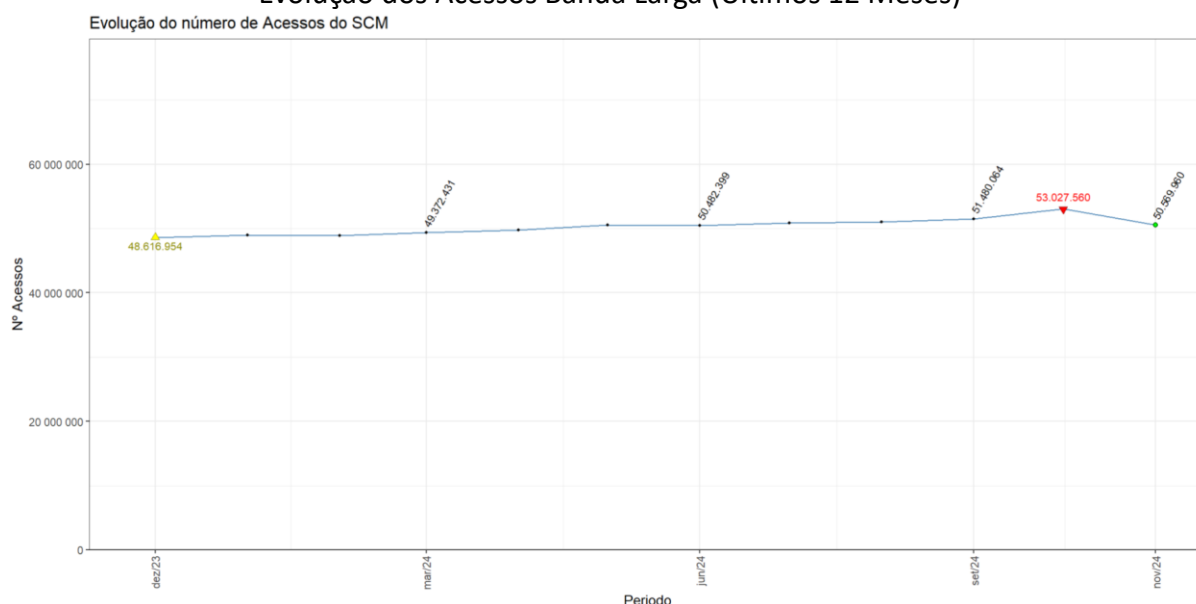
- Na Região Norte, Roraima (RR), apresenta elevado índice de concentração de mercado na Banda Larga Fixa, muito superior aos demais estados da federação, com desconcentração discreta nos últimos doze meses, quando o HHI voltou a ficar abaixo de 0,600, embora ainda em patamar muito elevado (0,5648), ainda bem distante do HHI Nacional (0,0740). Interessante observar que todos os estados da Região Norte, com exceção de Tocantins, apresentaram redução do HHI ao final de 2024 (4T24).
- Os estados de São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Distrito Federal (DF), possuem indicador superior à Meta Estratégica Nacional, ou seja, maior concentração de mercado que àquele almejado pela agência no âmbito nacional. Além de estar acima da Meta Estratégica Nacional, São Paulo ainda apresentou crescimento da concentração neste mercado nos últimos doze meses, movimento em contramão ao Distrito Federal e Rio de Janeiro, que apresentaram melhora (redução) no HHI no 4T24 quando comparado ao 4T23.

2.3. OUTRAS PERSPECTIVAS

Neste item realizamos algumas avaliações complementares àquelas realizadas até o momento.

Primeiro, conforme demonstra a Figura abaixo, o crescimento no número de assinantes de banda larga fixa aumentou nos últimos doze meses (4T23 a 4T24), agregando a sua base quase 2 milhões novos assinantes, um crescimento de pouco mais de 4%. No entanto, esse bom desempenho observando na janela de doze meses, não se observa na comparação ao último trimestre. Em relação ao 3T24 o mercado de banda larga fixa perdeu mais de 900 mil assinantes, representando uma queda de quase 2% entre 3T24 e 4T24.

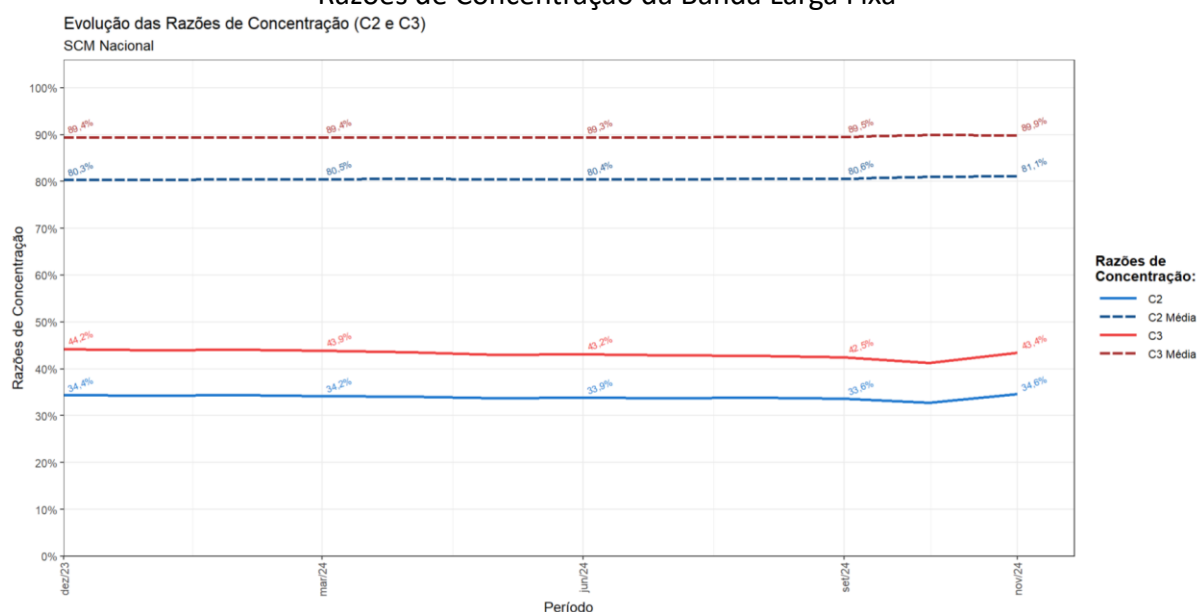
FIGURA 11
Evolução dos Acessos Banda Larga (Últimos 12 Meses)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Um segundo ponto a ser destacado, assim como realizado para o Mercado de Varejo de Telefonia Móvel, é a análise da Razão de Concentração (C ou CR) que, conforme descrito anteriormente, trata-se de 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 12
Razões de Concentração da Banda Larga Fixa



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

A análise do C2 e C3 evidencia a manutenção, em **patamares elevados, da média das razões de concentração nos municípios**, reforçando o desafio repetir o elevado grau de competição observado nacionalmente para o nível municipal.

OUTROS ASPECTOS CONCORRENCIAIS

3. HHI- SEAC

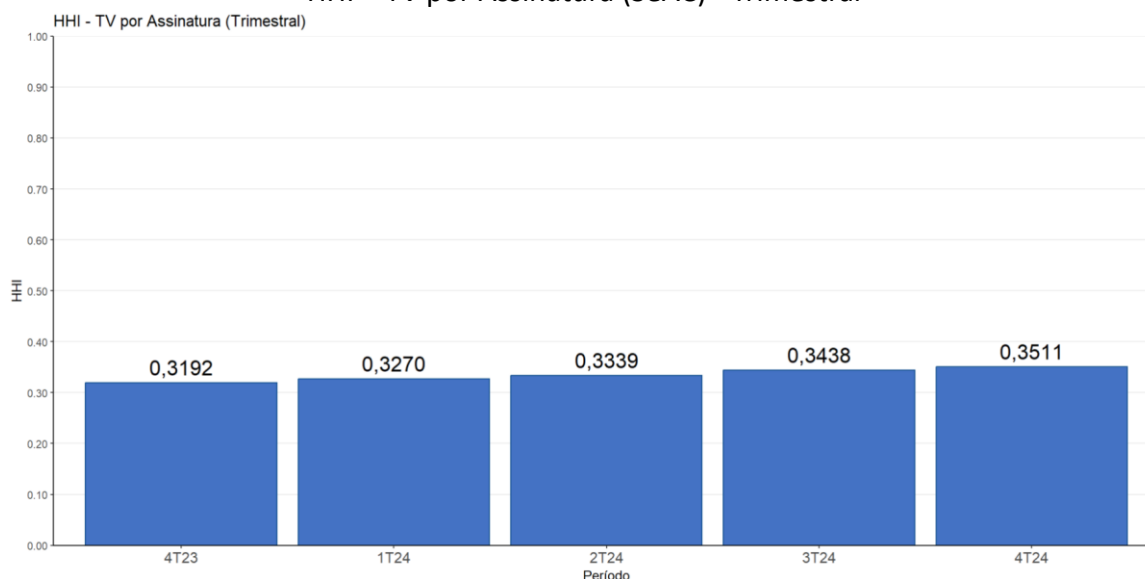
Nas últimas edições do Relatório de Monitoramento da Competição adicionamos ao relatório a análise do HHI do Serviço de Acesso Condicionado – SeAC, mercado de TV por Assinatura ou TV Paga, como conhecido pelo público amplo.

3.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO ÍNDICE

Embora seja um segmento com um número razoável de *players*, 138 (cento e trinta e oito) prestadoras com assinantes¹⁰, apresenta uma concentração significativa a nível nacional, se aproximando, por exemplo, àquela verificada no mercado de telefonia móvel que, por sua vez, possui um número bem menor de prestadores.

Esse cenário fica evidenciado ao observamos a concentração dos usuários nas líderes de mercado: Claro (50,6%), Sky¹¹ (28,6%) e Vivo (8,4%), que concentravam 87,6% dos usuários ao final do 4T24. Consequentemente, o HHI – SeAC nacional é elevado, **tendo apresentado inclusive crescimento nos últimos 12 meses, evoluindo de 0,3192 (4T23) para 0,3511 (4T24)**, aumento de quase 10%, reflexo da concentração crescente no SeAC, ultrapassando, inclusive, a concentração do mercado da telefonia móvel, como veremos adiante em perspectiva comparada.

FIGURA 13
HHI – TV por Assinatura (SeAC) - Trimestral



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

¹⁰ <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/tv-por-assinatura>

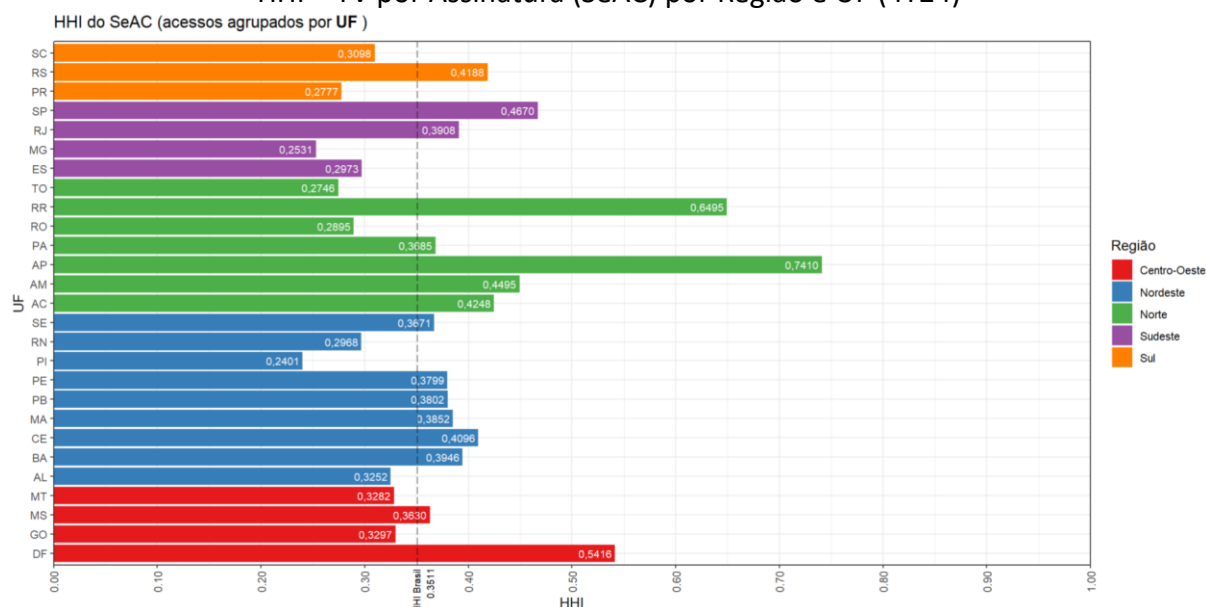
¹¹ Embora nas informações de acessos da Anatel atualmente seja feita referência ao Grupo SKY como SKY/AT&T, a AT&T não mais integra o rol de controladores das empresas do Grupo SKY conforme processo [53500.053703/2021-07](https://www.anatel.gov.br/Processos/53500.053703/2021-07).

3.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS

Como a Anatel não estabeleceu uma Meta Estratégica para o HHI – TV por Assinatura (SeAC), assim como realizado para os mercados de telefonia móvel e banda larga fixa, adotamos como referência para a avaliação do HHI do SeAC nas Unidades da Federação (UFs), Códigos Nacionais (CNs) e Capitais o **índice nacional desse segmento observado ao final do 4T24**, qual seja, **HHI de 0,3511**.

Mesmo o HHI nacional do SeAC podendo ser considerando elevado, observar-se na Figura a seguir que 16 (dezesesseis) Unidades da Federação (UFs) possuíam concentração de mercado acima daquela observada em nível nacional neste segmento. Essa concentração é notadamente mais elevada nos estados do Amapá (AP), Roraima (RR) e no Distrito Federal (DF), onde foram constatados HHI superiores a 0,5; fato este observado também em edições anteriores deste relatório trimestral.

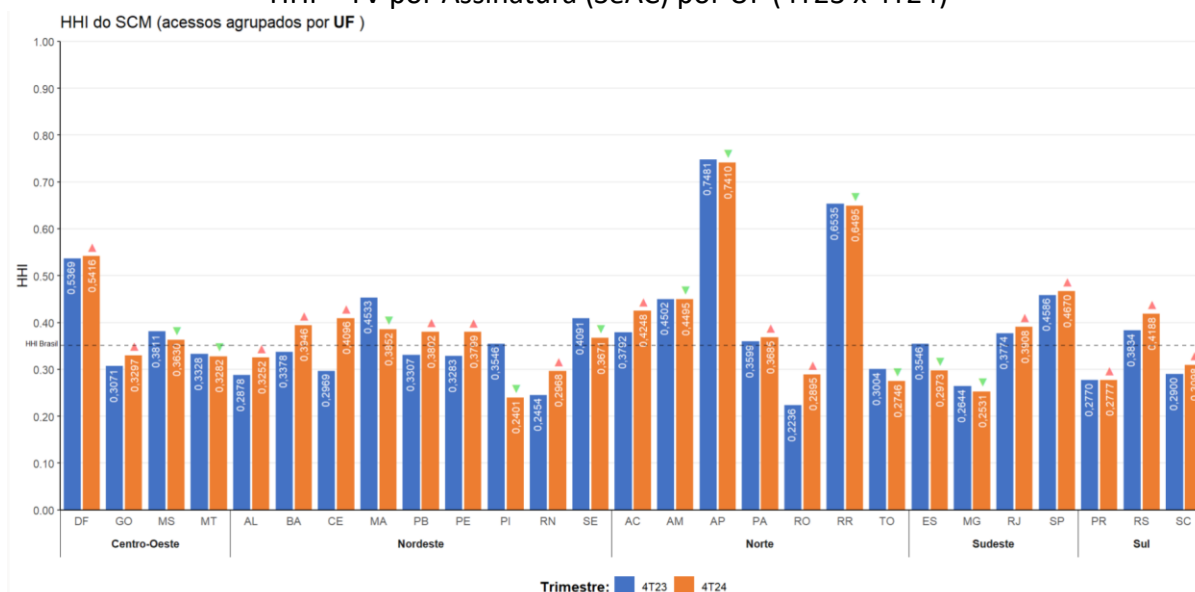
FIGURA 14
HHI – TV por Assinatura (SeAC) por Região e UF (4T24)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Não obstante o setor ser caracterizado, dentre os serviços coletivos analisados neste relatório, como um dos mais concentrados, em 2024 - ao longo dos últimos doze meses -, apresentou um crescimento maior dessa concentração, tanto nacionalmente, como descrito anteriormente, como em um conjunto de 16 (dezesesseis) UFs, mais da metade destas, quando comparamos os índices do 4T23 e 4T24, ilustrados na Figura a seguir.

FIGURA 15
HHI – TV por Assinatura (SeAC) por UF (4T23 x 4T24)



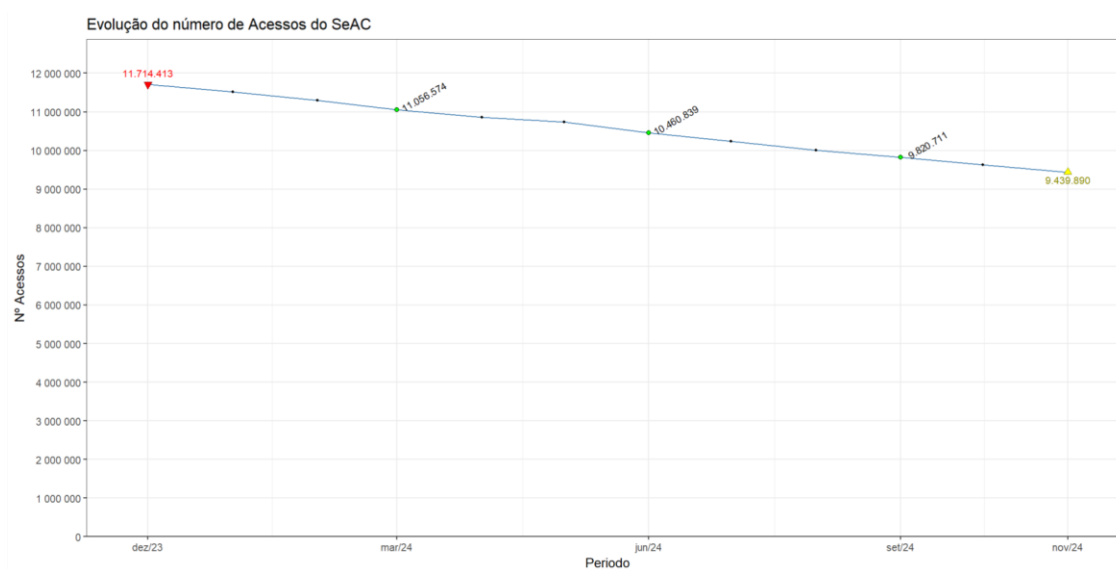
Fonte: Anatel. Elaboração própria.

3.3. OUTRAS PERSPECTIVAS

Embora o HHI do segmento de TV por Assinatura (SeAC) não seja uma meta estratégica acompanhada pela Anatel, segue sendo um mercado de suma importância, demonstrado pelo número de acessos do serviço, terminando o ano com algo em torno de 9,4 milhões de acessos.

No período de um ano, houve um decréscimo significativo de quase **20%**, ou uma **perda de mais de 2,2 milhões** de usuários em sua base, apresentando o maior declínio de base dentre os serviços de interesse coletivo, em boa medida explicada pela **concorrência com serviços de streaming**.

FIGURA 16
Evolução dos Acessos de TV por Assinatura (SeAC) nos últimos 12 meses



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

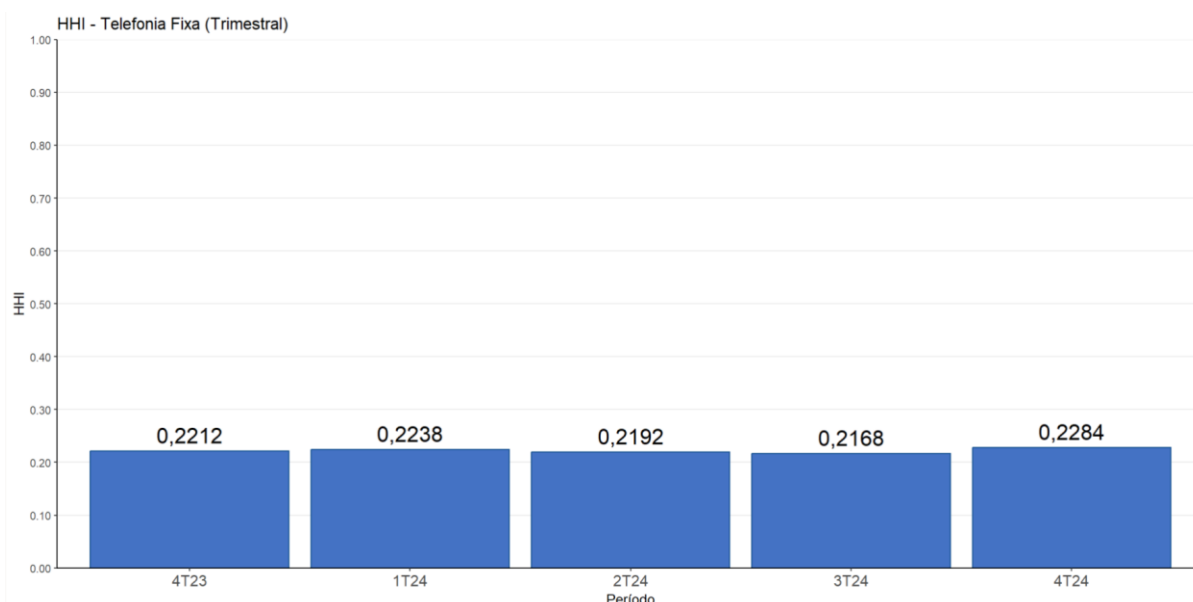
4. HHI- STFC

O HHI – Telefonia Fixa¹² não é uma meta estratégica acompanhada pela Anatel e, muito embora seja um segmento que esteja perdendo usuários há anos, seus números permanecem significativos, como veremos no item 4.3 deste relatório.

4.1. EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO ÍNDICE

Ao final de 2024, o HHI – Telefonia Fixa observou, também, um aumento do indicador ou um crescimento da concentração desse segmento, passando de um HHI de 0,2212 (4T23) para 0,2284 (4T24) nos últimos doze meses.

FIGURA 17
HHI – Telefonia Fixa (Trimestral)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

4.2. PERSPECTIVAS GEOGRÁFICAS

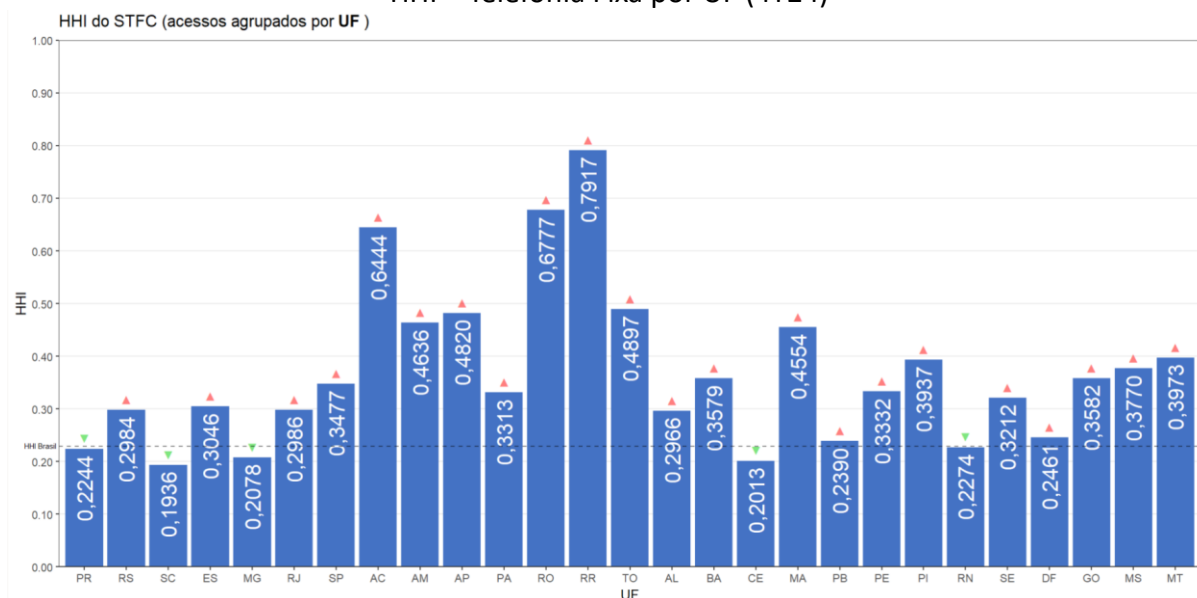
Assim como no HHI – TV por Assinatura (SeAC), a Anatel não instituiu uma Meta Estratégica para o HHI – Telefonia Fixa. Portanto, a título de comparação para análise de Unidades da Federação (UF), adotamos como referência o HHI do segmento aferido nacionalmente no 4T24 (HHI = 0,2284), denominado nas figuras “HHI Brasil”.

Assim, dentre as 27 (vinte e sete) UFs, **apenas 5 (cinco) possuíam, ao final do 4T24, HHI inferior àquele observado nacionalmente**, ou seja, uma menor concentração comparada à

¹² Assim como salientamos em relação ao Serviço de Acesso Condicionado – SeAC, destacamos que o Serviço Telefônico Fixo Comutado – STFC compõe um mercado mais amplo, o Mercado de Varejo de Voz, que inclui serviços móveis de 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.

média nacional do segmento: Paraná (PR), Santa Catarina (SC), Minas Gerais (MG), Ceará (CE) e Rio Grande do Norte (RN), conforme apontado no gráfico a seguir.

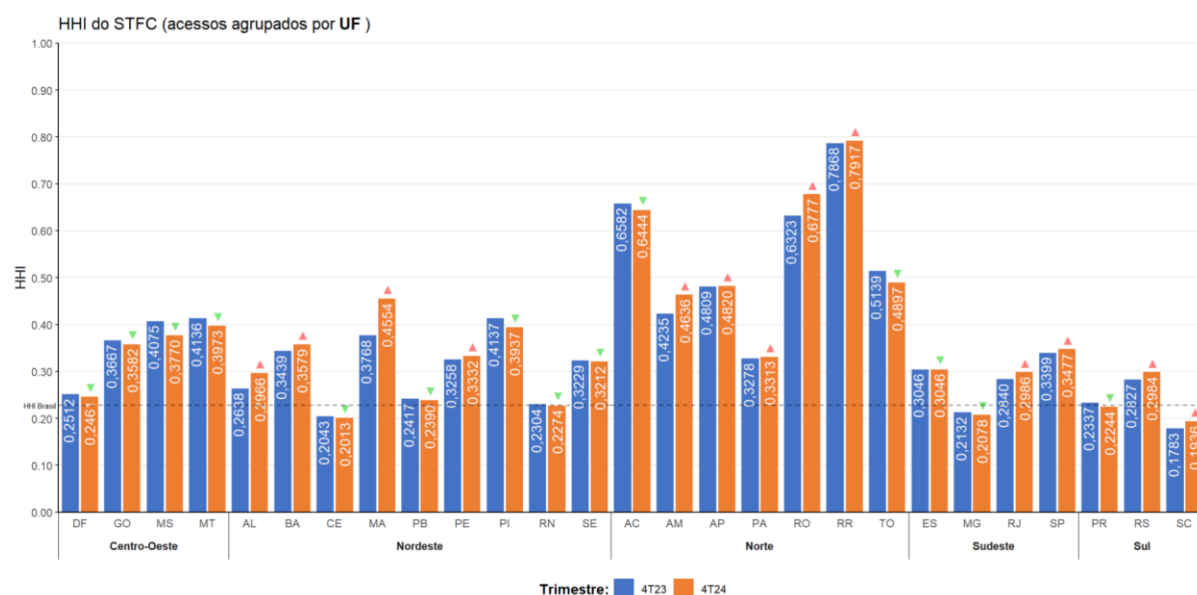
FIGURA 18
HHI – Telefonia Fixa por UF (4T24)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Quanto a evolução do HHI – Telefonia Fixa nos últimos doze meses, conforme foi percebido a nível nacional, o HHI nas UFs apresentou crescimento no índice, com concentração desse segmento em 13 das 27 UFs (48,1%), conforme se depreende da figura a seguir.

FIGURA 19
HHI – Telefonia Fixa por UF (4T23 x 4T24)



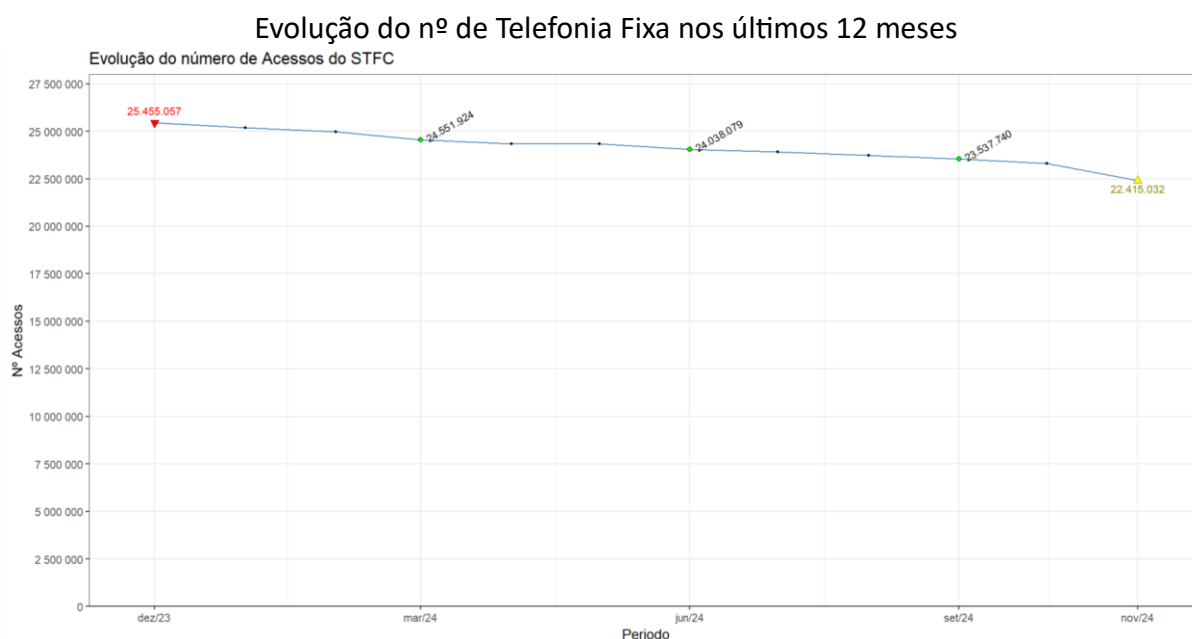
Fonte: Anatel. Elaboração própria.

4.3. OUTRAS PERSPECTIVAS

Conforme observado na introdução da Seção 4, embora seja um segmento que vem perdendo usuários há anos, seus números permanecem significativos tanto em número de prestadoras em operação quanto em número de acessos em serviço, em especial, em regiões onde o acesso à internet fixa e móvel são reduzidas: ao final do 4T24, a telefonia fixa contava com pouco mais de 22,4 milhões de acessos, conforme ilustrado na Figura a seguir.

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 fixa no país permanece sendo utilizada por, aproximadamente, 62,5 milhões de usuários.

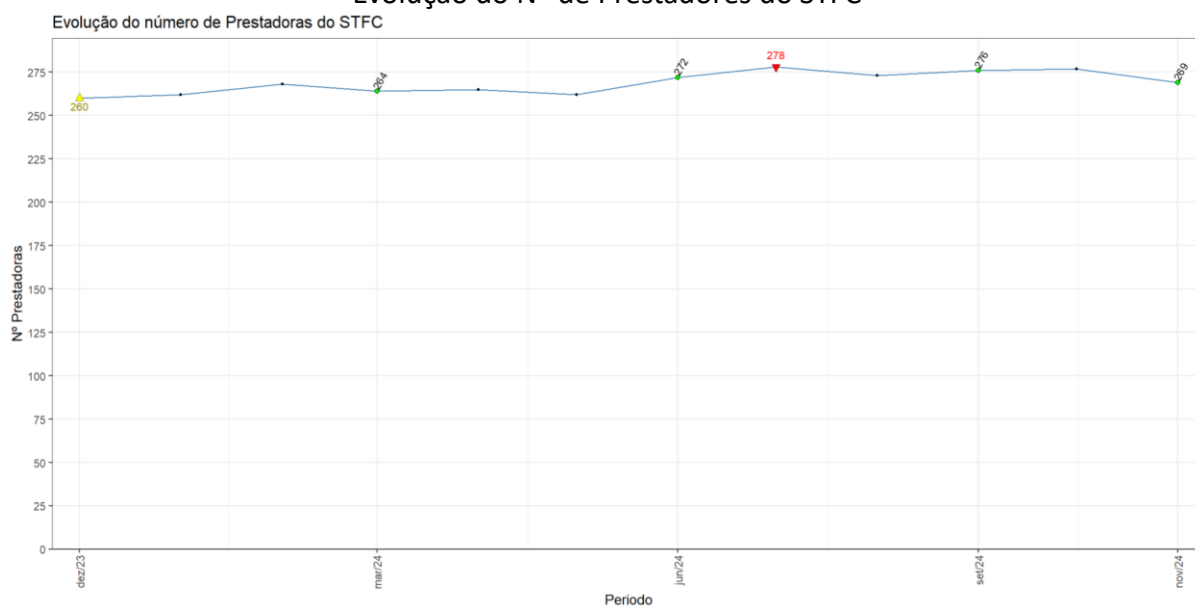
FIGURA 20



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Ao final de 2024 destaca-se que, embora seja um serviço que tenha apresentado declínio no total de acessos, o número de prestadoras outorgadas que reportam dados à Anatel cresceu nos últimos doze meses – de 260 (4T23) para 269 (4T24) prestadoras, efeito associado à formação de ofertas conjuntas por PPPs.

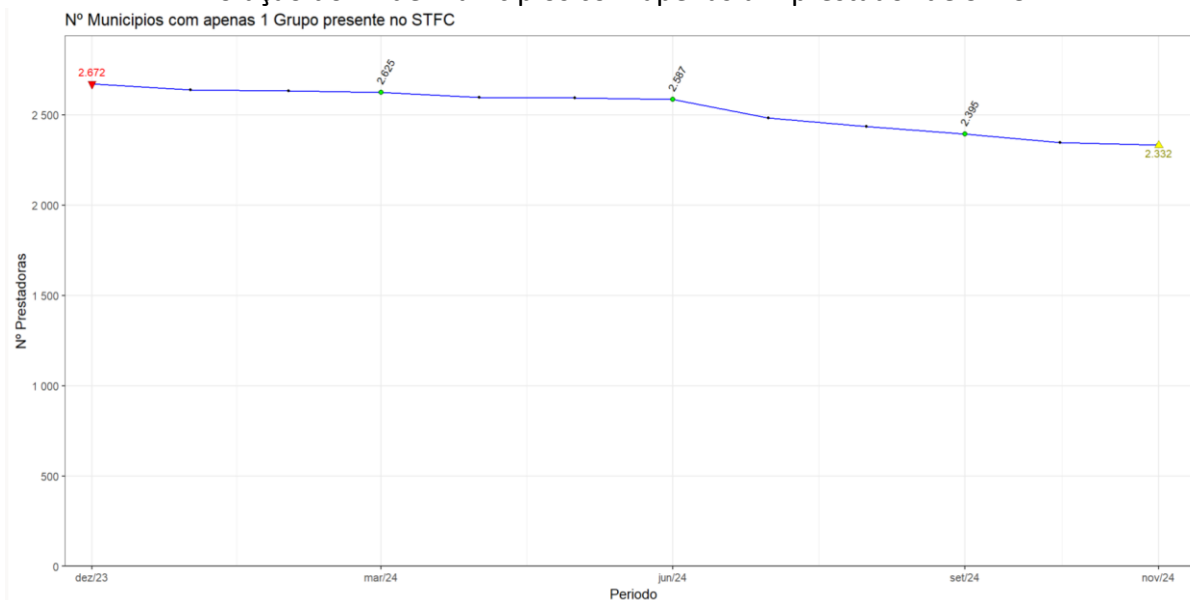
FIGURA 21
Evolução do Nº de Prestadores do STFC



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Foi observada, também, uma diminuição do número de municípios com apenas um prestador reportando acessos à Anatel nos últimos 12 meses: atualmente 2.332, aproximadamente **42% dos municípios** brasileiros.

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

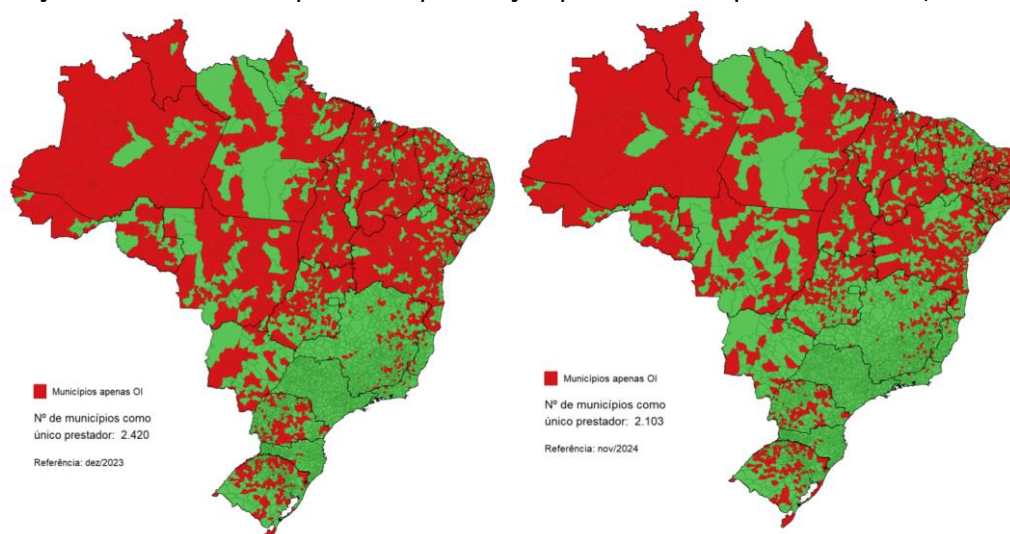


Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Outro aspecto, não relacionado estritamente à competição, embora de suma importância, é que desses 2.332 municípios com apenas uma prestadora de telefonia fixa, o Grupo OI, representa representava, ao final de 2024, 2.103 deles, ou seja, mais de 90%, conforme assinalado em vermelho na figura a seguir.

FIGURA 23

Evolução do nº de municípios com presença apenas do Grupo OI no STFC (4T23 x 4T24)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

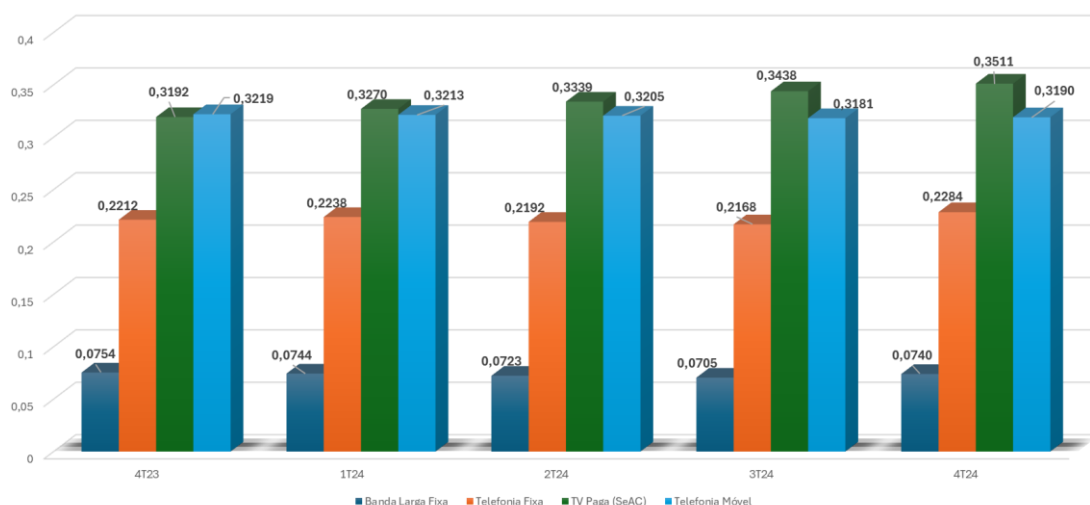
5. PERSPECTIVA COMPARADA

Por fim, é apresentada uma visão comparativa da concentração de mercado dos quatro serviços de varejo discutidos no presente relatório: Mercado de Telefonia Móvel, Mercado de Banda Larga Fixa, segmento/setor de TV por Assinatura (SeAC) e segmento/setor de Telefonia Fixa (STFC).

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, de forma preocupante, da meta estipulada pelo Plano Estratégico da Anatel (2023-2027).

FIGURA 24
Mercados de Varejo em Perspectiva Comparada



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

6. ANUÊNCIAS

Anuência Prévia é o instrumento pela qual a Anatel autoriza que determinada Empresa ou Grupo Econômico possa realizar operações societárias que resultem na alteração de controle das prestadoras de serviços de telecomunicações ou de suas autorizações.

Nesse sentido, deverá ser submetida previamente à Anatel alteração que possa vir a caracterizar transferência de controle, quando as partes envolvidas na operação se enquadrarem nas condições dispostas no [art. 88 da Lei nº 12.529](#), de 30 de novembro de 2011, ou quando a operação envolver concessionária, permissionária ou autorizatória cuja outorga de serviços decorra de procedimento licitatório.

Importante observar que antes de uma análise do caso concreto, não é razoável concluir se a modificação no cenário competitivo decorrente dessa operação societária causará efeitos positivos ou negativos para o mercado e/ou para a sociedade em geral. Os diversos cenários competitivos que podem surgir em razão de uma operação societária são avaliados individualmente com o fim de verificar potenciais prejuízos à livre, ampla e justa competição.

Como base nesses critérios, no quarto trimestre de 2024 foram analisados ou estão em fase de análise **4 (quatro) Requerimentos de Anuência Prévia**. Destes Requerimentos, dois se referem a pedidos de prorrogação¹³ do prazo de 180 (cento e oitenta) dias da vigência das anuências concedidas. Os outros dois requerimentos correspondem a transferências de controle.

Com relação aos requerimentos de anuência prévia para transferência de controle tem-se a transferência de controle da Atex Net Telecomunicações Ltda.¹⁴, inscrita no CNPJ nº

¹³ Processo nº [53500.043774/2023-55](#) e [53500.040622/2023-09](#).

¹⁴ Processo nº [53500.078373/2024-05](#).

31.296.054/0001-70, para a DB3 Serviços de Telecomunicações S.A., inscrita no CNPJ nº 41.644.220/0001-35., anuência concedida por meio do Ato nº 15044, de 22 de outubro de 2024.

Ainda com relação aos requerimentos de anuência prévia para transferência de controle, destaca-se o requerimento¹⁵ formulado por OI S.A. (OI) - Em Recuperação Judicial, inscrita no CNPJ sob o nº 76.535.764/0001-43, e Client Co Serviços de Rede Nordeste S.A. (ClientCo), inscrita no CNPJ sob o nº 53.420.564/0001-40, com objetivo é a transferência de controle da segunda para a V.TAL – Rede Neutra de Telecomunicações S.A. (V.tal), inscrita no CNPJ sob o nº 02.041.460/0001-93. A Anuência foi concedida pelo [Ato nº 54, de 3 de janeiro de 2025](#).

A ClientCo é composta por 100% das ações de emissão da SPE ClientCo, para cujo capital social a OI deverá contribuir ou transferir, por meio de operações societárias ou contratuais, a totalidade dos ativos, passivos, obrigações e direitos, conforme Plano de Recuperação Judicial (PRJ) e Edital da segunda rodada do procedimento competitivo. Em síntese, será contribuída ou transferida a sua base de clientes de banda larga via fibra ótica, atualmente composta de cerca de 4 milhões de clientes, bem como outros ativos, obrigações e direitos relacionados à prestação de serviços de banda larga fixa e serviços acessórios de valor adicionado e de voz sobre IP a tais clientes.

Concedida a anuência, a V.tal passará a ser a única acionista direta da ClientCo e a OI, de acordo com a Proposta a ser deliberada pelos credores e homologada pelo Juízo da Recuperação Judicial, teria a sua participação na V.tal (atualmente em 17%, de forma direta/indireta) aumentada para até 27,5% (sujeito a ajustes). Além disso, o Crédito DIP será parcialmente quitado e a Parcela do Crédito FTTH será totalmente quitada, por meio de dações em pagamento ou outros meios que atinjam esse efeito. Ressalta-se que o aumento de participação societária da OI na Vtal, não configura alteração no seu controle, dado que a OI já se encontra no rol de controladores da V.tal nos termos do art. 1º, § 1º, inciso I, do Regulamento para Apuração de Controle e de Transferência de Controle em Empresas Prestadoras de Serviços de Telecomunicações, aprovado pela Resolução nº 101, de 04 de fevereiro de 1999.

Oportuno registrar que isoladamente os casos analisados não impactaram nos níveis de concentração dos mercados varejistas dos serviços de telecomunicações envolvidos e não geraram condições para risco de exercício de poder de mercado, razão pela qual não foram propostos remédios para as operações analisadas no período.

Outra perspectiva interessante de se observar é como as operações analisadas no âmbito das Anuências impactaram o mercado nacional, especialmente o de Banda Larga Fixa.

As Anuências concedidas pela Agência que envolveram transferências de controle, e que de alguma forma poderiam resultar concentração de mercado, não impactaram os níveis de concentração dos mercados varejistas dos serviços de telecomunicações envolvidos, em especial o do SCM.

Conforme abordado nas seções anteriores que tratam do HHI, é possível verificar que as movimentações societárias não impactaram o mercado de maneira significativa, demonstrando que o mercado varejista do SCM permanece desconcentrado.

¹⁵ Processo nº [53500.086258/2024-04](#).

Adicionalmente, a título de referência, o HHI para o serviço de Banda Larga Fixa que no 4T23 alcançava 0,0754, mesmo após a efetivação das operações anuídas pela Anatel, o HHI do SCM calculado no 4T24 foi de 0,0740.

Oportuno registrar que, o requerimento¹⁶ de anuência para aumento de capital formulado pela OI, respaldado no Plano de Recuperação Judicial¹⁷ homologada pelo Juízo da Recuperação Judicial em 28 de maio de 2024, e analisado no trimestre anterior, resultou na expedição do Ato nº 15665, de 7 de novembro de 2024, que concedeu a anuência prévia para a realização da operação. O aumento de capital da OI foi realizado em 19 de novembro de 2024, onde, os Fundos PIMCO (36,5%), SC Lowy (12,3%) e Ashmore (9,48%), passaram a condição de acionistas da Companhia, nos percentuais indicados.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

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

FIGURA 25

Resultados do Índice *Herfindahl-Hirschman* (HHI)

SERVIÇO	4T23	4T24
SCM	0,0754	0,0740
SMP	0,3219	0,3190
SeAC	0,3192	0,3511
STFC	0,2212	0,2284

Fonte: Anatel. Elaboração Própria.

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

- O mercado de telefonia móvel está, majoritariamente, concentrado em três grandes prestadoras nacionais, que detinham quase 96% dos 262,8 milhões de acessos ativos no país ao final deste trimestre (mesmo percentual observado no trimestre anterior): Vivo/Telefônica (38,8%), Claro (33,53%) e TIM (23,58%), enquanto todas as demais prestadoras de telefonia móvel autorizadas pela Anatel detinham **aproximadamente 4% deste mercado**.
- A concentração medida pelo HHI nacional é elevada quando comparada a outros mercados de varejo de telecomunicações, sobretudo ao Mercado de Banda Larga Fixa.
- O HHI – Telefonia Móvel observado ao final do ano de 2024 é **elevado (HHI = 0,3190)**, embora tenha se mantido dentro da Meta Estratégica da Anatel, ou seja, em patamar inferior a 0,3594.

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

¹⁶ Processo nº [53500.058444/2024-45](#).

¹⁷ Processo: 0090940-03.2023.8.19.0001.

- O HHI - Banda Larga Fixa permaneceu, em 2024, em patamares extremamente baixos (0,0740 ao final do ano), pois reflete o mercado mais desconcentrado e com maiores níveis de concorrência dentre os serviços de telecomunicações de interesse coletivo.
- Os movimentos de Fusões e Aquisições (M&A) e consolidação deste mercado, não tiveram o condão de concentrar e reduzir, ao menos até o momento, a competição nesse segmento sob o ponto de vista nacional.
- Analisado nos níveis infranacionais, especialmente nas Unidades da Federação (UFs), o mercado de Banda Larga Fixa não apresentou um indicador uniforme, com concentração em muitas UF superior à Meta Estratégica estabelecida pela Anatel para o mercado nacional (HHI Banda Larga Fixa < 0,1500).

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

- O HHI – TV por Assinatura (SeAC) é mais elevado dentre os quatro serviços de interesse coletivo analisados no relatório.
- O SeAC é também o serviço com menor número de prestadores, 138 (cento e trinta e oito).
- O SeAC foi o serviço que percentualmente mais perdeu acessos nos últimos doze meses, com uma queda de quase 20% na base.
- Em relação ao HHI – Telefonia Fixa (STFC), a queda do indicador nos segundo e terceiro trimestres de 2024 foi interrompida, passando a um HHI de 0,2212 no 4T24.
- Outro aspecto, não relacionado estritamente à competição, embora de suma importância, é que dos 2.332 municípios com apenas uma prestadora de telefonia fixa, o Grupo OI representava 2.103 deles no 4T24, ou seja, mais de 90%.