From: Jose Luis Malaquias
Sent: 21 de novembro de 2018 16:02
To: plano2019-2021@anacom.pt
Subject: Contributo para o plano de actividades

No âmbito do vosso pedido de contributos para o plano de actividade 2019-2021, gostaria de dar o contributo de um cliente de comunicações:

A relação entre consumidor e fornecedor de telecomunicações é fortemente assimétrica. Existem apenas três grandes fornecedores de comunicações em Portugal e funcionam em regime de oligopólio. As suas ofertas são praticamente decalcadas entre si e existe muito pouco escolha para o consumidor. Mas, como se não bastasse, os operadores envidam todos os esforços para que haja ainda menos competição entre eles, através da utilização perversa da figura do Período de Fidelização que, na prática, obriga a que o consumidor só tenha verdadeira escolha de dois em dois anos, pois a penalização de uma rescisão antecipada é o pagamento de todo o contrato até ao final do serviço.
Trata-se de condições contratuais claramente abusivas. São abusivas porque um período de fidelização serve para diluir os custos de instalação inicial e não para dar uma renda garantida a um fornecedor, pelo que é inaceitável que a penalização seja o pagamento de todo o serviço não prestado. São abusivas porque os custos de instalação só existem uma vez e o operador coage o cliente a assinar sempre novos períodos de fidelização (às vezes subrepticiamente), mesmo quando não há lugar a novas instalações. São abusivas, por fim, porque não é dada ao cliente uma possibilidade de negociação de tarifas a meio do contrato, caso as condições de mercado se alterem.
Perante tal abuso, o legislador obrigou os operadores a prestarem uma modalidade sem fidelização, mas sem estabelecer tectos aos preços dessa modalidade. Como seria fácil de ver, os operadores limitaram-se a praticar preços absurdos pela instalação, muito acima dos seus custos reais, para assim manterem a opção de não fidelização impraticável. Fazem mesmo pior e praticam depois tarifas mensais mais elevadas, quando a pessoa já suportou do seu bolso os custos de instalação e faria, pois, sentido, que a tarifa mensal fosse mais baixa. Claramente, existe aqui uma política de má-fé para que os pacotes sem fidelização sejam apenas para cumprir a letra da lei, violando o seu espírito.
Assim, penso que deve fazer parte dos planos da Anacom sensibilizar o legislador para este desequilíbrio do mercado e promover um novo regime legal na lei das comunicações em que o mercado volte a funcionar e os operadores não possam dar os seus clientes por garantidos. Os clientes têm de ter a verdadeira opção de mudar de operador sempre que isso for mais vantajoso para si.
Como tal, seria urgente propôr que:
1-Cada operador só pudesse propor um período de fidelização a um cliente, numa instalação, uma única vez, não renovável.
2-O período de fidelização só poderia ser cobrado sempre que fosse efectuada uma nova instalação. Em casas em que a instalação já estivesse feita e o cliente configurasse o seu equipamento, não seria permitido estabelecer período de fidelização.
3-Em caso nenhum, a opção de contrato sem fidelização poderá ter um custo de instalação superior ao custo razoável de instalação de um novo serviço e deverá reflectir esses custos reais.
4-Em caso de resolução contratual durante o período de fidelização, a penalização nunca poderá ser superior ao custo de instalação ou ao benefício que foi concedido ao utilizador pela aceitação do período de fidelização.
Seria depois importante que a Anacom desenvolvesse uma política activa de vigilância das condições contratuais de cada operador, para impedir que as cláusulas abusivas acima citadas pudessem ser de novo praticadas.

Subscrevo-me com elevada estima e consideração,

José Luís Malaquias