

DIVISÃO DE APOIO ÀS COMISSÕES COMISSÃO DE ECONOMIA E OBRAS PÚBLICAS	
CEOP	
Nº ÚNICO	484/22
ENTRADA / SAÍDA Nº	23 DATA 6/1/2014

Exmo. Senhor  
Deputado Pedro Pinto  
M.I. Presidente da Comissão de  
Economia e Obras Públicas  
Palácio de São Bento  
1249-068 Lisboa

Lisboa, 6 de janeiro de 2014

N/Ref.: DirCrsp\_P\_482/2013

**Assunto:** PETIÇÃO COLETIVA “REDUZA OS 24 MESES”

Exmo. Senhor Deputado,

Sendo missão da APRITEL contribuir para o desenvolvimento do setor das telecomunicações em Portugal e para a melhoria da qualidade dos serviços de comunicações eletrónicas prestados aos consumidores, promovendo todas as potencialidades deste Setor e assegurando um mercado esclarecido e, em especial, bem informado quer sobre a panóplia de serviços e ofertas que o constituem, quer sobre as condições em que são prestados, junto anexamos uma carta aberta da APRITEL, a qual reflecte a posição desta Associação sobre a PETIÇÃO COLECTIVA promovida pela DECO.

A APRITEL gostaria, agora, de discutir com V. Exa. as particularidades desta posição solicitando, para o efeito, uma audiência.

Ficamos na expectativa da V/ resposta e indicação da disponibilidade ficando também, naturalmente, ao dispor para prestar qualquer esclarecimento que entenda necessário.

Sem outro assunto de momento, subscrevemo-nos com os nossos melhores cumprimentos,

Ana Paula Marques

 Presidente da Direção  


ANEXO: Carta Aberta

Exmo. Senhor

Dr. Vasco Torres Colaço

M.I. Presidente da DECO

R. de Artilharia Um, n.º 79 - 4º

1269 - 160 Lisboa

CARTA ABERTA

Lisboa, 6 de dezembro de 2013

N/Ref.: DirCrsp\_P\_478/2013

**Assunto: PETIÇÃO COLETIVA “REDUZA OS 24 MESES”**

Exmo. Senhor Dr.,

Enquanto Associação dos Operadores de Comunicações Eletrónicas, é missão da APRITEL contribuir para o desenvolvimento do setor das telecomunicações em Portugal e para a melhoria da qualidade dos serviços de comunicações eletrónicas prestados aos consumidores, promovendo todas as potencialidades deste Setor e assegurando um mercado esclarecido e bem informado sobre a panóplia de serviços e ofertas que o constituem.

A transparência do processo contratual sempre foi uma preocupação para o Setor pois, como é natural, se os clientes não perceberem o alcance dos seus direitos e obrigações, gera-se insatisfação com o serviço prestado e propicia-se a quebra do vínculo contratual.

Esta transparência traduz-se, nomeadamente, na disponibilização de informação clara e correta sobre o produto vendido e sobre o contrato celebrado ou a celebrar, bem como na lealdade e respeito nas relações entre o prestador de serviços e o cliente, quer na fase pré-contratual, quer no decurso da vigência do contrato.

Cientes deste princípio basilar que deve nortear a relação comercial entre as partes, os operadores têm, desde sempre, pautado a sua atuação pelo respeito e defesa dos direitos e interesses dos seus clientes, em particular dos consumidores e, conscientes das vantagens que um mercado bem informado e esclarecido apresenta para todos os *players* que nele atuam - operadores e consumidores -, têm vindo a desenvolver um esforço significativo no sentido da contínua melhoria do teor da informação transmitida e divulgada, a cada momento, para o mercado.

Cite-se, a título de exemplo, a inserção nos sítios da Internet de cada operador, de uma rúbrica, designada de “Condições de Oferta dos Serviços”<sup>1</sup>, onde se encontra detalhada a oferta dos diversos operadores, nomeadamente, no que diz respeito à duração dos períodos contratuais, aos preços normais praticados, aos sistemas de indemnização e reembolso, bem como às condições contratuais típicas vigentes, a cada momento, para efeitos de subscrição do(s) serviço(s).

Uma simples consulta dos canais de venda dos diversos operadores permite, assim, constatar que a oferta pública dos operadores se encontra devidamente publicitada e acessível aos consumidores e que, ao contrário do que é referido na Petição Coletiva (“Petição”) promovida pela V/ Associação, todos os operadores disponibilizam na sua oferta serviços com períodos contratuais mínimos de 12 meses.

Acresce que a própria ANACOM disponibiliza, no seu site, um simulador de tarifários, podendo os consumidores utilizá-lo livremente e optar conscientemente pela oferta que melhor se adequa às suas necessidades.

---

<sup>1</sup> Em consequência da Deliberação da ANACOM relativa ao objeto e forma de disponibilização ao público das condições de oferta e de utilização de serviços de comunicações eletrónicas - Alteração da deliberação de 21 de Abril de 2006.



A APRITEL não pode, assim, deixar de repudiar, veementemente, as afirmações contidas na Petição Coletiva em apreço, bem como as mensagens erróneas veiculadas na campanha publicitária promovida pela DECO, as quais induzem em erro grave a opinião pública e, em particular, os consumidores portugueses, acerca da realidade do setor das comunicações eletrónicas em Portugal. Senão vejamos,

### **I. A Conflitualidade do Setor como justificação para solicitar a alteração da Lei das Comunicações Eletrónicas (LCE)**

Com o objetivo de remover o que se apelida de entrave à *mobilidade do consumidor das telecomunicações* que, segundo se afirma, *não permite que os consumidores retirem todos os benefícios das várias ofertas disponibilizadas pelos operadores* (de comunicações), pretendem V.Exas. propor ao Parlamento que seja debatida uma alteração legislativa que reduza os períodos contratuais mínimos de duração dos contratos de comunicações eletrónicas e imponha critérios e limites na determinação dos encargos cobrados aos consumidores pela cessação antecipada dos referidos contratos, de forma a garantir transparência e previsibilidade.

A justificação desta iniciativa, que se encontra espelhada ao longo das 14 páginas de fundamentação que acompanham a Petição, assenta, no essencial, em duas ordens de razão: (i) a maioria das reclamações que a DECO recebe sobre o setor das comunicações eletrónicas são relativas à fidelização, o que motiva elevada conflitualidade no Setor e (ii) a imposição de uma fidelização de 24 meses desincentiva a mudança de operador, impede a inovação, a descida de preços e, de forma geral, a competitividade do mercado.

Discordando, em absoluto, destes pressupostos os quais, como adiante se demonstrará, são altamente falaciosos, a APRITEL não pode deixar de transmitir a V. Exa os fundamentos em que baseia a sua discordância.

Desde logo, na exposição de motivos da referida Petição, alegam V. Exas. *“que o setor das telecomunicações/comunicações eletrónicas continua a ser, atualmente, o mais reclamado e que a maior parte das queixas se deve aos encargos impostos pelos operadores em virtude do não cumprimento dos períodos contratuais mínimos”*.

Ficando por aqui a argumentação quanto à quantificação das queixas que justificam esta Petição, não podemos deixar de questionar a solidez destas afirmações.

Analisando os dados reportados pelo Regulador do Setor sobre esta matéria, os quais são, aliás, citados por V.Exas, constata-se que as reclamações recebidas relativamente às Condições Contratuais – “categoria” onde o Regulador inclui e contabiliza a questão dos períodos mínimos de contratação - não se esgotam na questão dos períodos de fidelização. Com efeito, atendendo a estes dados, constata-se que as questões abrangidas sob a epígrafe “Condições Contratuais” incluem temas tão variados como, entre outros, a alteração das condições contratuais, a informação prestada antes de contratar e a recusa em contratar.<sup>2</sup>

Nesse sentido, e, por uma questão de rigor, seria interessante perceber, quantas são exatamente as reclamações recebidas sobre os períodos contratuais mínimos que justificam o presente pedido de alteração legislativa.

Neste exercício seria, também, de toda a utilidade explicitar a forma como a DECO procede à contabilização do número de “reclamações” que recebe sobre o Setor. Isto porque, conforme já tivemos oportunidade de manifestar junto de V.Exas, a APRITEL tem sérias reservas quanto à fórmula adoptada para proceder a este cálculo.

Presumindo a APRITEL que o procedimento de V.Exas perante uma reclamação consista em comunicá-la ao reclamado, de modo a assegurar a resolução da situação em apreço, torna-se difícil compreender como pode a DECO ter recebido perto de 58 mil reclamações sobre serviços de comunicações eletrónicas em 2012 e apenas tenham sido encaminhadas para os nossos Associados 7 204 reclamações, ou seja, apenas 12% das reclamações alegadamente recebidas pela DECO.

Sendo a satisfação dos seus Clientes um dos principais objetivos dos nossos Associados e, por consequência, um dos focos da atividade da APRITEL, o descontentamento relativamente a um aspeto da relação como, por exemplo, a questão da fidelização, não pode ser negligenciada estando a APRITEL totalmente disponível para, em função do teor das reclamações dirigidas à V/ Associação, considerar melhorias que possam ser sugeridas,

---

<sup>2</sup> ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações, *Reclamações e Pedidos de Informação - Informação Estatística 2012*, Lisboa, 21.10.2013, pág. 8.

como, aliás, tem vindo a ser feito pelos diversos associados da APRITEL na sequência de reclamações concretas que lhes são endereçadas pela DECO.

No entanto, o que não nos parece legítimo é retirar dos números apresentados conclusões que objetivamente carecem de fundamentação, como é o caso.

Efetivamente, se das solicitações dos seus associados a DECO apenas encaminha 12% para os reclamados, não podemos deixar de presumir que a esmagadora maioria desses contactos são dirigidos efetivamente à resolução de dúvidas e esclarecimentos, não podendo ser reconduzidos a um potencial litígio ou a uma reclamação propriamente dita relacionada com um Operador de comunicações eletrónicas.

Portanto, fundamentar um pedido de alteração legislativa invocando a litigância gerada pelo limite atualmente estabelecido pela lei para os períodos contratuais mínimos, é uma pretensão que não encontra qualquer suporte nos dados apresentados por V.Exas e que carece de cabal demonstração.

## **II. Caracterização do Setor das Comunicações Eletrónicas**

Relativamente à caracterização do mercado efetuada pela DECO, em particular a conclusão de que a existência de um período contratual mínimo de 24 meses é um obstáculo à descida de preços e ao aumento da competitividade do mercado, não pode a APRITEL deixar de manifestar, mais uma vez, a sua total discordância com a informação constante da V/ Petição, já que dados recentes sobre o Setor demonstram, inequivocamente, o contrário.

Com efeito, de acordo com dados publicados por entidades nacionais e internacionais de reputada competência na matéria, como é o caso da Comissão Europeia, do Eurostat ou da ANACOM, o Setor possui em Portugal uma grande diversidade de redes, produtos e serviços, encontrando-se todos os indicadores chave consistentemente muito acima da média do panorama europeu, o que significa que os consumidores portugueses beneficiam de uma disponibilidade excepcional de redes fixas e móveis, recentemente reforçada pelo desenvolvimento exponencial da tecnologia 4G.

É assim no que concerne a alojamentos cobertos por redes de banda larga, conforme resulta dos dados constantes do quadro infra:

	DSL	EURO DOCSIS	FTTP	HSPA
Portugal	99%	74%	41%	92%
UE 27	92%	37%	12%	95%

Tabela 1 - Cobertura de banda larga (% de casas passadas, 2011), Dados ANACOM

E, também, no que se refere à cobertura de redes de nova geração, como se retira do gráfico seguinte:

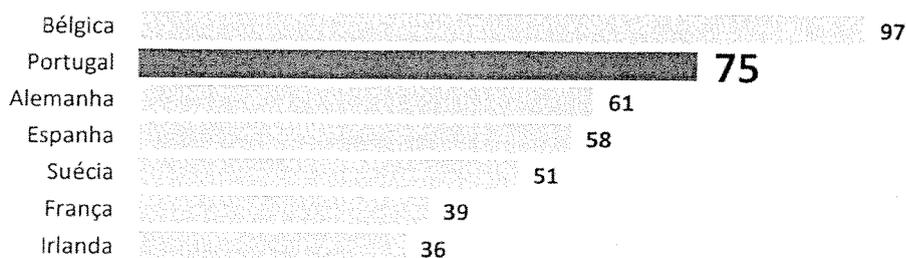


Gráfico 1 - Cobertura de RGN (% de alojamentos, 2011) dados ANACOM

A penetração de serviços móveis é de 158% contra a média europeia de 138% (UE 27), e a oferta de serviços fixos é comparável, senão melhor, em todos os serviços.

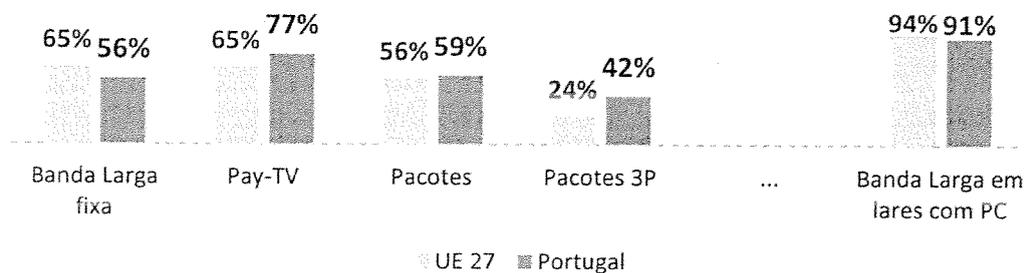


Gráfico 2 - Serviços fixos em (% de alojamentos, 2012), dados ANACOM, EUROSTAT e CE, análise APRITEL



Ora, da análise destes dados, facilmente se constata que os níveis de penetração dos diferentes serviços são significativos e colocam Portugal no topo dos rankings europeus, o que só se consegue com avultados investimentos e forte competitividade no setor.

E estes investimentos têm-se mantido constantes, pese embora se esteja a atravessar um contexto de queda acentuada das receitas do setor.

A título exemplificativo, saliente-se que, em 2011, os operadores investiram cerca de 21% das suas receitas o que demonstra que, apesar da situação atual da economia e as suas perspetivas imediatas, os operadores continuam a apostar no mercado nacional.

#### Investimentos dos operadores (2009-2011; milhares de euros; %)

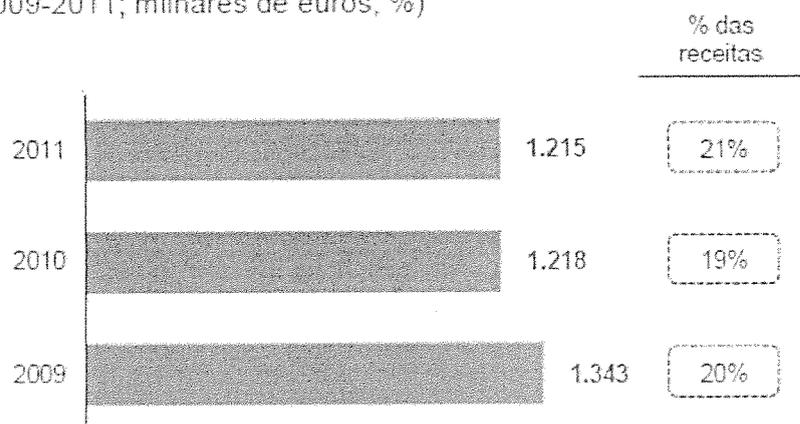


Gráfico 3 - Investimentos dos operadores (em % da receita e M€). Dados R&C dos principais operadores nacionais, análise Deloitte (\* Exclui investimento efetuado no Leilão de 4G)

Também ao nível das infraestruturas, os investimentos têm sido significativos, em particular, no que diz respeito às redes de nova geração, tendo Portugal antecipado os investimentos necessários em relação aos seus congéneres europeus.

Registe-se que, no final de 2011, Portugal detinha uma das maiores percentagens de casas passadas, combinando as tecnologias de alta velocidade como FTTH e DOCSIS3.0, com cerca de 75% do total de alojamentos.



**Cobertura de Redes de Nova Geração**  
(2011; casas passadas por 100 alojamentos)

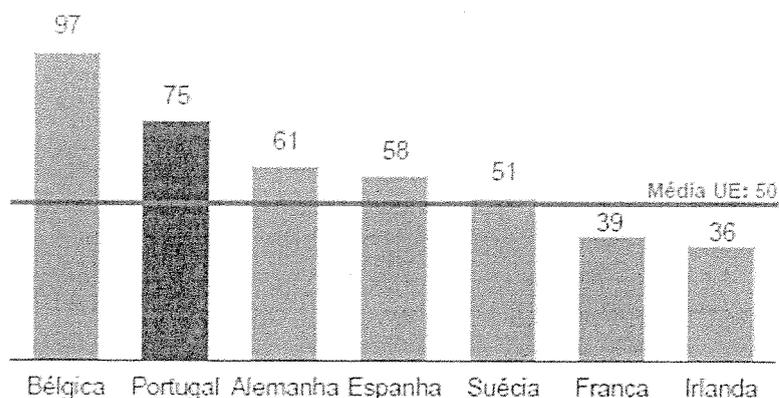


Gráfico 4 - Cobertura de Redes de Nova Geração. Dados ANACOM (valores aproximados); (\*Combina tecnologias de alta velocidade como FTTH e DOCSIS3.0)

É portanto evidente, que o setor das comunicações eletrónicas em Portugal, contrariamente ao afirmado pela DECO, é caracterizado por um nível superior de crescimento, evolução e inovação, contribuindo com uma percentagem significativa de 4% para o PIB nacional. Para a APRITEL é igualmente evidente que os consumidores portugueses têm à sua disposição serviços inovadores e de alto valor, devido aos níveis de investimento, de inovação e desenvolvimento com que os operadores se têm comprometido.

**III. Da existência de Períodos Contratuais Mínimos nos Contratos de Prestação de Serviços de Comunicações Eletrónicas**

É este mercado, profundamente inovador e dinâmico, que permite a massificação do acesso a todo este tipo de redes e serviços, sendo dado ao consumidor português a possibilidade de efetuar escolhas livres e conscientes, mediante prévia avaliação de todas as vertentes e características dos serviços - preço, qualidade, inovação, comodidade e mobilidade.

A massificação da utilização de redes e serviços é, por outro lado, o resultado direto dos preços praticados pelos operadores no âmbito dos serviços que disponibilizam ao público, preços esses que são, na sua grande maioria, subsidiados e que contemplam a atribuição de



descontos aos clientes no que concerne à aquisição de equipamentos, bem como às componentes da instalação e da ativação dos serviços.

Ora, tal subsidiação de equipamentos, dos tarifários, dos custos de instalação e de ativação apenas é possível por serem celebrados contratos com períodos mínimos de duração contratual, conhecidos por períodos de fidelização.

Ou seja, os benefícios concedidos pelos operadores têm como contrapartida a permanência dos consumidores na sua rede por um determinado período de tempo, necessário para cobrir os custos variáveis em que aqueles incorrem para prestarem serviços inovadores (como os atualmente existentes), diluindo esses custos num número mínimo de mensalidades que perfazem o período de fidelização da oferta, permitindo-se, assim e também, um retorno do investimento efetuado, em particular em redes de nova geração, e o reforço da imagem do país na União Europeia.

Não pode portanto ser razoavelmente exigido às empresas que suportem os custos inerentes à prestação dos serviços sem que haja garantia quanto ao retorno financeiro do seu investimento. Daí a especial relevância dos compromissos de permanência, porquanto dão margem de segurança aos operadores quanto ao retorno do investimento efetuado, sendo evidente que os prestadores de serviços só podem oferecer condições comerciais de excelência aos seus Clientes, não sendo ressarcidos no imediato, se tiverem a garantia de que esse investimento será recuperado pela permanência do Cliente na rede ou, no limite, pelo valor a suportar pelo Cliente em caso de incumprimento contratual.

Refira-se, aliás, que apesar do aumento significativo dos custos fixos dos operadores a que se tem assistido nos últimos anos – em especial das taxas devidas pelo fornecimento de serviços de comunicações eletrónicas, das taxas referentes à utilização de números, das taxas relativas à utilização do espectro radioelétrico e das taxas de regulação e de supervisão –, os preços das diversas ofertas são altamente competitivos e totalmente adequados e direcionados às necessidades dos Consumidores.

O facto de existirem períodos contratuais mínimos e de os operadores poderem assegurar, *a priori* – e salvo as situações de incumprimento – que o investimento associado a cada Cliente será recompensado, não só potencia e privilegia a inovação tecnológica, como constitui um



forte incentivo à oferta de melhores produtos, uma vez que o desenvolvimento de novos serviços depende, como se compreende, das receitas que os operadores obtêm.

É, portanto, evidente, que todo o período contratual mínimo acordado com os Clientes, tem como contrapartida a concessão de uma vantagem ou benefício (em conformidade, aliás, com a Deliberação da ANACOM relativa aos períodos de fidelização que impõe, expressamente, que os operadores justifiquem a existência deste período pela atribuição das vantagens concedidas aos clientes, quer seja em resultado da subsídio de equipamento ou de descontos contratados),<sup>3</sup> não correspondendo, por isso, à verdade que se verifique uma prorrogação “tout court” dos períodos contratuais mínimos convencionados, sem que sejam atribuídas aos clientes vantagens comerciais adicionais às inicialmente contratadas, conforme é afirmado por V.Exas. na citada Petição.

Ciente dos benefícios decorrentes da possibilidade de celebração deste tipo de contratos e que se traduzem, essencialmente, na possibilidade de acesso aos serviços por parte de todos os Consumidores e não apenas por Consumidores com alto poder de compra, o legislador português transpôs, e de forma correta no entendimento da APRITEL, o pacote regulamentar aplicável ao Setor, fixando no nº 3 do artº 48º da Lei das Comunicações Eletrónicas (LCE) um período de duração inicial máximo de 24 meses na contratação de serviços de comunicações eletrónicas e no nº 4 do mesmo artigo, a obrigação dos operadores disponibilizarem, em paralelo, ofertas com período de fidelização de 12 meses, normas estas cumpridas por todos os operadores presentes no mercado.

Note-se, ainda, que os operadores disponibilizam, também, o acesso a serviços de comunicações eletrónicas sem qualquer período de fidelização.

Conclui-se, desta forma, que a celebração de contratos de prestação de serviços de comunicações eletrónicas pelo período de 24 meses não resulta de uma imposição dos operadores, mas sim de uma escolha dos consumidores que tendo em conta a oferta

---

<sup>3</sup> Deliberação da ANACOM de 11.12.2008 – Alteração às linhas de Orientação sobre o conteúdo mínimo a incluir nos contratos para a prestação dos serviços de comunicações eletrónicas, decorrentes da Lei n.º 12/2008, de 26 de Fevereiro e respeitantes aos chamados “períodos de fidelização”.



disponível no mercado, optam por contratar um serviço com um período de fidelização de 24 meses, 12 meses ou mesmo sem qualquer período de fidelização associado.

Este enquadramento legal e regulamentar tem permitido aos consumidores beneficiarem de ofertas que, gradualmente, têm apresentado melhorias ao nível da qualidade de serviço, das funcionalidades e dos conteúdos oferecidos, sem que isso tenha significado um aumento de encargos para os mesmos.

Consideramos por isso, que uma alteração do regime de fidelização não constituiria qualquer benefício para o Consumidor, traduzindo-se, apenas no desaparecimento das ofertas de adesão, de instalação e de ativação, no agravamento de preços destes serviços e na introdução de rigidez no processo de contratação, em detrimento do primado da livre escolha que deve nortear toda e qualquer relação de consumo, impedindo o consumidor de beneficiar de ofertas atrativas e acessíveis.

No limite, as medidas preconizadas pela DECO teriam como consequência uma limitação ao acesso a redes e serviços, vistos cada vez mais como essenciais por todos os Consumidores, levando, conseqüentemente, à estagnação do Setor, comprometendo os desafios e as metas nacionais em termos de receitas e inovação e à insatisfação dos Consumidores com menor poder de compra e com o mesmo direito de acesso a serviços inovadores e de qualidade.

Sem outro assunto de momento, subscrevemo-nos com os nossos melhores cumprimentos,

