

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**:



Preços mais elevados que na União Europeia

- preços superiores à média da UE, e tendência de aumento da diferença
- +20% (comunicações); até +31% (*Internet fixa*); até +13% (pacotes)
- +49% em serviços de *Internet móvel*



Reducida mobilidade dos consumidores

- >50% dos clientes nunca mudaram de operador
- >50% dos clientes que mudaram sentiu dificuldade em fazê-lo



Elevado número de reclamações

- 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:

>72% de clientes fidelizados (em serviços fixos)

A elevada % de consumidores (re)fidelizados reduz a concorrência e aumenta o incentivo dos operadores em explorar a sua base de clientes.

Empolamento de “vantagens” e encargos

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.

Ausência de alternativas à fidelização de 24 meses

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.

Interesses conflituantes

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.

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:

LEGISLADOR

1	Alterar a Lei n.º 5/2004 para que as únicas exceções à proibição da ‘refidelização’ sejam: (i) a subscrição de novos equipamentos; e (ii) a instalação de novos serviços.	2	Eliminar a exceção à obrigatoriedade de obter o consentimento escrito dos consumidores nos contratos por telefone em que o consumidor inicia o contacto.	3	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.	4	Transportar o Código Europeu com brevidade, em particular de medidas para aumentar a mobilidade e a facilidade de acesso à informação.	5	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.
ANACOM	6	Avaliar a duração do contrato necessária à amortização dos investimentos realizados pelo operador.	7	Definir regras que aumentem a transparéncia na publicitação e divulgação dos encargos.	8	Analizar a possibilidade de implementar a transferência automática de serviços (mudança liderada pelo novo operador).			