

CONSULTA PÚBLICA  
SOBRE O  
PROCESSO DE DEFINIÇÃO DE MERCADOS  
RELEVANTES, AVALIAÇÃO DE PMS E IMPOSIÇÃO DE  
OBRIGAÇÕES

15 de Julho de 2003

Questão 2.1

Tendo em conta os critérios acima apresentados, o ICP-ANACOM solicita aos participantes nesta consulta pública que indiquem a ordem pela qual se deverão analisar os agrupamentos de mercado “serviços móveis”, radiodifusão, desagregação do lacete local e serviços de banda larga. A resposta deverá ser devidamente justificada.

Nada temos a opor a que os agrupamentos de serviços em discussão sejam futuramente analisados de acordo com a ordem apresentada:

Desagregação do lacete local e serviços de banda larga (mercados 11 e 12 da Recomendação)

Serviços móveis (correspondente aos mercados 15 e 17 da Recomendação)

Radiodifusão (mercado 18 da Recomendação)

A opção prioritária pelos serviços inclusos no mercado 11 e 12 deve-se à dimensão do mercado em causa, à relevância das comunicações electrónicas nas actividades das empresas e à necessidade dos utilizadores por serviços com maior largura de banda. O rápido desenvolvimento da performance dos sistemas e das aplicações em rede impõem aos Operadores prestadores serviços de comunicações electrónicas extremo a extremo também uma crescente capacidade de transporte de tráfego. Embora se vislumbre no futuro novas tecnologia alternativas para o acesso, a situação actual e curto prazo passa pela utilização da rede de cobre existente em virtude dos avultados investimentos necessários à sua duplicação.

A opção em segundo lugar pelos “serviços móveis” atendeu à dimensão deste mercado em termos de receita e número de clientes. No entanto o acesso ao utilizador não está dependente de apenas de uma infra-estrutura (uma vez que já existem três) e a entrada de novos Operadores é confrontada com fortes barreiras económicas e legislativas.

O mercado relacionado com os serviços de transmissão em redes para radiodifusão de rádio e televisão está ainda numa fase inicial pelo que optámos por eleger a consulta sobre este mercado para a terceira prioridade.

#### Questão 2.2 – Outros serviços

Que outros serviços de comunicações electrónicas não integradas nos agrupamentos anteriores deveria o ICP-ANACOM analisar?

Consideramos que os 18 mercados relevantes de comunicações electrónicas identificados pela comissão já incluem um elevado número de serviços passíveis de regulamentação, pelo que, não se encontram, de momento, razões para propor outros serviços.

#### Questão 3.1 - Agregação dos serviços de acordo com a utilização final

A lista de indicadores visa a agregação dos serviços a fim de se definir os mercados do produto. Estes indicadores permitem a avaliação actual do mercado nacional e a percepção dos consumidores. Segundo a Directiva Quadro cabe às ARN promoverem o mercado aberto e concorrencial para as redes e serviços; desenvolver o mercado interno e seguirem a Recomendação e Linhas de Orientação da Comissão. A actual experiência da empresa não induz a que se proponham outros critérios ou indicadores. Receia-se todavia que, na análise da substituíbilidade do lado da oferta, a lista e natureza dos indicadores possa acarretar uma carga excessiva na recolha da informação necessária.

#### Questão 3.2 – Critérios de substituição do lado da procura

Consideramos que os critérios sublinhados permitem avaliar a existência da substituíbilidade do lado da procura. No entanto, segundo as linhas de orientação o teste do monopolista hipotético deverá considerar as reacções dos consumidores a reduzido aumento permanente de preço dos produtos/serviços. Face a ausência de experiência nesta matéria, não podemos descrever casos concertos, no entanto somos de parecer que poderão existir factores tais como a fidelização e receios de mudança que podem afectar a utilização desta ferramenta conceptual.

#### Questão 3.3 – Indicadores de substituição do lado da procura

---

Consideramos que os indicadores apresentados permitem, em termos gerais, avaliar os critérios de substituíbilidade do lado da procura.

#### [Questão 3.4 - Critérios de substituição do lado da oferta](#)

Consideramos que os critérios sublinhados permitem analisar, em termos gerais, a substituíbilidade do lado da oferta.

#### [Questão 3.5 – Indicadores de substituição do lado da oferta](#)

Consideramos que os indicadores apresentados permitem avaliar, em termos gerais, os critérios de substituíbilidade do lado da oferta. Receia-se todavia que a lista e natureza dos indicadores possa acarretar uma carga excessiva na recolha da informação necessária.

#### [Questão 3.6 – Horizonte temporal para avaliar a substituíbilidade do lado da oferta](#)

Horizonte temporal poderá estar dependente de questões, regulamentares, legislativas, acordos de interligação, partilha de infra-estruturas, direitos de acesso etc, que não são controlados pelo hipotético futuro prestador do serviço. No entanto a empresa não dispõe de indicadores nem de referências, que permitam avaliar o horizonte temporal referido, embora se julgue que, pelo menos, em muitas situações, um ano se possa afigurar adequado.

#### [Questão 3.7 - Horizonte temporal para a análise da concorrência potencial](#)

A entrada de novos operadores no mercado envolve custos irrecuperáveis significativos em novas infra-estruturas. A análise do PMS com base na concorrência potencial no nosso mercado das comunicações electrónicas é prejudicada pela actual conjuntura desfavorável do mercado. Todavia consideramos que o horizonte

temporal para um que um novo operador crie uma nova infra-estrutura e inicie a sua actividade depende do serviço a prestar e mesmo no caso mais favorável não deverá ser inferior a 2 anos.

#### **Questão 3.8 – Critérios de definição do mercado geográfico**

Consideramos que os critérios referidos são satisfatórios, em termos gerais, para avaliar o âmbito dos mercados geográficos das comunicações electrónicas portuguesas.

#### **Questão 3.9 – Indicadores para avaliar os critérios de definição do mercado geográfico**

Consideramos que os indicadores referidos são satisfatórios, em termos gerais, para avaliar os critérios de definição dos mercados geográficos das comunicações electrónicas.

#### **Questão 3.10 – Critérios para a segmentação adicional dos mercados**

Consideramos que os critérios referidos permitem, em termos gerais, proceder à segmentação dos mercados de comunicações electrónicas portuguesas.

#### **Questão 3.11 – Indicadores para avaliar os critérios de segmentação adicional dos mercados**

Consideramos que os indicadores referidos são satisfatórios, em termos gerais, para avaliar os critérios de segmentação adicional dos mercados.

#### **Questão 3.12 – Identificação de mercados susceptíveis de regulamentação ex-ante**

---

Consideramos que em termos gerais os três critérios cumulativos permitem identificar mercados que necessitam de regulamentação ex-ante. No art. 8.º da Directiva-Quadro são definidos objectivos de política geral e princípios de regulação das ARN muito mais vastos que a identificação de mercados relevantes em que o direito da concorrência não é suficiente para garantir uma concorrência plena e efectiva. Assim não se nos afigura que a abordagem proposta coloque em causa os objectivos apresentados no art. 8º da Directiva-Quadro, mas poderão não ser, por si só, o garante do seu cumprimento.

[Questão 3.13 – Critérios de quotas de mercado nos mercados das comunicações electrónicas portuguesas.](#)

Consideramos que os critérios apresentados são satisfatórios, em termos gerais, para analisar as quotas de mercado nos mercados das comunicações electrónicas portuguesas

[Questão 3.14 – Indicadores de quotas de mercado nos mercados das comunicações electrónicas portuguesas.](#)

Consideramos que os indicadores apresentados são satisfatórios, em termos gerais, para analisar as quotas de mercado nos mercados das comunicações electrónicas portuguesas

[Questão 3.15 – Critérios para avaliar a concorrência entre empresas instaladas.](#)

Consideramos que os critérios apresentados são satisfatórios, em termos gerais, para avaliar a concorrência entre empresas instaladas.

[Questão 3.16 – Indicadores para avaliar o grau de concentração de empresas instaladas.](#)

Consideramos que os indicadores apresentados são satisfatórios, em termos gerais, para analisar os critérios indicados para avaliar o grau de concentração de empresas instaladas.

**Questão 3.17 – Indicadores para avaliar a dimensão do(s) líderes de mercado.**

Consideramos que os indicadores apresentados são satisfatórios, em termos gerais, para analisar os critérios indicados para avaliar a dimensão do(s) líderes de mercado.

**Questão 3.18 – Critérios e indicadores para avaliar as barreiras à expansão.**

Consideramos que os critérios e indicadores apresentados são satisfatórios, em termos gerais, para proceder à avaliação das barreiras à expansão.

**Questão 3.19 – Indicadores para proceder à avaliação da rivalidade de preços.**

Consideramos que os indicadores apresentados são satisfatórios, em termos gerais, para proceder à avaliação da rivalidade de preços.

**Questão 3.20 – Critérios e indicadores para proceder à avaliação da rivalidade entre empresas para além da dimensão preço.**

Consideramos que os critérios e indicadores apresentados são satisfatórios, em termos gerais, para proceder à avaliação da rivalidade entre empresas além da dimensão preço.

Questão 3.21 – Horizonte temporal adequado para avaliar a possibilidade de concorrência potencial.

Horizonte temporal poderá estar dependente por questões, regulamentares, legislativas, acordos de interligação, partilha de infra-estruturas, direitos de acesso etc que não são controlados pelo futuro prestador do serviço. Embora não dispondo de indicadores ou referencias que permita avaliar o horizonte temporal, julgamos que o horizonte 2 anos afigura-se adequado para avaliar as questões relativas à concorrência potencial.

Questão 3.22 – Critérios e indicadores para proceder à identificação de barreiras à entrada e efeitos sobre a concorrência potencial.

Face aos dados que dispomos, consideramos que os critérios e indicadores apresentados são satisfatórios, em termos gerais, para proceder à identificação de barreiras à entrada e dos seus efeitos sobre a concorrência potencial.

Questão 3.23 – Critérios e indicadores para proceder à identificação do contra-poder negocial dos consumidores.

Face aos dados que dispomos, consideramos que os critérios e indicadores apresentados são satisfatórios, em termos gerais, para proceder à identificação do contra-poder negocial dos consumidores.

Questão 3.24 – Critérios para avaliar a alavancagem de poder de mercado.

Consideramos que os critérios apresentados são suficientes, em termos gerais, para avaliar a alavancagem de poder de mercado.

Questão 3.25 – Critérios e indicadores para a avaliação de detenção de posição dominante conjunta.



Consideramos que os critérios e indicadores apresentados, apesar da complexidade da matéria, permitem, em termos gerais, avaliar a detenção de dominância conjunta.

#### **Questão 27 – Imposição de obrigações regulamentares às empresas com PMS**

De momento não se vislumbra necessário impor quaisquer outras obrigações além das que se encontram em vigor e que estão devidamente expressas nas directivas acesso e serviço universal. No entanto, face à actual discussão para a identificação de mercados passíveis de regulamentação ex-ante, poderão vir a ser evidenciadas, entretanto, novas obrigações regulamentares.

#### **Serviços fixos comutados de baixo débito**

##### **Questão 4.1 – O acesso e comunicações devem ser analisados no âmbito do mesmo agrupamento de serviços**

O serviço de acesso e o serviço de comunicações não são substituíveis e como tal identificados como diferentes mercados relevantes pela Comissão. Tendo em conta a sua complementaridade consideramos que poderão ser analisados conjuntamente no âmbito do mesmo agrupamentos de serviços.

Questão 4.2 – Os serviços fixos e os serviços móveis devem ser analisados separadamente como serviços distintos.

O serviço fixo e o serviço móvel têm diferentes características técnicas e diferente percepção por parte dos utilizadores quanto à sua funcionalidade e utilização final. Os modelos e determinação de preços são diferentes. Os custos globais da mudança inviabilizam a substituíbilidade do lado da oferta. São mercados distintos pelo que devem ser analisados separadamente.

Questão 4.3 – Os serviços de baixo débito e de banda larga devem ser analisados separadamente como serviços distintos.

Consideramos que os serviços de baixo débito e de banda larga devem ser, a priori, analisados separadamente como serviços distintos.

Questão 4.4 – Os serviços de voz e dados devem ser analisados conjuntamente no âmbito do mesmo agrupamento de serviços.

Os serviços de voz e o serviço de dados são distintos na percepção dos utilizadores e na substituíbilidade do lado da oferta e da procura. Como a oferta do serviço telefónico integra estes dois tipos de serviços ao nível do acesso, justifica-se a análise conjunta no âmbito do mesmo agrupamento de serviços.

Questão 4.5 – Os serviços comutados e de circuitos alugados devem ser analisados conjuntamente no mesmo agrupamento de serviços.

Apesar da possível substituíbilidade do lado da procura a partir de determinado nível de facturação, estes serviços têm características técnicas diferentes, modelos de determinação de preços diferentes e não têm substituíbilidade do lado da oferta sem investimento e aumento de custos. Embora a experiência da empresa não seja

relevante, dado tratar-se de serviços distintos, a sua substituição do lado da procura tem pouca expressão pelo que se considera que devam ser analisados separadamente.

Questão 4.6 – As comunicações de curta e longa distância devem ser analisadas conjuntamente no âmbito do mesmo agrupamento de serviços.

Consideramos que as comunicações de curta e de longa distância devem ser à priori, analisadas conjuntamente no âmbito do mesmo agrupamento de serviços.

Questão 4.7 – O mercado geográfico relevante para analisar os serviços incluídos neste agrupamento de serviços é o mercado nacional.

Consideramos que o mercado geográfico relevante é o mercado nacional.

Questão 4.8 – Indique outros serviços que considere necessários incluir neste agrupamento de serviços.

O serviço fixo comutado de baixo débito inclui os mercados relevantes 1 a 6 e 8 a 10 referidos na Recomendação da Comissão. Além dos serviços que se poderão afectar a cada um dos mercados específicos referimos adicionalmente o:

- Acesso à “ Internet”;
- Acesso às redes de dados.

Questão 4.9 – Quais os critérios e indicadores mais adequados à análise dos serviços incluídos neste agrupamento.

1 – Agregação dos serviços de acordo com o utilizador final

Critérios: característica técnicas; percepção dos consumidores, preços e condições de oferta.

Indicadores: informações sobre as ofertas, funcionalidades, preços, qualidade de serviço.

2 – Substituibilidade do lado da procura

Critérios: comportamentos anteriores dos consumidores

Indicadores: preços dos serviços potencialmente substitutos; custos de mudança.

3- Substituibilidade do lado da oferta

Critérios: custos de mudança, requisitos legais

Indicadores: margem de lucro da linha de negócio potencial; calendarização; prazos e capacidade de investimento.

Questão 4.10 – Quais os Operadores com capacidade da substituíbilidade do lado da oferta para o actual agrupamento de serviços.

Ao aplicarmos o teste do monopolista hipotético afigura-se-nos pouco favorável o surgir de novos operadores nacionais de Serviço fixos comutados de baixo débito que possam vir a ter expressão no mercado nacional.

Questão 4.11 – Quais os Operadores potenciais a operar neste agrupamento de serviços.

Consideramos que o estado actual do mercado nacional não é favorável à identificação de operadores potenciais de Serviço fixos comutados de baixo débito que possam vir a ter expressão significativa no mercado nacional.

Questão 4.12 – Quais os Critérios e indicadores sobre dominância individual para o actual agrupamento de serviços.

Dos indicadores apresentados o que se considera mais adequado é o que se refere as quotas de mercado baseadas nas receitas.

Questão 4.13 – Quais as principais barreiras à expansão da oferta dos serviços deste agrupamento.

Em nosso entender, as principais barreiras à expansão da oferta dos serviços são:

- Infra-estruturas dificilmente duplicáveis;
- Superioridade tecnológica do operador histórico;
- Existência de condições de acordos de exclusividade.

Questão 4.14– Quanto à rivalidade quais as dimensões deste tipo de concorrência que a ARN deveria analisar neste agrupamento de serviços.

Em nosso entender, o que deveria ser analisado neste agrupamento de serviços é:

- Eventuais práticas de canibalização entre produtos da mesma empresa;
- Vendas em pacote e venda cruzada de produtos.

Questão 4.15 – Quais as principais práticas anti-concorrências neste agrupamento de serviços.

Procedimentos complexos nos acordos de interligação e desagregação do lacete local.

Questão 4.16 – Quanto à satisfação das necessidades dos consumidores quais as dimensões que a ARN deveria analisar neste agrupamento de serviços.

Custos versus generalidade de serviço e diversidade de oferta.

Questão 4.17 – Quais as empresas com concorrência potencial.

Consideramos que será pouco provável que possam surgir mais empresas no mercado referente a este agrupamento de serviços decorrente de um pequeno aumento de preço não transitório dos serviços actualmente prestados.

Questão 4.18 – Indique qual o nível de contra-poder negocial dos compradores neste agrupamento de serviços.

Existe contra-poder negocial se a economia em desenvolvimento é fértil na geração de novas grandes empresas ávidas de novos serviços de comunicações electrónicas. Não é o caso do nosso mercado em que a maioria dos grandes consumidores já tem definido as suas opções quanto à(s) empresa(s) prestadora dos seus serviços. Nestas circunstâncias quer por razões dos custos de mudança, contratos ou parcerias celebradas e também pelos potenciais riscos técnicos operacionais da mudança criam-

se relações de interdependência cliente/fornecedor que reduzem o contra-poder dos compradores e o contributo para a concorrência efectiva dos mercados.

Questão 4.19 – Quais os mercados e Operadores que poderão beneficiar do efeito de alavanca.

A opção do ICP-ANACOM de definir o agrupamento ou “cluster” de serviços, “Serviço fixo comutado de baixo débito” que inclui os serviços integrados nos mercados retalhistas, nomeadamente, acesso à rede telefónica e serviço telefónico, evidencia a interdependência entre os mercados e o seu efeito de alavanca.

Questão 4.20 – Quais os mercados em que se poderá registar e quais os Operadores que poderão beneficiar de dominância conjunta.

Face à situação actual do mercado, o operador histórico é o único que aparenta ter condições de poder beneficiar de dominância conjunta nos mercados onde decidir actuar.

Questão 4.21 – Indique obrigações adequadas para resolver eventuais falhas de mercado associadas à oferta e à procura dos serviços incluídos neste agrupamento de serviços.

A prossecução do trabalho regulamentar quer da Comissão quer da ARN pois visam a plena e efectiva concorrência. O sucesso deste mercado passa pela sua dinamização, pelo encontro de serviços que o vitalizem e pelo aumento de satisfação do cliente final. A falta de concorrência tem condicionado investimentos e consequentemente o sucesso da tecnologia que tem sido devidamente utilizada e desenvolvida no serviço móvel pelo que a convergência entre os serviços fixo e móvel poderá ser a via conducente à revitalização do serviço fixo.

Questão 4.22 – Indique outros serviços grossistas que considere necessários incluir neste agrupamento de serviços.

Não identificamos mais serviços grossistas que os mencionados nos mercados 8 e 10 da recomendação.

Questão 4.23 – Considera que o mercado geográfico relevante é o mercado nacional.

Consideramos que o mercado geográfico relevante para os mercados grossistas de Originação, Terminação e Trânsito é o mercado nacional.

Questão 4.24 – Considera que existe substituibilidade entre redes de originação.

Consideramos que no mercado geográfico nacional o Operador histórico, detentor da rede fixa, tem uma posição dominante neste mercado grossista.

Questão 4.25 – Considera que a terminação em cada rede individual constitui um mercado relevante.

Consideramos que existem condições para admitir que o mercado relevante é o da terminação de chamadas que inclui a terminação de chamadas em cada uma das redes individuais.

Questão 4.26 – Em relação ao tráfego interno originado pelos seus clientes interliga-se directamente às redes fixas e móveis ou utiliza serviços de trânsito de outros operadores?

Não iniciámos a actividade de prestador de serviços de SFT.

Questão 4.27 – Em relação ao tráfego internacional originado/destinado pelos seus clientes interliga-se directamente aos operadores de rede estrangeira ou outros operadores além da PTC para serviços de trânsito.

Não iniciámos a actividade de prestador de serviços de SFT.

---



Questão 4.28 – Quais os critérios e indicadores mais adequados à análise dos serviços grossistas incluídos neste agrupamento.

1 – Agregação dos serviços de acordo com o utilizador final

Critérios: características técnicas; percepção dos consumidores, preços e condições de oferta.

Indicadores: Informações sobre as ofertas, funcionalidades, preços, qualidade de serviço

2 – Substituibilidade do lado da procura

Critérios: comportamentos anteriores dos consumidores

Indicadores: preços dos serviços potencialmente substitutos; custos de mudança.

3- Substituibilidade do lado da oferta

Critérios: custos de mudança, requisitos legais

Indicadores: margem de lucro da linha de negócio potencial; calendarização; prazos e capacidade de investimento.

Questão 4.29 – Quais os Operadores com capacidade da substituibilidade do lado da oferta para o mercado grossista neste agrupamento de serviços.

Não deslumbramos que a curto prazo haja a possibilidade de outro operador, apresentar capacidade de substituibilidade da oferta.

Questão 4.30 – Quais os Operadores potenciais a operar nos mercados grossista deste agrupamento de serviços.

Os investimentos na duplicação de infra-estruturas são de tal forma avultados que condicionam a concorrência potencial, pelo que não se nos afigura que seja fácil surgirem operadores que possam satisfazer as condições requeridas.

Questão 4.31 – Considera que para efeitos de cálculo de quotas de mercado devem ser incluídos os minutos relativos ao tráfego intra-rede.

Consideramos que para efeitos de cálculo de quotas deverá ser incluído o tráfego intra-rede em todos os mercados. Quanto a valorização, não temos de momento dados que nos permita quantificá-lo.

Questão 4.32 – Considera que para efeitos de cálculo de quotas do tráfego internacional que receitas se devem ter em conta

Consideramos que se devem ter em conta as receitas líquidas do tráfego de entrada e de saída.

Questão 4.33 – Quais os critérios e indicadores mais adequados sobre questões de dominância individual.

Quotas de mercado baseadas nas receitas.

Questão 4.34 – Quais as principais barreiras à expansão da oferta dos serviços grossistas deste agrupamento de serviços.

1. Custos;
2. Infra-estruturas dificilmente duplicáveis;

Questão 4.35 – Quanto à rivalidade quais as dimensões deste tipo de concorrência que a ARN deveria analisar neste agrupamento de serviços.

A concorrência nesta vertente poderá ser medida através do:

- Nível de despesa em marketing e publicidade;
- Volume de investimento de expansão;
- Diversidade de tarifário;
- Cobertura de serviço;

- Velocidade de introdução de novos serviços;
- Volume de investimento em I&D.

Questão 4.36 – Quais as principais práticas anti-concorrências neste agrupamento de serviços.

- Preços predatórios;
- Atrasos na conclusão de acordos de interligação;
- Desagregação de lacete.

Questão 4.37 – Quanto à satisfação das necessidades dos consumidores quais as dimensões que a ARN deveria analisar neste agrupamento de serviços.

- Qualidade de serviço;
- Transparência da informação.

Questão 4.38 – Quais as empresas com concorrência potencial.

Não dispomos de elementos que nos permita pronunciar-nos neste aspecto.

Questão 4.39 – Indique qual o nível de contra-poder negocial dos compradores neste agrupamento de serviços.

A concorrência neste mercado é reduzida o que prejudica o nível de contra-poder dos consumidores.

Questão 4.40 – Quais os mercados e Operadores que poderão beneficiar do efeito de alavanca.

A opção de agrupamento ou “cluster “ – Serviço fixo comutado de baixo débito” que inclui os serviços integrados nos mercados grossistas: Originação, terminação e trânsito de chamadas. Evidencia a interdependência entre os mercados, e o seu efeito de alavanca. No caso de uma empresa ter PMS no mercado de originação terá também provavelmente PMS no mercado estreitamente associados de terminação e de trânsito. Consideramos que o operador histórico está em condições privilegiada para usufruir do efeito de alavanca.

**Questão 4.41 – Quais os mercados em que se poderá registar e quais os Operadores que poderão beneficiar de dominância conjunta.**

Consideramos que nos mercados grossistas nacional de originação, terminação e trânsito o Operador histórico aparenta ser líder da quota de mercado e deter sem conluio ou coordenação tácita uma posição dominante.

Questão 4.42 – Indique obrigações adequadas para resolver eventuais falhas de mercado associadas à oferta e à procura dos serviços grossistas incluídos neste agrupamento de serviços.

A identificação de um mercado relevante grossista alerta para a eventual necessidade de regulamentação ex-ante, que garanta:

1. Igualdade de acesso às infra-estruturas;
2. Cobertura no âmbito geográfico em causa;
3. Tarifas praticadas;
4. Informação de mercado.