Contributos Ar Telecom para o Plano de atividades da ANACOM 2019-2021

1. Enquadramento

A Ar Telecom é um prestador de serviços de comunicações eletrónicas com 18 anos de experiência no mercado nacional, com um percurso marcado pela constante evolução do enquadramento tecnológico e do mercado, no qual o impacto da regulação tem sido determinante.

Os pilares estratégicos da Ar Telecom são os investimentos em infraestruturas próprias, um modelo operacional focado na capacidade de resposta aos requisitos do segmento empresarial e uma oferta convergente entre serviços de comunicações eletrónicas e serviços de tecnologia (cloud, serviços geridos e segurança) que proporciona às empresas Portuguesas soluções tecnológicas e modelos de negócio diferenciadores, podendo por isso ter um contributo importante para a sua competitividade.

Apesar de atualmente focada no segmento empresarial, a Ar Telecom tem também uma vasta experiência nos mercados *business to consumer* (b2c), onde atuou durante 11 anos, tendo, portanto, uma visão diferenciada da eficácia e obstáculos da regulação nos mercados *business to business* (b2b) e b2c.

De facto, os principais objetivos da regulação, que são transversais a todos os segmentos de mercado, nem sempre podem ser atingidos com medidas indiferenciadas, já que na nossa opinião, a eficácia das medidas depende essencialmente da natureza do utilizador que se pretende a proteger ou do mercado que pretende dinamizar.

Consideramos por isso ter um contributo importante no âmbito da presente consulta pública, uma vez que, na nossa opinião, a eficácia da regulação no que respeita a consumidores e mercados b2b depende de uma análise e medidas específicas.

O mercado b2b tem tido uma evolução extremamente favorável para o consumidor, evidenciando reduções de custos para as empresas várias ordens de grandeza superiores aos mercados b2c e com uma diversidade de oferta tecnológica também superior. Como agentes económicos neste segmento celebramos este indicador, consequência normal de um mercado saudável. Porém,

nem toda a transferência de valor é de celebrar, já que, à medida que cada vez mais mercados são desregulados, verifica-se o agravamento das condições de concorrência dos operadores b2b de nicho, por falta de acesso a condições grossistas competitivas ou a outras distorções no que respeita à capacidade de sequer ter acesso a certas redes ou funcionalidades.

É por isso que, na nossa opinião, se deve dar início a um novo paradigma de regulação, introduzindo uma figura de mediador, hoje notoriamente ausente, nas relações entre agentes económicos do setor. A ANACOM está numa posição privilegiada para desempenhar este papel, já que tem como missão coadjuvar o Governo em matéria legislativa, podendo, portanto, contribuir, nomeadamente, para colmatar o vazio que existe entre a regulação e a concorrência, que no atual quadro legislativo apenas tem intervenção *ex-post*, o que se pode revelar extemporâneo.

2. Sobre as orientações e objetivos estratégicos

Os três objetivos estratégicos definidos pela ANACOM parecem-nos sensatos e merecem a nossa concordância. Consideramos serem objetivos ambiciosos tendo em conta que não tem sido possível manter uma diversidade suficiente de operadores que garantam os benefícios pretendidos, nomeadamente os de escolha e preço para os consumidores b2c, onde até nas zonas mais favorecidas se mantém o panorama competitivo da obrigatoriedade de escolha entre os três operadores móveis e *quadruple-play*, sem que se mostre viável a entrada de novos *players*, especialmente no mercado móvel.

Consideramos também que os objetivos propostos são claramente influenciados pela visão regulatória tradicional, orientada para a diversidade e condições de usufruto das ofertas, proteção do consumidor e isenção do regulador. Mas é também necessário assegurar que as condições concorrenciais existem para que esses objetivos sejam atingíveis.

É essa aliás a nossa sugestão: a definição de um objetivo estratégico adicional para garantir a diversidade e sustentabilidade dos agentes económicos, nomeadamente dos operadores, como motor de inovação, promoção da competitividade das empresas e garantia de pressão concorrencial contínua sobre os operadores dominantes. Se numa perspetiva b2c esta proposta pode parecer pouco realista, dado ser um mercado cujo principal fator de competitividade e sustentabilidade dos operadores é a escala, é, porém, determinante no segmento b2b, onde o que, a nosso ver, se pretende promover é a capacidade de incubar novas tecnologias, serviços e modelos de negócio.

Consideramos ainda que o mérito das nossas propostas justifica uma reflexão sobre um instrumento que no passado viabilizou a entrada e permanência no mercado do terceiro operador móvel: a discriminação positiva. Senão vejamos:

- As barreiras à entrada no segmento móvel, quer pela dimensão dos investimentos face ao potencial mercado, quer pela incapacidade de introdução de um modelo MVNO sustentável (ao contrário de outros países), limita significativamente o desenvolvimento de oportunidades associadas às tecnologias que dependem de mobilidade, como por exemplo o IoT e o M2M;
- A diminuição de valor no segmento fixo b2b, bem como transferência dos proveitos remanescentes dos operadores especializados para os operadores dominantes, consequência da não regulação de vários inputs grossistas, fragiliza de fortemente a capacidade que o ecossistema tecnológico Português tem para desenvolver oportunidades associadas às tendências da *cloud*, que no essencial carecem de serviços de dados, Internet e *Datacenters*. Sem diversidade e sustentabilidade no segmento de operadores b2b vamos certamente resignar-nos ao sucesso dos *hyperscalers* internacionais.

Não pretendendo apresentar uma dissertação exaustiva sobre este assunto, julgamos evidente que a especificidade do segmento de comunicações eletrónicas b2b é um nicho de mercado com um papel determinante no potencial desenvolvimento económico do país, merecendo por isso um objetivo estratégico específico, bem como a dinamização, por parte da ANACOM, de iniciativas legislativas que garantam a diversidade e sustentabilidade destes operadores.

3. Sobre prioridade das ações propostas pela ANACOM

Consideramos prioritárias as medidas que:

- Contribuam de forma sensível para garantir a sustentabilidade e diversidade dos operadores, como estratégia de prossecução dos restantes objetivos estratégicos para o setor;
- Proporcionem a oportunidade de introduzir o novo paradigma do "regulador/mediador", para garantir *ex-ante* práticas comerciais leais entre os *players* do setor.

Neste sentido elegemos como prioritárias as seguintes ações:

(1) Preparar contributos para a revisão da Lei de Comunicações Eletrónicas, nomeadamente à luz das recomendações da ANACOM apresentadas ao Governo em 2018 quanto ao SU de comunicações eletrónicas e tendo em conta o novo Código de Comunicações Eletrónicas.

Parece-nos importante que a ANACOM aproveite a oportunidade de revisão da LCE para alargar as suas competências e preencher os espaços vazios de intervenção no mercado gerados por incerteza quanto às fronteiras de responsabilidade das instituições, nomeadamente ANACOM/AdC/Governo/ERC e funcionar como um mediador de conflitos, mesmo em matérias que caem fora da interpretação que tem sido feita do que são as suas fronteiras regulatórias.

(5) Analisar os preços da ORAC (oferta de referência de acesso a condutas), da ORAP (oferta de referência de acesso a postes), dos circuitos CAM (Continente-Açores-Madeira) e inter-ilhas e da TDT.

Julgamos que esta é também uma oportunidade relevante para se garantir a diversidade no setor ao nível dos operadores b2b, cujo mercado alvo é, por natureza, de dimensão inferior aos operadores b2c.

Como exemplo, o acesso à Extranet ORAC à informação de condutas e postes deve passar a ser disponibilizado sem custos, tendo em conta não só o que se passa a nível interno na MEO como também os níveis de amortização que os investimentos nesta ferramenta terão já atingido. O modelo de remuneração que existe atualmente e que contempla uma anuidade para cada distrito acessível inviabiliza vários projetos de construção de rede que poderiam avançar se existissem modalidades de utilização mais adequadas ao nível de necessidades de cada operador ou mesmo gratuitas.

(13) Elaborar as normas relevantes de numeração, incluindo a revisão das condições de utilização de números geográficos (e móveis) em nomadismo, as regras de utilização do CLI (calling line identification) e a criação de uma gama específica no PNN para serviços M2M (machine to machine).

O tema da clarificação das regras de utilização da numeração parece-nos da maior urgência e oportunidade para que não haja oportunismo na utilização da numeração para serviços diferentes daqueles para os quais a numeração é atribuída, com as distorções competitivas que essas situações causam, nomeadamente no segmente b2b.

(14) Desenvolver novos indicadores e abordagens integradas aos dados relevantes para o mercado e para a regulação, tal como índices de preços de diversa natureza relativos aos serviços de comunicações eletrónicas.

Parece-nos particularmente útil a criação e divulgação de estatísticas segmentadas para o mercado b2b que evidenciem a realidade deste nicho e ajudem a perceber e corrigir os fatores de insustentabilidade dos operadores b2b não integrados.

4. Outras ações

Na sequência do enquadramento apresentado e da sugestão de alargamento dos objetivos estratégicos para garantir a diversidade e sustentabilidade dos agentes económicos, consideramos pertinente implementar as seguintes ações:

Desenvolver uma metodologia de identificação e implementação de fatores de discriminação positiva que garantam a diversidade e sustentabilidade de agentes económicos sem poder de mercado, como garante da inovação e da concorrência sustentável no setor e da promoção do crescimento do ecossistema tecnológico Português.

À semelhança do que já foi feito no passado, a ANACOM tem um papel muito importante no esclarecimento das entidades públicas quanto ao seu papel dinamizador da concorrência enquanto compradores de serviços de comunicações eletrónicas. Deste modo, a ANACOM sempre defendeu o princípio da contratação por lotes de serviços (fixos e móveis, voz e dados…) e por lotes geográficos de modo a maximizar o número de potenciais candidatos à prestação de cada serviço, garantindo assim o melhor preço e uma melhor gestão dos recursos públicos.

[redacted]

Criar um mecanismo de fiscalização para proteção da concorrência no setor, de natureza preventiva (ex-ante), através da fiscalização de práticas comerciais dos operadores do setor

e em setores de atividade conexos às comunicações eletrónicas, propensos à distorção do direito de livre escolha.

Tendo em conta que a prestação de serviços de comunicações eletrónicas envolve acordos com entidades para além dos *players* diretamente alvo da regulação e que os próprios operadores estão presentes (direta ou indiretamente) em vários elos das cadeias de valor, é importante que a ANACOM renove o seu interesse e legitimidade em perceber e intervir sempre que detete abusos e distorções concorrenciais. Na realidade, parece-nos fundamental que a ANACOM não se limite às análises tradicionais de existência de Poder de Mercado Significativo (PMS), [redacted]

Desenvolver um método sistemático de mediação entre agentes económicos como garante do livre acesso e sustentabilidade das condições económicas oferecidas em sede grossista por operadores dominantes

[redacted]

[redacted]