



RELATÓRIO DE MONITORAMENTO DA COMPETIÇÃO – 1T2026

SUPERINTENDÊNCIA DE COMPETIÇÃO – SCP
GERÊNCIA DE MONITORAMENTO SOCIETÁRIO
E DA ORDEM ECONÔMICA – CPOE





RELATÓRIO DE MONITORAMENTO DA COMPETIÇÃO – 1T2026

SUPERINTENDÊNCIA DE COMPETIÇÃO – SCP

GERÊNCIA DE MONITORAMENTO SOCIETÁRIO E DA ORDEM ECONÔMICA – CPOE

Brasília, 15 de abril de 2026.

Agência Nacional de Telecomunicações

SAUS Quadra 06, Blocos C, E, F e H CEP 70.070-

940 - Brasília/DF

Tel.: (61) 2312-2000 – www.gov.br/anatel

Presidente

Carlos Manuel Baigorri

Conselho Diretor

Alexandre Reis Siqueira Freire

Edson Victor Eugênio de Holanda

Octávio Penna Pieranti

Nilo Pasquali

Sumário

SEÇÃO I – MERCADOS DE VAREJO	6
1. ASPECTOS CONCORRENCIAIS DOS MERCADOS DE VAREJO	6
1.1. MERCADO DE VAREJO DE TELEFONIA MÓVEL (SMP)	6
1.2. MERCADO DE VAREJO DE BANDA LARGA FIXA	11
1.3. MERCADO DE VAREJO DE OFERTA HÍBRIDA DE CONTEÚDO	16
1.4. MERCADO DE VAREJO DE VOZ	18
2. SÍNTESE DA COMPETIÇÃO EM MERCADOS ESTRATÉGICOS: ÍNDICE HERFINDAHL- HIRSCHMAN	20
2.1. META ESTRATÉGICA: HHI – TELEFONIA MÓVEL	20
2.1.1. EVOLUÇÃO DA META ESTRATÉGICA	21
2.1.2. CONCORRÊNCIA NO PLANO INFRANACIONAL	22
2.2. META ESTRATÉGICA: HHI – BANDA LARGA FIXA	25
2.2.1. EVOLUÇÃO DA META ESTRATÉGICA	25
2.2.2. CONCORRÊNCIA NO PLANO INFRANACIONAL	25
2.3. HHI – PERSPECTIVA COMPARADA	29
SEÇÃO II – MERCADOS DE ATACADO	31
3. ASPECTOS CONCORRENCIAIS DOS MERCADOS DE ATACADO	31
3.1. OFERTAS DE REFERÊNCIA DE PRODUTOS DE ATACADO (ORPA)	31
3.1.1. OFERTA DE INTERCONEXÃO PARA TRÁFEGO TELEFÔNICO EM REDE FIXA	32
3.1.2. OFERTA DE INTERCONEXÃO PARA TRÁFEGO TELEFÔNICO EM REDE MÓVEL	32
3.2. OUTRAS OFERTAS DE REFERÊNCIA DE PRODUTOS DE ATACADO (ORPA)	33
3.3. MERCADO DE ESPECTRO	33
3.4. OFERTA DE OPERAÇÃO VIRTUAL DO SERVIÇO MÓVEL PESSOAL (MVNO)	34
4. ANUÊNCIAS E MOVIMENTAÇÕES SOCIETÁRIAS	36
4.1. ANUÊNCIAS	36
4.2. MOVIMENTAÇÕES SOCIETÁRIAS	37

SEÇÃO III – FRONTEIRAS CONCORRENCIAIS.....	39
5. GRUPOS ESTRATÉGICOS E IMPACTOS NA CONCORRÊNCIA	39
5.1. INTRODUÇÃO	39
5.2. MUDANÇA DE PARADIGMA COMPETITIVO	40
5.3. MAPA DOS GRUPOS ESTRATÉGICOS.....	41
5.4. O NOVO EIXO DA CONCORRÊNCIA: B2B.....	47
5.5. TENDÊNCIAS ESTRATÉGICAS PROVÁVEIS PARA 2026–2028.....	47
5.6. PRÓXIMOS RELATÓRIOS	48
6. PROCESSO DE ESCUTA.....	48
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54

APRESENTAÇÃO

O Relatório de Monitoramento da Competição, elaborado trimestralmente desde 2023¹, 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, nos termos do art. 214 e 215, do [Regimento Interno da Anatel](#), aprovado pela Resolução nº 612, de 29 de abril de 2013. Esta publicação possui dois objetivos principais, como exposto a seguir.

A **primeira SEÇÃO** se propõe a monitorar os Mercados de Varejo de telecomunicações, em particular, os Mercados de Voz, Banda Larga Fixa, Telefonia Móvel e o Mercado de Oferta Híbrida de Conteúdo. A seção é concluída com a análise da evolução do *Índice Herfindahl-Hirschman (HHI)*, utilizado para medir a concentração de mercados. Em especial, a Anatel utiliza como Indicadores Estratégicos o HHI – Telefonia Móvel e o HHI – Banda Larga Fixa, respectivamente, **Meta Estratégica 8 (ME8)** e **Meta Estratégica 9 (ME9)**, estabelecidas com objetivo de monitorar e “*estimular mercados dinâmicos e sustentáveis de serviços digitais de comunicação e de conectividade*”.² Ambos os índices são acompanhados trimestralmente e remetem ao monitoramento de mercados de varejo centrais à conectividade do país.

A **segunda SEÇÃO** realiza o monitoramento dos Mercados de Atacado, em particular aqueles que são objeto do Plano Geral de Metas de Competição³. Adicionalmente, embora a seção seja dedicada, principalmente, ao monitoramento dos Mercados de Atacado que são objeto do Plano Geral de Metas de Competição (PGMC), também realizamos o acompanhamento de outros mercados não sujeitos a medidas regulatórias assimétricas aprovadas pela Anatel, mas considerados importantes para o monitoramento da competição no setor de telecomunicações. Esta seção vincula-se ao cumprimento da **Metatática 10 (MT10)**, qual seja, “*reportar atualizações de informações dos mercados relevantes (definidos no PGMC III) por meio da divulgação de 2 relatórios em 2025 e 2 relatórios em 2026*”⁴.

Na **terceira e última SEÇÃO**, por fim, destaca-se o monitoramento de temas adjacentes aos mercados tradicionais de telecomunicações, considerando que a competição no setor de telecomunicações brasileiro está cada vez mais condicionada por mercados como dispositivos e plataformas digitais, pois é consenso que o centro da competição em telecomunicações migrou para a fronteira entre redes, tecnologia e ecossistemas digitais, espaço em que se definem os principais desafios concorrenciais do setor.

¹ Os relatórios estão publicados no site da Anatel em <https://www.gov.br/anatel/pt-br/regulado/competicao/relatorios-de-competicao>

² Conforme consta em <https://www.gov.br/anatel/pt-br/acao-a-informacao/acoes-e-programas/planejamento-estrategico>

³ <https://www.gov.br/anatel/pt-br/regulado/competicao/pgmc>.

⁴ O objetivo da MT10, nos termos do Plano Tático – 2025/2026, é “*Garantir a adequabilidade da definição do mercado*”: **Plano de Gestão Tático 2025-2026** e a Meta Tática 10 (MT10) em <https://www.gov.br/anatel/pt-br/acao-a-informacao/acoes-e-programas/planejamento-estrategico/plano-de-gestao-tatico-2025-2026>

SEÇÃO I – MERCADOS DE VAREJO⁵

1. ASPECTOS CONCORRENCIAIS DOS MERCADOS DE VAREJO

Na presente seção realizamos o monitoramento dos Mercados de Varejo, em especial, aqueles objeto do Plano Geral de Metas de Competição (PGMC).

São apresentadas informações sobre a evolução dos seguintes mercados de varejo:

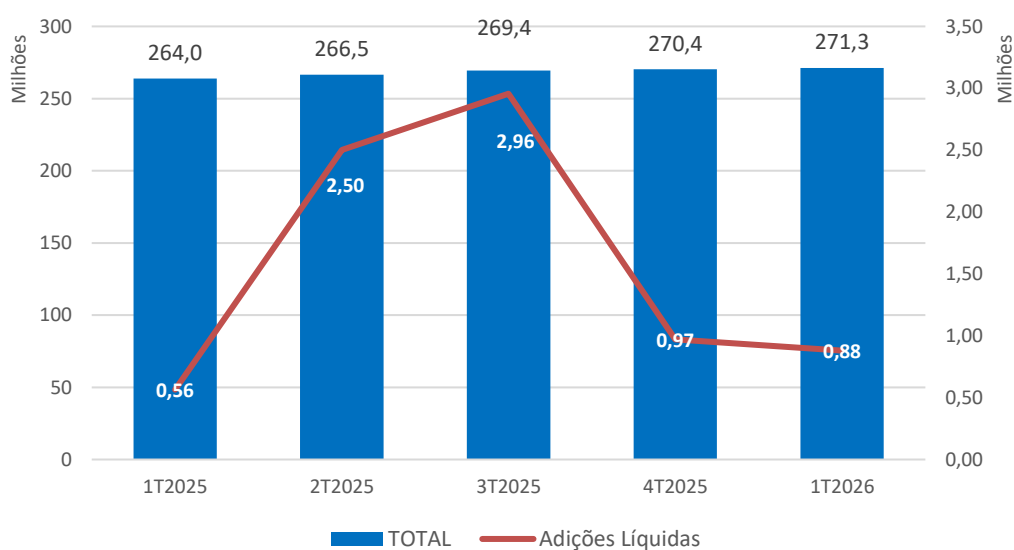
- Telefonia Móvel (SMP);
- Banda Larga Fixa (SCM);
- Oferta Híbrida de Conteúdo (SeAC e *Streaming*); e
- Voz (SMP voz, STFC e OTT utilizadas para chamadas de voz e vídeo).

1.1. MERCADO DE VAREJO DE TELEFONIA MÓVEL (SMP)

O Mercado de Telefonia Móvel no Brasil encerrou o 1º Trimestre de 2026 (1T2026) com 271,3 milhões de acessos totais, representando um crescimento de 0,88 milhão de acessos (+0,33%) em relação ao 4T2025 e de 7,9 milhões (+3%) em relação ao 1T2025. Em perspectiva anual, as adições líquidas quase dobraram em relação ao desempenho do 1T2025 (0,56 milhão), o que indica crescimento moderado ao longo de 2025.

FIGURA 1

EVOLUÇÃO DOS ACESSOS DE TELEFONIA MÓVEL (MILHÕES ACESSOS)⁶



Fonte: Anatel. <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefonia-movel> acessado em 06/04/2026

Importante ressaltar que o Mercado de Telefonia Móvel no Brasil apresenta sinais de

⁵ O relatório faz referência ao **primeiro trimestre de 2026 (1T2026)**, entretanto, são utilizados para cálculo do HHI e outras informações os últimos dados disponíveis no momento de elaboração deste relatório, relativos a **fevereiro de 2026**, conforme divulgado no site da Anatel. Portanto, a não ser que seja dito o contrário, quando for referenciado 1T2026, os dados de acesso dizem respeito ao mês de fevereiro de 2026. Em relação a trimestres anteriores, realizamos a atualização de dados da Anatel sempre que estes são atualizados.

⁶ Os valores de acessos declarados à Anatel são frequentemente atualizados ou retificados, em particular, pelas PPP após o fechamento da edição do relatório. Essas atualizações são registradas nas edições futuras visando verificar se houve impacto na análise realizada.

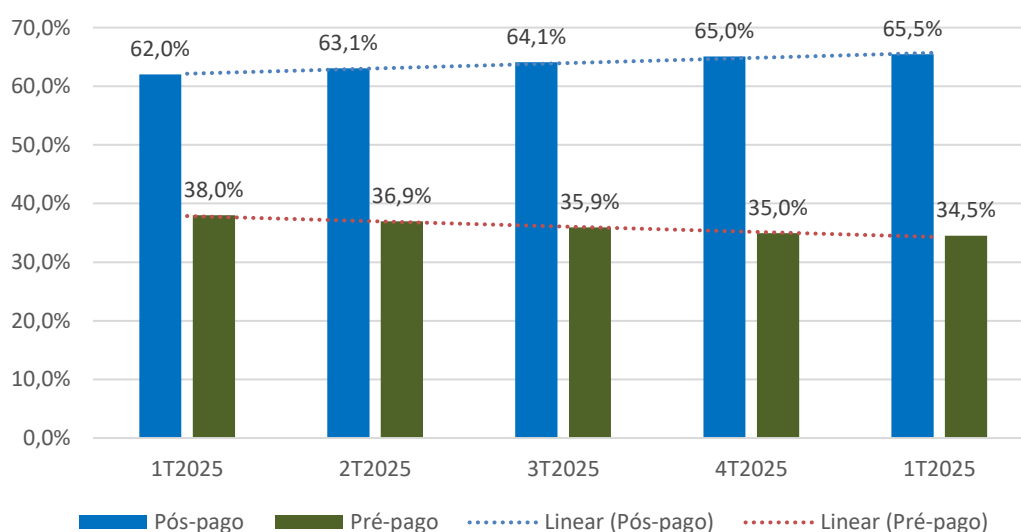
maturidade, com densidade 102,2 acessos por 100 habitantes. O crescimento de novas assinaturas é, portanto, limitado e a competição ocorre cada vez mais por diferenciação comercial e integração com serviços digitais — especialmente no contexto da expansão do 5G, como veremos adiante.

Considerando a tendência acima demonstrada referente a um contexto de crescimento limitado e de competição centrada em diferenciação comercial e qualidade de rede destacamos dois pontos na análise: o incentivo às assinaturas de linhas pós-pagas e estímulo a adesão ao 5G.

Como observado na Figura 2, em relação às linhas pós-pagas, essas alcançaram 65,5% dos acessos no 1T2026, com ganho ininterrupto de participação ao longo de todos os cinco trimestres analisados — acumulando 3,5 pontos percentuais de avanço em 12 meses. Trata-se de um fenômeno recorrente ao longo dos cinco trimestres analisados, com implicações competitivas e financeiras para o setor.⁷ Essa migração de linhas pré-pagas para pós-pagas é importante em cenário de baixo crescimento de mercados maduros como o brasileiro, pois é um dos principais mecanismos de crescimento de receita sem expansão do número de assinaturas.

Dentre os fatores impulsionadores dessa migração estão o reajuste dos valores dos planos, os serviços de valor adicionado, a migração de usuários do pré-pago para planos controle e o aumento do uso de dados impulsionado pelos smartphones 5G.⁸ Com o pré-pago ainda representando 34,5% do mercado, há espaço de conversão remanescente.

FIGURA 2
EVOLUÇÃO DOS ACESSOS DE TELEFONIA MÓVEL POR MODALIDADE
(PRÉ E PÓS-PAGO)



Fonte: Anatel. <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefonia-movel> acessado em 06/04/2026

Além do incentivo às assinaturas de linhas pós-pagas, o estímulo a adesão ao 5G é ponto central na análise da concorrência no Mercado de Telefonia Móvel por seu papel estratégico

⁷ Este movimento é indicado no [Panorama Econômico-Financeiro](#) divulgado pela Anatel.

⁸ Para um histórico dos principais indicadores e dados econômico-financeiros vide [Panorama Econômico-Financeiro](#) divulgado pela Anatel.

e financeiro para as operadoras e para conectividade significativa da população.

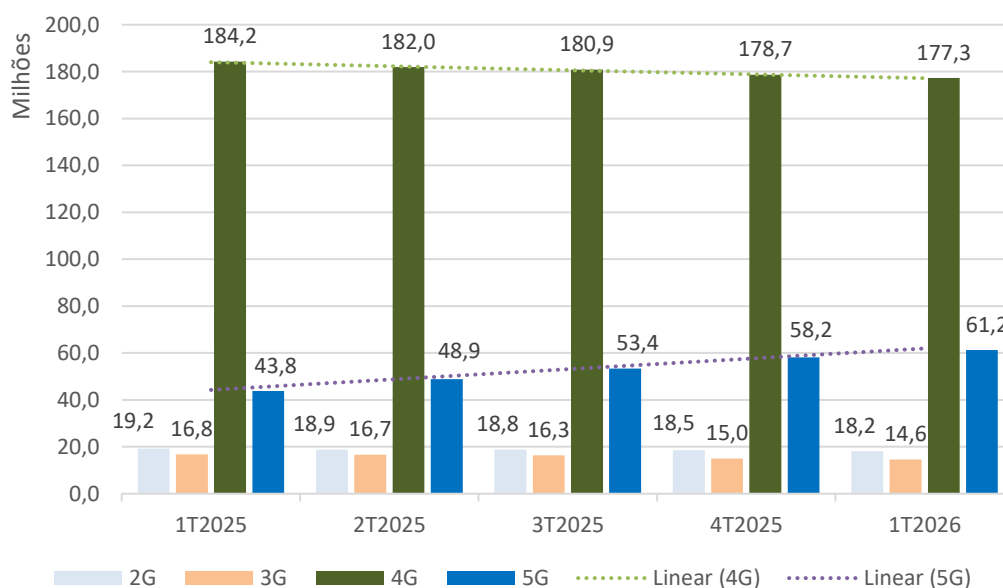
O 5G registrou 61,2 milhões de acessos no 1T2026, conforme demonstrado nas Figuras 3 e 4, expansão de 39,7% em 12 meses (+17,4 milhões de acessos). A cada trimestre analisado, a tecnologia cresceu em média 4,35 milhões de acessos, sinalizando um crescimento consistente. Paralelamente, o 4G perdeu 6,9 milhões de acessos no mesmo período, confirmando que o crescimento do 5G se dá, em larga medida, pela migração de clientes 4G para a tecnologia mais nova.

Sob a ótica dos consumidores, o crescimento do 5G descrito acima tem correspondido às expectativas segundo a Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida 2025 da Anatel⁹, divulgada em março de 2026, apontando que no segmento móvel a percepção dos usuários de 5G registrou crescimento de 10 pontos percentuais na escala de satisfação entre 2024 e 2025. Os consumidores de telefone celular são os mais satisfeitos entre todos os serviços de telecomunicações avaliados. Esses dados indicam que a experiência com o 5G tem sido positiva para os usuários que já acessam a tecnologia.

Apesar do crescimento em termos de cobertura e usuários, a tecnologia 5G enfrenta desafios amplamente reportados por operadoras e mídia especializada relacionados à receita média por usuário e à monetização abaixo das expectativas no segmento corporativo (B2B).^{10,11}

FIGURA 3

EVOLUÇÃO DO MERCADO DE TELEFONIA MÓVEL POR TECNOLOGIA (ACESSOS)



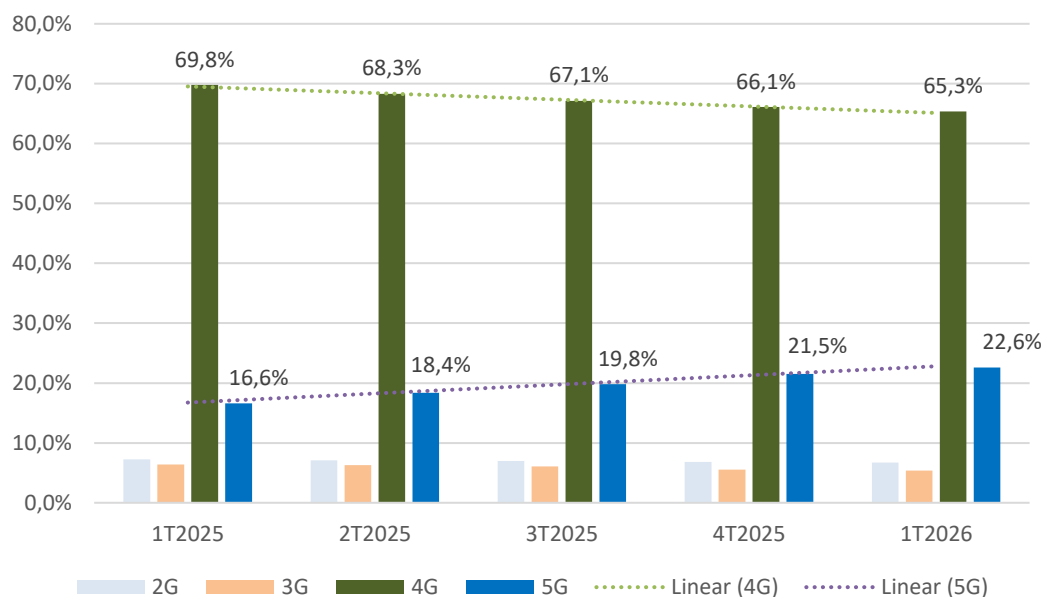
Fonte: Anatel. <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefonia-movel> acessado em 06/04/2026

⁹ Conforme divulgado pela Anatel em <https://www.gov.br/anatel/pt-br/assuntos/noticias/levantamento-da-anatel-mostra-banda-larga-e-telefonia-fixa-com-avanco-na-avaliacao-dos-servicos-melhora-na-percepcao-de-qualidade-e-destaque>

¹⁰ Segundo PWC em <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividade/telecomunicacoes/2025/panorama-global-de-telecomunicacoes-2024-2028.html>

¹¹ Conforme artigo da Mobile Time em <https://www.mobiletime.com.br/noticias/10/02/2026/expansao-5g-america/>

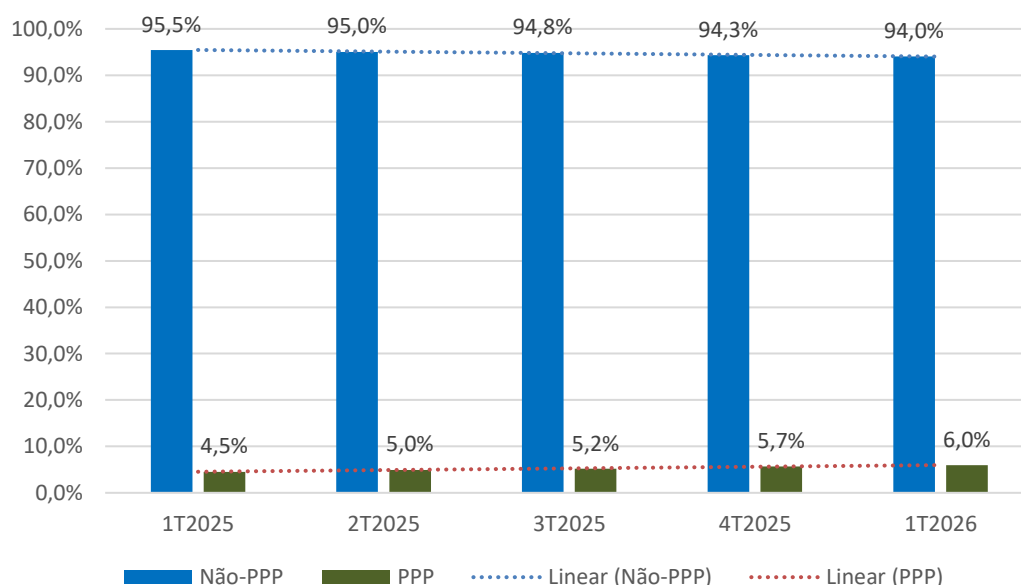
FIGURA 4
EVOLUÇÃO DO MERCADO DE TELEFONIA MÓVEL POR TECNOLOGIA (PERCENTUAL)



Fonte: Anatel. <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefoniamovel> acessado em 06/04/2026

Em relação à evolução do *market share* no Mercado de Telefonia Móvel no Brasil, as prestadoras de pequeno porte (PPP) passaram de 4,5% para 6,0% de *market share* em 12 meses, sinal de competitividade crescente em nichos não atendidos pelas grandes operadoras.

FIGURA 5
EVOLUÇÃO DO MERCADO DE TELEFONIA MÓVEL POR PORTE DA PRESTADORA (PERCENTUAL)



Fonte: Anatel. <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefoniamovel> acessado em 06/04/2026

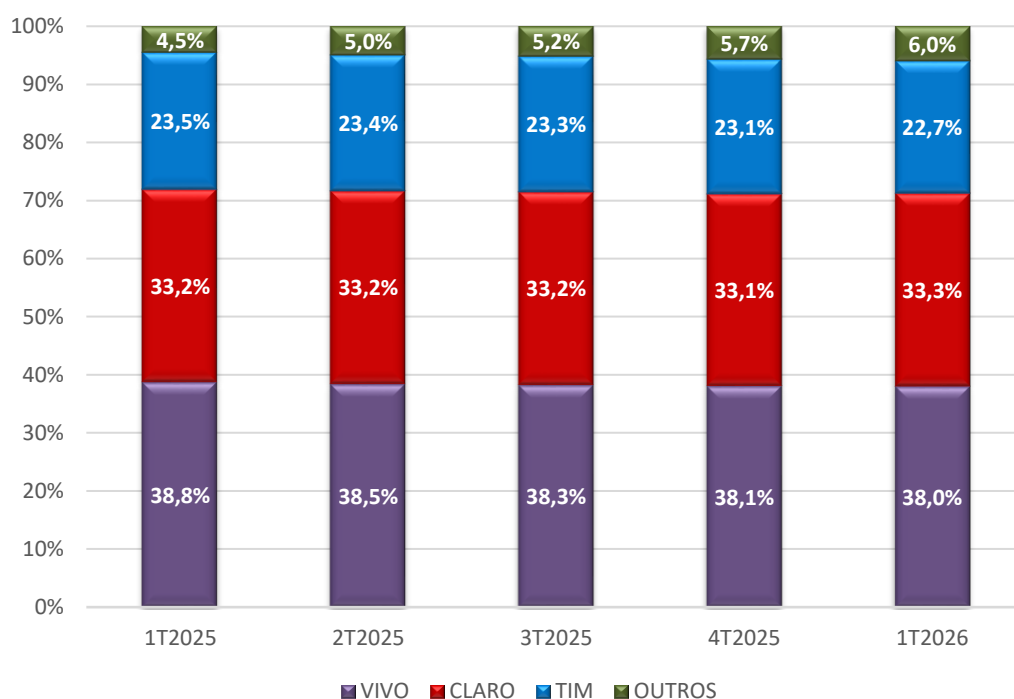
Em termos de *market share*, Figura 6, a Vivo mantém a liderança de mercado com 38% de participação, ainda que com leve decréscimo de 0,8 p.p. em 12 meses. Claro apresentou o melhor desempenho em adições líquidas no 1T2026, Figura 7, com 190,7 mil novas

linhas no trimestre. Por sua vez, TIM registrou o pior desempenho do trimestre, com -272 mil adições líquidas e perda acumulada de 0,8 p.p. de *market share* nacional em 12 meses.

As três maiores operadoras (Vivo, Claro e TIM) ainda mantêm 95,2% do mercado de telefonia móvel, deslocando a disputa para o campo da qualidade e da rentabilidade por usuário, refletidos no estímulo a adesão ao 5G e às assinaturas de linhas pós-pagas, dentre outros fatores.

As PPPs registraram 276,5 mil adições líquidas no 1T2026, desempenho muito aquém daquele verificado no 4T2025.¹²

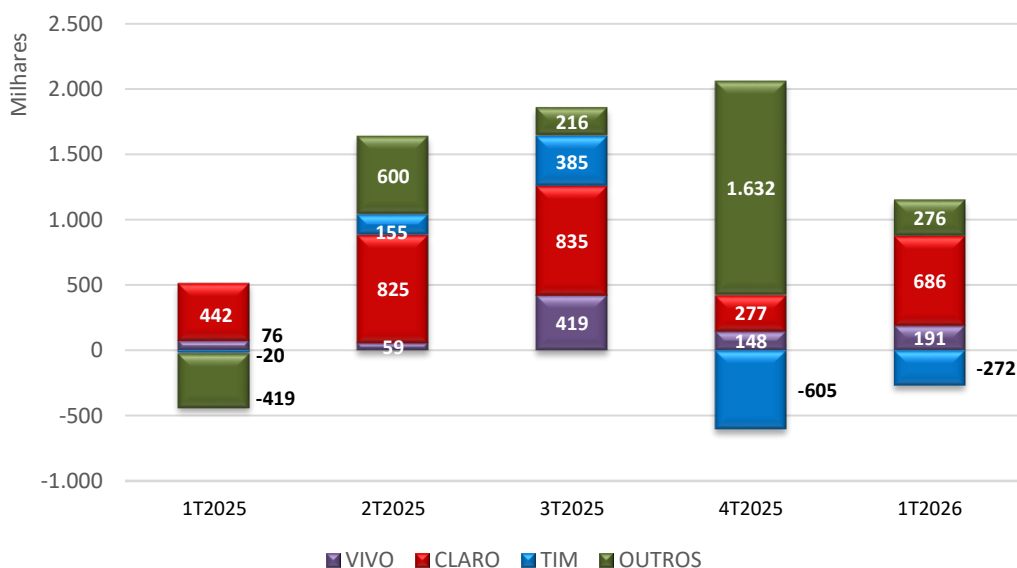
FIGURA 6
MARKET SHARE DE TELEFONIA MÓVEL



Fonte: Anatel. <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefonia-movel> acessado em 01/04/2026.

¹² Os valores de acessos declarados à Anatel são frequentemente atualizados ou retificados, em particular, pelas PPP após o fechamento da edição do relatório. Essas atualizações são registradas nas edições futuras visando verificar se houve impacto na análise realizada.

FIGURA 7
ADIÇÕES LÍQUIDAS POR PRESTADORA - TELEFONIA MÓVEL



Fonte: Anatel. <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefonica-movel> acessado em 01/04/2026.

Conclui-se, como apontado anteriormente, que as adições líquidas refletem em sua maior parte competição por conversão ou migração, não por novos usuários em um mercado maduro como o de Telefonia Móvel, sendo a competição pelo saldo de portabilidade e de migrações entre modalidades, provavelmente, um dos principais indicadores da dinâmica competitiva atual.

Mercado de Telefonia Móvel (SMP)

Mercado altamente maduro, com crescimento limitado. +1,04 milhão no 1T26 (+0,37%)

271,3 milhões de acessos no 1T2026

Adições líquidas: Claro: +816 mil TIM: -791 mil e PPPs: +815 mil

Insights

Crescimento principal por **substituição tecnológica (4G → 5G)** e não expansão.

Dados da **Pesquisa de Satisfação e Qualidade** percebida indicam que a **experiência com o 5G tem sido positiva** para os usuários que já acessam a tecnologia.

Pós-pago = principal vetor de **monetização (ARPU)**.

5G com desafio relevante de **monetização (especialmente B2B)**.

PPPs ganhando espaço em nichos → **pressão competitiva localizada**.

1.2. MERCADO DE VAREJO DE BANDA LARGA FIXA

Ressalta-se, inicialmente, que os dados de acessos de banda larga fixa são declaratórios, assim como demais dados de acesso utilizados neste relatório, e podem sofrer retificações periódicas pelas prestadoras. O fenômeno é recorrente e mais acentuado em um mercado altamente pulverizado como o de Banda Larga Fixa, que conta com quase 20 mil

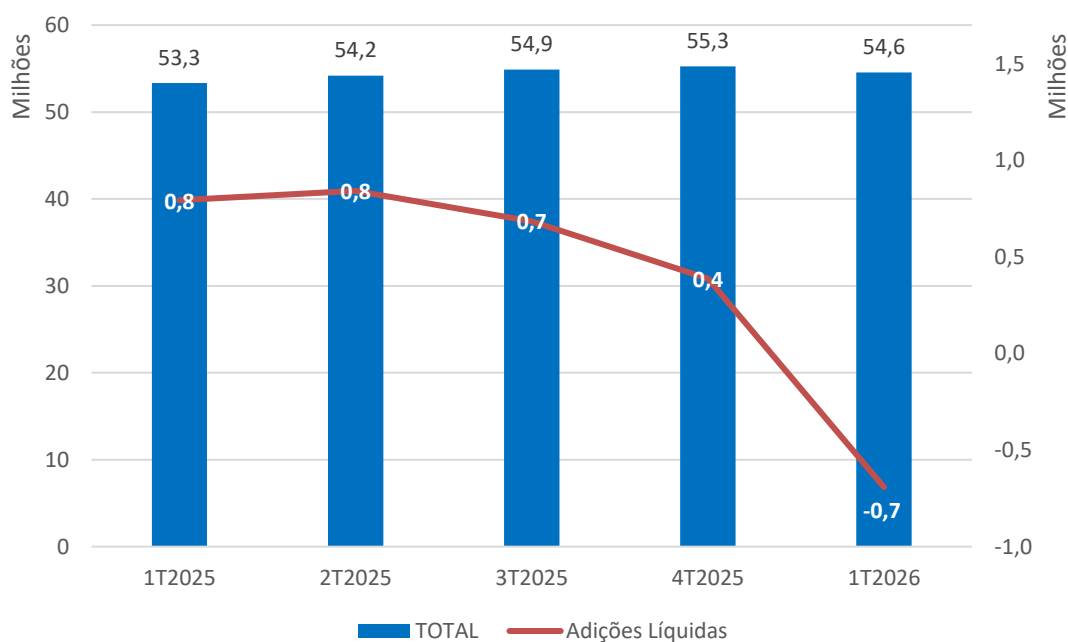
outorgadas de SCM¹³. Assim, pequenas revisões nos fluxos trimestrais são esperadas e não alteram, em geral, a tendência estrutural.

Dito isso, no 1T2026 o Mercado de Varejo de Banda Larga Fixa, conforme ilustra a Figura a seguir, se manteve relativamente estável em termos de acessos totais, passando de 53,3 milhões no 1T2025 para 54,6 milhões no 1T2026, com pico de 55,3 milhões no 4T2025. O comportamento indica uma trajetória de crescimento, seguida de leve ajuste no início de 2026.

Em termos de fluxo, as adições líquidas totais desaceleraram de forma significativa ao longo de 2025, saindo de um acréscimo total de cerca de +0,8 milhão no 1T2025 para uma desaceleração no 1T2026, queda de -0,7 milhão.

Conforme demonstrado no monitoramento trimestral¹⁴, parece sim haver um esgotamento de expansão acelerada observada nos anos anteriores, atribui-se esse efeito ao início de uma fase mais madura do mercado, com ascensão de elementos como retenção, qualidade, busca por clientes mais atrativos¹⁵, processos de consolidação¹⁶ e regularizações¹⁷.

FIGURA 8
EVOLUÇÃO DOS ACESSOS DE BANDA LARGA FIXA



Fonte: Anate em <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/banda-larga-fixa> acessado em 6/4/2026.

A estrutura competitiva segue caracterizada por forte presença de prestadoras de pequeno porte (PPP), mas com coexistência relevante de grandes operadoras nacionais.

¹³ <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/outorga-e-licenciamento/panorama>

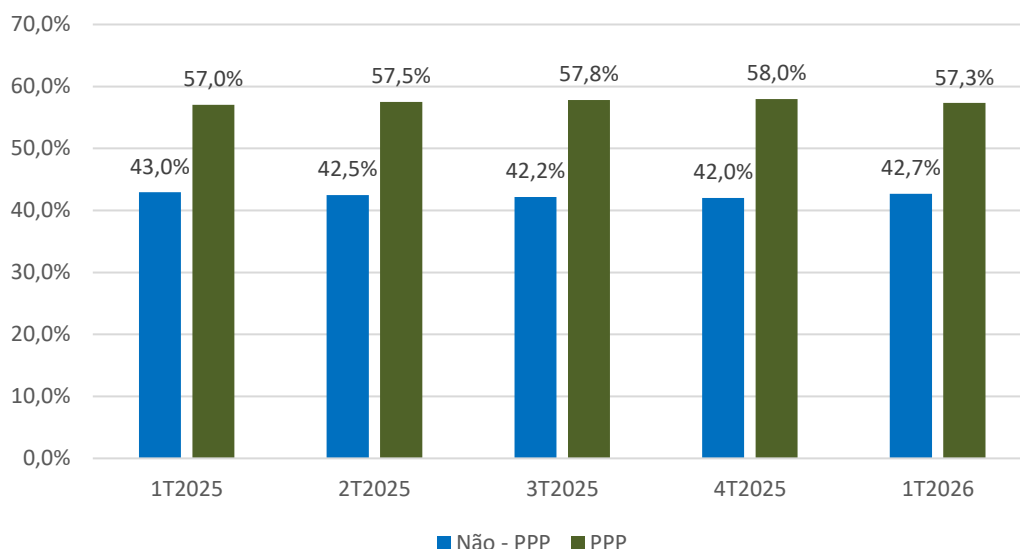
¹⁴ <https://www.gov.br/anatel/pt-br/regulado/competicao/relatorios-de-competicao>

¹⁵ Clientes com maior receita média por usuário (ARPU).

¹⁶ Mercado & Consumo: <https://mercadoeconsumo.com.br/24/03/2026/economia/compra-da-desktop-pela-claro-pode-destravar-nova-onda-de-consolidacao-em-banda-larga/>

¹⁷ <https://www.gov.br/anatel/pt-br/assuntos/noticias/anatel-realiza-primeira-acao-fiscalizatoria-de-combate-as-empresas-clandestinas-de-banda-larga-fixa>

FIGURA 9
EVOLUÇÃO DO MERCADO DE BANDA LARGA FIXA POR PORTE DA PRESTADORA
(PERCENTUAL)



Fonte: Anatel. <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/banda-larga-fixa> acessado em 06/04/2026.

No que tange ao *market share* no Mercado de Banda Larga Fixa no Brasil tem apresentado reconfiguração entre grandes operadoras, com ganho relativo de Claro e Vivo, enquanto a Oi segue em processo de perda de base, associado às mudanças na estrutura do grupo, reconfiguração já apontada em outras edições deste relatório.¹⁸ Entretanto, esses movimentos não são suficientes para contrapor a pulverização existente no mercado, conforme observamos da Figura 10, onde o grupo “Outros” mantém participação acima de 50%, fechando em 53,5% no 1T2026.

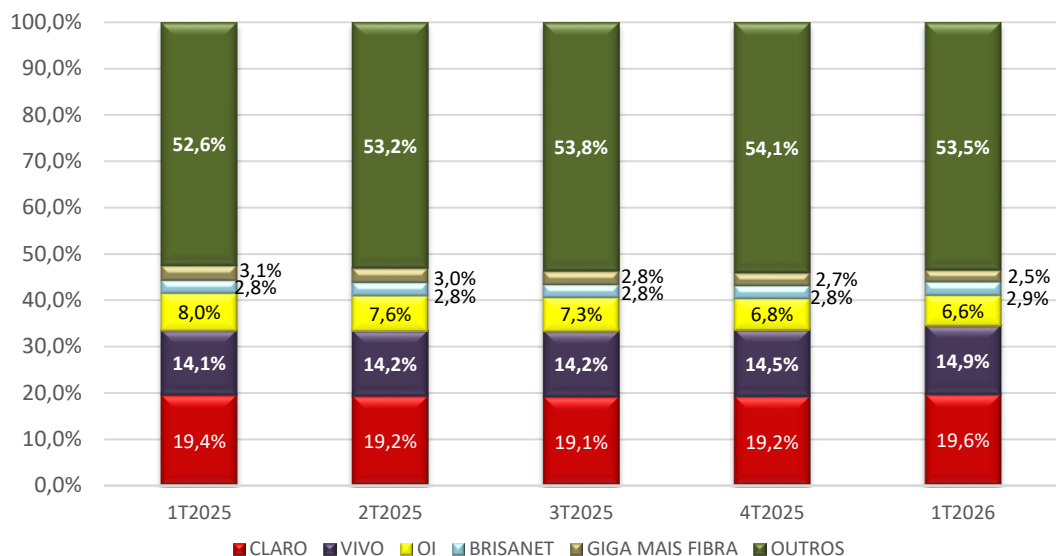
Conforme demonstrado nas Figuras 10 e 11 abaixo, a Claro manteve a liderança nesse mercado e apresentou crescimento relativamente estável, com adições líquidas positivas de 0,10 milhão no último trimestre. A Vivo também mantém fluxo positivo consistente, ainda que em desaceleração. A Oi apresenta perdas líquidas recorrentes, com destaque para -0,18 milhão no trimestre, reforçando tendência estrutural de retração da sua base.

Dentre as prestadoras regionais, importante ressaltar a competição direta entre Brisanet e Giga Mais Fibra, cujas coberturas possuem áreas em comum. A Brisanet apresentou adições líquidas positivas, porém decrescentes, chegando a +0,01 milhão no último trimestre. A Giga Mais Fibra, por sua vez, registrou perdas líquidas ao longo de todo o ano, com destaque para -0,08 milhão no 1T2026.

Entre as PPPs, a Brisanet tem apresentado crescimento consistente em sua base de clientes, enquanto a Giga+ perdeu base nos últimos trimestres. Embora atuem em algumas áreas comuns, não é possível afirmar que se trata de concorrência direta entre elas. Tão pouco que a Brisanet tem conquistado clientes de prestadoras Não-PPP, pois o crescimento pode se dar em nichos antes não ocupados. Esses aspectos merecem monitoramento e uma avaliação mais detida em futuros relatórios.

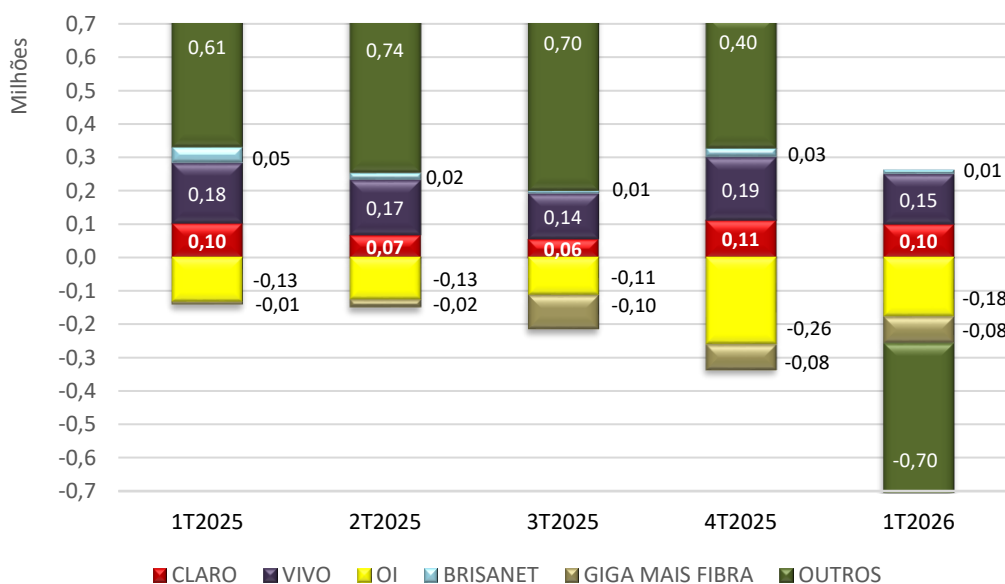
¹⁸ Relatório de Monitoramento da Competição em <https://www.gov.br/anatel/pt-br/regulado/competicao/relatorios-de-competicao>

FIGURA 10

MARKET SHARE DE BANDA LARGA FIXA (PERCENTUAL)

Fonte: Anatel <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/aceessos/ranking> Acessado em 06/04/2026.

FIGURA 11

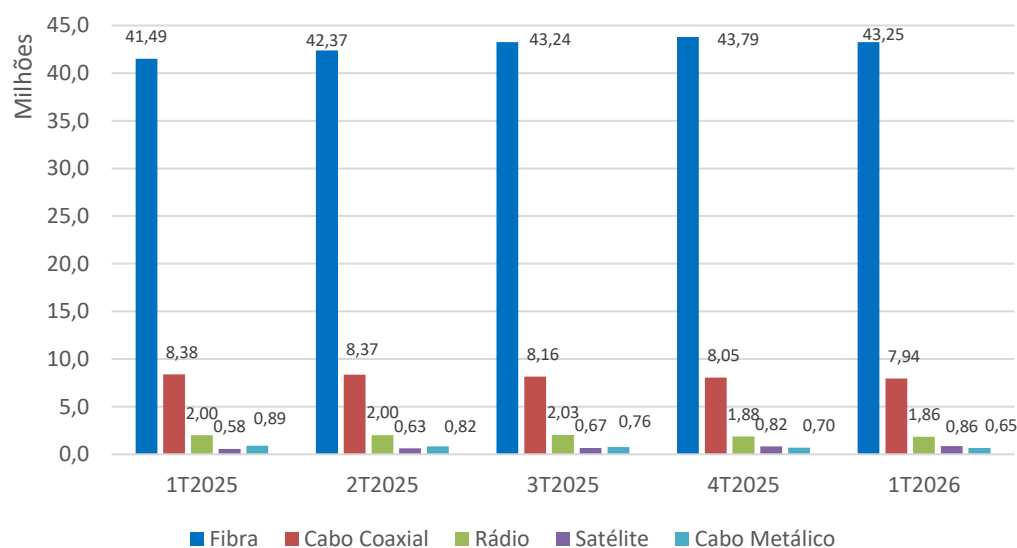
ADIÇÕES LÍQUIDAS POR PRESTADORA – BANDA LARGA FIXA

Fonte: Anatel <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/aceessos/ranking> Acessado em 06/04/2026.

Destacamos, por fim, a evolução dos clientes por meio de acesso: Fibra, cabo coaxial, rádio, cabo metálico e satélite.

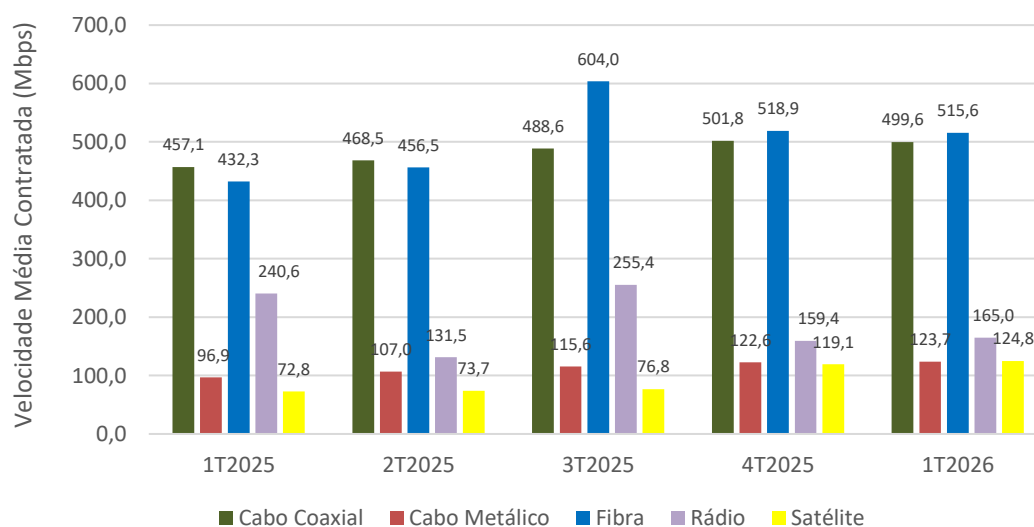
Conforme descrito nas Figuras 12 e 13 abaixo, há uma vantagem significativa das redes confinadas, principalmente Fibra e Cabo Coaxial. Mesmo com evolução recente, o satélite ainda apresenta menos de 1 milhão de clientes e velocidades médias inferiores à fibra. Apesar de seu crescimento, até o presente momento, a banda larga via satélite parece não substituir plenamente as redes confinadas. Em relatórios futuros iremos analisar em maior detalhe o segmento de oferta de SCM via satélite.

FIGURA 12
EVOLUÇÃO DA BANDA LARGA FIXA POR MEIO TECNOLOGIA
(MILHÕES DE ACESSO)



Fonte: Anatel <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/velocidade-contratada-banda-larga-fixa> acessado em 10/4/2026.

FIGURA 13
VELOCIDADE MÉDIA DE ACESSO (Mbps)



Fonte: Anatel <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/velocidade-contratada-banda-larga-fixa> acessado em 10/4/2026.

 **Mercado de Banda Larga Fixa (SCM)**

-  Indícios claros de **entrada em fase de maturidade**
-  Estrutura híbrida: grandes operadoras + forte presença de PPPs
-  Desaceleração das adições: +0,8M (1T2025) → +0,4M (4T2025) → **-0,7M (1T2026)**
-  Operadoras:
 - Claro: líder, crescimento moderado
 - Vivo: crescimento, porém desacelerando
 - Oi: retração contínua (**-0,18M no trimestre**)
-  Regionais:
 - Brisanet: crescimento, porém desacelerando
 - Giga+: retração no período
-  Satélite:
 - < 1 milhão de acessos, mas crescente
 - não substituiu redes confinadas
-  Forte assimetria regional → competição depende de **densidade e infraestrutura local**
-  Tendência de consolidação (M&A) como ajuste estrutural.

1.3. MERCADO DE VAREJO DE OFERTA HÍBRIDA DE CONTEÚDO

O Mercado de Oferta Híbrida de Conteúdo agrega, no mesmo mercado, os serviços tradicionais de TV por Assinatura ou Serviço de Acesso Condicionado – SeAC (Claro TV, Sky, Vivo TV dentre outras) e a oferta de conteúdo sob demanda e/ou programado, e remunerado por meio de assinatura (ou plataformas de *streaming* como Netflix, Disney, Prime Video, Globo, Claro, Warner / Discovery, Youtube, Paramount+, Apple Tv+, Dgo/Sky+).

Dado o número de clientes das principais plataformas de *streaming* projetado de 70,3 milhões^{19; 20} e a evolução do número de clientes das empresas reguladas de SeAC, para as quais a Anatel dispõe de número de acessos mensalmente, projeta-se a configuração do “Mercado de Varejo de Oferta Híbrida de Conteúdo” ao final de 2025 conforme descrito na Figura 14 a seguir.

Verifica-se, assim como demonstrado em relatórios anteriores, a crescente consolidação

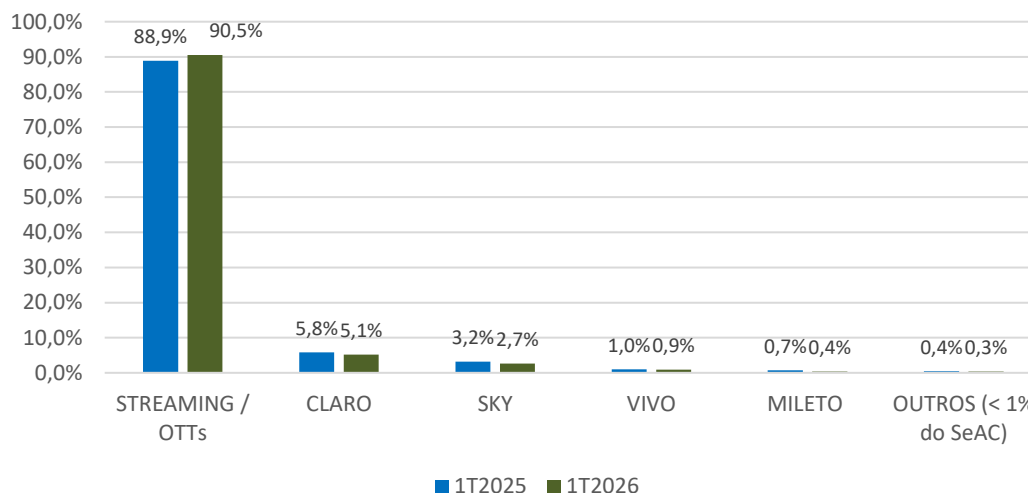
¹⁹ As premissas e os resultados utilizados para estimar o total de usuários dos aplicativos (OTTs) com maior presença no Mercado de Oferta Híbrida de Conteúdo no país consideram a metodologia de categorização estabelecida também no relatório “*Review of the Plano Geral de Metas de Competição of Brazil*” (SEI nº 9115264) e Estudo de Categorização dos Mercados de Varejo no PGMC (SEI nº 12690411).

²⁰ Considerando os desafios metodológicos de se estimar o número de clientes das plataformas de *streaming*, consideramos nesta e em outras edições deste relatório a estimativa utilizada no “*Estudo de Mercado de Varejo: Mercado de Oferta Híbrida de Conteúdo*”, desenvolvido no projeto de revisão atual do PGMC estimava-se, **ao final de 2024**, em cerca de **70,3 milhões** o número de clientes das principais plataformas de *streaming* no país: Netflix, Disney, Prime Video, Globo, Claro, Warner / Discovery, Youtube, Paramount+, Apple Tv+, Sky+ (SEI nº [9114920](#)).

dos serviços OTT como principal forma de acesso a conteúdo audiovisual, com aumento de participação de 88,9% para 90,5% entre os períodos analisados. O movimento evidencia a continuidade da migração do consumo de conteúdo linear para plataformas digitais sob demanda.

FIGURA 14

EVOLUÇÃO PERCENTUAL DE ACESSOS ESTIMADOS NO MERCADO DE VAREJO DE OFERTA HÍBRIDA DE CONTEÚDO



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

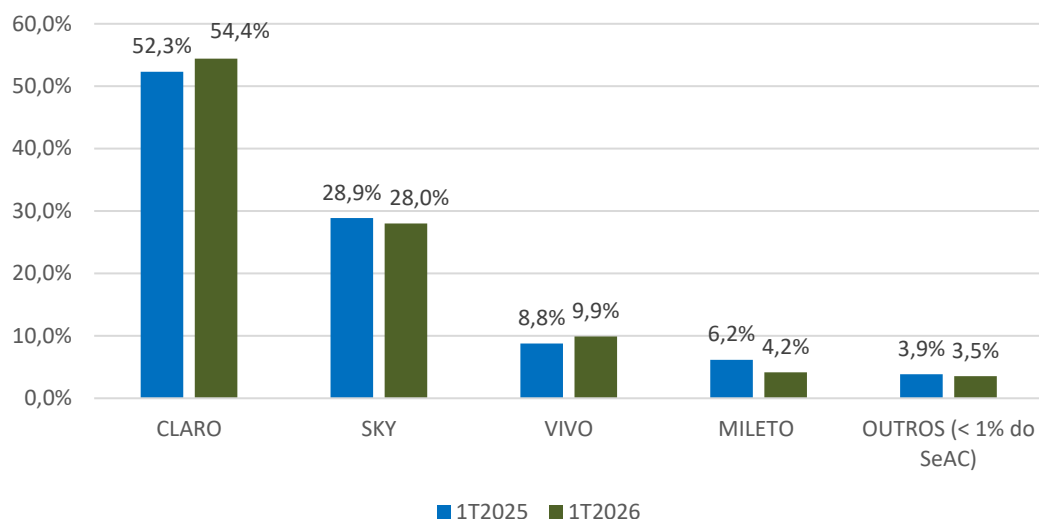
Em sentido oposto, observa-se retração na participação das prestadoras de SeAC, com destaque para a redução da Claro (5,8% para 5,1%) e da Sky (3,2% para 2,7%). As demais prestadoras mantêm participações residuais, inferiores a 1%. O comportamento agregado indica contínua pressão competitiva sobre o modelo tradicional de TV por Assinatura (SeAC). Atenta a esse cenário, a Anatel tem realizado a reavaliação das obrigações regulatórias a que está sujeito o Serviço de Acesso Condicionado (SeAC).²¹

Se avaliarmos exclusivamente o segmento de SeAC como parte integrante do Mercado de Conteúdo acima analisado, constatamos que a Claro amplia sua participação de mercado, passando de 52,3% para 54,4%, reforçando sua posição de liderança. A Sky apresenta leve redução (28,9% para 28,0%), enquanto a Vivo registra crescimento (8,8% para 9,9%), sendo o principal destaque positivo no período, conforme demonstrado na Figura a seguir.

Por outro lado, a Mileto apresenta retração relevante, de 6,2% para 4,2%. As demais prestadoras mantêm participação marginal. Os dados sugerem um processo de **reacomodação competitiva em ambiente de contração**, com redistribuição de base entre os principais players e tendência de aumento da concentração.

²¹ Processo nº [53500.045652/2025-65](#) e [Acórdão nº 247, de 01 de setembro de 2025](#).

FIGURA 15
EVOLUÇÃO DO MARKET SHARE DE OFERTA DE SeAC



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Streaming x TV Paga ...

- Consolidação dos **OTTs como dominante estrutural**
- Declínio contínuo do modelo tradicional (TV por assinatura)
- Substituição estrutural: **linear** → **sob demanda**
- OTTs: Participação cresceu de 88,9% para **90,5% do mercado em 12 meses**
- Mercado tradicional (SeAC) em contração com **aumento de concentração interna**
- Nesse mercado exclusivamente:
 - Claro: 52,3% → 54,4% ↑
 - Sky: 28,9% → 28% ↓
 - VIVO: 8,8% → 9,9% ↑

1.4. MERCADO DE VAREJO DE VOZ

O Mercado de Varejo de Voz é composto pela telefonia fixa (STFC), telefonia móvel (SMP, excluídos dados) e aplicativos *Over The Top* (OTT) com funções de voz e/ou vídeo. Em síntese, o Mercado de Voz é composto hoje por empresas tradicionais de telefonia (STFC e SMP com função voz) e OTT.

Assim como realizamos Mercado de Oferta Híbrida de Conteúdo, para estimar o tamanho atual e o *market share* do Mercado de Voz no Brasil utilizaremos como referência o estudo realizado no âmbito da Análise de Impacto Regulatório (AIR) que visava a revisão do Plano Geral de Metas de Competição (PGMC).

Neste mesmo estudo²², foi constatado efeito de substituição entre os serviços tradicionais voltados para voz (telefonia fixa – STFC e telefonia móvel – SMP) e os serviços de *Over*

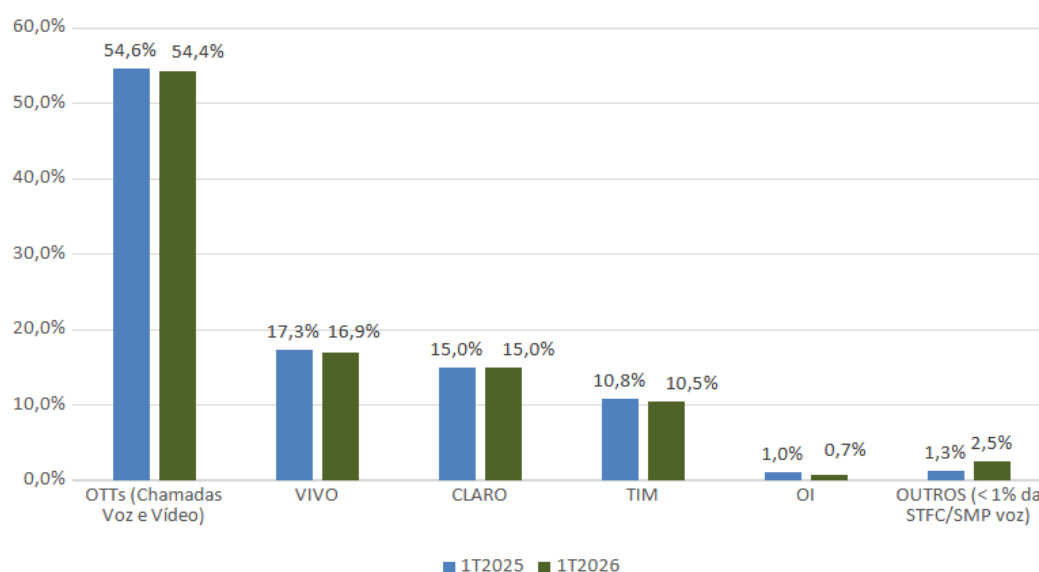
²² <https://www.gov.br/anatel/pt-br/regulado/competicao/pgmc/categorizacao>

The Top (OTT), com função de chamadas de voz e/ou vídeo²³ (WhatsApp, Facebook, Telegram e Signal).

No mercado de Voz, assim como no mercado de Oferta Híbrida de Conteúdo avaliado acima, os serviços OTT permanecem como principal meio de comunicação, com participação estável em patamar superior a 54% (54,6%, no 1T2025, para 54,4%%, no 1T2026), indicando maturidade do processo de substituição tecnológica.

Entre os serviços tradicionais, observa-se leve retração da Vivo (17,3% para 16,9%) e da TIM (10,8% para 10,5%), enquanto a Claro se mantém estável (15,0%). A Oi apresenta nova redução (1,0% para 0,7%).

FIGURA 16
EVOLUÇÃO PERCENTUAL DE ACESSOS ESTIMADOS NO
MERCADO DE VAREJO VOZ



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Os dados analisados acima confirmam a consolidação de um processo de **transformação estrutural nos mercados de telecomunicações**, com deslocamento progressivo da demanda para serviços digitais. Nesse contexto, torna-se fundamental o **acompanhamento contínuo dessas dinâmicas**, de modo a subsidiar eventuais ajustes nos instrumentos regulatórios e garantir a preservação de um ambiente competitivo adequado.

²³ "Estudo de Mercado de Varejo de Voz" desenvolvido no projeto de revisão atual do PGMC (SEI nº [9114920](#)).

Mercado de Voz em **transformação estrutural avançada**

-  OTTs consolidam-se como principal meio de comunicação
-  Substituição quase completa do modelo tradicional
-  Voz como serviço perde relevância econômica
-  Valor migra para Dados; Plataformas; Ecossistemas digitais
-  OTTs: **54,4% do mercado** (estável)
-  Operadoras: Vivo: 17,3% → 16,9%; TIM: 10,8% → 10,5%; Claro: ~15% (estável); Oi: 1,0% → 0,7%.

2. SÍNTESE DA COMPETIÇÃO EM MERCADOS ESTRATÉGICOS: ÍNDICE *HERFINDAHL-HIRSCHMAN*

O Índice *Herfindahl-Hirschman* (HHI) mede o nível de concentração de um mercado a partir das participações de mercado ou *market shares* das empresas.²⁴

Trata-se, portanto, de medida simples que apresenta vantagens como síntese, em um único número ou indicador do grau de concentração de um mercado. O HHI permite comparações entre diversos mercados, comparações temporais, sendo amplamente utilizado nas análises de mercado.

Pelas razões supracitadas, a Anatel estabeleceu o HHI como métrica para avaliar a promoção da competição no mercado de telecomunicações. Para tanto, receberam destaque o HHI daqueles mercados atualmente centrais à conectividade no país, quais sejam:

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

Assim, a Anatel associou em seu Plano Estratégico esses dois indicadores como medidas do estímulo de “*mercados dinâmicos e sustentáveis de serviços de comunicação e conectividade*”, estabelecendo metas a serem alcançadas ou mantidas até o ano de 2027.

2.1. META ESTRATÉGICA: 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

²⁴ O HHI é um índice ou medida de grau de concentração 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.²⁴ Em outros termos, o índice HHI 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 último 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”.

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.

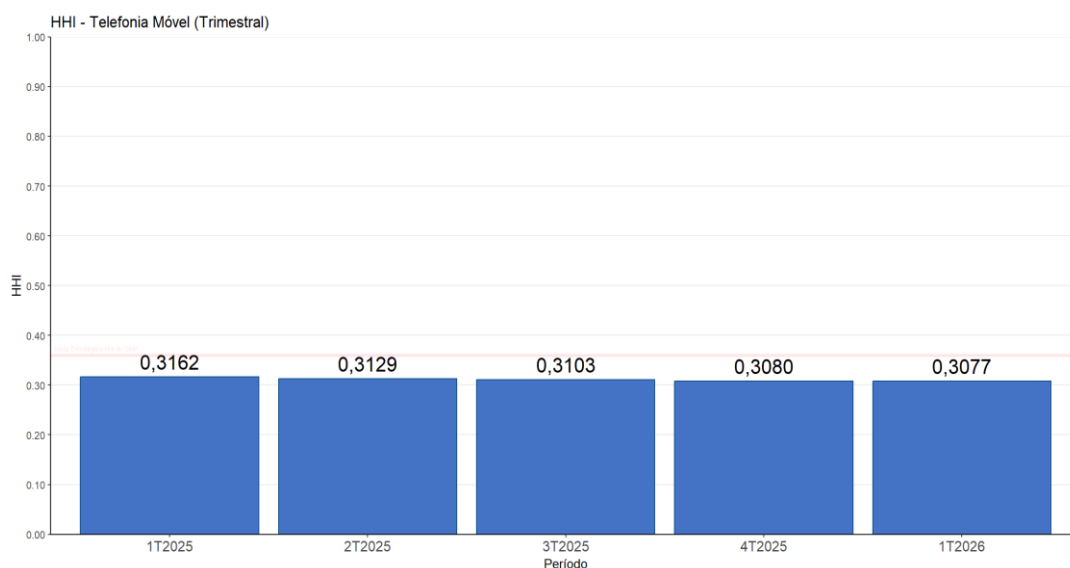
2.1.1. EVOLUÇÃO DA META ESTRATÉGICA

Como destacado introdutoriamente, a Anatel adotou, em sua visão estratégica, o monitoramento do comportamento do HHI em nível nacional. O indicador apresentou, neste trimestre, trajetória de leve desconcentração ao longo do período analisado. Observa-se redução gradual do indicador entre o 1T2025 e o T2026, passando de aproximadamente 0,316 para 0,307.

Este comportamento evidencia movimento consistente, ainda que moderado, em nível nacional, sem oscilações abruptas. Do ponto de vista infranacional – analisando a competição nas Regiões, Unidades da Federação, Capitais e Municípios -, veremos adiante, o comportamento tende a ser heterogêneo e, em larga medida, distinto daquele observado nacionalmente.

Como a Anatel estipulou o indicador nacional como parâmetro para acompanhamento desse mercado, verificou-se o cumprimento da Meta Estratégica estabelecida nesse 1T2026.

FIGURA 17
EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO HHI - TELEFONIA MÓVEL



Fonte: Anatel. Elaboração própria

Cumprir destacar, ainda, que o patamar do HHI de Telefonia Móvel nacional permanece elevado quando comparado com os demais serviços coletivos regulados pela Anatel, como veremos adiante, caracterizando-o como altamente concentrado. Assim, embora haja avanço, persistem desafios estruturais à ampliação da concorrência.

No próximo item destacamos o nível de concorrência nas Regiões, Unidades da Federação, Capitais e demais municípios. Verifica-se grande heterogeneidade nos níveis de concentração, com valores de HHI muitas vezes muito superiores à média nacional considerada pela Anatel com Meta Estratégica, o que reforça a necessidade de abordagens regulatórias diferenciadas.

2.1.2. CONCORRÊNCIA NO PLANO INFRANACIONAL

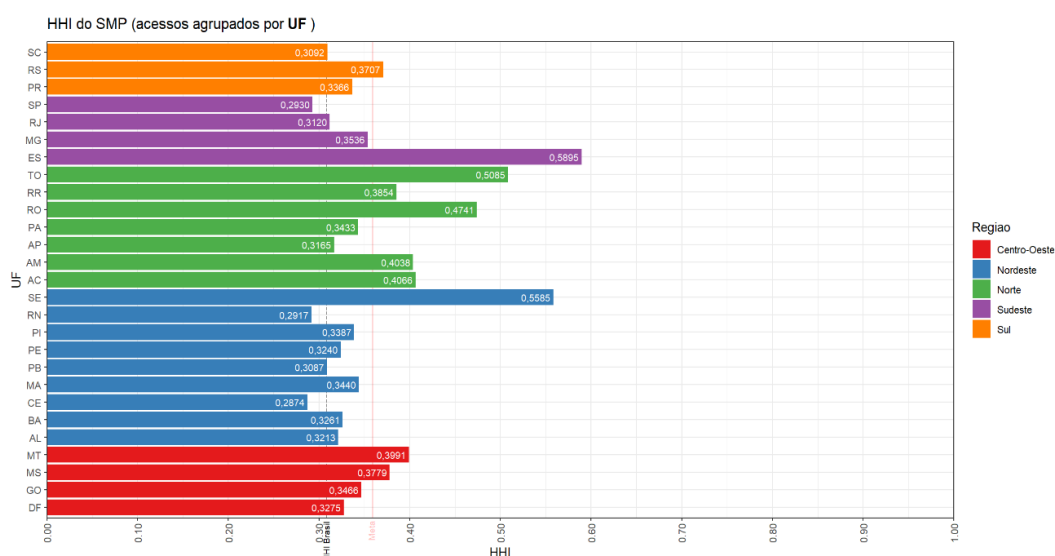
Os dados por Unidade da Federação (UF), demonstrados na Figura abaixo, mostram que a concorrência é bastante desigual dentro do país.

Destaca-se que a competição por UF não segue uma lógica regional, embora se observe uma tendência a menor competição na Região Norte.

Os mercados com menor competição entre operadoras tendem a apresentar serviços com preços mais elevados e menores níveis de qualidade. Ressaltamos, no entanto, que hipóteses que **correlacionam níveis de competição a preços e qualidade, por exemplo, necessitam de uma análise individualizada para corroborá-las.**

FIGURA 18

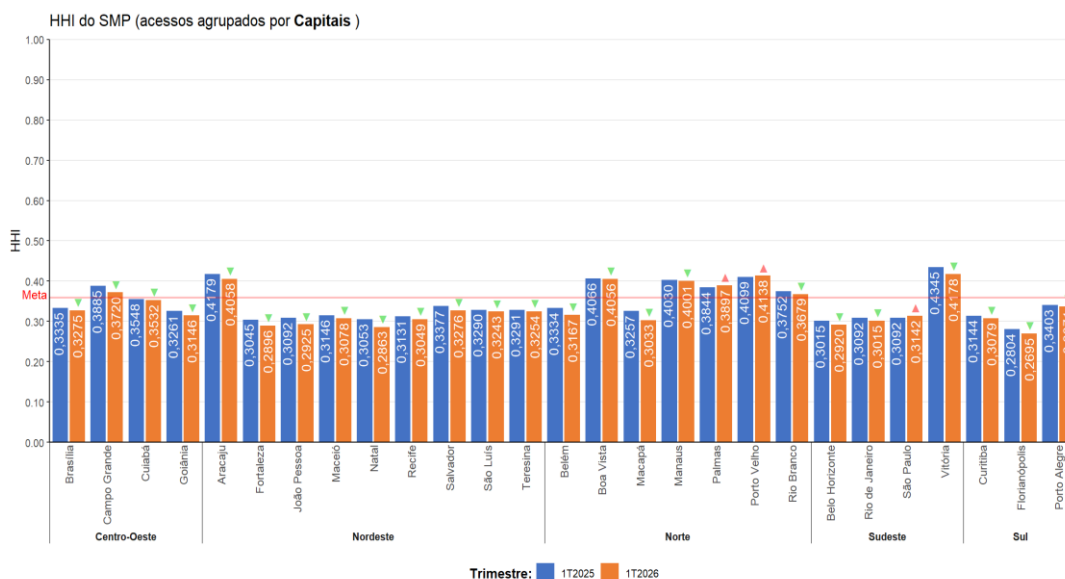
HHI TELEFONIA MÓVEL - CONCORRÊNCIA NAS UNIDADES DA FEDERAÇÃO (UF) E REGIÕES



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

No recorte das capitais, observa-se padrão mais homogêneo e, em geral, níveis de HHI inferiores aos verificados em nível estadual e municipal. Esse resultado é consistente com maior atratividade econômica, presença de múltiplas prestadoras com redes consolidadas e, portanto, maior intensidade competitiva. Ainda assim, persistem diferenças relevantes entre capitais, com algumas apresentando níveis de concentração superiores à média, o que pode indicar espaço para estímulo adicional à competição local.

FIGURA 19
HHI TELEFONIA MÓVEL – CONCORRÊNCIA NAS CAPITALS



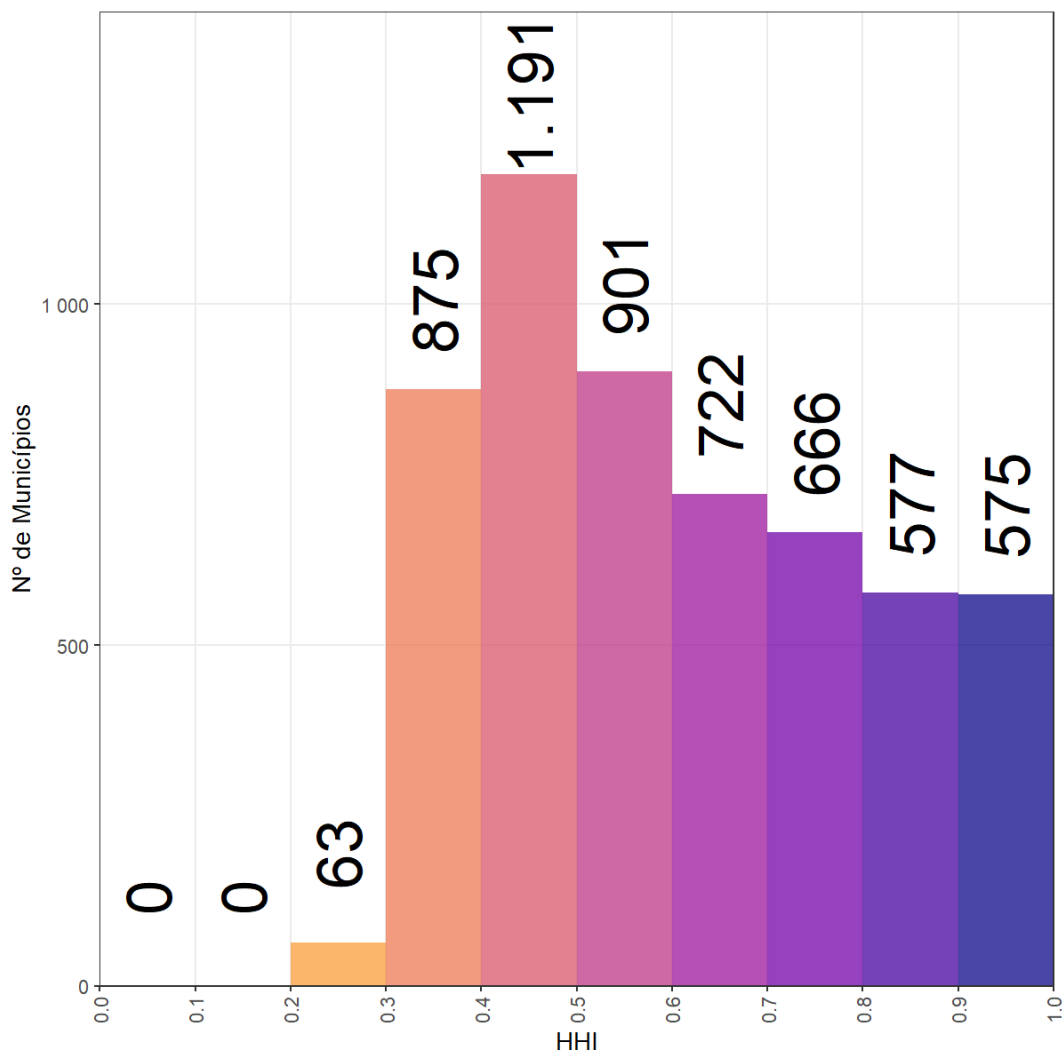
Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Por fim, o ponto central desta análise é a constatação de que são nos municípios – não capitais – onde estão os maiores desafios. O histograma mais adiante (Figura 18) demonstra a distribuição dos municípios de acordo com seu HHI. A partir dessas informações fazemos algumas considerações:

- Poucos municípios aparecem com HHI **abaixo de 0,3: mercados de Telefonia Móvel, em nível municipal** (63 municípios);
- A maior parte dos municípios está concentrada entre **HHI acima de 0,3 até 0,6** (2.967 municípios);
- Há muitos municípios entre **0,6 e 0,8**: indicando **mercados bastante concentrados** (1.388 municípios);
- Uma parcela relevante está acima de **0,8: alta concentração** (1.152 municípios).

Como exposto no início desse item, apesar da média nacional estar dentro da Meta Estratégica traçada pela Anatel, a maior parte dos municípios está acima do valor utilizado como meta para o mercado nacional (manter-se inferior a 0,3594 até 2027). O HHI nacional é uma média ponderada onde mercados geográficos grandes como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília pesam mais no resultado nacional. Por sua vez, quanto menor os demais municípios, menor é seu peso individualmente na média nacional.

FIGURA 20
HHI TELEFONIA MÓVEL – CONCORRÊNCIA NOS MUNICÍPIOS BRASILEIROS



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

✓ **Meta Estratégica – HHI Telefonia Móvel (ME09)**

✗ **Leve desconcentração**, porém mercado ainda concentrado

💡 **Números**

HHI: 0,316 → 0,307

Meta: < 0,3594 (cumprida)

🔍 **Insights**

⚠️ Alta concentração estrutural persiste

🌐 Forte desigualdade regional

🏢 Capitais mais competitivas

🏠 Municípios: grande parte com HHI elevado ($\geq 0,6$)

2.2. META ESTRATÉGICA: 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, a exemplo do que é realizado no HHI – Telefonia Móvel.

Para o cálculo do indicador são utilizados os dados de acesso coletados pela Anatel, conforme divulgado em seu site na Internet no momento de elaboração deste Relatório.²⁵

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

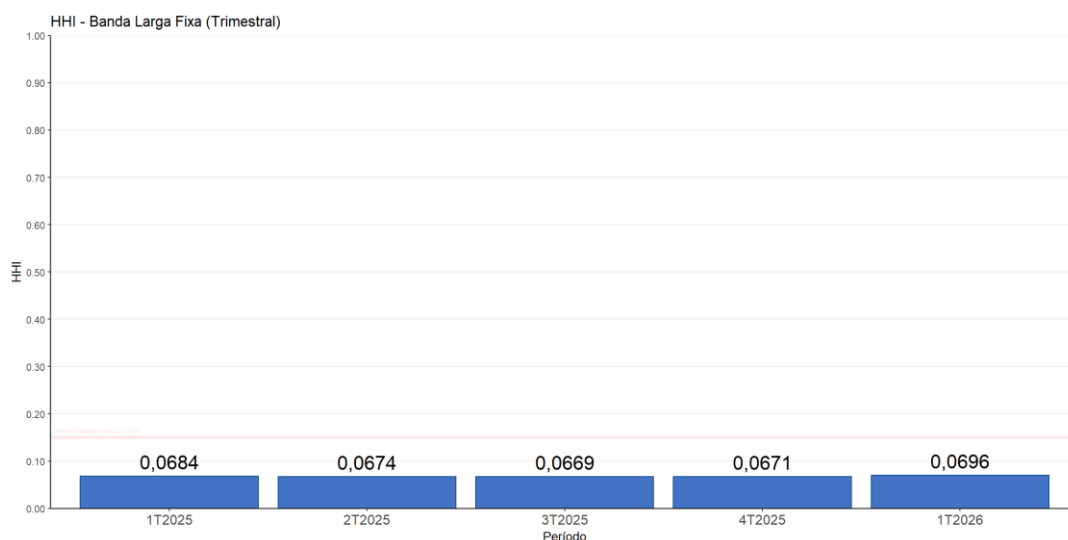
2.2.1. EVOLUÇÃO DA META ESTRATÉGICA

A evolução trimestral do HHI de Banda Larga Fixa (SCM) ao longo de 2025 e início de 2026 revela um mercado estruturalmente desconcentrado, com índices que oscilaram entre 0,0684 (1T2025) e 0,0696 (1T2026), patamares abaixo da referência de 0,1500. O mercado de Banda Larga Fixa consolida-se, assim, como o mais desconcentrado dentre os serviços de telecomunicações de interesse coletivo regulados pela Anatel, confirmando o cumprimento da Meta Estratégica no âmbito nacional.

A leve alta verificada no 4T2025, que se prolonga ao 1T2026, merece acompanhamento, ainda que não configure, por ora, motivo de preocupação regulatória. A variação é de pequena magnitude e não reverte a estrutura de baixa concentração.

FIGURA 21

EVOLUÇÃO TRIMESTRAL DO HHI – BANDA LARGA FIXA



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

2.2.2. CONCORRÊNCIA NO PLANO INFRANACIONAL

Assim como realizado na análise do HHI Telefonia Móvel, é importante o monitoramento periódico não apenas do HHI nacional por se tratar de uma média ponderada que pode esconder grandes diferenças regionais. Um estado ou município pode ter competição muito baixa enquanto outro é altamente competitivo — e ambos contribuem para o mesmo número nacional. A análise infranacional permite identificar onde a regulação

²⁵ Anatel, <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/aceessos> acessado em 01/04/2026.

precisa agir com mais atenção.

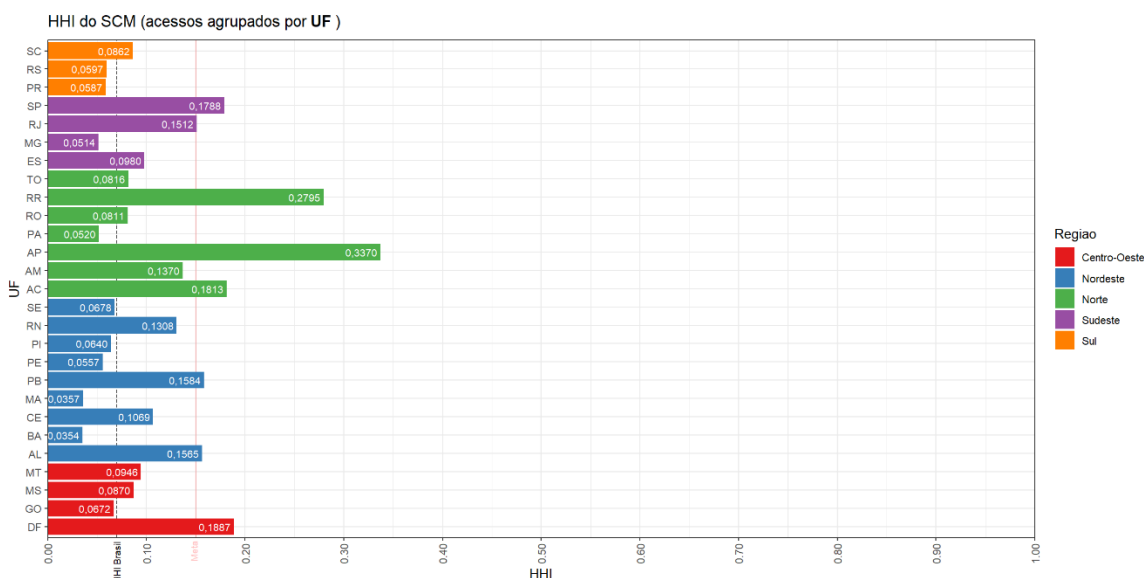
A análise por UF na Figura 20 abaixo evidencia heterogeneidade significativa no nível de concentração entre os Estados, contrastando com o quadro favorável observado no plano nacional.

As Regiões Sul e Sudeste tendem a apresentar os menores índices HHI, com exceções, refletindo mercados mais maduros, com maior densidade de provedores e competição mais efetiva — padrão consistente com a maior renda e infraestrutura dessas regiões. Chama a atenção o elevado HHI dos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal, indicando níveis de concorrência inferiores àqueles pensados para o mercado nacional (HHI acima da Meta Estratégica), ao contrário do que Estados com infraestruturas desenvolvidas poderiam fazer supor. Nestes casos, embora existam muitos *players* instalados, a maior parte dos clientes concentra-se em poucas prestadoras.

Em contrapartida, estados das regiões Norte e Nordeste concentram os maiores valores de HHI entre as UFs analisadas (menor competição).

FIGURA 22

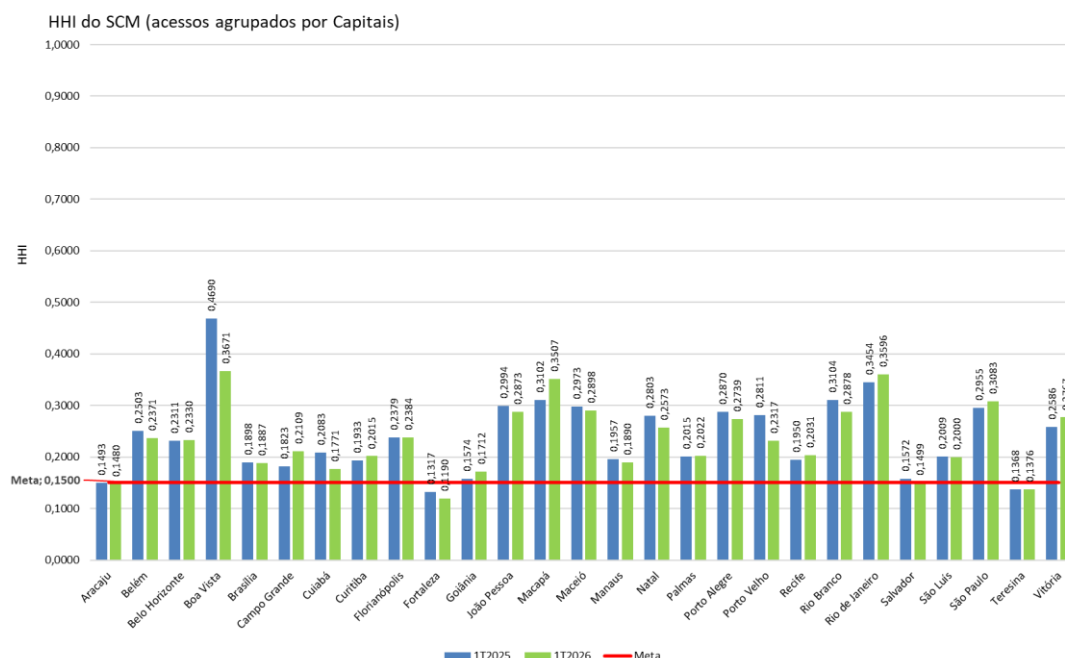
HHI BANDA LARGA FIXA - CONCORRÊNCIA NAS UNIDADES DA FEDERAÇÃO (UF) E REGIÕES



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

A Figura a seguir, referente ao HHI nas **capitais**, complementa o diagnóstico infranacional. As capitais, em geral, tendem a apresentar maior nível de competição em razão da densidade populacional e da atratividade econômica para investimentos em infraestrutura, da mesma forma que destacamos para o mercado de Telefonia Móvel. Contudo, o HHI Banda Larga Fixa para as capitais do país não segue o mesmo padrão verificado para o HHI Telefonia Móvel.

FIGURA 23
HHI BANDA LARGA FIXA - CONCORRÊNCIA NAS CAPITAIS



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

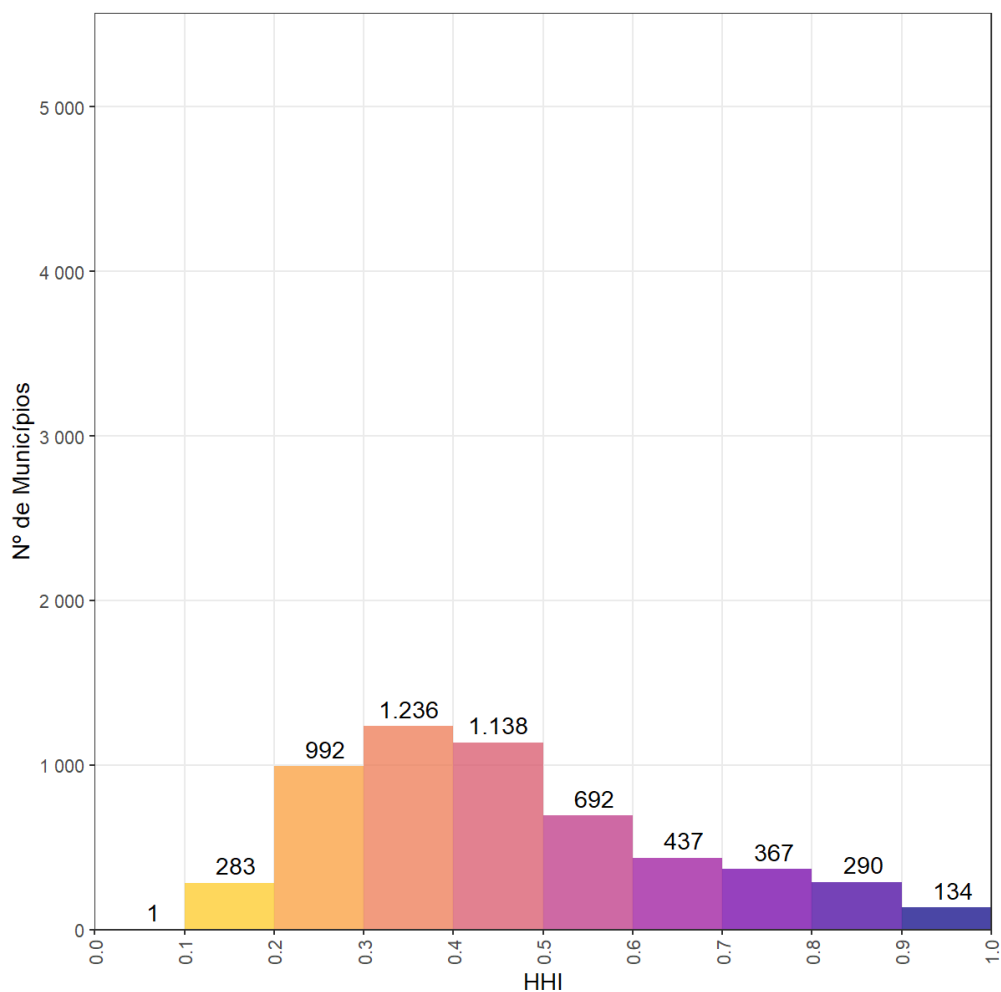
Por fim, embora estejamos analisando um Mercado altamente competitivo, o panorama municipal, conforme Figura a seguir, é o que revela o quadro com maior concentração relativa. A distribuição dos municípios por faixa de HHI demonstra que a maior concentração de municípios se encontra nas faixas entre 0,2 e 0,5, indicando mercados locais com grau moderado a elevado de concentração.

- **1.276 municípios** apresentam um nível de competição satisfatório, com um **HHI abaixo de 0,3**;
- A maior parte dos **municípios, 2.374**, apresentam HHI entre 0,4 e 0,5;
- **1.496 municípios** apresentam concentração alta (HHI entre 0,5 e 0,8)
- **290 municípios** estão em situação próxima ao monopólio (HHI entre 0,9 e 1,0)
- **134 municípios** têm apenas **um único provedor** de Banda Larga Fixa (monopólio local, HHI = 1,0)

Em conjunto, os dois últimos grupos de municípios – com HHI acima de 0,9 - representam um contingente relevante de brasileiros que acessam a internet em condições de baixa ou nenhuma concorrência — o que pode se refletir em preços mais altos e menor qualidade do serviço.

Os dados infranacionais reforçam a necessidade de uma abordagem regulatória diferenciada e geograficamente orientada. A meta nacional encontra-se cumprida, mas o desempenho agregado distorce assimetrias estruturais importantes.

FIGURA 24
HHI BANDA LARGA FIXA - CONCORRÊNCIA NOS MUNICÍPIOS



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

✓ **Meta Estratégica – HHI Banda Larga Fixa (ME08)**

🇧🇷 **Principais Achados**

🌐 Mercado estruturalmente desconcentrado

💡 **Números**

HHI: ~0,0696

Meta (< 0,15): **Atendida**

🔍 **Insights**

🇧🇷 Melhor ambiente competitivo do setor

⚠️ Média nacional esconde:

- monopólios locais
- alta concentração em municípios

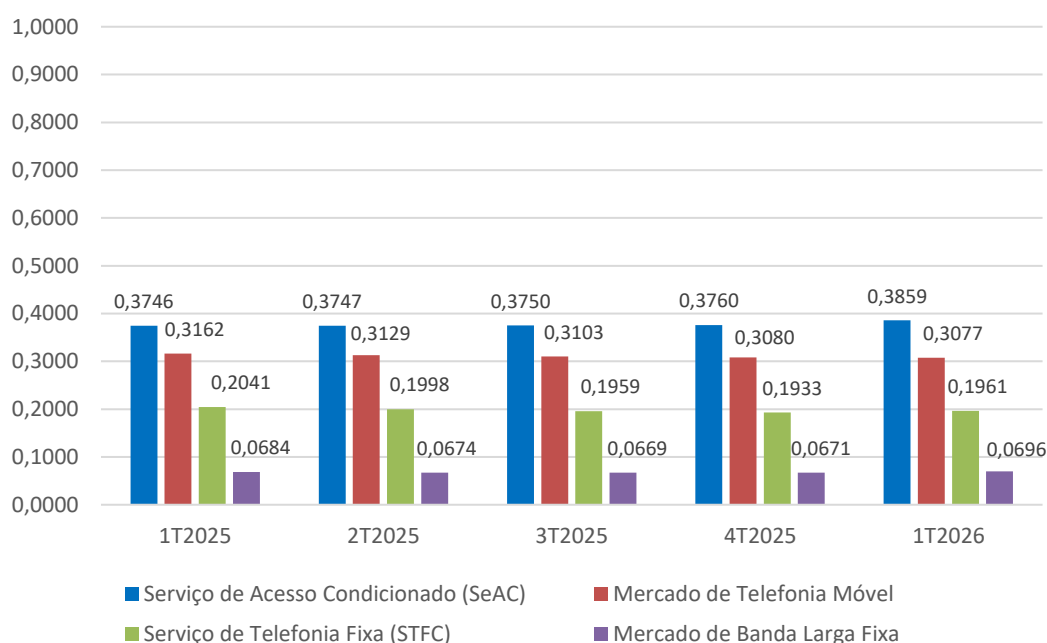
🔄 Necessidade de abordagens regulatórias **geograficamente orientadas**.

2.3. HHI – PERSPECTIVA COMPARADA

A Figura a seguir destaca, em perspectiva comparada, o HHI dos diversos mercados de varejo. Assim, são comparados o desempenho, por meio do indicador mencionado, dos Mercados de Varejo de Telefonia Móvel e de Banda Larga Fixa, analisados no início da seção, e do Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC) e Serviço de Acesso Condicionado (SeAC).

Ressalta-se que os dois últimos não constituem mercados de varejo conforme definidos pela Anatel, e sim partes constitutivas, respectivamente, do Mercado de Voz e do Mercado de Oferta Híbrida de Conteúdo, discutidos mais adiante neste relatório.²⁶

FIGURA 25
HHI DOS SERVIÇOS DE INTERESSE COLETIVO REGULADOS
(PERSPECTIVA COMPARADA)



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Conforme destacado inicialmente, o “HHI - Banda Larga Fixa” se encontra em patamar extremamente baixos – menor HHI dentre os expostos na figura acima - sendo o mercado mais desconcentrado dentre os serviços de telecomunicações de interesse coletivo regulados pela Anatel.

Ao compararmos o Mercado de Banda Larga Fixa com o Mercado de Varejo de Telefonia Móvel, observa-se desempenhos opostos em termos de competição medida pelo HHI. Constata-se uma alta concentração – HHI elevado – do Mercado de Telefonia Móvel. A concentração do Mercado de Telefonia Móvel atual só se compara, em escala, com a concentração do Serviço de Acesso Condicionado (SeAC).

²⁶ O cálculo do HHI para o Mercado de Varejo de Voz e de Oferta Híbrida de Conteúdo é dificultado pela grande quantidade de players e ausência de dados mais precisos sobre o número de seus usuários, em especial, tanto de aplicativos que ofertam serviços de voz quanto de streaming.



HHI dos Serviços de Interesse Coletivo, perspectiva comparada



Banda larga fixa: Alta competitividade



Móvel e SeAC: Altamente concentrados



Estruturas concorrenciais distintas por mercado



Política regulatória deve ser **segmentada e não uniforme**

SEÇÃO II – MERCADOS DE ATACADO ²⁷

3. ASPECTOS CONCORRENCIAIS DOS MERCADOS DE ATACADO

No presente item são apresentadas algumas informações a respeito dos Mercados de Atacado relacionados aos Mercados de Varejo abordados anteriormente neste relatório.

Como informado introdutoriamente com a aprovação da [Resolução nº 783, de 03 de setembro de 2025](#), foi concluída a revisão periódica do Plano Geral de Metas de Competição (PGMC).

Os mercados de atacado que permaneceram objeto de medidas regulatórias assimétricas *ex-ante* são os seguintes:

- Interconexão para Tráfego Telefônico em Rede Móvel;
- Interconexão para Tráfego Telefônico em Rede Fixa;
- Roaming Nacional (inclui conexão para dispositivos M2M/IoT); e
- Infraestrutura Passiva (dutos, subdutos, caixas de passagem e caixas subterrâneas).

Embora este relatório se dedique, principalmente, aos Mercados de Varejo e Mercados de Atacado que são objeto do Plano Geral de Metas de Competição (PGMC), também se realiza o acompanhamento de outros mercados, sobretudo de Atacado que, embora possam não estar sujeitos as atuais medidas regulatórias assimétricas aprovadas pela Anatel, são considerados importantes para o monitoramento da competição no setor de telecomunicações.

Portanto, incluímos neste trimestre, em complemento àqueles objetos do PGMC, os seguintes mercados:

- Mercado de Espectro; e
- Mercado de Operação Virtual do SMP (MVNO).

Para os Mercados de Atacado para os quais foram determinadas medidas *ex ante* e assimétricas na recente revisão do PGMC, são acrescidas informações do Sistema de Negociação de Ofertas de Atacado (SNOA), plataforma onde as Ofertas de Referência de Produtos de Atacado (ORPA) permite às prestadoras que não detenham Poder de Mercado Significativo (PMS) comprem produtos de infraestrutura ou insumos de compartilhamento de redes em condições isonômicas e não discriminatórias.

Como veremos adiante, os pedidos realizados e respectivos atendimentos no SNOA estão concentrados nos produtos de atacado de **Interconexão Fixa e Interconexão Móvel**.

3.1. OFERTAS DE REFERÊNCIA DE PRODUTOS DE ATACADO (ORPA)

Após a revisão do Plano Geral de Metas de Competição (PGMC), dentre os produtos que permaneceram no rol de Ofertas de Referência de Produtos de Atacado (ORPA), aqueles mais negociados por meio do SNOA permaneceram sendo o Interconexão Móvel e

²⁷ O relatório faz referência ao quarto trimestre de 2025 (4T2025), entretanto, são utilizados para cálculo do HHI e outras informações os últimos dados disponíveis no momento de elaboração deste relatório, relativos a novembro de 2025, conforme divulgado no site da Anatel. Portanto, a não ser que seja dito o contrário, quando for referenciado 4T2025, os dados de acesso dizem respeito ao mês de novembro de 2025. Em relação a trimestres anteriores, realizamos a atualização de dados da Anatel sempre que estes são alterados por razões diversas.

Interconexão Fixa. Os demais – Roaming, Infraestrutura Passiva – apresentam demanda marginais ou mesmo não tiveram pedidos no período analisado.

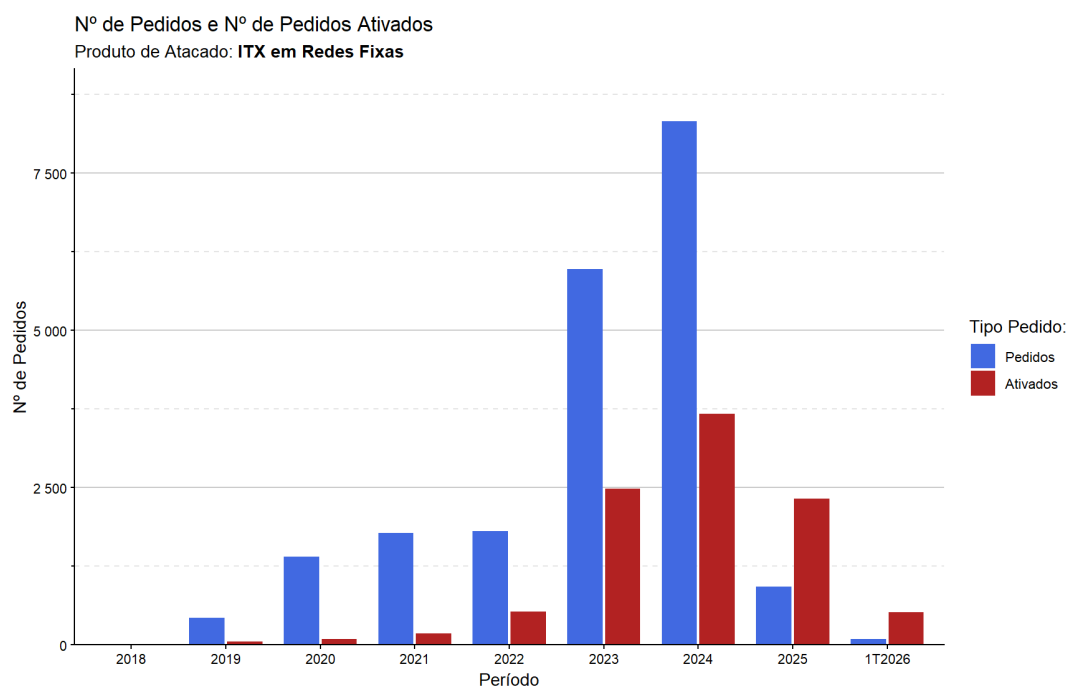
3.1.1. OFERTA DE INTERCONEXÃO PARA TRÁFEGO TELEFÔNICO EM REDE FIXA

O Mercado Relevante de Atacado de Interconexão para Tráfego Telefônico em Rede Fixa refere-se à terminação de chamadas telefônicas, de forma a possibilitar que os usuários de serviços de telecomunicações possam se comunicar com usuários de serviços de rede fixa.

Em consulta realizada no SNOA observa-se, na comparação entre 2025 e o 1º trimestre de 2026, uma inflexão relevante na dinâmica da interconexão fixa, caracterizada pela redução dos pedidos e manutenção residual de ativações, sugerindo um cenário de maturidade desse mercado de atacado, após o salto expressivo com pico nos anos de 2023 e 2024.

FIGURA 26

Nº DE PEDIDOS DE INTERCONEXÃO FIXA



Fonte: SNOA, Relatório Gerado em 01/04/2026.

3.1.2. OFERTA DE INTERCONEXÃO PARA TRÁFEGO TELEFÔNICO EM REDE MÓVEL

O Mercado Relevante de Atacado de Interconexão para Tráfego Telefônico em Rede Móvel refere-se ao segmento do setor de telecomunicações que trata da oferta para a terminação de chamadas em redes móveis.

Ao observarmos no SNOA o fluxo de solicitações e ativações de Interconexão Móvel, conforme destacado na Figura 27 a seguir, é possível afirmar que se trata do **principal produto negociado** desde o princípio das Ofertas de Referência de Produtos de Atacado (ORPA) até o presente.

Em contraste com a interconexão fixa, o produto interconexão móvel mantém trajetória

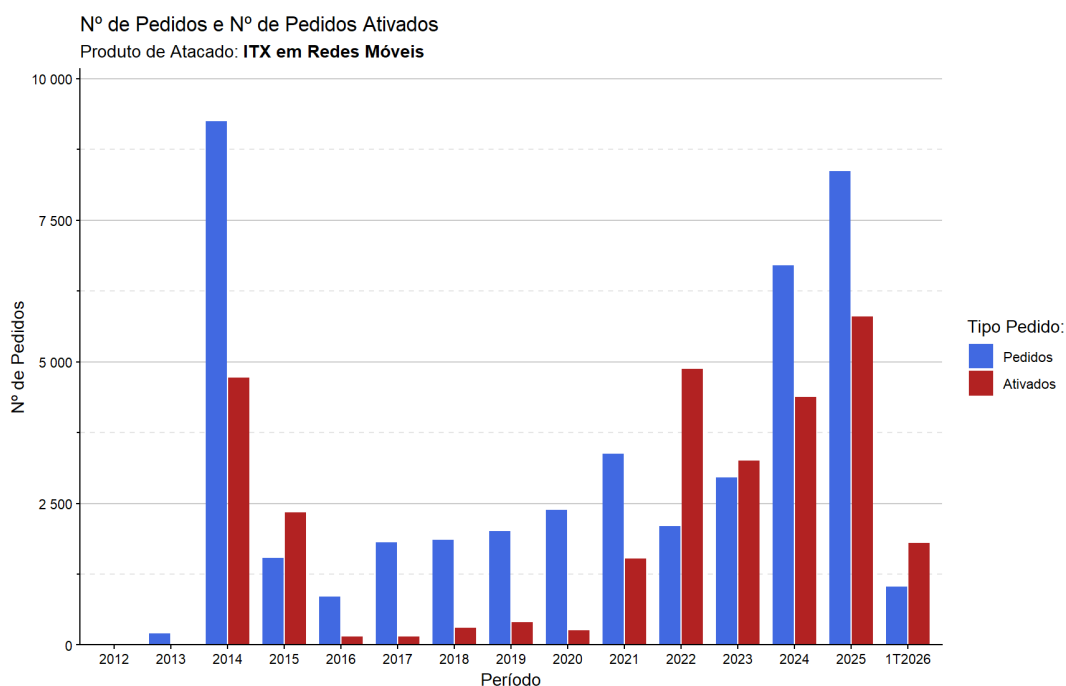
estruturalmente ascendente, com volumes elevados de pedidos e ativações nos anos recentes, ainda que com retração sazonal no início de 2026, cujos dados são apenas referentes ao primeiro trimestre.

A análise histórica reforça essa distinção: enquanto o segmento fixo apresenta pico em 2024 seguido de estabilização, o móvel evidencia um novo ciclo de expansão a partir de 2021, com intensificação entre 2023 e 2025.

Do ponto de vista concorrencial, os dados indicam que a interconexão móvel permanece como elemento central para viabilização da competição.

FIGURA 27

Nº DE PEDIDOS DE INTERCONEXÃO MÓVEL



Fonte: SNOA, Relatório Gerado em 01/04/2026.

3.2. OUTRAS OFERTAS DE REFERÊNCIA DE PRODUTOS DE ATACADO (ORPA)

No 1T2026 não foram registrados pedidos ou ativações dos produtos de atacado Roaming e Infraestrutura Passiva (Dutos e Subdutos) no SNOA.

3.3. MERCADO DE ESPECTRO

Conforme destacamos em edições anteriores deste relatório, o mercado de Exploração Industrial de Radiofrequências (EIR) não foi incluído no rol de mercados de atacado submetidos a aplicação de medidas assimétricas no PGMC.

Contudo, para fins de monitoramento da competição, em função da importância deste mercado e do recurso escasso que é seu objeto, o espectro de radiofrequências, optou-se por manter seu monitoramento neste relatório sob a ótica da competição no setor de telecomunicações.

O espectro é elemento central para prestação do Mercado de Varejo de Telefonia Móvel e, ainda que não seja objeto de medidas assimétricas *ex ante* no PGMC, é objeto de

diversos projetos de regulamentação **iniciados no ano de 2025 e que seguirão em andamento no ano de 2026 na Anatel**, conforme disposto na Agenda Regulatória 2025/2026²⁸. No 1T2026 não houve atualizações a respeito desses projetos em relação ao relato do 4T2025, apenas das preparações para a realização da [licitação da faixa de 700 MHz](#), a ser realizada em abril de 2026. Destaque também para movimentações envolvendo faixas de 3,5GHz.

3.4. OFERTA DE OPERAÇÃO VIRTUAL DO SERVIÇO MÓVEL PESSOAL (MVNO)

A evolução do Mercado Relevante de MVNO – prestadoras de telefonia móvel por redes virtuais – demonstrado na Figura a seguir mostra um crescimento exponencial e acelerado do setor nos últimos anos.

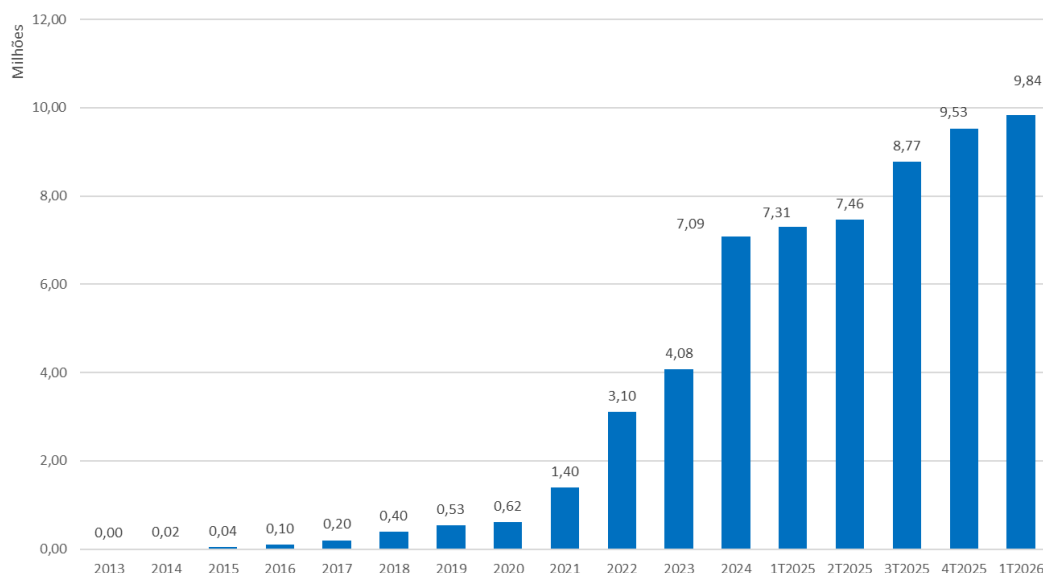
Entre 2013 e 2020, o mercado era praticamente irrelevante, não chegando a 1 milhão de acessos. O "salto" começou em 2021 (1,40 milhão), e desde então a curva de crescimento se tornou extremamente inclinada.

Explosão em 2023-2024: O maior salto absoluto ocorreu entre 2023 (4,08 milhões) e 2024 (7,09 milhões), quase dobrando a base em apenas um ano.

Os dados trimestrais de 2025 e o início de 2026 mostram que o ritmo continua forte. Ao atingir 9,84 milhões de acessos no 1T2026, o mercado de MVNOs se aproxima da marca histórica de 10 milhões de chips ativos, consolidando-se como uma alternativa às operadoras tradicionais (MNOs).

FIGURA 28

EVOLUÇÃO DOS ACESSOS DAS AUTORIZADAS DE REDE VIRTUAL DO SERVIÇO MÓVEL PESSOAL – MVNO

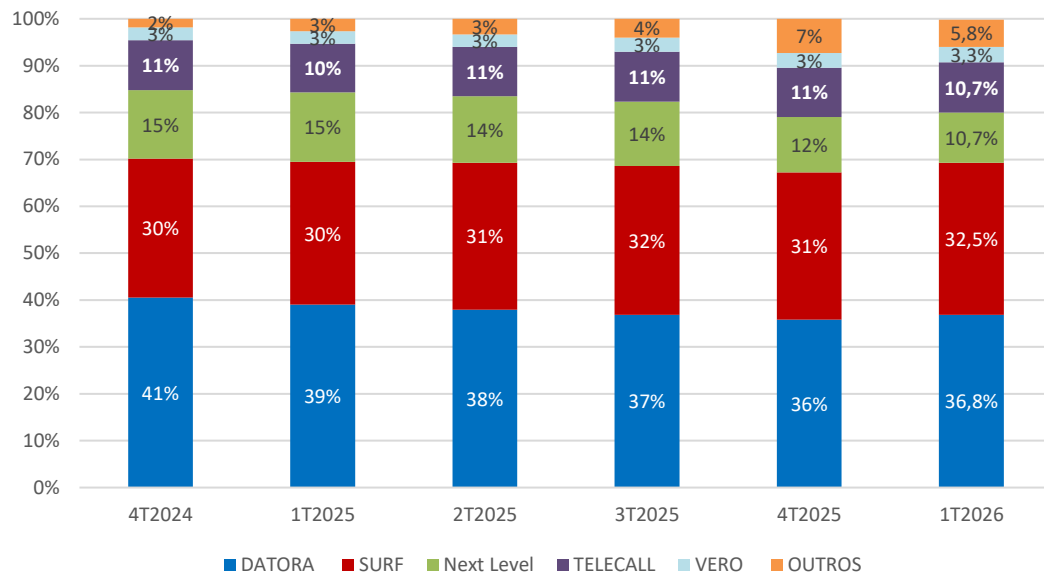


Fonte: Anatel acessado em 01/04/2026.

Por sua vez, a Figura a seguir demonstra uma competição acirrada por participação nesse mercado, liderança da Datora está sendo contestada pela Surf, e o surgimento de novos *players* (Outros) indica que ainda há espaço para inovação e novos modelos de negócio.

²⁸ Agenda Regulatória – 2025/2026: [Agenda Regulatória — Agência Nacional de Telecomunicações](#)

FIGURA 29
MARKET SHARE DE PRESTADORAS AUTORIZADAS MVNO



Fonte: Anatel acessado em 01/04/2026.

MVNOs (Operadoras Virtuais)

Principais Achados

-  Crescimento consistente

Números Relevantes

-  9,84 milhões de acessos (1T2026)
-  Crescimento exponencial desde 2021

Insights

-  MVNOs podem ampliar sua contestabilidade no SMP?
-  Competição crescente entre MVNOs:
 - liderança contestada
-  Espaço para inovação:
 - Nichos
 - Modelos digitais
-  Dependência estrutural das MNOs permanece.

4. ANUÊNCIAS E MOVIMENTAÇÕES SOCIETÁRIAS

4.1. 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.

Até o final do 1T2026 foram analisados ou estão em fase de análise **4 (quatro) Requerimentos de Anuência Prévia**, detalhados a seguir.

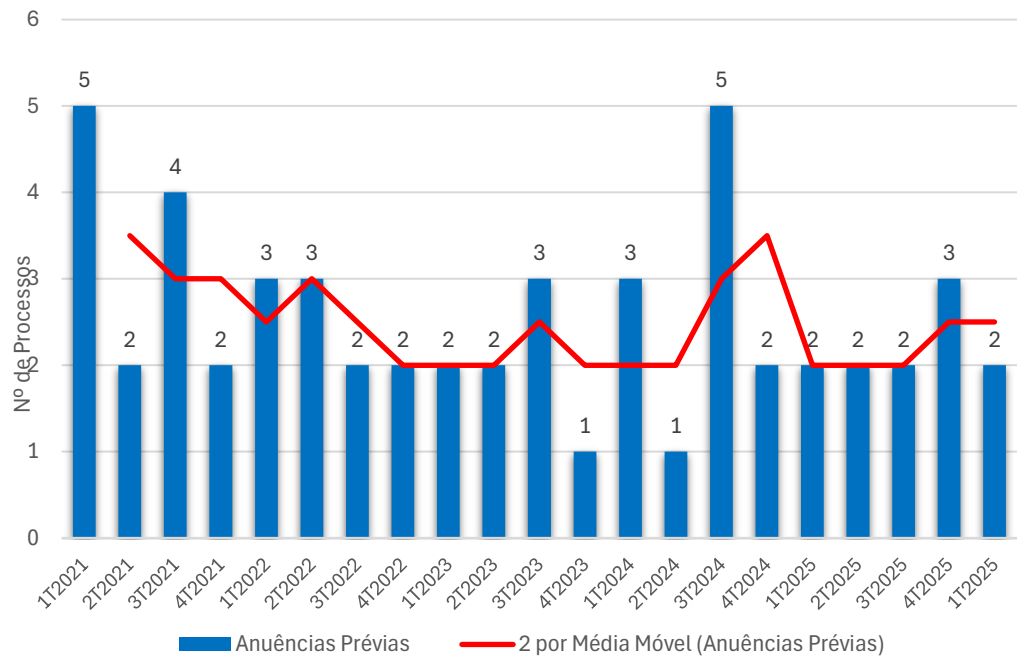
TABELA 1
REQUERIMENTOS DE ANUÊNCIA PRÉVIA – 1T2026

PROCESSO	ASSUNTO	STATUS
53500.003440/2026-91	Transferência de Controle da 1TELECOM SERVIÇOS DE TECNOLOGIA EM INTERNET LTDA. e UM TELECOM SOLUÇÕES EM TECNOLOGIA LTDA.	Anuência concedida pelo Ato nº 2506, de 19 de fevereiro de 2026.
53500.012126/2026-08	Transferência de Controle da I-SYSTEMS SOLUÇÕES DE INFRAESTRUTURA S.A.	Anuência concedida pelo Ato nº 4682, de 31 de março de 2026.
53500.089835/2025-92	Transferência de controle da TI SPARKLE BRASIL TELECOMUNICAÇÕES LTDA	Anuência concedida pelo Ato nº 3782, de 17 de março de 2026.
53500.105081/2025-25	Transferência de controle da PROXIMA TELECOMUNICAÇÕES S.A.	Anuência concedida pelo Ato nº 524, de 14 de janeiro de 2026.

Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Especificamente no 1T2026 foram protocolizados dois requerimentos de anuência prévia tendo como escopo a alteração de controle direto/indireto de empresa outorgada a prestar serviços de telecomunicações. Esse quantitativo é inferior ao do trimestre anterior, mas se encontra dentro da média trimestral de dois a três requerimentos de anuência prévia protocolizados, conforme detalhado a seguir.

FIGURA 30
ANUÊNCIAS PRÉVIAS – ENTRADAS TRIMESTRAIS



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

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.

4.2. MOVIMENTAÇÕES SOCIETÁRIAS

O primeiro trimestre de 2026 registrou movimentações societárias de grande relevância, tanto no cenário nacional quanto no internacional.

No Brasil, o grande destaque do trimestre foi o anúncio da [compra](#) da **Desktop** pela **Claro** por R\$ 2,4 bilhões, com [avaliação da empresa](#) em R\$ 4 bilhões (*enterprise value*). A operação, que já vinha sendo negociada desde o final de 2025, teve [aprovação do mercado](#) e projeta impacto sobre rivais, reforçando a consolidação do mercado de banda larga fixa no país. A **TIM**, por sua vez, [retomou o controle](#) da **I-Systems** por R\$ 950 milhões, após confirmar [conversas](#) com a **IHS** no início do mês, passando a deter 100% da operadora de rede neutra de fibra óptica. A **TIM** também [concluiu a aquisição](#) da **V8.Tech**. A **Brasil TecPar** [confirmou negociação](#) para aquisição da **Ligga** e, em fevereiro, [comprou a operação de banda larga](#) da empresa. A **Unifique** [comprou](#) a **iSUPER**, reforçando expansão no Paraná, e também [adquiriu espectro 5G](#) da **Ligga** por R\$ 20 milhões. A **V.tal** recebeu [anuência prévia](#) da **Anatel** para adquirir a **Um Telecom**. A **Zaaz** [concluiu a aquisição](#) da **Proxima** e adquiriu a carteira de clientes da **Online Telecom**.

Apesar das operações de peso, levantamento aponta que o ritmo de [M&As desacelerou](#), embora 2026 possa ser um ponto de virada na banda larga. No campo dos posicionamentos estratégicos, a **Alares** [sinalizou disposição](#) de ser protagonista em M&A após crescimento em 2025, enquanto a **Unifique** [aposta em móvel e aquisições](#) para

sustentar crescimento. A **Desktop**, por sua vez, havia [suspendido M&As](#) e expansão de rede para focar em geração de caixa, dias antes de ter a venda para a **Claro** anunciada. Registramos ainda a **Oi** com a [publicação do edital](#) para venda de sua participação na **V.tal**, processo que enfrentou questionamentos de [credores](#) e tentativa do [governo do Rio de Janeiro](#) de barrar a operação, além da **Anatel** avaliando [impugnar](#) edital de venda da unidade de serviços fixos da operadora.

No cenário internacional, destaque para a conclusão da [disputa](#) pela **Warner Bros. Discovery**: a **Netflix** [reviu os termos](#) de sua proposta, a **Paramount** [elevou sua oferta](#), e a **Netflix** [decidiu não cobrir](#), com a **Paramount** saindo vencedora. Em infraestrutura de torres, a **MTN** [fechou acordo de US\\$ 6,2 bilhões](#) pela **IHS Towers**, que também [vendeu suas operações](#) na América Latina para o grupo **Macquarie** por US\$ 952 milhões. O **SoftBank** [comprou](#) a **DigitalBridge**, dona da **Highline** no Brasil, por US\$ 4 bilhões. A **Telefónica** [vendeu sua unidade no Chile](#) para a **Millicom** e **NJJ Holding** por US\$ 1,2 bilhão, prosseguindo com sua saída da América latina, e sinalizou querer [liderar a consolidação](#) na Europa. Na Itália, a **Poste Italiane** lançou oferta de [€ 10,8 bilhões](#) pelo **Grupo TIM**. A **Accenture** [vai adquirir](#) a **Ookla** por US\$ 1,2 bilhão e a **SpaceX** [adquiriu](#) a **xAI** em consolidação de empresas de Elon Musk.



Anuências e Movimentações Societárias



Anuências



Continuidade da consolidação no setor



Ritmo de M&A desacelerou, mas segue relevante



Destaques



Aquisição da Desktop pela Claro)



TIM ampliando atuação (I-Systems, V8 Tech)



Consolidações internacionais relevantes



Movimento estratégico dominante:

- consolidação
- diversificação (cloud, digital)



Banda larga fixa = principal foco de M&A



Potencial aumento de concentração regional



Integração com ecossistemas digitais globais

SEÇÃO III – FRONTEIRAS CONCORRENCIAIS

5. GRUPOS ESTRATÉGICOS E IMPACTOS NA CONCORRÊNCIA

5.1. INTRODUÇÃO

A análise da concorrência do setor de telecomunicações no Brasil não pode mais ser adequadamente feita a partir de uma leitura consolidada da indústria. Deve-se levar em consideração que o atual momento é caracterizado por uma heterogeneidade estrutural significativa. Na prática, tal fato implica reconhecer que a dinâmica competitiva não se organiza de forma homogênea no setor, o que ajuda a compreender diferenças de comportamento e desempenho entre as empresas participantes desta.

Dessa forma, em vez de tratar a indústria como um bloco homogêneo, busca-se olhar a indústria organizada sob a forma de grupos estratégicos²⁹, que são grupos formados por empresas que compartilham posicionamentos semelhantes em termos de escopo de atuação, base de ativos, modelo de negócios e capacidade de investimento. Esses grupos enfrentam condições competitivas distintas, competem mais intensamente entre si e estão sujeitos a barreiras à mobilidade que dificultam a transição entre diferentes posições na indústria, permitindo compreender a dinâmica competitiva de forma mais precisa.

Como a indústria de telecomunicações, no atual contexto, é marcada pela diversidade de agentes, os indicadores tradicionais podem ser insuficientes para capturar a heterogeneidade estratégica que caracteriza setores complexos. Dessa forma, a abordagem de grupos estratégicos oferece um instrumental analítico adicional para compreender como as empresas efetivamente competem e capturam valor. Assim, a dinâmica concorrencial não se distribui de maneira uniforme no setor, mas se organiza em torno desses agrupamentos relativamente estáveis.

A relevância do conceito de grupo estratégico reside em três dimensões principais.

- 1º Permite explicar diferenças persistentes de desempenho entre empresas que operam no mesmo mercado, ao evidenciar que modelos de negócio distintos implicam estruturas de custo, riscos e retornos diferenciados.
- 2º Possibilita identificar com maior precisão onde se concentra a rivalidade efetiva, que tende a ser mais intensa no interior de cada grupo estratégico.
- 3º Amplia a análise estrutural ao introduzir o conceito de barreiras de mobilidade, fundamentais para compreender a contestabilidade efetiva do mercado e a persistência de determinadas configurações competitivas.

Do ponto de vista metodológico, a aplicação dessa abordagem envolve a identificação das principais dimensões estratégicas que diferenciam as firmas, o mapeamento dos grupos existentes, a análise das barreiras de mobilidade entre eles e a avaliação dos padrões de rivalidade e desempenho associados a cada grupo. Esse procedimento permite construir uma leitura mais granular da estrutura competitiva e dos incentivos econômicos que orientam o comportamento dos agentes.

Portanto, trata-se de uma visão estruturalista. As empresas não competem de forma homogênea, ou seja, elas se organizam em clusters de empresas com estratégias semelhantes, que enfrentam condições competitivas próximas entre si, mas diferentes em

²⁹ PORTER, Michael E. *Estratégia competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro: Ed. Campus. ISBN 85-7001-377-X.

relação aos demais *clusters*.

Não obstante, o ponto de partida seja uma abordagem estruturalista, isso não implica uma leitura estática da estrutura de mercado. Ao contrário, ela também permite capturar a dimensão dinâmica da concorrência, na medida em que inovações tecnológicas, mudanças nos modelos de negócio e novas formas de conduta estratégica podem alterar os fundamentos competitivos do setor. Esses movimentos podem tanto reconfigurar os limites entre grupos existentes quanto viabilizar o surgimento de novos grupos estratégicos, especialmente em contextos de transformação digital e integração com ecossistemas adjacentes, como *cloud*, dados e serviços digitais.

Do ponto de vista analítico, ao organizar o setor em grupos estratégicos, busca-se oferecer uma interpretação mais sofisticada da dinâmica concorrencial, destacando como diferentes modelos de negócio coexistem, interagem e evoluem ao longo do tempo. Em última instância, essa abordagem permite identificar com maior clareza os vetores de transformação do setor, os riscos concorrenciais emergentes e as oportunidades de criação de valor, contribuindo para uma análise mais consistente e orientada à tomada de decisão.

5.2. MUDANÇA DE PARADIGMA COMPETITIVO

A análise da concorrência no setor de telecomunicações brasileiro não pode ser mais explicada por uma estrutura clássica de mercado (participação, concentração ou número de operadores). O mercado brasileiro não está organizado apenas por “porte”, mas por **combinações de escopo, tipo de ativo, cobertura geográfica, sofisticação comercial e capacidade de financiar, *churn*/Capex/M&A**. Em outras palavras, os grupos estratégicos são definidos menos por participação isolada e mais por **posição competitiva ativa** dentro da indústria.

Os grupos estratégicos dizem muito como as empresas competem e definem suas estratégias. Com uma maior diversidade de agentes dentro da indústria, que possuem ativos, capacidades e locais de atuação distintas, espera-se maneiras de reação muito heterogêneas. A indústria de prestação de serviços de telecom possui empresas que dominam o mercado móvel (Vivo, Claro e TIM seguem concentrando cerca de 95% do mercado), que também atuam na oferta de banda larga fixa, esse último com uma estrutura mais desconcentrada, com grande peso das PPPs e dos ISPs regionais. Além disso, a digitalização das redes (e das interações econômicas e sociais) vem indicando que a competição em telecom deixará de ser apenas pela rede tradicional e passará a ser condicionada por vetores de contestabilidade de ecossistemas adjacentes (serviços de *cloud*, plataformas e serviços digitais).

Dessa forma, identificar como as empresas se posicionam dentro da indústria permite entender melhor as condutas e como a captura de valor depende da posição ocupada na cadeia digital composta por infraestrutura, plataformas, dados, *cloud* e aplicações. Portanto, a diversidade de empresas leva a uma heterogeneidade de modelos estratégicos, com implicações para a dinâmica competitiva que deve prestar atenção à mobilidade dentro e entre grupos estratégicos. Deve-se, assim, observar os diversos posicionamentos estratégicos heterogêneos dentro da indústria.

5.3. MAPA DOS GRUPOS ESTRATÉGICOS

GRUPO ESTRATÉGICO I: TELCOS INTEGRADAS NACIONAIS

Empresas:

- VIVO
- CLARO
- TIM

CARACTERIZAÇÃO ESTRATÉGICA

Esse grupo reúne empresas com escala nacional, marca forte, capilaridade comercial, base móvel robusta e capacidade de orquestrar estratégias simultâneas em B2C, B2B e M&A. As **barreiras de mobilidade** (dentro da indústria, uma empresa pode movimentar de um grupo para outro) para entrar nesse grupo são altíssimas: capilaridade de rede, espectro, marca, base de clientes, capacidade de investimento, diversidade de redes (móvel e fixo), além de ativos em segmentos correlatos (SVAs) e poder de negociação com fornecedores. O segmento móvel continua sendo o principal “*core asset*” das três, num mercado em que elas concentram cerca de 95% dos acessos. No caso do segmento de banda larga fixa, ainda que pulverizado, os Grupos Claro e Vivo são líderes de mercado do ponto de vista nacional.

As empresas desse grupo definem o padrão de competição da indústria, seja por meio de políticas comerciais, seja pela introdução de novos modelos de negócio ou pela expansão para segmentos adjacentes. A Vivo tem a ambição de ser um **hub de serviços digitais**³⁰, um modelo que poderia ser chamado de modelo de “*telco-tech*”: forte no móvel, expansão relevante em fibra, avanço consistente em B2B digital e uso estruturado de *Corporate Venture Capital* (CVC)³¹ via [Wayra/Vivo Ventures](#). Em 2025, a companhia informou³² 31 milhões de domicílios passados com fibra em 453 cidades, 5G em 716 municípios e crescimento expressivo dos novos negócios B2C e B2B. No segmento de Dados Corporativos, TIC e Serviços Digitais, a Vivo obteve mais R\$ 5,5 bilhões em receita líquida. Esse fortalecimento no ecossistema digital é reforçado pela informação que a Vivo, no que diz respeito à distribuição a seus clientes dos principais OTTs de música e vídeo do mercado, somou R\$ 856 milhões em receitas em 2025, (+18,1% a/a), com uma base de 4,1 milhões de assinantes de plataformas de conteúdo, um incremento de +35,0% a/a.

A Claro é uma empresa com fortíssima posição no segmento móvel (controla todas suas torres e está muito bem-posicionada em espectro) e muito relevante em B2B (tradicional no setor por meio da Embratel), com portfólio corporativo amplo em conectividade, *cloud* e cibersegurança. Sua posição competitiva, porém, parece mais heterogênea no fixo: o Grupo ainda é líder em termos nacionais, sendo muito forte em banda larga nas grandes cidades, mas a qualidade estrutural do ativo é mais desigual onde a migração para FTTH³³ não é tão completa e há elevada contestabilidade proporcionada por PPPs nativos em fibra

³⁰ [Release de Resultados – 4T2025](#). Acessado em 31/03/2026.

³¹ Trata-se de modalidade de investimento utilizada por corporações para se aproximar de startups e tecnologias de modo geral.

³² [Release de Resultados – 4T2025](#). Acessado em 31/03/2026.

³³ Grupo Claro tem originalmente rede fixa *Hybrid Fiber-Coaxial* (HFC) suportada pela tecnologia DOCSIS.

óptica. Ao mesmo tempo, a Claro vem expandindo seu braço digital-corporativo (em 2025 anunciou investimento de R\$ 1 bilhão na Claro Cloud³⁴) e realizou aumentos de capital na *Claro Pay Holding* em 2024 e 2025³⁵, o que mostra que pagamentos/serviços financeiros integraram a arquitetura estratégica recente do grupo. Ainda assim, o Grupo Claro tem publicizado³⁶ pouco sua estratégia para o segmento digital, aparentemente ainda demonstrando foco em um modelo tradicional de telecom.

A TIM é a mais a mais “*asset light*” das três. Ela possui escala nacional no móvel, uma boa disciplina operacional e boa capacidade de monetização do pós-pago. O ponto estrutural mais sensível continua sendo a menor densidade de ativos próprios em fibra B2C, o que explica a busca por desenvolvimento de alternativas de infraestrutura como a operação da I-Systems. Outro aspecto relevante é o reforço da vertical B2B por meio da aquisição da V8 Consulting em 2025. Isso confirma sua tentativa de migrar de um modelo “móvel puro” para modelo com mais densidade em serviços corporativos. Eventual movimentação da TIM para o segmento fixo também pode ser observada como resposta a suavização nas adições líquidas no segmento móvel (alguns analistas têm apontado a questão de que a falta de uma infraestrutura de banda larga fixa pode estar começando a afetar o desempenho do Grupo).

As três competem em preço, qualidade, cobertura e, em certa medida, *bundle*, mas a disputa estrutural mais importante é por redução de *churn* no B2C e aumento de ARPU via convergência e B2B de maior valor. Não é mais uma disputa apenas por acessos, tornou-se uma corrida para se posicionar em linhas mais sofisticadas de serviços e de receitas. Após a consolidação do mercado móvel com a aquisição dos ativos da Oi, as três empresas passaram a desenvolver uma segunda onda estratégica voltada à diversificação digital, por meio de aquisições e parcerias em cloud, cibersegurança, TI e integração de soluções corporativas, ainda que movimentações em maturidades diferentes. Exemplos de movimentos:

- **Vivo**

- aquisição de IPNet (cloud).
- aquisição de Vita IT.
- investimentos em startups via CVC (Wayra/Vivo Ventures).

- **Claro**

- criação da Claro Pay.
- aquisição da Ustore (cloud).
- reorganização da estrutura corporativa digital.

- **TIM**

- aquisição da V8 Tech (integração cloud e IA).
- parcerias digitais (Ex.: C6 Bank).

Esses movimentos ilustram o deslocamento estratégico das telcos para uma corrida baseada em aquisições de capacidades tecnológicas e parcerias estratégicas que podem ser integradas ou orquestradas em conjunto com suas redes de conectividade.

Dessa forma, o padrão de competição desse grupo estratégico é baseado em vetores

³⁴ <https://exame.com/marketing/claro-empresas-vai-investir-r-1-bilhao-para-ampliar-plataforma-de-servicos-em-nuvem/>. Acessado em 31/03/2026.

³⁵ [Formulário de Referência - 2025 - V3](#). 1.12 Operações societárias/Aumento ou redução de capital. Acessado em 31/03/2026.

³⁶ [Resultados do 4º Trimestre de 2025](#). Acessado em 31/03/2026.

competitivos específicos, tais como:

- Retorno dos esforços de convergência fixo-móvel, sendo a conectividade o objeto principal do fixo, não mais o STFC.
- Retenção e redução de *churn* no B2C, como forma de defesa estratégica da base de clientes no SMP.
- Expansão do B2B digital, como forma de construção de novas linhas de receitas (criar mais unidades geradoras de receitas em um contexto de maturidade do mercado de conectividade fixa e móvel).
- Integração *cloud-network*, pressupõe o desenvolvimento de novas habilidades e ativos para entregar serviços mais complexos e de maior valor agregado.

Em apertada síntese, a entrada nesse grupo está condicionada a um conjunto de barreiras estruturais elevadas e cumulativas:

- Infraestrutura e CAPEX: necessidade de redes móveis e fixas densas e capilarizadas.
- Espectro: ativo escasso, essencial e altamente concentrado.
- Escala e base de clientes: fundamental para diluição de custos e monetização
- Marca e canais de distribuição: determinantes para aquisição e retenção.
- Capacidade de investimento contínuo: requisito para acompanhar ciclos tecnológicos.
- Integração vertical e portfólio ampliado: conectividade e serviços digitais.

Essas barreiras tornam a mobilidade ascendente extremamente limitada, sobretudo para empresas oriundas de grupos regionais.

GRUPO ESTRATÉGICO II: GRUPOS REGIONAIS DE FIBRA

Empresas:

- Alloha / Giga+
- Brasil Tecpar
- Vero
- Alares

CARACTERIZAÇÃO ESTRATÉGICA

Esse grupo é muito importante porque não é formado por “provedores de pequeno porte tradicionais”, mas por **grupos regionais fibra** que cresceram com forte disciplina comercial, aquisições de empresas menores e, em muitos casos, com forte capitalização de fundos de *Private Equity* ou via abertura de capital. Não competem em escala nacional, mas em três elementos: fibra óptica, B2C e estrutura de custos mais leve quando comparados com as empresas do Grupo Estratégico I. As desvantagens são bem evidentes: ausência de infraestrutura de oferta móvel, elevada alavancagem e, em vários casos, estrutura de capital pressionada por expectativas de saída de investidores. A seguir, são apresentados alguns exemplos.

A Alloha é o caso mais claro de grupos voltado para consolidação. A companhia informa origem ligada à eB Capital³⁷, trajetória com múltiplas aquisições desde 2018, reorganização do negócio em B2C e B2B e presença em mais de 860 cidades³⁸, com quase

³⁷ <https://www.allohari.com/a-companhia/perfil-corporativo/>.

³⁸ [Alloha Day 2026](#). Acessado em 31/03/2026.

1,5 milhão de clientes³⁹. Isso é muito compatível com a sua descrição de um grupo orientado por eficiência, integração de ativos e eventual monetização futura.

A Brasil TecPar tem apresentado um crescimento acelerado no mercado de banda larga brasileiro, sustentado principalmente por uma estratégia agressiva de aquisições, com dezenas de provedores incorporados desde 2018⁴⁰ e expansão de sua rede de fibra, consolidando-se como uma das principais plataformas regionais do país. Esse movimento ganhou novo impulso com a entrada do fundo australiano *Macquarie Capital*, que realizou um investimento inicial de cerca de R\$ 300 milhões em 2025⁴¹, com possibilidade de aportes adicionais que podem ultrapassar R\$ 1 bilhão ao longo dos anos seguintes, reforçando a capacidade financeira e a governança da companhia.

A Vero tem apresentado crescimento orgânico, sustentado principalmente na atuação nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste do Brasil. O grupo tem ainda utilizado o segmento móvel, via operação virtual, como alavanca para crescimento no B2C⁴². Essa atuação conjunta também suporta o segmento B2B, com portfólio incluindo conectividade fixa e móvel e serviços de TICs.

O Grupo Alares que tinha atuação principal no Nordeste, tem reforçado sua participação no Sudeste, especialmente no estado de SP, após da aquisição da IPNET⁴³. O Grupo tem aprimorado sua atuação com incremento tanto na oferta de SVA quanto alavancando sua atuação no B2B⁴⁴.

Nesse grupo estratégico, a característica central é o modelo de criação de valor baseada em dois traços: (i) crescimento *brownfield* (crescimento com via fusões e aquisições); (ii) capitalização de fundos especializados, o que implica pressão de retornos e janelas de maturação dos investimentos e; (iii) a simples expansão de base tem limite, o que pressiona um ciclo de eficiência (ganho de escala, padronização de processos, redução de custos), *upsell*, *bundle* e B2B. Para muitos deles, a questão não é “crescer ou não crescer”, mas crescer com desalavancagem relativa e criar uma história de *equity* realizável. Esse modelo foi bem-sucedido em um contexto de expansão acelerada da banda larga fixa, disponibilidade de capital e fragmentação do mercado de banda larga.

Embora ainda continue estruturalmente desconcentrado, o mercado de banda larga fixa apresenta um conjunto muito grande de prestadoras de pequeno porte com perfil menos profissional ou até mesmo informal, o que não geraria valor esperado para as empresas regionais. Não se pode negar que a competição “espúria” de milhares de pequenas empresas torna mais complexa a operação, a geração de receitas (há elevada contestabilidade em preços). Assim, pode-se sumarizar três desafios estruturais para esse grupo estratégico:

1. **Pressão financeira de fundos de investimento.**
2. **Necessidade de expansão de receitas além da conectividade.**

³⁹ <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/aceessos/banda-larga-fixa>.

⁴⁰ <https://www.brasiltecpa.com.br/nossahistoria>. Acessado em 31/03/2026.

⁴¹ <https://www.brasiltecpa.com.br/post/brasil-tecpa-anuncia-investimento-da-macquarie-capital-para-ampliar-e-consolidar-sua-plataforma>. Acessado em 31/03/2026.

⁴² [Apresentação de Resultados 4T25](#). Acessado em 31/03/2026.

⁴³ <https://www.alaresinternet.com.br/indoalem/alares-em-foco/alares-anuncia-aquisicao-da-operadora-de-banda-larga-ipnet>.

⁴⁴ [Apresentação de Resultados 4T25](#). Acessado em 31/03/2026.

3. Aumento da competição em áreas urbanas.

Diante dos desafios, os grupos regionais também têm se esforçado para desenvolver opções de serviços móveis, via arranjos de MVNOs, como forma de gerir **churn** no B2C e entrada gradual no B2B local, com foco em pequenas e médias empresas (PMEs).

GRUPO ESTRATÉGICO III: GRUPOS REGIONAIS EM TRANSIÇÃO ESTRATÉGICA

Esse grupo reúne empresas que estão buscando superar a grande barreira à mobilidade que é a construção de infraestrutura móvel.

Empresas

- Brisanet
- Unifique

CARACTERIZAÇÃO ESTRATÉGICA

Esse grupo estratégico reúne empresas que se encontram em um processo ativo de transição entre grupos estratégicos, caracterizado por um esforço concreto de superar um importante barreira à mobilidade, que é a entrada no segmento móvel. Diferentemente do Grupo II, cuja atuação permanece concentrada na fibra e em mercados regionais, essas empresas buscam alterar seu posicionamento estrutural por meio da construção ou aquisição de capacidades em infraestrutura móvel, com o objetivo de migrar para uma configuração mais próxima à dos operadores integrados.

A Brisanet se destaque porque combina liderança regional em FTTH no Nordeste com uma tese móvel própria ambiciosa de construção própria de elementos de rede (infraestrutura passiva é totalmente integrada, feita dentro de sua hierarquia e não no mercado). A empresa se define como a maior plataforma independente de fibra do Brasil e líder absoluta em banda larga fixa no Nordeste. Reporta atualmente mais de 1,5 milhão de clientes de banda larga⁴⁵ e mais de 900 mil usuários móveis 4G/5G⁴⁶. Isso a coloca numa posição intermediária entre “ISP líder regional” e “aspirante a convergente macrorregional”.

A Unifique é outro caso de diferenciação regional forte: liderança percebida em qualidade no Sul, ativo FTTH robusto, expansão controlada para SMP e MVNO nacional, além de portfólio adjacente de data center, câmeras, telemedicina, seguros e investimentos. Em 2025, a companhia já contava com algo em torno de 250 mil chips ativos e cobertura móvel própria 4G/5G em 128 cidades⁴⁷.

A sobrevivência desses provedores dependerá da profissionalização do acesso a espectro e fôlego financeiro para implementação de rede móvel. Primeiro, esses aspectos são fundamentais para a construção de uma rede móvel eficiente. Como esperado, as barreiras à entrada no segmento móvel são altas, sendo a construção de rede de acesso móvel de elevado custo e a baixa quantidade de espectro é outro limitador importante. Em segundo, a estratégia de *cross-selling* depende de um serviço móvel que efetivamente agregue valor à cesta de serviços, especialmente em comparação aos incumbentes.

Esse grupo estratégico exerce um papel importante na introdução de contestabilidade no mercado móvel regional. Embora incipiente, as empresas desse grupo estratégico podem

⁴⁵ <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/banda-larga-fixa>.

⁴⁶ <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefonias-movel>.

⁴⁷ [Release de Resultados 4T2025](#). Acessado em 31/03/2026.

provocar atritos concorrenciais incrementais, forçando a inovação dos incumbentes (reação da TIM de ir para fixa não é só um aspecto de avançar no B2B, pode ser vista também como estratégia defensiva nas regiões em que não desempenha tão bem no mercado móvel. Contudo, ela deve focar nas grandes cidades e não no interior).

Por fim, pode-se sumarizar que a transição em direção ao segmento móvel implica enfrentar um conjunto de barreiras estruturais de elevada magnitude:

- Nível elevado de investimentos recorrentes: mercado móvel é CAPEX intensivo para a construção de rede de acesso móvel e sua evolução (sustentar ciclos de investimento).
- Volume e variedade de espectro: operação exige o acesso a espectro, ativo escasso e altamente disputado.
- Curva de aprendizado: a operação móvel tem se mostrado de complexidade operacional superior (rede, core, interoperabilidade) à gestão de redes fixas.
- Escala mínima ótima elevada: escala mínima eficiente regional é necessária para viabilidade econômica.

Esses fatores fazem com que a mobilidade ascendente não seja apenas difícil, mas altamente incerta, exigindo coordenação simultânea de recursos financeiros, tecnológicos e comerciais.

GRUPO ESTRATÉGICO IV: PPPS LOCAIS E ISPS DE NICHOS

Esse grupo estratégico reúne os pequenos provedores locais de SCM, responsáveis pela estrutura fragmentada do mercado de banda larga fixa. A Anatel registrou que as PPPs como um todo respondem por mais de 50% dos acessos de banda larga fixa⁴⁸. Esse percentual ainda se mantém o mesmo se excluirmos os acessos reportados pelos PPPs presentes nos Grupos Estratégicos II e III. Portanto, a fragmentação e a heterogeneidade são as principais características desse grupo.

A dinâmica econômica desse grupo é fundamentalmente distinta dos demais:

- Competição baseada em proximidade geográfica e relacionamento local
- Estruturas de custo mais simples, porém menos eficientes em escala
- Baixa capacidade de diluição de investimentos
- Dependência de mercados locais com menor poder aquisitivo

Com a maturidade do mercado, a geração de receitas se torna um grande desafio. A diferenciação não virá da escala produtiva, mas de qualidade: atendimento, velocidade real percebida, presença local, instalação rápida, relacionamento com o cliente e capacidade de formar combos com MVNO, streaming, segurança, câmeras, voz, automação e eventualmente B2B/PME. O pequeno player que quiser sobreviver com margem terá de sair da lógica “internet commodity” e profissionalizar-se para serviços de maior complexidade, especialmente no segmento empresarial local.

Outro aspecto importante é que os benefícios fiscais, como o SIMPLES ou mesmo diferenciação tributária para PPPs, serão reduzidos com a reforma tributária. Essa reforma também trará a necessidade de maior profissionalização da gestão porque os consumidores de baixa renda terão o direito ao *cash-back* setorial e somente aquelas empresas com certo nível de organização tributária poderão atender esses direitos do consumidor. Na mesma linha, a Anatel tem feito esforços para mitigar a operação de empresas sem outorga ou regular situação com contratos de Postes.

⁴⁸ <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/banda-larga-fixa>.

5.4. O NOVO EIXO DA CONCORRÊNCIA: B2B

Em todos os grupos, percebe-se um esforço para desenvolver novas linhas de receitas. Há uma percepção geral que a prestação de serviço de conectividade apenas atingiu um limite em função de aspectos estruturais do mercado como a maturidade do setor, a limitação de renda do brasileiro e a elevada contestabilidade. Assim, as empresas estão buscando formas de diferenciação e posicionamento em novos segmentos de valor. Portanto, há um deslocamento estrutural do eixo competitivo para novos segmentos, tais como:

- *Cloud computing*,
- *Edge computing*,
- Inteligência artificial,
- APIs de rede,
- Integração de soluções corporativas.

Cerca de 60% dos clientes corporativos preferem adquirir conectividade como parte de soluções integradas⁴⁹, incluindo cloud, segurança e colaboração. Isso explica a escolha estratégica pelo B2B por grandes e pequenas operadoras, bem como a opção das grandes empresas de integrar competência em serviços digitais.

Portanto, a migração para o B2B está associada a uma mudança fundamental na lógica de captura de valor. Enquanto o mercado B2C é caracterizado por alta escala, baixa diferenciação e competição em preço, o segmento B2B permite:

- Maior diferenciação,
- Contratos de maior valor,
- Menor elasticidade a preço,
- Maior potencial de fidelização (*lock-in*).

Dessa forma, para fugir do achatamento das margens, a disputa estratégica não ocorre apenas por participação em mercados finais, mas por controle das interfaces do ecossistema digital. A conectividade, antes o core da estratégia, passa a operar como plataforma habilitadora de soluções mais complexas, reposicionando o setor dentro de um ecossistema digital mais amplo e redefinindo os parâmetros da concorrência.

5.5. TENDÊNCIAS ESTRATÉGICAS PROVÁVEIS PARA 2026 – 2028

A partir da configuração do mercado em grupos estratégicos, pode-se inferir alguns possíveis movimentos estratégicos no setor:

1. Consolidação seletiva: As grandes devem comprar ativos quando houver aderência geográfica, complementaridade comercial ou reforço em B2B/fibra; não por mera escala. A consolidação continuará, mas com foco em qualidade de ativos (complementariedade com legado) e retorno sobre capital, e não apenas em escala.
2. Pressão por eficiência sobre regionais financiadas: A janela de “*crescer primeiro, rentabilizar depois*” ficou mais estreita. O setor entra em uma fase de maior disciplina econômica, com foco em eficiência operacional e retorno sobre investimento.
3. B2B como principal fronteira de ROIC⁵⁰: Cloud, cyber, TI gerenciada, IoT, APIs de rede e soluções setoriais viram o espaço mais promissor de diferenciação. Vivo, Claro e TIM já mostram isso em graus diferentes. A

⁴⁹ <https://www.eglobalis.com/top-10-things-b2b-customers-want-from-tech-telecom-providers-in-2025-6/>. Acessado em 31/03/2026.

⁵⁰ *Return on Invested Capital* ou Retorno sobre o Capital Investido.

competição passa a ocorrer menos por acesso e mais por controle de soluções e relacionamento corporativo.

4. *Bundle*: construção de cesta diversificada de serviços representa uma ferramenta de retenção, não só de aquisição, tanto no B2C quanto no B2B/PME.

5. Maior profissionalização regulatória da base de ISPs: A agenda de regularização da Anatel eleva a exigência competitiva mínima e Reforma Tributária também exigirá mais organização das empresas.

6. Fronteira competitiva migrando para ecossistema: Não basta olhar rede e preço da conectividade, as empresas estão se esforçando para desenvolver competências em serviços digitais, o que muda a dinâmica da competição setorial. O setor de telecomunicações deixa de ser uma indústria isolada e passa a operar como parte de um ecossistema digital mais amplo, com novas formas de competição e cooperação.

5.6. PRÓXIMOS RELATÓRIOS

A partir da discussão proposta nesta seção, espera-se que em futuros relatórios adote-se em algumas análises os grupos estratégicos de modo a complementar as análises dos indicadores tradicionais da indústria.



Mudança de Paradigma Competitivo

 Transição de competição por rede → ecossistemas

 Integração com:

- cloud
- dados
- plataformas

 Participação isolada perde relevância

 Estratégia passa a depender de:

- posição na cadeia digital



Grupos Estratégicos

 Mercado organizado por **clusters estratégicos**:

 Grupo I → domina infraestrutura e escala

 Grupo II → dinamiza competição regional

 Grupo III → amplia contestabilidade e inovação

 Grupo IV → redefine o mercado via disrupção digital

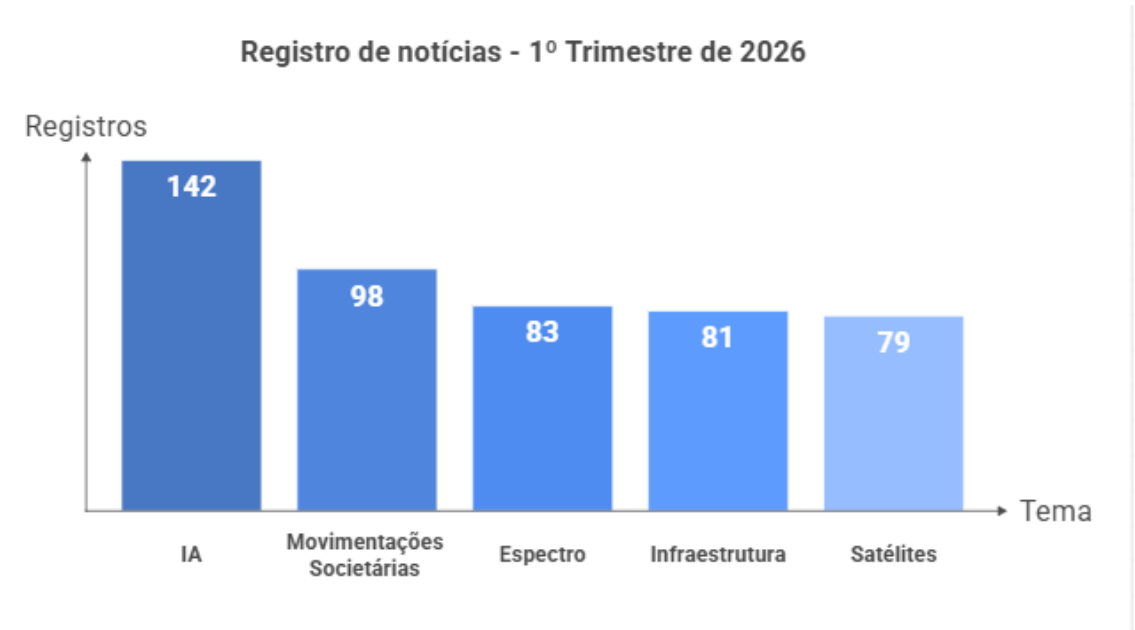
6. PROCESSO DE ESCUTA

A escuta é um trabalho de acompanhamento e registro de notícias relevantes sobre matérias que tocam as telecomunicações, em especial as atividades da Superintendência de Competição. As notícias são coletadas e organizadas em planilha por data e tema e têm como fonte veículos de notícias - nacionais e internacionais. A maioria das coletas é realizada em fontes especializadas no setor de telecomunicações, mas não estão excluídas outras possíveis fontes.

Dentre os temas com mais ocorrências registrados no primeiro trimestre de 2026, Inteligência Artificial mantém a liderança com folga, confirmando a tendência observada ao longo de 2025, com notícias abrangendo desde os megainvestimentos globais e as

aplicações nas operadoras de telecom até a regulação do setor no Brasil e no mundo. Movimentações Societárias aparece na segunda posição, impulsionada por operações de grande porte como a compra da Desktop pela Claro e a retomada da I-Systems pela TIM. Espectro, por sua vez, ingressa no Top 5 com destaque, puxado pela aprovação e publicação do edital do leilão de 700 MHz e pelas movimentações em diversas outras faixas de frequência. Infraestrutura e Satélites completam a lista, ambos temas recorrentes na Escuta: o primeiro mantendo a centralidade do debate sobre postes e os avanços em cabos submarinos, e o segundo marcado pela expansão acelerada da Starlink no Brasil, pela entrada de novos competidores e pelo avanço do D2D no cenário global.

FIGURA 31
REGISTRO DE NOTÍCIAS – 1T2026



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

FIGURA 32
COMPARATIVO 1T/23/24/25



Fonte: Anatel. Elaboração própria.

Inteligência Artificial

O primeiro trimestre de 2026 consolidou a IA como pauta estratégica no setor de telecomunicações. Projeção da Gartner estima que os gastos mundiais com IA devem alcançar [US\\$ 2,52 trilhões em 2026](#), crescimento de 44%, embora a consultoria posicione a IA no chamado "Vale da Desilusão", sinalizando transição do entusiasmo especulativo para a busca por retornos comprovados. Destaque no trimestre foi o anúncio da Amazon de [investimento de US\\$ 50 bilhões](#) na OpenAI, como parte de uma rodada histórica de US\$ 110 bilhões que contou também com aportes de US\$ 30 bilhões da Nvidia e US\$ 30

bilhões do SoftBank, levando a empresa de IA a uma avaliação de US\$ 730 bilhões. No MWC 2026, a [IA agêntica ganhou protagonismo](#), a GSMA lançou a [Open Telco AI](#) para acelerar padrões abertos de IA em telecomunicações, a Ericsson firmou parceria com a Mistral AI para uso de IA em [redes e automação 6G](#), e a Nokia revelou que a IA já gera [77 exabytes de tráfego](#) por mês, metade na rede móvel. A Nvidia constituiu aliança com T-Mobile e Nokia para impulsionar a [IA física](#) e, junto com Mistral e Perplexity, para desenvolver [modelos abertos](#) de IA.

No Brasil, as operadoras avançaram de forma concreta na adoção de IA. A Claro se tornou a primeira empresa da América Latina no programa NVIDIA Cloud Partner, em parceria com Nvidia e Oracle para [IA soberana](#), com capacidade de desenvolver modelos de linguagem nacionais adaptados ao português do Brasil. A TIM e a Nokia [se aliaram](#) para criar rede integrada à inteligência artificial. A Brasil TecPar [contratou IA da IBM](#) para gestão de redes e, em seguida, [lançou centro de IA](#) para operação dessas redes. A Algar alcançou a marca de [100 robôs e agentes de IA](#) para automação de operações. Em infraestrutura, a Dell [iniciou fabricação](#) de servidores de IA no país, a USP [inaugurou cluster](#) com 96 GPUs NVIDIA Blackwell e startups brasileiras foram [destaque](#) em programa de IA da Qualcomm. O Brasil também buscou [investimentos em IA](#) e data centers durante missão na Índia e firmou com Singapura [memorando de cooperação](#) em IA e semicondutores.

No plano regulatório, o Cade protagonizou uma das ações mais relevantes do período ao determinar que Facebook e WhatsApp [suspendessem restrições](#) a IAs rivais e abrir [investigação](#) sobre os novos termos de uso do WhatsApp, após denúncias das empresas Luzia e Zapia de que a Meta estaria impedindo provedores de IA concorrentes de utilizar a API da plataforma, sob pena de multa diária de R\$ 250 mil. Na tramitação do PL 2.338/2023, a Anatel [apoiou o projeto](#) que cria o Sistema Nacional de IA com a ANPD como regulador residual⁵¹ e, no MWC 2026, defendeu [regulação flexível](#) baseada em princípios. O CGI.br pediu [assento no comitê](#) central da regulação de IA e [ajustes no PL](#), a [ABES](#) criticou [restrições em direitos autorais](#) no texto, e entidades de conteúdo [notificaram Big Techs](#) para negociar remuneração pelo uso de conteúdo em IA. Ao final do trimestre, notícia aponta que a [votação do PL de IA](#) antes das eleições é improvável, uma vez que o relator ainda não teria conseguido acordo sobre pontos centrais da matéria. O governo ainda incluiu IA e tecnologias emergentes entre [atribuições da Câmara de Relações Exteriores e Defesa Nacional do Conselho de Governo \(Creden\)](#) e, na Índia, o presidente Lula defendeu a [governança multilateral](#) da IA.

Infraestrutura

O tema Infraestrutura mantém-se entre os mais recorrentes, com destaque nesse primeiro trimestre de 2026 para a continuidade do intenso debate sobre o compartilhamento de postes, avanços em cabos submarinos e movimentações relevantes em torres e fibra óptica.

No compartilhamento de postes, o trimestre iniciou com [especialistas apontando pilares](#) para a nova regulação, enquanto o STJ [atribuiu às elétricas](#) a responsabilidade pelos postes. O Ministério de Minas e Energia [abriu divergência](#) com a visão da Aneel e, na sequência, [se alinhou à Anatel](#), cobrando solução da AGU. A Aneel [manteve em 60%](#) o compartilhamento de receitas de postes, enquanto matéria revelou que a [receita das](#)

⁵¹ Por "regulador residual" entenda-se que a ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) atuaria como reguladora de IA apenas nos casos em que nenhuma outra agência setorial já tivesse competência sobre a matéria. Ou seja, a competência da ANPD seria subsidiária, preenchendo os "espaços vazios" que não são cobertos por reguladores especializados.

[elétricas com postes cresceu](#) quase 700% em nove anos. No campo regulatório, novo parecer [reforçou a posição](#) da PFE/Anatel sobre a cessão obrigatória e o impasse entre as Agências [chegou à reta final](#) na AGU, com a [primeira reunião](#) de conciliação evoluindo com exposição de posições. A Anatel [ampliou prazo](#) para apresentação de contratos de uso de postes e [prorrogou](#) a coleta de dados pelo sistema Coleta, já que [milhares de ISPs](#) ainda deviam informações. No legislativo, a CCJ do Senado [aprovou novas regras](#) para compartilhamento de postes, com entidades de telecom [apoando o PL](#) que prevê regime transitório.

Em cabos submarinos, a V.tal anunciou o [cabo Synapse](#) entre Brasil e Estados Unidos, com possibilidade de [ramificações em seis cidades](#). A V.tal também [consolidou Barranquilla](#) como hub digital na Colômbia. Cabo submarino [entre Brasil e Europa chegou](#) à Guiana Francesa e a Anatel [vai rever regras](#) para cabos submarinos, com plano prevendo [licenciamento centralizado](#). Em cúpula no Porto, países [definiram diretrizes globais](#) para resiliência de cabos submarinos, enquanto a Angola Cables [demonstrou interesse](#) em acessar o Cinturão Digital do Ceará. Ainda em infraestrutura, a TIM [anunciou acordo](#) para unificação de contratos com a American Tower e vai [modernizar a rede móvel](#) em 15 capitais com Nokia e Huawei. No tema fibra óptica, TelComp e Abramulti alertaram que a fibra óptica da China ficaria [170% mais cara](#) com medida antidumping. O GSI [prorrogou grupo](#) de trabalho sobre infraestrutura crítica e [criou GT](#) para elaborar projeto de lei sobre o assunto. O Norte Conectado [concluiu transbordo](#) de 3,1 mil km de fibra óptica em Manaus e a TelCables [ativou três PoPs](#) em Belo Horizonte conectados à rede global.

Espectro

O tema Espectro teve relevância crescente no primeiro trimestre de 2026, impulsionado pela aprovação do edital do leilão de 700 MHz, movimentações em torno de outras faixas e debates regulatórios.

O destaque do trimestre foi a evolução do leilão da faixa de 700 MHz. O TCU [aprovou o edital](#) com foco em [novos entrantes](#) e recomendou [precificação assimétrica](#) para os leilões de espectro, querendo assimetrias [também nos leilões](#) de 450 MHz e 850 MHz. A Anatel indicou pretensão de realizar o leilão em [abril](#) e o [edital foi publicado](#) em fevereiro. A Associação NEO [celebrou a aprovação](#), enquanto a TelComp [criticou o desenho](#) da licitação. A Casa Civil [pediu para analisar](#) o edital, o CEO da Vero [viu barreiras](#) a novos entrantes, e ao final do trimestre a Anatel [limitou a participação](#) de consórcios. Antes do leilão, operadoras regionais do 5G [pediram mais tempo](#) para uso secundário da faixa, e a Anatel [atendeu estendendo o prazo](#).

Em outras faixas, a Anatel [aprovou a transferência](#) de 3,5 GHz da Sercomtel para a Amazônia 5G, inaugurando o [mercado secundário](#) de espectro no Brasil. O TCU [liberou a prorrogação](#) de espectro de 800, 900 e 1.800 MHz da Claro, enquanto a TIM [manteve alinhamento](#) setorial contra relicitação da faixa de 850 MHz, e a Anatel [adiou decisão](#) sobre essa faixa, optando por [estudar alternativas](#). Na faixa de 450 MHz, concessionárias de energia [pediram à Anatel](#) para desistir do leilão, com Huawei e 450 MHz Alliance [defendendo a faixa](#) para o setor elétrico. A Anatel reconheceu que o [leilão de 450 MHz não deve ocorrer](#) em 2026. No tema TV 3.0, a Anatel [iniciou consulta pública](#) sobre definição de espectro e [propôs destinar faixa de 300 MHz](#) para a tecnologia. No cenário internacional, a Europa lançou o Digital Network Act prevendo [licença única e espectro ilimitado](#), e a Huawei [lançou primeiros equipamentos](#) para redes em 6 GHz.

Satélites

O tema Satélites segue em forte destaque no primeiro trimestre de 2026, com avanços relevantes na conexão direta com dispositivos (D2D), expansão das constelações e crescimento da Starlink no Brasil.

No cenário nacional, a Starlink anunciou a marca de [1 milhão de assinantes](#) no Brasil, consolidado como o [segundo maior mercado](#) da empresa no mundo, com [velocidades superiores a 100 Mbps](#) segundo a Ookla. A empresa também [ampliou sua estrutura](#) local, com Paulo Esperandio (ex-TIM) assumindo diretoria de negócios. A constelação chinesa SpaceSail [buscou licença](#) para atuar no país e [recebeu autorização](#) da Anatel, com prazo de dois anos para iniciar operações. A Amazon LEO [pediu extensão de prazo](#) para implantação e, ultrapassando [200 satélites](#) em órbita, [afirmou estar a meses](#) de lançar o serviço. DirecTV e Sky [expandiram a Amazon LEO](#) para o mercado B2B no Brasil. A Anatel apontou o [D2D como oportunidade estratégica](#) para o país, e pesquisa indicou que [81% dos brasileiros pagariam mais](#) por cobertura via satélite no celular. A Algar [incluiu Starlink](#) em seu portfólio para empresas.

No plano internacional, Jeff Bezos (Amazon / Blue Origin) [desafiou a SpaceX](#) com a nova constelação TeraWave, enquanto a SpaceX busca até [1 milhão de satélites](#) para suportar IA, gerando [críticas da Amazon](#) por suposta reserva de órbitas. A FCC aprovou [7.500 novos satélites](#) para a Starlink e [4.500 adicionais](#) para a Amazon. A Deloitte projeta até [18 mil satélites LEO](#) em órbita ao final de 2026, e a China busca na UIT autorização para [mais de 200 mil satélites](#). No MWC 2026, a Starlink [detalhou o Direct-to-Cell](#) e projetou [25 milhões de usuários](#) globais até o final do ano. A Vodafone e a AST SpaceMobile [lançaram formalmente](#) a Satellite Connect Europe para D2D no continente europeu, com Telefônica e Orange [em negociações](#) para aderir, e a Deutsche Telekom [assinou acordo](#) D2D com a Starlink. A SES anunciou a [constelação meoSphere](#) em parceria com a K2 Space, que pode ser [alternativa ao SGDC](#) no Brasil. No Chile, a Starlink passou a [suportar WhatsApp, Maps e X](#) no celular via D2D. A ampliação da rede de parcerias da China no setor de satélites [preocupa os EUA](#), e CEOs do setor [encaram turbulências](#) geopolíticas.

Processo de Escuta:

Inteligência Artificial (IA)

📄 IA lidera com folga as ocorrências do trimestre, com avanço concreto na adoção pelas operadoras brasileiras e megainvestimentos globais.

Espectro

📄 TCU aprovou o edital do leilão de 700 MHz com foco em novos entrantes e recomendação de precificação assimétrica, com realização prevista para abril.

📄 Anatel aprovou a transferência de frequências de 3,5 GHz da Sercomtel para a Amazônia 5G, inaugurando o mercado secundário de espectro no Brasil.

Infraestrutura:

📄 Postes: Impasse entre Anatel e Aneel sobre postes chegou à AGU para conciliação, enquanto a CCJ do Senado aprovou novas regras para compartilhamento.

📄 Cabos submarinos: V.tal anunciou o cabo submarino Synapse entre Brasil e Estados Unidos, com possibilidade de ramificações em seis novas cidades.

Satélites

📄 Starlink atingiu 1 milhão de assinantes no Brasil, consolidado como segundo maior mercado da empresa no mundo.

📄 SpaceSail recebeu autorização da Anatel para operar no país, ampliando a competição no mercado de satélites de banda larga.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

7.1. Mercados de Varejo

Os mercados de varejo apresentam maturidade avançada, especialmente o Mercado de Telefonia Móvel, com crescimento limitado e competição centrada em migração de clientes, qualidade de rede e diferenciação comercial. A elevada concentração no SMP contrasta com a maior fragmentação da banda larga fixa, onde ISPs regionais mantêm papel relevante. Nos mercados de voz e conteúdo, consolida-se a substituição estrutural por serviços digitais (OTT), indicando mudança permanente na lógica competitiva.

A competição desloca-se de expansão de base para monetização, retenção e integração com serviços digitais.

As Metas Estratégicas tanto do SMP quanto do SCM se mantêm dentro dos patamares estabelecidos.

7.3. Mercados de Atacado

Os mercados de atacado reforçam sua centralidade como infraestrutura da concorrência. A interconexão móvel permanece crítica para a dinâmica competitiva, enquanto o modelo de MVNO ganha relevância como instrumento de entrada e diversificação competitiva. A interconexão fixa reduz sua relevância.

7.4. Anuências e Movimentações Societárias

O período foi marcado por consolidação seletiva e reorganização de ativos, sem efeitos imediatos relevantes sobre concentração agregada. As operações indicam um movimento de otimização de portfólio, busca por eficiência e reforço de posicionamento estratégico, especialmente em fibra e infraestrutura. Na avaliação realizada, o ciclo atual de consolidação é qualitativo, focado em sinergias e retorno, e não apenas em escala.

7.5. Grupos Estratégicos e Impactos na Concorrência

A principal contribuição analítica desta edição do relatório está proposição de abordagem por grupos estratégicos, que evidencia que a concorrência no setor não é homogênea, mas organizada em clusters com diferentes capacidades, ativos e estratégias.

Adicionalmente, observa-se uma mudança estrutural do eixo competitivo:

- Crescente relevância do B2B como principal fonte de retorno;
- Integração com cloud, dados e serviços digitais;
- Uso de *bundles* e ecossistemas como estratégia de retenção e diferenciação.

Portanto, a concorrência no setor de telecomunicações migra de uma lógica baseada em participação de mercado para uma lógica baseada em posicionamento estratégico dentro de ecossistemas digitais.

7.6. Processo de Escuta

Protagonismo da inteligência artificial, avanço de satélites e novas infraestruturas, e intensificação de movimentações societárias. Esses vetores ampliam a complexidade competitiva ao integrar telecomunicações a cadeias tecnológicas globais.



Siga a Anatel

