

Exma Senhora
Presidente da
ANACOM

regulamento-contratos@anacom.pt

Data: 13 de março de 2015

N. Refª : PARC-000011-2015

Assunto: Comentários ao projeto de Regulamento sobre a informação Pré-contratual e contratual.

Na sequência do solicitado, junto enviamos os nossos comentários, mantendo-nos ao dispor para quaisquer esclarecimentos adicionais,

Com os meus melhores cumprimentos,

O Secretário-Geral

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Jorge Morgado".

(Jorge Morgado)

I – Comentários na generalidade:

Visa o projeto de regulamento em análise proceder à revisão do regime aplicável ao conteúdo e à forma do contrato, no que concerne à informação pré-contratual e contratual, bem como substituir a divulgação das condições de oferta dos serviços de comunicações eletrónicas por uma ficha de informação simplificada.

Entende (bem) a ANACOM, que a disponibilização obrigatória dessa ficha permitirá uma mais correta formação da vontade dos consumidores na fase de prospeção de mercado e de negociação com as empresas, como aliás, tem sido, desde há muito, o entendimento público desta associação.

Para maior facilidade de compreensão dos comentários e propostas de alteração que, infra, faremos, vejamos quais são as principais reclamações dos consumidores neste sector, percorrendo as diferentes fases do contrato:

1. Da contratação:

A divergência entre as propostas contratuais apresentadas aos consumidores, pelas empresas ou por quem as represente, tanto presencialmente como fora do estabelecimento comercial, e as condições que posteriormente regulam aquela prestação de serviços, facilmente nos leva a concluir que não basta a entrega de um contrato para que o consumidor tenha pleno conhecimento do regime jurídico contratual a que se vinculou.

Com efeito, se por um lado nos diz a experiência que o consumidor nem sempre lê as cláusulas contratuais – quantas vezes de difícil leitura e compreensão -, por outro lado, também é verdade que as empresas, quantas das vezes, não as comunicam, conforme comanda a lei.

Até porque o consumidor interessado, presume de boa-fé que as condições contratuais que lhe são verbalmente apresentadas correspondem integralmente aquelas constantes do contrato que lhe é entregue para que seja por si assinado, o que também não se verifica nalguns casos.

Exatamente por isso, consideramos que a entrega, no momento da celebração do contrato, de uma ficha de informação simplificada de fácil leitura, que contenha os elementos essenciais do contrato, constitui um instrumento útil, que permite um maior conhecimento, pelo consumidor, das condições particulares do serviço contratado e poderá evitar discrepâncias, pelas empresas, entre as propostas verbalmente apresentadas e aquelas que posteriormente serão efetivamente prestadas, com isso prevenindo-se algumas práticas comerciais desleais no sector.

2. Da vigência:

O conhecimento efetivo das condições contratuais, pelo consumidor, não recai apenas nas fases de prospeção de mercado e de negociação com as empresas, pelo que deve a fase de renegociação dos contratos em vigor, merecer o mesmo cuidado, na medida em que as empresas mediante propostas de alteração e/ou contratação de serviços ou ainda alegados descontos impõem ao consumidor a sua vinculação a um novo período de fidelização, sem que se consiga identificar, nalguns casos, uma vantagem económica. Muito embora essa condição contratual – início de um novo período de fidelização – seja essencial para a formação da vontade de contratar do consumidor, não é, nalguns casos, todavia comunicada.

Entendemos que esta ausência de informação clara e transparente na sequência de renegociações contratuais, tem concorrido para uma inexistente mobilidade do consumidor, com isso pondo em causa a concorrência no sector.

Diz-nos a experiência adquirida na análise e acompanhamento das reclamações no sector das telecomunicações, que perante omissões enganosas das empresas, o

consumidor, desconhecedor dos seus direitos, acaba por conformar-se com a vinculação a um alegado novo período de fidelização, sendo certo que o ónus da prova relativamente à comunicação das condições contratuais dos serviços renegociados corre por banda das empresas.

Por estas razões, entendemos que, também esta fase relativa à vigência do contrato, é merecedora de um reforço da proteção do consumidor através da entrega daquela ficha.

3. Cessação:

Em 2012 a ANACOM, por deliberação de 9 de março de 2012, aprovou a decisão final sobre os procedimentos exigíveis para a cessação de contratos, por iniciativa dos assinantes, relativos à oferta de redes públicas ou serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público. Pretendeu-se com essa deliberação uniformizar os requisitos necessários para a cessação do contrato, nomeadamente o exercício, pelo consumidor, do direito de denúncia ou de resolução.

No entanto, verificamos que os procedimentos estabelecidos na deliberação são, nalguns casos, incumpridos pelas empresas porque:

- a) Limitam os meios de comunicação da declaração de denúncia (ponto 2.3.1 alínea a) e b);
- b) Não confirmam a denúncia do contrato com efeitos à data da recepção da declaração (ponto 2.4.1);
- c) Desrespeitam os prazos estabelecidos na deliberação quanto à solicitação dos elementos em falta, bem como a forma e conteúdo da comunicação de solicitação (ponto 2.4.2, ponto 2.4.3 e ponto 2.4.4);
- d) Afastam o efeito jurídico decorrente do incumprimento dos prazos referidos nos pontos 2.4.1 e 2.4.2 (ponto 2.4.7).

Constatamos que, não só os consumidores não são devidamente informados a cerca dos procedimentos e requisitos necessários para cessar o contrato, como a deliberação não é cumprida pelas empresas, tornando o mero exercício de um direito um ato moroso, dispendioso e complexo, uma das razões que conduziu à deliberação da decisão, não podendo deixar-se de concluir que os obstáculos criados pelas empresas, pelo não cumprimento da deliberação, têm como único propósito protelar um contrato que o consumidor expressamente manifestou vontade em fazer cessar, com isso prolongando-se no tempo novos ciclos de faturação, em prejuízo daquele.

Pelo que, as nossas preocupações relativas aos procedimentos exigíveis para a cessação do contrato mantêm-se atuais. E não se diga que os procedimentos e requisitos impostos pelas empresas para a cessação são essenciais para a segurança jurídica do contrato, e por conseguinte do comércio, pois às empresas não se lhes oferece qualquer preocupação a celebração e renegociação de contratos por telefone, não havendo, nalguns casos, qualquer confirmação da identidade do consumidor.

Andou bem a deliberação da ANACOM quando referia que são inúmeras as situações em que aquelas empresas fazem depender a cessação dos contratos da realização de procedimentos complexos, desproporcionados e onerosos e da apresentação de documentos que não têm paralelo com os que antes foram exigidos para a contratação. Infelizmente, pena foi que tal deliberação não supriu as ineficiências do mercado relativas ao exercício de denúncia e resolução do contrato, o que nos leva a considerar a criação de um mecanismo de cessação sem prejuízo para o consumidor.

Ainda relativamente à cessação é de salientar que no âmbito da celebração do contrato fora do estabelecimento comercial, as empresas que exigem o cumprimento dos procedimentos e requisitos são, curiosamente, as mesmas que, através daqueles que as representam, se oferecem para denunciar ou resolver

contratos pelo consumidor, bem sabendo que não estão mandatados para o efeito. Tudo para que o consumidor imediatamente se vincule a um novo contrato.

Ou seja por um lado as empresas perante uma declaração de cessação do contrato pelo consumidor dificultam o seu efeito jurídico. Por outro, essas mesmas empresas perante a possibilidade de celebrar um novo contrato com um consumidor, desconsideram os procedimentos para a cessação que este deverá respeitar perante a empresa concorrente que lhe presta o serviço.

Estas práticas (comerciais desleais, porque induzem o consumidor em erro quanto aos procedimentos que este deve respeitar para cessar um contrato) são comuns no sector e têm causado sérios prejuízos económicos ao consumidor, porquanto esse mesmo consumidor que celebra um novo contrato, e conseqüentemente se obriga a pagar as respetivas prestações mensais, desconhece que o contrato anterior que vinha mantendo com uma operadora distinta, também se encontra em vigor, porque não foi denunciado ou resolvido.

Ora, nestes casos o consumidor encontra-se obrigado a proceder ao pagamento de prestações mensais a duas empresas distintas relativo, na maioria dos casos, a serviços idênticos, senão iguais. Esta dupla faturação, como supra referido e ora se reafirma, causa sérios danos económicos ao consumidor, como tantas vezes denunciado publicamente por esta associação, porquanto as ofertas das empresas incluem, na generalidade dos casos, três, quatro ou até cinco serviços de comunicações, p.e., internet, televisão por cabo, telefone fixo e telefone móvel, encarecendo o valor das prestações mensais.

Neste sentido, entendemos que a obrigatoriedade da entrega da ficha de informação simplificada poderá contribuir para uma redução das práticas comerciais desleais praticadas pelas empresas.

4. Ficha de informação simplificada:

- a) Terminologia: A DECO teve já oportunidade de manifestar a sua concordância com a adoção de uma terminologia comum no âmbito da informação pré-contratual, permitindo ao consumidor estar familiarizado com os conceitos e definições utilizados por todas as empresas e, por conseguinte ter um maior conhecimento do objeto do contrato e regime contratual aplicável.
- b) Unificação: Concordamos com a adoção de um modelo único de apresentação da ficha de informação simplificada, pois só dessa forma este instrumento possibilitará a comparação das condições dos serviços propostos por cada empresa, que é um dos objetivos assumidos da proposta.
- c) Informação pré-contratual - vinculação: Reiteramos a nossa preocupação relativamente à redação do artigo 4.º, n.º 3 do Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de Fevereiro que prevê que as informações pré-contratuais integrem o contrato celebrado à distância ou fora do estabelecimento comercial, não podendo o respetivo conteúdo ser alterado, salvo acordo expresso das partes em contrário anterior à celebração do contrato. Neste ponto, reaceamos que as empresas possam utilizar esta ficha para vincular os consumidores a condições e serviços que não tenham tido qualquer correspondência com as condições negociadas ou renegociadas verbalmente.
- d) Informação pré-contratual - conteúdo: Não sendo incompatível com os requisitos estabelecidos na Lei das Comunicações Eletrónicas, defendemos que a ficha de informação normalizada não deve ser um repositório para as condições gerais e específicas do contrato. Deve ser de fácil leitura, compreensão e ter carácter eminentemente prático, permitindo ao consumidor uma esclarecida formação da vontade de contratar ou não os serviços propostos.

II – Comentários na especialidade:

Artigo 2.º - Ficha de informação simplificada

Relativamente ao n.º 1, as empresas que oferecem redes de comunicações públicas ou serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público devem igualmente integrar no contrato esta ficha de informação simplificada (FIS). Desta forma consideramos que é necessário acrescentar uma alínea c) que refira que as empresas devem disponibilizar a FIS com o contrato, sem que seja necessário um pedido expresso do utilizador final, sempre que a empresa não o tenha feito antes e, mesmo que o tenha feito, sempre que se verifiquem alterações em qualquer das condições ou preços no espaço de tempo decorrido entre a entrega da FIS e a contratação efetiva do serviço. Com efeito, no próprio artigo 3.º é referido que a FIS integra o contrato, pelo que essa referência deverá constar também logo neste primeiro ponto.

Já quanto ao n.º 2 desta norma, questionamos o que se entende por proposta padronizada? No nosso entender, este termo pode originar interpretações diferenciadas por parte das empresas. A FIS deve ser disponibilizada para todas as propostas e ofertas em vigor de serviços de comunicações pós-pagos ou pré-pagos (quer as que estão atualmente disponíveis para subscrição, quer as que já foram subscritas pelo utilizador final e continuam ativas).

De facto, este aspeto é relevante, uma vez que a FIS é um instrumento importante de transparência e comparação de ofertas. Nenhum utilizador final pode efetuar uma comparação eficaz do seu serviço com os serviços disponíveis para subscrição, se não tiver à sua disposição as duas FIS respetivas.

No n.º 4 b), além de garantida a possibilidade de impressão, é importante que fique claro que é possível descarregar a informação e guardá-la (*save as...*) em formato durável.

Artigo 3.º - Entrega da ficha de informação simplificada

Propomos que se retire na redação deste artigo a disposição do n.º 1, 1.ª parte que salvaguarda a aplicação do artigo 6.º do projeto de regulamento, uma vez que, tanto no artigo 4.º como no artigo 6.º, propomos o aditamento de um novo número para remissão ao artigo 3.º.

Propomos ainda o aditamento de um n.º 3 ao presente artigo relativo ao ónus da prova de entrega da ficha de informação simplificada.

Finalmente, propomos o aditamento de um n.º 4 ao presente artigo relativo à consequência jurídica da falta de entrega da ficha de informação normalizada.

Assim:

1 - A empresa, ou quem a represente, deve entregar ao interessado, antes da celebração do contrato, a ficha de informação simplificada prevista no artigo 2.º, incluindo já todas as condições particulares que lhe são concretamente propostas, em papel ou, se o interessado concordar, noutro suporte duradouro.

2 - ...

3 – Compete à empresa provar que procedeu à entrega da ficha de informação simplificada com as condições particulares concretamente propostas.

4 – Em caso de falta de entrega da ficha de informação simplificada, o interessado ou assinante poderá resolver o contrato a todo o tempo sem quaisquer encargos, penalizações ou contrapartidas.

Artigo 4.º - Disponibilização da ficha de informação simplificada na vigência do contrato

Seria desejável que este artigo contemplasse também a contratação sem identificação do assinante, sempre que o operador tenha à sua disposição pelo menos um contacto associado ao serviço que está a fornecer (telemóvel ou e-mail ou utilizador que se tenha registado posteriormente na área de cliente/ sistema de validação do utilizador). A disponibilização de uma versão atualizada da FIS deve ser facultada a todos os clientes de serviços ativos pós-pagos e pré-pagos.

Propomos a alteração da redação do n.º 1 do presente artigo, substituindo a referência ao artigo 3.º, por “no artigo anterior”, na medida em que propomos essa referência aditando um novo número – 5 – ao presente artigo, para remissão ao artigo 3.º

Propomos a estipulação de um prazo máximo de 3 dias para entrega ou disponibilização da ficha de informação simplificada nas alíneas a) e b). Entendemos que só estabelecendo este prazo será possível ao consumidor estar munido da informação a tempo de comparar as ofertas e tomar uma decisão de contratar ou não determinado serviço.

Propomos que se retire da redação do n.º 3 os termos “ou tácito”, na medida em que um sistema de validação do utilizador que seja utilizado para a celebração ou modificação do contrato terá necessariamente de ter o acordo expresso do consumidor.

No nº1, alínea c) deve ser eliminada a possibilidade de ser entregue uma versão atualizada da FIS no prazo de cinco dias, independentemente da referência à necessidade do acordo expresso do assinante. Consideramos que, sempre que se verifiquem quaisquer alterações contratuais, a versão atualizada deve ser sempre entregue em momento prévio a essas alterações. É necessário definir também esse “momento prévio”, remetendo para a Lei das Comunicações Eletrónicas sempre que

a alteração for da iniciativa da empresa (antecedência mínima de um mês). Se a alteração resultar de uma iniciativa do assinante (contacto expresso para solicitar alterações ao serviço contratado), o prazo poderá ser mais curto conforme a data de entrada em vigor das alterações acordadas. Pretende-se, assim, minimizar a possibilidade de equívocos no entendimento sobre as alterações ao serviço prestado.

Assim:

1 - Durante a vigência do contrato, a empresa deve entregar ao assinante uma versão atualizada da ficha de informação simplificada entregue ao abrigo do disposto no artigo anterior, em papel ou, se o assinante concordar, noutra suporte duradouro, nos seguintes casos:

- a) Sempre que o assinante o solicite, no prazo nunca superior a três dias;
- b) Em momento prévio à alteração contratual, no prazo nunca superior a três dias, da qual resulte a fixação de um período contratual mínimo; ou
- c) Em momento prévio à alteração contratual, no prazo nunca inferior a trinta dias, sempre que de uma alteração contratual resulte a alteração dos serviços contratados, do plano tarifário, dos níveis de qualidade mínima dos serviços ou da duração do contrato.

2 - ...

3 - Para efeitos do disposto no número anterior, entende-se por «sistema de validação do utilizador» qualquer procedimento de confirmação da identidade do assinante, por parte da empresa, nomeadamente através de senhas de acesso ou da indicação de dados de identificação que, com o acordo expresso deste, seja utilizado para a celebração ou modificação do contrato.

4 - ...

5 - É aplicável, com as necessárias adaptações, o disposto no artigo 3.º

Artigo 6.º - Contratação à distância ou fora do estabelecimento comercial

No nº1 b), consideramos, tal como referido nos pontos anteriores, que a entrega da FIS deve ser entregue sempre que possível antes da celebração do contrato (contratação do serviço/ alteração ao serviço) ou, no limite, no momento de

celebração do contrato (contratação do serviço/ alteração ao serviço), quando não seja possível fazê-lo antes.

Propomos ainda o aditamento de um n.º3:

3 – É aplicável à contratação à distância ou fora do estabelecimento comercial o disposto no artigo 3.º.

Artigo 7.º - Contratação sem identificação do assinante

Propomos uma nova redação para o número 2 deste artigo, por entendermos que mesmo nas situações de contratação sem identificação do assinante, é sempre possível e necessária a entrega da ficha de informação normalizada. Assim:

2 - A ficha de informação simplificada correspondente à oferta e prevista no n.º 1 do artigo 2.º deve ser incluída dentro da embalagem.

Além disso, a contratação sem identificação do assinante não se esgota na aquisição de embalagens ou de invólucros. No caso das alterações nos serviços móveis pré-pagos recarregáveis, por exemplo, é possível alterar planos tarifários através de números de atendimento automático, sem que o assinante seja necessariamente identificado (sendo que é o cartão/número que é identificado).

Nestes casos (ou outros semelhantes) sempre que se verifique uma alteração no serviço contratado, a FIS deve ser entregue logo após o pedido de alteração através do envio de uma sms (por exemplo) que indique o local onde a mesma pode ser descarregada em formato eletrónico e, em caso de impossibilidade de acesso ao documento em formato eletrónico, acedida em formato papel.

Artigo 8.º Glossário

Este artigo suscita-nos a questão de saber em que momento vai ser aprovado o glossário de terminologia comum e onde será publicado?

Artigo 11.º- Prestação de informação ao ICP-ANACOM

Consideramos importantes os n.ºs 1 e 2. Neste âmbito, gostaríamos que fosse contemplada também a disponibilização ao público, no Portal do Consumidor, das FIS remetidas pelas empresas ao regulador.

Artigo 12.º- Disposições finais e transitórias

Consideramos importante que, no nº2, se garanta que todos os contratos em vigor (serviços de comunicações ativos) são abrangidos pelo presente regulamento e não apenas os contratos celebrados ou alterados em data igual ou posterior à data da sua entrada em vigor. Compreendemos que é um trabalho acrescido para as empresas, mas é algo fundamental para que este instrumento (FIS) sirva o seu propósito e contribua para uma maior transparência e comparabilidade das ofertas no mercado. Sem a FIS correspondente ao serviço que o consumidor contratou (e que continua ativo!), será muito mais difícil fazer uma comparação do seu atual serviço com as ofertas disponíveis para contratação.

Por natureza, a FIS é obrigatória, pelo que deveria existir também um artigo onde estivessem definidas as consequências da não entrega da mesma por parte da empresa e os direitos do consumidor nesses casos, ainda que remetendo para cláusulas de incumprimento da obrigação de informação na Lei das Comunicações Eletrónicas.

Seria desejável aproveitar este momento para uma reflexão sobre a informação relevante que deveria constar também da fatura: é o caso do período de fidelização que o cliente tem por cumprir e do custo associado à rescisão do contrato em cada momento, por se tratarem de informações importantes para a promoção da mobilidade no sector das comunicações e de valores que não são fixos ao longo de todo o contrato.

III – ANEXO I

Ficha de informação simplificada

1. Modelo da ficha de informação simplificada

O nome da oferta deve ser único e inequívoco, isto é, deve estar claramente identificada a versão do pacote/ oferta a que a FIS se refere.

Não devem ser, portanto, permitidos nomes genéricos como M50, NOS Cinco ou Vodafone RED, por exemplo, dado que existem várias versões do mesmo “produto” em comercialização. O regulador deve estar atento a aspetos que não são tratados como ofertas distintas e que representam, na realidade, ofertas distintas como acontece, por exemplo, com as versões com box (equipamentos a, b, c...) e sem box do mesmo serviço. Estas “versões” apresentam funcionalidades e preços distintos e que não estão devidamente individualizadas nas ofertas dos operadores.

Se é garantido que a ficha de informação simplificada atualizada é sempre fornecida ao consumidor ou utilizador final, quer seja previamente ou no momento da primeira contratação do serviço, quer quando se verifica uma alteração, não deverá ser necessária esta indicação no cabeçalho “Para obter uma ficha de informação simplificada atualizada, contacte...”. No caso das ofertas alternativas no mercado, para efeitos de comparação, devem circular sempre as FIS atualizadas (disponíveis online, entregues na loja, entregues por vendedores porta-a-porta, etc.).

A FIS que é fornecida em qualquer das situações tem necessariamente que ser sempre a mais atualizada e válida no momento em que é entregue. A data da FIS deve ser a data em que a mesma é entregue ao consumidor/ utilizador final, à semelhança do que acontece nas FIN das Instituições de Crédito. Quando integrada no contrato, a data de entrega da FIS deve ser a mesma da contratação do serviço.

Além desta data, terá que constar também a data da última atualização das condições. A existência de, pelo menos, estas duas datas (data de entrega da FIS e data de atualização da FIS) é fundamental para que seja possível verificar se o utilizador final teve sempre acesso à FIS mais atualizada que estava disponível. A data de validade da proposta poderá ser preenchida ou não, conforme seja possível indicar ou não um prazo de validade das condições pré-determinado.

FICHA DE INFORMAÇÃO SIMPLIFICADA	
[nome do operador]	
[nome da oferta - único, identificação inequívoca da versão do pacote/ oferta]	
<input type="checkbox"/> Data da última atualização [inserir data] <i>(com indicação se é aplicável apenas a novos contratos ou se é também aplicável a contratos anteriores que continuem em vigor)</i>	Contrato de adesão n.º <i>[incluir referência única prevista no item ii) da alínea b) do n.º 2 do artigo 11.º do presente regulamento]</i>
<input type="checkbox"/> Data de entrega da FIS [inserir data]	<i>[Outras referências a concretizar pela empresa, limitadas ao mínimo essencial à manutenção do processo de negociação e da relação contratual]</i>
<input type="checkbox"/> Proposta válida até [inserir data] <i>(preencher apenas se existe um prazo de validade determinado à partida)</i>	

Consideramos que é necessário um campo inicial que identifique claramente quais os serviços que compõem a oferta a que se refere a FIS:

SERVIÇOS QUE COMPÕEM A OFERTA				
TV POR SUBSCRIÇÃO <input type="checkbox"/>	INTERNET FIXA <input type="checkbox"/>	TELEFONE FIXO <input type="checkbox"/>	INTERNET MÓVEL/ INTERNET NO TELEMÓVEL <input type="checkbox"/>	TELEMÓVEL <input type="checkbox"/>

Relativamente à secção “Serviços e Preços”, a forma como a informação está estruturada na proposta vai tornar difícil a comparabilidade entre ofertas. É necessário um esforço adicional de estruturação para situar concretamente os vários campos na FIS. Tal como referimos em resposta à primeira consulta sobre as Opções no âmbito da revisão da deliberação relativa às linhas de orientação sobre o conteúdo mínimo a incluir nos contratos para a prestação dos serviços de comunicações eletrónicas, entendemos que esta secção deve ser subdividida de forma a acomodar as características dos serviços de comunicações eletrónicas contratados (individualmente ou em pacote).

Nas características devem constar apenas as que estão incluídas no pacote ou oferta individual e não características que possam ser acrescentadas mas que tenham um custo adicional. Estas últimas devem ser remetidas para um anexo.

Devem ainda ser retiradas, nos pontos 2, alínea b) e 3 alínea a), a expressão “ainda que por remissão direta para outro suporte informático”.

CARACTERÍSTICAS DO(S) SERVIÇO(S)	
TV (se aplicável) <i>[Detalhe dos canais incluídos na oferta em anexo (ANEXO I)]</i>	Tecnologia Nº de canais de TV efetivos <i>(sem repetições de canais motivadas por diferenças de definição, idioma ou outra semelhante)</i> . Dos quais: indicar nº de canais HD Nº de canais de rádio/ Nº de canais de conteúdos específicos (Karaoke,...) Gravações automáticas/ flashback e restart TV TV no tablet, PC e smartphone <i>(descrição da app, sistemas operativos suportados)</i> Conteúdos de videoclube incluídos (se aplicável) Outras funcionalidades incluídas <i>(redes sociais na TV, partilha de conteúdos na TV, etc.)</i> Equipamentos incluídos <i>(com indicação do espaço de gravação disponível com a box TV)</i> Limitações/ restrições <i>(alteração de canais, nº máximo de decodificadores etc.)</i>
Internet fixa (se aplicável)	Tecnologia Velocidade de Upload <i>(anunciada, média e garantida)</i> Velocidade de Download <i>(anunciada, média e garantida)</i> Tráfego incluído <i>(nacional/ internacional, caso seja feita distinção)</i> Outras funcionalidades incluídas <i>(Antivírus, Cloud, etc.)</i> Equipamentos incluídos Limitações/ restrições <i>(velocidade, tráfego etc.)</i>
Internet móvel/ Internet no telemóvel (se aplicável) <i>[Distinguir entre PC/ tablet vs telemóvel se a empresa tem serviços e tarifários diferentes]</i>	Tecnologia Velocidade de Upload <i>(anunciada, média e garantida)</i> Velocidade de Download <i>(anunciada, média e garantida)</i> Tráfego incluído <i>(nacional/ internacional, caso seja feita distinção)</i> Outras funcionalidades incluídas <i>(Antivírus, Cloud, etc.)</i> Equipamentos incluídos Limitações/ restrições <i>(velocidade, tráfego etc.)</i>
Telefone fixo (se aplicável)	Tecnologia Comunicações incluídas <i>(para números ou redes específicas, nacionais/ internacionais)</i> Outras funcionalidades incluídas <i>(Voice mail, etc.)</i> Equipamentos incluídos Limitações/ restrições <i>(ao tipo, ao volume ou à capacidade das comunicações abrangidas pelo tarifário ou outras restrições)</i>
Telemóvel (se aplicável)	Tecnologia Comunicações incluídas <i>(para números ou redes específicas, nacionais/ internacionais)</i> Outras funcionalidades incluídas <i>(Cloud, Música, Apps sem consumo de tráfego etc.)</i> Equipamentos incluídos Limitações/ restrições <i>(ao tipo, ao volume, à capacidade das comunicações abrangidas pelo tarifário ou outras restrições como condições de utilização do serviço em caso de insuficiência de saldo/ mensalidade ou inatividade do cartão)</i>

Será necessário ponderar bem a forma como deve estar organizada a informação de preços: totalmente separada num ponto individual ou junto à descrição de cada circunstância que gera um acréscimo de custo, para não estar a repetir elementos. A

informação num ponto à parte tem, porém, a vantagem de estar mais destacada e contribuir para a transparência.

Sempre que existam pagamentos fixos mínimos periódicos deve ser apresentado o custo total do contrato e um plano de pagamentos. Os preços indicados devem ser sempre os preços que vão ser efetivamente pagos pelo consumidor, nos vários momentos do tempo de contrato (caso existam variações), sendo as condições das promoções aplicadas explicadas num ponto específico.

PREÇOS	
<i>[Plano tarifário aplicável aos serviços, às funcionalidades associadas e, quando aplicável, aos equipamentos fornecidos, discriminando o conteúdo e o valor de cada elemento do preço e de qualquer encargo adicional]</i>	
Custos fixos do serviço para o período mínimo contratado:	_____ Eur. (TOTAL a pagar pelo consumidor)
Preço a pagar pelo consumidor	
Instalação do serviço	_____ Eur.
Ativação do serviço	_____ Eur.
Custo fixo periódico	_____ Eur./ mês (mensalidade ou custo fixo por dia/ semana)
Carregamentos mínimos de saldo	_____ Eur./ mês (ou dia ou semana)
Custos fixos com equipamentos (por equipamento)	_____ Eur. ou _____ Eur./ mês
Outros custos fixos	_____ Eur. ou _____ Eur./ mês

Plano de pagamentos mensais

[custo fixo total por mês, incluindo todos os custos mensais associados às características descritas na oferta com promoções incluídas - por exemplo, custos com a BOX HD DVR ou outro tipo; custos iniciais com a instalação e ativação do serviço etc.]

Mês 1	Mês 5	Mês 9	Mês 13	Mês 17	Mês 21
Mês 2	Mês 6	Mês 10	Mês 14	Mês 18	Mês 22
Mês 3	Mês 7	Mês 11	Mês 15	Mês 19	Mês 23
Mês 4	Mês 8	Mês 12	Mês 16	Mês 20	Mês 24

Preços por tipo de comunicação

Chamadas	SMS	MMS	Videochamadas	Dados (MB)
Grupos específicos (se aplicável)				
Mesma rede (se aplicável)				
Outras redes (se aplicável)				

Os preços das comunicações internacionais e os preços em itinerância (roaming) devem ser remetidos para um anexo (ANEXO II);

Preços das comunicações não abrangidas

No caso de limitações ao tipo, ao volume ou à capacidade das comunicações abrangidas pelo plano tarifário aplicável, os preços das comunicações não abrangidas;

Videoclube/ Video-on-Demand (se aplicável)

[preço mínimo - preço máximo]

Detalhes das promoções, atribuição de descontos e de créditos

Condições de atribuição de descontos e de créditos normais e, quando existam promoções, identificação do valor da promoção, de uma forma discriminada, dos preços promocionais, dos seus períodos de vigência, dos serviços, funcionalidades e equipamentos abrangidos nas promoções e dos respetivos preços pós-promocionais, ainda que por remissão, se aplicável, para a informação constante do campo "Período de fidelização";

Outros preços aplicáveis

- a) Outros preços ou encargos relativos ao acesso, à utilização e à manutenção do serviço, incluindo o custo de mudar de tarifário.
- b) Quaisquer sistemas tarifários especiais ou específicos, ainda que por remissão para o ANEXO II;
- c) Preços de serviços ou produtos adicionais/ opcionais, ainda que por remissão para o ANEXO III

Em cada tipo de comunicação deve ser sempre feita a referência ao regime de taxação aplicado.

[ao minuto, de 10 em 10 segundos após o 1º minuto, por MB, de 100 em 100 KB, etc.]

Caso seja aplicável, devem ser indicados os horários diferenciados por tipo de comunicação e os respectivos preços e condições.

As informações relevantes que não estejam relacionadas com as características do serviço e preços devem estar devidamente destacadas:

COBERTURA GEOGRÁFICA <i>[Informação sobre a disponibilidade ou a área geográfica de cobertura dos serviços, ainda que por remissão direta para outro suporte informativo]</i>
DESBLOQUEAMENTO DE EQUIPAMENTOS <i>[Restrições impostas à utilização de equipamentos terminais fornecidos, incluindo informação sobre o seu eventual bloqueamento, os preços e as condições do seu desbloqueamento e os preços do equipamento bloqueado e desbloqueado, nos termos previstos no Decreto-Lei n.º 56/2010, de 1 de junho]</i>
PORTABILIDADE DE NÚMEROS <i>[Descrição sumária do processo de portabilidade e encargos envolvidos com a portabilidade dos números, incluindo os preços aplicáveis]</i>
OUTRAS CONDIÇÕES <i>[Condições de acesso e utilização dos serviços, outras funcionalidades e outras limitações ao serviço/ tarifário que não tenham sido referidas nos pontos anteriores]</i>
MODALIDADES DE PAGAMENTO E FATURAÇÃO Débito Direto Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Fatura eletrónica Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>
ACESSO AOS SERVIÇOS DE EMERGÊNCIA <i>[Condições de acesso aos serviços de emergência]</i>

A inclusão de uma remissão para o COM.escolha não nos parece necessária por não ser a única ferramenta de comparação de ofertas disponível para o consumidor e por não existir nenhum processo de certificação que permita validar essas ferramentas e avaliá-las do ponto de vista da utilidade para o consumidor/ utilizador final.

Tal como nos restantes pontos, a informação de qualidade de serviço deve estar organizada por serviço, com a mesma ordem adoptada para as características do serviço e preços.

QUALIDADE DE SERVIÇO (por serviço, seguindo a ordem TV, Internet Fixa, Internet Móvel, Telefone Fixo, Telemóvel)	
Níveis de qualidade mínima	Tempo necessário para a ligação inicial [inserir nível] <i>[Outros parâmetros de qualidade de serviço em relação aos quais a empresa]</i> [inserir níveis]
Indemnizações e reembolsos	<i>[Sistemas de indemnização ou de reembolso dos assinantes, legal ou contratualmente aplicáveis, e informações específicas sobre as respetivas modalidades, quando existentes, nomeadamente as compensações devidas por irregularidades no processo de portabilidade dos números]</i>
Outros níveis de qualidade	<i>[Quaisquer outros níveis de qualidade de serviço oferecidos, incluindo, no caso do serviço de acesso à Internet, a indicação da velocidade máxima oferecida e da velocidade média que a empresa estima poder ser prestada em condições normais de utilização, diferenciando entre o débito em upload e em download e incluindo, quando aplicável, a advertência de que a velocidade não pode ser garantida para toda e qualquer ligação, a qualquer momento, e a indicação dos fatores que a podem condicionar]</i>
Para mais informações acerca da qualidade de serviço [e do desempenho apurado na prestação do serviço universal], <i>[inserir meios de acesso à informação]</i> .	

Nos campos respeitantes à duração, renovação e cessação do contrato/serviço, os custos de rescisão devem estar devidamente identificados em valor. Incluir apenas uma fórmula de cálculo não é claro para o consumidor.

A capacidade de interpretação de fórmulas não é uma característica transversal a todos os consumidores sendo que, objetivamente, o que é necessário conhecer é, em cada momento, o valor que terá que ser pago na sequência de uma rescisão antecipada.

Relativamente às vantagens obtidas, é necessário que as mesmas digam respeito a vantagens efetivamente usufruídas pelo consumidor e que a valorização que é feita das mesmas seja, de alguma forma, auditada. Para que se compreenda esta questão da melhor forma, segue-se o exemplo da valorização que é feita atualmente pela MEO das ofertas dadas ao consumidor em cada pacote, neste caso no pacote M50 Fibra com 2 cartões de telemóvel com 500MB e 5GB de internet móvel:

- € Até €722 em ofertas ⁽⁵⁾
 - 1ª Mensalidade (€81,99)
 - €150 em equipamento na adesão à Fatura Eletrónica e Débito Direto ⁽⁶⁾
 - Até €120 de desconto mediante portabilidade móvel ⁽⁷⁾
 - MEO Music (€240)
 - MEO Jogos
 - Instalação (€80)
 - Ativação (€25)
 - €25 em filmes no MEO VideoClube para adesões online ⁽¹⁾

(1) Oferta de €25 em filmes do MEO VideoClube para utilizar durante 3 meses após ativação do serviço MEO.

(5) Ofertas para 24 meses assumindo adesão à Fatura Eletrónica e Débito Direto e 1 ou 2 cartões de telemóvel.

(6) A utilização do voucher de €150 deverá ser realizada de uma só vez na aquisição de um ou dois equipamentos de valor total superior a €160. Não acumulável com as condições de equipamentos em prestações e outras campanhas em vigor.

(7) Desconto de €5/mês durante 12 meses por número de telemóvel portado (máx. 2 cartões). Sujeito a validação.

Consideramos completamente viciada qualquer identificação e valorização de promoções nestes moldes pelos seguintes motivos:

- 1) Nunca pode ser referido um valor “até x euros”. O que o consumidor precisa de saber é, objetivamente, quais as vantagens de que beneficiou e portanto, numa valorização em euros das mesmas, o valor exato e não um valor “até”;
- 2) As ofertas da instalação, ativação e 1ª mensalidade podem ser consideradas como vantagens efetivamente obtidas (o consumidor que contrate este serviço não vai pagar estes valores), não obstante a discussão que possa gerar-se em torno da valorização das mesmas. Todas as outras ofertas mencionadas, não o são. São vantagens condicionadas pelo uso. Os € 150 em equipamento serão apenas para quem adere à fatura eletrónica e débito direto e vai utilizar este voucher, não sendo uma vantagem para quem não adere à FE/DD ou para quem não precisa de comprar novos equipamentos ou escolhe não o fazer (para não ficar impedido de utilizar outras campanhas; por não pretender adquirir equipamentos de valor superior a €160, etc.). Os € 120 na portabilidade não se aplicam a quem já tem equipamentos MEO, não sendo também claro o que acontece com este valor se a rescisão antecipada ocorrer antes dos 12 meses ao longo dos quais é atribuído o desconto. O consumidor que não utilize o MEO Music (ou que apenas utiliza 1 conta) também não beneficia de uma vantagem de € 240 (o equivalente à oferta do custo de 2 contas neste serviço durante 24 meses valorizado em €4,99 por mês para clientes MEO, por conta). O consumidor que não tenha utilizado os €25 em filmes do MEO VideoClube nos primeiros 3 meses, também não obteve esta vantagem. Seguindo esta ordem de ideias, tudo é possível no rol de “ofertas” ao incluir qualquer tipo de serviços/ produtos e

preços, quer interessem ou não ao consumidor, numa lógica de “se não utilizou, foi porque não quis”.

Os campos onde são identificadas as “vantagens” devem portanto ser rigorosamente validados. No mínimo, devem identificar-se claramente as vantagens que não se aplicam universalmente, mas apenas aos consumidores que fizeram efetivamente uso das mesmas.

A duração do período de fidelização deverá ser atualizada, pela empresa, sempre que o consumidor solicite a ficha de informação simplificada nos termos do artigo 4.º, n.º 1 alínea a). Igualmente, os contactos para proceder à cessação do contrato devem também estar devidamente destacados.

DURAÇÃO, RENOVAÇÃO E CESSAÇÃO DO CONTRATO/ SERVIÇO					
Duração do contrato	[Duração e condições de renovação do contrato]				
Período de fidelização?	Sim <input type="checkbox"/>	Duração: [inserir]			
	Não <input type="checkbox"/>				
	Vantagem concedida	Valor	Duração	Observações	
	Oferta/desconto na instalação	_____ Eur.			
	Oferta/desconto na ativação	_____ Eur.			
	Oferta/desconto no serviço	_____ Eur.			
	Oferta/desconto no equipamento	_____ Eur.			
	Outras vantagens	_____ Eur.			
	TOTAL	_____ Eur.			
	Encargos decorrentes da cessação antecipada: _____ Eur. [custo de rescisão total, caso o valor seja fixo independentemente do momento em que é pedida a rescisão antecipada]				
Encargos decorrentes da cessação antecipada em cada mês do contrato: [custo de rescisão total por mês, caso não seja fixo]					
Mês 1	Mês 5	Mês 9	Mês 13	Mês 17	Mês 21
Mês 2	Mês 6	Mês 10	Mês 14	Mês 18	Mês 22
Mês 3	Mês 7	Mês 11	Mês 15	Mês 19	Mês 23
Mês 4	Mês 8	Mês 12	Mês 16	Mês 20	Mês 24
[Explicação clara de como são obtidos os valores ou fórmula de cálculo]					
Condições de cessação	<p>1. Descrição das condições de denúncia e de resolução do contrato, em conformidade com o disposto na lei e nos n.ºs 1 a 3 da decisão do ICP-ANACOM de 9 de março de 2012, sobre os procedimentos exigíveis para a cessação de contratos, por iniciativa dos assinantes, relativos à oferta de redes públicas ou serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público, incluindo os direitos e obrigações das partes emergentes da cessação do contrato.</p> <p>2. Indicação, quando aplicável, do direito de dispor da portabilidade dos números e das condições em que a mesma pode ser assegurada, nos termos da alínea j) do n.º 3 do artigo 39.º e do artigo 54.º da Lei das Comunicações Eletrónicas e em conformidade com o Regulamento n.º 58/2005, de 18 de agosto]</p>				
Para saber quando termina o seu período de fidelização e confirmar quais os procedimentos para fazer cessar o contrato e os eventuais encargos decorrentes da sua cessação, contacte [inserir número de telefone e endereço de correio eletrónico].					
Para proceder à cessação do contrato contacte [inserir número de telefone e endereço de correio eletrónico].					

No que diz respeito ao campo de resolução de conflitos, concordamos com a informação incluída.

RESOLUÇÃO DE CONFLITOS
Para apresentar uma reclamação, contacte [inserir formas de contacto disponíveis para a apresentação de reclamações].
Em caso de conflito, pode recorrer aos meios de resolução extrajudicial de conflitos, incluindo, consoante o caso, os centros de arbitragem de conflitos de consumo e os julgados de paz, cujos endereços e formas de contacto poderá consultar [inserir].
A [nome da empresa] encontra-se obrigada a aceitar que os conflitos de consumo sejam submetidos, por opção expressa dos assinantes que sejam consumidores, aos centros de arbitragem de conflitos de consumo.

A bem da transparência e correção na informação dada ao consumidor consideramos indispensáveis os seguintes anexos à FIS:

ANEXO I - DISCRIMINAÇÃO DOS CANAIS DE TV INCLUÍDOS NA OFERTA (SE APLICÁVEL)
ANEXO II - PREÇOS E CONDIÇÕES DE COMUNICAÇÕES INTERNACIONAIS, ROAMING E TARIFÁRIOS ESPECIAIS (SE APLICÁVEL)
ANEXO III - PREÇOS E CONDIÇÕES DE SERVIÇOS OU PRODUTOS QUE POSSAM SER ADICIONADOS À OFERTA (POR SERVIÇO)

No caso dos serviços de TV, muitos consumidores optam por um determinado serviço em função de 1 conjunto de canais muito específicos (ou até mesmo de apenas 1 canal, como ocorreu no passado com o caso Benfica TV). Como tal, é fundamental que esteja claro quais os canais que estão ou não incluídos antes da contratação e no momento da contratação, bem como as condições em que podem ou não ser alterados por iniciativa da empresa ou do consumidor.

Ao longo do tempo, a oferta de canais sofre variações e o consumidor deve ter a possibilidade de confirmar o que contratou e comparar com o que existe à data, se assim o entender. A ordem da informação dos canais deve ser a mesma em todas as FIS por motivos de comparabilidade.

As condições e preços aplicáveis às comunicações internacionais, roaming e tarifários especiais (para números 706, por exemplo, entre outros) devem constar também. Embora não sendo de uso corrente para a maior parte dos consumidores, também são alvo de alterações nos preços e condições e é importante que não existam surpresas sempre que é necessário fazer este tipo de comunicações. Por outro lado, há casos em que os preços e condições deste tipo de comunicações também condicionam a escolha do consumidor pelo que é importante garantir a comparabilidade entre as ofertas.

Os preços e condições de aquisição de serviços e produtos que podem ser adicionados mas não fazem parte da oferta por defeito também devem estar devidamente identificados. É o caso de decodificadores adicionais, cartões de telemóvel adicionais, canais adicionais, etc. A ordem seguida para a informação deve respeitar a ordem da informação por serviço adotada no corpo da FIS.

Seria desejável que a organização da informação nestes anexos fosse também harmonizada.

ANEXO II

Conteúdo e forma do contrato

De uma forma geral, aplicam-se também ao conteúdo e forma do contrato as considerações anteriores. Em particular, gostaríamos de reforçar o seguinte:

1. No ponto 3.2. a) ii) não deve haver remissão para outro suporte informativo. A informação detalhada dos canais incluídos deve constar da FIS e do contrato, ainda que em anexo. Ainda neste ponto, na alínea c), devem ser contempladas também as restrições de acesso a outras promoções e à utilização de pontos, bem como qualquer outra restrição associada à aceitação das condições.

2. No ponto 4, respeitante à qualidade de serviço, estão contempladas as informações mínimas sendo que deveria avançar-se no sentido de definir obrigatoriamente níveis mínimos de serviço e respetivas cláusulas de incumprimento, bem como a possibilidade de rescisão sem custos do contrato (mesmo que antecipada) sempre que os níveis mínimos de qualidade não são cumpridos.

3. No ponto 5, gostaríamos de reforçar que os custos fixos mínimos que terão que ser pagos pelo consumidor para que o serviço funcione de acordo com as características anunciadas devem ser claros. Referimo-nos por exemplo, ao custo dos decodificadores. Mesmo tendo a possibilidade de optar entre equipamentos, há inúmeros serviços onde não é possível ter acesso às características anunciadas sem optar por pelo menos um equipamento (box). Indicar como custo mensal do serviço apenas a mensalidade, por exemplo, não é uma informação correta para o consumidor. No ponto 5.2. a) não deve haver remissão para outro suporte informativo. A informação detalhada dos preços das comunicações internacionais e

dos preços em itinerância (roaming) deve constar da FIS e do contrato, ainda que em anexo. O mesmo para a alínea d). Na alínea b) deve incluir-se o custo aplicável às alterações de tarifário.

No que diz respeito à duração, renovação e cessação do contrato/ serviço (ponto 8), os custos de rescisão devem estar devidamente identificados em valor. Incluir apenas uma fórmula de cálculo não é claro para o consumidor. A capacidade de interpretação de fórmulas não é uma característica transversal a todos os consumidores sendo que, objetivamente, o que é necessário conhecer é, em cada momento, o valor que terá que ser pago na sequência de uma rescisão antecipada.

4. Relativamente às vantagens obtidas, é necessário que as mesmas digam respeito a vantagens efetivamente usufruídas pelo consumidor e que a valorização que é feita das mesmas seja, de alguma forma, auditada.

A DECO considera que esta revisão é importante no sentido de promover uma maior transparência no mercado e espera que ocorram melhorias significativas no entendimento das condições das ofertas e dos contratos, bem como na capacidade de comparação das mesmas, contribuindo para uma redução dos conflitos entre as duas partes (empresas e consumidor).