



FAIR PLAY.

Com concorrência
todos ganhamos.

**Audição no âmbito da apreciação da Proposta de Lei n.º
83/XIV/2.ª (Gov) relativa à Lei das Comunicações Eletrónicas**

Autoridade da Concorrência

Grupo de Trabalho – Proposta de Lei – Comunicações Eletrónicas da
Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação (CEIOPH)



Margarida Matos Rosa

Presidente da Autoridade da Concorrência

21 de julho de 2021

- **Os serviços de telecomunicações são vitais para a economia e para as famílias**, sobretudo no contexto de pandemia em que a digitalização foi a via para o acesso a serviços como a educação, saúde ou comércio.
- A **AdC tem emitido recomendações** no sentido de promover maior concorrência no setor.
- **A AdC identificou importantes fragilidades de concorrência**, com destaque para as barreiras à mobilidade dos consumidores, em particular as associadas às políticas de fidelização .
- As **barreiras à mobilidade limitam a dinâmica concorrencial** e traduzem-se na ausência de alternativas para os consumidores e no aumento do poder de mercado dos operadores.
- O Código Europeu (CECE) coloca o foco na proteção dos consumidores e na promoção da mobilidade e a sua transposição é um **momento crucial** para concretizar alterações pró-concorrenciais.
- O parecer da AdC à Proposta de Lei para a transposição do CECE centra-se na mobilidade dos consumidores.
- É positivo o acolhimento de 3 das recomendações da AdC dirigidas ao legislador em 2020. Contudo, **a AdC identificou na Proposta de Lei aspetos sobre os quais fez comentários e recomendações**.
- **As recomendações incidem sobre as regras das refidelizações, a obrigatoriedade de ofertas sem fidelização e com 6 e 12 meses de fidelização, e a obrigação de informar os consumidores sobre as melhores tarifas**.
- **A combinação das medidas** para limitar a prática das refidelizações e para promover a eficácia dos requisitos de informação **maximiza o efeito potencial na melhoria das condições de concorrência**.

- 1. O *advocacy* da AdC no setor das comunicações eletrónicas**
- 2. As barreiras à mobilidade dos consumidores como fator que fragiliza a concorrência**
- 3. O parecer da AdC à Proposta de Lei que aprova a LCE e transpõe o Código Europeu**
 - i. As regras relativas aos períodos de fidelização adicionais ('refidelização')
 - ii. Os efeitos das refidelizações sobre a concorrência
 - iii. A eliminação das ofertas obrigatórias sem fidelização e com 6 e 12 meses de fidelização
 - iv. A obrigação de prestar informação aos consumidores sobre as melhores tarifas

O *advocacy* da AdC no setor das comunicações eletrónicas

- O setor das telecomunicações é vital para a economia e para as famílias.
- Na sua atividade de *advocacy*, a AdC tem **intervindo neste setor** emitindo, em diferentes momentos, **recomendações no sentido de promover maior dinâmica concorrencial**.

Abril
2020



Estudo da AdC sobre “A Fidelização nos Serviços de Telecomunicações”

Maio
2021



Parecer da AdC à Proposta de Lei que aprova a LCE e transpõe o Código Europeu

As barreiras à mobilidade dos consumidores como fator que fragiliza a concorrência

- Nos diversos momentos de intervenção, a **AdC** tem alertado para a existência de importantes fragilidades de concorrência, com destaque para as barreiras à mobilidade dos consumidores.



No estudo de 2020 sobre a fidelização no setor, a AdC identificou:

- preços dos serviços e Portugal superiores aos da média da UE
 - custos de mudança elevados para trocar de operador
 - políticas de fidelização manifestamente excessivas
 - fraca mobilidade dos consumidores, agravada pela prática generalizada de ‘refidelizações’
 - estratégias de preços que tornam inviáveis as alternativas à fidelização de 24 meses
 - elevada % de consumidores (re)fidelizados, que reduz a concorrência
- **Estas barreiras à mobilidade – em particular as associadas às políticas de fidelização – limitam a dinâmica concorrencial** e traduzem-se na ausência de alternativas para os consumidores e no aumento do poder de mercado dos operadores.

O parecer da AdC à Proposta de Lei que aprova a LCE e transpõe o Código Europeu

- A transposição do Código Europeu é um momento crucial para concretizar alterações à LCE que promovam a concorrência no setor.
- O parecer da AdC à Proposta de Lei centra-se nas questões relativas à mobilidade dos consumidores, em particular, atendendo ao estudo da AdC publicado em 2020 sobre esta matéria.
- **É positivo o acolhimento de 3 das recomendações da AdC** dirigidas ao legislador em 2020, uma vez que são medidas **que contribuirão para a reduzir as barreiras à mobilidade dos consumidores.**

Recomendações da AdC adotadas (total ou parcialmente)

-  • a eliminação da discriminação que confere menor proteção aos consumidores que celebram contratos por telefone nas situações em que o *“primeiro contacto telefónico seja efetuado pelo próprio consumidor”*.
-  • a definição de situações em que a alteração de morada deve permitir ao consumidor a denúncia do contrato sem encargos.
-  • a obrigação de que todos os meios disponibilizados para a contratação de serviços, estejam igualmente disponíveis para o seu cancelamento, com a mesma simplicidade e sem ser mais oneroso para o consumidor.

O parecer da AdC à Proposta de Lei que aprova a LCE e transpõe o Código Europeu

- Contudo, na **análise ao Projeto de Lei**, a AdC identificou um conjunto de aspetos relevantes, relativamente aos quais se tecem comentários específicos, relacionados com:



As regras relativas ao estabelecimento de períodos de fidelização adicionais ('refidelização')



A eliminação das ofertas obrigatórias sem fidelização e com 6 e 12 meses de fidelização



A obrigação de prestação de informação sobre as melhores tarifas aos consumidores pelo menos uma vez por ano



As regras relativas aos períodos de fidelização adicionais ('refidelização')

- **A Proposta de Lei não altera de forma significativa o enquadramento das fidelizações e das refidelizações**, não colocando por isso nenhuma limitação adicional à prática generalizada de 'refidelizações' no setor.
- **Na prática, a subscrição de *serviços suplementares* continuará a permitir o prolongamento do período de fidelização inicial do contrato (a refidelização)**, mesmo quando a subscrição desses serviços não implique a instalação ou a subsidiação de equipamentos de equipamentos.
- Não se especificando a natureza de *serviços suplementares*, e mantendo-se inalterado o regime da fidelização, **parece resultar que o consumidor poderá ficar 'refidelizado' em situações como:**
 - a subscrição de canais adicionais; ou
 - a alteração da velocidade de acesso à *Internet* contratada.
- **Assim, não é expectável que a Proposta de Lei produza efeitos significativos no panorama de mercado** em que, em alguns casos, **mais de 60% dos consumidores 'refidelizados' são-no sem que haja uma alteração de serviços *core* ou equipamentos contratados.**
- Tal pode resultar da subscrição de canais ou renovação de condições promocionais, não relacionados com custos de investimento específico ao consumidor.



Os efeitos das refidelizações sobre a concorrência e a recomendação da AdC

- **A possibilidade de mudar de operador é essencial para a existência de concorrência** e exerce um efeito disciplinador sobre os preços, a qualidade e a inovação.
- Quanto maior o número de clientes sem entraves à mudança de fornecedor, e por quem os operadores terão que concorrer de modo mais agressivo, maior é o efeito disciplinador (sobre preço/qualidade).
- **As refidelizações** reduzem a fração de consumidores contestáveis no mercado, e assim **suavizam a concorrência e limitam os incentivos a que os operadores procurem concorrer em preços, qualidade ou inovação**.
- Cfr. a AdC assinalou no Relatório de 2020, considera-se que **tal só deve ser permitido nos casos em que se verifiquem custos de investimento objetivamente associados à provisão do serviço a cada um dos consumidores individualmente**.

Recomendação da AdC (no parecer à Proposta de Lei)

- Prever que as **únicas exceções à regra de impossibilidade de ser definido um novo período de fidelização sejam situações em que ocorra a disponibilização subsidiada de novos equipamentos terminais ou a instalação de novos serviços** e tendo por base as informações prévias obrigatórias e o resumo do contrato fornecidos aos consumidores.



A eliminação das ofertas obrigatórias sem fidelização e com 6 e 12 meses de fidelização

- A Proposta de Lei elimina a obrigatoriedade de disponibilização de ofertas sem fidelização e com diferentes períodos de fidelização (6 e 12 meses de fidelização).
- Não obstante a eficácia da medida introduzida em 2016 ter resultado fragilizada pelas estratégias adotadas pelos operadores, **ao eliminar-se esta obrigatoriedade reduzir-se-á o leque de opções disponíveis ao consumidor.**

Recomendação da AdC (no parecer à Proposta de Lei)

- No sentido de manter a escolha disponível aos consumidores em termos de diferentes prazos de fidelização, considera-se que se deveria manter esta obrigatoriedade na lei.
- Em alternativa à eliminação da obrigação, defende-se que se devem **adotar medidas que visem reforçar a sua eficácia** – por exemplo promover a avaliação, pela ANACOM, da **proporcionalidade do valor cobrado por referência a custos de instalação dos serviços**, valor esse que contribui para explicar a diferença entre as condições das diversas ofertas atualmente disponíveis.



A obrigação de prestar informação aos consumidores sobre as melhores tarifas

- Em 2020, a **AdC alertou que a aplicação prática da disposição** do Código Europeu que prevê a obrigação de os operadores informarem os consumidores, pelo menos uma vez por ano, sobre as melhores tarifas, **requereria regulamentação adicional.**
- **A Proposta de Lei transpõe a obrigação de informação em causa. Contudo, não regulamenta o procedimento** nem o quadro sancionatório para a omissão ou cumprimento ineficiente e não atempado de tal obrigação.
- Esta obrigação visa responder a algumas das barreiras à mudança que, no contexto do mercado português, são particularmente importantes, como a falta de transparência na divulgação de informação adequada.
- **Assim, importa definir objetivamente o procedimento pelo qual se deve fazer o cumprimento desta obrigação**, de forma a maximizar a sua aplicabilidade e eficácia na promoção de maior transparência da informação.



A obrigação de prestar informação aos consumidores sobre as melhores tarifas

Recomendação da AdC (no parecer à Proposta de Lei)

- Que a Proposta de lei incumba a ANACOM da definição das regras pelas quais os operadores devem cumprir a obrigação de “prestação de informação sobre as melhores tarifas pelo menos uma vez por ano”, junto dos consumidores.
- Sugere-se que nas regras a estipular pela ANACOM, a comunicação a enviar aos consumidores contenha informação sobre:

O preço pago e os detalhes do serviço subscrito

A duração remanescente do período de fidelização

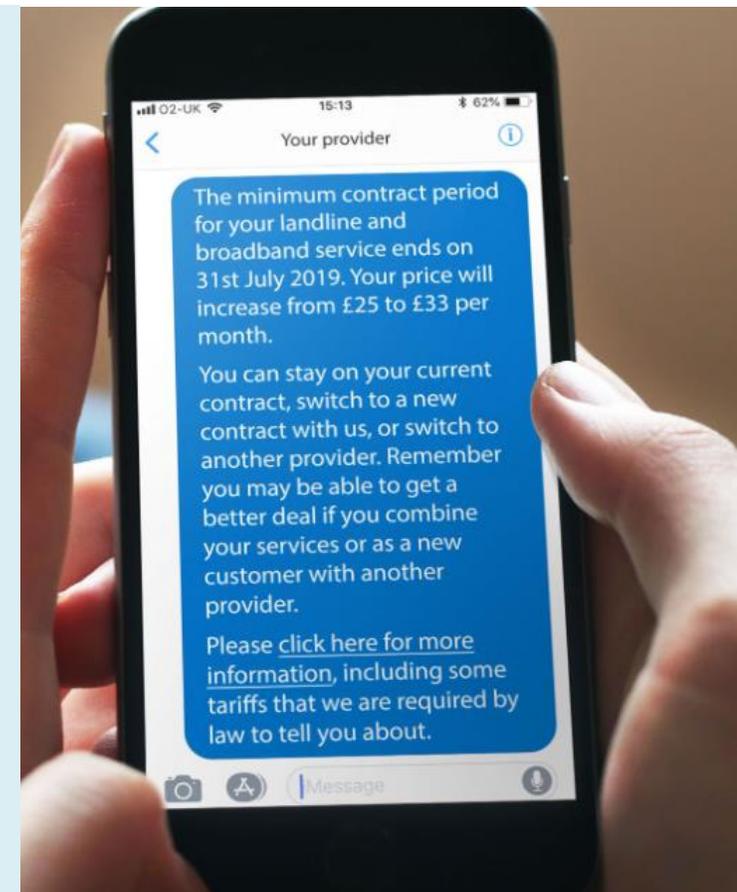
Opções do consumidor no final da fidelização

Melhores tarifas com base no perfil de consumo

Possibilidade poupar mudando de operador

Link para o comparador de preços da ANACOM

- Veja-se, a título exemplificativo, a forma como a Ofcom (Reino Unido) definiu o modo em que deveriam ser feitas as comunicações aos clientes sobre as melhores tarifas de preços disponíveis no mercado.



Fonte: Ofcom





FAIR PLAY.

Com concorrência
todos ganhamos.