



JUNHO 2016

TMT

REGULAÇÃO DOS PERÍODOS DE FIDELIZAÇÃO NOS CONTRATOS DE COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS

Foi recentemente publicada a Lei n.º 15/2016, de 17 de junho, que vem alterar a Lei das Comunicações Eletrónicas, a fim de regular os contratos sujeitos a um período de fidelização, em particular com o propósito de proteger os consumidores.

Foi recentemente publicada a Lei n.º 15/2016, de 17 de junho, que vem alterar a Lei das Comunicações Eletrónicas, a fim de regular os contratos sujeitos a um período de fidelização, em particular com o propósito de proteger os consumidores.

I. FIDELIZAÇÃO

A fidelização (o período durante o qual o consumidor não pode resolver nem alterar o contrato) só é lícita quanto for acompanhada da atribuição de qualquer vantagem ao consumidor, identificada e quantificada.

II. PRINCIPAIS REGRAS

I. Deveres de informação

As empresas que oferecem redes de comunicações públicas ou serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público são obrigadas a fornecer aos assinantes, a pedido destes ou por indicação da ARN, informações sobre:

- a duração remanescente do contrato, sempre que haja períodos de fidelização,
- os encargos associados à cessação antecipada do contrato por iniciativa do assinante.

As empresas devem:

- no caso de celebração por telefone, conservar a gravação das chamadas telefónicas durante todo o período de vigência acordado (acrescido do correspondente prazo de prescrição e caducidade);
- no caso das vendas presenciais, assegurar (por qualquer meio escrito) que o assinante é convenientemente informado dos períodos de vigência aplicáveis.

A fidelização (o período durante o qual o consumidor não pode resolver nem alterar o contrato) só é lícita quanto for acompanhada da atribuição de qualquer vantagem ao consumidor, identificada e quantificada.

Quando o contrato for celebrado por telefone ou por outro meio de comunicação à distância, o consumidor só fica vinculado depois de assinar a proposta contratual, exceto quando o primeiro contacto telefónico for efetuado pelo próprio consumidor.

Sem esta declaração do consumidor, as empresas não se podem opor à denúncia do contrato pelo assinante nem exigir quaisquer encargos por incumprimento de um período de fidelização.

II. Conteúdo dos contratos

Nos contratos celebrados com consumidores, a duração total do período de fidelização não pode ser superior a 24 meses.

Excepcionalmente, podem estabelecer-se períodos adicionais de fidelização (até ao limite de 24 meses), se as alterações contratuais implicarem a atualização de equipamentos ou da infraestrutura tecnológica, ou se o consumidor aceitar expressamente.

As empresas devem oferecer a possibilidade de celebração de contratos sem qualquer tipo de fidelização.

O encargo correspondente à resolução do contrato por iniciativa do assinante deve ser proporcional à vantagem deste, pelo que não pode corresponder automaticamente à soma do valor das prestações vincendas.

Quando a ARN verifique a manifesta desproporcionalidade das práticas e dos contratos face aos serviços disponibilizados, pode determinar a imediata cessação da utilização das práticas e dos contratos em uso pelas empresas, ou a sua adaptação, sob pena de contra-ordenação muito grave.

III. Regime transitório

A alteração entra em vigor 30 dias após a sua publicação. As empresas devem assegurar o cumprimento das novas obrigações no prazo de 60 dias a contar da data da publicação.

IV. O que mudou?

As empresas passam a ter de prestar informação sobre os serviços que oferecem a quem manifeste intenção de subscrever um contrato de prestação de serviços por elas prestado.

Quando uma empresa pretender alterar as condições do contrato, deve:

- comunicar a proposta ao consumidor, e
- informá-lo do seu direito de, em caso de discordância, resolver o contrato sem encargos adicionais.

No regime anterior, a empresa ficaria porém exonerada desta última comunicação se fosse possível identificar na proposta “uma vantagem objetiva para o assinante”.

Com a nova lei, só fica exonerada do dever se a proposta for exclusiva e objetivamente em benefício dos assinantes.

Excepcionalmente, podem estabelecer-se períodos adicionais de fidelização (até ao limite de 24 meses), se as alterações contratuais implicarem a atualização de equipamentos ou da infraestrutura tecnológica, ou se o consumidor aceitar expressamente.

A presente Nota Informativa destina-se a ser distribuída entre Clientes e Colegas e a informação nela contida é prestada de forma geral e abstracta, não devendo servir de base para qualquer tomada de decisão sem assistência profissional qualificada e dirigida ao caso concreto. O conteúdo desta Nota Informativa não pode ser reproduzido, no seu todo ou em parte, sem a expressa autorização do editor. Caso deseje obter esclarecimentos adicionais sobre este assunto contacte Daniel Reis (daniel.reis@plmj.pt).

Sociedade de Advogados Ibérica do Ano
The Lawyer European Awards, 2015-2012

Sociedade de Advogados Portuguesa do Ano
Who's Who Legal, 2016, 2015, 2011-2006
Chambers European Excellence Awards, 2014, 2012, 2009

Top 5 - Game Changers dos últimos 10 anos
Top 50 - Sociedades de Advogados mais Inovadoras da Europa
Financial Times - Innovative Lawyers Awards, 2015 - 2011