

Projeto de Lei n.º 142/XIV/1.ª (PEV)

Limita o período de fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas

Data de admissão: 09 de dezembro de 2019

Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação (6.ª)

Índice

I. Análise da iniciativa

II. Enquadramento parlamentar

III. Apreciação dos requisitos formais

IV. Análise de direito comparado

V. Consultas e contributos

VI. Avaliação prévia de impacto

VII. Enquadramento bibliográfico

Elaborado por: Luís Marques e Liliane Sanches da Silva (DAC), Nuno Amorim (DILP),

Paula Faria (BIB), Isabel Pereira (DAPLEN)

Data: 14 de fevereiro de 2020

I. Análise da iniciativa

- **A iniciativa**

A presente iniciativa legislativa tem por finalidade reduzir o período de fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas celebrados com consumidores, estabelecendo uma duração não superior a 6 meses.

Na exposição de motivos desta iniciativa legislativa constata-se a preocupação com as recorrentes reclamações apresentadas pelos consumidores acerca do serviço prestado pelas operadoras de comunicações eletrónicas, sendo destacadas as queixas associadas às cláusulas contratuais relativas ao período de fidelização.

Os autores evidenciam que a alteração legislativa à Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro, consubstanciada através da Lei n.º 15/2016, de 17 de junho, que promoveu a celebração de contratos sem qualquer tipo de fidelização, bem como os contratos com 6 e 12 meses de período de fidelização, não produziu o impacto esperado. É realçado que as operadoras de comunicações eletrónicas encarecem desproporcionalmente os serviços sem período de fidelização ou com um período inferior a 24 meses, desincentivando a sua utilização por parte dos consumidores. Por fim, é destacado que um período de fidelização de 24 meses pode sujeitar o consumidor a tarifas desajustadas, atendendo à possibilidade de descida de preços.

- **Enquadramento jurídico nacional**

A Lei das Comunicações Eletrónicas, aprovada pela [Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro](#)¹, surge na sequência das Diretivas n.ºs [2002/21/CE](#) (diretiva quadro) e [2002/20/CE](#) (diretiva serviço universal) do Parlamento e do Conselho, que estabelecem um quadro harmonizado para a regulamentação dos serviços de comunicações eletrónicas, das redes de comunicações eletrónicas e dos recursos e serviços conexos, bem como instauram um mercado interno dos serviços e redes de comunicações eletrónicas.

¹ Diploma consolidado retirado do portal oficial do [Diário da República Eletrónico](#).

Naquela estabelece-se o regime jurídico aplicável às redes e serviços de comunicações eletrónicas e aos recursos e serviços conexos e define as competências da autoridade reguladora nacional neste domínio, transpondo ainda as referidas diretivas bem como a [Diretiva n.º 2002/19/CE, do Parlamento e do Conselho](#).

Como entidade reguladora, de fiscalização, supervisão e sancionamento no âmbito das redes e serviços de comunicações eletrónicas, bem como dos recursos e serviços conexos, foi designada a [Autoridade Nacional de Comunicações](#) (ANACOM), designada de Autoridade Reguladora Nacional (ARN) conforme previsto na alínea g) do artigo 3.º.

A existência de um período de fidelização depende da atribuição de uma qualquer vantagem ao consumidor devidamente identificada e quantificada e associada à subsídio dos equipamentos, à instalação e ativação dos serviços ou eventualmente quaisquer outras condições promocionais que o operador entenda oferecer. A informação relativa à duração dos contratos, incluindo as condições da sua renovação e cessação, deve ser clara, perceptível, disponibilizada em suporte duradouro e incluir as seguintes indicações:

- Eventual período de fidelização, cuja existência depende da atribuição de qualquer vantagem ao consumidor, identificada e quantificada, associada à subsídio de equipamentos terminais, à instalação e ativação do serviço ou a outras condições promocionais;
- Eventuais encargos decorrentes da portabilidade dos números e outros identificadores; e
- Eventuais encargos decorrentes da cessação antecipada do contrato durante o período de fidelização, por iniciativa do assinante, nomeadamente em consequência da recuperação de custos associados à subsídio de equipamentos terminais, à instalação e ativação do serviço ou a outras condições promocionais.

A duração total do período de fidelização neste tipo de contratos nunca pode ser superior a 24 meses, exceto quando se verificarem dois requisitos cumulativos: por um lado, tem de existir uma alteração contratual que implique a atualização dos

equipamentos ou da infraestrutura tecnológica, por outro lado tem de existir uma aceitação expressa do consumidor.

Com a alteração operada pela [Lei n.º 15/2016, de 17 de junho](#), as empresas que prestam serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público ficaram obrigadas a oferecer a todos os utilizadores a possibilidade de celebrarem contratos sem qualquer tipo de fidelização, bem como contratos com fidelização de 6 e 12 meses devendo, para este efeito, publicitá-los de forma claramente legível e no mesmo local onde são publicitados os contratos com fidelizações. Esta informação deve ser estar facilmente acessível ao consumidor e incluir, no caso dos contratos com fidelização, a relação custo/benefício.

Durante o período de fidelização, os encargos para o assinante, decorrentes da resolução do contrato por sua iniciativa, não podem ultrapassar os custos que o fornecedor teve com a instalação da operação, sendo proibida a cobrança de qualquer contrapartida a título indemnizatório ou compensatório, devendo estes ser proporcionais à vantagem que lhe foi conferida e como tal identificada e quantificada no contrato celebrado, não podendo em consequência corresponder automaticamente à soma do valor das prestações vincendas à data da cessação.

A partir de 25 de maio de 2019, os operadores passaram também a ter de disponibilizar aos assinantes que o solicitem uma fatura gratuita com um nível mínimo de informação, que inclui a data em que termina o período de fidelização, bem como o valor a pagar pelo cliente caso pretenda terminar o contrato na data de emissão dessa fatura².

Com relevo para a apreciação da presente iniciativa cumpre mencionar o portal na *Internet* da [ANACOM](#).

II. Enquadramento parlamentar

- **Iniciativas pendentes (iniciativas legislativas e petições)**

² A ANACOM [definiu](#) o nível mínimo de detalhe e informação das faturas a assegurar aos assinantes sem quaisquer encargos.

Efetuada uma pesquisa à base de dados da atividade parlamentar, verificou-se que, neste momento, sobre esta matéria, se encontra pendente a seguinte iniciativa:

- [Projeto de Lei n.º 173/XIV/1.ª \(PAN\)](#) - Diminui o período máximo de fidelização no âmbito das comunicações eletrónicas e introduz novos elementos obrigatórios ao contrato.

Consultada a mesma base de dados, não foram encontradas petições pendentes sobre esta matéria.

- **Antecedentes parlamentares (iniciativas legislativas e petições)**

Na XIII Legislatura foram apresentadas as seguintes iniciativas legislativas sobre matéria idêntica ou conexas:

- [Projeto de Lei n.º 818/XIII/3.ª \(PSD\)](#) - Altera a Lei das Comunicações Eletrónicas;

- [Projeto de Lei n.º 817/XIII/3.ª \(PAN\)](#) - Diminui o período máximo de fidelização no âmbito das comunicações eletrónicas e introduz novos elementos obrigatórios ao contrato;

- [Projeto de Lei n.º 815/XIII/3.ª \(BE\)](#) - Reforça a proteção dos clientes de serviços de comunicações eletrónicas nos contratos de fidelização (13.ª alteração à Lei das Comunicações Eletrónicas);

- [Projeto de Lei n.º 580/XIII/2.ª \(PEV\)](#) - Limita o período de fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas.

Consultada a mesma base de dados, não foram encontradas petições anteriores sobre esta matéria.

III. Apreciação dos requisitos formais

- **Conformidade com os requisitos constitucionais, regimentais e formais**

A iniciativa em apreciação é apresentada pelo Grupo Parlamentar do Partido Ecologista “Os Verdes” (PEV), ao abrigo e nos termos do n.º 1 do artigo 167.º da [Constituição](#) e do artigo 118.º do [Regimento da Assembleia da República](#) (RAR), que consagram o poder de iniciativa da lei. Trata-se de um poder dos Deputados, por força do disposto na alínea b) do artigo 156.º da Constituição e b) do n.º 1 do artigo 4.º do Regimento, bem como

Projeto de Lei n.º 142/XIV/1.ª (PEV)

Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação (6.ª)

dos grupos parlamentares, por força do disposto na alínea *g*) do n.º 2 do artigo 180.º da Constituição e da alínea *f*) do artigo 8.º do RAR.

É subscrita pelos seus dois Deputados, observando o disposto no n.º 1 do artigo 123.º do RAR, e assume a forma de projeto de lei, em conformidade com o disposto no n.º 1 do artigo 119.º do RAR.

A iniciativa encontra-se redigida sob a forma de artigos, tem uma designação que traduz sinteticamente o seu objeto principal e é precedida de uma breve exposição de motivos, cumprindo os requisitos formais previstos no n.º 1 do artigo 124.º do RAR.

Observa igualmente os limites à admissão da iniciativa estabelecidos no n.º 1 do artigo 120.º do RAR, uma vez que parece não infringir a Constituição ou os princípios nela consignados e define concretamente o sentido das modificações a introduzir na ordem legislativa.

Deu entrada a 5 de dezembro de 2019, foi admitida a 9 de dezembro, e baixou, na generalidade, à Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação, tendo sido anunciada no dia 10 do mesmo mês.

- **Verificação do cumprimento da lei formulário**

A Lei n.º 74/98, de 11 de novembro, alterada e republicada pela [Lei n.º 43/2014, de 11 de julho](#), de ora em diante designada como lei formulário, contém um conjunto de normas sobre a publicação, identificação e formulário dos diplomas que são relevantes em caso de aprovação da presente iniciativa.

O presente projeto de lei pretende reduzir o período de fidelização nos contratos de serviços de comunicações eletrónicas celebrados com os consumidores, alterando a [Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro](#).

O título da presente iniciativa legislativa traduz sinteticamente o seu objeto, em conformidade com o disposto no n.º 2 do artigo 7.º da *lei formulário*.

Todavia, apesar de o artigo 2.º da iniciativa legislativa se encontrar em conformidade com o disposto no n.º 1 do artigo 6.º da referida lei, na parte em que “ *Os diplomas que alterem outros devem (...) caso tenha havido alterações anteriores, identificar aqueles*

*diplomas que procederam a essas alterações, ainda que incidam sobre outras normas*³, no título nada se refere quanto ao número de ordem da alteração.

Consultado o Diário da República Eletrónico verifica-se que a mencionada lei foi alterada pelo Decreto-Lei n.º 176/2007, de 8 de maio, pela Lei n.º 35/2008, de 28 de julho, pelos Decretos-Leis n.ºs 123/2009, de 21 de maio, e 258/2009, de 25 de setembro, pelas Leis n.ºs 46/2011, de 24 de junho, 51/2011, de 13 de setembro, 10/2013, de 28 de janeiro, e 42/2013, de 3 de julho, pelo Decreto-Lei n.º 35/2014, de 7 de março, pelas Leis n.ºs 82-B/2014, de 31 de dezembro, 127/2015, de 3 de setembro, e 15/2016, de 17 de junho, e pelo Decreto-Lei n.º 92/2017, de 31 de julho, pelo que, em caso de aprovação, esta será a décima terceira alteração.

Assim, relativamente ao título sugere-se a seguinte alteração:

“Limita o período de fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas, procedendo à décima terceira alteração à Lei das Comunicações Eletrónicas, aprovada pela Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro”

Em caso de aprovação em votação final global, deve ser publicada sob a forma de lei na 1.ª série do Diário da República, conforme o disposto na alínea c) do n.º 2 do artigo 3.º da *lei formulário*, e entra em vigor 90 dias após a sua publicação, conforme previsto no artigo 3.º do articulado e no n.º 1 do artigo 2.º da citada *lei formulário*, segundo o qual *“Os atos legislativos entram em vigor no dia nele fixado, não podendo, em caso algum, o início da vigência verificar-se no próprio dia da publicação.”*

Na presente fase do processo legislativo a iniciativa em apreço não nos parece suscitar outras questões em face da lei formulário.

- **Regulamentação ou outras obrigações legais**

A presente iniciativa não prevê a necessidade de regulamentação posterior das suas normas, nem condiciona a sua aplicação ao cumprimento de qualquer obrigação legal.

³ Segundo as regras da legística, a referida indicação deve ser feita no título das iniciativas.
Projeto de Lei n.º 142/XIV/1.ª (PEV)

IV. Análise de direito comparado

- **Enquadramento no plano da União Europeia**

A matéria relacionada com a fidelização nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas, está intrinsecamente ligada à defesa dos consumidores, pelo que, nos termos do artigo 4.º do Tratado de Funcionamento sobre a União Europeia (TFUE), a União Europeia (UE) tem competência partilhada neste domínio, estando esta matéria prevista no artigo [169.º do TFUE](#).

No que respeita às comunicações eletrónicas especificamente, foi publicada em 17 de dezembro de 2018, a [Diretiva \(UE\) 2018/1972](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de dezembro de 2018, (objeto de posterior alteração pela retificação da Diretiva (UE) 2018/1972 do Parlamento Europeu e do Conselho de 11 de dezembro de 2018 e pelo Regulamento de Execução (UE) 2019/2243 da Comissão, de 17 de dezembro de 2019) que estabelece o Código Europeu das Comunicações Eletrónicas.

A referida Diretiva entrou em vigor a 20 de dezembro de 2018, devendo as novas regras entrar em vigor nos países da União Europeia até 21 de dezembro de 2020, representando o Código Europeu uma reformulação horizontal das 5 diretivas existentes e que compõe o atual quadro regulamentar das redes e serviços de comunicações eletrónicas, nomeadamente:

- [Diretiva 2002/19/CE](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de março de 2002, relativa ao acesso e interligação de redes de comunicações eletrónicas e recursos conexos (Diretiva Acesso);
- [Diretiva 2002/20/CE](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de março de 2002, relativa à autorização de redes e serviços de comunicações eletrónicas (Diretiva Autorização);
- [Diretiva 2002/21/CE](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de março de 2002, relativa a um quadro regulamentar comum para as redes e serviços de comunicações eletrónicas (Diretiva-Quadro);

- [Diretiva 2002/22/CE](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de março de 2002, relativa ao serviço universal e aos direitos dos utilizadores em matéria de redes e serviços de comunicações eletrónicas (Diretiva Serviço Universal) e,
- [Diretiva 2002/58/CE](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de julho de 2002, relativa ao tratamento de dados pessoais e à proteção da privacidade no setor das comunicações eletrónicas (Diretiva relativa à privacidade e às comunicações eletrónicas)

Assim, o Código Europeu das Comunicações Eletrónicas *estabelece um quadro harmonizado para a regulação das redes de comunicações eletrónicas, dos serviços de comunicações eletrónicas, dos recursos conexos e dos serviços conexos e de certos aspetos dos equipamentos terminais* (cfr. Artigo 1.º, n.º1).

Neste sentido, dispõe o artigo 105.º daquele instrumento, sob a epígrafe “Duração do contrato e rescisão” que, “*Os Estados-Membros asseguram que as condições e procedimentos de rescisão do contrato não constituem um desincentivo à mudança de fornecedor de serviço e que os contratos celebrados entre consumidores e fornecedores de serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público, que não os serviços de comunicações interpessoais independentes do número e os serviços de transmissão utilizados para a prestação de serviços máquina a máquina, não estipulam um compromisso superior a 24 meses. Os Estados-Membros podem adotar ou manter disposições que estipulem períodos máximos mais curtos para o compromisso contratual.*” ([vide nº1](#)).

- **Enquadramento internacional**

- Países europeus**

A legislação comparada é apresentada para os seguintes Estados da União Europeia: Espanha, França e Irlanda.

ESPANHA

As diversas operadoras ofereciam uma série de vantagens como equipamentos ou preços mais vantajosos para os seus serviços, recebendo como contrapartida o compromisso de que o cliente se obrigaria a manter o contrato durante um determinado período de tempo. A este período denominaram como “*permanência*”.

No entanto, os clientes têm o direito a rescindir unilateralmente os contratos que celebram, sem qualquer penalização, conforme previsto na alínea b) do n.º 1 do artigo 47.º da [Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones](#), Segundo este preceito legal, os clientes finais têm “o direito a resolver o contrato a qualquer momento. Este direito inclui o direito de resolver antecipadamente e sem penalização no caso de modificação das condições contratuais impostas pelo operador”⁴.

No mesmo sentido vem o artigo 7.º da *Carta de derechos del usuário de los servicios de comunicaciones electrónicas*, aprovado pelo [Real Decreto 899/2008, de 22 de mayo](#), onde se prevê a extinção do contrato por, para além de todas as causas gerais da extinção de contratos, vontade do beneficiário desde que este comunique ao operador com uma antecedência mínima de dois dias uteis.

Todos os contratos devem conter os elementos constantes no artigo 8.º deste diploma, e, com especial relevo para o objeto da presente iniciativa, os referidos na alínea f), que exige a indicação da duração e prazos de renovação, e quando existam, o período mínimo de contratação, bem como as consequências de um possível incumprimento.

É assim, permitido às operadoras, a inclusão de cláusulas de permanência aos clientes, desde que estas:

- Estejam expressas no contrato;
- Sejam baseadas em benefícios económicos para o cliente;
- Que esses benefícios sejam proporcionais ao período de permanência exigido;
- e
- Que a penalização prevista, em caso de incumprimento do período de permanência, varie em função do tempo restante de permanência.

⁴ Tradução livre.

Ainda relevante para a contratualização de serviços de comunicações eletrónicas são as normas presentes na *Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios*, aprovado pelo [Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre](#)⁵.

FRANÇA

Todas as disposições relativas aos correios e às comunicações eletrónicas encontram-se reunidas no [Code des postes et des communications électroniques](#). Já os contratos são regidos pelas disposições constantes no [Code de la Consommation](#).

As disposições referentes aos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas encontram-se previstas nos artigos [L224-26](#) deste último código.

De acordo com o previsto no artigo [L224-28](#), apenas é permitido às operadoras celebrar contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas com cláusulas de permanência máxima de 24 meses.

Para períodos de fidelização superiores a 12 meses, as operadoras têm de oferecer benefícios financeiros ao cliente durante um prazo mínimo de 12 meses e oferecer a possibilidade de o cliente denunciar o contrato no final dos primeiros 12 meses mediante o pagamento de ¼ do remanescente de tempo.

IRLANDA

Na celebração de contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas, que por norma e à semelhança do caso português, são contratos de adesão, existem algumas limitações ao seu clausulado.

Estas limitações encontram-se previstas no [Regulation 14 of the European Communities \(Electronic Communications Network and Services\) \(Universal Service and Users Rights\) Regulation S.I. 337 of 2011](#).

Para a celebração de um contrato é necessário que este contenha os requisitos previstos no paragrafo 14 do referido diploma. Com efeito, e nos termos da subalínea i) da alínea e) do n.º 2 do mesmo paragrafo é exigido que o contrato contenha o período mínimo de permanência que o cliente deve cumprir, se este existir, para usufruir de determinado benefício ou promoção, uma vez que é comum as operadoras oferecerem

⁵ Diploma consolidado.

condições mais favoráveis, oferecerem equipamentos eletrónicos ou isentarem o pagamento da instalação do serviço quando o cliente se fidelize ao serviço por um determinado período de tempo.

A título exemplificativo, e nas condições gerais de adesão de uma das empresas de comunicações eletrónicas a operar em solo irlandês, a [Virgin Media](#) incluí uma cláusula nos seus [contratos](#) (cláusula 3.1), onde fixa o período de fidelização em doze meses.

V. Consultas e contributos

Consultas facultativas

A Comissão pode solicitar, se o entender pertinente, a pronúncia por escrito da Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM).

VI. Avaliação prévia de impacto

- **Avaliação sobre impacto de género**

De acordo com a informação constante na ficha de [Avaliação Prévia de Impacto de Género \(AIG\)](#), junta pelo autor, considera-se que a iniciativa legislativa tem uma valorização neutra, dado que a totalidade das categorias e indicadores analisados, assumem essa valorização.

Linguagem não discriminatória

Na elaboração dos atos normativos a especificação de género deve ser minimizada recorrendo-se, sempre que possível, a uma linguagem neutra ou inclusiva, mas sem colocar em causa a clareza do discurso. A presente iniciativa não nos suscita questões relacionadas com a utilização de linguagem discriminatória.

VII. Enquadramento bibliográfico

CARVALHO, Jorge Morais – Períodos de fidelização. In **I Congresso de direito do consumo**. Coimbra : Almedina, 2016. ISBN 978-972-40-6422-2. p. 51-72. Cota: 20 - 154/2017

Resumo: «O período de fidelização é o período mínimo de vigência de um contrato de execução duradoura, sem termo final, dentro do qual os contraentes não lhe podem pôr fim por via de denúncia». No que diz respeito aos contratos relativos a comunicações eletrónicas a duração dos períodos de fidelização não pode ser superior a 24 meses. O autor procede à caracterização e qualificação jurídica dos períodos de fidelização; controlo do conteúdo da cláusula contratual; vicissitudes do contrato durante o período de fidelização e incumprimento do contrato.

GLITZ, Frederico Eduardo Zenedin – Consumidor e telefonia : breves apontamentos sobre a cláusula de fidelização e o prazo de instalação. **Revista Portuguesa de direito do consumo**. Coimbra. ISSN 0873-97-73. Nº 61 (mar. 2010), p. 145-161. Cota: RP-633

Resumo: O autor debruça-se sobre os contratos de telefone móvel no Brasil e as questões que se colocam a nível do consumo. A análise foca-se em duas cláusulas típicas deste tipo de contrato: a cláusula de fidelização e o prazo de instalação, procurando compreender as suas respetivas naturezas jurídicas, condições de existência e consequências em caso de incumprimento.

PAZ, Margarida - Períodos de fidelização : as recentes alterações da Lei das comunicações eletrónicas [Em linha]. In **Direito do consumo**. Lisboa : Centro de Estudos Judiciários, 2018. p. 147-216. [Consult. 16 dez. 2019]. Disponível na intranet da AR:
<http://catalogobib.parlamento.pt:81/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=129426&img=14861&save=true>> ISBN978-989-8908-01-8.

Resumo: A autora ocupa-se dos períodos de fidelização que se tornaram comuns em determinados setores da contratação, sobretudo nas telecomunicações. Analisa a última alteração à Lei nº 5/2004, de 10 de fevereiro (Lei das Comunicações Eletrónicas),

introduzida pela Lei nº 15/2016, de 17 de junho que reforça a proteção dos consumidores nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas com período de fidelização. Embora este diploma determine que «as empresas que prestam serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público devem oferecer a todos os utilizadores a possibilidade de celebrarem contratos sem qualquer tipo de fidelização, bem como contratos com 6 e 12 meses de período de fidelização», na prática, e na sequência desta alteração, verificou-se que as operadoras encareceram muito os serviços, sempre que o período de fidelização seja inferior a 24 meses, tornando-os incomportáveis para os utilizadores.

Neste artigo, a autora debate esta problemática, incidindo sobre diversos aspetos: cláusulas de fidelização nulas; cláusulas de fidelização implícitas; duração máxima dos períodos de fidelização; períodos adicionais; encargos por incumprimento do período de fidelização; prescrição e soluções preconizadas.

PORTUGAL. Autoridade Nacional de Comunicações – **Inquérito sobre períodos de fidelização** [Em linha] : população residencial. [Lisboa] : ANACOM, 2016. [Consult. 29 ago. 2017]. Disponível em: WWW: <URL: <http://catalogobib.parlamento.pt:81/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=122776&img=4545&save=true>

Resumo: Na sequência da aprovação da Lei n.º 15/2016, de 17 de junho, que reforça a proteção dos consumidores nos contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas com período de fidelização, alterando a Lei das Comunicações Eletrónicas, a ANACOM levou a cabo, em outubro de 2016, um inquérito sobre períodos de fidelização, apresentando neste documento uma síntese dos resultados.

«De acordo com os inquiridos, cerca de 84% cento dos contratos de serviços em pacote estão associados a um período de fidelização de 2 anos; cerca de 3 em cada 4 dos inquiridos não estão dispostos a pagar mais para reduzir o seu período de fidelização e dois terços não estão dispostos a pagar mais para subscreverem uma oferta sem período de fidelização; os valores que os consumidores estão dispostos a pagar para reduzirem ou eliminarem o período de fidelização do seu contrato varia consoante a forma como o correspondente aumento de preço é implementado».