Consulta sobre o projecto de decisão relativo à revisão da análise dos mercados grossistas de acesso à infra-estrutura de rede num local fixo (mercado 4) e de acesso em banda larga (mercado 5)

Comentários da OPTIMUS, Comunicações S.A.

05-04-2012

1. Introdução

O mercado nacional de banda larga sofreu, nos últimos anos, importantes transformações que constituem uma mudança de paradigma no que às tendências de crescimento se refere.

Desde 2008 que todos os estudos revelam que o crescimento dos serviços de banda larga se tem vindo a processar alicerçado nos serviços de televisão e, por conseguinte, nos designados *bundles* de serviços.

Esta dinâmica de crescimento, interessante para o cliente final no curto prazo, encerra, no entanto, uma séria ameaça a médio e longo prazo: a criação de um duopólio, resultado da inexistência de condições para os operadores, que ainda não têm uma rede expressiva a nível nacional, disponibilizarem ofertas competitivas *vis-a-vis* às dos operadores verticalmente integrados.

Este risco de duopolização assume particular relevo quando se consideram as Redes de Nova Geração, tanto de fibra como de cabo, na medida em que a importância dos *bundles* de serviços nestas redes é ainda maior do que nas chamadas redes *legacy*.

É neste contexto, que a revisão da análise dos mercados 4 e 5 deve ser enquadrada: enquanto, em 2009, aquando da última análise destes mercados, a preocupação era a de garantir as condições mínimas para que os operadores alternativos pudessem replicar as ofertas de banda larga do operador com posição de mercado significativa, hoje temos forçosamente de olhar para os *bundles* de televisão e Internet.

Esta alteração na perspectiva de análise tem, desde logo, impactos importantes: a dinâmica concorrencial que hoje existe no mercado nacional degradou-se seriamente desde 2009, em virtude da incapacidade dos operadores alternativos, com a excepção de um (o detentor da maior rede de cabo a nível nacional), em apresentar ofertas em *bundle* competitivas.

Esta incapacidade tem-se reflectido, de forma categórica, na queda acelerada e sustentada da base de clientes dos operadores que se suportam na oferta desagregada do lacete local.

No mercado actual, esta opção tecnológica, já não é uma alternativa credível às dos operadores verticalmente integrados (operador histórico e principal operador de cabo), pelo que a actividade dos primeiros não poderá suportar, em momento algum, uma conclusão que favoreça a existência de um mercado competitivo, ainda que regional.

Paralelamente, após um momento inicial em que se verificou um investimento em redes de fibra por parte de operadores alternativos, a Optimus e a Vodafone, observa-se que (i) com o agravamento das condições macroeconómicas, (ii) a consequente deterioração do acesso ao crédito, (iii) o decréscimo da procura (associado à forte redução do poder de compra) e, ainda, (iv) a existência de duas redes de nova geração fortemente implantadas no terreno (Grupo PT e Zon), com vantagens competitivas inigualáveis pelos demais operadores, o crescimento dessas redes encontra-se, para o horizonte relevante, inviabilizado.

Neste contexto, a dinâmica a que agora se assiste no mercado nacional de banda larga, se nenhuma acção for tomada pelo regulador, apenas logrará a conduzir o mercado a uma situação de duopólio, a qual dificilmente será revertida.

Neste contexto, a Optimus não pode deixar de manifestar a sua séria preocupação com a proposta de actuação do regulador para os mercados 4 e 5, aqueles que são instrumentais para a concorrência no mercado retalhista de banda larga.

Efectivamente, a proposta de actuação agora em apreço, a qual, como se demonstrará, se baseia em pressupostos errados e em incoerências na argumentação do regulador, conduzirá, irremediavelmente, à circunscrição dos operadores alternativos a nichos de mercado, reforçando a situação de duopólio que já hoje se desenha no mercado nacional.

Como forma de melhor evidenciar as graves lacunas que consideramos existirem na proposta do regulador, o presente documento irá seguir a estrutura do documento de consulta, apresentando de modo sistemático os pontos de divergência entre a Optimus e a ANACOM no que a cada aspecto da análise se refere.

2. Análise do Mercado de Acesso à Infra-estrutura de Rede num Local Fixo

2.1. Definição do Mercado Retalhista de Acesso à Rede

Mercado do Produto

A OPTIMUS concorda com a generalidade da abordagem desenvolvida no documento. Esta posição é corroborada pela análise efectuada pela OPTIMUS em Março de 2011 partilhada com o regulador[1].

Com efeito, identifica-se substituibilidade, tanto do lado da oferta, como do lado da procura, entre as ofertas disponibilizadas através da rede *legacy* (infra-estrutura de cobre) e ofertas suportadas em rede de cabo e fibra.

Do lado da oferta, existem hoje ofertas generalizadas de serviços débitos até 24 Mbps suportadas em infra-estrutura de cobre. As velocidades disponíveis permitem não só o acesso a serviços de Internet *stand alone* (sem outros serviços incluídos em pacote), como a serviços de *double play* (Internet e Serviço Telefónico Fixo - STF) e *triple play* (Internet, STF e televisão).

Adicionalmente a evolução tecnológica observada nas tecnologias DSL, em que se destaca o VDSL, confirma a capacidade disponível de os serviços suportados na rede *legacy* poderem atingir velocidades acima dos 40 Mbps, ou seja, valores acima do limiar definido

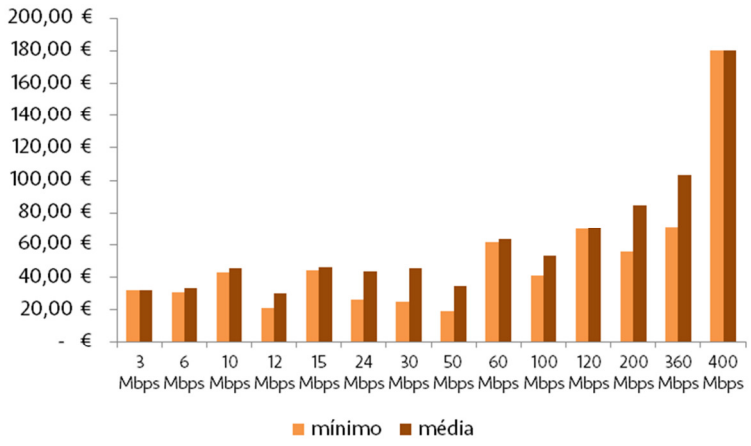
[11] *Vide* carta OPTIMUS de 9 de Março de 2011.

pela Comissão Europeia para a classificação de serviços de banda larga de muito alto débito.

Por outro lado, identifica-se também a existência de ofertas suportadas em rede de fibra e de cabo com velocidades de débito abaixo de 24 Mbps, o que reforça a tese de inexistência de barreiras entre tecnologias de acesso.

Na perspectiva da substituibilidade da procura, observa-se que não existem disrupções significativas de preços entre débitos mais reduzidos e débitos mais elevados (*vide* Figura 1), facto que permite verificar a hipótese de existência de substituibilidade em cadeia (*cf* considerando 62 das "Orientações da Comissão relativas à análise e avaliação de poder de mercado significativo no âmbito do quadro regulamentar comunitário paras as redes de serviços de comunicações electrónicas"[2].

Figura 1– Preços mínimos e médios praticados pelos diferentes operadores para o serviço de Internet (com e sem voz e televisão) para cada um dos débitos oferecidos



Fonte: OPTIMUS e endereços electrónicos dos prestadores

Esta situação suporta a conclusão aferida pelo ICP-ANACOM de que a aplicação de um teste SSNIP no preço do acesso em fibra teria como resultado provável a substituição por um acesso em cobre.

Mercado Geográfico

A OPTIMUS concorda com a análise e as conclusões efectuadas pelo regulador, nomeadamente nos pressupostos em que assenta a definição da quota de acessos activos como o indicador que melhor caracteriza a distribuição das quotas e a sua evolução ao longo do tempo.

Neste capítulo, os valores observados ao longo do tempo não oferecem margem para dúvidas: existe efectivamente uma homogeneidade do mercado, caracterizada por quotas de mercado superiores a 40% do Grupo PT na esmagadora maioria dos concelhos nacionais, incluindo Lisboa e Porto.

[2] Comunicação 2002/C 165/03 de 11 de Julho de 2002.

A OPTIMUS partilha também do entendimento plasmado no documento de que "*não existem, neste mercado de produto, quaisquer evidências de diferentes preços retalhistas (ou grossistas) em diferentes áreas geográficas cobertas pelos operadores. Todos os operadores, incluindo o operador histórico, praticam preços uniformes em todo o território (por eles coberto neste âmbito). Ou seja, mesmo em áreas onde apenas o Grupo PT está presente, o preço do acesso (incluindo os pacotes de triple play) é o mesmo que o que é praticado nas áreas onde há outros operadores presentas (e.g., Lisboa e Porto). A própria evolução dos preços retalhistas dos vários operadores ao longo do tempo não tem seguido qualquer segmentação geográfica [...]*".

Aliás, este é o entendimento que a OPTIMUS tem partilhado com o regulador em todas as comunicações sobre o tema.

A OPTIMUS estranha, no entanto, que o ICP-ANACOM não tenha seguido esta abordagem uniformemente ao longo do documento, designadamente ao nível da definição de mercado geográfico no mercado 5, posição que desenvolverá na respectiva secção.

Análise concorrencial do mercado retalhista de acesso à rede

A OPTIMUS concorda com a conclusão do regulador nesta secção do documento.

2.2. Definição do Mercado Grossista de Acesso à Rede

À semelhança do sucedido na anterior análise, a OPTIMUS discorda da inclusão da rede cabo no mercado de produto, concordando com a conclusão relativa à dimensão nacional deste mercado. Nessa medida, esta secção apenas abordará a definição do mercado do produto.

Na perspectiva de uma abordagem tecnologicamente neutra, não é possível a existência de uma oferta suportada em rede cabo que corresponda a um remédio do mercado 4, i.e., com características equivalentes a uma oferta VULA.

Senão veja-se. Para os operadores que disponibilizam serviços de televisão é essencial não existirem impactos nas suas plataformas de serviços na disponibilização dos seus serviços através de uma rede de distribuição aberta.

No entanto, os operadores de redes de cabo em Portugal não têm implementado soluções de IPTV, optando pelo método tradicional de utilização de portadoras analógicas (RF) e/ou digitais (DVB-C) para os canais *broadcast* e acesso IP para *Video on Demand*.

De facto, apesar dos CMTS suportarem soluções IPTV baseadas em *multicast*, estas não tem sido opção tecnológica dos operadores de cabo, sendo que a implementação de outra tecnologia por parte dos operadores com serviços de televisão resultaria em aumento da complexidade tecnológica e custos de investimento fixos adicionais que dificilmente tornariam qualquer oferta grossista de acesso a estas redes economicamente viáveis.

O efeito prático desta opção tecnológica dos operadores de cabo é simples: a actual solução tecnológica implica que qualquer oferta grossista suportada nessas redes deverá replicar, não apenas as características técnicas das ofertas do operador proprietário da rede de suporte como, adicionalmente, os conteúdos disponibilizados nas ofertas de televisão têm de ser comuns. Isto é, neste último caso, um potencial beneficiário não poderia apresentar canais distintos dos que o proprietário da rede de transporte detenha na sua grelha.

As restrições acima demonstram de modo inequívoco que os critérios associados (i) à possibilidade de alteração das funções características e qualidade de serviço da oferta de acesso, (ii) inexistência de restrições associadas a um conjunto particular e limitado de débitos e, finalmente, (iii) a inexistência de contenção que permita o desenho de ofertas diferenciadas, não são respeitados.

Outra vertente a considerar é a procura associada. Isto é, se, numa primeira análise, existe procura relevante que justifique a inclusão no mercado em apreço e, em caso afirmativo, se para os potenciais clientes as ofertas grossistas suportadas em redes de cabo podem ser consideradas como substitutas das demais.

Ora, a análise destes aspectos também não suporta a inclusão das redes de cabo no mercado em apreço. Primeiro, há que registar a total ausência de qualquer interesse real por parte dos operadores presentes no mercado para aceder a estas redes, pelo menos desde a última análise de mercados.

A comprovar esta ausência de interesse está a ausência de qualquer litígio associado a recusas de acesso por parte do principal operador de rede de cabo.

Esta ausência de interesse é facilmente explicada se se analisarem as consequências que, para os actuais operadores presentes no mercado, tal acesso implicaria. Em primeiro lugar, a utilização das redes de cabo existentes exigiria a aquisição de set top boxes totalmente distintas das que já estão em utilização por estes operadores, tanto nas redes de fibra como nas redes de cobre. Ou seja, não existiriam quaisquer economias de escala na sua aquisição, bem como o processo de instalação em casa dos clientes implicaria mais uma equipa técnica, com formação distinta das já existentes.

Paralelamente, a própria gestão dos EPG teria de sofrer alterações específicas para os clientes que viessem a ser activados nestas redes, na medida em que os actuais programas de gestão não poderiam ser reutilizados nas redes de cabo.

Também a limitação dos potenciais beneficiários aos conteúdos negociados pelo operador proprietário da rede de transporte constitui um entrave suficiente que torna irrelevante a utilização de mais esta tecnologia (cumpre relembrar que, actualmente, o *driver* de crescimento do mercado de banda larga fixa em Portugal é o serviço de televisão, pelo que estas questões assumem particular importância na avaliação que qualquer prestador de serviços de banda larga tem de efectuar quando avalia a possibilidade de adopção de uma nova tecnologia).

Finalmente, cumpre referir que, para qualquer um dos potenciais beneficiários de uma oferta grossista suportado nas redes de cabo, essa opção teria um impacto muito relevante a nível dos custos internos, na medida em que implicaria a necessidade de gestão de mais uma tecnologia de acesso, a qual implica *know how* especifico e, por conseguinte, um acréscimo relevante de custos e complexidade na gestão do seu parque de clientes.

Ou seja, e resumindo, do lado da oferta, uma oferta grossista suportada no cabo não cumpre com os critérios associados a um remédio do mercado 4, pelo que não faz sentido a sua inclusão no mercado nocional em causa.

Adicionalmente, e do lado da procura, também se verifica não existir fundamento para que o regulador considere existir procura relevante. Qualquer outra conclusão tem de ser suportada, não numa mera convicção ou entendimento teórico do regulador, mas sim em indícios reais do mercado que contrariem as questões atrás suscitadas.

Neste contexto, não existe qualquer fundamento para a inclusão das redes de cabo no mercado 4, na medida em que os requisitos previstos na Recomendação de Motivos da Comissão não são preenchidos[3].

Cumpre ainda referir as considerações do regulador sobre a irrelevância/impraticabilidade do teste delineado pela Comissão Europeia no que se refere à inclusão de determinados produtos ou serviços num dado mercado, mesmo quando existam apenas constrangimentos indirectos.

A Optimus regista as dificuldades identificadas pela ANACOM e que reproduzem a posição do grupo de peritos do IRG. No entanto, e tal como já teve oportunidade de manifestar em comunicações anteriores, a inclusão das redes de cabo na fase de definição do mercado tem um pressuposto incontornável: o impacto das restrições indirectas é equivalente ao associado a restrições directas.

Esta análise é relativamente mais simples e, não obstante já ter sido apresentada anteriormente pela Optimus, reitera-se agora o então exposto.

Na apreciação do impacto de restrições indirectas vs directas há que atender a três efeitos relevantes: efeito diluição, efeito de passagem (*pass through*) e possibilidade de comportamentos discriminatórios/ esmagamento de margens[4]. Em concreto:

---

[3] A este respeito cumpre atender ao exposto na Exposição de Motivos de 13.11.2007 referente à Recomendação da Comissão sobre os mercados de produto e de serviços no sector das comunicações electrónicas, susceptíveis de regulação *ex-ante*: "*In cases where there is likely demand substitution, i.e. where wholesale customers are interested in procuring from alternative operators, it may be justified to take the self-supply concerned into consideration for the sake of market delineation. However, this is not justified if alternative operators face capacity constraints, or their networks lack the ubiquity expected by access seekers, and/or if alternative providers have difficulty in entering the merchant market readily.*"

[4] "*Self-supply and indirect constraints within competition analysis*", Lipschitz, Robert; Anderson, Paul Anderson; Fiandeiro, Fátima, 2008.

1. Efeito diluição: avalia se o aumento de preços a nível grossista é diluído nos demais custos e, por essa via, mesmo que o efeito de passagem seja total, o peso do custo no preço de retalho não é suficientemente relevante para originar um movimento de mudança de operador nos clientes de retalho.

   A Optimus considera que, atendendo à estrutura das ofertas em causa, que como referido atrás, incluem tanto Internet como televisão, o peso dos custos grossistas associados ao mercado 4 é significativamente menor que no caso de um produto *stand alone*.

   Nesta medida, considera-se que este efeito de diluição será significativo, concorrendo para que o efeito disciplinador das ofertas retalhistas suportadas em redes de cabo sobre este mercado seja reduzido.

2. Efeito de passagem (*pass through*): avalia em que medida é que os clientes do operador grossista que aumenta o preço optam por incorporar o aumento de custo sem o reflectir nos seus clientes finais.

   Este efeito refere-se à existência, ou não, de condições para que os clientes grossistas da PT repercutam totalmente o aumento de preço que lhes é imposto a nível grossista. No nosso entendimento tal depende, essencialmente, de três factores: (i) se o nível das margens existente no retalho permite acomodar este aumento; (ii) se os produtos são homogéneos ou se há outros elementos, para além do preço, que permitam diferenciar as ofertas e sendo homogéneos, (iii) qual a saúde financeira das empresas presentes no mercado de modo a lhes permitir, ou não, assumir vendas abaixo de custo.

   Relativamente ao primeiro aspecto é fulcral atender ao facto de, no actual contexto do mercado de banda larga, a estrutura de custos das ofertas mais relevantes (*triple play*) são fortemente afectadas pelos custos associados aos conteúdos, os quais são extremamente sensíveis à escala da base de clientes. Tal situação concorre para que, para um mesmo preço de retalho, as margens auferidas pelo Grupo PT ou Zon sejam significativamente superiores às dos demais operadores, cuja escala implica um acréscimo de custos associado a conteúdos significativamente superior. Isto é, a margem de manobra para o Grupo PT acomodar aumentos de preços sem incorrer necessariamente em esmagamento de margens é relevante.

   Em conclusão, considera-se que o efeito de *pass through* será reduzido no actual contexto de mercado.

3. Discriminação/Esmagamento de margens: mesmo que as duas condições atrás se verifiquem em pleno, quais os incentivos que o fornecedor grossista tem para praticar um esmagamento de margens ao nível retalhista, de modo a excluir os seus clientes grossistas do mercado e absorver os clientes destes?

   Sobre esta questão há que atender à estrutura verticalmente integrada do Grupo PT, a qual aumenta as hipóteses de comportamentos discriminatórios ou esmagamentos de margens. A acrescer a este aspecto, há também que atender ao facto de, atenta a natureza multi-plataforma e convergente da oferta da PT

Comunicações, existirem fortes incentivos para que acções de esmagamento de margens sejam colocadas em prática, atenta a sua difícil prova por parte das autoridades reguladoras. Aliás, e a este respeito, há que tomar em consideração o *track record* desse operador, o qual já foi alvo de condenações por esmagamento de margens no âmbito do mercado de banda larga (pese embora a sua posterior anulação, não pela matéria de facto mas, antes, por motivos processuais).

Em suma, considera-se que o risco de discriminação/esmagamento de margens é elevado.

Atendendo ao acima exposto, considera-se que as condições para que as restrições indirectas tenham tanto impacto quanto as directas não se verificam no mercado, pelo que, também por esta via, a incorporação do seu efeito ao nível da definição de mercado implicará uma importante sobre-estimação do nível de concorrência no mercado, a qual terá como resultado uma inevitável distorção das conclusões.

Finalmente, e ainda no âmbito desta análise, a Optimus não pode deixar de salientar o facto de o regulador não demonstrar que a acelerada perda de clientes por parte dos operadores da oferta desagregada do lacete local está a ser absorvida pelo operador de cabo (que seria o movimento expectável caso as restrições indirectas justificassem a inclusão da rede de cabo na definição do mercado).

Efectivamente, e pela análise apresentada no âmbito do mercado retalhista relativamente à evolução das quotas de mercado do Grupo PT nas designadas zonas competitivas, sobressai o assinalável crescimento da quota de mercado desse grupo, precisamente nas zonas onde, supostamente a rede de cabo tem uma presença mais forte. O regulador não apresenta qualquer dado que justifique que esse crescimento é efectuado à custa de um alargamento do mercado e, não, pela captura pelo Grupo PT dos clientes dos operadores suportados na oferta desagregada do lacete local.

2.3. Avaliação de PMS no Mercado Grossista de Acesso à Rede

No âmbito da análise de PMS do mercado 4, embora se concorde com a conclusão de que o Grupo PT é a entidade com poder de mercado significativo, cumpre analisar alguns aspectos da exposição do regulador, na medida em que, em alguns momentos, elaboram sobre premissas erradas as quais constituem a base para a formulação de uma intervenção regulatória que, no entendimento da Optimus, é profundamente errada e que prejudicará de modo irremediável a competitividade do mercado nacional de banda larga.

Neste contexto, passa-se a analisar cada um dos aspectos da análise do regulador que, no entendimento da Optimus, encerram vícios relevantes.

Barreiras à entrada e expansão

A ANACOM refere que, existindo operadores instalados, os custos fixos são sobretudo relevantes não na avaliação de barreiras à entrada mas, sim, de barreiras à saída. No entanto, o regulador é totalmente omisso sobre o impacto que a presença de vários operadores, com redes de nova geração, em determinadas áreas do território nacional, tem

na perspectiva de entrada de novos *players*. Neste particular, a conclusão só pode ser uma: nessas condições, as barreiras à entrada para novos operadores são ainda maiores.

Paralelamente, um outro aspecto que é omitido é se, não obstante a presença de alguns operadores, existem barreiras à sua expansão. Esta análise é tanto mais importante quando se observa que, adiante na sua análise, o regulador utiliza a ausência de barreiras à expansão como um argumento central na definição da regulamentação a impor no mercado para os próximos 3 anos.

Relativamente a este aspecto de barreiras à expansão, é particularmente relevante aferir se a mera presença no mercado é, ou não, um factor suficiente para que estas não existam. Ora, é inequívoco que a mera presença no mercado não elimina as barreiras à expansão. Estas dependem da existência de um incentivo real para a manutenção dos níveis de investimento. Como se verá adiante, o factor determinante para a rentabilização dos custos fixos inerentes à presença no mercado é a capacidade dos operadores em activar clientes nas redes instaladas. Efectivamente, sem essa activação, a manutenção de uma estratégia de investimento apenas conduzirá a um avolumar dos custos afundados e, por conseguinte, não é racional.

Atendendo aos dados divulgados pelo regulador sobre o crescimento da base de clientes dos operadores alternativos suportados em redes de fibra (Optimus e Vodafone), pode-se inferir que tal incentivo é reduzido. [Início de Informação Confidencial] [Fim de Informação Confidencial]

Economias de escala e gama

Na sequência do exposto no ponto anterior, a Optimus não pode deixar de expressar a sua perplexidade sobre a conclusão que o regulador retira relativamente a uma alegada atractividade para a entrada de operadores investindo em redes próprias de fibra. [IIC] [FIC]

Controlo de infra-estrutura difícil de replicar

A perplexidade supra repete-se no âmbito da análise do regulador deste parâmetro, na medida em que o regulador volta a manifestar o seu entendimento de que os operadores poderão estar em condições de expandir a sua actividade em determinadas zonas... Torna-se pertinente questionar que zonas são essas? Com base em que pressuposto é que o regulador equaciona este cenário, atenta a informação disponível?

Neste parâmetro, é também pertinente referir o facto de o regulador salientar a vantagem competitiva do Grupo PT, mesmo em áreas onde já estão presentes outros operadores, salientando a elevada inércia dos clientes face a um eventual processo de mudança e ao efeito que a prática do mercado de impor períodos de fidelização aos clientes tem na capacidade de um operador captar clientes de outro já instalado. A estes aspectos, adiciona-se um terceiro, omitido pelo regulador, que se refere à possibilidade de *upselling* que o Grupo PT possui em virtude da sua inigualável base de clientes instalada, a qual reduz significativamente o risco de investimento.

A Optimus não pode deixar de questionar como é que esta avaliação pode ser compatível com cenários de maior expansão das actuais redes. Como não pode deixar de ser do conhecimento do regulador, para além da fidelização aquando da activação de um novo cliente, existem no mercado fortes campanhas de retenção por parte dos operadores instalados, com particular destaque para a Zon e PT comunicações que, antes do término dos contratos dos clientes, oferecem condições específicas para assegurar a sua "captura" por um novo período de fidelização.

Integração vertical

Também aqui é sublinhado um aspecto que parece ser esquecido no remanescente da análise: a vantagem que a integração vertical do Grupo PT lhe confere para reduzir o risco no investimento em novas redes. Este factor é essencial, e deve ser analisado em conjunção com os já discutidos, para uma adequada análise da atractividade do investimento em redes de nova geração.

Rivalidade

Relativamente a este aspecto a Optimus não pode concordar com a conclusão do regulador de que o Grupo PT não possui nenhuma vantagem específica no que diz respeito ao relacionamento com os principais fornecedores de equipamentos. A partir do momento em que as condições de retorno do investimento do Grupo PT são mais favoráveis a uma rede de maior escala, é incontornável que as condições que lhe serão apresentadas serão mais vantajosas que a operadores com a dimensão da Optimus.

Concorrência potencial

Aqui, mais uma vez, a Optimus não pode deixar de questionar o regulador sobre a informação que fundamenta a sua perspectiva de que irá ocorrer investimento adicional em redes de fibra por parte dos operadores já presentes no mercado. [IIC] [FIC]

A Optimus não pode deixar de chamar a atenção do regulador para o facto de este tipo de cenários não poder ser feito com base em presunções infundadas, em particular numa situação em que esta premissa do regulador é uma peça central na definição da sua abordagem regulatória ao mercado.

Contrapoder negocial

Também aqui a Optimus não pode concordar com a avaliação do regulador de que "*... os principais operadores presentes neste mercado parecem ter acesso idêntico a recursos financeiros/mercado de capitais, não se encontrando por isso situações de vantagens de algum operador sobre os restantes.*"

Efectivamente, o acesso a recursos financeiros é um aspecto essencial para que um qualquer operador possa equacionar o investimento em projectos da dimensão do das redes de fibra.

Dada a actual conjuntura macroeconómica particularmente difícil, marcada pela crise da dívida soberana na zona euro, os critérios de concessão de empréstimos ou linhas de crédito tornaram-se mais exigentes. De acordo com o Banco de Portugal (em Nov. 2011), as previsões apontam para o facto das restrições no acesso ao crédito bancário serem mais significativas nos empréstimos a longo prazo e nos empréstimos às grandes empresas.

Ora, neste contexto, perante não só as dificuldades prevalecentes mas também a especificidade de cada uma das empresas que compõem o sector de telecomunicações em Portugal, a Portugal Telecom tem objectivamente condições mais vantajosas de acesso a financiamento face à Optimus, na medida em que:

- Sendo uma empresa com *rating*, possui todas as vantagens associadas à melhor aferição de risco proporcionada pelo *rating*, tais como (i) maior clareza no cálculo do prémio de risco, e consequentemente, maior facilidade na colocação de qualquer tipo de dívida, (ii) melhores condições na colocação de dívida e substituição de garantias, (iii) maior facilidade na desintermediação de dívida, entre outras;

- Dada a sua forte presença no mercado Brasileiro, uma economia em crescimento acelerado, onde já possui actividade operacional e onde os juros estão a descer e a moeda a valorizar, a PT tem acesso mais facilitado a financiamento num mercado que não apresenta as restrições do mercado Europeu;

- Para além do Brasil, a presença internacional da PT expande-se a países como Cabo Verde, São Tomé e Príncipe, Angola, Namíbia, Quénia, Moçambique, Macau e Timor. O facto da sua presença internacional ser tão diversificada, não se cingindo a um só país e ao seu risco macroeconómico, tem um efeito mitigador em termos de risco, constituindo uma vantagem inequívoca;

- Na estrutura accionista da PT, quase 30% das participações qualificadas são detidas pelo sector Bancário, podendo tal permitir uma relação mais próxima junto das instituições de crédito;

- De acordo com o Relatório e Contas Consolidadas da PT relativo aos 9M11, a rubrica de Balanço "Caixa e equivalentes de Caixa" ascendia a 3.204 milhões de euros, representando aproximadamente 14,5% do total do activo da empresa. De acordo com informação disponibilizada no Relatório e Contas Consolidadas da PT (1S11), as maturidades da divida da PT encontravam-se, à data, totalmente financiadas até ao final de 2013 tendo a dívida da PT uma maturidade de 5.8 anos, factor determinante no actual contexto na obtenção de financiamento.

Atendendo ao acima exposto, a supremacia do Grupo PT no que a este aspecto se refere é incontornável, o que assume particular importância atendendo à importância que este aspecto se reveste para a formulação de cenários sobre a capacidade de um dado operador investir em redes de fibra.

2.4. Imposição de Obrigações no Mercado Grossista de Acesso à Rede

Segmentação geográfica de remédios

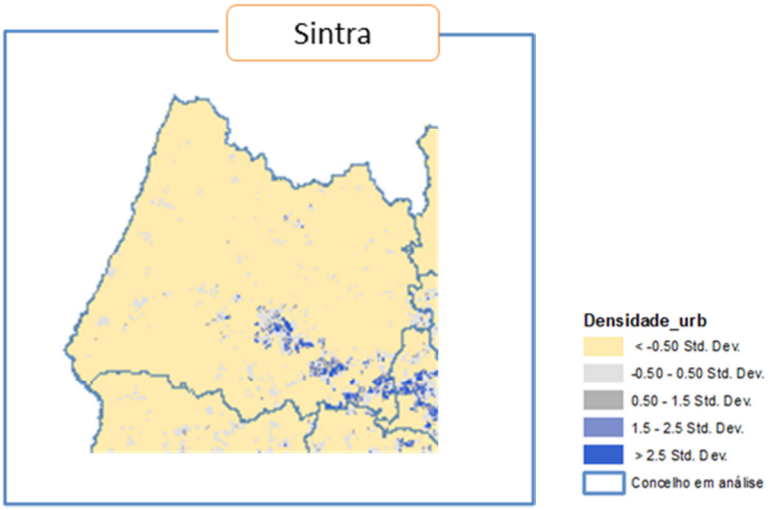
A OPTIMUS discorda fortemente da abordagem adoptada pelo ICP-ANACOM no âmbito da segmentação geográfica dos remédios, uma vez que esta assenta em pressupostos incorrectos e numa metodologia inadequada, conforme se demonstra de seguida.

Em primeiro lugar, a utilização de concelhos como unidade de análise não tem qualquer aderência aos princípios utilizados nos modelos de investimento utilizados pelos prestadores na decisão de desenvolvimento de infra-estrutura de rede.

Efectivamente, os concelhos são unidades geográficas muito abrangentes que encerram em si um grau de heterogeneidade muito elevado, e em particular nos indicadores utilizados pela ANACOM para a análise de sensibilidade dos concelhos, nomeadamente densidade populacional, índice de urbanização, rendimento *per capita*, número de famílias e, ainda, quotas de mercado dos diferentes operadores.

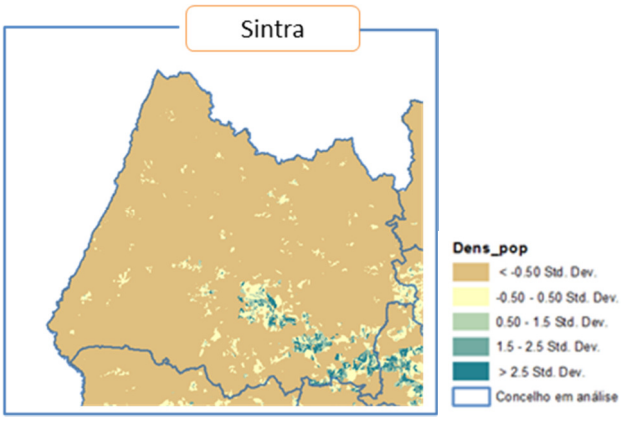
Estas diferenças são evidenciadas analisando em maior pormenor a composição destes concelhos, tendo por base a unidade "subsecções", conforme definido pelo INE.

Figura 2 – Densidade urbana no concelho de Sintra



Fonte: INE

Figura 3 – Densidade populacional no concelho de Sintra



Fonte: INE

As figuras acima ilustram a heterogeneidade demográfica e urbanística existente no concelho de Sintra. Em anexo juntam-se os restantes concelhos considerados pela ANACOM para aferição da segmentação geográfica.

Como se pode observar por esta e pelas restantes figuras em anexo, existe uma significativa heterogeneidade na distribuição urbana e populacional dos diferentes concelhos analisados. Com efeito, na grande maioria das subsecções dos diferentes concelhos, a densidade urbana e populacional encontra-se abaixo da média subtraída de metade do desvio padrão dos valores registados nas diferentes secções dos 17 concelhos.

Existe, assim, um conjunto de subsecções muito reduzido que apresenta valores consideravelmente acima da média observada para estes concelhos, que representam, mesmo assim, um universo muito alargado face às áreas em que houve investimento por parte dos prestadores alternativos e que, na esmagadora maioria dos casos, nele se encontram incluídas, conforme o regulador poderá confirmar pela informação remetida no passado.

Ou seja, esta abordagem encerra um potencial de risco de exclusão de amplas áreas geográficas não concorrenciais em que o operador histórico tem poder de mercado significativo e que, desse modo, ficarão privadas de um ambiente concorrencial regulado e, consequentemente, da diversidade de escolha de serviços.

A este respeito, a Optimus faz suas as palavras da ANACOM, aquando da sua análise do mercado 5 (pag. 158 do documento de consulta): "Uma outra possibilidade, uma unidade geográfica mais abrangente, como o concelho, seria sempre uma pior solução, pois conduziria a uma análise menos precisa e fina das (diferentes) condições concorrenciais, notando-se, por exemplo, que é comum, nomeadamente no caso das redes de cabo, haver cobertura de rede na sede dos concelhos e não na totalidade do concelho."

A Optimus não compreende como é que esta conclusão pode ser retirada para as redes de cabo e não para as redes de fibra, na medida em que existem fortes semelhanças no método de identificação de áreas para investimento. Efectivamente, as semelhanças entre metodologias de investimento são maiores entre o cabo e a fibra do que entre esta última

e o cobre, cuja área de abrangência é manifestamente mais próxima da área de um concelho...

Em segundo lugar, não se identificam quaisquer pressupostos teóricos que sustentem a utilização de uma percentagem específica mínima de 15% de cobertura de rede para identificação de concelhos com características comuns no que respeita a investimento em redes alternativas e potencial ambiente concorrencial.

A questão que se levanta logo à partida na análise destes dados é o porquê da utilização do valor concreto de 15% e não 16%, ou 20%, ou 30%. O documento não desenvolve qualquer justificação para a definição deste valor, limitando-se, ao virar de uma página, apresentar uma percentagem de 15%, revelando uma total arbitrariedade na sua escolha, a qual é preocupante dados os impactos que tem na decisão final.

Adicionalmente, o raciocínio que o regulador formula com base no conceito de casas passadas é completamente incompreensível. Efectivamente, não se compreende como é que a ANACOM considera que o facto de um concelho ter, por exemplo, 20% de cobertura por uma dada rede de fibra, torna mais provável que o remanescente do concelho seja passado (ou uma qualquer outra percentagem adicional relevante).

Como já foi referido, a existência de uma casa passada apenas indicia a existência de um custo afundado. A lógica de que, pelo facto de já se ter incorrido num investimento de X, independentemente do retorno que obtido (o qual é dado, não pela percentagem de casas passadas no concelho, mas pela penetração de clientes activos nas casas passadas pelo operador), cria uma dinâmica de investimento adicional noutras áreas, é absolutamente irracional. O ciclo virtuoso de investimento a que a ANACOM alude apenas pode ser desencadeado quando existir uma determinada penetração de clientes activos nas casas já passadas, o que é independente de investimentos adicionais em maior cobertura de rede.

Sejamos claros: uma casa passada não dá qualquer retorno ao investimento realizado. Esse retorno só é obtido quando são se activam clientes na rede instalada, sendo que o modelo da ANACOM ignora totalmente esse aspecto central!

Ou seja, e independentemente da percentagem assumida pelo regulador como o *tipping point* para uma massificação do investimento num dado concelho, a análise do regulador em nada pode sustentar que os concelhos em causa estão à beira de um *roll out* de rede de fibra massivo.

Quanto à abordagem dinâmica do investimento em concelhos ainda não abrangidos por redes de fibra de prestadores alternativos, no entender da OPTIMUS, o regulador omite da análise um conjunto de factores que condiciona fortemente o desenvolvimento de redes em novas áreas.

Com efeito, a análise prospectiva limita-se a comparações estatísticas que não incorporam qualquer informação de evolução do contexto, minando significativamente a sua efectividade.

O investimento inicial em redes de fibra por parte dos operadores alternativos deu-se num contexto que hoje não se verifica, designadamente em condições sociais, económicas e de investimento muito distintas das existentes actualmente e num cenário de competitividade da ORALL em que as oportunidades de *upselling* de clientes de ADSL para fibra eram manifestamente superiores ao actual (neste particular, relembra-se o já referido a propósito do ponto 4.2.2.2. – controlo de infra-estrutura difícil de replicar, em que foi sublinhada a vantagem de se deter uma base de clientes já instalada e em que a PT e a Zon têm uma vantagem inigualável).

Mais, a grande maioria do investimento da Optimus foi efectuado num contexto em que esta era o *first mover*.

Ora, os concelhos que a ANACOM refere como sendo claramente provável que a Optimus (ou a Vodafone) venha a investir em rede de fibra (pese embora, no caso da Optimus, tal intenção ter sido expressamente negada à ANACOM e tal facto, aparentemente, ser ignorado), são zonas onde já existem dois operadores de redes de nova geração instalados.

Tal como a ANACOM referiu, a propósito do ponto 4.2.2.2. - controlo da infra-estrutura difícil de duplicar, a inércia dos clientes, os custos de mudança associados à migração entre operadores e, ainda, as práticas de fidelização do mercado, são elementos que favorecem qualquer *first mover*, pelo que não se percebe a coerência da avaliação aí efectuada pelo regulador com a teoria desenvolvida na secção agora em apreço.

Ou seja, o desincentivo ao investimento em redes alternativas não decorre da imposição de medidas regulatórias ao prestador com PMS a nível das infra-estruturas de suporte (condutas e postes), mas sim das condições macroeconómicas e de mercado, sendo totalmente desajustado o entendimento do regulador de que os operadores alternativos estendam rápida e progressivamente a cobertura das suas redes de fibra em concelhos ou áreas específicas onde até à data ainda não tenha existido investimento.

Finalmente, é de referir a total imprevisibilidade que a proposta de actuação do regulador encerra. Efectivamente, ao longo de quase 300 páginas de consulta, a Optimus não consegue descortinar qual a real abrangência da obrigação de desagregação virtual de fibra. É de 50 acessos de fibra? De 500? De 5000? De um milhão? Isto é, qual é o número de casas passadas que estão hoje cobertas pela rede de fibra do Grupo PT nos concelhos abrangidos pela obrigação de partilha de rede e que serão, de acordo com a proposta do regulador, abertas à concorrência?

E até que ponto é que esse volume é suficiente para que os custos fixos associados a eventuais alterações de rede, necessárias à preparação da rede de fibra da PT Comunicações para ser partilhada, sejam diluídos de modo a não inviabilizar economicamente a oferta e, por consequência, tornar irrelevante o remédio imposto? Existe uma análise de custo benefício que permita ao regulador ter algum grau de certeza sobre a racionalidade económica da restrição que está a impor?

Pelo exposto acima, a OPTIMUS considera que não existe qualquer fundamento para que as obrigações de acesso não sejam aplicadas a nível nacional, sem a exclusão de quaisquer áreas geográficas, sejam concelhos ou outras.

Remédios

Tendo estabelecido da inadequação de qualquer tipo de segmentação geográfica de remédios, cumpre analisar as obrigações que deverão ser impostas a nível nacional.

Na ausência de qualquer regulamentação, é expectável que o Grupo PT fosse o único operador presente no mercado em apreço, na medida em que não existindo oferta de condutas, dificilmente existiriam redes alternativas com expressão relevante.

Assim, e num primeiro nível, resulta de modo evidente a necessidade da manutenção do actual remédio de acesso a condutas.

Adicionalmente há que considerar que mesmo com acesso a condutas manter-se-ia a situação de domínio do Grupo PT (94%), na medida em que as redes propriedade de operadores alternativos têm uma muito reduzida expressão [IIC] [FIC]

Assim, é inequívoca a necessidade de manter as actuais obrigações a nível da desagregação do lacete local, as quais se devem estender a todas as tecnologias que fazem parte do mercado e que estão na esfera de propriedade do operador com posição de mercado significativa. Aqui, incluímos o acesso a uma oferta de fibra escura de *backhaul*, na medida em que o acesso aos pontos de desagregação, sejam eles de uma rede de cobre ou fibra, assume particular acuidade

Neste âmbito, é de referir a importância de, em Portugal, o operador com PMS estar verticalmente integrado, o que atribui uma particular importância à imposição de obrigações de não discriminação por via da equivalência de acesso aos *inputs*.

Esta obrigação é particularmente relevante quando se observa a incapacidade dos operadores que utilizam a desagregação do lacete local em oferecer ofertas de *triple play vis-a-vis* o sucesso que o operador com poder de mercado significativo tem tido com a oferta *meo*, independentemente do suporte tecnológico. Esta situação é tanto mais gravosa quando se observa que, conforme referido anteriormente, o operador notificado tem uma base de clientes a partir da qual faz *upselling*, o que só por si constitui uma vantagem competitiva inequívoca face aos demais, tanto do ponto de vista dos custos de angariação, como dos de instalação.

Como já referido, os remédios que acima foram descritos devem ser aplicados de modo transversal às tecnologias, pelo que incluirão as redes de fibra. O facto de a desagregação física não ser possível nas redes GPON, como é o caso da rede da PT Comunicações, não deve ser um obstáculo à imposição da medida, na medida em que a própria Comissão prevê a imposição de medidas temporárias que, até ao momento em que a tecnologia o permita, assegurem as condições para que o lacete local de fibra do operador notificado possa ser utilizado pelos demais.

É neste contexto que se enquadra a desagregação virtual do lacete de fibra, conforme proposta do regulador, mas que deverá ser estendida à totalidade da cobertura da rede de fibra do operador notificado.

A Optimus considera essencial que, atentas as condições de concorrência mais precárias do mercado nacional que as que se verificam nos mercados supra referidos, a imposição de tal medida assume maior premência.

Esta obrigação deve ser imposta de modo a assegurar que os operadores beneficiários possam utilizar o lacete de fibra para o lançamento de ofertas sem que existam limitações artificiais que impeçam o lançamento de ofertas concorrenciais com as do incumbente que tenham o mesmo suporte físico.

Já no que se refere ao acesso ao segmento terminal da fibra, é nosso entendimento que tal obrigação deve ser imposta, na medida em que é um passo essencial na progressão dos operadores alternativos na escada do investimento, objectivo último da regulamentação que se preconiza. Cumpre referir que, conforme exposto na Recomendação da Comissão, o aspecto relativo à dimensão mínima dos pontos de acesso é um elemento chave para o sucesso de tal obrigação, na medida em que é determinante para a lógica de investimento de qualquer beneficiário.

Finalmente, uma nota sobre o custo. A Optimus reconhece que, atendendo ao carácter recente destas redes, bem como ao risco associado, existirá a tendência de atribuir um prémio de risco sobre os custos apurados.

No entanto, há também que tomar em conta que qualquer medida de acesso será colocada em causa se o modelo de *pricing* não assentar em princípios de orientação para os custos e de não discriminação.

Adicionalmente:

- O risco associado para o operador notificado, atenta a sua base de clientes e controlo de infra-estruturas essenciais, é manifestamente inferior ao das beneficiárias;
- As condições de acesso a capital do operador com PMS são, também elas e como já referido, muito superiores às de qualquer outro operador nacional;
- A partilha da rede é, por si só, uma forma de reduzir o risco associado ao investimento, na medida em que o acesso é efectuado de modo orientado para os custos e, por conseguinte, a recuperação do capital investido não é colocado em causa, ao mesmo tempo que a maior publicidade do sector como um todo, resultante de um maior número de operadores com ofertas em fibra, dará uma maior visibilidade sobre os benefícios destes serviços e, por conseguinte, alargará a base de clientes;
- A existência de mecanismos de pricing como descontos de quantidade e fidelização colocará em risco a concorrência no mercado. Na verdade, o mercado nacional de banda larga foi amplamente prejudicado no passado por tais práticas da PT

Comunicações, sendo que esse período deve servir de exemplo para o que, agora, não deve ser admitido.

3. Mercado de Acesso em Banda Larga

3.1. Definição do Mercado Retalhista de Acesso em Banda Larga

Relativamente ao mercado retalhista de acesso em banda larga, a Optimus concorda com a abordagem do regulador n que se refere à definição do mercado de produto mas, no que diz respeito ao mercado geográfico, considera existirem erros nos pressupostos que distorcem fortemente a análise. Neste contexto, a presente secção concentrar-se-á na análise do mercado geográfico.

Caracterização do mercado

O regulador toma como referência para o mercado retalhista conexo ao mercado 5, o mercado de acesso em banda larga. Neste contexto, cumpre proceder à identificação das principais alterações verificadas desde a última análise de mercados, as quais deverão ser tomadas em consideração na discussão das condições concorrenciais dos mercados grossistas conexos.

- O primeiro factor a tomar em consideração refere-se à alteração da dinâmica de mercado: o crescimento da banda larga ocorre, hoje, suportado nas ofertas de televisão.

  O serviço de televisão assume-se como o elemento chave para aumento da penetração do serviço de banda larga, na medida em que o seu crescimento é obtido com base no sucesso das ofertas *double* e *triple play.*

  Na apresentação dos resultados do ano de 2011 a PTC sublinha a importância da televisão para o crescimento do serviço de banda larga: *"O aumento dos clientes de acessos fixos de retalho foi impulsionado pelo sólido desempenho do Meo, o serviço de televisão por subscrição da PT, com a base de clientes de TV a apresentar uma aceleração no crescimento de 25,6% face ao 4T10 para 1.042 mil (68 mil adições liquidas no 4T11 e 212 mil em 2011) e com os clientes de banda larga a aumentarem 10,4% face 4T10 para 1.105 mil (33 mil adições liquidas no 4T11 e 104 mil em 2011). O sucesso do Meo é alcançado através de uma proposta de valor muito diferenciada, que se sustenta num serviço de TV por subscrição não linear que oferece uma experiência* multiscreen *única com canais em directo,* vídeo on demand*, aluguer de jogos e músicas disponíveis em vários equipamentos. Com 1.042 mil clientes, o Meo superou a barreira de um milhão de clientes em Novembro de 2011, em apenas 3 anos e meio após o seu lançamento a nível nacional em Abril de 2008, detendo já uma quota de mercado de 35,5%."*

Analisando os resultados operacionais do Grupo PT, conclui-se que, no final de 2011, a penetração dos clientes de TV na base de clientes de internet de banda larga fixa atingia já os 94%, i.e., um aumento de 11 p.p. face ao período homólogo de 2010.

Também os analistas são consensuais na avaliação da importância do serviço de televisão:

"*It is clear that the operators are now seeing the Pay-TV service as the entry to customers' houses as it is the service which most influences their choice of operator.*(...) *As already stated, Pay-TV has been used as the key service for operators to capture customers and sell them, not only Pay-TV, but Triple-Play bundles.*"[5]

Assim, assume particular relevância avaliar as ofertas que agregam estes dois serviços e, não apenas, as associadas à Internet enquanto serviço isolado.

- Esta conclusão é corroborada pelo facto de não existir uma procura real e relevante para os serviços de televisão e Internet se adquiridos isoladamente.

Tabela 1 – Combinações de serviços stand alone que são disponibilizadas em bundles e respectiva atractividade relativa

	Número de canais disponibilizados												
	15	25	26	35	58	59	60	70	81	100	103	115	133
3 Mbps	30.29 €	30.29 €	30.29 €	41.65 €	35.49 €	36.03 €	42.70 €	44.89 €	41.69 €	51.89 €	44.99 €	56.89 €	50.13 €
4 Mbps	27.38 €	27.38 €	27.38 €	38.74 €	32.58 €	33.12 €	39.79 €	41.98 €	38.78 €	48.98 €	42.08 €	53.98 €	47.22 €
8 Mbps	32.38 €	32.38 €	32.38 €	43.74 €	37.58 €	38.12 €	44.79 €	46.98 €	43.78 €	53.98 €	47.08 €	58.98 €	52.22 €
10 Mbps	25.90 €	25.90 €	25.90 €	25.90 €	25.90 €	25.90 €	25.90 €	25.90 €	25.90 €	25.90 €	25.90 €	25.90 €	25.90 €
12 Mbps	37.38 €	37.38 €	37.38 €	48.74 €	42.58 €	43.12 €	49.79 €	51.98 €	48.78 €	58.98 €	52.08 €	63.98 €	57.22 €
20 Mbps	31.38 €	31.38 €	31.38 €	42.74 €	36.58 €	37.12 €	43.79 €	45.98 €	42.78 €	52.98 €	46.08 €	57.98 €	51.22 €
24 Mbps	30.71 €	30.71 €	30.71 €	42.07 €	35.91 €	36.45 €	43.12 €	45.31 €	42.11 €	52.31 €	45.41 €	57.31 €	50.55 €
30 Mbps	41.38 €	41.38 €	41.38 €	52.74 €	46.58 €	47.12 €	53.79 €	55.98 €	52.78 €	62.98 €	56.08 €	67.98 €	61.22 €
50 Mbps	40.88 €	40.88 €	40.88 €	52.24 €	46.08 €	46.62 €	53.29 €	55.48 €	52.28 €	62.48 €	55.58 €	67.48 €	60.72 €
100 Mbps	51.05 €	51.05 €	51.05 €	62.41 €	56.25 €	56.79 €	63.46 €	65.65 €	62.45 €	72.65 €	65.75 €	77.65 €	70.89 €
200 Mbps	66.29 €	66.29 €	66.29 €	77.65 €	71.49 €	72.03 €	78.70 €	80.89 €	77.69 €	87.89 €	80.99 €	92.89 €	86.13 €
300 Mbps	81.54 €	81.54 €	81.54 €	92.90 €	86.74 €	87.28 €	93.95 €	96.14 €	92.94 €	103.14 €	96.24 €	108.14 €	101.38 €

Fonte: Análise Optimus

Da Tabela 1 – Combinações de serviços stand alone que são disponibilizadas em bundles e respectiva atractividade relativa, observa-se que há 6 combinações de produtos *single play* que são mais económicas que *bundles* equivalentes comercializados no mercado (destacadas a verde). Na realidade, para estas 6 combinações, podemos encontrar 7 ofertas em *bundle* (uma delas, corresponde ao pacote Total 24 da oferta de fibra do Meo, o qual oferecendo 24 Mbps e 80 canais, considera-se suficientemente próximo para ser comparável com a combinação de produtos de televisão de 81 canais e Internet de 24 Mbps) que são mais caras que a aquisição isolada de combinações de ofertas *single play* equivalentes.

[5] in Portuguese Telecommunications Update, ESN Sector Report, 16.12.2010.

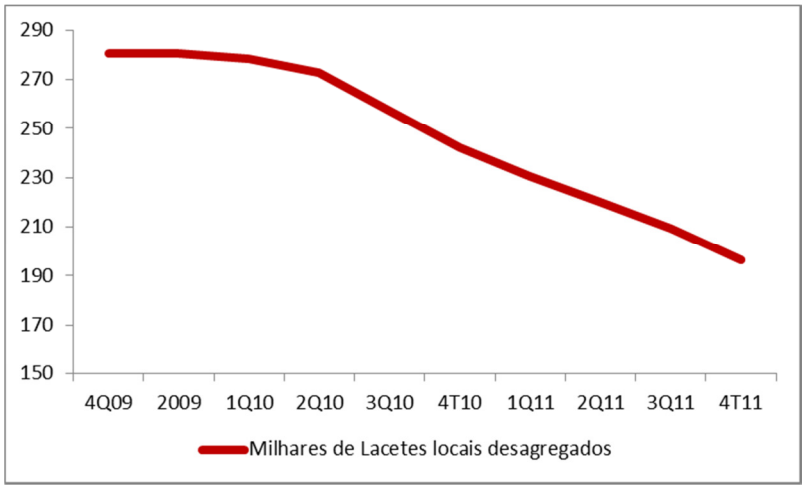
No entanto, para os demais casos (11 combinações, destacadas a vermelho), observa-se que os *bundles* equivalentes oferecidos no mercado são mais baratos, num total de 24 *bundles*.

Assim, é inequívoco que, para um operador que apenas ofereça Internet, dificilmente poderá competir com operadores que também oferecem televisão, na medida em que os clientes não encontrarão no mercado ofertas de televisão *stand alone* que tornem atractiva essa opção.

Adicionalmente há que considerar que, mesmo nos casos em que o cliente opte por dois serviços adquiridos de modo isolado, há dois factores que concorrem negativamente para a atractividade dessa opção: (i) optando por dois operadores distintos existe uma barreira para o cliente devido aos custos de instalação que são a duplicar e que não estão reflectidos na análise atrás apresentada, a qual apenas compara as mensalidades[6] (ii) a complexidade da rede doméstica também constitui um factor de dissuasão relevante, na medida em que a instalação conjunta de dois serviços assegura a compatibilidade dos equipamentos, o que não sucede quando os mesmos são instalados de modo independente

- Um outro aspecto refere-se ao papel que a desagregação do lacete local assume no mercado actual. Observa-se que apenas um operador se mantém activo na desagregação do lacete local para o mercado residencial, sendo que essa oferta grossista tem vindo a ver a sua importância diminuir de modo acentuado. A pressão concorrencial exercida pelos operadores suportados na oferta desagregada do lacete é inegavelmente decrescente: tanto pelo número de lacetes desagregados (20% de queda nos últimos 2 anos, com a queda anual a agravar-se no período: –14% de 04Q09 a 04Q10 e -19% de 04Q10 a 04Q11), como pelo número de intervenientes no mercado.

Figura 4 - Evolução da desagregação de lacetes locais – informação PT



[6] Sobre este particular, é necessário atender ao facto de, nos *bundles*, a instalação é, na maioria dos casos, gratuita, sendo que o mesmo não sucede no caso da aquisição de serviços isoladamente.

Fonte: Relatórios e Contas PT

Esta perda de importância é clara quando se atende ao facto de, no último trimestre, os clientes de banda larga suportados em ADSL terem sido os únicos a decrescer (1,2%)[7].

- Consequentemente, observa-se que a quota do operador ainda presente no mercado residencial decresceu ligeiramente a sua quota desde 2010 e que, no caso da Optimus, a tendência de queda acentuada se manteve.

Tabela 2 – Evolução das quotas de banda larga

	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11	4T11
Optimus	8,2%	7,7%	7,2%	6,6%	6,1%	5,8%	5,6%	5,4%
Vodafone	4,3%	4,3%	4,3%	4,2%	4,2%	4,1%	4,1%	4,2%

Fonte: ANACOM

- No que se refere às redes de nova geração, observa-se que sofreram uma evolução significativa, com a PT a atingir um milhão de casas cobertas, a Optimus e Vodafone com 400 mil casas em conjunto e a Zon, com uma cobertura de cerca de 3 milhões de casas em Eurodocsis 3.0. Com a excepção da Zon e da PT, observa-se que a cobertura é bastante limitada, dependendo da conjunção de vários factores como o poder de compra, proximidade de eixos de via principais, tipo e concentração de construção vertical, níveis de escolaridade, entre outros. É de sublinhar a ausência de qualquer sinal de investimento futuro nestas redes por parte destes operadores (no caso da Optimus, essa intenção de suspensão total do investimento já foi assumida junto do regulador há largos meses).

- Já no que se refere às práticas tarifárias, o Sapo mantém diferenciação tarifária entre zonas "Sapo" e "não Sapo", para as ofertas de Internet sem televisão. No entanto, tal não sucede no caso das ofertas com televisão, onde não existe diferenciação tarifária.

  Exemplo: Na localidade de Botequim na Freguesia de Riachos, Torres Novas, a rua Carlos da Luz não é uma zona Sapo (tendo-se confirmado que a Vodafone não está presente, nem com ADSL indirecto), pelo que para aceder ao serviço de Internet apenas, o cliente tem de recorrer às ofertas da Figura 5 abaixo.

[7] Informação estatística do serviço de acesso à Internet do 4º trimestre de 2011, http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1117279

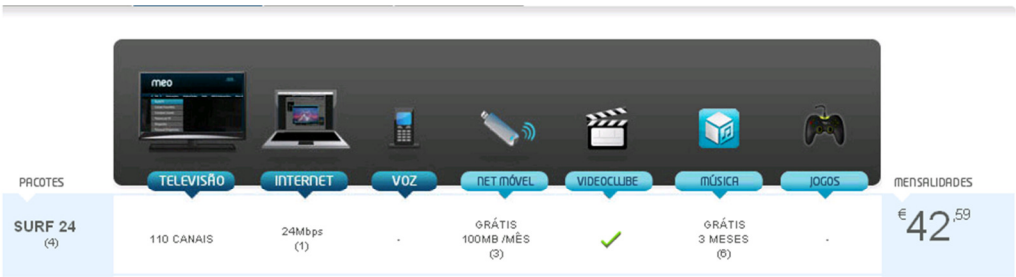
Figura 5 – Oferta ADSL Sapo e Voz PT (extra a € 10,49)

	SAPO ADSL 4 Mb	SAPO ADSL 8 Mb	SAPO ADSL 12 Mb	SAPO ADSL 24 Mb
Internet	4 MB	8 MB	12 MB	24 MB
Banda Larga Móvel (1)	100 MB/mês Grátis	100 MB/mês Grátis	100 MB/mês Grátis	100 MB/mês Grátis
Music Box (2) Novo	Grátis 3 meses (4)	Grátis 3 meses (4)	Grátis para sempre	Grátis para sempre
Mensalidade (3)	€16,99 (5) ~~€20,99~~	€21,99 (5) ~~€25,99~~	€26,99 (5) ~~€30,99~~	€32,99 (5) ~~€36,99~~

Fonte: sítio da Internet do Sapo

Paralelamente, e para essa mesma zona, se o cliente quiser optar pelo *meo*, tem acesso às ofertas ADSL, as quais não apresentam qualquer diferenciação face à oferta de entrada da fibra *meo.*

Figura 6 – Oferta ADSL Meo de Televisão e Internet



Fonte: sítio da Internet do Meo

Relativamente aos serviços de *bundle*, a única diferenciação refere-se à tecnologia e não à cobertura geográfica. Como exemplo, pode-se atender à situação de um cliente que se encontre na Freguesia de Algueirão Mem-Martins, onde existe cobertura de fibra e satélite.

Os clientes desta zona poderão contratar o serviço de Internet e televisão tanto em fibra como em DTH, sendo que este último apresenta preços uniformes em toda a sua área de cobertura. I.e., o preço em Mem Martins para a oferta DTH é igual ao preço dessa mesma oferta em qualquer outro ponto do País.

Nestas condições, resulta de modo inequívoco que os operadores percepcionam o mercado como um único.

Relativamente à comparação dos preços de pacotes similares via a mesma tecnologia, a Tabela 3 apresenta os preços das ofertas em pacote de Internet e Televisão dos principais operadores, resultando claro que não existem diferenças substanciais, sendo que as que se identificam, na medida em que têm por base a tecnologia e não a cobertura geográfica (que como se demonstrou acima não é

exclusiva, i.e., apresenta claras sobreposições), não reflectem diferentes avaliações da envolvente concorrencial mas, sim, as diferenças subjacentes às tecnologias utilizadas.

Tabela 3 – Ofertas em pacote de Internet e Televisão

	3 Mbps	6 Mbps	8 Mbps	12 Mbps	24 Mbps	30 Mbps	50 Mbps	60 Mbps	100 Mbps	120 Mbps	200	300	360 Mbps
Cabovisão*	50.74 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	66.26 €	n.a.	65.45 € (2)	n.a.	75.45 €	n.a.	n.a.	n.a.
Clix	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	41.99 €	51.99 €	n.a.	66.99 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Vodafone	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	36.99 € (3)	n.a.	50.99 € (	n.a.	60.99 € (	n.a.	75.99 €	90.99 €	n.a.
Zon	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
SDNet Plus	n.a.	30.99 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Light Plus HD	n.a.	n.a.	n.a.	42.59 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Fun HD				47.99 €									
Smart	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	42.59 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Fibra 30	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	49.59 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Fibra 60	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	64.99 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Fibra 120	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	74.99 €	n.a.	n.a.	139.99 €
Fibra 360	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Meo	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Surf 24	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	42.59 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Surf 30	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	42.59 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Surf 100	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	57.99 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Total 8 (Sat)	n.a.	n.a.	41.50 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Total 12 (Sat)	n.a.	n.a.	n.a.	45 € (1)	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Mega 24 (Sat)	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	50 € (1)	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Total 12 (Fibra)	n.a.	n.a.	n.a.	42.59 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Total Plus 12 (Fibra)				47.99 €									
Total 24 (Fibra)	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	47.99 €	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Total 50 (Fibra)	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	58.49 € (	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Total 200 (Fibra)	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	104.99	n.a.	n.a.

Fonte: Sítios de Internet dos operadores

Notas:

Sempre que não existam pacotes de TV e Net utilizaram-se as ofertas triple Play

(1) ao fim de 12 meses acresce € 10

(2) ao fim de 12 meses €68.38

(3) Acresce € 5 ao fim de 12 meses

(4) Considerou-se que os valores adicionais dos aditivos são aplicáveis ao preço do pacote com 50 Mbps

(5) Sempre que o mesmo operador apresenta diferentes preços para a mesma velocidade apenas se considerou a mais reduzida (tipicamente devido a diferenças no número de canais ou inclusão do serviço de voz

*As ofertas Cabovisão são composições de dois produtos distintos, sendo que se optou por considerar apenas os dois extremos: a combinação mais barata - 3 Mbps com 35 canais e a mais cara - 30 Mbps com 100 canais

- Cumpre, finalmente, avaliar da relevância da diferenciação tarifária existente no caso do serviço de Internet *stand alone*. Da comparação dos preços, resulta o seguinte:

Tabela 4 – Ofertas disponíveis na localidade de Botequim

	Preço para o cliente Sapo	Preço para o cliente meo (3play)
4 Mbps	€ 27,48 com promo €30,48 sem promo	n.d.
8 Mbps	€ 31,48 com promo €36.48 sem promo	n.d.
12 Mbps	€ 37,48 com promo € 41,48 sem promo	n.d.
24 Mbps	€ 43,48 com promo € 37,48 sem promo	€ 42,59

Fonte: Serviços de informação dos operadores

Ou seja, a oferta do Sapo para estas zonas apenas é relevante se os clientes não derem qualquer valor ao serviço de televisão e se não estiverem interessados em velocidades superiores a 8 Mbps.

Atendendo ao acima exposto, conclui-se o seguinte:

1. Actualmente e prospectivamente, as ofertas relevantes a considerar são as ofertas de *bundle* de televisão e Internet;
2. As ofertas suportadas na oferta desagregada do lacete local (ODLL) têm vindo a ver a sua importância a decrescer fortemente, com a excepção da oferta do operador verticalmente integrado (oferta *meo*). Conclui-se, portanto, pela insuficiência da ODLL para garantir uma pressão competitiva relevante no mercado retalhista.
3. As redes de fibra alternativas têm uma reduzida abrangência geográfica e, como extensamente exposto no âmbito da análise ao mercado 4, não existem perspectivas de um *roll out* relevante adicional.
4. Os operadores presentes no mercado vêem o mercado como um todo, como se demonstra pela prática tarifária das ofertas *bundles* (as relevantes para o horizonte temporal da presente análise).

As Linhas de Orientação da Comissão e a análise da ANACOM

Atenta a caracterização supra do mercado retalhista de banda larga nacional, há agora que aplicar os princípios de análise de mercado preconizados pela Comissão e validar as conclusões apresentadas pelo regulador no que à segmentação geográfica se refere.

De acordo com as linhas de orientação para a análise de mercados a delimitação geográfica de um dado mercado tem como base a constatação de condições de concorrência suficientemente distintas de modo a que se possam identificar diferentes mercados que não apresentem condições suficientemente homogéneas.

Para tal, há que verificar o modo como o regulador aborda cada um dos seguintes aspectos:

1. Se a existência de infra-estruturas com coberturas regionais sinalizam a possibilidade de um mercado autónomo;

2. Eventuais diferentes coberturas devem ser analisadas em complemento com a análise das dinâmicas da oferta e procura. Nomeadamente há que verificar se existem práticas tarifárias suficientemente distintas que se suportem na existência de uma dinâmica concorrencial distinta, devendo ser eliminadas situações em que os concorrentes regionais conseguem exercer um efeito disciplinador fora das suas zonas geográficas.

3. Se as áreas de cobertura das redes de nova geração do incumbente e demais operadores implicam alterações na postura competitiva do primeiro sempre que as redes dos demais estejam presentes;

4. Adicionalmente há que avaliar se os produtos são similares ou se apresentam diferenças significativas consoante a área geográfica.

5. Finalmente, e conforme exposto na Recomendação da Comissão de 20.09.2010 sobre o acesso regulamentado às redes de acesso de próxima geração, as diferenças encontradas deverão ser objectivas, substanciais e estáveis ao longo do tempo, ao mesmo tempo que se recomenda a revisão das fronteiras geográficas anteriormente definidas atentas as alterações na dinâmica concorrencial que as redes de nova geração possam ter imprimido no mercado.

Já a análise do regulador, justifica a segmentação proposta com base nos seguintes aspectos:

1. Manutenção da unidade geográfica de referência – área de central do Grupo PT;

2. Constatação de preços geograficamente distintos para as ofertas de single play, nomeadamente no que às ofertas Sapo se refere;

3. Persistência de uma disparidade das quotas do Grupo PT nas zonas "C" vs as "NC". Neste particular, é identificada a evolução positiva que as quotas retalhistas do Grupo PT têm vindo a ter nestas áreas, em detrimento dos seus concorrentes, não obstante nas zonas "C" permanecer abaixo dos 40% de quota (34%, o que representa um aumento de 9% face a 2007).

4. Considera que a aplicação dos critérios da anterior análise de mercados conduziria, segundo o regulador, a uma saída de 8 centrais das zonas "C" e a entrada de 12 nas "NC". Argumentando com base na necessidade de manter a previsibilidade regulatória, o regulador opta por manter as zonas definidas em 2009. Não é feita, neste contexto, qualquer referência ou análise à evolução, desde 2009, da competitividade das ofertas, dos operadores alternativos, suportadas na ODLL.

Atenta esta análise, a Optimus não pode deixar de manifestar a sua total oposição à metodologia seguida pelo regulador, na medida em que enferma de três vícios estruturais:

- Por um lado, a análise do regulador é circular. Efectivamente, para determinar se existem mercados distintos, o regulador parte, essencialmente, de uma análise de quotas dos mercados geográficos que acaba por definir. Ou seja, em vez de analisar o mercado como um todo, analisa os dois mercados geográficos autonomamente.

- Por outro lado, a ANACOM centra a sua análise numa avaliação estática (quotas de mercado), satisfazendo-se com a constatação de que persistem diferenças significativas de quota entre as duas zonas definidas *a priori*.

- O único elemento adicional que é tomado em consideração para descrever "pressões competitivas" distintas é a ausência de homogeneidade dos preços das ofertas de banda larga *stand alone* do incumbente. No entanto, e como a própria ANACOM refere na descrição do mercado retalhista aquando da análise do mercado 4, e como foi atrás demonstrado, estas ofertas não têm relevância para a concorrência do sector, na medida em que estão em acelerado desaparecimento, devendo a referência ser as ofertas em *bundle*. Ora, para este tipo de ofertas, a própria ANACOM refere que existe uma homogeneidade tarifária ao longo de todo o território nacional, o que demonstra que a pressão competitiva é similar em todo o território. O regulador opta por ignorar por completo estes factos nesta análise.

Ora, com base neste tipo de abordagem, qualquer mercado pode ser segmentado geograficamente, pois poderão ser sempre encontrados *clusters* geográficos onde as quotas são distintas do restante território, sem que tal reflicta diferenças estruturais nas dinâmicas de concorrência dessas zonas.

Analisando os eixos de avaliação das linhas de orientação da Comissão, observa-se que:

1. As diferenças nas coberturas das redes relevantes, não são suficientes para suportar uma conclusão sobre uma dinâmica concorrencial distinta, na medida em que os preços das ofertas de referência no mercado são homogéneos em todo o país. Isto é, verifica-se precisamente o critério que a Comissão aponta como suficiente para que não existam mercados distintos: os concorrentes regionais conseguem exercer um efeito disciplinador fora das suas zonas geográficas.

2. Resulta do acima exposto que as áreas de cobertura das redes de nova geração do incumbente e demais operadores não têm implicações na postura competitiva do primeiro;

3. Os próprios produtos, são distribuídos à escala nacional, apenas variando os débitos fruto das diferenças inerentes à tecnologia utilizada;

4. Finalmente, não obstante permanecerem diferenças relevantes entre as quotas de mercado do Grupo PT em diferentes zonas do País, os dados avançados pelo operador demonstram que é o incumbente que mais quota está a ganhar e que a

tendência não é de abrandamento mas, pelo contrário, de aumento do fosso face ao segundo operador[8].

Ainda neste particular, a ANACOM não faz qualquer referência às consequências que o crescimento da Vodafone tem associadas, pelo facto de estar suportado na sua rede de fibra (como já referido, o crescimento suportado na ODLL é inviável, aliás como os dados de mercado demonstram). Atenta a ausência de qualquer informação pública que indicie a continuação desse investimento, e considerando o já exposto anteriormente sobre a probabilidade de aumento da cobertura das redes de fibra, existe um claro *cap* ao crescimento deste operador, pelo que a sua pressão competitiva está inerentemente limitada.

Atento o acima exposto, a Optimus considera a fundamentação do regulador para a manutenção da segmentação geográfica errada, centrada numa análise estática e não prospectiva e ignorando as próprias conclusões sobre a dinâmica concorrencial do mercado que a ANACOM, em outras secções do documento, retirou (e.g. irrelevância das ofertas de Internet *stand alone*).

Neste contexto, o mercado retalhista de acesso em banda larga é nacional.

3.2. Avaliação de PMS no Mercado Retalhista de Acesso em Banda Larga

Relativamente a esta análise, a mesma será centrada nas consequências que a existência de um mercado de abrangência nacional traz para a avaliação de Poder de Mercado Significativo.

Não obstante, e previamente a essa análise detalhada, a Optimus não pode deixar de apresentar os seguintes comentários à análise efectuada pelo regulador no âmbito do mercado "C":

1. O regulador refere a importância da "concorrência exercida pela manutenção das zonas cobertas pela OLL pelos operadores que investiram nesta oferta grossista". Não é totalmente claro se se refere à pressão competitiva das redes de fibra desses operadores se das suas ofertas de OLL. Em qualquer um dos casos o argumento é falacioso. Se se referir à pressão competitiva das redes de fibra desses operadores, não se compreende como é que se justifica o crescimento constante e superior do Grupo PT. Apenas se poderá concluir pela fraqueza dessa pressão.

   Já se se refere à pressão continuada das ofertas OLL, o argumento é ainda menos compreensível, na medida em que estas ofertas, como já foi demonstrado, não

[8] A este respeito, não se pode deixar de estranhar a qualificação que o regulador faz do crescimento da quota do grupo PT nas zonas "c". Este é classificado de "ligeiro aumento". Mas se o Grupo PT, que é quem mais cresce, tem um ligeiro aumento, então os crescimentos da Zon e da Vodafone, que são inferiores, apenas podem ser considerados de residuais e, por conseguinte, irrelevantes.

constituem qualquer pressão. Aliás, adiante, a própria ANACOM desvaloriza-as (o que será analisado nos pontos seguintes), pelo que não se compreende esta dicotomia na sua apreciação.

2. A ANACOM reitera o seu entendimento de que os custos afundados dos investimentos realizados são um incentivo para que os operadores efectuem investimentos adicionais, sem que haja qualquer análise pelo regulador do retorno dos investimentos já realizados. Efectivamente, investimentos adicionais são irrelevantes para a rentabilização dos já realizados. Refere mesmo a existência de investimentos anunciados pela Vodafone e Optimus. Para além da total incoerência do raciocínio associado aos custos afundados, já exposta anteriormente, a Optimus considera uma grave distorção da realidade o regulador referir anúncios relativamente a investimentos que já foram concluídos, como se de um aumento de cobertura se tratasse ...

3. A ANACOM mantém que os preços das ofertas ADSL e Cabo têm continuado a reduzir-se nestas zonas. No entanto, dada a homogeneidade dos preços a nível nacional, não se percebe como é que tal movimento é um factor de distinção face às zonas "NC", a não ser que o regulador se esteja a referir às ofertas *single play*. Se esse for o caso, reitera-se o já exposto anteriormente: não se compreende a relevância de movimentos de preços de ofertas que não são representativas da dinâmica de crescimento do mercado...

4. A ANACOM alude ao facto de as ofertas de cabo e fibra terem vindo a aumentar os débitos sem aumento de preços, comparando com a menor qualidade das ofertas suportadas no cobre. Novamente, não se compreende a relevância desta constatação, pois tal resulta não de diferentes dinâmicas competitivas mas, sim, de diferenças tecnológicas. Logo é irrelevante para a análise de poder de mercado. No limite, apenas sublinha a falência das ofertas de cobre nas zonas geográficas com redes de nova geração, o que não constitui, por sim, um argumento favorável à expansão das redes de fibra ou a existência de uma pressão competitiva acrescida...

5. O regulador também volta ainda a referir a inexistência de diferenças nas capacidades financeiras entre os diferentes *players.* Neste particular, remete-se para o já exposto anteriormente sobre este particular.

Já atendendo ao mercado retalhista definido na secção anterior, há que analisar as quotas de mercado existentes. Para o efeito, recorremos aos dados publicados pelo regulador, relativos ao quarto trimestre de 2011, bem como à evolução desses dados desde a última avaliação do mercado.

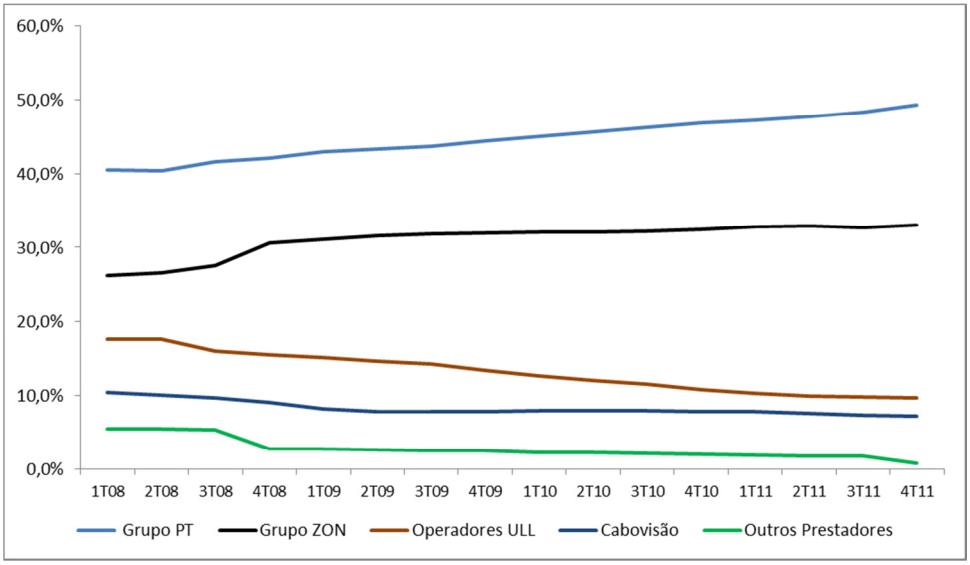
Para uma análise mais simplificada, optou-se por agregar os operadores que utilizam a oferta desagregada do lacete local num só item, na medida em que dessa forma a leitura é mais simples e o papel desta oferta no mercado mantém-se visível.

Da Figura 7 resulta de modo claro que o Grupo PT é a única entidade que tem vindo a aumentar a sua quota de mercado na banda larga, com os operadores suportados na

desagregação do lacete local em forte queda. Adicionalmente, a Zon mantém-se destacada com a segunda maior quota, não obstante ter visto a sua quota cair fortemente desde o terceiro trimestre de 2009 sem que, até hoje, tenha conseguido recuperar uma dinâmica de crescimento.

Esta situação é reveladora do já atrás constatado: as premissas de sustentabilidade da concorrência que presidiram à criação de zonas competitivas não se confirmaram, levando a que todos os operadores alternativos sofressem uma forte redução da sua posição no mercado.

Figura 7 – Evolução das quotas de mercado de banda larga



Fonte: ANACOM

Relativamente ao Grupo PT, a quota de mercado registada no último trimestre de 2011 cifrou-se nos 49,4% o que representa um valor que, de acordo com as linhas de orientação da Comissão, implica a necessidade de uma análise cuidada sobre a existência, ou não, de poder de mercado significativo: *"(....) In the Commission's decision-making practice, single dominance concerns normally arise in the case of undertakings with market shares of over 40 %, (...)"*[9]

Nestas condições há que analisar outros aspectos relevantes para concluir da posição de mercado:

Indicador	Análise
Dimensão da empresa/Grupo	O Grupo PT é a maior entidade a operar no mercado nacional de comunicações electrónicas, claramente destacado dos demais operadores a nível nacional. A sua

[9] *"Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services"*, (2002/C 165/03), 11.07.2002, §75.

	projecção internacional, sem paralelo no mercado Português 10 , confere ao Grupo PT uma vantagem inequívoca na aquisição de equipamentos e conteúdos, bem como na negociação de parcerias, nomeadamente por via da alavancagem com a sua posição no mercado brasileiro, onde a participação na Oi trará claras sinergias com a operação portuguesa.
Controlo de infra-estruturas não facilmente replicáveis	O Grupo PT destaca-se das demais empresas a operar no mercado nacional pelo controlo que detém da rede de condutas com maior capilaridade e melhor preparada para a instalação de redes de comunicações electrónicas. Paralelamente, detém a rede básica (cobre) a qual constitui um ponto de partida privilegiado para o investimento em fibra, na medida em que vários troços do acesso local já têm fibra.
Superioridade tecnológica	O principal concorrente do Grupo PT é a Zon, a qual opera numa rede de cabo coaxial com o protocolo Eurodocsis 3.0. A PT comunicações tem vindo a investir numa rede de FTTH a qual é unanimemente considerada como superior às redes coaxiais (mesmo que suportando Eurodocsis 3). Adicionalmente, existe forte evidência que esta superioridade também é reconhecida pelos clientes, atendendo à dificuldade que a Zon tem vindo a ter em crescer a sua base de clientes num contexto em que tem três vezes mais casas passadas que a PTC. Adicionalmente, e como atrás referido, a dimensão internacional do Grupo PT confere-lhe uma maior facilidade na negociação de parcerias com empresas estratégicas para o mercado fixo (e.g. Corning, SingTel, etc.).
Ausência de poder negocial por parte dos seus clientes	O Grupo PT detém mais de 10 milhões de clientes apenas no mercado nacional, o que lhe confere um poder de negociação acrescido fruto do conhecimento detalhado dos perfis de consumo desses clientes.
Acesso facilitado aos mercados de capitais	Enquanto empresa cotada no NYSE e na BVL a PT é das empresas nacionais com maior facilidade de acesso ao capital.
Diversificação do portfolio	O Grupo PT apresenta a oferta mais transversal de serviços

[10] Note-se que a Vodafone, não obstante a sua integração num grupo de dimensão internacional, não tem, à data, uma estratégia homogénea no que à rede fixa se refere, pelo que as sinergias passíveis de conseguir não são comparáveis às do Grupo PT.

de serviços	de comunicações electrónicas do mercado nacional, pelo que as economias de escala e gama de que usufrui são extremamente relevantes e de difícil replicação.
Economias de escala e gama relevantes	
Integração vertical	A integração vertical da PT Comunicações é uma vantagem competitiva incontornável desse operador, na medida em que, não obstante as alterações às regras de acesso a condutas sua propriedade, a sua capacidade de deployment de rede mantém-se inigualável no mercado nacional. Paralelamente, o facto dos demais operadores, em grande parte, estarem suportados em ofertas grossistas controladas pela PT, também lhe confere uma vantagem a nível da inovação e capacidade de diferenciação no mercado.
Rede de distribuição e vendas de elevada capilaridade	Também neste indicador a PT apresenta uma rede que é comparável à dos seus mais imediatos concorrentes.
Ausência de concorrência potencial	O mercado de banda larga fixa apresenta elevadas barreiras à entrada, sendo que não é credível que se assista à entrada de novos players com relevo no horizonte temporal relevante para a presente análise de mercados.
Barreiras à entrada	

Assim, e atendendo (i) à elevada quota de mercado do Grupo PT, (ii) ao facto de ser o único operador que apresenta uma dinâmica de crescimento, bem como (iii) à superioridade tecnológica que tem face à concorrência, (iv) à sua dimensão internacional que lhe confere vantagens competitivas na negociação com fornecedores de conteúdos e equipamentos; (v) ao seu controlo de infra-estruturas de difícil replicação pela concorrência, o qual é potenciado pela integração vertical implícita à sua estrutura empresarial; (vi) à sua base de clientes sem paralelo no mercado nacional; (vii) ao acesso facilitado ao mercado de capitais; (viii) à sua rede comercial e de distribuição de produtos e serviços e, finalmente, (ix) às barreiras à entrada que minimizam a possibilidade de entrada de novos concorrentes no mercado, considera-se que o Grupo PT é dominante no mercado retalhista de banda larga nacional.

3.3. Definição do Mercado do Produto do Mercado Grossista de Acesso em Banda Larga

Tal como no mercado 4, a questão sobre a inclusão, ou não, das redes de cabo é um ponto de discordância da Optimus face à análise do regulador. A discussão é em tudo semelhante à havida no capítulo anterior, na medida em que a justificação para a integração destas

redes passará sempre pelo modo como as restrições indirectas que estas redes exercem sobre as demais deverão ser tratadas.

Tal como no caso anterior, o entendimento da Optimus é o de que o mercado nacional não justifica o tratamento deste tipo de restrições (indirectas) em pé de igualdade com as directas, i.e., em que existisse uma oferta grossista suportada no cabo. Toda a argumentação exposta na secção 2.2é válida para esta análise.

Aqui, porém, existe uma diferença: no caso da desagregação, existe uma impossibilidade física que impede a desagregação do cabo coaxial. Já no mercado grossista de acesso à banda larga, tal impossibilidade tecnológica não existe. Está estabelecido que a oferta de serviços *bitstream* nas redes de cabo é possível, no entanto, e de acordo com as análises que a Comissão tem vindo a efectuar há que atender, entre outros, aos seguintes elementos:

a) Para que esta opção fosse relevante teriam de existir manifestações de interesse por parte do mercado no acesso à rede de cabo, o que não se verifica;

b) A implementação de tal oferta deveria ser viável no prazo máximo de um ano, de modo a ser relevante para a análise. Novamente, tal prazo de implementação, à luz da experiência existente, não é credível;

c) Os custos associados à implementação de tal oferta, no actual momento de desenvolvimento da rede de cabo, dificilmente viabilizarão uma oferta *bitstream* de cabo enquanto opção para os potenciais clientes grossistas;

d) Finalmente a própria cobertura da principal rede de cabo – cerca de 68%[11] - coloca sérias dúvidas sobre o seu potencial papel de alternativa (é de lembrar que, no caso da Dinamarca, a Comissão levantou reservas sobre esta substituibilidade no caso da rede de cabo da TDC, a qual apresentava no final de 2009 uma cobertura de 55% de unidades habitacionais[12][13]).

Assim, as diferenças que se podem identificar face à análise do mercado 4 não concorrem para uma conclusão distinta, sendo que se mantém a conclusão de que o cabo não poderá ser incluído na fase de análise de mercado.

[11] Tendo por base um total de 5 590 mil casas de acordo com dados do INE de 2009.

[12] Cf. Comentários da Comissão à notificação do mercado 5 do regulador Dinamarquês "Case DK/2008/0862: Wholesale broadband Access in Denmark", 09.03.2009.

[13] Cf. dados da TDC http://annualreport2009.tdc.dk/Menu/Financial+Review/TDC+at+a+glance/TDC%E2%80%99s+multi-faceted+domestic+network+%232.

3.4. Definição do Mercado Geográfico do Mercado Grossista de Acesso em Banda Larga

Relativamente ao âmbito geográfico do mercado, e tomando em consideração a exclusão das redes de cabo, bem como a própria análise efectuada no âmbito do mercado retalhista conduz à conclusão de que o mercado será de âmbito nacional.

A este respeito, a Optimus concorda com o regulador de que as obrigações impostas ao nível do mercado 4, atendendo ao seu carácter inovador no mercado, nomeadamente no que se refere à VULA, não são de molde a justificar uma dinâmica competitiva que justifique a diferenciação geográfica na área de cobertura da rede de fibra do Grupo PT (única área onde se poderia colocar a existência d euma maior pressão competitiva com efeitos no mercado 5, atendendo aos remédios do mercado 4).

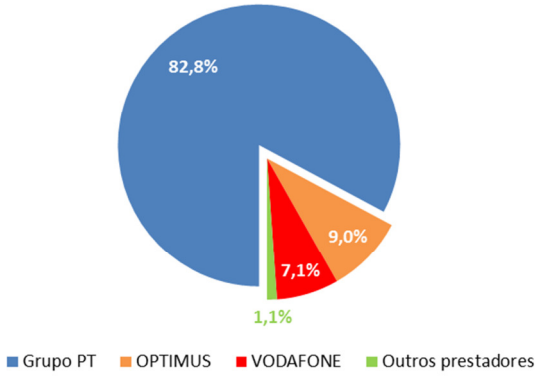
Por maioria de razão, e atendendo à limitada cobertura das redes de fibra dos operadores alternativos, bem como à inexistência de condições e intenções de expansão das mesmas no horizonte temporal que abrange o período até à próxima análise de mercado, também não se justifica a segmentação geográfica dessas zonas.

3.5. Avaliação de PMS no Mercado Grossista de Acesso em Banda Larga

Relativamente à avaliação de poder de mercado significativo, e atendendo à conclusão pela existência de um mercado de âmbito nacional, ao invés de comentar a análise do regulador, é apresentada a análise que decorre das secções anteriores.

Tomando como base a definição do mercado grossista que resulta da análise até ao momento, é possível apurar as seguintes quotas de mercado (as quais incluem os operadores suportados na oferta desagregada do lacete local enquanto *self supply*):

Tabela 5 - Estimativa de quotas de mercado do mercado 5[14]



[14] Para efeitos desta análise, devido à ausência de informação pública sobre acessos de fibra activos da Zon, estes dados não foram incluídos. No entanto, dada a reduzida expressão destes acessos, a sua exclusão não tem impactos nas respectivas conclusões.

Fonte: Estatísticas de acesso à Internet do 4º trimestre de 2011 da ANACOM

Novamente observa-se que atenta a definição do mercado relevante, o Grupo PT assume uma posição dominante, com uma quota de 79%. O passo seguinte é considerar as restrições indirectas que as redes de cabo possam impor eliminando, ou não, esse poder.

O ponto de partida será como anteriormente: assumindo que essas restrições teriam o mesmo impacto que as directas, qual seria a quota do Grupo PT? Neste caso seria equivalente à existente no retalho e que é reportada pela ANACOM: 46.8%.

Ou seja, caso não existissem factores que reduzem o impacto das restrições indirectas, de acordo com as linhas de orientação da Comissão, a quota do Grupo PT já obrigaria o regulador a considerar uma investigação aprofundada sobre a existência, ou não, de uma posição de mercado significativa.

Mas, na realidade, o que sucede é que, como já foi extensamente exposto atrás, existem fortes condicionantes a que o efeito disciplinador das redes de cabo no mercado 5 se faça sentir em pleno, a saber:

a) O Grupo PT é a única entidade que, de modo sustentado, tem vindo a ganhar quota de mercado, o que é um elemento essencial no que se refere à análise prospectiva da evolução do mercado;

b) Nenhuma das empresas detentoras de redes de cabo tem conseguido[15], nos últimos 2 anos, aumentar a sua quota, não obstante o principal operador alternativo (a Zon) deter a maior base de clientes de televisão (actual motor de crescimento da banda larga).

c) Este último factor (crescimento isolado do Grupo PT) é particularmente relevante na medida em que demonstra o modo como as suas ofertas se têm vindo a impor no mercado nacional. A explicação reside num aspecto já antes referido: o mercado de Internet em *bundle* com televisão não é um mercado de produtos homogéneos mas, antes, diferenciados. O Grupo PT tem vindo a diferenciar-se da sua concorrência mais directa assente em dois eixos: a tecnologia de suporte ("fibra até dentro de casa") e serviços multi-plataformas (e.g. VoD disponível tanto no PC como na televisão; televisão no telemóvel, PC e televisão, music box, etc.) alavancando nas suas redes (móvel e fixa). Esta dinâmica demonstra, de modo inequívoco, a fragilização dos efeitos indirectos das redes de cabo sobre o mercado 5, nomeadamente na sua capacidade de disciplinar eventuais abusos de posição dominante.

d) Por estas características do produto em causa tanto o efeito de passagem como o efeito de diluição concorrem para que o efeito indirecto seja reduzido;

[15] A Zon, no período em análise, aumentou marginalmente a sua quota em 1,1% vis-a-vis o Grupo PT que a aumentou em 4,9%

e) Adicionalmente, e numa perspectiva prospectiva, o paradigma actual de ofertas convergentes e integradas, para um operador verticalmente integrado como a PT Comunicações, bem como o peso mais reduzido dos custos de acesso nas ofertas de referência do mercado retalhista (*bundles* de Internet e Televisão) facilitará eventuais situações de esmagamento de margens, as quais, atenta a complexidade da análise, dificilmente serão detectáveis.

Por tudo o acima exposto, a Optimus mantém a avaliação efectuada no mercado 4; também aqui se considera que os efeitos indirectos da presença de redes de cabo no mercado não são suficientes para anular o poder de mercado significativo que a análise das quotas de mercado indicia.

Em consequência, o Grupo PT deve ser designado como detendo poder de mercado significativo no mercado relevante.

3.6. Imposição de Obrigações no Mercado Grossista de Acesso em Banda Larga

A análise dos remédios a impor no mercado 5 deverá ter como ponto de partida o pressuposto da regulamentação atrás discutida para o mercado 4 estar implementada.

Em particular, e atenta a natureza dos remédios definidos no mercado 4, os quais não diferem dos que foram impostos no passado, há que aferir da eficácia dos mesmos e, a partir dessa análise, decidir sobre quais impor no mercado a jusante.

Este foi, também, a abordagem assumida pela OFCOM aquando da sua análise dos remédios a impor no mercado 5[16]:

"(...) However, the purpose of the WBA market review is, essentially, to assess where the upstream remedies (notably LLU to date) have not been successful and to impose downstream regulation (...)".

Ora, atenta a análise efectuada nas secções anteriores, é inequívoco que os remédios do mercado 4 foram, no passado, insuficientes para assegurar a afirmação de um mercado retalhista competitivo.

Nessa medida, há que analisar os remédios que serão mais adequados para eliminar as distorções que, nos últimos anos, se têm vindo a manter e que têm impedido uma concorrência efectiva a nível de retalho e que, em simultâneo, assegurarão a coerência e eficácia da escada do investimento.

Para além da manutenção dos princípios já em vigor para as actuais zonas designadas por não competitivas, como é o caso da transparência e não discriminação, da análise efectuada até aqui resulta de modo evidente que qualquer obrigação a impor deverá permitir a disponibilização de serviços de televisão em conjunto com o de acesso à

[16] "Review of the wholesale broadband access market, statement on market definition, market power determinations and remedies", OFCOM, 3 de Dezembro de 2010.

Internet. Tal passa por garantir que as ofertas a disponibilizar, qualquer que seja o suporte físico (fibra ou cobre), permitam a diferenciação de tráfego de modo a que o serviço de televisão possa ser fornecido com a qualidade necessária, bem como a funcionalidade de *multicast*.

No que se refere às redes de fibra, as ofertas grossistas deverão aproveitar das capacidades destas redes e, assim, não restringir artificialmente os parâmetros de rede que permitem a diferenciação de ofertas no retalho, nomeadamente ao nível da largura de banda, fiabilidade, QoS, entre outros (cf. considerando 35 e ponto 33 da Recomendação).

Esta obrigação deverá ser coincidente com a cobertura geográfica das ofertas retalhistas do Grupo PT, i.e., na medida em que sejam disponibilizadas ofertas de Internet e Televisão tendo por base a rede de fibra e cobre, assim deverá ser assegurada a capacidade da oferta grossista de suportar esses mesmos serviços.

É de referir que os pontos de acesso deverão respeitar uma maior concentração, à semelhança do produto actual Rede ADSL.PT (no mínimo o equivalente à modalidade de agregação regional), o que já é permitido pela tecnologia existente, nomeadamente com o *multicast* VRF (*standard* do *Metro Ethernet Forum*), o que permite uma maior eficiência na gestão dos diferentes *streams* das potenciais beneficiárias.

Este princípio corresponde ao previsto na Recomendação da Comissão: a oferta grossista deverá permitir a replicação das ofertas retalhistas do operador notificado, em condições de equivalência de *inputs*, sendo que as condições para tal deverão ser asseguradas com uma antecedência mínima de 6 meses face ao lançamento de ofertas no retalho.

Em termos técnicos, a oferta deverá assegurar:

- Suporte a múltiplas *multicast* VLAN em *uplinks* GE e 10GE;
- Suporte a múltiplas *multicast* VLAN em *uplinks* GE e 10GE distintos;
- Independência do endereçamento *multicast* de cada operador. Ou seja, possibilidade de utilização do mesmo endereço *multicast* por múltiplos operadores;
- IGMP *Proxy* V1/V2/V3 por cada *multicast-Vlan;*
- Separação do fluxo *multicast* por meio de VLAN e portos lógicos no meio de acesso partilhado;
- Suporte das funcionalidades descritas em cenários de redundância *Dual-Home* e LAG;
- Estatísticas de *multicast* separadas por IGMP *Proxy – Joins, queries*, etc.;
- Possibilidade de *black-lists* e *whitelists* de canais por subscritor.

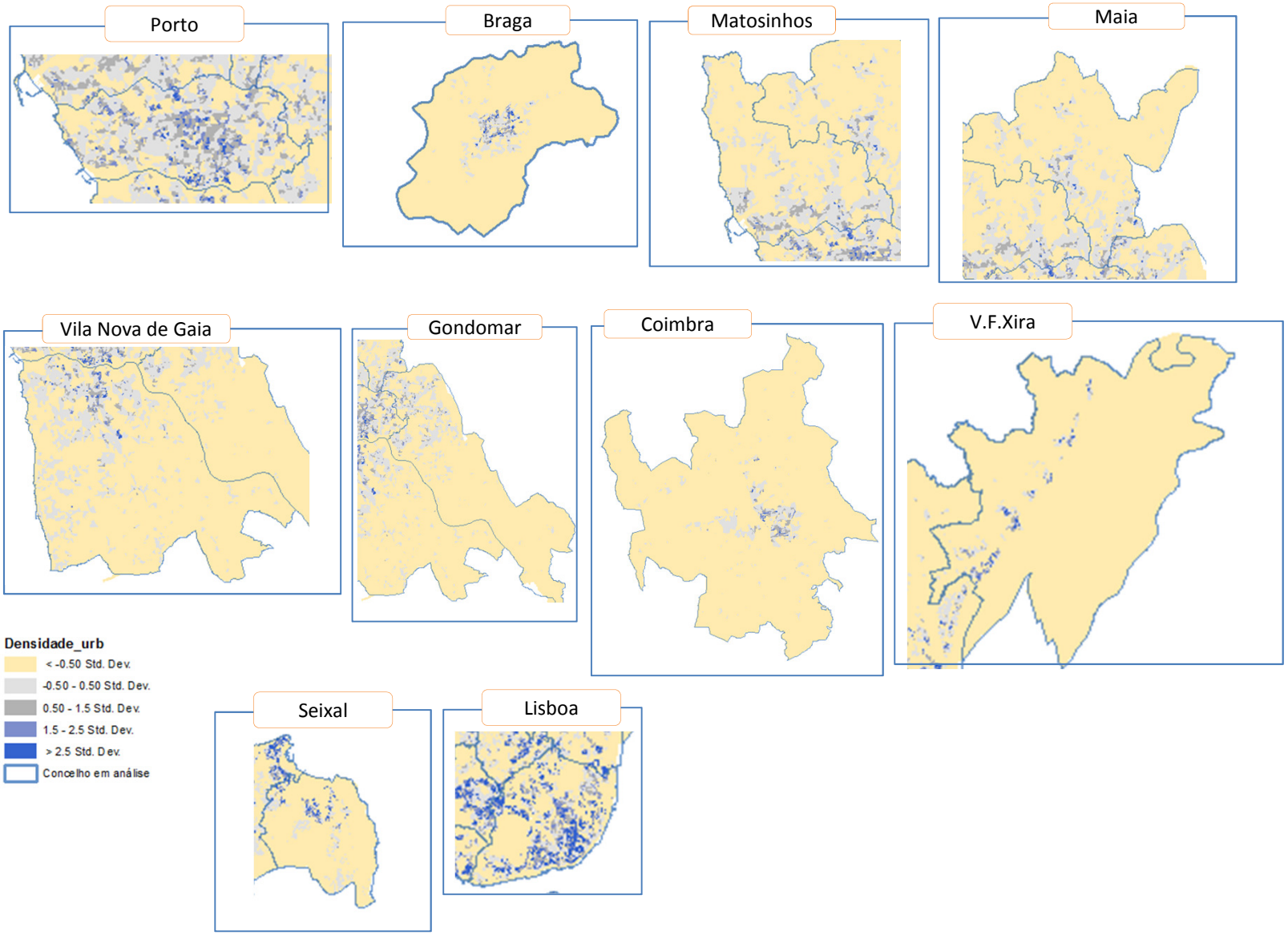
Cumpre referir que, no paradigma actual, o controlo de preços não deverá ser efectuado via uma regra de retalho menos, na medida em que o contexto de ofertas em bundle

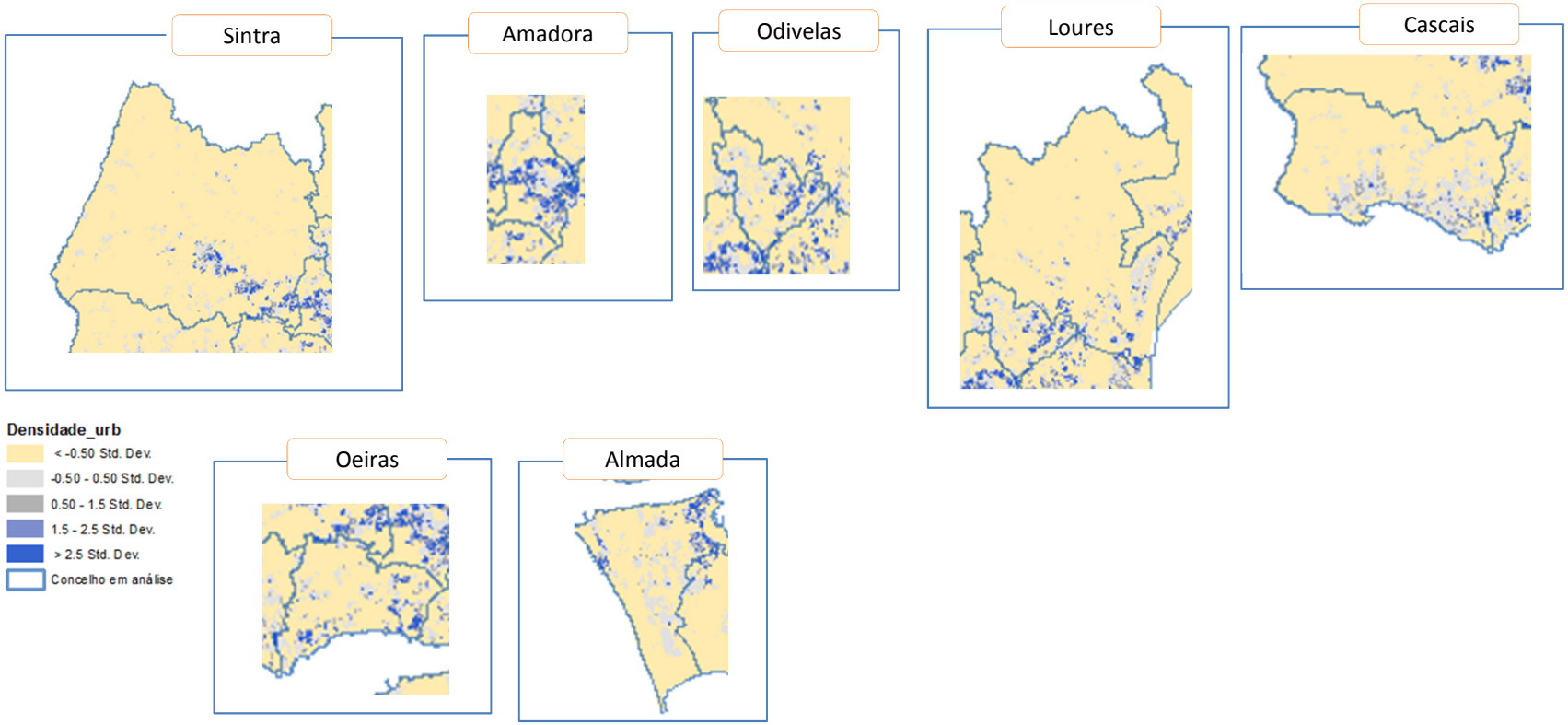
impede que essa regra de definição de preços seja eficaz. Assim, o regulador deverá assegurar o princípio de orientação para os custos, dentro do princípio de coerência ao longo da escada de investimento, i.e., as metodologias de custeio utilizadas deverão ser coerentes e assegurar uma visão integrada e comparável ao longo da cadeia de valor.

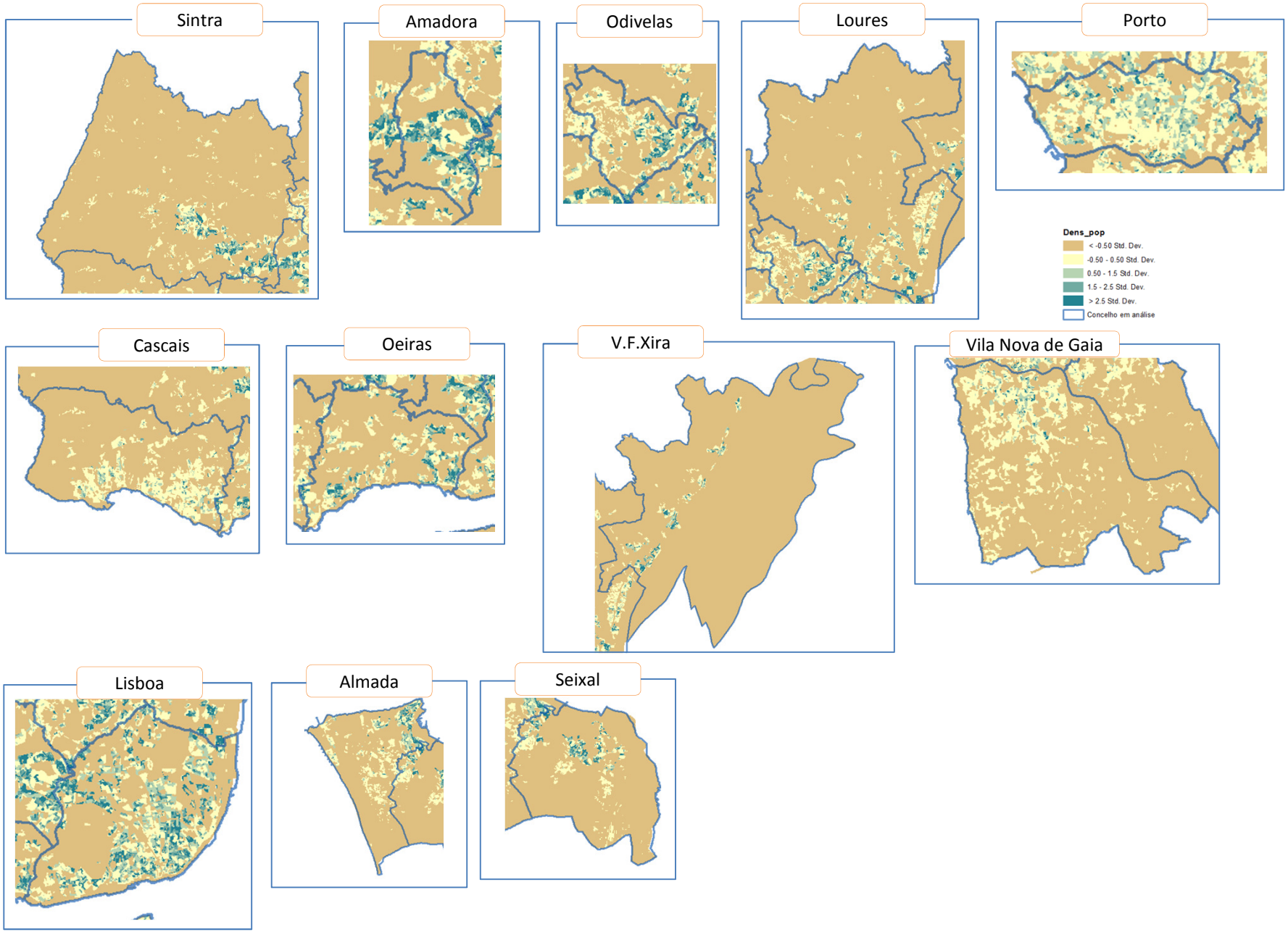
Neste aspecto, a Optimus concorda com a proposta avançada pelo regulador no que se refere ao princípio de orientação para os custos e de demonstração da ausência de esmagamento de margens face aos demais preços de retalho.

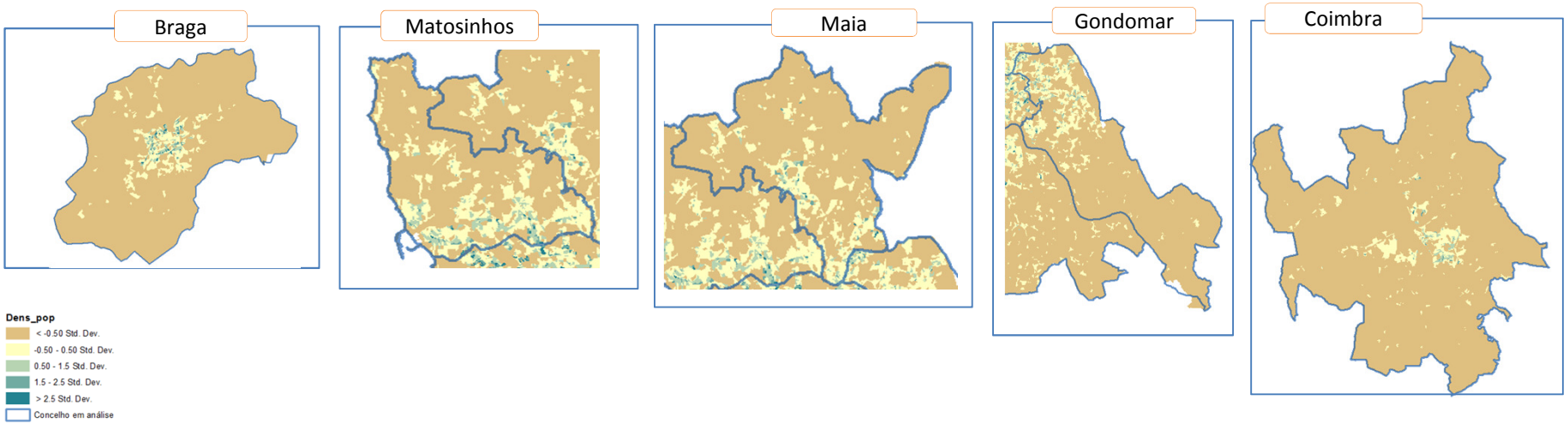
No que se refere às novas redes de acesso, as preocupações aduzidas na secção anterior, referentes à aplicação de um prémio de risco, mantêm-se para este mercado.

A este respeito cumpre relembrar a integração vertical do operador notificado a qual exclui a possibilidade de se permitir a negociação comercial das condições financeiras associadas a estas ofertas (cf. considerando 39 e ponto 36 da Recomendação).


Porto
Braga
Matosinhos
Maia
Vila Nova de Gaia
Gondomar
Coimbra
V.F.Xira
Seixal
Lisboa
Densidade_urb
< -0.50 Std. Dev.
-0.50 - 0.50 Std. Dev.
0.50 - 1.5 Std. Dev.
1.5 - 2.5 Std. Dev.
> 2.5 Std. Dev.
Concelho em análise


Sintra
Amadora
Odivelas
Loures
Cascais
Oeiras
Almada
Densidade_urb
< -0.50 Std. Dev.
-0.50 - 0.50 Std. Dev.
0.50 - 1.5 Std. Dev.
1.5 - 2.5 Std. Dev.
> 2.5 Std. Dev.
Concelho em análise


Sintra
Amadora
Odivelas
Loures
Porto
Dens_pop
< -0.50 Std. Dev.
-0.50 - 0.50 Std. Dev.
0.50 - 1.5 Std. Dev.
1.5 - 2.5 Std. Dev.
> 2.5 Std. Dev.
Concelho em análise
Cascais
Oeiras
V.F.Xira
Vila Nova de Gaia
Lisboa
Almada
Seixal


Braga
Matosinhos
Maia
Gondomar
Coimbra
Dens_pop
< -0.50 Std. Dev.
-0.50 - 0.50 Std. Dev.
0.50 - 1.5 Std. Dev.
1.5 - 2.5 Std. Dev.
> 2.5 Std. Dev.
Concelho em análise