




A Fidelização nos Serviços de Telecomunicações

abril 2020

O setor das comunicações eletrónicas abrange virtualmente todas as famílias portuguesas. Atendendo à sua importância para o bom funcionamento da economia, a análise deste setor enquadra-se nas prioridades estratégicas da AdC, que nele identificou **vulnerabilidades em termos de concorrência**:

- | | | |
|---|---|---|
|  <p>Preços mais elevados que na União Europeia</p> <ul style="list-style-type: none"> → preços superiores à média da UE, e tendência de aumento da diferença → +20% (comunicações); até +31% (<i>Internet fixa</i>); até +13% (pacotes) → +49% em serviços de <i>Internet</i> móvel |  <p>Reduzida mobilidade dos consumidores</p> <ul style="list-style-type: none"> → >50% dos clientes nunca mudaram de operador → >50% dos clientes que mudaram sentiu dificuldade em fazê-lo |  <p>Elevado número de reclamações</p> <ul style="list-style-type: none"> → em 2018: >34 mil reclamações à DECO e >81 mil à ANACOM → setor percecionado como o menos concorrencial |
|---|---|---|
- No setor **predominam serviços que incluem prazos contratuais mínimos e encargos para os consumidores decorrentes da denúncia dos contratos** por sua iniciativa durante o período de fidelização.
 - Os operadores alegam que tal permite oferecer descontos nos preços dos equipamentos, na ativação/instalação e fornecimento dos serviços. No entanto, **estas condições contratuais resultam em restrições efetivas à mobilidade**.
 - **A fidelização reduz a fração de consumidores contestáveis**, reduzindo o efeito disciplinador sobre os preços de mercado, inovação e qualidade de serviço e, **em resultado, os incentivos à concorrência**, o que deixa os consumidores mais vulneráveis ao exercício de poder de mercado.
 - **A fraca mobilidade promovida pela fidelização é agravada pela prática generalizada de ‘refidelizações’**, que ocorre em mais de 48% dos contratos com fidelização, e **por outros fatores como a complexidade do processo de rescisão contratual e alguma falta de informação transparente**, que lesam a dinâmica concorrencial.

Barreiras à mobilidade dos consumidores:

- | | | | |
|--|---|---|---|
| <p>>72% de clientes fidelizados (em serviços fixos)</p> <p>A elevada % de consumidores (re)fidelizados reduz a concorrência e aumenta o incentivo dos operadores em explorar a sua base de clientes.</p> | <p>Empolamento de “vantagens” e encargos</p> <p>As “vantagens” apresentadas aos consumidores são aparentes e, em certa medida, artificiais, o que se reflete no aumento dos encargos com a denúncia, cuja grandeza torna inviável a mudança de operador.</p> | <p>Ausência de alternativas à fidelização de 24 meses</p> <p>Preços elevados das opções com fidelizações mais curtas impedem que sejam verdadeiras alternativas, frustrando a eficácia da intervenção legislativa de 2016: menos de 1% dos contratos com fidelização tem período <18 meses.</p> | <p>Interesses conflitantes</p> <p>A qualificação de situações extraordinárias para a resolução contratual (e.g., alteração de morada) é, numa primeira instância, determinada pelos operadores, o que coloca em causa a isenção na avaliação destes casos.</p> |
|--|---|---|---|

Recomendações

A **mobilidade dos consumidores é essencial para uma concorrência efetiva** em seu benefício. Para mitigar as preocupações jusconcorrenciais identificadas, a AdC recomenda a **implementação das seguintes medidas**:

- | | | | |
|---|--|---|--|
| <p>1</p> <p>Alterar a Lei n.º 5/2004 para que as únicas exceções à proibição da ‘refidelização’ sejam: (i) a subsídio de novos equipamentos; e (ii) a instalação de novos serviços.</p> | <p>2</p> <p>Eliminar a exceção à obrigatoriedade de obter o consentimento escrito dos consumidores nos contratos por telefone em que o consumidor inicia o contacto.</p> | <p>3</p> <p>Prever na lei casos em que a alteração de morada seja uma alteração anormal das circunstâncias na base do contrato. Encarregar a ANACOM de definir critérios.</p> | <p>4</p> <p>Transpor o Código Europeu com brevidade, em particular de medidas para aumentar a mobilidade e a facilidade de acesso à informação.</p> |
| <p>6</p> <p>Avaliar a duração do contrato necessária à amortização dos investimentos realizados pelo operador.</p> | <p>7</p> <p>Definir regras que aumentem a transparência na publicação e divulgação dos encargos.</p> | <p>8</p> <p>Analisar a possibilidade de implementar a transferência automática de serviços (mudança liderada pelo novo operador).</p> | <p>5</p> <p>Estabelecer na lei que todos os mecanismos para a contratação de serviços devem igualmente permitir o seu cancelamento em iguais condições de simplicidade e ónus para o consumidor.</p> |