

BANDA LARGA FIXA NO BRASIL

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

CÂMARA DOS DEPUTADOS

CARLOS DUPRAT

BRASÍLIA, 18 DE MAIO DE 2016





1. Mercado

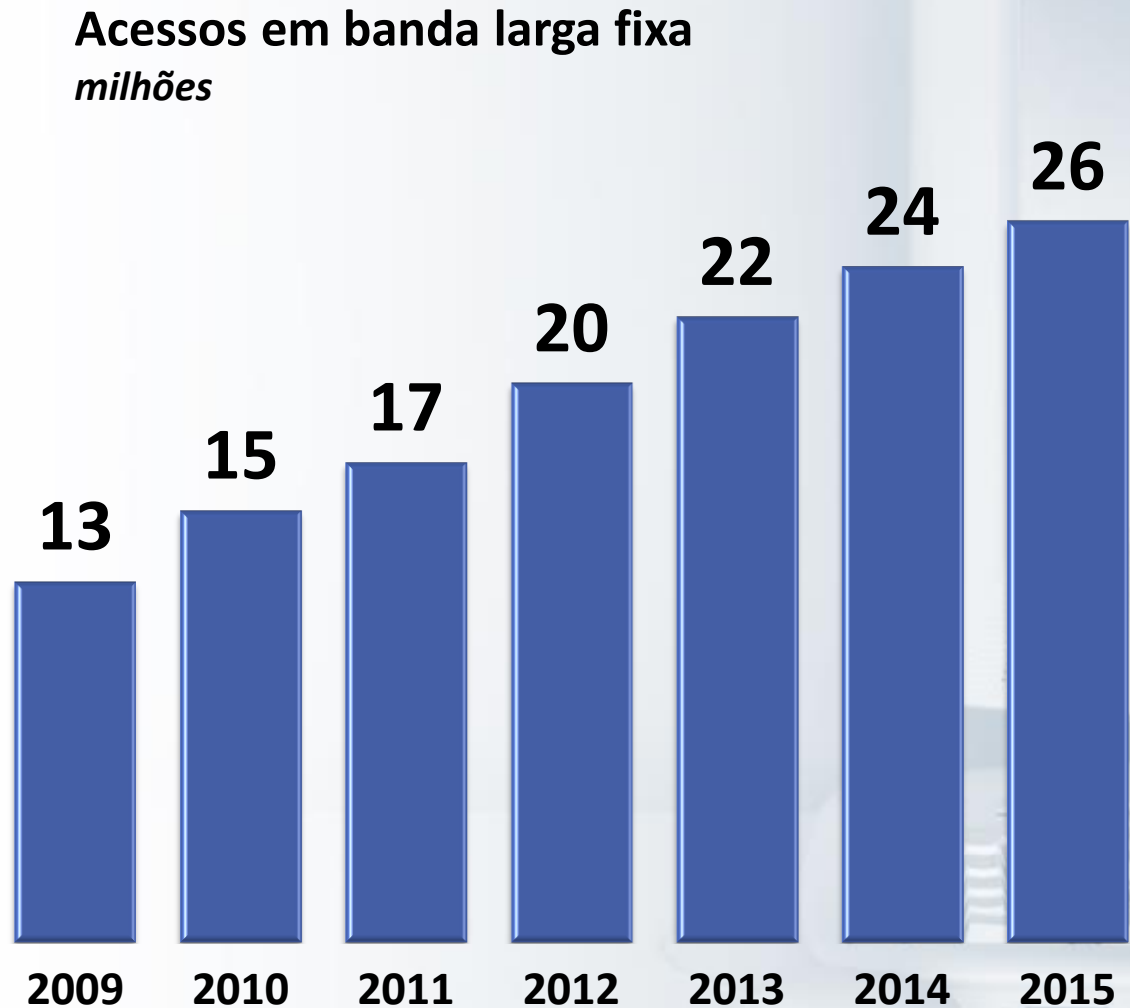
2. Mundo

3. Atratividade

4. Inclusão Digital e Qualidade

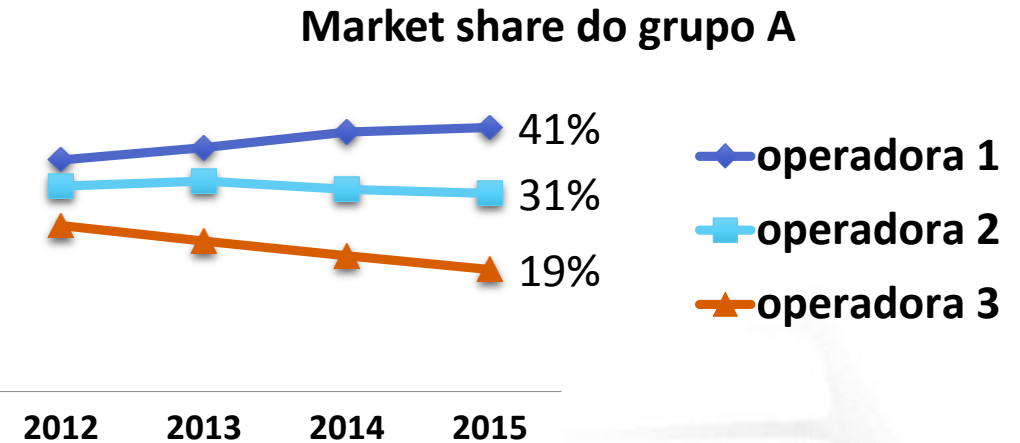
5. Mensagens finais

**Os acessos em
banda larga fixa
duplicaram nos
últimos 6 anos**

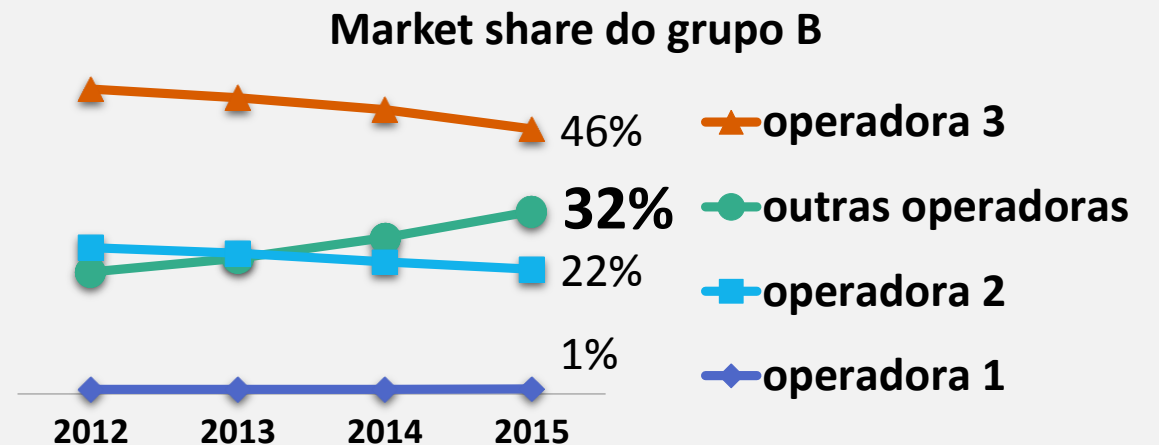


Como é o mercado de banda larga fixa no Brasil?

Grupo A
50% da população e
5% dos municípios



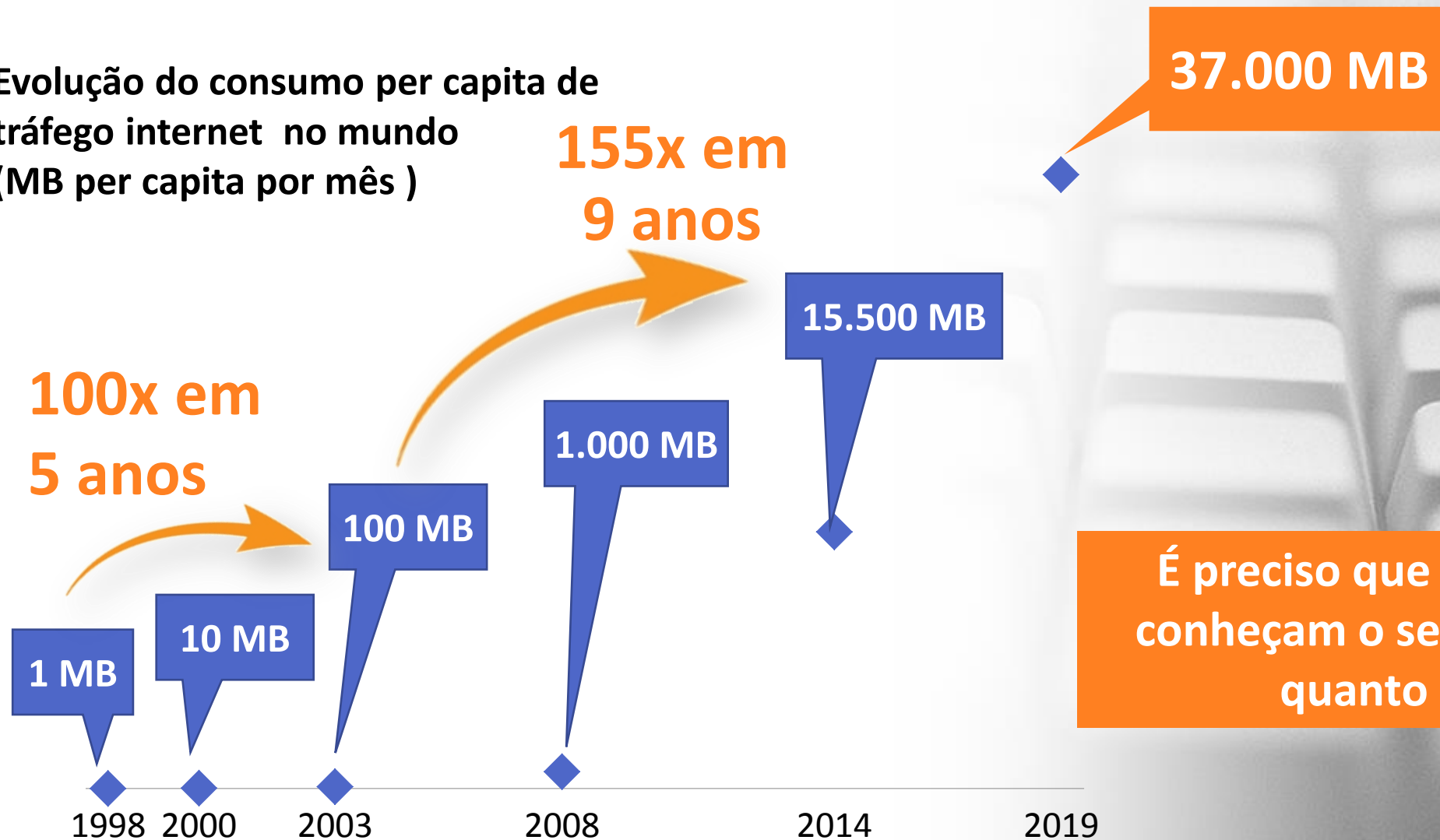
Grupo B
50% da população e
95% dos municípios



Em muitos municípios, a participação de empresas pequenas é fundamental para atender o mercado

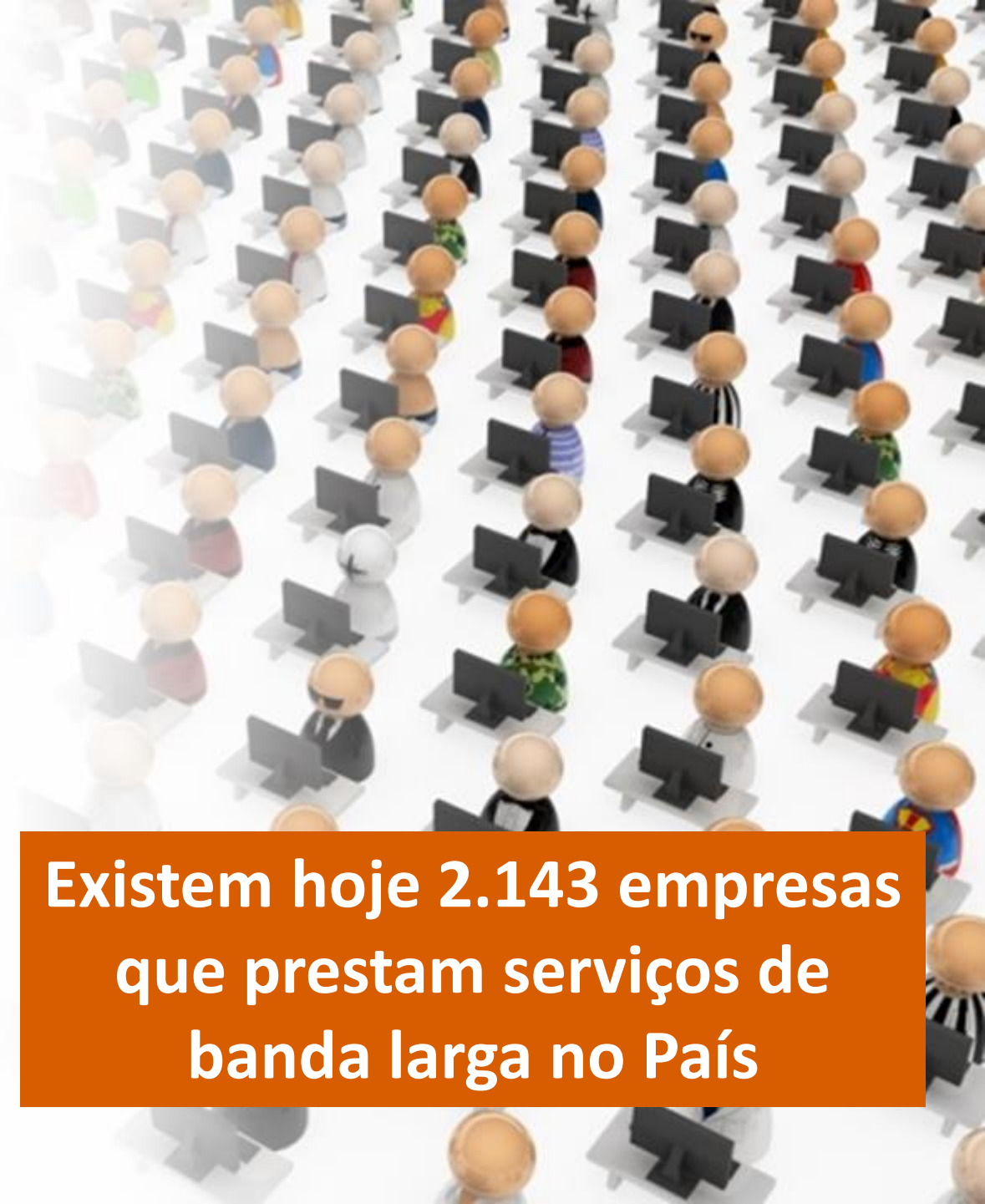
O crescimento do tráfego da internet fixa é exponencial

Evolução do consumo per capita de tráfego internet no mundo (MB per capita por mês)



É preciso que os consumidores conheçam o seu perfil de uso e o quanto consomem

**Cada operadora
oferece pacotes
diferentes de acordo
com sua estratégia
comercial para melhor
atender o perfil de
seus clientes**



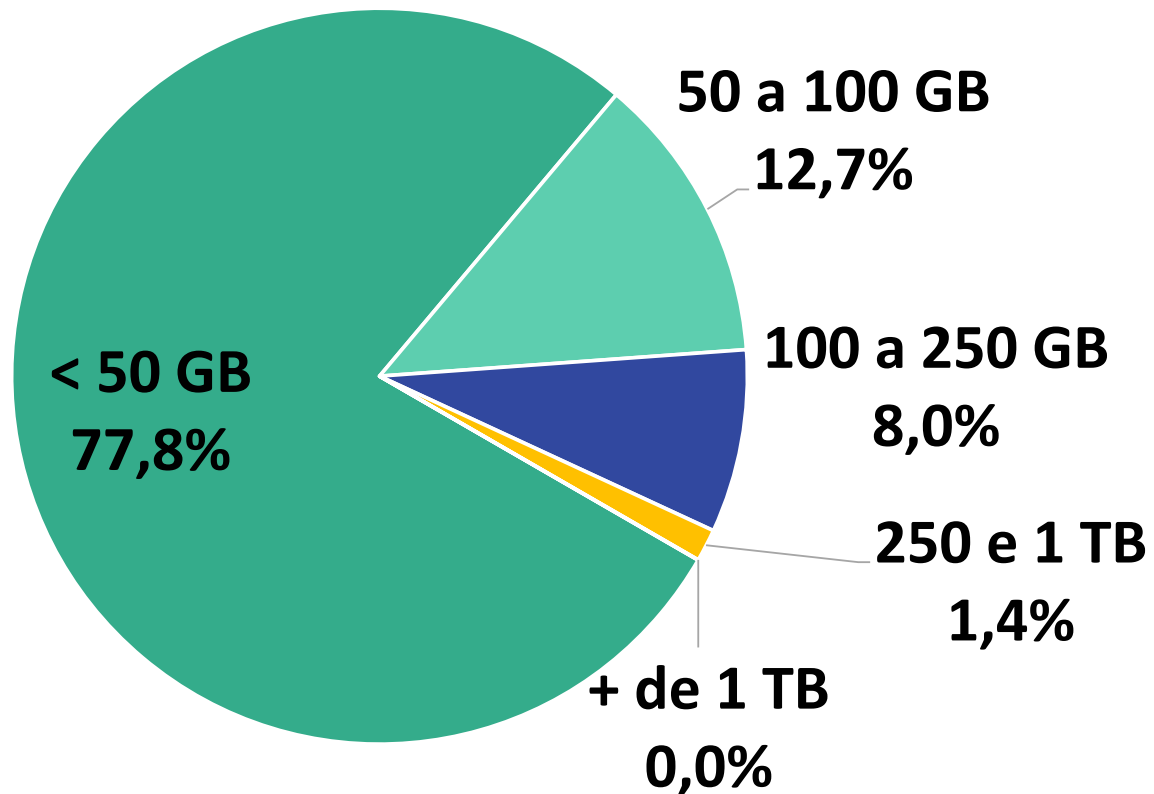
**Existem hoje 2.143 empresas
que prestam serviços de
banda larga no País**

As ofertas das empresas dependem das condições técnicas da rede, da situação econômica da sua área de atuação e de suas estratégias comerciais

Cerca de 2 mil empresas têm até 10 mil clientes: são empresas pequenas que atendem a nichos específicos

90% das residências com banda larga fixa consomem até 100 GB por mês

Distribuição dos Acessos Banda Larga Fixa por Consumo de Dados Mensal

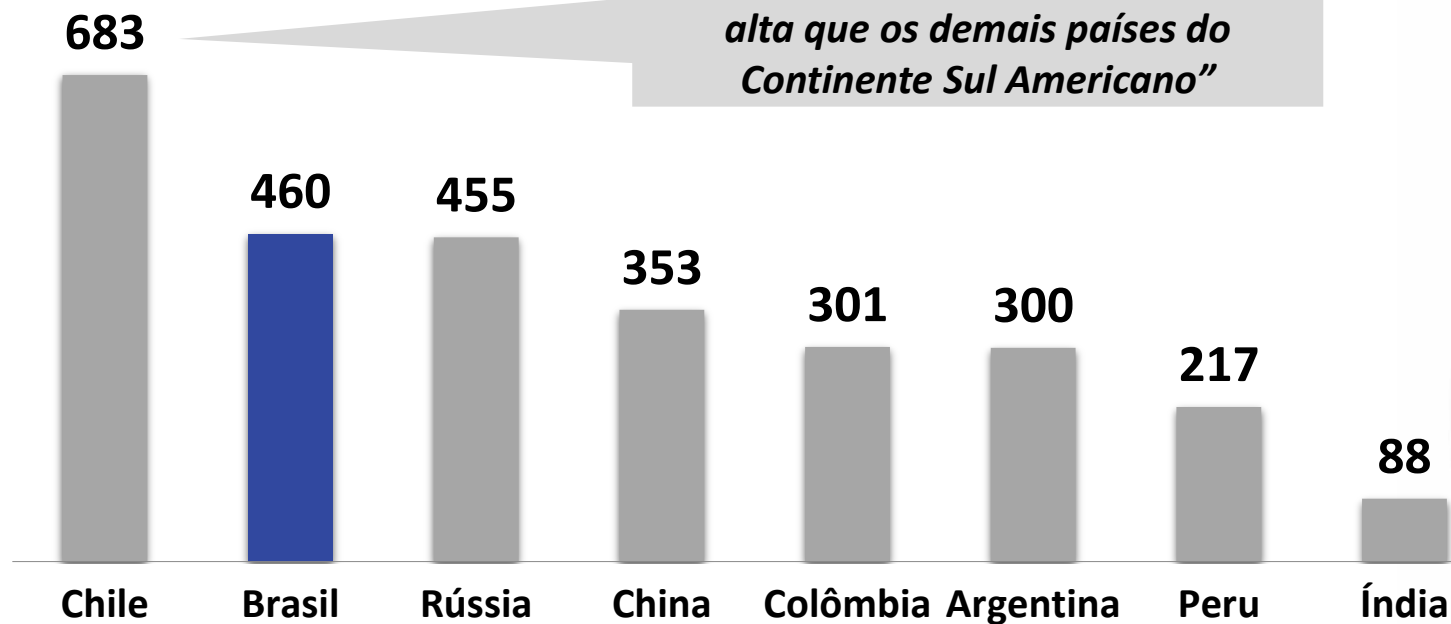


Brasil é o mais conectado entre os BRICs

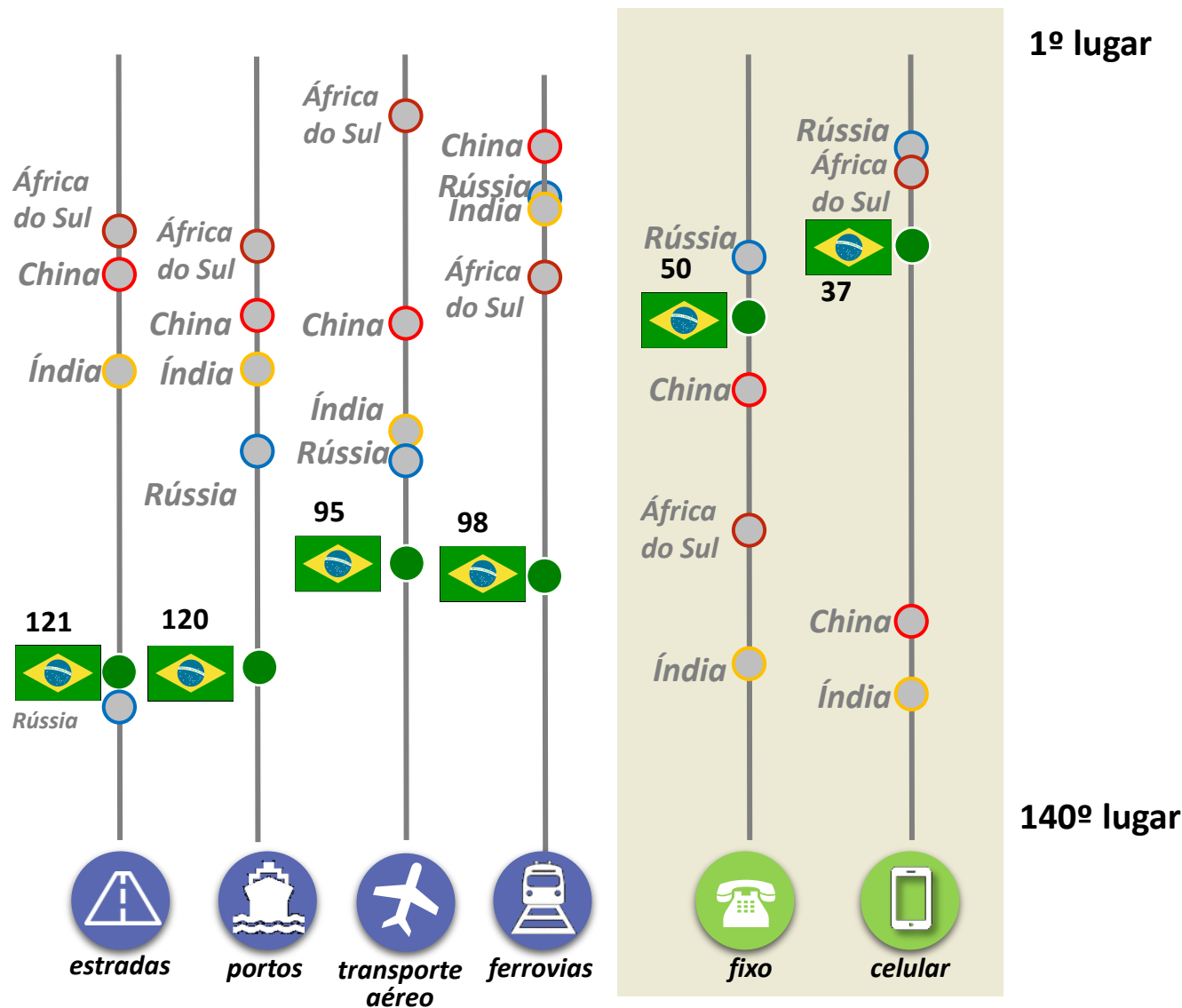
5ª edição do ranking da GfK – Connected Consumer Index coloca o Brasil em lugar de destaque entre os BRICs e na América do Sul

Connected Consumer Index

“O Chile tem legislação mais favorável a investimentos e uma penetração da banda larga mais alta que os demais países do Continente Sul Americano”



Ranking Global – Qualidade da Infraestrutura



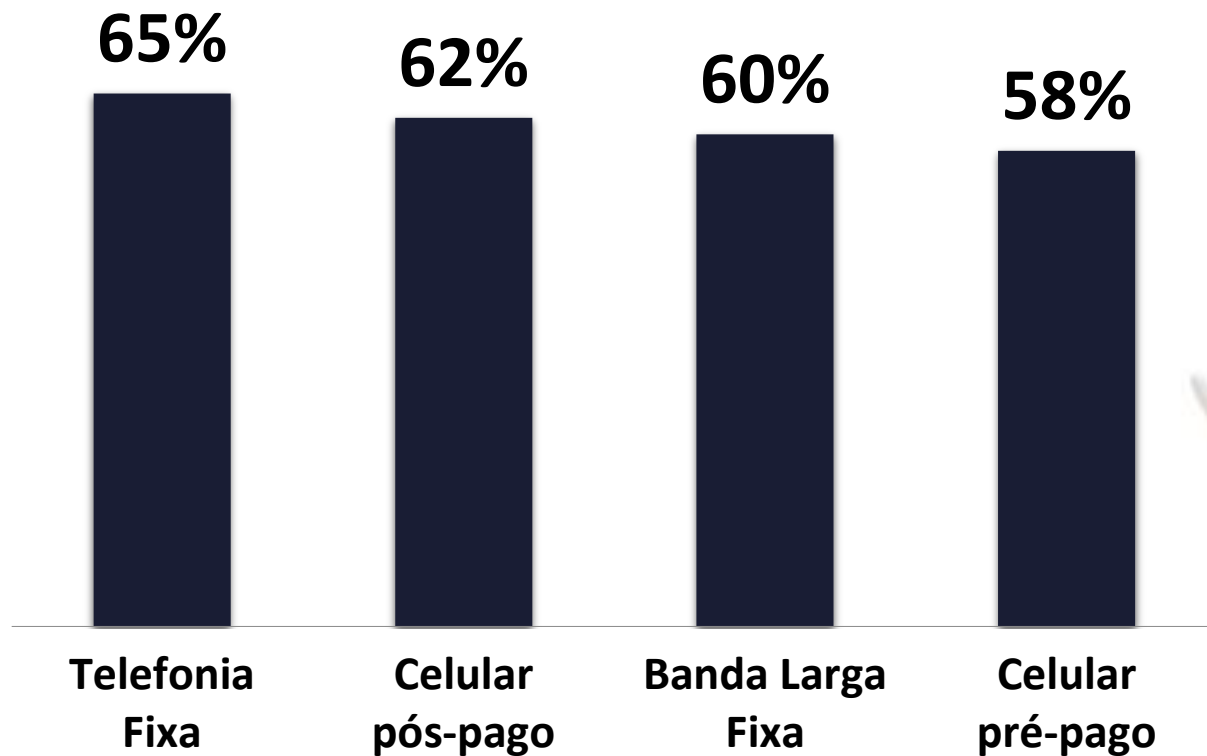
1º lugar

telefonia é o segmento da infraestrutura brasileira mais bem colocado no Relatório de Competitividade 2016 do Fórum Econômico Mundial

140º lugar

Pesquisa de Satisfação Anatel Serviços de Telecom 2015

% de usuários que deram notas
acima de 7 para os serviços



**Pesquisa feita com
200 mil entrevistados**





1. Mercado

2. Mundo

3. Atratividade

4. Inclusão Digital e Qualidade

5. Mensagens finais

Um número cada vez maior de países estão adotando as franquias de banda larga fixa

**Alemanha
Austrália
Canadá
Chile**

**Estados Unidos
Malásia
Nova Zelândia
Reino Unido**



1. Mercado

2. Mundo

3. Atratividade

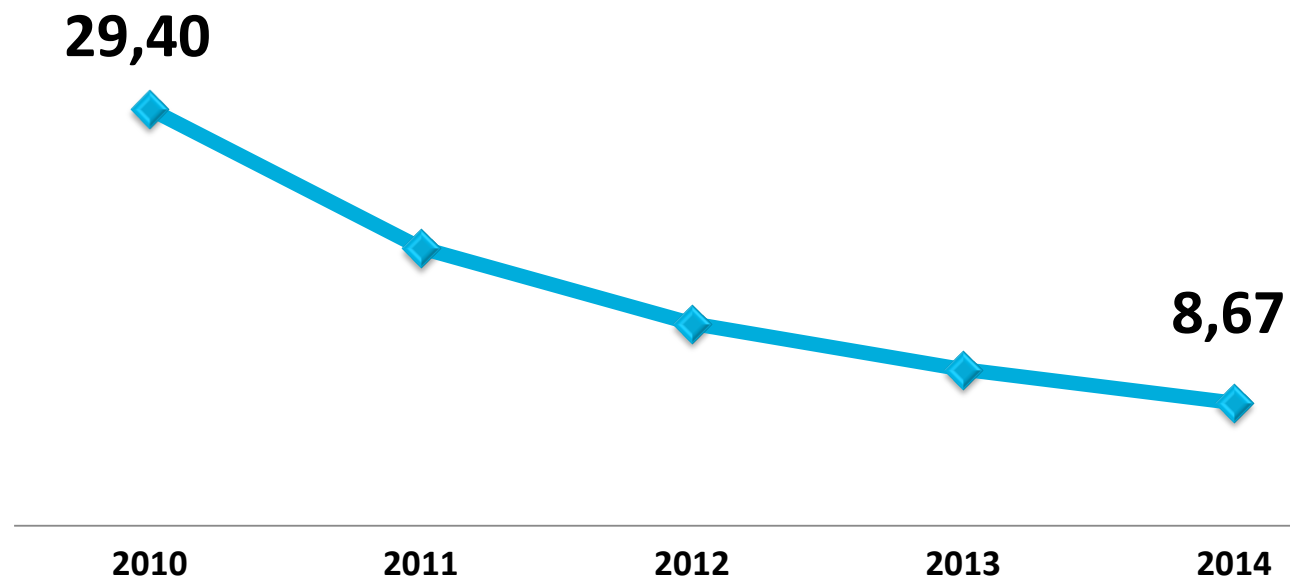
4. Inclusão Digital e Qualidade

5. Mensagens finais



O preço da Banda Larga Fixa caiu 70% nos últimos 5 anos

Valor médio mensal por 1Mbps em R\$



Fonte: Relatório Anual Anatel 2014.

Para o cálculo do valor médio mensal por 1 Mbps, a Agência considera o número de usuários por faixa de velocidade, a velocidade média oferecida pela empresa e a receita total da prestadora

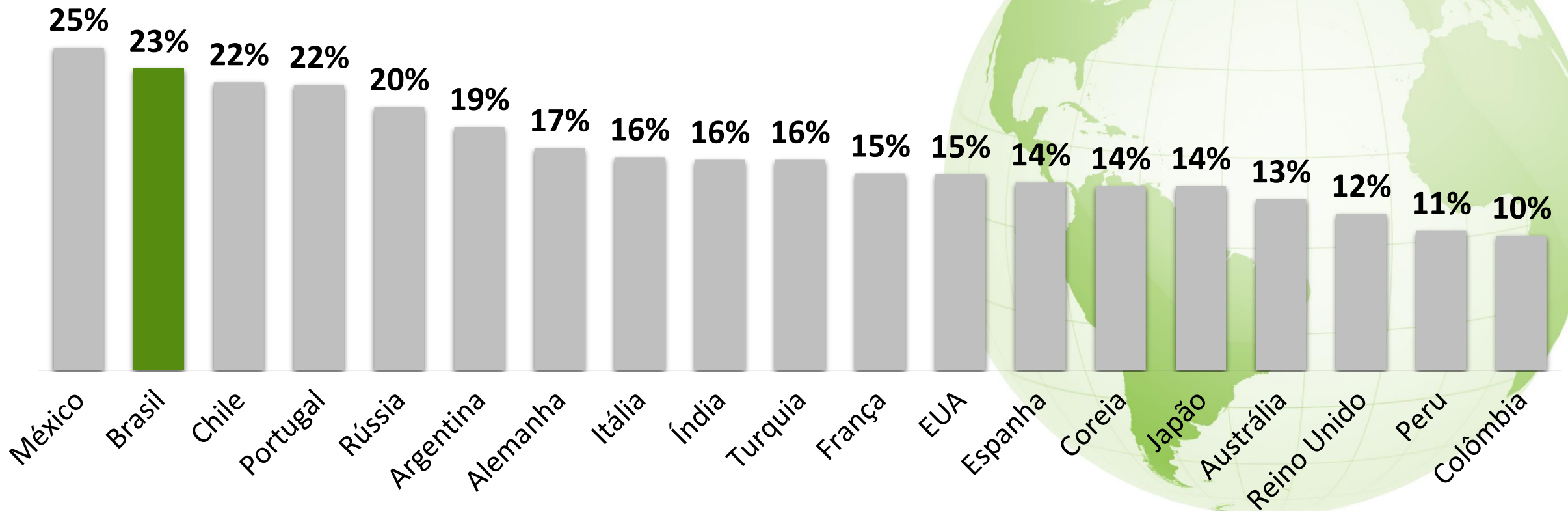


As redes de telecomunicações que suportam a internet são recursos finitos, que exigem vultosos investimentos em infraestrutura e mão-de-obra qualificada



O Brasil investe mais que outros países

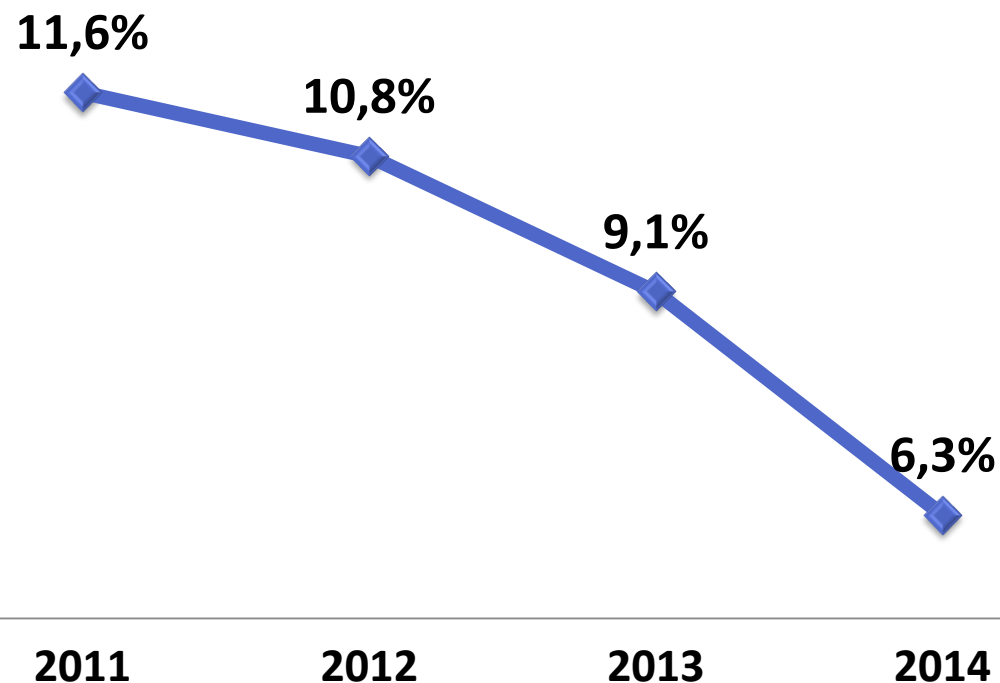
Investimento / Receita Líquida 2014
%



O setor de telecomunicações no Brasil está perdendo a atratividade

Bloomberg

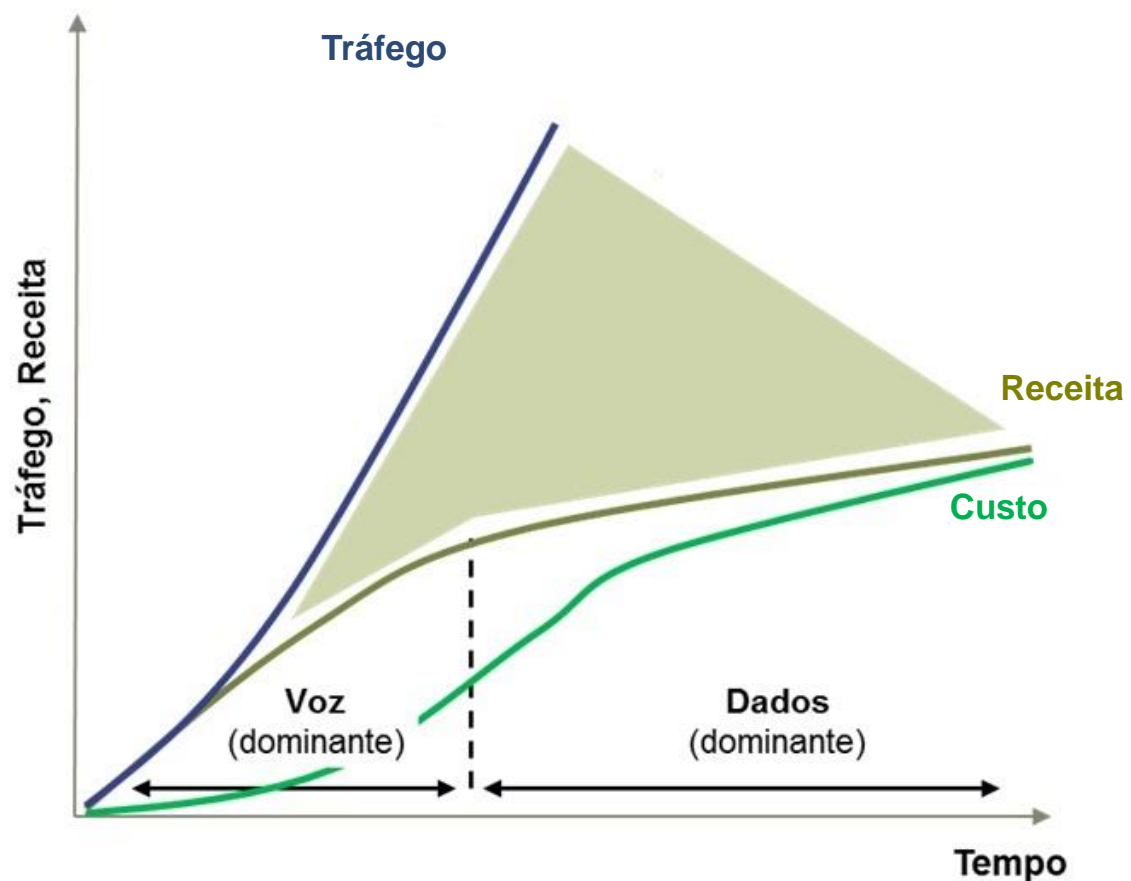
ROIC – Setor de Telecomunicações no Brasil



- O retorno sobre o capital investido (ROIC) é o principal parâmetro analisado para se defender e determinar um investimento
- Idealmente, deve apontar para um percentual de retorno superior ao custo de capital (Taxa Selic hoje em 13,75%), caso contrário, seria mais vantajoso aplicar o capital com baixo risco nesta taxa
- O ROIC médio do setor (empresas de capital aberto) caiu de 11,6% em 2011 para 6,3% em 2014
- **Isto significa que já é muito arriscado investir em Telecom no Brasil e para se estimular mais investimentos uma das principais alternativas é reduzir a carga fiscal (uma das maiores do mundo)**

Modelo ilimitado não acompanha o crescimento exponencial do tráfego gerado

Desbalanceamento entre tráfego, custos e receita

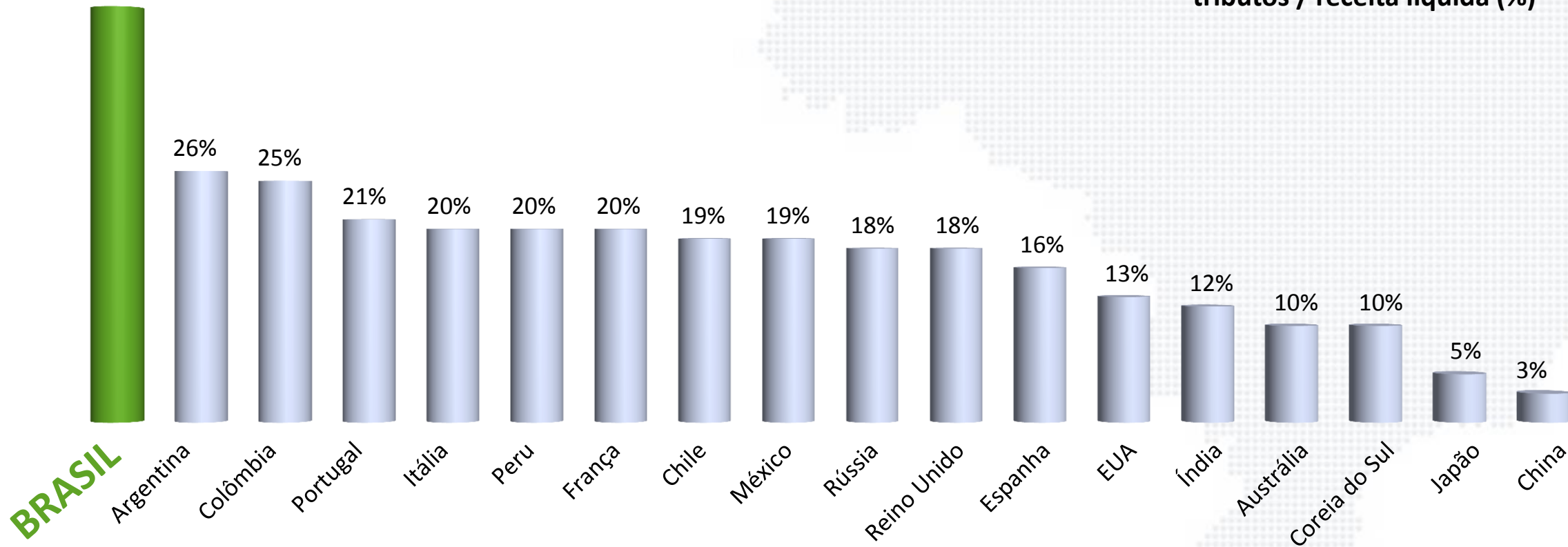


O Brasil tem a maior carga tributária entre os 18 países pesquisados



43%

tributos / receita líquida (%)

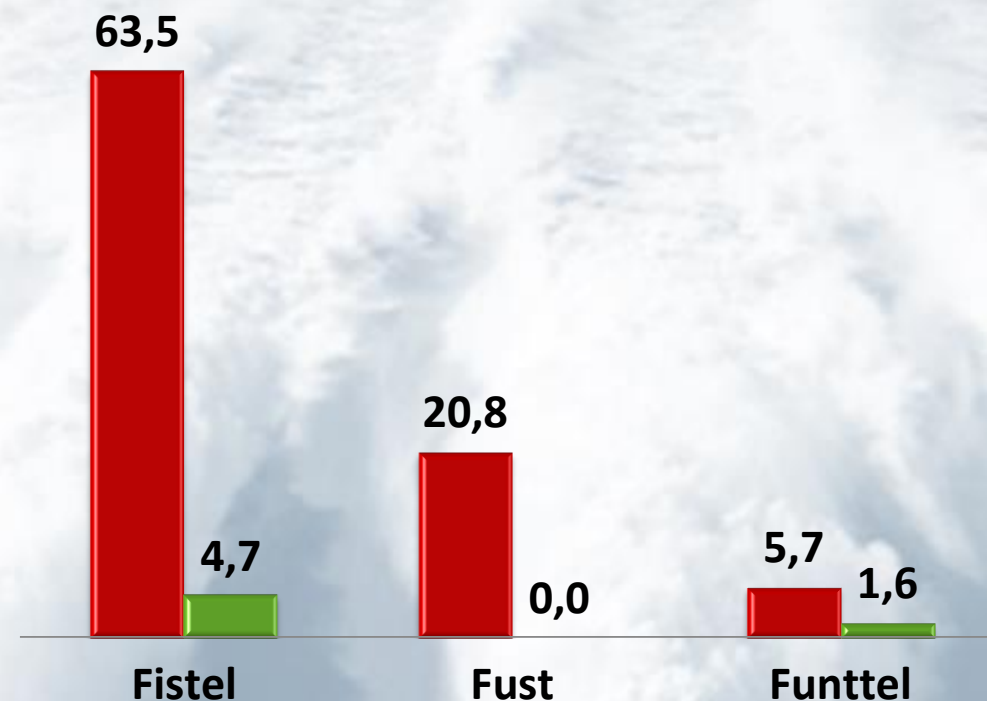


O valor do Brasil não considera os aumentos significativos de tributos que ocorreram no final de 2015

desde 2001 já foram arrecadados mais de **R\$ 90 bilhões** para os fundos de Universalização, Fiscalização e Desenvolvimento Tecnológico e apenas **7% foram aplicados**

E mais R\$ 5 bilhões para a Condecine e CFRP que não são destinados a telecom

Arrecadação *versus* Aplicação
R\$ bilhões, valores acumulados desde 2001



■ arrecadado ■ aplicado

Fonte: Telebrasil. Fundos Setoriais: FUST, FISTEL e Funttel, dados atualizados para 2015.

CFRP (Contribuição para Fomento da Radiodifusão Pública): grande parte do valor é depositado em juízo

Condecine (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional): da arrecadação total entre 2012 e 2015 apenas 47% foram aplicados

1. Mercado

2. Mundo

3. Atratividade



4. Inclusão Digital e Qualidade

5. Mensagens finais

O plano do PNBL custa R\$ 35 e tem velocidade de 1 Mbps e franquia de 1 GB

§11º A Oferta de Varejo poderá prever limite de *download* nos seguintes valores:

I – se prestada por meio do SCM:

- a) 500 Mbytes – a partir da assinatura deste Termo até o final do 1º semestre de 2013
- b) 1 Gigabyte - a partir do início do 2º semestre de 2013

Uma maior inclusão digital passa pela racionalidade do uso das redes

Quem usa pouco a internet não pode subsidiar quem faz um uso muito intenso



A lógica econômica deveria ser inversa

**A oferta de pacotes
diferenciados
possibilita uma gestão
mais eficiente das
redes e conseqüente
melhoria da qualidade
dos serviços**



1. Mercado

2. Mundo

3. Atratividade

4. Inclusão Digital e Qualidade

5. Mensagens finais



**O setor entende que
é essencial
esclarecer o seu
consumidor para
que ele conheça
qual o seu perfil de
consumo**



**Pela legislação de
telecomunicações,
nos serviços privados
"a liberdade é a
regra"**

***Essa liberdade
comercial é a
alavanca da
competição***



**Cada operadora pode manter sua
estratégia e dessa variedade de ofertas
quem se beneficia é o consumidor**

No Regulamento da banda larga fixa

Art. 63. O Plano de Serviço deve conter, no mínimo...:

I - velocidade máxima, de download e upload, ...

II - valor da mensalidade e critérios de cobrança; e,

III - franquia de consumo, quando aplicável.

§ 1º O Plano de Serviço que contemplar franquia de consumo deve assegurar ao Assinante, após o consumo integral da franquia contratada, a continuidade da prestação do serviço, mediante:

I - pagamento adicional pelo consumo excedente, mantidas as demais condições de prestação do serviço; ou,

II - redução da velocidade contratada, sem cobrança adicional pelo consumo excedente.



**Resolução nº 614 da
Anatel de 28 de
maio de 2013**

O Marco Civil da internet, na exposição de motivos, também deixa claro a cobrança por franquia

“A neutralidade diz respeito ao tratamento isonômico e não –discriminatório dos pacotes de dados, não impedindo, portanto, modelos de negócio que ofertem ao usuário conexão à Internet com modelos de cobranças por volume ou por velocidade no tráfego de dados.”



**Não há como
sustentar
qualquer
investimento sem
liberdade no
modelo de
negócios**



**As regras devem garantir a
sustentabilidade da banda larga no Brasil**

Conclusões

- 1. A liberdade de modelo de negócios é um fenômeno global (ofertas por velocidade, com ou sem franquia)**
- 2. A inclusão digital de mais brasileiros depende da liberdade de ofertas, inclusive com franquias**
- 3. Insegurança jurídica e instabilidade regulatória inibem os investimentos**



Conclusões

- 4. Redução de impostos e uso dos fundos setoriais são fundamentais para a expansão da banda larga e inclusão digital**
- 5. O marco legal e regulatório, assim como os contratos dos clientes serão respeitados**
- 6. O modelo de franquia requer a devida conscientização dos consumidores a respeito de seu perfil de utilização e disponibilização de ferramentas que possibilitem o acompanhamento de seu consumo**



CARLOS DUPRAT

carlosduprat@sinditelebrasil.org.br

