

Exma Senhora
Presidente da
Autoridade da Concorrência

Data: 13 de janeiro de 2020

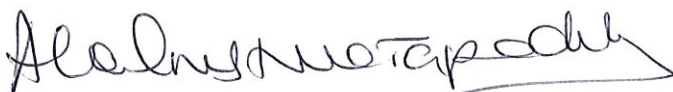
N. Refª : PARC-000253-2020

Assunto: Recomendações da AdC sobre mudanças nas fidelizações dos contratos de telecomunicações que tornem os consumidores mais livres na sua escolha.

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 black ink, appearing to read "Ana Cristina Tapadinhas", with a long horizontal flourish extending to the right.

(Ana Cristina Tapadinhas)

I. Comentários na generalidade:

1. A Autoridade da Concorrência (AdC) realizou uma análise ao setor das telecomunicações, tendo neste identificado um conjunto de vulnerabilidades em termos de concorrência, das quais salientamos a prática de preços mais elevados que na União Europeia (UE), reduzida mobilidade dos consumidores e elevado número de reclamações.

Foi reconhecida ainda como uma das principais causas (se não mesmo a mais relevante) das vulnerabilidades identificadas, o facto de neste setor predominarem serviços que incluem prazos contratuais mínimos (vulgo períodos de fidelização) e encargos pesados para os consumidores em caso de denúncia antecipada dos contratos durante esse período de fidelização.

Por fim, é feito um conjunto de oito recomendações dirigidas ao legislador e à autoridade de regulação nacional deste setor (ANACOM).

2. Ora, para esta Associação os resultados desta análise em nada são uma surpresa, vindo, antes pelo contrário, confirmar o que temos reiteradamente afirmado nos últimos anos.

Com efeito, o setor das telecomunicações ocupa a liderança destacada do ranking das reclamações que chegam a esta Associação há mais de uma década e, entre os principais motivos de reclamação, encontramos exatamente os problemas relacionados com o período de fidelização e custos associados, a falta de transparência das alterações contratuais e a faturação.

Contudo, cumpre congratularmos a AdC por esta excelente iniciativa em nome da concorrência de um setor tão dela necessitado e dos legítimos interesses dos utilizadores dos serviços de comunicações eletrónicas.

3. Sendo também do interesse desta Associação a melhor implementação destas recomendações, faremos infra a análise de cada uma delas.

II. Comentários na especialidade:

Recomendação 1 | ao legislador

Alterar o n.º 15 do artigo 48.º da Lei n.º 5/2004 no sentido de passar a **prever que as únicas exceções à regra geral de impossibilidade de definição de um novo período de fidelização** (em contratos a que já tenha estado associado um período de fidelização) sejam: (i) a disponibilização subsidiada de novos equipamentos terminais; e (ii) a instalação de novos serviços.

1. Com esta recomendação pretende-se eliminar da letra do n.º 15 do artigo 48.º da LCE a “oferta de condições promocionais” como justificação possível de novo período de fidelização. Concordamos totalmente com a recomendação.

2. Consideramos ainda que conceito de “instalação de novos serviços” é pouco objetivo dando azo a interpretações em prejuízo do consumidor, pelo que deverá ser clarificado. A título de mero exemplo, entende-se por “serviços” os serviços de internet fixa, telefone fixo, etc, ou deve-se entender um conceito mais lato de “serviços”, onde o acesso a novas funcionalidades de um mesmo serviço pode também ser considerado “serviço”? Por exemplo, ser acrescentado o acesso a App TV (Ex: a App Nowo TV pode ser fornecida no pacote base ou acrescentada a posteriori) é considerado “instalação de novo serviço”? O aumento da velocidade de internet fixa é instalação de um novo serviço (são tarifários diferentes com características diferentes e que podem ou não exigir troca de modem/ router)?

3. Outro ponto que nos parece particularmente importante é o facto de desta primeira recomendação se depreender que as condições promocionais continuam, porém, a poder ser usadas pelos operadores para justificar o primeiro período de fidelização -

primeiro contrato (?). a ser assim, pensamos que este assunto deverá ser clarificado por poder interferir pelo menos em dois aspetos:

- na avaliação da duração do contrato necessária à amortização dos investimentos realizados no primeiro contrato (caso estas condições promocionais sejam interpretadas como custos em que incorreu o operador – custo de aquisição do cliente ou CAC). A AdC parece indicar no relatório que condições promocionais não devem ser consideradas como “investimento” do operador (apenas a instalação e subsídio de equipamentos deverá ser considerada);
- no cálculo dos encargos com a rescisão antecipada associados ao primeiro contrato. A AdC não toma posição sobre a forma como se calculam os custos de rescisão antecipada mas refere no seu relatório o seguinte: «*considera-se que as “condições promocionais”, conferem um injustificado grau de discricionariedade ao operador para frustrar as limitações legalmente impostas à prática de ‘refidelizações’, agravado pelo facto de impedir a fiscalização da proporcionalidade das condições contratuais*»¹ e refere também a proposta da ANACOM de eliminar a referência a condições promocionais como justificativo de período de fidelização (não diferenciando a ANACOM fidelização de refidelização).

Assim, no nosso entender, falta clarificar na letra da lei quais são as regras aplicáveis ao primeiro contrato e quais as que se aplicam às refidelizações (desde o que pode ou não justificar um período de fidelização inicial ou subsequente até aos custos em que o consumidor incorre se pretender rescindir o contrato antecipadamente em cada uma das situações em que se encontrar), evidenciando bem se se aplicam regras e princípios diferentes, ou não, bem como o que se faz com todas as referências na lei às ditas “vantagens” dadas ao consumidor. Queremos com isto dizer que a para além do artigo 15º será necessário garantir a consistência legislativa de todos os artigos e de todas as situações (contrato inicial vs. refidelização).

¹ cf. Página 28 do Relatório Completo da AdC.

Recomendação 2 | ao legislador

Eliminar a exceção à obrigatoriedade de facultar informação aos consumidores no caso de contratos celebrados por meios de comunicação à distância, expressa no n.º 3 do artigo 48.º da Lei n.º 5/2004. Assim, deve eliminar-se o excerto “*exceto nos casos em que o primeiro contacto telefónico seja efetuado pelo próprio consumidor*”. Adicionalmente, a lei deverá prever que a possibilidade de os consumidores optarem por receber estas informações por via eletrónica (i.e., correio eletrónico).

1. Estamos totalmente de acordo com esta recomendação. Aliás, sempre entendemos que a regra de fazer depender a obrigação de envio de informação de quem teve a iniciativa do primeiro contato, nunca fez qualquer sentido e é altamente prejudicial para os consumidores.

2. Aliás, esta questão não se resume à obrigação de fornecer ao consumidor todas as informações nos contratos celebrados à distância, tenha ou não sido ele a realizar o primeiro contacto. Mais importante é posteriormente verificar como foi conseguido o “consentimento por escrito” (um link para ativar sem que constem as condições que o consumidor está a aceitar na mesma página não deve ser considerado uma forma válida de recolha de consentimento escrito).

Será necessário ir um pouco mais além e regular quais as formas que podem ser usadas para recolha desse consentimento escrito, fora do tradicional contrato assinado. E não apenas no contrato inicial. Neste momento há serviços ativados diretamente por via das TV Boxes. São modificações à distância ao contrato inicial que devem ficar registadas e ser alvo de recolha de consentimento escrito também. As condições aceites têm que estar sempre junto ao “aceito” ou à assinatura e o exemplo das validações no setor bancário onde se efetuam as operações com o envio de códigos de confirmação por sms pode ser um caminho.

3. Por fim, resta também perceber se é possível ou não a instalação e ativação do serviço antes do operador ter este consentimento por escrito ou a tradicional assinatura do consumidor. Neste momento é possível e a lei é omissa a esse respeito

referindo-se apenas à dependência da vinculação do consumidor desta assinatura ou consentimento.

Recomendação 3 | *ao legislador*

Prever na Lei n.º 5/2004 situações em que a alteração de morada por parte do consumidor deva ser qualificada como uma alteração anormal das circunstâncias nas quais os consumidores basearam a sua decisão de contratar, impossibilitando, nesses casos, a cobrança de encargos relativos à denúncia antecipada do contrato. Para o efeito, o legislador deverá encarregar a ANACOM de definir critérios objetivos que presidam à qualificação em causa, de modo a vertê-los no quadro legal, devendo ainda atribuir ao regulador poderes de fiscalização na matéria.

1. Esta recomendação merece a nossa total concordância, por se referir a um problema real e recorrente da vida de muitos consumidores.
2. Mas para além das alterações de morada, outras circunstâncias da vida geram conflitos e divergências sobre a interpretação do que é uma alteração anormal de circunstâncias, causando imensas dificuldades no cancelamento dos contratos, nomeadamente: a emigração (necessidade de fim de contrato e não de transferência para nova morada); impossibilidade do operador instalar o mesmo serviço na nova morada (o cliente pretende transferir exatamente o mesmo serviço, não pretende rescindir, mas operador não tem cobertura ou não consegue fornecer o serviço mantendo a mesma tecnologia e condições que estavam em curso); desemprego e óbito.
3. Consideramos que todas estas situações, para além da alteração de morada, devem ser equiparadas para efeitos da sua qualificação como alteração anormal das circunstâncias nas quais os consumidores basearam a sua decisão de contratar.

Recomendação 4 | ao legislador

Proceder ao processo de transposição do Código Europeu para o quadro legal nacional com a maior brevidade possível, em particular as suas disposições relativas (i) à prestação de informação sobre as melhores tarifas (n.º 3 do artigo 105.º); e (ii) à criação de mecanismos que agilizem a mudança de operador e garantam a continuidade de serviços (n.º 5 do artigo 106.º). Adicionalmente, agilizar e impor celeridade no processo subsequente de regulamentação destas disposições.

Concordamos totalmente com a necessidade de se proceder ao processo de revisão do Código Europeu das Comunicações Eletrónicas para o ordenamento jurídico nacional com a maior brevidade possível.

Recomendação 5 | ao legislador

Estabelecer no quadro legal que os mecanismos disponibilizados pelos operadores para a contratação de serviços devem estar igualmente disponíveis para o seu cancelamento, em iguais condições de simplicidade e ónus para o consumidor. Deve ser garantido um tratamento equivalente entre a subscrição e o cancelamento de serviços.

Em 2018, publicámos um artigo onde exatamente alertávamos para as dificuldades que os consumidores sentem quando pretendem rescindir o contrato com um operador de serviços de comunicações. Além dos elevados custos em caso de rescisão antecipada, focámos a dificuldade na mudança no “Guia para sobreviver a um pedido de rescisão” onde o início do mesmo é bastante explícito *“Contratar um serviço de telecomunicações é fácil. Pelo telefone, através da net ou na loja. Basta clicar em “aderir” ou assinar os papéis que, prontamente, saem da impressora. E para cancelar o serviço? Onde estão os botões “cancele aqui” nos sites? Onde encontrar os formulários próprios? E as informações sobre prazos e custos de rescisão antecipada? Terminar um contrato pode ser uma epopeia.”*²

Queremos com tal referência reforçar a importância que para nós tem garantir que o cancelamento e também a mudança de operador (se for esse o objetivo do

² Está disponível uma versão deste artigo da revista online em <https://www.deco.proteste.pt/casa-energia/tarifarios-tv-net-telefone/noticias/quanto-custa-rescindir-o-contrato-de-telecomunicacoes>.

consumidor, dado que nem sempre se verificam cancelamentos puros mas sim alterações para outro tarifário ou operador) seja tão fácil como aderir pela primeira vez.

Recomendação 6 | à ANACOM

Avaliar, para cada oferta, a duração do contrato necessária à amortização dos investimentos realizados pelo operador na instalação de serviços e subsidiação de equipamentos.

1. Concordamos totalmente com esta recomendação. Com efeito, tal avaliação será seguramente a melhor forma possível de verificar a proporcionalidade dos períodos de fidelização máximos aplicáveis a cada oferta e de, simultaneamente, garantir que os encargos por rescisão antecipada não estão a ser onerados artificialmente.
2. Consideramos ainda que, neste ponto, deverá ser clarificado o conceito de *“investimentos realizados na instalação de serviços e subsidiação de equipamentos”*. Trata-se apenas do que é comunicado pelo operador como custo de instalação puro? Exclui-se o designado custo de ativação? Exclui-se todo e qualquer custo de angariação do cliente?

Recomendação 7 | à ANACOM

Definir regras que aumentem a transparência na publicitação e divulgação dos encargos com a denúncia de contratos antes do termo do período de fidelização, em todo o material promocional e de divulgação de ofertas. A divulgação deve permitir aos consumidores saber, para cada um dos meses do período de fidelização, qual o valor exato dos encargos a suportar no caso de eventual denúncia antecipada.

1. Uma vez mais, esta recomendação merece a nossa total concordância. De facto, aquando da discussão sobre a eventual criação de uma FIS (Ficha de Informação Simplificada), solicitámos, desde logo, que fosse criado um plano de pagamentos à semelhança dos planos de amortização dos empréstimos bancários, mas aqui com os custos de rescisão antecipada devidos em cada mês.

Também em artigos publicados em 2017 e 2018 voltámos a abordar o tema das dificuldades com o apuramento dos custos da rescisão antecipada do contrato nos diferentes operadores e concluímos que, além de ser difícil encontrar a fórmula de cálculo na informação do tarifário, não é nada claro como são definidas as parcelas.

2. Acresce que o consumidor não deve ter de fazer contas, mas simplesmente de ser informado de qual o valor e de qual a origem desse valor de forma clara. Porém, não basta comunicar que, se pretender sair na data x tem que pagar 500 euros (por exemplo), sem que se entenda como este valor foi apurado. Este valor tem que ser justificado de forma clara e entendível para quem vai ter de o pagar.

3. Ainda relativamente a este ponto, entendemos que faltará uma eventual “recomendação” sobre o modo como é feito o apuramento do valor dos custos de rescisão antecipada, algo que foi abordado em Fevereiro de 2019 pelo regulador na sua proposta de alteração à Lei das Comunicações Eletrónicas e que ainda não foi discutido.

4. Sobre a publicitação destes encargos, a informação deveria estar ao mesmo nível da mensalidade / preço do serviço, pela sua importância e porque também pode ser um fator de decisão relevante entre contratar o serviço A ou o serviço B ou mesmo contratar ou não o serviço.

Recomendação 8 | à ANACOM

Realizar uma análise custo-benefício sobre a implementação de procedimentos de transferência de serviços que deem ao consumidor a opção de, aquando da mudança de operador, interagir unicamente com o novo operador. Neste contexto, deve ser avaliada a possibilidade de, por opção do consumidor, os contratos com o fornecedor anterior serem terminados automaticamente após a conclusão do processo de transferência.

1. Consideramos que, à semelhança de outros setores económicos como o da energia, poderão existir benefícios para o consumidor, decorrentes de, em caso de mudança de operador, aquele interagir apenas com o novo operador.

No entanto, deveremos estar cientes da necessidade de previamente acautelar diversos aspetos, que atualmente já se verificam, como são, a título de mero exemplo, o facto de o consumidor poder não estar ciente de que existem custos de rescisão antecipada a pagar ao anterior operador e qual o valor dos mesmos; valores em dívida; etc.

2. Julgamos que o término automático dos contratos anteriores terá de ser devidamente acautelado para que não se corra o risco do consumidor ver o contrato anterior terminado sem que tenha toda a informação sobre o que isso implica. É fundamental garantir que os contratos anteriores são terminados automaticamente, sim, mas com toda a informação sobre o que isso implica, previamente validada e assumida pelo consumidor.

3. A reversão gratuita do processo também terá de estar prevista, caso falhe esta informação sobre os custos em que o consumidor incorre pelo fim do contrato anterior e o consumidor pretenda “abortar” a alteração. Esta reversão deve ainda garantir que o consumidor não fica sem o serviço e mantém as condições anteriores inalteradas (incluindo a não alteração de eventual período de fidelização então em curso, reversão de portabilidades de números, etc.).