

Períodos contratuais mínimos compensações por resolução antecipada

APRITEL

Lisboa | 10 de dezembro de 2015

1.

O Setor no contexto da economia portuguesa

2.

Perfis de consumo e liberdade de escolha

3.

Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados

4.

Disponibilidade de ofertas de 24, 12 e 0 meses e evolução dinâmica dos contratos

5.

Proporcionalidade e transparência das compensações

6.

Proposta de texto legislativo

1.

O Setor no contexto da economia portuguesa

2.

Perfis de consumo e liberdade de escolha

3.

Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados

4.

Disponibilidade de ofertas de 24, 12 e 0 meses e evolução dinâmica dos contratos

5.

Proporcionalidade e transparência das compensações

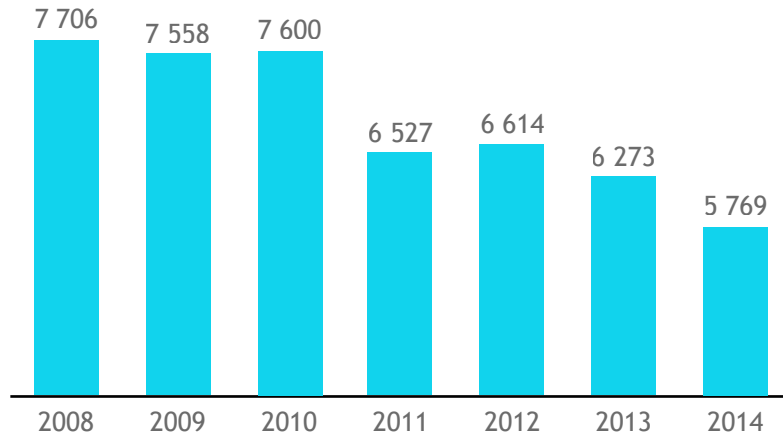
6.

Proposta de texto legislativo

1. O Setor no contexto da Economia Portuguesa (1/8)

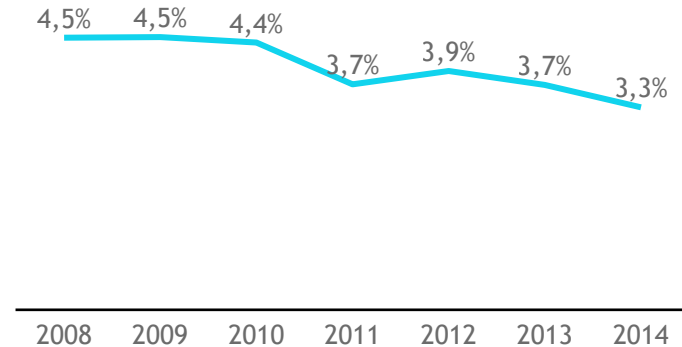
desempenho de excelência numa conjuntura adversa

1. Apesar da quebra de Rendimento Global no Setor,



fonte: ANAOM - Mercado das Comunicações na Economia Nacional 2014); Unidade: 10⁶ euros

... as Comunicações Eletrónicas (CE) representam ainda mais de 3% do PIB



fonte: ANACOM - Mercado das Comunicações na Economia Nacional 2014

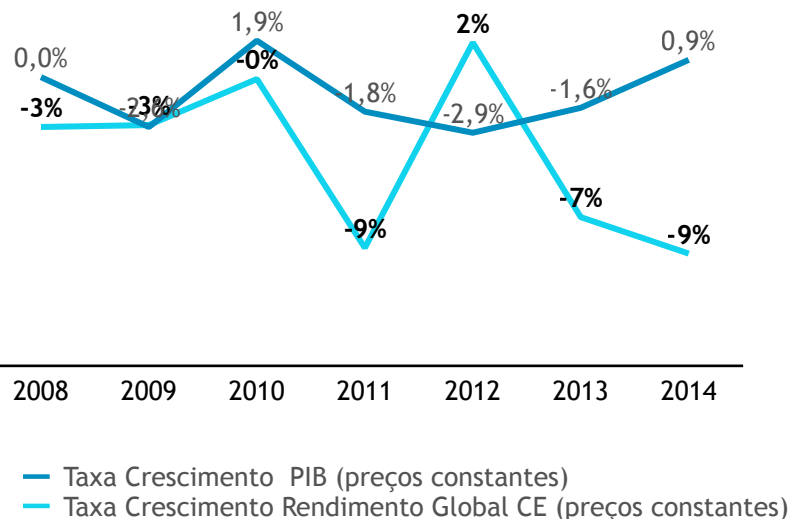
1. O Setor no contexto da Economia Portuguesa (2/8)

desempenho de excelência numa conjuntura adversa

2. Apesar da tendência de perda do rendimento, em 2013-14, bem abaixo do PIB.

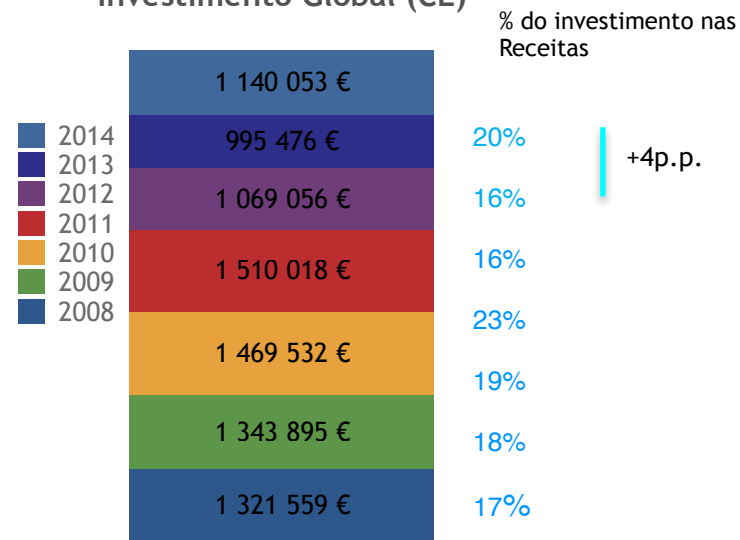
... o Setor aumentou o investimento em 2014 +4% em redes avançadas 3,5G e 4G, contra a tendência negativa do País

Comparação da Taxa Crescimento do PIB com a do Rendimento Global das CE (%)



apesar de:

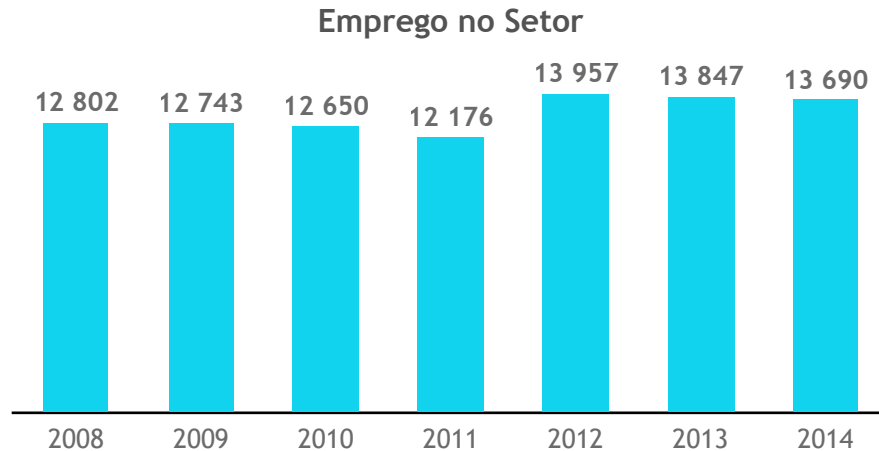
Investimento Global (CE)



1. O Setor no contexto da Economia Portuguesa (3/8)

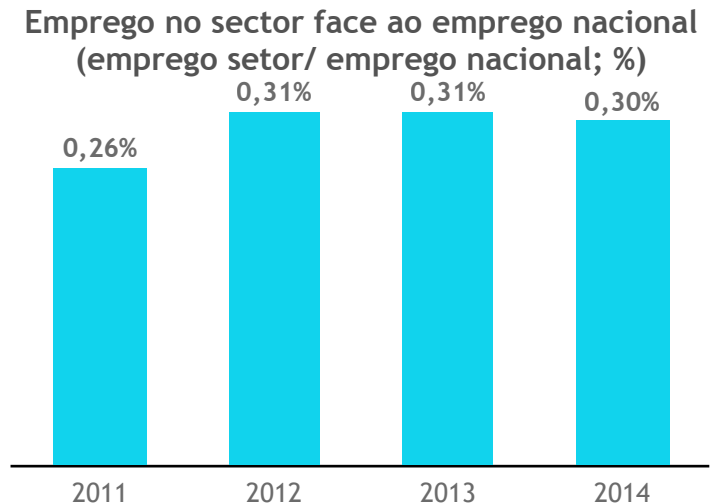
desempenho de excelência numa conjuntura adversa

3. Num cenário de crise, o setor mantém elevados níveis de empregabilidade (direta)



fonte: ANACOM - Mercado das Comunicações na Economia Nacional;
unidade: 1 emprego

... e mantém um peso constante na taxa de emprego do País

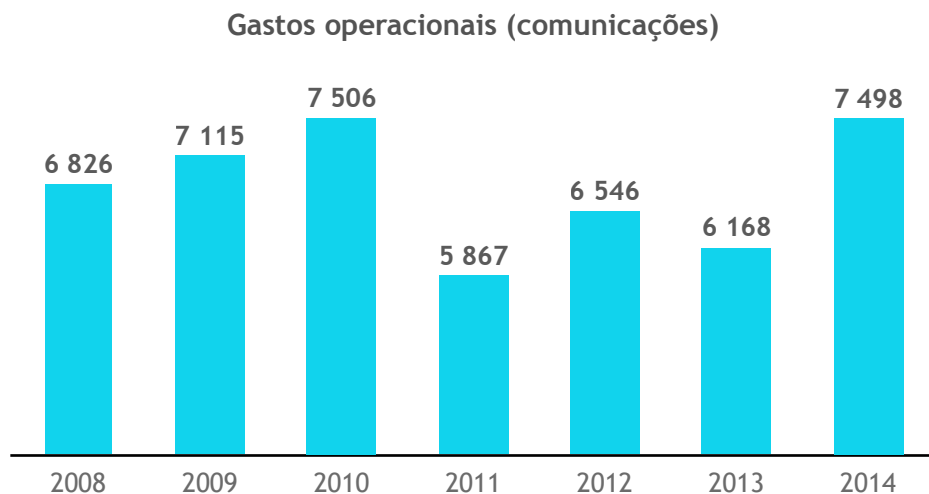


fonte: ANACOM - Mercado das Comunicações na Economia Nacional

1. O Setor no contexto da Economia Portuguesa (4/8)

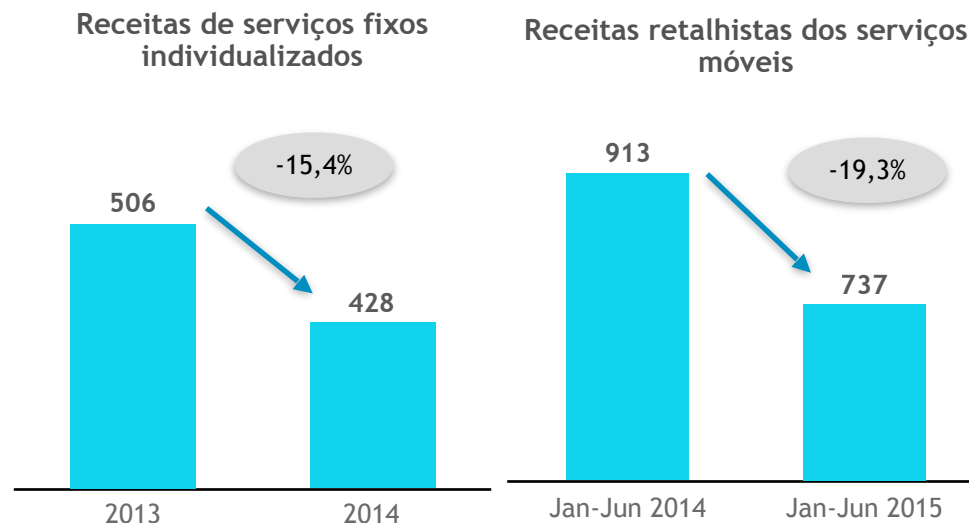
desempenho de excelência numa conjuntura adversa

4. O aumento dos custos operacionais verificado em 2015



fonte: ANACOM; Unidades: 10⁶ euros

... não foi acompanhado por um acréscimo das receitas



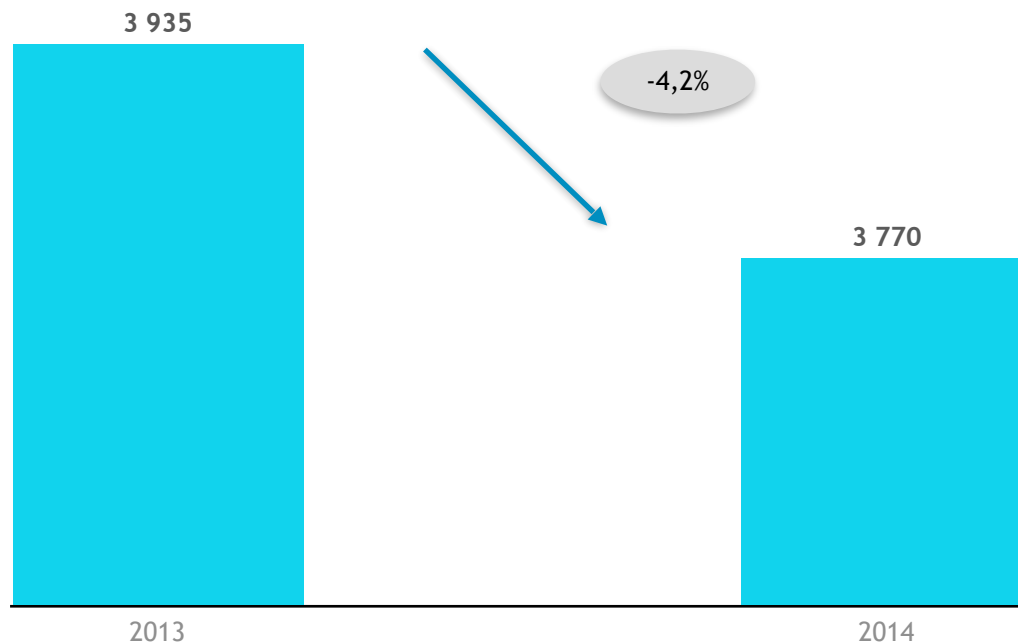
fonte: ANACOM; Unidades: 10⁶ euros

1. O Setor no contexto da Economia Portuguesa (5/8)

desempenho de excelência numa conjuntura adversa

... que se encontram numa tendência de perda constante nos últimos anos (cont.)

Receitas dos principais serviços de comunicações eletrónicas

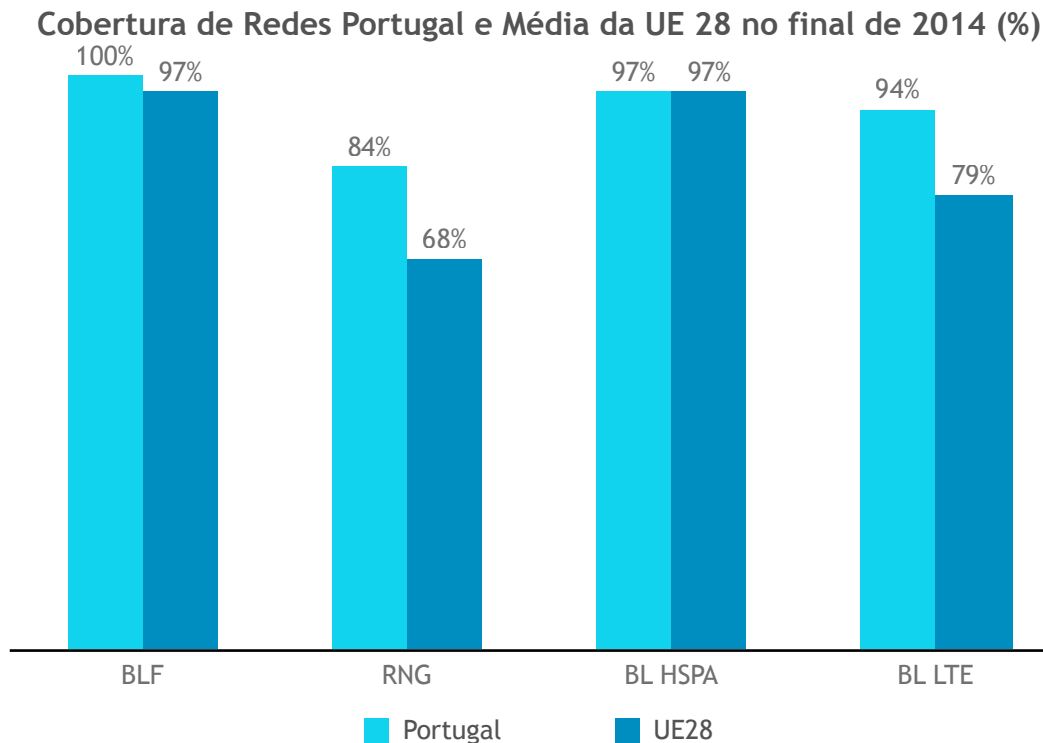


fonte: Anacom, Setor das Comunicações 2014; unidade: 10⁶ euros

1. O Setor no contexto da Economia Portuguesa (6/8)

desempenho de excelência numa conjuntura adversa

5. Ainda assim, Portugal consegue atingir níveis de cobertura de redes superiores à média da UE

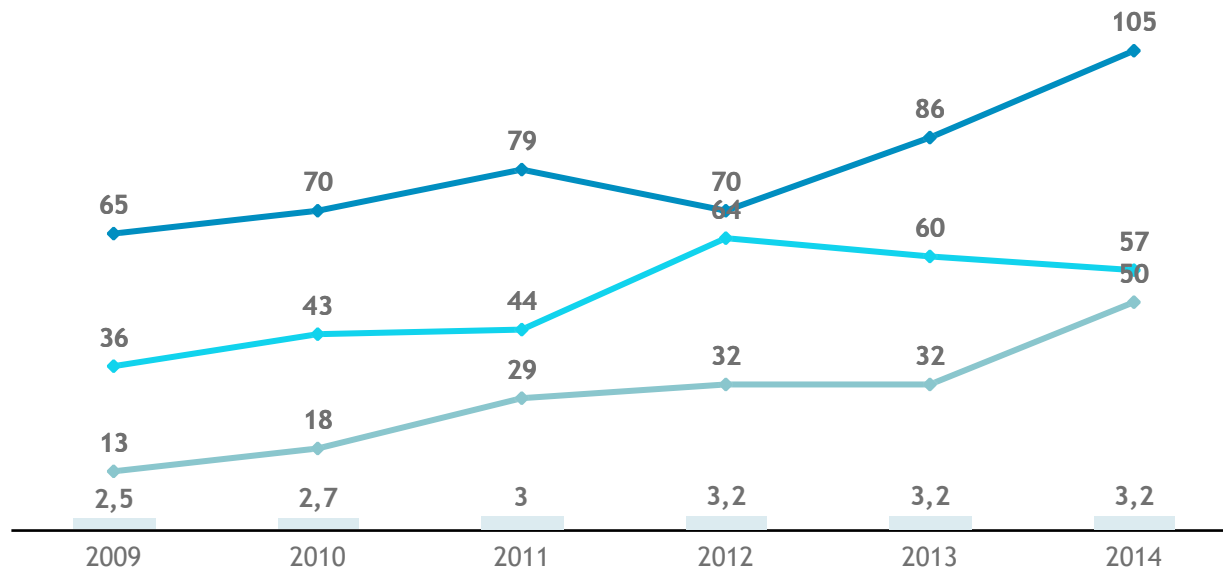


1. O Setor no contexto da Economia Portuguesa (7/8)

desempenho de excelência numa conjuntura adversa

6. ... e aumentar os benefícios incluídos nas ofertas contratadas: mais canais, mais velocidade de download, maior proporção de ligações New Generation Networks e mais serviços em pacote.

Evolução de algumas das principais características associadas à qualidade das ofertas

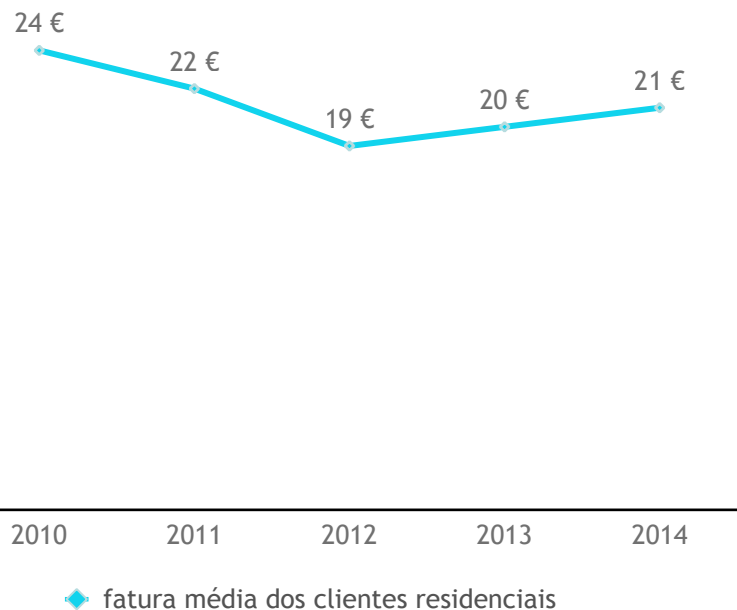


■ N.º médio de serviços nas ofertas em pacote ◆ N.º médio de canais TVS oferecidos
◆ Velocidade de download média oferecida (Mbps) ◆ Percentagem de ofertas NGN (%)

1. O Setor no contexto da Economia Portuguesa (8/8)

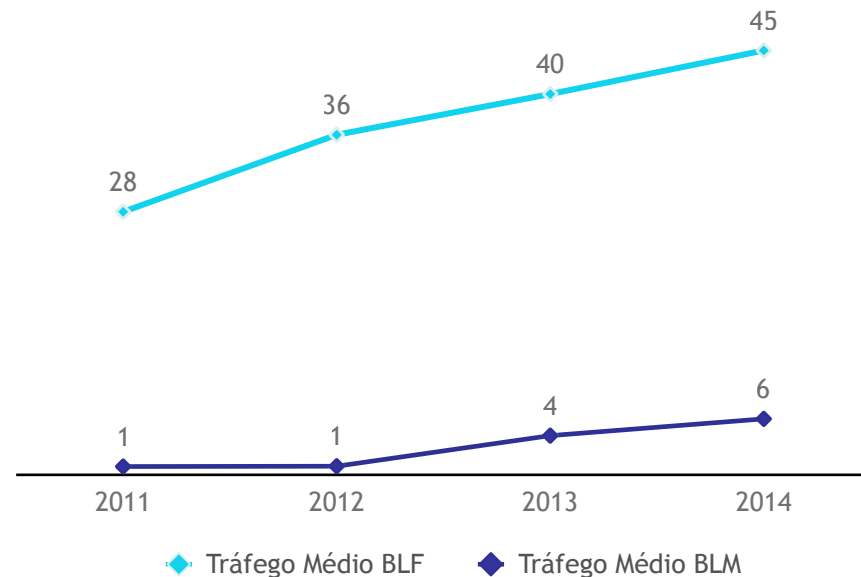
desempenho de excelência numa conjuntura adversa

7. Tudo isto sem aumentos significativos na fatura média dos clientes residenciais



fonte: ANACOM, Setor das Comunicações 2014

... enquanto os consumidores aumentam os seus consumos de banda larga



fonte: ANACOM, Setor das Comunicações 2014
Unidade: GB

1.

O Setor no contexto da economia portuguesa

2.

Perfis de consumo e liberdade de escolha

3.

Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados

4.

Disponibilidade de ofertas de 24, 12 e 0 meses e evolução dinâmica dos contratos

5.

Proporcionalidade e transparência das compensações

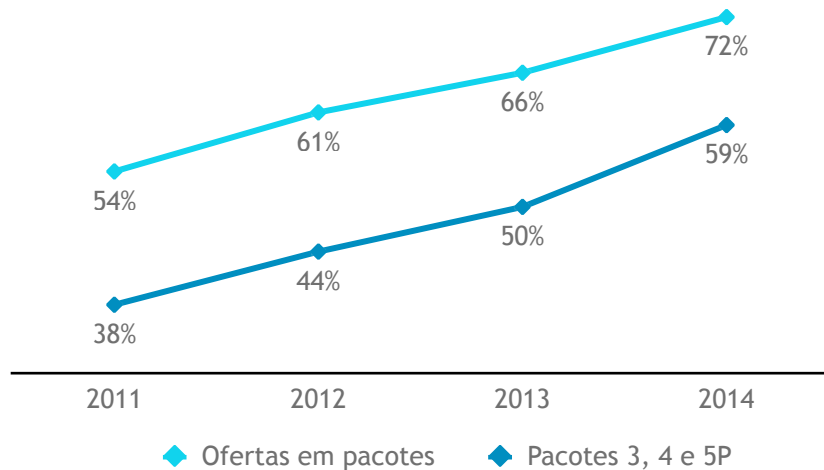
6.

Proposta de texto legislativo

2. Perfis de consumo e liberdade de escolha (1/2)

Predomina em Portugal a procura de serviços comercializados em pacote.

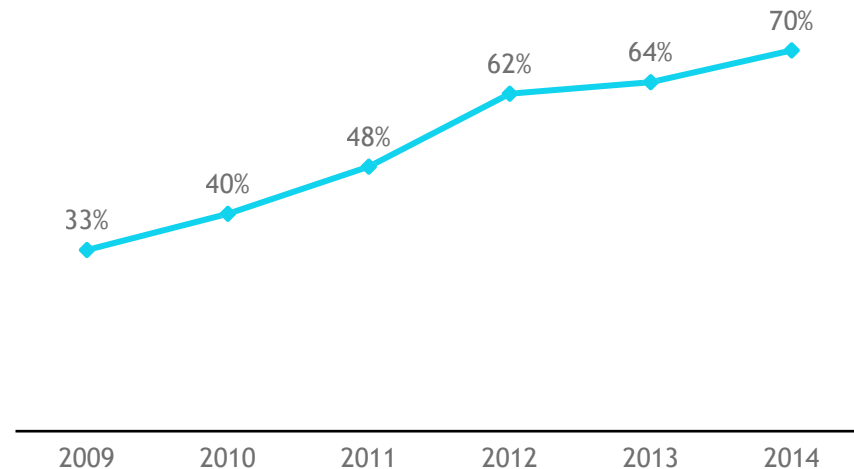
A procura de serviços vendidos em pacote tem aumentado



fonte: Anacom, Setor das Comunicações (2011 a 2014)

A intensidade da procura de pacotes, medida em taxa de adesão, tem ela própria também aumentado

Evolução da taxa de adesão a ofertas em pacote multiple play no segmento residencial

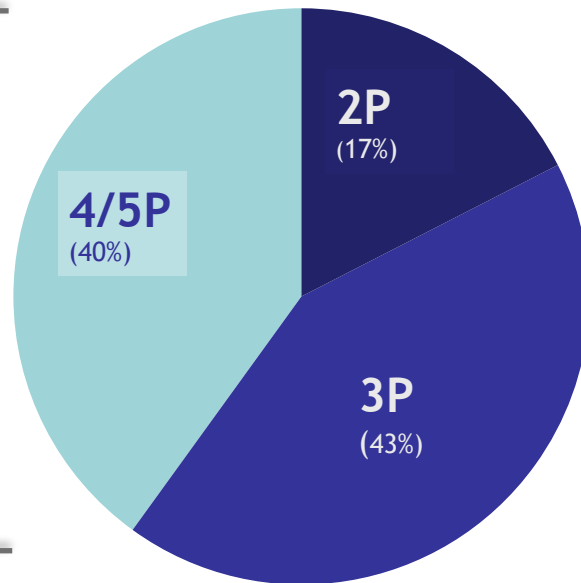


fonte: Anacom, Sector das Comunicações 2014, p. 187

2. Perfis de consumo e liberdade de escolha (2/2)

Predomina em Portugal a procura de serviços comercializados em pacote (cont.).

Quota de pacotes de serviços, por tipo de pacote, no final do 2º trimestre de 2015



2T15 subscritores de ofertas em pacote atingiu 3,1 milhões:
+2,6% face trimestre anterior
+12,7 % face trimestre homólogo

- **72,2% do mercado residencial** português tem serviços em pacote;
- O 3 play continua a ser a modalidade mais usada (42,5%)
- Seguida pelo 5 play* (36,4%), que tem sido a modalidade que mais tem crescido nos últimos trimestres, com uma variação homóloga de 99%

1.

O Setor no contexto da economia portuguesa

2.

Perfis de consumo e liberdade de escolha

3.

Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados

4.

Disponibilidade de ofertas de 24, 12 e 0 meses e evolução dinâmica dos contratos

5.

Proporcionalidade e transparência das compensações

6.

Proposta de texto legislativo

3. Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados (1/7)

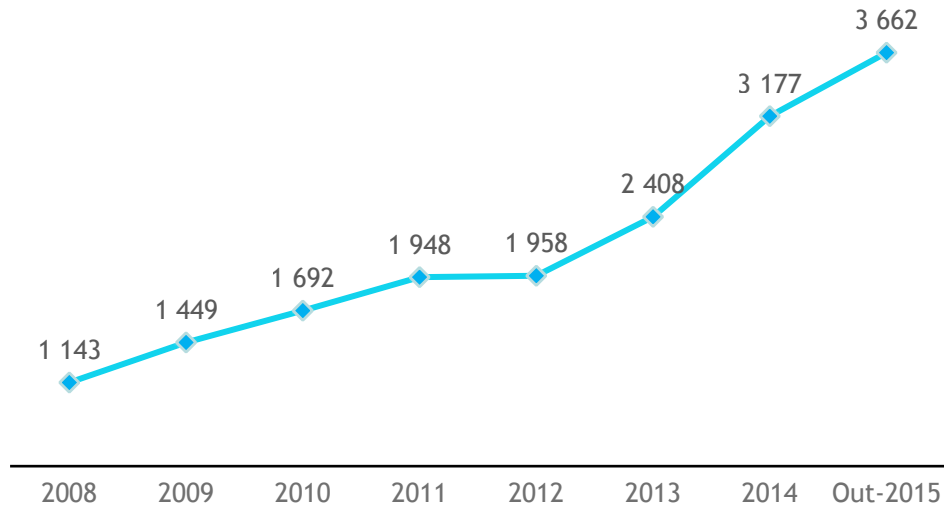
- 1 O grau de mobilidade no mercado português, medido por exemplo em aumento de números portados, é expressivo.
- 2 A relevância das cláusulas de fidelização, em Portugal, é muito inferior à da UE.
- 3 Os motivos da não mudança de operador não têm que ver, senão residualmente, com a vigência de prazos de permanência.
- 4 Os níveis de satisfação com os serviços são elevados.
- 5 As estatísticas da ANACOM sobre reclamações demonstram que o volume de reclamações relativas a períodos de fidelização e demais condições contratuais associadas não é muito expressivo.
- 6 Nestes parâmetros de análise não existe fundamento material que explique a necessidade de redução do prazo **máximo** de permanência

3. Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados (2/7)

1

O grau de mobilidade no mercado português, medido por exemplo pela variação (positiva) de números portados, é expressivo, indiciando inexistência de barreiras à mudança.

Evolução anual dos números portados



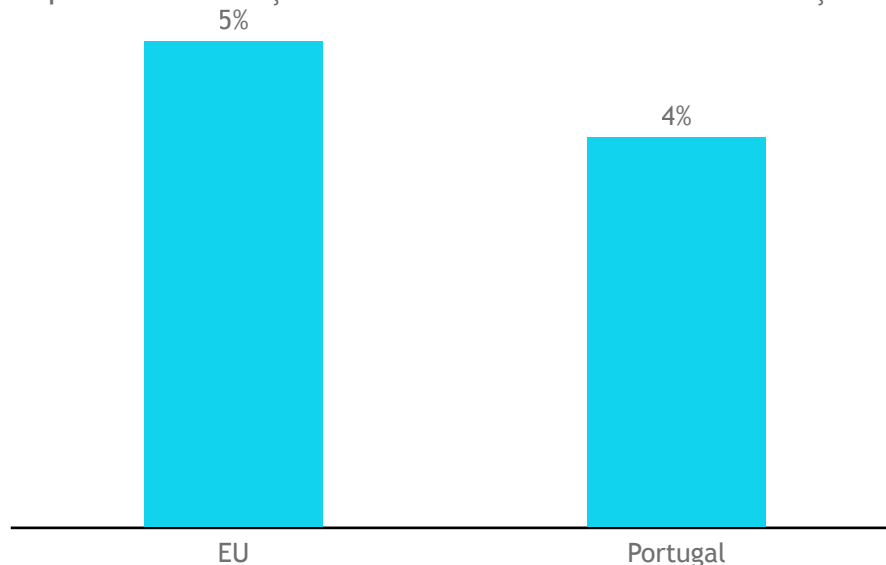
fonte: Anacom; unidade 10³

3. Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados (3/7)

2

A relevância das cláusulas de fidelização entre as razões de não mudança de operador em Portugal é inferior à da média da UE.

Percentagem das barreiras à mudança de prestador de pacote de serviços associadas às cláusulas de fidelização



fonte: Anacom, Setor das Comunicações 2014, p. 155

3. Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados (4/7)

3

Os motivos da não mudança de operador não têm que ver, senão residualmente, com a vigência de prazos de permanência

Razões de não mudança	UE28	Portugal
Nunca pensou em mudar	69%	75%
Pensou em mudar, mas satisfeito com o serviço muito tempo e esforço	9%	6%
não existe outro prestador na zona com melhor oferta	6%	2%
não quer correr o risco de perda temporária do serviço	2%	3%
não quer correr o risco de pagar o serviço a mais de um prestador durante a mudança	3%	0%
alguns serviços do pacote não podem ser cancelados ao mesmo tempo	2%	2%
não queira perder os atuais endereços de e-mail/páginas web que o ligam ao prestador do serviço de Internet	1%	0%
Encontra-se no período de fidelização com o atual prestador	5%	4%
Não sabe os passos necessários para fazer a mudança não são claros	2%	0%
Atual prestador é o que tem melhores condições de oferta, tendo optado por não	4%	4%
Outro	2%	2%
Não sabe/não responde	2%	2%

é notável que entre os consumidores inquiridos, totalizam 81% aqueles que não pensaram sequer em mudar e que pensaram mudar mas estão satisfeitos com o seu serviço.

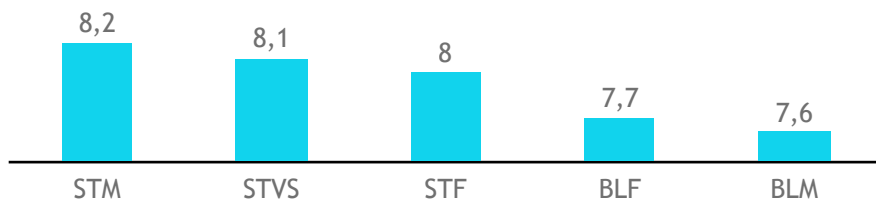
A existência de uma cláusula de fidelização é uma condicionante com pouco impacto na decisão de mudança

3. Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados (5/7)

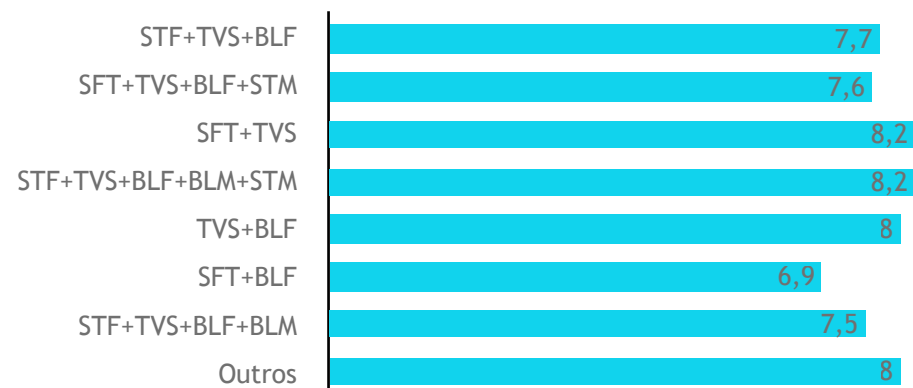
4

Os níveis de satisfação são elevados: a manutenção do prestador explica-se pelos elevados níveis de satisfação e pelas reduções de preços ao longo da vida do contrato

Nível médio de satisfação com cada um dos serviços (0-10)



Nível médio de satisfação com conjunto de serviços de comunicações eletrónicas de que o indivíduo dispõe (0-10)



Média: 8,1

fonte: Anacom (Sector das Comunicações 2014)
com base no Barómetro Markest 4T2014

3. Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados (6/7)

5

Estadísticas ANACOM de 2013 demonstram que só muito residualmente as reclamações respeitam ao teor das condições contratuais relativas aos períodos de fidelização.

Dados apresentados p/ ANACOM ao Parlamento 2013		
Total Reclamações Anacom	63822	100%
Reclamações Comun. Eletrónicas	51696	81,0%
Relacionadas Períodos Fidelização, das quais	5417	8,5%
Situações especiais (*)	2906	4,6%
Problemas de informação	2353	3,7%
Duração do Período Fidelização	158	0,2%

(*) Situações de desemprego, emigração, alteração de condições contratuais, desbloqueamento, etc.)

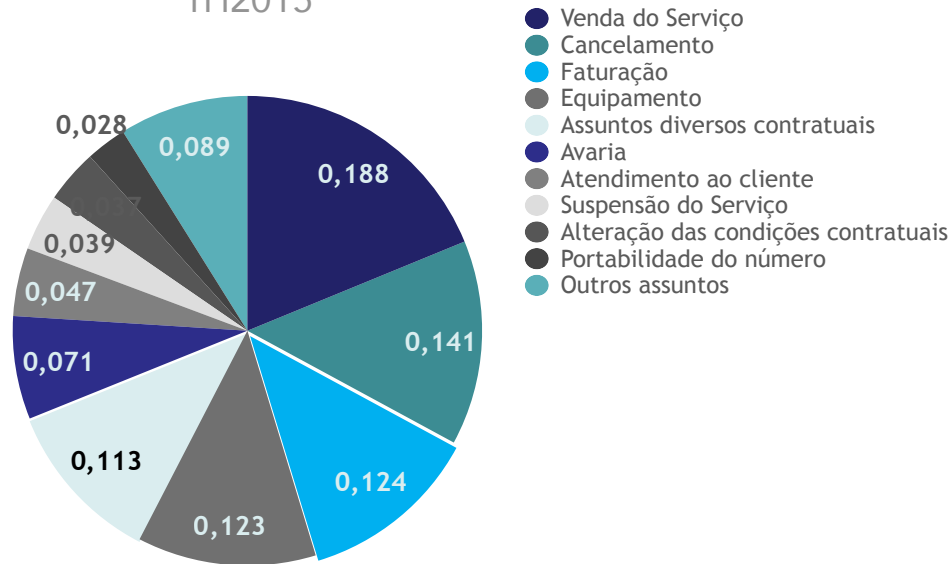
Fonte: ANACOM - apresentação da Anacom à Assembleia da República, 1ª Comissão Parlamentar, sobre a Petição da Deco

3. Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados (7/7)

5

Estatísticas da ANACOM relativas ao 1º semestre 2015 são omissas quanto ao peso das fidelizações no número total de reclamações, ainda que apontem para valores na ordem dos 9%, não sendo assim o principal assunto reclamado

Assuntos reclamados
1H2015



Em comunicados enviados à imprensa, ANACOM refere que “As reclamações relacionadas com os períodos de fidelização nos serviços de comunicações recebidas pela Anacom no primeiro semestre representaram cerca de 9% do total, mas os operadores já têm ofertas sem permanência associada”

(fonte: Visão, 17.11.2015)

Fonte: ANACOM - Relatório de Reclamações, 1º semestre de 2015

1.

O Setor no contexto da economia portuguesa

2.

Perfis de consumo e liberdade de escolha

3.

Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados

4.

Disponibilidade de ofertas de 24, 12 e 0 meses e evolução dinâmica dos contratos

5.

Proporcionalidade e transparência das compensações

6.

Proposta de texto legislativo

5. Proporcionalidade e transparência das compensações

Existe liberdade de opção por 24, 12 e 0 meses e aos prazos alargados correspondem benefícios para os consumidores

Em caso de alteração unilateral do contrato, o cliente tem direito de resolução sem quaisquer encargos

todas as entidades escutadas pela CEIOP (Autoridade da Concorrência, Ministério da Economia, ANACOM) foram unânimes na vantagem dos contratos/24

**reduzir prazo máximo legal permitido
é negativo para consumidores**



4. Disponibilidade de ofertas de 24, 12 e 0 meses

Porém, enquanto existir um cidadão sem esclarecimento adequado sobre tais opções, a Aritel assume os

COMPROMISSOS

de colocar toda a determinação na melhoria da comunicação da diversidade de ofertas a 12 e a 0 meses, ou outras de prazo inferior a 24 meses previstas na lei

de, com a ANACOM, melhorar a adequação e as condições de informação e esclarecimento dos consumidores quanto ao direito de resolução em caso de modificação unilateral do contrato por iniciativa do operador, inclusive pelo registo de prova das alterações acordadas ao prazo de permanência.

de implementar procedimentos que assegurem a disponibilização, a todo o tempo pelos operadores, de informação aos clientes sobre as responsabilidades que lhes podem ser assacadas em cada momento da vigência do contrato pela revogação unilateral do contrato sem justa causa

5. Proporcionalidade e transparência das compensações

O mercado já hoje oferece inúmeras possibilidades, desde a total ausência de cobrança de compensação à cobrança do valor das mensalidades vencidas

os prestadores procuram competir através do nível de compensações mais atrativas para os clientes.

os elementos que concorrem para a definição do preço dos serviços - e, por conseguinte, das compensações - são inúmeros e complexos e insuscetíveis de fixação por via legal

o valor das compensações para as fidelizações *iniciais* ou *sucessivas* não deve, no essencial, ser retirado da liberdade de atuação das empresas em concorrência, antes deve ser balizado por princípios de

PROPORCIONALIDADE

5. Proporcionalidade e transparência das compensações

Afim de assegurar a contínua adequação entre os prazos de permanência, os benefícios e as compensações aplicáveis aos contratos, a APRITEL apoia

COMPROMISSO

a consagração específica de princípios de proporcionalidade para os valores das compensações por revogação unilateral antecipada dos contratos sem justa causa, em moldes a concretizar pela ANACOM

1.

O Setor no contexto da economia portuguesa

2.

Perfis de consumo e liberdade de escolha

3.

Mobilidade, níveis de satisfação, temas reclamados

4.

Disponibilidade de ofertas de 24, 12 e 0 meses e evolução dinâmica dos contratos

5.

Proporcionalidade e transparência das compensações

6.

Proposta de texto legislativo

6. Proposta de texto legislativo (1/2)

Exposição de Motivos

É importante assegurar que *os consumidores de redes e serviços de comunicações eletrônicas usufruam plenamente da diversidade e inovação neste setor*, beneficiando da possibilidade de escolha entre as várias ofertas disponibilizadas. Para esse efeito, importa assegurar a proporcionalidade das cláusulas que impõem períodos contratuais mínimos e das penalizações que lhes sejam associadas.

O objetivo deste projeto de lei é aumentar a transparência e a segurança dos consumidores através de obrigações acrescidas de informação, quer na publicitação de prazos de permanência alternativos, quer na comunicação aos clientes das suas responsabilidades em qualquer momento da vigência dos seus contratos.

A fim de assegurar a razoabilidade das compensações associadas aos prazos de permanência, devem estas ser adequadas aos benefícios associados a tais prazos. Dada a complexidade dos elementos económicos que concorrem para a formação dos preços, entende-se que deverá ser estabelecido um princípio de proporcionalidade entre o valor das compensações e os benefícios que justificam a fidelização e submeter à Autoridade Reguladora Nacional a competência para concretizar os pressupostos e limites a observar na estipulação e aplicação destas compensações.

Com o presente projeto de lei procura-se assim limitar o poder discricionário das operadoras de comunicações eletrônicas, reforçar os direitos dos consumidores, através de um justo equilíbrio que não comprometa as vantagens de um mercado dinâmico, competitivo e inovador.

6. Proposta de texto legislativo (2/2)

Artigo 47.º-A

*3 – As empresas referidas no n.º 1 que estabeleçam com os seus clientes períodos contratuais mínimos são obrigadas a fornecer aos assinantes, através dos meios que habitualmente utilizam na sua comunicação regular com esses assinantes, toda a informação relativa à duração remanescente do seu contrato, bem como o valor associado à rescisão antecipada do mesmo, **devendo manter, durante todo o período de vigência do novo prazo acordado, registo das chamadas telefónicas em que acordem com os clientes o prolongamento ou a redução do prazo inicial de permanência.***

4 (anterior n.º 3)

5 (anterior n.º 4)

6. (anterior n.º 5)

Artigo 48.º

*4 - As empresas que prestam serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público devem oferecer a todos os utilizadores a possibilidade de celebrarem contratos pelo prazo de 12 meses e de 6 meses, **devendo publicitar de forma facilmente acessível pelos consumidores estes prazos contratuais alternativos e respetivos tarifários.***

(...)

*8 – As empresas não devem estabelecer condições contratuais desproporcionadas ou procedimentos de resolução dos contratos excessivamente onerosos e desincentivadores da mudança de prestador de serviço por parte do assinante, devendo a razoabilidade dos mesmos ser analisada pela ARN, **quer se trate de prazos mínimos iniciais ou sucessivos.***



APRITEL

ASSOCIAÇÃO DOS OPERADORES
DE COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS