



A importância da franquia na banda larga fixa

Porque as ofertas de franquias devem ser asseguradas



Brasília, 29 de setembro de 2017.

A possibilidade de adoção de modelos de franquia na banda larga fixa representa, sobretudo, a garantia de assegurar o direito e a liberdade de escolha por parte dos consumidores

No começo do século XX, com um propósito em mente, Henry Ford, cunhou uma frase que ficou célebre, mas que poderia ter imposto uma padronização totalmente inconcebível para a diversidade experimentada em nosso mundo atual:



Em termos de escolha de serviços ou de produtos, inclusive daqueles que podem ser considerados icônicos em seus respectivos segmentos, como uma Ferrari vermelha, o consumidor pode ter interesse em adquirir algo diferente e que seja mais adequado ao seu perfil.



Por que, para o serviço de banda larga fixa, o consumidor não deveria ter o direito de escolha da oferta que melhor se encaixa em seu perfil, a partir de uma diversidade de opções?

A vedação à adoção do modelo de franquias, que impõe o padrão ilimitado como regra, pode trazer efeitos danosos para os consumidores e para toda a indústria



O consumo sem a possibilidade de franquias impõe uma modelagem única (*“one size fits all”* – de escolha restrita) na qual todos os consumidores devem ser tratados da mesma forma, não se respeitando e atendendo os interesses individuais.

**PODE INCENTIVAR A
SUPEREXPLORAÇÃO E
COMPORTAMENTOS
NÃO CONSCIENTES**

Em um cenário de consumo ilimitado (*“all you can eat”*), ao pagar por esta condição, muitos clientes acabam por explorar os recursos além do que fariam em condições normais, tentando extrair mais vantagens por conta da busca pela sensação de recompensa.

Por exemplo, em um estudo realizado em um buffet/pizzaria, com o propósito de avaliar se os preços e o consumo são independentes para situações de “all you can eat”, os resultados levaram a uma possível interpretação de que “dentro desta configuração de taxa fixa, os indivíduos estão consumindo para obter o valor do seu dinheiro em vez de consumir até alcançar a sua satisfação (hedônica).”

** The MIT Press Journals”: The Flat-Rate Pricing Paradox: Conflicting Effects of “All-You-Can-Eat” Buffet Pricing, [David R Just](#) and [Brian Wansink](#)*

O modelo de franquia é adotado em diversos setores, especialmente por conta da finitude da infraestrutura e dos recursos utilizados, e sofre grande influência de padrões comportamentais



Nos cartões de crédito e nos cheques especiais em bancos ou instituições financeiras, por exemplo, os clientes dispõem de um limite financeiro para uso.

Quanto custaria crédito ilimitado ou “cheques em branco” para uso por todos os clientes?



Diversos restaurantes oferecem “refil de bebida” com liberdade de consumo, mas ainda assim estipulam limites, como um refil por pessoa, consumo apenas no estabelecimento, etc.

Por que, se o consumo é liberado, o refil não pode ser compartilhado entre diversas pessoas? E, mesmo com as ofertas de refil, por que diversos clientes preferem o consumo pré-definido?

O processo decisório de escolha e o subsequente padrão de uso dos produtos e dos serviços por parte dos consumidores são bastante complexos e afetados por diversos fatores. Alguns teorias mostram sua pertinência, inclusive no que se refere à banda larga fixa, haja vista que é prestada sobre uma **infraestrutura de telecomunicações, a qual é um recurso finito**:

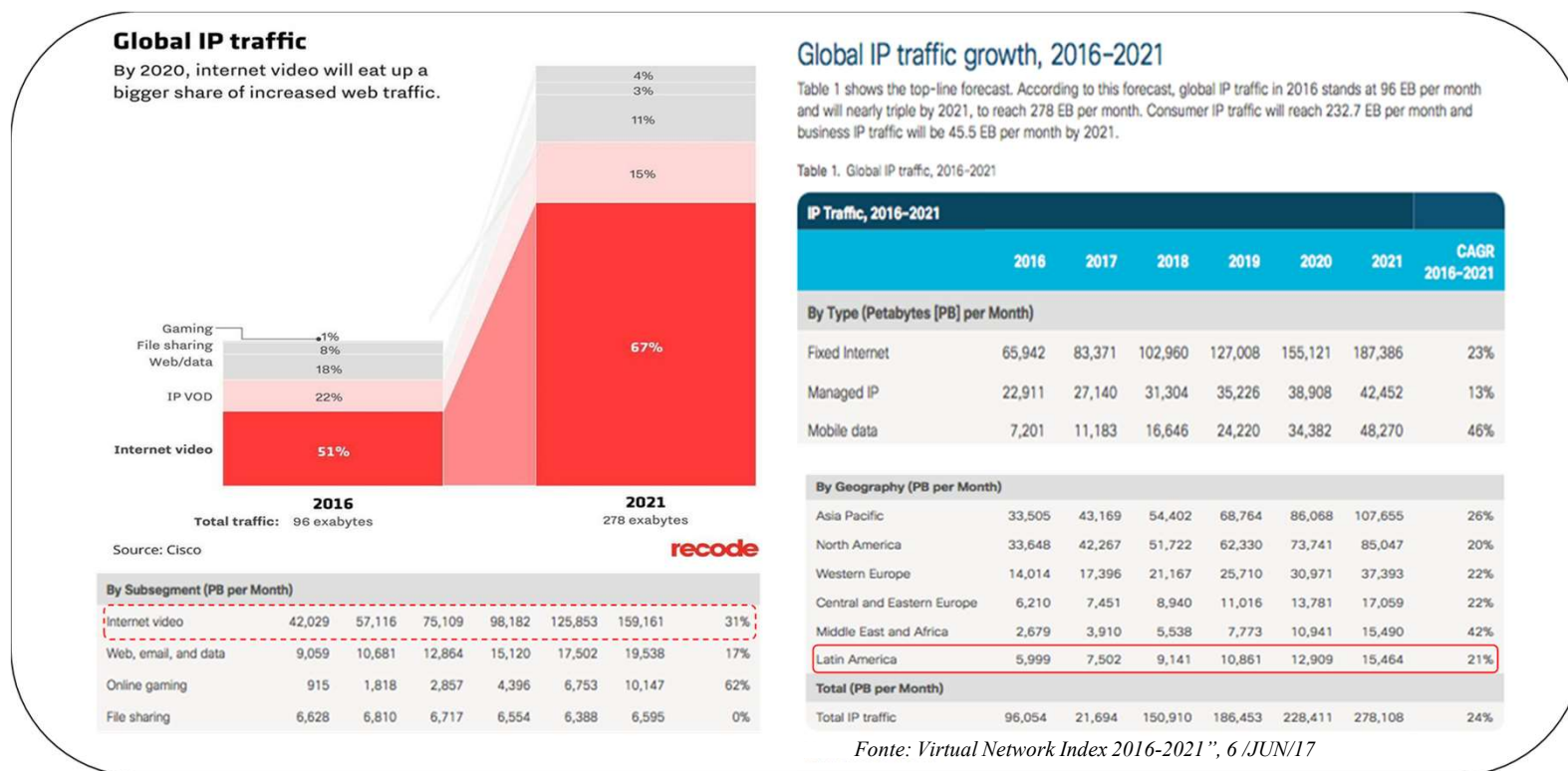
“TRAGÉDIA DOS COMUNS*”

Em síntese, esta teoria aponta que o livre acesso e a demanda irrestrita a um recurso finito terminam por condenar estruturalmente o recurso por conta de sua superexploração. Tal fenômeno pode ser atenuado por meio do estabelecimento de modelos de precificação que induzam alocação eficiente de custos e pelo estímulo ao uso consciente por parte dos consumidores.

** Hardin, G (1968). “The tragedy of the commons”. Science. 162 (3859): 1243-1248*

A expansão acelerada do consumo de dados não é apenas uma tendência... Já é uma realidade que será ainda mais impulsionada pelo crescimento do tráfego de vídeos pela internet

O crescimento ocorrerá em todas as regiões do planeta e em todos os tipos de aplicação, especialmente por conta da expansão de tecnologias mais modernas, como o vídeo 4K, e o advento de novas aplicações, como realidade virtual, etc.



Uma pesquisa conduzida pelo Google mostrou que a quantidade média de horas que os brasileiros passam assistindo a vídeos online por semana é de 15,4, número que significa um crescimento de mais de 90% em três anos, à



Estudo recente do Google*, aponta que o consumo de vídeos pela internet no Brasil vem se ampliando. O quantitativo de horas/semana assistidas aumentou em mais de 90% nos últimos 3 anos.

* <https://drive.google.com/file/d/0B7Qk1E0wjv-ASUNsNWJnUeTWNFE/view>

O modelo de franquias garante o uso mais adequado da infraestrutura e preserva o equilíbrio na relação consumidor – prestador do serviço, além de incentivar o consumo consciente



Ao contrário do que se tem apregoadado, franquia não é penalização ao consumidor. Muito pelo contrário. A franquia é mais uma opção à disposição dos usuários, os quais, após avaliarem suas necessidades e possibilidades individuais, poderão escolher pela melhor oferta existente.



Informações apresentadas pelo setor em Audiência Pública realizada no Senado em 3/5/16 apontavam que 90% das residências consumiam até 100 GB/mês e que, em uma operadora de telecomunicações, 2% dos usuários consumiam cerca de 22% de todo o tráfego da rede*.



A superexploração desta infraestrutura, que é finita, aumenta a ocupação das redes e reduz a capacidade das operadoras de atender novos clientes, além de repercutir em qualidade. Isso pode implicar também um direcionamento para ofertas mais rentáveis**, reduzindo-se a atratividade no atendimento de consumidores menos favorecidos e também gerando a possibilidade de aumento dos preços para suportar padrões de consumo massivos associados ao tráfego ilimitado.

* http://sis-publique.convergenciadigital.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?from_info_index=121&infoid=42312&sid=4

** Posicionamento da OAB, por intermédio da contribuição feita pela sua Comissão de Assuntos Regulatórios (Subcomissão de Telecomunicação e Audiovisual) no âmbito da tomada de subsídios promovida pela Anatel Processo nº 53500.008501/2016-35 (SEI_ANATEL - 1075335) acerca do modelo de franquia no serviço de banda larga fixa:

“O provedor da infraestrutura não perde dinheiro, repassa ao consumidor por meio de inserção no preço. Quando o preço médio aumenta, exclui os potenciais consumidores que estavam no limite de sua capacidade de pagamento e, de quebra, induz o desperdício por aqueles que não possuem necessidade real de utilização massiva da rede, mas como se sentem prejudicados por pagar pelos demais, passam a buscar o “sentimento de recompensa”.

Com tudo isso, os custos médios aumentam e a intenção originária de proteger os consumidores acaba por prejudica-los, excluindo os menos favorecidos.”

O modelo de franquias de dados foi recentemente implementado no segmento móvel e o resultado é bastante positivo

No final de 2014 e início de 2015, a implementação do modelo de franquias no segmento móvel foi objeto de um amplo debate pela indústria, regulador, entidades de defesa dos direitos dos consumidores e, sobretudo, sociedade.

Amparado principalmente na limitação física das redes*, notadamente das radiofrequências que são um recurso escasso e finito, este modelo avançou, baseando-se também na busca pela conscientização e pela ampliação da clareza e da transparência nas relações entre os consumidores e as empresas.

Inicialmente, essa “mudança de paradigma” enfrentou resistência na medida em que muitos alegavam que ela seria prejudicial para os consumidores. No entanto, é inquestionável que os resultados têm sinalizado a pertinência da decisão tomada de se possibilitar a adoção de franquias:



- ✓ a quantidade de usuários com terminais móveis 3G/4G continua crescendo de forma acelerada, bem como o consumo de dados móveis. Mais consumidores têm ingressado no sistema e, assim, amplia-se a inclusão digital;
- ✓ as operadoras permanentemente revisam suas ofertas, oferecendo planos com franquias de dados cada vez maiores e valores por Megabyte ou Gigabyte cada vez menores;
- ✓ tanto no pós-pago quanto especialmente no pré-pago as ofertas de entrada também estão mais competitivas.

** Cabendo lembrar que mais de 50% do tráfego móvel é escoado por redes WiFi, que utilizam banda larga fixa – dados da ABRINT*

No segmento móvel, as ofertas são baseadas em pacotes com franquias cada vez maiores, em termos de volume de dados, e valores decrescentes por megabyte/gigabyte

Avaliação de ofertas semelhantes de uma das maiores operadoras móveis do país (2014 X 2017):

Operadora "X"	Ofertas Pré	Valor / Megabyte	Ofertas Pré	Valor / Megabyte
2014 (antes do modelo de franquia)	40 MB/dia – R\$ 1,99	R\$ 0,04975/MB	450 MB/mês – R\$ 21,90	R\$ 0,04866/MB
2017*	45 MB/dia – R\$ 1,29	R\$ 0,02866/MB	600 MB/mês – R\$ 19,90	R\$ 0,03316MB

Valores com tributos, extraídos do site da operadora – disponível para consulta. * Nestas ofertas, o tráfego de aplicativos de comunicação OTT não é debitado da franquia

Estudo recentemente realizado por uma entidade independente, comparadora de preços de banda larga móvel, apontou para a diversidade de ofertas e a redução dos preços por MB e GB nos pacotes celulares com maior franquia:

Operadora	Claro	Correios Cel	CTBC	Nextel	OI	Porto Conecta	Sercomtel	TIM	Vivo	R\$ / Gb
< 2 Gb	R\$ 20,00	R\$ 30,00	R\$ 40,89	R\$ 39,32	R\$ 22,30	R\$ 62,41	R\$ 32,43	R\$ 32,16	R\$ 27,90	R\$ 34,82
< 3 Gb	R\$ 14,16		R\$ 31,07	R\$ 23,00	R\$ 19,14		R\$ 26,63	R\$ 26,73	R\$ 15,94	R\$ 22,00
< 4 Gb	R\$ 22,50			R\$ 12,96	R\$ 19,26	R\$ 21,20	R\$ 32,48	R\$ 24,98	R\$ 16,64	R\$ 19,54
< 6 Gb	R\$ 17,99		R\$ 20,74	R\$ 16,57	R\$ 13,33	R\$ 25,98		R\$ 19,74	R\$ 22,76	R\$ 19,47
< 7 Gb	R\$ 21,36				R\$ 14,23			R\$ 16,18	R\$ 14,76	R\$ 16,03
< 10 Gb	R\$ 21,67		R\$ 13,53	R\$ 16,00	R\$ 14,99	R\$ 19,99		R\$ 15,00	R\$ 17,96	R\$ 16,47
< 20 Gb	R\$ 19,25				R\$ 11,99	R\$ 14,53		R\$ 9,67	R\$ 24,93	R\$ 15,78
> 20 Gb	R\$ 14,00							R\$ 15,98	R\$ 12,76	R\$ 13,65
R\$ / Gb	R\$ 18,46	R\$ 30,00	R\$ 28,15	R\$ 25,02	R\$ 17,91	R\$ 41,42	R\$ 30,12	R\$ 22,64	R\$ 20,53	R\$ 23,42

Extraído do comparador "Meu Plano Móvel", constante do trabalho intitulado "Análise das Ofertas de Telefonia Móvel no Brasil", datado de 11 de agosto de 2017, e apresentado à Anatel no âmbito das discussões do Regulamento Geral dos Consumidores <http://www.meuplanomovel.com.br/> Vide Processo Anatel nº 53500.061949/2017-68 / SEI 1834885

O serviço de telecom que possibilita a prestação da banda larga fixa é plural. Já as redes e a infraestrutura que o suportam são limitadas e finitas, assim como ocorre na banda larga móvel

Serviço de Comunicações Multimídia - SCM

Principais características:

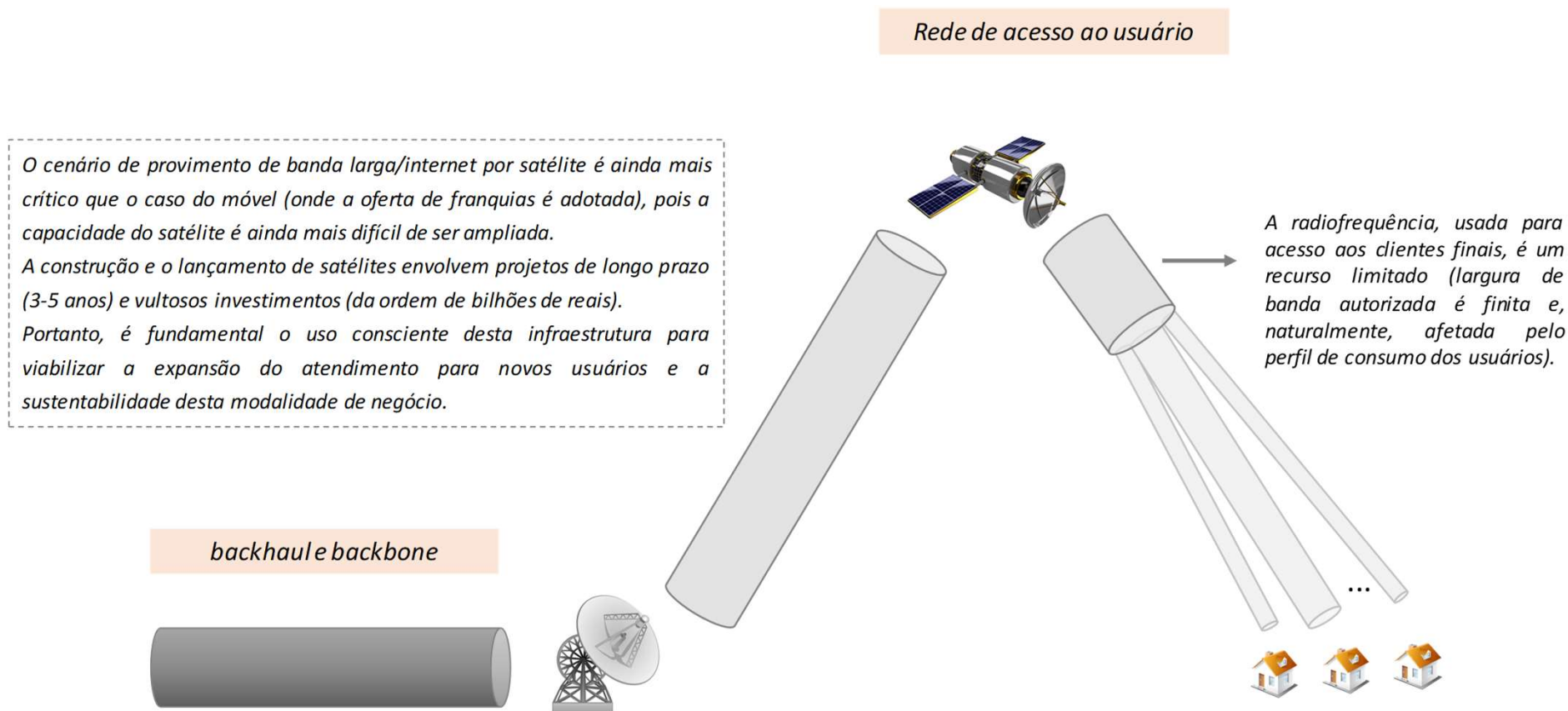
- serviço de telecomunicações mais convergente e “democrático”
- suporta a oferta de banda larga fixa e o tráfego de dados em geral
- mais de 6 mil empresas autorizadas
- empresas de diversos portes, desde grandes multinacionais a microempreendedores individuais
- não define o padrão a ser utilizado, podendo ser feito uso de meios confinados (fibra óptica, cabo coaxial, cobre, etc), radiação restrita, radiofrequências licenciadas, satélite ou uma combinação de várias destas tecnologias
- área de autorização do serviço é nacional. Entretanto, a área efetiva de prestação para os usuários pode compreender, por exemplo, somente ruas e/ou bairros de um determinado município



Todas as empresas, em maior ou menor grau, enfrentam a realidade da utilização da infraestrutura e da alocação destes recursos que, reconhecidamente, não são ilimitados e infinitos.

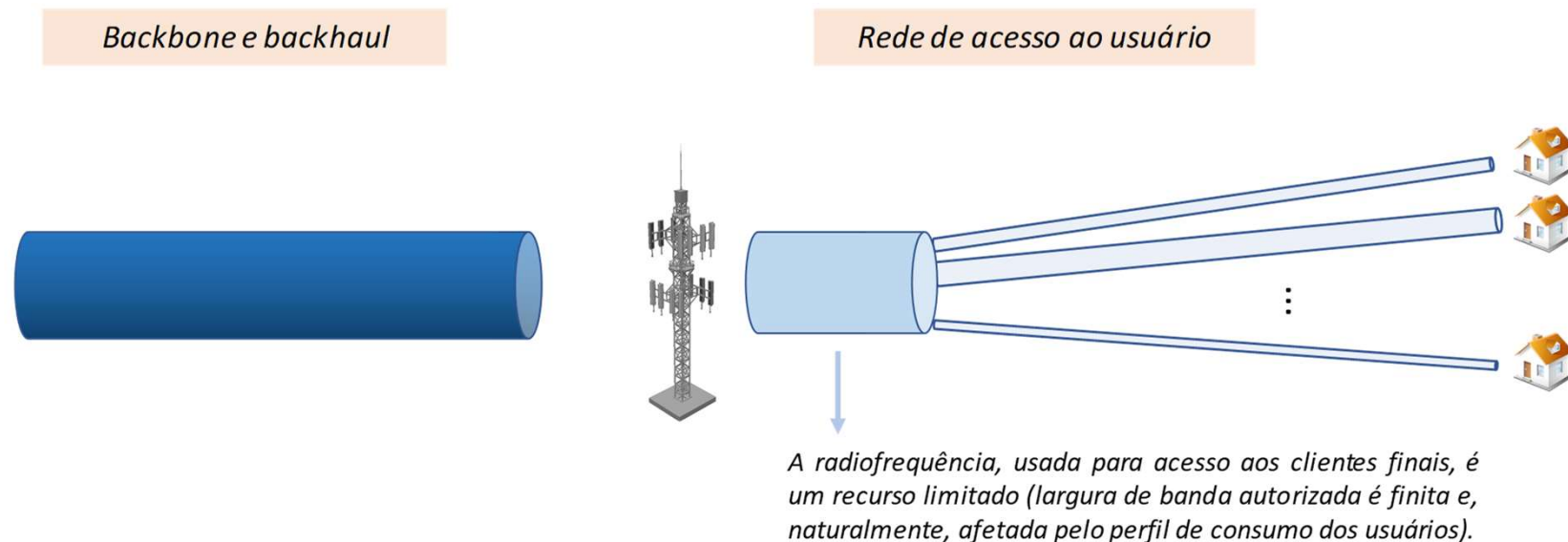
Portanto, é incontestável que precisam ser geridos de maneira racional e eficiente.

Na banda larga fixa provida por satélite, é inegável a limitação física dos recursos. Esta restrição é ainda mais crítica que a enfrentada na banda larga móvel



Este tipo de atendimento vem crescendo em regiões mais afastadas, especialmente em áreas onde não há disponibilidade de infraestrutura terrestre. A vedação à adoção de franquias pode inviabilizar o uso do satélite para prestação de serviço de banda larga de forma mais ampla aos consumidores finais.

Na banda larga fixa provida por radiofrequências, a limitação de infraestrutura é a mesma, ou até mesmo pode ser considerada um pouco mais crônica, que a da banda larga móvel



O cenário de provimento de banda larga/internet fixa por radiofrequências é bastante parecido com caso do móvel (onde a oferta de franquias é adotada). Pode ainda ser considerado ligeiramente mais crítico na medida em que há menos disponibilidade de bandas/frequências diretamente destinadas aos serviços fixos e há menor escala e disponibilidade de equipamentos, quando comparado ao celular.

A expansão das redes para suportar mais tráfego requer adensamentos de sites/antenas, a observância de diversas legislações restritivas para a instalação de antenas e, ainda, a necessidade de contratação/construção de capacidade adicional de backhaul/backbone para escoar o tráfego.

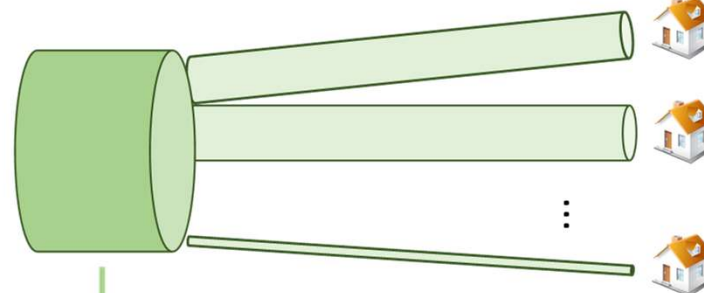
Em 2015, a Anatel licitou radiofrequências na faixa de 2,6GHz-TDD (4ª Geração) em todos os municípios do país. Diversos lotes foram vencidos por empresas regionalizadas e de menor porte que estão preparando o início das operações. A impossibilidade de adoção de franquias poderá inviabilizar os planos de negócios e impedir a expansão da cobertura terrestre com o uso desta faixa e de outras faixas para diversos municípios brasileiros.

Assim como nos demais casos, nos meios confinados, como fibra óptica e cabo, a infraestrutura não é infinita e apresenta limitações físicas em diversos pontos da cadeia

Backbone e backhaul



Rede de acesso ao usuário



Os equipamentos possuem suas limitações inerentes, como capacidade de processamento, e a própria rede de suporte é um “cano” com capacidade definida tecnicamente ou por contrato.

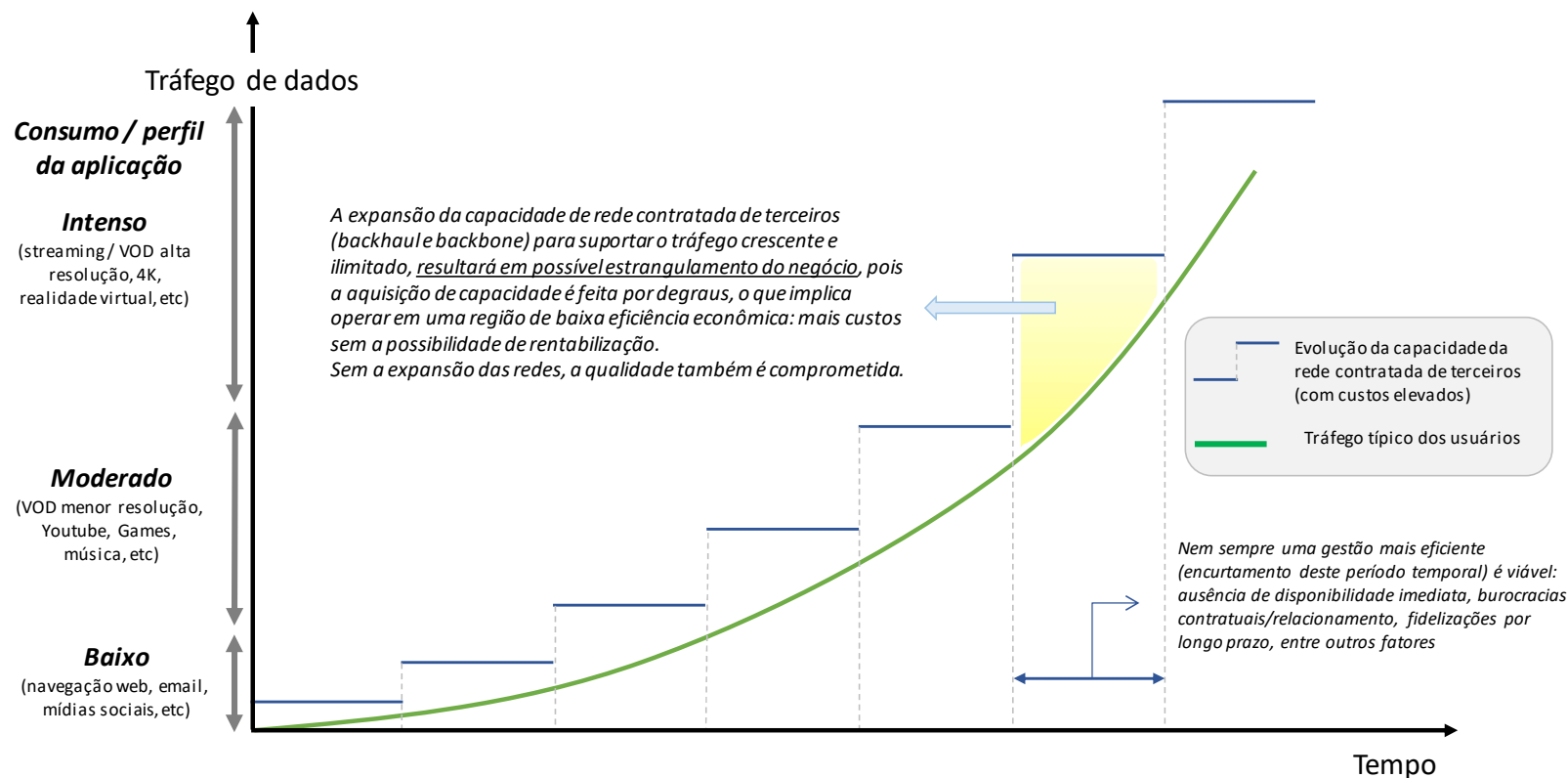
Inegavelmente, os meios confinados (fibra óptica e cabo) possuem maior capacidade, quando comparados a radiofrequências. Porém, os principais gargalos estão em outros pontos da cadeia.

A necessidade de expansão de equipamentos e, sobretudo, dos recursos nas redes de suporte de alta capacidade (backhaul e backbone) são fatores críticos e limitantes especialmente para as prestadoras regionalizadas ou de menor porte, pois: (i) estas não controlam a disponibilidade para expansões, por ser detida por terceiros, e (ii) as contratações são feitas por degraus de capacidade, com elevado impacto em custos. Portanto, um eventual consumo ilimitado na rede de acesso (para cada cliente) implica a necessidade de equipamentos e de rede de alta capacidade adicionais, pois os recursos envolvidos em toda a cadeia de prestação do serviço são finitos.

As redes são vias integradas e, geralmente, podem ter partes delas contratadas com outras empresas / terceiros. Portanto, estão sujeitas à disponibilidade e às capacidades físicas existentes pelo lado dos ofertantes e, inclusive, de natureza econômica por parte dos contratantes.

Para o caso de empresas regionalizadas, entrantes e/ou de menor porte, a aquisição e a gestão eficiente da rede contratada com outras empresas é um fator crítico para a viabilidade e o sucesso do negócio

Operadoras de menor porte: evolução do tráfego dos usuários e da capacidade da rede



Em levantamento recentemente realizado com algumas associadas da ABRINT, foi possível apurar que os custos relacionados ao backhaul/backbone com terceiros podem representar até 38% das despesas do negócio, sendo proporcionalmente mais consideráveis para os provedores regionais localizados em áreas mais afastadas, onde também se encontram maiores dificuldades para a ampliação desta infraestrutura por haver poucos ofertantes.

Conclusão - porque a possibilidade das franquias na banda larga fixa deve ser mantida (1/2):

É primordial reconhecer que nem todos os consumidores têm os mesmos interesses e motivações.

Portanto, a imposição de uma regra por meio da qual o “tamanho único se ajusta a todos” (*one size fits all*), que é o equivalente à impossibilidade da adoção de franquias para a banda larga fixa, engessa as ofertas e acaba por punir:

- **os consumidores**, pois nem todos se adequam ao “princípio” cunhado por Henry Ford acerca do modelo Ford T de que “o carro é disponível em qualquer cor, contanto que seja preto” (ou seja, de que toda banda larga tem que ser ilimitada) ou mesmo podem arcar com preços que teriam que ser, comparativamente às franquias, mais elevados para suportar consumos massivos ou ilimitados decorrentes de prováveis cenários de superexploração dos recursos por parte de uma minoria;
- **diversas tecnologias**, pois, destacadamente, o satélite e as radiofrequências têm bandas de espectro limitadas. As que utilizam meios confinados também apresentam limites físicos na cadeia e/ou mesmo nos equipamentos;
- **todas as prestadoras de banda larga fixa**, e em especial as regionalizadas, entrantes e/ou de menor porte, pois dependem significativamente de infraestrutura de terceiros e não conseguem obter as mesmas economias de escala ou escopo, podendo implicar, de forma mais imediata, na inviabilidade e, posteriormente, na descontinuidade dos negócios.

Conclusão - porque a possibilidade das franquias na banda larga fixa deve ser mantida (2/2):

O debate acerca do modelo de negócios da banda larga fixa não é uma situação específica do Brasil.

No entanto, não há registro atual de qualquer país que proíba o modelo de franquias, podendo-se, assim, tornar o Brasil um caso singular em âmbito global. Em diversos países, ofertas com e sem franquias coexistem, permitindo que as operadoras construam modelos de negócios viáveis e sustentáveis e que os consumidores escolham, entre as diversas opções, aquela que melhor se adequa aos seus interesses financeiros ou aos seus requisitos técnicos e de qualidade.

No Brasil, na recente experiência da franquia na banda larga móvel, é inegável que resultados favoráveis foram alcançados na medida em que a competição se manteve acirrada no setor, a base 3G/4G continua se expandindo aceleradamente, as ofertas têm considerados franquias com volumes de dados cada vez maiores e os preços por Megabyte/Gigabyte têm sido reduzidos constantemente.

Sustenta-se, dessa forma, que a liberdade na definição das ofertas é o modelo mais saudável e benéfico, tanto para os consumidores quanto para a indústria, a ser adotado no Brasil.