

[REDACTED]

From: [REDACTED]
Sent: 23 de novembro de 2022 15:23
To: zero-rating@anacom.pt
Subject: Ofertas zero-rating

Boa tarde,

Segue abaixo o meu comentário. Obrigado pela iniciativa.

Cumprimentos.
[REDACTED]

Concordo com o sentido provável de decisão da ANACAM de terminar com as ofertas zero-rating e similares (ZR).

A sua existência é negativa para o crescimento de alternativas no espaço digital e são negativas para as escolhas do consumidor.

A forma pouco transparente como são desenhadas são nefastas para o consumidor ao não facilitar a comparação direta entre ofertas comerciais de planos móveis.

Como consumidor pago ao meu fornecedor de telecomunicações (ISP) pelo acesso a zeros e uns, sendo indiferente qual o site/serviço que está por detrás da ligação. Ou seja, o plano de dados deve contemplar um volume de dados, cabendo ao consumidor escolher onde e como gerir esse volume de dados. Com a opção por ZR os ISP estão a criar a ilusão artificial de uma oferta e a cobrar mais por "dados extra" sempre que o volume residual destinado a tráfego geral é esgotado, independente de existir capacidade ou "saldo" nos dados móveis destinados a aplicações (apps) específicas.

Na minha rede de amigos e família conheço a dor de cabeça de pessoas que querem mudar de tarifário e não sabem como comparar, porque não sabem como calcular o tráfego de que precisam. Alguns nem sabem quantificar o tráfego associado a ZR nem quanto dele usufruem.

Pelo exposto, felicito a Anacom pelo fim das ofertas ZR que são negativas para o consumidor, negativas para a concorrência de ISP e negativas para o desenvolvimento ou crescimento de novas plataformas digitais.

Apps de nicho são penalizadas por não serem beneficiadas nas soluções ZR com custos potenciais para a criatividade e desenvolvimento económico reais.
