ANACOM

ICP - Autoridade Nacional de Comunicações
Av. José Malhoa, nº12 - 1099-017 Lisboa
Portugal

Internet - http://www.anacom.pt
e-mail - info@anacom.pt
Telefone - 217211000
Fax - 217211001

Esta informação encontra-se publicada no sítio da Anacom na Internet em:

http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=193282

Deliberação de 25.5.2006

# DELIBERAÇÃO DO ICP-ANACOM REFERENTE ÀS MEDIDAS RESTRITIVAS DE ACÇÕES DESENCADEADAS PELAS EMPRESAS DO GRUPO PT PARA RECUPERAÇÃO DE CLIENTES PRÉ-SELECCIONADOS

## I. Enquadramento

Por deliberação de 15/12/2005[1] foi aprovado pelo Conselho de Administração do ICP-ANACOM o sentido provável de decisão sobre medidas restritivas de acções desencadeadas pelas empresas do Grupo PT, enquanto detentoras de poder de mercado significativo (PMS) nos mercados retalhistas de acesso à rede telefónica pública num local fixo, para recuperação de clientes pré-seleccionados (*win-back*).

Esta deliberação foi aprovada em execução da deliberação do Conselho de Administração do ICP-ANACOM de 14 de Dezembro de 2004[2], relativa à imposição de obrigações nos mercados retalhistas de banda estreita, no âmbito da qual se concluiu, face à análise de mercados efectuada, tenderem a manter-se a curto/médio prazo as barreiras ao desenvolvimento de uma concorrência efectiva nos mercados dos serviços retalhistas de banda estreita, exigindo por conseguinte intervenção regulatória proporcional e a imposição de medidas correctivas através de controlos regulamentares *ex-ante*. Neste contexto, a par da imposição de outras obrigações, foram mantidas as medidas estabelecidas pela deliberação do ICP-ANACOM de 17 de Julho de 2003[3], bem como outras deliberações no domínio da pré-selecção,

---

[1] http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=173843

[2] http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=142446

[3] http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=71830.

As medidas estabelecidas através desta deliberação consubstanciavam-se no seguinte:

*1. Impor às empresas do Grupo PT prestadoras de serviço fixo de telefone em acesso directo, no âmbito da Especificação de Pré-Selecção, a obrigação de respeitar um período de guarda de 6 meses, após a activação da pré-selecção, durante o qual se encontram impedidas de realizar quaisquer acções, designadamente através de contactos individualizados, destinadas a recuperar o cliente (*win-back*);*

*2. A PT Comunicações (PTC), enquanto entidade com PMS no mercado das redes telefónicas fixas e/ou do serviço fixo de telefone deve respeitar a confidencialidade da informação disponibilizada no âmbito da pré-selecção e não pode transmiti-la às empresas subsidiárias ou associadas nem aos seus próprios serviços, nomeadamente os comerciais, pelo que tais dados não podem ser por aqueles acedidos, de nenhuma forma, nomeadamente através de bases de dados.*

*3. Para efeitos do número anterior, devem ser eliminados dos sistemas de informação da PTC quaisquer dados que permitam aos seus serviços comerciais, empresas subsidiárias ou associadas relacionar os seus clientes com os dados de pré-selecção.*

explicitando-se no entanto a possibilidade da sua reavaliação, face à evolução das condições de mercado.

Nos termos do sentido provável de decisão aprovado em 15 de Dezembro de 2005, o ICP-ANACOM considerou não existirem fundamentos para que a obrigação de respeitar um período de guarda, imposta nos termos das deliberações de 17 de Julho de 2003 e 14 de Dezembro de 2004, não se mantenha em vigor, sendo todavia justificável a redução deste período para 4 meses. Além disso, entendeu que se deverá reforçar a eficácia desta medida, mediante introdução de algumas alterações à sua actual formulação, incluindo nomeadamente a alteração da contagem do período de guarda, por forma a que o mesmo tenha início no momento em que é recebido um pedido para activação de pré-selecção, e não apenas a partir do momento da efectiva activação da funcionalidade, passando, assim, a incluir o período que medeia entre a apresentação do pedido e a data de activação da funcionalidade.

Este projecto de decisão foi submetido a audiência prévia dos interessados, nos termos dos artigos 100º e 101º do Código do Procedimento Administrativo, bem como ao procedimento geral de consulta, nos termos do artigo 8º da Lei nº 5/2004, de 10 de Fevereiro, tendo sido fixado o prazo máximo de 30 dias úteis para que os interessados se pronunciassem.

Solicitou-se também ao Instituto do Consumidor, DECO, FENACOOP, UGC e ACOP que se pronunciassem por escrito, no prazo anteriormente identificado, sobre o disposto na referida deliberação, por ser matéria que se reveste de interesse para os consumidores.

Na sequência da audiência prévia e consulta efectuadas, foram recebidas respostas da UGC – União Geral de Consumidores, ACOP – Associação de Consumidores de Portugal, DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor, OniTelecom – Infocomunicações, S.A., Portugal Telecom, SGPS, S.A. (em nome da PT Comunicações, S.A., PT Prime – Soluções Empresariais Telecomunica- ções e Sistemas, S.A. e TMN – Telecomunicações Móveis Nacionais, S.A.), SGC Telecom – SGPS, S.A. (em nome da AR Telecom – Acessos e Redes de Telecomunicações, S.A., da Netvoice – Comunicações e Sistemas, Lda., e da WTS – Redes e Serviços de Telecomunicações, Lda.), Sonaecom SGPS, S. A. (em nome da Novis Telecom, S.A. e da ClixGest S.A.), Telemilénio – Telecomunicações Sociedade Unipessoal, Lda. (Tele2), Vodafone Portugal, Comunicações Pessoais, S.A., APRITEL – Associação dos Operadores de Telecomunicações, FENACOOP – Federação Nacional de Cooperativas de Consumo e Instituto do Consumidor.

## II. Análise e Conclusões

---

*4. O ICP-ANACOM acompanhará e fiscalizará a implementação do período de guarda agora imposto, com o objectivo de reavaliar, no prazo máximo de um ano, a necessidade da sua manutenção.*

Em anexo apresenta-se documento contendo a síntese das respostas obtidas à consulta efectuada no âmbito do sentido provável de decisão aprovado em 15 de Dezembro de 2005 bem como a análise e conclusões do ICP-ANACOM sobre a matéria.

No mesmo documento é também sintetizada a informação obtida no âmbito do *benchmark* efectuado pelo ICP-ANACOM sobre a matéria bem como as respostas ao questionário enviado por esta Autoridade aos prestadores em Setembro de 2005.

Na análise que fundamenta a decisão enunciada em III foram elementos particularmente relevantes:

- a análise de mercados relativa aos mercados retalhistas de banda estreita concluída pelo ICP-ANACOM em Dezembro de 2004, complementada com elementos sobre a evolução registada desde então a nível concorrencial;
- a análise das denúncias sobre esta matéria recebidas no ICP-ANACOM;
- o *benchmark* efectuado pelo ICP-ANACOM sobre a matéria em apreço;
- as respostas enviadas ao ICP-ANACOM pelos prestadores, no âmbito do questionário de Setembro de 2005 e/ou da consulta sobre o sentido provável de decisão, com destaque para a informação disponibilizada pelos respondentes sobre:
  - .. o conteúdo das denúncias de *win-back* recebidas;
  - .. a evolução semestral, desde o final de 2002, da percentagem de clientes pré-seleccionados perdidos[4], calculada em relação ao número total de clientes pré-seleccionados;
  - .. a evolução semestral, desde o final de 2002, da percentagem de clientes pré-seleccionados ganhos, calculada em relação ao número total de clientes pré-seleccionados[5];
  - .. a evolução semestral, desde o final de 2002, da percentagem de acessos equivalentes pré-seleccionados perdidos, calculada em relação ao número total de acessos equivalentes pré-seleccionados do prestador[6].
  - .. a evolução semestral, desde o final de 2002, da percentagem de acessos equivalentes pré-seleccionados ganhos pelos prestador, calculada em

---

[4] "Número de clientes de pré-selecção perdidos no período N / Número total de clientes de pré-selecção existentes no final do período N".

Cliente: utilizador que tem uma relação contratual com um prestador nacional de STF, ao qual tenha sido conferido o direito de originar e/ou encaminhar tráfego.

[5] "Número de clientes de pré-selecção ganhos no período N / Número total de clientes de pré-selecção existentes no final do período N".

[6] "Número de acessos equivalentes pré-seleccionados perdidos no período N / Número total de acessos equivalentes pré-seleccionados existentes no final do período N".

Nota: o nº de acessos equivalentes pré-seleccionados corresponde ao número de linhas que são utilizadas através de pré-selecção pelos clientes pré-seleccionados do prestador; no caso de acessos RDIS básicos, o número total de acessos equivalentes é o seguinte: 2, por cada acesso RDIS básico e 30 por cada acesso RDIS primário;

relação ao número total de acessos equivalentes pré-seleccionados do prestador[7];

.. a evolução do *pay-back* e longevidade referentes a clientes pré-seleccionados;

.. as sugestões apresentadas para melhoria da eficácia das medidas em vigor.

Sem prejuízo da relevância da informação disponibilizada pelos prestadores, a generalidade dos respondentes não disponibilizou nem no âmbito das respostas ao questionário de Setembro de 2005 nem das respostas à consulta referente ao sentido provável de decisão, informação quantitativa completa sobre alguns elementos relevantes para a análise, com destaque para:

- a fundamentação de algumas das posições sustentadas, nomeadamente em termos de duração do período de *win-back*;
- o impacto da imposição do *win-back (*em termos retenção de clientes, das receitas das empresas e/ou margens, etc), expurgando-se efeitos relacionados com a variação de despesas de mercadologia e/ou com economias de aprendizagem dos utilizadores face ao produto de pré-selecção[8];
- a evolução semestral, desde o final de 2002, da percentagem de clientes pré-seleccionados que mantiveram contrato de pré-selecção com o prestador durante um período superior a 6 meses;
- a evolução, desde o período que antecedeu a deliberação de Julho de 2003, do número de denúncias de acções de *win-back* (desencadeadas ou não no decurso do período de guarda estabelecido).

Além do mais, alguns outros elementos considerados igualmente relevantes nesta análise, como o custo de angariação de clientes em pré-selecção[9], são muito díspares, o que se poderá dever ao facto de as componentes consideradas por cada respondente no respectivo cálculo não serem, em todos os casos, coincidentes e/ou

---

[7] "Número de acessos equivalentes pré-seleccionados ganhos no período N / Número total de acessos equivalentes pré-seleccionados existentes no final do período N".

[8] Por "despesas de mercadologia/*marketing*" entende-se o conjunto de despesas relativas a todas as actividades necessárias para fazer chegar o serviço "de pré-selecção" ao conhecimento do utilizador, nomeadamente despesas de *call center*, de *mailing*, de publicidade e de estudos de mercado.

Por "economias de aprendizagem" dos utilizadores face ao produto pré-selecção entende-se o efeito da familiarização crescente dos utilizadores com esta funcionalidade.

[9] Custo de angariação de um cliente ("residencial" e/ou "não residencial") em pré-selecção: despesas de mercadologia associadas à etapa do ciclo de vida do cliente do produto correspondente à aquisição do cliente bem como despesas inerentes à contratação do mesmo e ao processo de pré-selecção propriamente dito (comissões, formulários, troca de informação com o prestador de acesso directo, processamento de informação do cliente, comunicação com o cliente no âmbito do processo, custo de activação etc).

Nota: Deverá ser considerado cliente residencial todo o cliente que não utilize maioritariamente o serviço em causa como consumo intermédio da actividade económica desenvolvida. Como *proxy,* poderá ser utilizada a classificação resultante do NIF-Número de informação fiscal (clientes sem NIF ou com NIF iniciado por 1 ou 2 são clientes não empresariais). Poderão ser utilizados outros critérios equivalentes, devendo os mesmos, nestes casos, ser explicitados.

Deverá ser considerado cliente não residencial todo o cliente que utilize maioritariamente o serviço em causa como consumo intermédio da actividade económica desenvolvida. Como *proxy* poderá ser utilizada a classificação resultante do NIF-Número de informação fiscal (clientes com NIF não iniciado por 1 e 2 são empresariais). Poderão ser utilizados outros critérios equivalentes.

não ser explicitado se os valores apresentados correspondem a clientes “residenciais” ou “não residenciais”.

**III. Decisão**

Considerando que:

1. Persistem, no essencial, os factores que fundamentaram a imposição e posterior manutenção, respectivamente através das Deliberações do ICP-ANACOM de 17.07.2003 *(http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=71830)* e de 14.12.2004, *(http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=136406),* das medidas restritivas de acções de recuperação de clientes pré-seleccionados actualmente em vigor, nomeadamente:

1.1. um reduzido grau de concorrência no mercado e o decorrente acesso privilegiado da PT Comunicações, SA (PTC) a informação sobre dados relativos nomeadamente a contratos de pré-selecção;

1.2. aparentemente, após a deliberação de 17 de Julho de 2003, apesar de o número de denúncias relativas a acções de *win-back* desencadeadas por empresas do Grupo PT junto de clientes pré-seleccionados ter sido, conforme expectável, significativamente reduzido, o ICP-ANACOM tem continuado a receber algumas denúncias relativas a práticas daquela natureza; no entanto, tais práticas ter-se-ão concretizado, na sua generalidade, após terminado o período de guarda ou, ainda, entre o período que medeia entre a apresentação, pelo PPS ao PAD, do pedido de pré-selecção e a activação da funcionalidade; até ao momento não foi, no entanto, comprovado em nenhuma situação o uso abusivo dos dados sobre pré-selecção pelas empresas do Grupo PT; também os prestadores respondentes ao questionário de Setembro de 2005 e/ou à consulta sobre o sentido provável de decisão aprovado em 15/12/2005, têm conhecimento da existência, posteriormente à deliberação do ICP-ANACOM de 17 de Julho de 2003, de acções de *win-back* desencadeadas junto dos seus clientes por parte das empresas do Grupo PT; na generalidade destes casos os respondentes referiram não ter, contudo, possibilidade de as quantificar com exactidão, sendo ainda apontado por algumas destas empresas que este tipo de denúncias é normalmente verbal, existindo relutância dos clientes em passá-las a escrito;

1.3. a existência de um período de guarda durante o qual as empresas do Grupo PT são proibidas de desencadear acções de *win-back* junto de clientes pré-seleccionados continua a constituir um meio adequado para proporcionar ao cliente uma escolha livre e esclarecida do serviço que pretende, experimentando-o e mantendo a sua liberdade de, sem quaisquer pressões exteriores, continuar cliente ou proceder à sua desvinculação contratual; com efeito, a evolução

verificada após as já referidas Deliberações do ICP-ANACOM, de 17 de Julho de 2003 e de 14 de Dezembro de 2004, não foi de molde a alterar este considerando, dado que subsistem, face ao exposto em 1.1. e 1.2., as condições propiciadoras do ressurgimento de práticas de *win-back* que poderão levar a que o cliente não chegue a testar efectivamente, durante tempo suficiente, o serviço contratado; por outro lado, não surgiram desde a aprovação daquelas deliberações, restrições a que os clientes possam por sua livre iniciativa procurar novas ofertas e prestadores de serviço telefónico fixo; a existência do período de guarda não obstaculiza a que, durante esse período, o cliente possa por sua vontade tornar-se de novo cliente do operador incumbente, em caso de insatisfação do serviço; além do mais, as empresas do Grupo PT, dada a sua dimensão e capacidade económica/financeira, continuam a ter condições para tirar partido dos meios de informação à disposição dos utilizadores, mesmo se impossibilitadas de realizar, durante um período de guarda, acções de recuperação junto de clientes dos prestadores alternativos; com efeito, o período de guarda não restringe, no decurso do mesmo, as acções publicitárias destinadas ao público em geral efectuadas pelos prestadores de serviço telefónico do Grupo PT, nomeadamente as que assentam em órgãos de comunicação social; já os prestadores de serviço telefónico que disponibilizam acesso em pré-selecção não terão conseguido, até ao momento, levar esta funcionalidade ao conhecimento da generalidade dos utilizadores, dado que, de acordo com os resultados dos inquéritos ao consumo dos serviços de comunicações electrónicas efectuados, em Janeiro/Fevereiro de 2004 e em Junho de 2005, pelo ICP-ANACOM, respectivamente 60% e 55% dos assinantes do serviço telefónico fixo inquiridos afirmou desconhecer o modo de pré-selecção de operador; por outro lado, de acordo com a informação enviada pelos prestadores, a percentagem de clientes de pré-selecção perdidos por cada uma das empresas não pertencentes ao Grupo PT mantém-se, no geral, superior à registada para os prestadores pertencentes ao Grupo do incumbente.

2. Em conclusão, o ICP-ANACOM considera que não existem fundamentos para que a obrigação de respeitar um período de guarda, imposta nos termos das deliberações de 17 de Julho de 2003 e de 14 de Dezembro de 2004, não se mantenha em vigor, sem prejuízo da necessidade de proceder a alguns ajustamentos na sua execução.

3. Entende-se justificável proceder a um ajustamento na duração do período de guarda, mediante redução da mesma para 4 meses, atendendo a uma conjugação de factores/circunstâncias, dos quais se destacam os seguintes aspectos:

3.1. apesar de a dominância do Grupo PT no mercado dos serviços telefónicos em local fixo se manter elevada (beneficiando as suas empresas, em particular, de uma vantagem competitiva em termos de acesso a informação sobre clientes pré-seleccionados, na medida em que detinham ainda, no final do 4º trimestre de 2005, uma quota de mercado de 89% em termos de acessos telefónicos

principais) é já visível, em especial ao nível do tráfego telefónico em local fixo uma tendência de melhoria da situação concorrencial (entre o 1º trimestre de 2003 e o 4º trimestre de 2005, a quota de mercado das empresas do Grupo PT, medida em termos de minutos de tráfego telefónico de voz em local fixo, reduziu-se de 84% para 73%); esta melhoria resulta não só de um aumento, de 13% para 20%, do peso do tráfego de acesso indirecto (no qual a quota de mercado das empresas do Grupo PT se mantém minoritária) mas também de um acréscimo, de 6% para 14%, da quota de mercado dos prestadores alternativos em termos de minutos de tráfego telefónico de voz de acesso directo, sendo que no caso do acesso directo esta melhoria se tornou mais visível entre o final de 2004 e o final de 2005;

3.2. a existência actual de diversas medidas que têm vindo a ser recentemente introduzidas no mercado com o objectivo de criar condições para eliminar/reduzir algumas barreiras ao desenvolvimento da concorrência (ex: medidas regulatórias tomadas pelo ICP-ANACOM ao nível das ofertas grossistas ORALL e "rede ADSL PT", alargamento do tráfego elegível em pré-selecção, introdução da ORLA, etc); estas medidas têm impactos, consoante os casos, mais ou menos diferidos no tempo, sendo já visível o efeito positivo das ofertas grossistas ORALL e "rede ADSL PT" em termos de novas ofertas retalhistas lançadas pelos novos prestadores, nomeadamente ao nível do acesso directo; no caso da ORLA e do alargamento do tráfego elegível, mais recentemente implementadas, o respectivo impacto perspectiva-se a curto/médio prazo, esperando-se que venham a estimular o reforço da concorrência nos mercados retalhistas de serviço telefónico em local fixo, potenciando o lançamento de ofertas de acesso indirecto mais atractivas por parte dos prestadores alternativos; com efeito, espera-se que tais ofertas possam contribuir para um recurso ainda mais significativo à pré-selecção por parte dos utilizadores bem como para a criação de uma relação mais estável entre os prestadores não pertencentes ao Grupo PT e os respectivos clientes, permitindo desta forma uma redução da taxa de *churn*.

3.3. decorridos mais de dois anos desde a decisão de 17 de Julho de 2003, em que a fixação do período de guarda em 6 meses foi considerada adequada para facultar ao cliente o tempo necessário para usufruir plenamente do serviço do prestador pré-seleccionado, existem actualmente novas condições de partida para que o período de guarda necessário a que o cliente proceda à necessária avaliação do serviço que lhe é prestado se possa, a curto/médio prazo, reduzir:

.. a base de clientes pré-seleccionados tem vindo a crescer, sendo que esses clientes tenderão a constituir, eles próprios, um canal adicional de divulgação das características daquela funcionalidade, podendo desta forma contribuir para um melhor conhecimento prévio das respectivas especificidades por parte de novos aderentes à pré-selecção e, consequentemente, para uma redução

do período de tempo necessário para que estes possam avaliar devidamente o serviço e proceder a uma escolha livre e esclarecida do mesmo;

.. sendo a factura uma componente fundamental da avaliação pelo cliente do serviço que lhe é prestado pelo prestador pré-seleccionado e passando este, com a introdução da ORLA, a poder proceder à facturação da assinatura dos seus clientes, poder-se-á assistir, por via de um aumento tendencial da periodicidade de emissão de facturas por parte daquele prestador, a uma redução do tempo necessário à avaliação do serviço pelo cliente.

3.4. as decisões regulatórias tomadas por cada ARN sobre a imposição e duração do período de guarda respeitante a acções de *win-back* não podem deixar de ser dissociadas das condições particulares de cada país, com destaque para o respectivo contexto concorrencial e regulatório; considera-se, no entanto, que o período de guarda que, em 2002, foi em Espanha alargado para 4 meses e que a CMT, no início do corrente ano, decidiu manter, deve ser referenciado na análise da presente matéria; com efeito, Espanha, onde se tem vindo a registar uma evolução muito positiva no âmbito dos mercados retalhistas de banda estreita é o país da União Europeia em que tal medida foi imposta em moldes mais semelhantes aos verificados em Portugal e em que fará portanto mais sentido procurar estabelecer uma comparação/alinhamento no que respeita à respectiva duração (na Irlanda e na Grécia, os únicos países europeus, além de Espanha, em que existe este tipo de medida, o período de guarda foi estabelecido com contornos bastante distintos); com efeito, apesar de não ser possível uma comparação linear, nomeadamente a nível concorrencial, entre Portugal e Espanha, constata-se que em Portugal as actuais quotas de mercado, em termos de acessos principais, clientes de acesso directo e de minutos de tráfego telefónico fixo, das empresas do Grupo do incumbente não se distanciam (com excepção do tráfego internacional e do tráfego de acesso à Internet) significativamente das quotas correspondentes registadas em Espanha em 2002, quando a CMT procedeu à extensão do período de guarda de 2 para 4 meses e ao alargamento do tráfego elegível em pré-selecção;

3.5. as associações representantes de consumidores respondentes à consulta consideram, com excepção da UGC, aceitável da redução do período de guarda para 4 meses.

4. Apesar de se entender justificável a redução de 6 para 4 meses da duração do período de guarda, considera-se, também, que se deverá reforçar a eficácia desta medida mediante introdução das seguintes alterações adicionais à sua actual formulação:

4.1. Inclusão, no período de guarda durante o qual são proibidas acções de recuperação pelas empresas do Grupo PT de clientes pré-seleccionados, do período adicional que medeia entre a data de apresentação, pelo PPS ao PAD,

do pedido de pré-selecção e a data de efectiva activação desta funcionalidade, independentemente do cumprimento ou não pelo PAD do prazo máximo de 5 dias úteis, contado a partir da data da apresentação do pedido electrónico feito pelo PPS, estabelecido para activação. Com efeito, entende o ICP-ANACOM que os fundamentos que estiveram na origem da imposição de um período de guarda no âmbito da Deliberação do ICP-ANACOM de 17 de Julho de 2003 se aplicam ao período que medeia entre a apresentação do pedido de activação da pré-selecção e a data de efectiva activação daquela funcionalidade, nomeadamente:

.. têm sido reportadas ao ICP-ANACOM denúncias de acções de *win-back* por parte de prestadores de serviço telefónico fixo pertencentes ao Grupo PT desencadeadas durante este período, sendo que este tipo de denúncias indicia a utilização indevida da informação sobre pré-selecção, à qual estas empresas têm, como já referido, acesso privilegiado;

.. o acesso privilegiado por parte das empresas do Grupo PT a informação sobre clientes que pretendem aderir à pré-selecção verifica-se não apenas a partir da activação da pré-selecção mas desde o momento em que os prestadores pré-seleccionados lhes apresentam o pedido de activação;

.. a necessidade de, mediante fixação de um período de guarda, garantir ao cliente pré-seleccionado condições para uma escolha livre esclarecida do serviço pretendido é válida desde que o cliente manifesta a sua intenção de activar a pré-selecção, sendo que a recuperação do cliente pelo PAD entre esse momento e a data de activação da pré-selecção tem um impacto particularmente elevado para o PPS, dado que os custos da respectiva angariação do cliente não chegam a ser sequer parcialmente recuperados.

4.2. O artigo 65º da Lei nº 5/2004, de 10 de Fevereiro, estabelece a obrigação de as empresas respeitarem a confidencialidade das informações que lhes são disponibilizadas no âmbito de acordos de acesso ou interligação e utilizá-las exclusivamente para os fins a que se destinam, não devendo tais informações ser transmitidas a outras partes, incluindo outros departamentos, filiais ou empresas associadas, relativamente às quais o conhecimento destas possa constituir uma vantagem competitiva. Sem prejuízo, considera-se justificável a pretensão de alguns prestadores respondentes ao questionário do ICP-ANACOM que invocam a necessidade de as empresas do Grupo PT assegurarem que nas suas listas de clientes contactáveis no âmbito de campanhas promocionais não se encontram, no decurso do período de guarda, clientes pré-seleccionados. Assim, com aquele objectivo exclusivo, estas empresas poderão transmitir aos seus serviços, nomeadamente os comerciais, bem como às restantes empresas do Grupo PT, a indicação de quais os clientes com pré-selecção activada junto de outros prestadores ou com pedido de activação de pré-selecção em curso.

4.3. Apesar de, nas respostas ao questionário de Setembro de 2005 e/ou à consulta sobre o sentido provável de decisão aprovado em15/12/2005, diversos prestadores alternativos defenderem o estabelecimento pelo ICP-ANACOM de procedimentos a implementar pelas empresas do Grupo PT para garantir e comprovar o cumprimento a presente deliberação, esta Autoridade considera que cabe àquelas empresas a definição de tais procedimentos, atentos nomeadamente os sistemas implementados. No entanto, entende-se não ser desproporcionado que, com vista a facilitar as fiscalizações/auditorias promovidas pelo ICP-ANACOM ou por entidade por si contratada, aquelas empresas mantenham actualizada e acessível a descrição daqueles mesmos procedimentos, por si definidos.

No âmbito das suas atribuições previstas nas alíneas b), f) e h) do artigo 6º dos Estatutos do ICP-ANACOM, aprovados pelo Decreto-Lei nº 309/2001, de 7 de Dezembro, tendo em conta os objectivos de regulação fixados nas alíneas a) e c) do nº 1 e na alínea b) do nº 2 do artigo 5º da Lei nº 5/2004, de 10 de Fevereiro, o Conselho de Administração do ICP-ANACOM, ao abrigo da alínea g) do artigo 9º dos referidos Estatutos, e em execução da deliberação do Conselho de Administração do ICP-ANACOM de 14 de Dezembro de 2004 relativa à imposição de obrigações nos mercados retalhistas de banda estreita determina:

I. Fixar em 4 meses, após a apresentação do pedido de pré-selecção pelo prestador pré-seleccionado (PPS), o período de guarda a respeitar pelas empresas do Grupo PT, enquanto detentoras de PMS nos mercados retalhistas de acesso à rede telefónica pública num local fixo, independentemente do cumprimento ou não pelo PAD do prazo máximo de 5 dias úteis, contado a partir da data da apresentação do pedido electrónico feito pelo PPS, estabelecido para activação de pré-selecção.

II. Sem prejuízo do respeito pela confidencialidade da informação disponibilizada no âmbito da pré-selecção, as empresas do Grupo PT podem, no decurso do período de guarda, caso realizem acções comerciais não especificamente dirigidas a assinantes seus que sejam clientes pré-seleccionados de outras empresas, transmitir aos seus serviços, nomeadamente os comerciais, bem como às restantes empresas do Grupo, a informação de que o assinante se encontra em pré-selecção ou que tem um pedido activação de pré-selecção em curso. Tal informação apenas poderá ser, contudo, utilizada como forma de obviar a que, durante o período de guarda, sejam tais clientes contactados com intuitos comerciais (ex: no âmbito de campanhas de lançamento de novas ofertas ou de campanhas promocionais), pelas empresas do Grupo PT actuantes em mercados de acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo e/ou em mercados de serviços telefónicos publicamente fornecidos num local fixo. Nenhuma outra informação adicional sobre aqueles clientes, nomeadamente sobre o prestador pré-seleccionado com o qual têm ou pretendem ter contrato, o tipo de

tráfego pré-seleccionado ou que pretendem pré-seleccionar ou a data do pedido de pré-selecção, poderá ser transmitida.

III. Com vista a facilitar as auditorias/fiscalizações efectuadas pelo ICP-ANACOM ou por entidade contratada por esta Autoridade para verificação do cumprimento da presente deliberação, as empresas do Grupo PT devem manter permanentemente actualizada e disponível informação que explicite os processos por si definidos para garantir o cumprimento da presente deliberação.

IV. A presente deliberação entra em vigor 30 dias úteis após a respectiva notificação às empresas do Grupo PT e é aplicável aos pedidos de pré-selecção apresentados após essa data às empresas do Grupo PT que disponibilizam acesso à rede telefónica pública em local fixo.