



Exma Senhora

Presidente da

Autoridade da Concorrência

Data: 16 de dezembro de 2021

N. Refª : PARC-000237-2021

**Assunto:** Consulta ao mercado: Ecosistemas digitais, Big Data e Algoritmos

1

Na sequência do solicitado, junto enviamos os nossos comentários, mantendo-nos ao dispor para quaisquer esclarecimentos adicionais,

Com os meus melhores cumprimentos,

A Diretora Geral

A handwritten signature in blue ink, reading "Ana Cristina Tapadinhas", is written over a light blue grid background.

(Ana Cristina Tapadinhas)

## **I. Comentários na generalidade:**

1. A DECO, enquanto associação de defesa dos consumidores, congratula-se com o facto de essa Autoridade ter elegido, como uma das suas prioridades, o setor digital. Com efeito, o desenvolvimento das tecnologias de informação digital e o surgimento de cada vez mais serviços online, representam, não apenas um desafio para a concorrência do mercado, mas também um desafio cada vez maior aos direitos fundamentais de privacidade e proteção de dados pessoais dos cidadãos.

Na verdade, muitos dos modelos de negócios que atualmente dominam o mundo digital baseiam-se no rastreamento e na análise de cada movimento do consumidor. As informações recolhidas são depois utilizadas para criar perfis de utilizadores, posteriormente negociados online e usados para criar publicidade direcionada por comportamento, podendo também ser usados para discriminar os próprios consumidores e influenciar ainda o seu comportamento.

2

---

2. No capítulo seguinte responderemos às questões colocadas na presente consulta pública, diretamente relacionadas com a proteção dos interesses dos consumidores.

## **II. Comentários na especialidade:**

### **1. Quais as principais dificuldades sentidas na criação de empresas e na expansão para novos mercados digitais em Portugal?**

As Start Ups e outras pequenas empresas que pretendam entrar no mercado digital dependem cada vez mais de uma plataforma de intermediação para oferecer os seus produtos e serviços.

O grande problema é o facto de tais plataformas estabelecerem unilateralmente as condições para as empresas, ficando numa posição de controlo e capazes de ditar as próprias condições do mercado. Assim, as plataformas acabam por definir o mercado, as suas dinâmicas e têm o potencial de enfraquecer a concorrência em detrimento dos consumidores.

**5. Considera que existem custos de mudança nos mercados digitais que lhe suscitam preocupações? Quais? Que intervenção poderia reduzir esses custos e facilitar a mobilidade dos consumidores?**

Do ponto de vista desta Associação são manifestamente preocupantes os custos de mudança relativos a encargos com a resolução de contratos com períodos de fidelização. De salientar que, pese embora os operadores devam apresentar ofertas sem período de fidelização, a verdade é que os preços das mesmas e custos associados como a instalação do serviço (rega geral, oferta, no caso de tarifários com fidelização) tornam tais ofertas totalmente desinteressantes para os consumidores, que por essa razão estão permanentemente vinculados a um período de fidelização ou de refidelização.

3

**7. Existem alguns exemplos de utilização de algoritmos pelas empresas relativamente aos quais entende que a AdC deva estar atenta? Se sim, porquê?**

Sim, desde logo, consideramos problemática a personalização de preços que se baseia na assimetria de informação e numa dinâmica artificial do mercado, dado que os preços são apresentados de acordo com os dados gerados pelos consumidores na procura de produtos e serviços. Além disso, só é possível porque o consumidor não está ciente da informação que o comerciante tem sobre ele, e porque o comerciante é capaz de criar um ambiente onde o consumidor acredita estar a ver o preço de mercado.

Muito embora o desenvolvimento da economia digital tenha potenciado muitos benefícios para os consumidores, tem levantado também inúmeras preocupações sobre como a arquitetura de escolha redes é desenhada e apresentada aos consumidores. Isto torna-se particularmente relevante em plataformas online, mas o uso de técnicas para levar os consumidores a tomar ou não certas decisões está presente em todos os mercados.

A verdade é que quando os interesses das empresas e dos consumidores não são coincidentes, muitas vezes a interface do utilizador é desenhada de forma a que os consumidores tomem (ou não) decisões que não são do seu interesse, mas sim das empresas. O mesmo se aplica ao uso de sistemas algorítmicos empregados por empresas para melhor direcionar sua arquitetura de escolha para o consumidor individual, moldando a tomada de decisão individual. Isso é parcialmente possível devido ao uso de tecnologia e experimentação comportamental na arquitetura de escolha, como design centrado no utilizador (UCD), design de experiência do utilizador (design UX) e métodos de teste aplicados por designers de interface, como o teste A/B, consistindo em testar diferentes designs de uma interface de utilizador com um determinado número de utilizadores, de forma a identificar qual decisão de design leva a uma mudança no comportamento do utilizador.

Para além de violarem direitos dos consumidores, esta forma de utilização de sistemas algorítmicos pode colocar em causa as regras de concorrência.

**8. Na sua opinião, há outros benefícios ou preocupações pertinentes dos algoritmos que considere importante destacar para além dos identificados neste documento?**

É de destacar o facto de as empresas tenderem a recolher e agregar cada vez mais dados e além do que o consumidor normalmente esperaria. Os dados recolhidos podem depois ser utilizados para construir perfis de consumidores e utilizados contra os seus interesses, colocando em causa os seus direitos (por exemplo, discriminação de preços ou manipulação da procura por parte dos consumidores).

Ainda de destacar o facto de algumas empresas utilizarem configurações, técnicas e características de design da interface para induzir os utilizadores para opções mais intrusivas no que respeita à privacidade (com recurso, designadamente a *dark patterns*).

**12. Queira partilhar outras informações relevantes.**

5

---

Pensamos ainda ser relevante aqui destacar o facto de alguns operadores económicos, com o intuito expresso de recolher grandes quantidades de dados dos utilizadores, impõem condições contratuais abusivas (por exemplo, na forma de amplas permissões para a recolha de dados). No entanto, simplesmente porque não há alternativa ou devido a custos de mudança/saída, a verdade é que os consumidores dificilmente podem recusar e optar por outro fornecedor.

Tal prática, pode não só enquadrar-se como uma eventual infração ao regime das cláusulas contratuais gerais, mas também ser relevante no quadro de uma eventual situação de abuso de posição dominante