informativo TelComp
Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas
Ano V • nº 76 • Junho de 2012

Telecom em Perspectiva

"Feriado Regulatório"

Será esta uma boa ideia?

No momento em que a Anatel se prepara para um passo importante na evolução do marco regulatório brasileiro, incorporando o conceito de ***regulação assimétrica em função de poder significativo de mercado***, surgem indicações de que se considera, como forma de incentivo a investimentos, a concessão de **"feriado regulatório"** (*regulatory holiday* na expressão original) para as operadoras com *poder significativo de mercado* (PMS) que implantarem redes de fibra ótica de alta velocidade.

Será esta uma boa ideia? Um avanço?

As notícias que temos de mercados mais desenvolvidos indicam que o maior desafio na implantação de redes de nova geração (i.e. FTTH, Docsis 3.0 entre outros) é conquistar clientes rapidamente - *e criar novo fluxo de*

receitas - para acelerar o **ROI** *(Return of Investment)*. O problema é fazer o cliente perceber **o valor** da nova tecnologia e motivá-lo a pagar mais por um serviço mais moderno. É sabido que em geral o cliente não compra tecnologia e sim aplicações. É aí que ele enxerga o valor.

Portanto, a aceleração do *take up rate* depende de aplicações sensíveis a alta velocidade. Estas, por sua vez, só chegarão ao mercado quando a instalação das novas redes estiver avançando. Uma lógica circular! Por que então o feriado regulatório?

As operadoras com status de PMS, por princípio, são as que já têm as melhores condições econômicas para realizar estes investimentos. Contam com economias de escala, de escopo, sinergias com outras infraestruturas já existentes, além de deter conhecimento detalhado dos clientes potenciais, o que facilita o esforço de vendas, a criação de *combos* e outras vantagens competitivas que, em tudo, reduzem os custos e riscos na execução do projeto.

Quais os riscos dos incentivos via feriado regulatório?

Sem a obrigação de fazer oferta pública para acesso a esta infraestrutura, as operadoras PMS afastam potenciais competidores deste mercado. Sem acesso a este recurso, ou o competidor desiste de entrar no mercado ou, quando possível, replica a infraestrutura num patamar de custos muito mais alto. Quando possível porque não são poucas as barreiras que o competidor enfrenta para construir rede própria. Ele precisa, por exemplo, ter acesso (1) a postes – nas grandes cidades, já totalmente ocupados, (2) a dutos enterrados onde não foi planejado espaço para novos entrantes e muitas vezes não é possível esburacar outra vez as vias públicas para instalação; (3) a instalações como armários, caixas de passagem e de acesso entre outros recursos que não podem ser multiplicados. Uma visita às obras de instalação de rede demonstra claramente os empecilhos físicos que precisam ser transpostos para implantar redes.

E ainda: As *ofertas de referência* para acesso às redes seriam sempre precificadas com base em custos econômicos calculados de forma a remunerar o investimento. Portanto, não se está falando em *free rider* nem em subsídios. São receitas adicionais que também entram na conta do ROI.

As operadoras PMS ainda têm muito a explorar da infraestrutura existente para oferecer banda larga de qualidade. Novos entrantes, face a incipiência do mercado de atacado, precisam começar do zero para ofertar serviços. Não é hora de alterar isto removendo barreiras para a competição? O incentivo a investimentos se dá pela possibilidade de receitas adicionais (na ótica dos entrantes) ou para proteger a base de clientes existente (incumbentes). Privilégios de monopolista com frequência não são indutores efetivos de ivestimentos e expansão de oferta nas melhores condições para o usuário.

Tal "incentivo" parece **contrário à competição**, o que não tem razão de ser no contexto de um Plano Geral de Metas de Competição.

E quais serão os resultados desse "incentivo"? Investimentos mínimos só nas áreas de alta atratividade, preços elevados, serviços deficientes e nenhuma inovação.

Esta fórmula já conhecemos bem. Será este o caminho?

Informativo TelComp é o boletim de notícias da Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas — www.telcomp.org.br — email: telcomp@telcomp.org.br
Diretoria Executiva: Divino Sebastião de Souza (Presidente do Conselho Consultivo); Alexandre Costa e Silva (Vice-Presidente do Conselho Consultivo); Alexandre Martinez, Gilberto Sotto Mayor, Leandro Guerra, José Luiz Pelosini e Roberto Rio Branco (Diretores). Presidente Executivo: João Moura; Gerente - Estratégia Infraestrutura: Flávia Garão; Gerente - Estratégia Regulatória: Jonas Antunes Couto; Regulação e Competição: Marcos de Lucca; Analista Regulatório: Marcos Paulo Novais Silva.
Av. Iraí, 438 conj. 44 - Moema - São Paulo (SP) - Tel: (11) 5533-8399 - Fax: (11) 5533-0051.