

Lisboa, 19 Março 2013

Informações Complementares

INTRODUÇÃO

Estando nós a viver um período de grande crise no nosso país, aumento de desemprego, aumento da carga fiscal e consequente diminuição no poder de compra, torna a nossa actuação por si só difícil, a par das restantes empresas portuguesas. O acesso ao crédito para continuar todo o processo de desenvolvimento e investimento também não é solução devido às taxas de juro altíssimas praticadas pelo banco.

O barramento veio comprometer toda uma actividade e indústria, sem paralelo em mais nenhuma parte do mundo.

A medida do barramento por defeito teve, inicialmente, como objectivo principal reduzir as reclamações dos consumidores. O facto é que em percentagem registamos exactamente o mesmo número de reclamações que antes do barramento, com a nota interessante que muitas das reclamações são feitas por pessoas que não percebem porque razão não conseguem aceder aos serviços da gama 62.

Especificamente, no que toca aos serviços da gama 62 esclarecemos que incluem serviços de entretenimento, informação, actualidades, concursos, etc. Basicamente através da gama 62 podem ser prestados os mesmos serviços que na gama 68, com vantagens para o consumidor no que toca ao preço por SMS na medida em que os serviços são prestados com recurso a uma subscrição - a imaginação é o limite.

Salvo melhor opinião, a APITED propõe (desde o início deste debate) a eliminação dos barramentos de todas as gamas com excepção da gama 69, na justa medida da própria natureza do serviço poder ser mais delicada no tipo de conteúdos disponibilizados (sendo que é de referir que mesmo nestes casos, tal não gera qualquer tipo de reclamações relevantes).

Formalmente, vimos assim, solicitar o levantamento completo do barramento por defeito nas gamas 68 e 62 pois estes serviços não constituem qualquer 'perigo' para a sociedade sendo que até, ao invés, promovem o desenvolvimento tecnológico, promovem o emprego e incentivam o investimento estrangeiro, em valores significativos, em Portugal.

I - EFEITO BARRAMENTO

O efeito barramento teve consequências muito mais drásticas do que se poderia pensar. Na verdade, os efeitos para a contratação dos serviços não consistiram apenas no "barramento", mas também em determinadas questões "colaterais" que, ao não serem equacionadas de raiz, causaram prejuízos enormes na contratação destes serviços, mesmo para quem queria efectivar o desbarramento e usufruir do serviço. Assim, nunca se previu nem o modo nem a forma simples e mais eficaz de se levantar o barramento. Mais grave ainda, como foi uma medida imposta após alguns anos de utilização massiva destes serviços e como o barramento foi 'cego' e compulsivo, ninguém teve conhecimento esclarecido de que o seu o número se encontrava barrado, nem tão pouco da forma de o desbarrar ou porque razão não conseguia aceder ao serviço

desejado. Por outro lado, a medida do barramento não foi pensada, considerando os constrangimentos da tecnologia existente à data. Basta ver o caso da TMN, em que para desbarrar um serviço é necessário enviar uma carta já que não têm a plataforma preparada para desbarramentos via SMS, o que determina que qualquer pedido de desbarramento só seja efectivado cerca de 7 dias úteis após o pedido.

Independentemente, da sua característica “one-shot” ou serviço recorrente, a prestação de serviços via SMS depende, sempre da sua rapidez e acessibilidade – é o seu DNA. Como tal, não se coadunam com as actuais formas existentes e tecnicamente possíveis de desbarramento.

Os serviços de subscrição são muito variados. Com a actual regulação o consumidor sabe o que está a contratar e apenas o faz se deseja usufruir do serviço. No caso do entretenimento pode por ex. optar por aceder a determinado conteúdo, participar num passatempo para ganhar determinado bem, etc., etc. Acresce e reforçamos que estas subscrições não exigem períodos mínimos de permanência e o método de cancelamento é simples e automático. Aqui está a grande vantagem da tecnologia do SMS que facilita o acesso a bens e serviços assente na rapidez da transação.

Porque razão o canal de venda via SMS tem que ter maiores barreiras que o resto dos canais existentes no mercado, nomeadamente no que respeita aos métodos de pagamento existentes!?

Existe com o barramento dos SVAs uma medida algo paternalista que não acredita que a população é capaz de tomar decisões próprias sobre os contratos que subscrevem.

II - ACTUAL DIFICULDADE EM ACEDER AOS SERVIÇOS DE VALOR ACRESCENTADO

Não é difícil aceder, é praticamente impossível dada a complexidade do processo e o desconhecimento. O utilizador está informado das principais características dos serviços, já que, desde a anterior regulação, se previa que, num momento anterior à contratação, o cliente tinha de ser informado inequivocamente e sem custos, das condições do serviço que está a contratar. Por outro lado, todos os serviços de subscrição têm, detalhadamente explicitadas todas as condições de contratação, nomeadamente preços e prazos de renovação, contactos do prestador de serviço, bem como a forma imediata de cancelar o serviço. Esta forma de cancelar não tem comparação com mais nenhuma outra associada a um serviço de subscrição (cartões de crédito, débito direto, paypal, subscrição num ginásio, etc.) já que basta enviar (ou responder à mensagem recebida) um simples SMS com a palavra SAIR para automaticamente anular a subscrição. As subscrições via SMS não obrigam a períodos mínimos de permanência.

OBSTÁCULOS NO PROCESSO ATÉ ATIVAR O SERVIÇO E AS CONDICIONANTES

- a. Opt-in no processo de Web na internet (aceitar acesso):
 - i. o utilizador insere o telemóvel na página da internet
 - ii. recebe uma SMS grátis com o PIN, no número inserido e esta SMS contém já todas as informações exigidas por Lei.
 - iii. insere o PIN na página e caso esteja barrado não recebe qualquer tipo de informação nem consegue usufruir do serviço que pretendia adquirir. Não recebe informação que está barrado, nem que tem de efectuar desbarramento, nada!

Conclusão: Só é possível saber se o número está barrado, após conclusão do processo de adesão. Ao serem enviadas as mensagens da gama 62XXX o operador rejeita-as, logo o utilizador nunca sabe o que aconteceu e assume que há um erro no serviço e, mais grave ainda, assume que esse erro é da responsabilidade da empresa prestadora do serviço pois desconhece por completo que tem algum barramento, uma vez que nunca o solicitou.

b. Opt-in de serviços de subscrição via SMS e caso o cliente esteja barrado é obrigado a enviar **4 SMS** até activar o serviço!!!!

- i. End user envia SMS para activar serviço
 - Recebe SMS a indicar que serviço está barrado
- ii. End user envia SMS para desbarrar serviço
 - Recebe SMS a indicar que o serviço será desactivado em X tempo (não implementado pela TMN)
- iii. Após confirmação de desbarramento – End user envia novamente SMS para activar o serviço
 - Recebe SMS com condições de serviço e envia SMS a confirmar
- iv. End user envia um SMS para confirmar o serviço
 - Recebe SMS a indicar que o serviço está activo

Conclusão: O processo é muito moroso, complicado e o utilizador acaba, obviamente, por desistir a meio do processo.

RECLAMAÇÕES

Mais informação é difícil. Os números de reclamações falam por si e foi já demonstrado que o rácio de reclamações vs. clientes activos se mantém em níveis abaixo de 0,5% com ou sem barramentos, não podendo assim ser invocado este argumento para manter um barramento cego e por defeito nos serviços da Gama 62. Parte destas reclamações na actualidade são de consumidores que não percebem porque não podem aceder aos serviços (nem sabem que estão barrados...)

CONTROLO DE ABUSOS

Sem tecer considerações acerca dos valores da subscrição, mas que tipicamente rondam os 16 euros/mês os próprios operadores, em sede de autorregulação, têm já mecânicas próprias que impedem um custo descontrolado dos serviços de SVA e também todos os clientes são informados em todos os eventos de renovação via SMS que o serviço foi renovado bem como o modo de cancelar o mesmo.

III -DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS DE SUBSCRIÇÃO (Gama 62) FACE A OUTROS TIPOS DE SERVIÇO EM QUE EXISTE PAGAMENTO RECORRENTE

O barramento, claramente, põe em causa a nossa oferta comercial, se já era difícil competir com os meios de pagamento digitais, tais como Paypal, Paysafecard ou cartão de crédito, atendendo ao necessário avultado investimento em tecnologia e actual modelo de negócio com os vários participantes da cadeia obrigando a várias partilhas de receitas, com o barramento, os potenciais prestadores de serviços não vêm como viável o

lançamento de serviços de subscrição na gama 62XXX.

Prestadores de serviços que desistem de investir em Portugal, por exemplo:

- Facebook com o fornecimento de mais funcionalidades na rede social;
- TAP oferecendo um conjunto de alertas relativamente aos voos para frequente flyers;
- empresas que oferecem serviços de cloud para particulares;
- todos aqueles que prestam serviços de entretenimento (principalmente alertas de desporto, horóscopos ou outros de grande procura por parte dos clientes).

Neste momento estão a ser descontinuados do mercado português ou estão a deixar o seu lançamento para último lugar ou nem irão ser lançados, já que existem outros países muito mais interessantes para onde estão a ser canalizados os investimentos que poderiam estar a ser investidos em Portugal, bem como as tecnologias que permitem a evolução destes serviços deixarão a muito breve prazo de estar disponíveis em Portugal meramente por questões legislativas sem paralelo em qualquer outro país do Mundo!

Adicionalmente, estamos a ser alvo também de uma forte concorrência do mercado das Apps através das lojas da Apple e Google, com modelos de partilha de receitas muito atractivas. Com o crescimento do número de smartphones, a promoção dos serviços ainda é mais difícil e mais cara (custo de espaço media mais caro), o que leva muitos dos fornecedores de serviços baseados na subscrição a migrarem ou alterarem o seu modelo de negócio.

Já não chegava o facto de sermos um país pequeno e com um poder de compra baixo, ainda bloquearmos o livre acesso a serviços da gama 62XXX, torna qualquer negócio nesta área insustentável! Os serviços de SMS estão assentes nos princípios de uma prestação em massa e de diversificação. Não é possível olhar para a viabilidade do negócio de forma compartimentada.

Conclusão: Mantendo o barramento na gama 62XXX matamos um negócio, legítimo e interessante e com cada vez mais procura, com índices muito baixos de reclamações e já devidamente autorregulado, regulado pela lei e fiscalizado pela entidade reguladora (ANACOM). Num curto espaço de tempo, a receita proveniente desta área irá ser transferida não só para outras formas de pagamento como também será forçosamente deslocado o investimento para outras geografias, o que irá beneficiar claramente outros modelos de negócio internacionais como são o caso das subscrições via Apps que ficam fora das regulações vigentes.

IV - EFEITO DINAMIZADOR NA ECONOMIA DOS SVA

A indústria dos SVAs tem vindo a gerar inovação tecnológica e emprego em Portugal.

Veja-se, por exemplo:

- NVIAsms Portugal Lda.: em 2010 investe na plataforma mais moderna e inteligente que existe hoje *no mundo* de envio de SMS a todos os telemóveis de todos os países do mundo. Principais clientes: Bancos, Governos, Agências de Marketing, Grandes marcas, etc.
- Go4Mobility: O negócio dos SVAs permitiu o investimento em desenvolvimento e criação de postos de trabalho através da contratação directa para os seus quadros e recurso ao outsourcing. Iniciaram operações em Espanha e África. O barramento veio colocar um “travão” em todo este processo de crescimento/investimento, inclusivé a criação de 2 novas empresas (processo este que está neste

- momento suspenso).
- TIMwe: Graças ao desenvolvimento de SVAs em Portugal, expande a sua actividade a nível mundial tendo hoje 390 colaboradores no mundo e 188 em Portugal – em 2011 fez investimentos por 5.2 Milhões de Euros em desenvolvimentos tecnológicos.

Este efeito positivo e dinamizador da economia portuguesa perde-se com o barramento conjunto dos SVAs.

As Gamas 68 e 62 complementam-se. Trata-se dum modelo de negócio onde só o volume justifica a viabilidade económica. Ambas geram sinergias entre si que permitem ambas serem no seu conjunto rentáveis. Ambas ao mesmo tempo dinamizam as inovações entre elas para criar mais e melhores serviços para os utilizadores.

Os mais avançados serviços baseados no envio de mensagens de valor acrescentado são “exportados” para os países onde forem economicamente viáveis. Os países onde existe maior abertura têm maior riqueza e inovação destes serviços. Portugal e os consumidores portugueses ficam barrados ao investimento estrangeiro nesta área.

Interrogados sobre os desafios para o futuro, consideramos que é fundamental promover o avanço tecnológico, naturalmente de forma regulada. Este era aliás o caminho preconizado na esteira da anterior legislação (sem barramento por defeito). Há muita imaginação e criatividade nas nossas agências criativas e empresas que prestam estes serviços que são completamente aniquilados porque não há mercado nem para as empresas comunicarem com os seus clientes nem tão pouco para promover os produtos/serviços recorrendo a tecnologias de marketing digital via SMS como acontece na esmagadora maioria dos países evoluídos.

Agradecemos, mais uma vez, a disponibilidade desta Assembleia da República em ouvir a posição da APITED. Consideramos que o debate é frutífero no encontro das melhores decisões para todos e congratulamos esta instituição pelo esforço responsável que faz ao trazer este tema à discussão. Mantemo-nos disponíveis para esclarecer o que considerarem necessário.

Apresentamos os nossos melhores cumprimentos,

Jose Santos Rodriguez

Presidente

APITED