

**Paula C. Cabriz**

---

**From:** Paulo J. Fontes  
**Sent:** terça-feira, 15 de Julho de 2008 12:00  
**To:** Paula C. Cabriz  
**Subject:** FW: Linhas de orientação sobre o conteúdo mínimo dos contratos de adesão a serviços de comunicações electrónicas - alterações em consulta  
**Importance:** High  
**Sensitivity:** Confidential  
**Attachments:** Consulta Pública\_Alteração conteúdo Mínimo dos Contratos\_Versão final Não Confidencial.doc; Consulta Pública\_Alteração conteúdo Mínimo dos Contratos\_Versão Final Confidencial.doc

---

**From:** Paulo Valente [mailto:Paulo.Valente@cabovisao.pt]  
**Sent:** sexta-feira, 11 de Julho de 2008 22:59  
**To:** cm\_contratos@anacom.pt  
**Cc:** Paulo Valente  
**Subject:** Linhas de orientação sobre o conteúdo mínimo dos contratos de adesão a serviços de comunicações electrónicas - alterações em consulta  
**Importance:** High  
**Sensitivity:** Confidential

Exmos. Srs.

Junto enviamos a resposta da Cabovisão a Consulta Pública sobre o assunto em epígrafe.

Junto enviamos a versão confidencial e não confidencial.

Com os melhores cumprimentos

Paulo Valente

---

Esta mensagem de E-mail poderá conter informação restrita ou confidencial. Caso a receba por engano agradecemos que nos informe e proceda à eliminação da mesma, sem cópia ou revelação do seu conteúdo ou de ficheiros contidos na mesma a terceiros. This message may contain privileged or confidential information. If you have received it by mistake please let us know and delete the message without copying or disclosing it to any other person.

**CONSULTA PÚBLICA**

**ALTERAÇÃO ÀS LINHAS DE  
ORIENTAÇÃO SOBRE O CONTEÚDO MÍNIMO A INCLUIR NOS  
CONTRATOS PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE  
COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS**

## A - “PERÍODOS DE FIDELIZAÇÃO

### 1 – Questão Prévia

A Cabovisão considera que a acção regulatória no que respeita aos acordos de permanência deve distinguir os celebrados pelos operadores móveis, dos celebrados pelos operadores fixos.

Com efeito, as questões subjacentes aos acordos de permanência são necessariamente distintas, consoante estejamos perante a prestação de serviços móveis ou fixos. A Cabovisão entende que os períodos e preços anunciados, com ou sem acordo de permanência, têm de ter uma relação directa com as características do operador, rede e custos associados, porquanto a fidelização é quantificável, em função da tipologia de rede associada ao serviço, custos constantes de construção, manutenção e instalação do Cliente.

Todo o ciclo associado à prestação e contratação de serviços de comunicações electrónicas, distingue-se em várias vertentes consoante estejamos no âmbito do mercado móvel ou do mercado fixo. A construção e manutenção da rede, instalação de clientes, de uma rede móvel, não envolve custos tão elevados se comparados com os custos de uma rede física, designadamente uma rede HFC. Esta diferença de estrutura tem necessariamente que estar reflectida no conteúdo do acordo de permanência, em absoluta conjugação com a protecção e o bem-estar dos consumidores.

Neste sentido uma operadora que constrói uma rede física como a Cabovisão está, invariavelmente, dependente de um conjunto de factores que decorrem: 1º das barreiras à entrada que antecedem a construção e extensão da rede; 2º das barreiras verticais como seja, passagem dos cabos nas infra-estruturas de telecomunicações dos edifícios - ITED, para proceder à instalação física do Cliente, com todas as despesas associadas (deslocação de técnicos-instaladores, equipamentos e demais custos associados). Invés uma rede móvel não tem instalação física, porquanto são serviços *off-the-shelf* (“pronto para usar”), e conseqüentemente mais baratos e rapidamente disponíveis, que reflectem os custos de produção e aquisição dos equipamentos terminais.

Ao nível do serviço móvel os acordos de permanência estão relacionados com a subsidiação de equipamentos, bloqueamento, preço com e sem operador associado, considerando as características dos aparelhos. As variáveis da subsidiação e do “período de fidelização”, são (i) o preço bloqueado numa operadora ou “livre”, e/ou (ii) nível de preço do equipamento. Eventualmente, estas duas variáveis podem ter uma abordagem isolada ou serem complementares entre a si.

As condições de fidelização de clientes e respectiva atenuação na prestação dos serviços móveis foram, aliás, objecto de preocupação da Autoridade da Concorrência no processo Ccent. n.º 8/2006 – Sonaecom/PT, com compromissos assumidos nesta matéria<sup>1</sup>. Os referidos compromissos verteram, exactamente, sobre a subsidiação dos

---

<sup>1</sup> [http://www.concorrenca.pt/Download/2006\\_08\\_final\\_net.pdf](http://www.concorrenca.pt/Download/2006_08_final_net.pdf) - Ponto 8.2.1.4., parágrafos 2178 e seguintes.

preços na aquisição dos terminais, penalizações e mobilidade dos Clientes entre operadores ( desbloqueio do equipamento).

A Oftel já teve oportunidade de se pronunciar sobre o bloqueamento e subsidiação dos equipamentos terminais na rede móvel<sup>2</sup>, concluindo que não obstante da prática dos operadores móveis nesta matéria ser um obstáculo à mudança de operador, o risco de uma abordagem regulatória pouco intervencionista, não parece ser elevado face à análise realizada pelo referido regulador. Assim, concluiu pelo uso de uma ferramenta mais flexível e facilmente mensurável, que constitui a sensibilização dos consumidores quanto à existência e implicações de subsídios à aquisição de equipamento terminal e /ou bloqueamento, associados a acordos com períodos de permanência mínima.

No âmbito da Anacom, a Cabovisão salienta um seminário realizado em Novembro de 2006, em que foi apresentado o estudo “Subsídios à aquisição de telemóveis: uma investigação empírica”, onde se conclui que “ *a evidência detectada não é reveladora de uma necessidade de intervenção regulatória neste campo*”<sup>3</sup>

Nestes termos, a abordagem ao “período de fidelização” ou períodos mínimos de permanência, reportam ao sub-sector das comunicações móveis, porquanto será neste sub-sector que as cláusulas que estipulam uma duração alargada para esses contratos podem ter potenciais efeitos anti-concorrenciais.

## 2 – Acordos de Permanência

A Cabovisão considera que a “Fidelização do Cliente” é um conceito lato que pode englobar todas as actividades que a empresa desenvolve para conservar ou conquistar novos clientes, que não se esgota no designado “período de fidelização”. Esta preocupação com a fidelização dos clientes, em particular dos melhores, resulta da constatação de que é bastante mais dispendioso conquistar novos Clientes do que conservar aqueles que já se possui e que, provavelmente, apresentam ainda potencial para aumentar o consumo.

[CONFIDENCIAL]

---

<sup>2</sup> Review of SIM-locking policy, 26 de Novembro de 2002, disponível em <http://www.ofcom.org.uk/static/archive/oftel/publications/mobile/2002/sim1102.pdf>

<sup>3</sup> *Handset subsidies – an Empirical Investigation*, Pedro Pita Barros, Universidade Nova de Lisboa, disponível em [http://www.anacom.pt/streaming/sumexect.pdf?categoryId=204162&contentId=413762&field=ATTACHED\\_FILE](http://www.anacom.pt/streaming/sumexect.pdf?categoryId=204162&contentId=413762&field=ATTACHED_FILE)

[CONFIDENCIAL]

[CONFIDENCIAL]

[CONFIDENCIAL]

Este sector é um dos mais exigentes, dinâmico e globalizado, onde o Cliente assume um papel preponderante no modelo de negócio adoptado pela Cabovisão.

[CONFIDENCIAL]

[CONFIDENCIAL]

Nestes termos a Cabovisão procura conjugar e incrementar com eficácia e transparência para os Clientes, um programa de incentivos de fidelização de Clientes ( por exemplo, com descontos, ofertas, qualidade técnica da rede e da instalação, no atendimento, etc ), garantir a satisfação do cliente com a adesão ao serviço, na perspectiva de estabelecer relações de longo prazo, que procurem aumentar a participação do Cliente, responder prontamente às suas necessidades e mantê-los fiéis. E, quanto mais fiéis, maior a vida útil da carteira de Clientes da empresa, menor o custo de recuperação de Clientes e maior valor financeiro agregado à marca.

O objectivo da fidelização, lato senso, é reter os clientes e aumentar o valor dos negócios que eles proporcionam. O que influencia na satisfação dos clientes? Serviços de qualidade, preço percebido como justo, cumprimento de prazos e compromissos assumidos pela empresa, disponibilidade dos serviços, instalação do serviço contratado adequada, atenção no atendimento efectuado, diálogo de compromisso, descontos e

ofertas especiais. [CONFIDENCIAL]

[CONFIDENCIAL]

[CONFIDENCIAL]

[CONFIDENCIAL]

A Cabovisão considera que os conteúdos mínimos a incluir nos contratos de prestação de serviços de comunicações electrónicas que estipulam cláusulas de fidelização indicadas no projecto de decisão da ANACOM, (i) esclarecem os direitos e obrigações assumidas contratualmente; (ii) são uma forma de aumentar a consciencialização do Cliente; (iii) salvaguardam o operador nos casos em que o Cliente rescinde antecipadamente o acordo; (iv) permitem um tratamento igual para todos os clientes independentemente de aderirem ou não a um pacote com acordo de permanência associado, no caso de rescisão antecipada; (v) por consequência, impossibilita o efeito de discriminação de preços.

[CONFIDENCIAL]

[CONFIDENCIAL]

A Cabovisão ressalva, que a alínea i) das linhas de orientação do projecto de decisão, não tem aplicação na tipologia da rede e serviços de comunicações electrónicas prestadas por esta empresa, presumindo-se que tal cláusula respeita aos serviços móveis e à problemática supra descrita, que respeita ao bloqueamento e subsidiação do equipamento terminal do sector móvel.

Entende a Cabovisão que a ser cobrado aos Clientes uma tarifa para o operador desbloquear o equipamento, esta deveria apenas reflectir os custos associados ao desbloqueio, sendo certo que os Clientes deveriam ter a possibilidade de desbloquear o equipamento, a partir do momento em que o valor da subsidiação esteja recuperado.

Ao disporem das informações suficientes no momento da contratação dos serviços, a avaliação do valor gerado pela adesão ao pacote será potencialmente mais esclarecida, com claras vantagens para ambas as partes – Cliente e operador.

### **B – LEI N.º 12/2008, de 26 de Fevereiro**

A Lei n.º 12/2008, fica muito aquém do regime previsto da Lei n.º 5/2004, não sendo mais do que considerações de nível pragmático, nomeadamente no objectivo que se pretende atingir: *manter o nível elevado de protecção dos utentes.*

A Lei n.º 5/2004 ( LCE) resulta da transposição do acervo de Directivas Comunitárias que implicam orientações essenciais comuns a todos os Estados-Membros, que relevam, entre outras, em matéria de defesa dos consumidores no quadro de desenvolvimento das Comunicações Electrónicas e da Sociedade da Informação.

Ademais, a análise continua deste sector a nível da União Europeia, para actualização do respectivo enquadramento regulamentar, traduzida, em última análise, na iniciativa **“i2010 –Uma sociedade da informação europeia para o crescimento e o emprego”**, inserida na estratégia de Lisboa, que tem, entre outras, a prioridade de promover e construir uma sociedade de informação que dê prioridade à melhoria dos serviços públicos e da qualidade de vida, com base na qual o quadro regulamentar das comunicações electrónicas está a ser revisto, permite aferir que o legislador nacional não enriquece os objectivos supracitados com as alterações agora introduzidas.

Invés, as propostas de alteração ao nível da União Europeia adaptam o quadro regulamentar europeu à realidade actual do sector, reforçando certos direitos dos consumidores e dos utilizadores. Dentro da revisão que está a ser ultimada, está a ser considerada a adopção de um instrumento-quadro que abranja as questões comuns à generalidade das relações de consumo, em articulação com directivas sectoriais sujeitas a revisão. A título de exemplo, entre as questões cuja harmonização se considera de maior importância, encontramos o direito à informação, a duração do prazo de reflexão e a forma da notificação da resolução do contrato.

A Cabovisão considera, portanto, que esta alteração legal constitui um retrocesso no processo de garantias de defesa do consumidor de Comunicações Electrónicas, é desadaptada, dispensável e desajustada para o sector em causa, com graves prejuízos

para a operacionalidade das empresas, bem como para o trabalho que tem vindo a ser efectuado por todos os agentes participantes no processo de liberalização do sector.

A Lei n.º 12/2008 justifica-se em sectores cujo processo de liberalização está em fase embrionária, ou cujos monopólios ainda se mantêm, nomeadamente, no serviço de fornecimento de energia eléctrica, água ou gás.

Nesta medida, pretende-se salvaguardar os direitos dos consumidores para situações que não têm precedentes históricos ao nível do sector das Comunicações Electrónicas, como por exemplo, imposição de cobrança de consumos mínimos, cobrança de contadores a título de preço ou aluguer... A própria Lei 12/2008, refere-se expressamente no art.º 8.º, n.º 3 (...) *construção, conservação e manutenção dos sistemas públicos de água, de saneamento e resíduos sólidos (...)*, não fazendo referência a qualquer consumo mínimo referente a actos de construção, conservação ou manutenção de redes de Comunicações Electrónicas.

A periodicidade mensal da facturação é também uma regra desde sempre aplicada no sector das Comunicações Electrónicas, tal não acontecendo com a facturação dos serviços, cuja situação de monopólio se tem estendido no tempo.

A acrescentar a estes factos meramente exemplificativos, se com a Lei n.º 5/2004, o serviço fixo de telefone tinha sido excluído do âmbito de aplicação do Decreto-Lei n.º 195/99 ( que regula a exigência de prestação de cauções pelos prestadores de serviços público essenciais), a Lei n.º 12/2008, coloca novamente a questão da proibição total da exigência de prestação de caução, com excepção das situações *de restabelecimento de fornecimento, na sequência de interrupção decorrente de incumprimento contratual imputável ao consumidor.*

Adianta-se ainda, no preâmbulo do referido Decreto-Lei, o seguinte:

*(...)A Lei n.º 23/96, de 26 de Julho, veio criar no ordenamento jurídico português alguns mecanismos destinados a proteger o utente de serviços públicos essenciais, abrangendo o fornecimento de água, electricidade, gás e **serviço telefónico**.*

*Ficou, deste modo, perfeitamente identificado um mercado com características muito especiais e cujo funcionamento denotava um significativo desequilíbrio em detrimento da posição contratual do consumidor, dado tratar-se da prestação de serviços básicos, universais e essenciais à vida moderna, em que os consumidores não dispõem de poder negocial perante situações muitas vezes identificadas como «monopólios naturais».*

*(...) a presente medida legislativa visa, especialmente, regular a exigência da prestação de cauções, como condição contratual para a ligação domiciliária de serviços públicos essenciais.*

Tal contextualização está desenquadrada do serviço de Comunicações Electrónicas, cujo serviço telefónico está hoje longe do “monopólio natural” existente à data, bem como do actual quadro concorrencial cada vez mais exigente, que não se coaduna com a exigência de prestação de caução como condição de acesso aos serviços.

Para sustentação desde desenquadramento normativo refira-se, também, que em 2 de Abril de 2007, foi publicado o Decreto-Lei n.º 100/2007, que alterando o Decreto-Lei n.º 195/99 , de 8 de Junho, veio impor regras de protecção do consumidor em matéria de

prazos para a devolução de cauções prestadas no âmbito dos contratos de fornecimento de serviços públicos essenciais. Os fornecimentos abrangidos reportam-se a Água, Electricidade e Gás, qualquer que seja a forma de fornecimento e desde que a caução tenha sido exigida como condição contratual para a ligação domiciliária.

A LCE refere que a **extinção do serviço** por não pagamento de facturas só pode ter lugar após pré-aviso adequado, de 8 dias, ao *assinante* – *art.º 52, n.º 4*.

Ambos os diplomas prevêm, portanto, condições para a suspensão de serviços, mas apenas a Lei n.º 5/2004 trata da extinção do serviço, no âmbito dos serviços telefónicos fixos e móveis - Capítulo IV, Secção II.

Por um lado, o prazo de pré-aviso de suspensão é alargado de 8 para 10 dias, a todos os serviços de Comunicações Electrónicas.

Pelo exposto, os serviços de Comunicações Electrónicas, ( indústrias que, reconhecidamente, estão actualmente longe dos monopólios existentes em 1996 ou 1999) estão desenquadrados dos fins da Lei n.º 12/2008, designadamente o seu art.º 10º, constituindo esta um factor de desorientação para todas as entidades envolvidas no processo que tem sido levado a cabo desde a liberalização do sector em 1998.

A Cabovisão, face à entrada em vigor da lei n.º 12/2008 e, ao sentido provável da decisão da ANACOM, mantendo as maiores reservas quanto à necessidade de inclusão dos serviços de Comunicações Electrónicas no âmbito de aplicação daquele diploma, procederá à adopção dos modelos de contratos de adesão ao novo regime e ao *envio aos assinantes de comunicação com a informação das alterações contratuais* decorrentes daquela Lei, nos termos e nos prazos determinados pela ANACOM.