

**MERCADOS DE FORNECIMENTO GROSSISTA DE ACESSO (FÍSICO) À
INFRA-ESTRUTURA DE REDE NUM LOCAL FIXO E DE FORNECIMENTO
GROSSISTA DE ACESSO EM BANDA LARGA**

**Definição dos mercados do produto e mercados geográficos, avaliações de PMS e
imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares**

**ICP-ANACOM
Dezembro de 2008**

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	8
1.1. As conclusões das últimas análises de mercado	8
1.1.1. O mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado	8
1.1.2. O mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga	9
1.2. As evoluções ocorridas no mercado	10
1.3. A revisão da Recomendação da Comissão Europeia sobre mercados relevantes.....	13
1.4. A necessidade de revisão das análises de mercados relevantes.....	14
1.5. O processo de análise de mercados	15
2. DEFINIÇÃO DO MERCADO RETALHISTA DE BANDA LARGA.....	18
2.1. Definição de banda larga	19
2.2. Caracterização do mercado de retalho de banda larga.....	20
2.2.1. Tecnologias em par metálico entrançado (xDSL) e em cabo coaxial.....	21
2.2.1.1. Ofertas de retalho suportadas na oferta grossista “Rede ADSL PT” e evolução desta oferta	21
2.2.1.2. Ofertas de retalho suportadas na OLL e evolução desta oferta	24
2.2.1.3. Modem de cabo	27
2.2.2. Outras redes ou tecnologias de acesso em banda larga	29
2.2.2.1. Sistemas móveis	29
2.2.2.2. Outras	31
2.2.3. Conclusão da caracterização do mercado de retalho de banda larga	32
2.3. Definição do mercado de produto	35
2.3.1. Serviço de acesso em banda larga fixa vs. Serviço de acesso em banda larga móvel	36
2.3.2. Definição do mercado do produto: conclusão	40
2.4. Definição do mercado geográfico	40
2.4.1. A definição da unidade geográfica apropriada	41
2.4.2. A homogeneidade das condições concorrenciais	49
2.4.3. Conclusão sobre a homogeneidade das condições concorrenciais	56
2.5. Conclusão: mercados retalhistas de acesso em banda larga	57
3. AVALIAÇÃO DE PMS NOS MERCADOS RETALHISTAS DE ACESSO EM BANDA LARGA ..	58
3.1. Critérios para avaliação de PMS	60
3.1.1. Critérios utilizados na avaliação de PMS nos mercados retalhistas de banda larga	62
3.2. Dimensão do mercado retalhista de acesso em banda larga	63
3.3. Mercado retalhista de acesso em banda larga – “áreas C”	64
3.3.1. Dominância individual	64
3.3.1.1. Quotas de mercado	65
3.3.1.2. Barreiras à entrada e à expansão	67
3.3.1.3. Rede de vendas e distribuição	68
3.3.1.4. Integração vertical	68
3.3.1.5. Tendência e comportamento dos preços	68
3.3.1.6. <i>Benchmarking</i> internacional	69
3.3.1.7. Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais	70
3.3.1.8. Contrapoder negocial	71
3.3.1.9. Concorrência potencial.....	71
3.3.2. Dominância individual: Conclusão	71
3.3.3. Dominância conjunta.....	72
3.3.4. Análise prospectiva	72
3.3.5. Avaliação de PMS: Conclusão	72
3.4. Mercado retalhista de acesso em banda larga – “áreas NC”	72
3.4.1. Dominância individual	72
3.4.1.1. Quotas de mercado	73
3.4.1.2. Barreiras à entrada e à expansão	74
3.4.1.3. Rede de vendas e distribuição	75
3.4.1.4. Integração vertical.....	75
3.4.1.5. Tendência e comportamento dos preços	75

3.4.1.6.	<i>Benchmarking</i> internacional.....	77
3.4.1.7.	Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais	77
3.4.1.8.	Contrapoder negocial	77
3.4.1.9.	Concorrência potencial.....	78
3.4.2.	Dominância individual: conclusão	78
3.4.3.	Dominância conjunta.....	79
3.4.4.	Análise prospectiva	79
3.4.5.	Avaliação de PMS: Conclusão	79
3.5.	Mercados grossistas relevantes	79
4.	DEFINIÇÃO DOS MERCADOS GROSSISTAS CONEXOS.....	80
4.1.	Fornecimento grossista de acesso desagregado vs. fornecimento grossista de acesso em banda larga	80
4.2.	Definição do mercado de produto referente ao fornecimento grossista de acesso em banda larga	81
4.2.1.	Serviços grossistas de acesso em banda larga suportados na rede telefónica pública comutada vs. Serviços grossistas de acesso em banda larga suportados na rede de distribuição por cabo	82
4.2.1.1.	Conclusão.....	92
4.3.	Definição dos mercados geográficos.....	94
4.4.	Mercados susceptíveis de regulação <i>ex-ante</i>	96
5.	AVALIAÇÃO DE PMS NO MERCADO DO FORNECIMENTO GROSSISTA DE ACESSO (FÍSICO) À INFRA-ESTRUTURA DE REDE NUM LOCAL FIXO.....	97
5.1.	Dominância individual	98
5.1.1.	Quotas de mercado	98
5.1.2.	Barreiras à entrada e à expansão	99
5.1.3.	Integração vertical	100
5.1.4.	Tendência e comportamento dos preços.....	100
5.1.5.	<i>Benchmarking</i> internacional.....	101
5.1.6.	Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais.....	101
5.1.7.	Contrapoder negocial	102
5.1.8.	Concorrência potencial.....	102
5.2.	Dominância individual: conclusão	102
5.3.	Dominância conjunta.....	102
5.4.	Análise prospectiva	102
5.5.	Avaliação de PMS: Conclusão	103
6.	IMPOSIÇÃO DE OBRIGAÇÕES	104
6.1.	Princípios tidos em conta na imposição, alteração e supressão das obrigações	104
6.2.	Imposição de obrigações no mercado de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo.....	107
6.2.1.	Obrigações actualmente em vigor	107
6.2.2.	Acesso e utilização de recursos de rede específicos	109
6.2.2.1.	Consequências da eventual supressão da obrigação.....	109
6.2.2.2.	Outros argumentos para manter a obrigação	111
6.2.2.3.	Conclusões	112
6.2.3.	Não discriminação	114
6.2.3.1.	Consequências da eventual supressão da obrigação.....	114
6.2.3.2.	Outros argumentos para manter a obrigação	115
6.2.3.3.	Conclusões	115
6.2.4.	Transparência	116
6.2.4.1.	Consequências da eventual supressão da obrigação.....	116
6.2.4.2.	Outros argumentos para manter a obrigação	117
6.2.4.3.	Conclusões	118
6.2.5.	Controlo de preços e contabilização de custos	119
6.2.5.1.	Consequências da eventual supressão da obrigação.....	119
6.2.5.2.	Conclusões	120
6.2.6.	Separação de contas	120
6.2.6.1.	Consequências da eventual supressão da obrigação.....	120

6.2.6.2.	Outros argumentos para manter a obrigação	120
6.2.6.3.	Conclusões	121
6.2.7.	Reporte financeiro	121
6.2.7.1.	Consequências da eventual supressão da obrigação	121
6.2.7.2.	Conclusões	121
6.3.	Conclusão	121
7.	AVALIAÇÃO DE PMS NOS MERCADOS DE FORNECIMENTO GROSSISTA DE ACESSO EM BANDA LARGA.....	124
7.1.	Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”	125
7.1.1.	Dominância individual	125
7.1.1.1.	Quotas de mercado	125
7.1.1.2.	Barreiras à entrada e à expansão	126
7.1.1.3.	Integração vertical	127
7.1.1.4.	Tendência e comportamento dos preços	128
7.1.1.5.	<i>Benchmarking</i> internacional	128
7.1.1.6.	Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais	128
7.1.1.7.	Contrapoder negocial	128
7.1.1.8.	Concorrência potencial.....	128
7.1.2.	Dominância individual: conclusão	129
7.1.3.	Dominância conjunta.....	129
7.1.4.	Análise prospectiva	131
7.1.5.	Avaliação de PMS: Conclusão	131
7.2.	Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas NC”	132
7.2.1.	Dominância individual	132
7.2.1.1.	Quotas de mercado	132
7.2.1.2.	Barreiras à entrada e à expansão	132
7.2.1.3.	Integração vertical.....	133
7.2.1.4.	Tendência e comportamento dos preços	133
7.2.1.5.	<i>Benchmarking</i> internacional.....	134
7.2.1.6.	Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais	134
7.2.1.7.	Contrapoder negocial	134
7.2.1.8.	Concorrência potencial.....	134
7.2.2.	Dominância individual: conclusão	134
7.2.3.	Dominância conjunta.....	135
7.2.4.	Análise prospectiva	135
7.2.5.	Avaliação de PMS: Conclusão	135
8.	IMPOSIÇÃO DE OBRIGAÇÕES NOS MERCADOS DE FORNECIMENTO GROSSISTA DE ACESSO EM BANDA LARGA	136
8.1.	Obrigações actualmente em vigor	138
8.2.	Imposição de obrigações no mercado de fornecimento de acesso em banda larga nas “áreas NC”	140
8.2.1.	Acesso e utilização de recursos de rede específicos	140
8.2.1.1.	Ponderação da eventual alteração da obrigação	140
8.2.1.2.	Conclusões	143
8.2.2.	Não discriminação.....	145
8.2.2.1.	Consequências da eventual alteração da obrigação.....	145
8.2.2.2.	Outros argumentos para manter a obrigação	147
8.2.2.3.	Conclusões	147
8.2.3.	Transparência	147
8.2.3.1.	Consequências da eventual supressão da obrigação.....	147
8.2.3.2.	Outros argumentos para manter a obrigação	148
8.2.3.3.	Conclusões	149
8.2.4.	Controlo de preços e contabilização de custos	151
8.2.4.1.	Consequências da eventual supressão da obrigação.....	151
8.2.4.2.	Outros argumentos para manter a obrigação	152
8.2.4.3.	Conclusões	155

8.2.5.	Separação de contas	156
8.2.5.1.	Consequências da eventual supressão da obrigação.....	156
8.2.5.2.	Outros argumentos para manter a obrigação.....	156
8.2.5.3.	Conclusões	156
8.2.6.	Reporte financeiro	157
8.2.6.1.	Consequências da eventual supressão da obrigação e conclusões.....	157
8.2.6.2.	Conclusões	157
8.3.	Conclusão.....	157
8.4.	Supressão de obrigações no mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”	160
8.4.1.	Acesso e utilização de recursos de rede específicos.....	160
8.4.1.1.	Conclusões	163
8.4.2.	Não discriminação.....	164
8.4.2.1.	Conclusões	166
8.4.3.	Transparência	166
8.4.3.1.	Conclusões	167
8.4.4.	Controlo de preços e contabilização de custos	167
8.4.4.1.	Conclusões	168
8.4.5.	Separação de contas	168
8.4.5.1.	Conclusões	169
8.4.6.	Reporte financeiro.....	169
8.4.6.1.	Conclusões	169
8.5.	Conclusão.....	170
9.	AVALIAÇÃO DA NECESSIDADE DE REGULAR OS MERCADOS RETALHISTAS FACE ÀS OBRIGAÇÕES IMPOSTAS NOS MERCADOS GROSSISTAS	173
	ANEXO 1 – NOTA METODOLÓGICA	175
3.1.	Dados de base.....	175
3.2.	Informação retalhista.....	176
3.3.	Informação grossista	177
3.3.1.	Mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga	177
3.3.2.	Mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo	177
	ANEXO 2 – INFORMAÇÃO DETALHADA POR ÁREA DE CENTRAL	179
	ANEXO 3 – ÁREAS DE CENTRAL ONDE EXISTE PELO MENOS UM OPERADOR CO-INSTALADO E ONDE EXISTE PELO MENOS UM OPERADOR DE REDES DE DISTRIBUIÇÃO POR CABO E ONDE A PERCENTAGEM DE ALOJAMENTOS CABLADOS DO PRINCIPAL OPERADOR NA ÁREA DE CENTRAL SEJA SUPERIOR A 60%	242
	ANEXO 4 – MAPA COM A LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DAS ÁREAS DE CENTRAL IDENTIFICADAS NO ANEXO 3.....	247
	ANEXO 5 – LISTA DE ACRÓNIMOS E ABREVIACÕES.....	248

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Obrigações impostas às empresas identificadas com PMS no mercado relevante – Mercado 11	8
Tabela 2 – Obrigações impostas às empresas identificadas com PMS no mercado relevante – Mercado 12	10
Tabela 3 – Evolução do n.º de OPS com ofertas de banda larga suportadas na oferta “Rede ADSL PT”	22
Tabela 4 – Evolução do n.º de OPS com ofertas de banda larga suportadas na OLL	25
Tabela 5 – Evolução dos clientes de acesso móvel à Internet em 2007	30
Tabela 6 – Evolução do número de clientes de acesso móvel à Internet activos em 2007.....	30
Tabela 7 – Ofertas de banda larga da Vodafone	37
Tabela 8 – Número de concelhos abrangidos pelas diferentes coberturas da OLL, da oferta “Rede ADSL PT” e das redes de distribuição por cabo.....	43
Tabela 9 – Análise das opções para a definição da unidade geográfica.....	47
Tabela 10 – Exemplo de ofertas de banda larga suportadas no lacete local e na rede de distribuição por cabo	48
Tabela 11 – Exemplos de evolução das ofertas de banda larga entre 2004 e 2008	48
Tabela 12 – Caracterização das áreas de central	51
Tabela 13 – Distribuição das quotas de mercado retalhistas do Grupo PT por agrupamento de áreas de central....	51
Tabela 14 – Caracterização das áreas de central	53
Tabela 15 – Distribuição das quotas de mercado retalhistas do Grupo PT por agrupamento de áreas de central....	54
Tabela 16 – Principais ofertas de retalho de acesso à Internet em banda larga do Grupo PT (que integrava a ZON Multimédia) identificadas na anterior análise de mercado.....	59
Tabela 17 – Evolução das quotas de mercado considerando a regulação grossista actual.....	65
Tabela 18 – Evolução das quotas de mercado na ausência de regulação grossista (hipótese A).....	66
Tabela 19 – Evolução das quotas de mercado na ausência de regulação grossista (hipótese B).....	66
Tabela 20 – Ofertas existentes no mercado.....	69
Tabela 21 – Evolução das quotas de mercado considerando a regulação grossista actual.....	73
Tabela 22 – Evolução das quotas de mercado na ausência de regulação grossista (hipótese A).....	73
Tabela 23 – Evolução das quotas de mercado na ausência de regulação grossista (hipótese B).....	73
Tabela 24 – Ofertas ADSL baseadas na oferta “Rede ADSL PT” existentes no mercado.....	76
Tabela 25 – Peso do fornecimento interno no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga	92
Tabela 26 – Quotas de mercado no mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo na situação hipotética de se definir dois mercados geográficos em função da existência, ou não, de infra-estrutura alternativa	95
Tabela 27 – Evolução das quotas de mercado no mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo.....	99
Tabela 28 – Obrigações em vigor impostas às empresas do Grupo PT que actuam no mercado relevante	108
Tabela 29 – Obrigações a impor às empresas identificadas com PMS no mercado relevante	122
Tabela 30 – Comparação das obrigações impostas em 2005 com as obrigações constantes da presente análise de mercado – Mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo.....	123
Tabela 31 – Evolução das quotas de mercado no mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga que abrange as “áreas C”	126
Tabela 32 – Evolução das quotas de mercado no mercado do grossista de acesso em banda larga que abrange as “áreas NC”	132
Tabela 33 – Obrigações impostas às empresas identificadas com PMS no mercado relevante – Mercado 12	139
Tabela 34 – Obrigações a impor às empresas identificadas com PMS no mercado relevante	158
Tabela 35 – Comparação das obrigações impostas em 2005 com as obrigações constantes da presente análise de mercado – Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas NC”	159
Tabela 36 – Distribuição dos acessos em banda larga nas “áreas C” no final de 2007.....	162
Tabela 37 – Comparação das obrigações impostas em 2005 com as obrigações que se pretende eliminar na presente análise de mercado – Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”	171

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução do n.º de acessos ADSL suportados na oferta “Rede ADSL PT”	22
Gráfico 2 – Evolução do n.º de acessos ADSL suportados na oferta “Rede ADSL PT”, por conjunto de operadores	22
Gráfico 3 – Evolução do n.º de acessos ADSL suportados na oferta “Rede ADSL PT”, por débito descendente	23
Gráfico 4 – Evolução do n.º de acessos ADSL suportados na OLL	25
Gráfico 5 – Evolução do número de centrais onde existem operadores co-instalados	25
Gráfico 6 – Evolução do n.º de assinantes de Internet por modem de cabo	27
Gráfico 7 – Cobertura dos alojamentos cablados (final de 2007)	28
Gráfico 8 – Evolução dos acessos de banda larga móveis (suportados em placas de transmissão de dados)	30
Gráfico 9 – Acessos de banda larga móveis (suportados em placas de transmissão de dados) distribuídos por velocidade de transmissão (final de 2007)	31
Gráfico 10 – Preços (relativos) e débitos das ofertas de acesso em banda larga suportadas em modem de cabo e ADSL	34
Gráfico 11 – Distribuição das quotas de mercado retalhistas do Grupo PT por agrupamento de áreas de central	51
Gráfico 12 – Relação entre as quotas de mercado do Grupo PT em cada área de central e a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central	53
Gráfico 13 – Distribuição das quotas de mercado retalhistas do Grupo PT por agrupamento de áreas de central	54
Gráfico 14 – Relação entre as quotas de mercado do Grupo PT em cada área de central e a percentagem de alojamentos cablados do principal operador nessa área de central (Grupo C)	55
Gráfico 15 – Evolução dos acessos de banda larga	64
Gráfico 16 – Penetração dos serviços de acesso em banda larga (em termos de população) suportados nas redes de distribuição por cabo na UE (Setembro 2007)	84
Gráfico 17 – Peso dos acessos em banda larga suportados nas redes de distribuição por cabo no total de acessos em banda na UE (Setembro 2007)	84
Gráfico 18 – Comparação dos preços de instalação (gráfico à esquerda) e mensalidade (gráfico à direita) do acesso completo a nível da UE 15 (Março 2008)	101
Gráfico 19 – Comparação dos preços de instalação (gráfico à esquerda) e mensalidade (gráfico à direita) do acesso partilhado a nível da UE 15 (Março 2008)	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Localização das centrais onde os OPS usufruem da OLL em Portugal Continental (a) final de 2004 (b) final de 2007	26
Figura 2 – Distribuição geográfica (concelhos) dos alojamentos cablados (final de 2007)	28
Figura 3 – Localização das centrais onde os OPS usufruem da OLL em Portugal Continental e concelhos com alojamentos cablados	42
Figura 4 – Diagrama exemplificativo da cobertura dos concelhos por redes de distribuição por cabo e operadores co-instalados para efeitos de OLL	44
Figura 5 – Exemplo de um concelho onde existem operadores co-instalados e operadores de redes de distribuição por cabo	45
Figura 6 – Exemplo de um concelho onde existem operadores co-instalados e operadores de redes de distribuição por cabo	46
Figura 7 – Existência de constrangimento indirecto de preço	86
Figura 8 – Representação esquemática da definição dos mercados retalhistas e da estimação das quotas de mercado com (gráfico à esquerda) e sem regulação grossista (gráfico à direita)	93
Figura 9 – Representação esquemática da definição do mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga	93
Figura 10 – Representação esquemática da definição do mercado de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo	94
Figura 11 – Existência de constrangimento indirecto de preço	153

1. INTRODUÇÃO

1.1. As conclusões das últimas análises de mercado

1.1.1. O mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado

Por deliberação de 30 de Março de 2005, o Conselho de Administração do ICP-ANACOM aprovou a decisão relativa à definição dos mercados do produto e mercados geográficos, avaliações de poder de mercado significativo (PMS) e imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares no mercado grossista de acesso desagregado¹.

Nessa análise, o ICP-ANACOM identificou o seguinte mercado relevante para efeitos de regulação *ex-ante*:

- Fornecimento grossista de acesso desagregado (incluindo acesso partilhado) a lacetes e sublacetes metálicos para oferta de serviços em banda larga e de voz, que abrange todo o território nacional.

Analisado o mercado supra², o ICP-ANACOM concluiu que o Grupo PT tinha PMS no mercado relevante identificado e por conseguinte impôs as obrigações constantes da Tabela 1.

Tabela 1 – Obrigações impostas às empresas identificadas com PMS no mercado relevante – Mercado 11

Obrigações	Mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado (incluindo acesso partilhado) a lacetes e sublacetes metálicos para oferta de serviços em banda larga e de voz
Acesso e utilização de recursos de rede específicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acesso aos lacetes e sublacetes locais e a recursos conexos ▪ Negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso ▪ Não retirar o acesso já concedido a determinados recursos
Transparência na publicação de informações, incluindo propostas de referência	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicação da ORALL ▪ Pré-aviso de 30 dias para alterações na oferta
Não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não discriminar indevidamente na prestação do acesso aos lacetes e sublacetes locais e a recursos conexos
Separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e/ou a interligação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema de custeio e separação contabilística
Controlo de preços e contabilização de custos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fixar preços orientados para os custos ▪ Manter a metodologia adoptada para estimativa de custos ▪ Possibilidade para evoluir para modelos de custos prospectivos incrementais de longo prazo
Reporte financeiro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilização dos registos contabilísticos (SCA) incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros

¹ Mercado 11 da Recomendação da CE 2003/311/CE, de 11 de Fevereiro de 2003.

² Tendo em máxima conta as linhas de orientação da CE relativas à análise e avaliação do PMS no âmbito do quadro regulamentar comunitário para as redes e serviços de comunicações electrónicas.

1.1.2. O mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga

Por deliberação de 24 de Junho de 2005, o Conselho de Administração do ICP-ANACOM aprovou a decisão relativa à definição dos mercados do produto e mercados geográficos, avaliações de PMS e imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares no mercado grossista de acesso em banda larga³.

Nessa análise, após identificar o mercado retalhista de acesso em banda larga⁴ como não concorrencial, o ICP-ANACOM identificou o seguinte mercado grossista conexo:

- Fornecimento grossista de acesso em banda larga que inclui os serviços de acesso em banda larga suportados na rede telefónica pública comutada e nas redes de distribuição por cabo, que abrange todo o território nacional.

Analisado o mercado supra, o ICP-ANACOM concluiu que o Grupo PT tinha PMS no mercado relevante identificado e por conseguinte impôs as obrigações constantes da Tabela 2.

³ Mercado 12 da Recomendação da CE 2003/311/CE, de 11 de Fevereiro de 2003.

⁴ Constituído pelos serviços de acesso em banda larga através de ADSL e de modem de cabo prestados a clientes residenciais e não residenciais e que abrange todo o território nacional.

Tabela 2 – Obrigações impostas às empresas identificadas com PMS no mercado relevante – Mercado 12

Obrigações	Mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga que inclui os serviços de acesso em banda larga suportados na rede telefónica pública comutada e nas redes de distribuição por cabo
Acesso e utilização de recursos de rede específicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acesso à RTPC em diferentes pontos ▪ Negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso ▪ Não retirar o acesso já concedido a determinados recursos
Transparência na publicação de informações, incluindo propostas de referência	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicação da oferta de referência de acesso em banda larga (“Rede ADSL PT”), com identificação clara de alterações entre versões, devendo integrar SLAs e compensações por incumprimento
Não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não discriminar indevidamente na prestação do acesso à rede ▪ Pré-aviso de 30 dias para alterar ofertas grossistas – no caso de alterações significativas nas ofertas grossistas, este prazo alarga-se para 2 meses ▪ Lançamento de ofertas retalhistas condicionado à existência de ofertas grossistas equivalentes na “Rede ADSL PT” ▪ Remeter informação referente a prazos máximo, médio e mínimo de entrega e de reparação de avarias e do grau de disponibilidade (desagregados por modalidade de instalação e por operador)
Separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e/ou a interligação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema de custeio e separação contabilística
Controlo de preços e contabilização de custos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fixar preços orientados para os custos (serviços de acesso em banda larga suportados na rede telefónica pública comutada) ▪ Controlo de preços (“retalho-menos”)
Reporte financeiro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilização dos registos contabilísticos (SCA) incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros

O ICP-ANACOM concluiu que as obrigações impostas a nível grossista seriam suficientes para garantir a concorrência no mercado retalhista de acesso em banda larga.

1.2. As evoluções ocorridas no mercado

Desde meados de 2005, quando foram publicadas as análises anteriormente referidas, ocorreram algumas alterações com impacto significativo ao nível dos mercados definidos.

De entre outras alterações ocorridas no mercado nacional, destacam-se as seguintes:

- Operações de concentração, nomeadamente:
 - a aquisição, em 2007, do controlo exclusivo pela Sonaecom, S.G.P.S., S.A. (Sonaecom) sobre a totalidade do capital social da Telemilénio – Telecomunicações, Sociedade Unipessoal, Lda (Tele2);
 - a aquisição, em 2007, do controlo exclusivo pela Sonaecom⁵ sobre um conjunto de activos que corresponde ao segmento residencial e *SoHo* (*Small Office/Home Office*) do negócio retalhista de comunicações de rede fixa (voz e Internet) da Onitelecom – Infocomunicações, S.A (OniTelecom).

⁵ Através da sua participada, Novis Telecom, S.A.

- Notificações prévias de operações de concentração, em análise pela AdC:
 - a aquisição, pela CATVP – TV Cabo Portugal, S.A. (TV Cabo), do controlo exclusivo sobre a Bragatel – Companhia de Televisão de Cabos de Braga, S.A. (Bragatel), Pluricanal Leiria – Televisão por Cabo, S.A. (Pluricanal Leiria) e Pluricanal Santarém – Televisão por Cabo, S.A. (Pluricanal Santarém), através da aquisição das participações sociais, actualmente detidas nestas sociedades, pela Parfítel – SGPS, S.A.;
 - a aquisição, pela TV Cabo, do controlo exclusivo da TVTEL Comunicações, S.A. (TVTEL).
- Expansão da oferta do lacete local (OLL), em termos de centrais com operadores co-instalados, do número de acessos desagregados e da entrada de novos operadores, casos da COLT TELECOM – Serviços de Telecomunicações, Unipessoal, Lda. (COLT), da Tele2 e da VODAFONE PORTUGAL – Comunicações Pessoais, S.A. (Vodafone);
- Expansão da banda larga móvel, nomeadamente, e para efeitos da presente análise, a suportada em placas de transmissão de dados ligadas a computadores pessoais (“de secretária”⁶ ou portáteis), designadamente através de placas com o formato PCMCIA, PCI Express ou USB, que permitem o acesso à Internet em banda larga⁷;
- Maior número de ofertas em pacote, nomeadamente “*triple-play*”, que já eram disponibilizadas por alguns operadores de redes de distribuição por cabo, e que são agora disponibilizadas por grande parte das entidades presentes no mercado;
- Introdução da oferta “Naked DSL”, que permite a contratação do serviço de acesso à Internet em banda larga sem que seja também necessária a contratação do serviço telefónico fixo (STF);
- Aumentos dos débitos das ofertas de banda larga, com manutenção ou mesmo redução dos preços;
- Definição do procedimento relativo à atribuição de direitos de utilização de frequências para o acesso de banda larga via rádio (BWA – *Broadband Wireless Access*)⁸.

Por fim, uma das principais alterações com impacto significativo ao nível da estrutura dos mercados foi a separação (*spin-off*) da PT Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A., (agora ZON Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A.) da Portugal Telecom, SGPS, S.A. (Portugal Telecom), ocorrida a 7 de Novembro de 2007, e que é potenciadora de maior concorrência nos mercados em que aquelas empresas actuam.

⁶ Vulgarmente designados por “*desktops*”.

⁷ Actualmente, até 7,2 Mbps.

⁸ Vide <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=267122>.

Após o anúncio do *spin-off* da ZON Multimédia, o ICP-ANACOM solicitou parecer à Autoridade da Concorrência (AdC) quanto à posição e o entendimento daquela Autoridade relativamente à inclusão, ou não, da ZON Multimédia no Grupo Portugal Telecom. Isto, de modo a esclarecer se, apesar de concluído o processo de autonomização entre a ZON Multimédia e a Portugal Telecom, estas continuam, ou não, a constituir uma mesma empresa, para efeitos da Lei da Concorrência (Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho).

As principais preocupações do ICP-ANACOM resultavam do facto de:

- uma parte significativa das obrigações impostas no âmbito do quadro regulamentar actualmente em vigor se dirigir às empresas do Grupo PT, pelo que se tornava relevante, para efeitos do processo de (re)análise dos mercados relevantes actualmente em curso, aferir se a ZON Multimédia continuaria a integrar o Grupo PT após a consideração do *spin-off*;
- não obstante a alienação das acções que a Portugal Telecom detinha sobre a ZON Multimédia, o núcleo das entidades que detinha o poder de decisão destas sociedades era, por força dos termos em que a operação foi realizada, o mesmo.

Em resposta, a 17 de Janeiro de 2008, a AdC informou que seria prematura uma tomada de posição definitiva quanto à questão colocada pelo ICP-ANACOM, identificando (i) um conjunto de indícios que pareciam sugerir que a Portugal Telecom e a ZON Multimédia ainda integravam uma mesma unidade económica, para efeitos da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, e (ii) outros factores que eram susceptíveis de constituir os primeiros indícios de separação entre a Portugal Telecom e a ZON Multimédia.

Posteriormente, o Conselho de Administração do ICP-ANACOM, por deliberação de 3 de Abril de 2008, aprovou o seu entendimento sobre o *spin-off* da ZON Multimédia e o seu impacto ao nível das análises de mercado e obrigações delas decorrentes⁹.

O ICP-ANACOM reconheceu que, em consequência dos contornos do processo de *spin-off*, existiam aspectos que podiam aconselhar a que se considerasse a ZON Multimédia e o Grupo PT como uma mesma unidade económica, e outros elementos que apontavam em sentido contrário.

Os motivos que poderiam militar a favor da tese de que a ZON Multimédia e o Grupo PT poderiam, mesmo depois da anunciada conclusão do *spin-off*, fazer parte integrante da mesma empresa estavam associados à existência de um núcleo accionista de referência comum às duas empresas – situação inerente ao próprio processo de *spin-off*. Este facto não permitia afastar liminarmente a hipótese de aquelas duas empresas constituírem uma unidade económica para efeitos do art.º 2.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

Os motivos que apontavam para se poder considerar a ZON Multimédia como não fazendo parte da mesma unidade económica que o Grupo PT estavam relacionados com o facto de não haver elementos comuns nos Conselhos de Administração de cada uma das empresas – embora

⁹ Vide <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=272931>.

os elementos dos Conselhos de Administração de cada uma delas tenham sido membros do Conselho de Administração da outra ou de suas participadas – e de se ter começado a verificar o aparecimento de ofertas concorrentes entre a ZON Multimédia e o Grupo PT.

Assim, ponderados os factores acima indicados, considerou o ICP-ANACOM dever dar especial relevo ao facto de se começar a registar um comportamento concorrencial entre a ZON Multimédia e o Grupo PT, afinal na linha da vantagem essencial do processo de *spin-off*, do ponto de vista regulatório. Acresce que foi convicção desta Autoridade que, naquele momento, estabelecer, a par do processo de análise de mercados, um regime transitório que implique a sujeição da ZON Multimédia a todas ou a algumas obrigações que impendiam sobre o Grupo PT seria passível de constituir um factor de inibição da concorrência e de influenciar as próprias conclusões da análise de mercados. Ou seja, a verificação de uma das principais condições para considerar a ZON Multimédia como não fazendo parte do Grupo PT, poderia estar a ser impedida, precisamente, pelo facto de esta entidade ainda ser considerada como fazendo parte daquele Grupo, situação que poderia levar à criação de um circulo vicioso que não aproveitaria certamente ao aumento da concorrência do mercado de comunicações electrónicas.

Neste contexto, o ICP-ANACOM clarificou que, com o *spin-off*, a ZON Multimédia deixou de integrar o Grupo PT, pelo que as obrigações decorrentes das análises de mercado conduzidas no âmbito do Título IV do Capítulo II da Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro (Lei n.º 5/2004), e que impendem sobre aquele Grupo não lhe são aplicáveis.

Na sequência das evoluções supramencionadas, do *spin-off* da ZON Multimédia e atendendo ao entendimento do ICP-ANACOM acima referido, urge clarificar a situação regulatória a qual é efectuada na presente análise de mercado.

Em termos prospectivos, deverão ser acauteladas eventuais preocupações relacionadas com a evolução para as novas redes de acesso (NRA).

Acresce que foi entretanto revista, pela Comissão Europeia (CE), a Recomendação sobre mercados relevantes, tendo sido publicada a versão definitiva da mesma já no final de 2007.

1.3. A revisão da Recomendação da Comissão Europeia sobre mercados relevantes

Em 17 de Dezembro de 2007, a CE publicou a Recomendação sobre mercados relevantes revista¹⁰ – “Recomendação 2007/879/CE, de 17 de Dezembro, relativa aos mercados relevantes de produtos e serviços no sector das comunicações electrónicas susceptíveis de regulamentação *ex-ante* em conformidade com a Directiva 2002/21/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, relativa a um quadro regulamentar comum para as redes e serviços de comunicações electrónicas”¹¹ (doravante Recomendação).

A presente Recomendação substitui a Recomendação da Comissão 2003/311/CE, de 11 de Fevereiro, cujo conteúdo foi revisto dada a evolução dos mercados verificada ao longo dos

¹⁰ Foi publicada no Jornal Oficial da União Europeia (JOUE), de 28 de Dezembro de 2007.

¹¹ Disponível em <http://www.anacom.pt/content.jsp?contentId=547618>.

últimos anos. São agora previstos sete mercados relevantes, um a nível retalhista¹² e os restantes seis a nível grossista¹³.

Tal como na versão anterior da Recomendação, a versão revista é acompanhada de uma “Exposição de Motivos” onde a Comissão procura explicar a definição dos novos mercados¹⁴.

Na sequência desta revisão, os mercados aqui em análise (mercados 11 e 12 da “anterior Recomendação”) são agora definidos pela CE da seguinte forma:

- Mercado 4: Fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede (incluindo o acesso partilhado ou totalmente desagregado) num local fixo.
- Mercado 5: Fornecimento grossista de acesso em banda larga.

Este mercado compreende o acesso à rede não física ou virtual, incluindo o acesso em fluxo contínuo de dados (*bitstream*), num local fixo. Este mercado situa-se a jusante do fornecimento de acesso físico abrangido pelo mercado 4 atrás mencionado, porque o fornecimento de acesso grossista em banda larga pode ser materializado utilizando o acesso físico abrangido pelo mercado 4 em combinação com outros elementos.

1.4. A necessidade de revisão das análises de mercados relevantes

Nas anteriores análises de mercado já se previa:

- a necessidade de proceder à revisão dos mercados caso a Recomendação da CE sobre mercados relevantes fosse revista; ou
- caso ocorressem alterações significativas no mercado que modificassem as condições do mesmo.

Assim, julga-se que pelos motivos expostos anteriormente é oportuno e necessário proceder à revisão das análises dos mercados relevantes, especificamente do mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado e do mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga.

A prioridade e urgência dada à análise dos presentes mercados prendem-se com o maior impacto decorrente do *spin-off* da ZON Multimédia.

¹² Mercado 1: Acesso à rede telefónica pública num local fixo para clientes residenciais e não residenciais.

¹³ Que são os seguintes:

- Mercado 2: Originação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo;
- Mercado 3: Terminação de chamadas em redes telefónicas públicas individuais num local fixo;
- Mercado 4: Fornecimento grossista de acesso à infra-estrutura de rede num local fixo;
- Mercado 5: Fornecimento grossista de acesso em banda larga;
- Mercado 6: Fornecimento grossista de segmentos terminais de linhas alugadas; e
- Mercado 7: Terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais.

¹⁴ “Exposição de Motivos” disponível em

http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/doc/library/proposals/sec2007_1483_final.pdf (apenas versão em inglês).

1.5. O processo de análise de mercados

A Lei n.º 5/2004 aprovou o regime jurídico aplicável às redes e serviços de comunicações electrónicas e aos recursos e serviços conexos, definindo as competências da Autoridade Reguladora Nacional (ARN) neste domínio.

Aquele diploma transpõe as Directivas n.ºs 2002/19/CE, 2002/20/CE, 2002/21/CE, 2002/22/CE, todas do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de Março, e a Directiva n.º 2002/77/CE, da Comissão, de 16 de Setembro.

Compete à ARN, o ICP-ANACOM, definir e analisar os mercados relevantes, declarar as empresas com PMS e determinar as medidas adequadas às empresas que oferecem redes e serviços de comunicações electrónicas (art.º 18.º da Lei n.º 5/2004).

Este processo desenvolve-se de acordo com as seguintes fases (art.ºs 55.º a 61.º da Lei n.º 5/2004)¹⁵:

- Definição dos mercados relevantes (art.º 58.º da Lei n.º 5/2004)

Compete à ARN definir os mercados relevantes de produtos e serviços do sector das comunicações electrónicas, incluindo os mercados geográficos relevantes, em conformidade com os princípios do direito da concorrência.

Na definição de mercados relevantes deve a ARN, em função das circunstâncias nacionais, ter em conta a Recomendação e as Linhas de Orientação da Comissão Europeia relativas à análise e avaliação do poder de mercado significativo no âmbito do quadro regulamentar comunitário para as redes e serviços de comunicações electrónicas¹⁶ (daqui em diante designadas por ‘Linhas de Orientação’).

- Análise dos mercados relevantes (art.º 59.º da Lei n.º 5/2004)

Compete à ARN analisar os mercados relevantes definidos nos termos do ponto anterior, tendo em conta as Linhas de Orientação.

O procedimento de análise de mercado tem como objectivo investigar a existência de concorrência efectiva. Não existe concorrência efectiva caso seja possível identificar empresas com PMS¹⁷.

Considera-se que uma empresa tem PMS se, individualmente¹⁸ ou em conjunto com outras, gozar de uma posição equivalente a uma posição dominante, ou seja, de uma

¹⁵ Cf. Directiva-Quadro, art.ºs 7.º e 14.º a 16.º.

¹⁶ Disponível em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=55015&contentId=87568>.

¹⁷ Também conforme as Linhas de Orientação (§24), “No âmbito do quadro regulamentar, os mercados serão definidos e o PMS avaliado com metodologias idênticas às do direito da concorrência. (...) e a avaliação da concorrência efectiva pelas ARN devem ser coerentes com a jurisprudência e a prática em matéria de concorrência. Com vista a garantir essa coerência, as presentes orientações baseiam-se em: 1. Jurisprudência do Tribunal de Primeira Instância e do Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias no que diz respeito à definição de mercado e à noção de posição dominante na acepção do artigo 82.º do Tratado CE e do artigo 2.º do regulamento relativo ao controlo das concentrações”.

posição de força económica que lhe permita agir, em larga medida, independentemente dos concorrentes, dos clientes e dos consumidores.

- Imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares (art.º 66.º da Lei n.º 5/2004)

Caso o ICP-ANACOM conclua que um mercado é efectivamente concorrencial, deve abster-se de impor qualquer obrigação regulamentar específica e, se estas existirem, deve suprimi-las.

Caso o ICP-ANACOM determine que o mercado relevante não é efectivamente concorrencial, compete-lhe impor às empresas com PMS nesse mercado as obrigações regulamentares específicas adequadas, ou manter ou alterar essas obrigações, caso já existam.

As obrigações impostas:

- devem ser adequadas ao problema identificado, proporcionais e justificadas à luz dos objectivos de regulação consagrados no art.º 5.º da Lei n.º 5/2004;
- devem ser objectivamente justificáveis em relação às redes, serviços ou infra-estruturas a que se referem;
- não podem originar uma discriminação indevida relativamente a qualquer entidade;
- devem ser transparentes em relação aos fins a que se destinam.

Na Recomendação, mais concretamente na “Exposição de Motivos” (secção 4.2.2), a Comissão recomenda que, estando os mercados 4 e 5 associados ao mesmo mercado retalhista, as ARN analisem estes mercados em conjunto, avaliando, sequencialmente, o impacto do acesso em infra-estrutura regulada e do acesso (virtual) à rede no poder de mercado eventualmente identificado. A CE admite mesmo que, dependendo do desenvolvimento das redes e das condições particulares da procura e da oferta nos vários Estados-Membros, estes dois mercados poderão manter-se distintos ou fundir-se num único mercado, pelo que recomenda a análise em conjunto dos mesmos.

Neste contexto, os mercados 4 e 5 da Recomendação serão analisados conjuntamente.

¹⁸ Note-se que, de acordo com o Acórdão TJCE, de 12 de Julho de 1984, *Hydrotherm*, a noção de empresa “*deve ser entendida como designando uma unidade económica do ponto de vista do objecto do acordo em causa, mesmo que, do ponto de vista jurídico, esta unidade económica seja constituída por várias pessoas físicas ou morais*”.

De acordo com o art.º 2.º, n.ºs 1 e 2, da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho (que aprova o regime jurídico da concorrência), “*1- Considera-se empresa, para efeitos da presente lei, qualquer entidade que exerça uma actividade económica que consista na oferta de bens ou serviços num determinado mercado, independentemente do seu estatuto jurídico e do modo de funcionamento. 2- Considera-se como uma única empresa o conjunto de empresas que, embora juridicamente distintas, constituem uma unidade económica ou que mantêm entre si laços de interdependência ou subordinação decorrentes dos direitos ou poderes enumerados no n.º 1 do artigo 10.º*”

Segundo a metodologia que continua a ser adoptada na Recomendação¹⁹, o ponto de partida para a definição e identificação de mercados grossistas relevantes é uma caracterização dos mercados retalhistas num período temporal, a sua dimensão geográfica e das pressões concorrenciais a que estão sujeitos, do lado da procura e da oferta. Assim, numa primeira fase é definido o mercado retalhista de acesso em banda larga e é feita a análise de PMS do mesmo. Posteriormente, são definidos os mercados grossistas conexos tendo em conta as mesmas dimensões e é analisada a eventual existência de PMS nestes mercados. Por último, são analisadas as obrigações regulamentares a impor às empresas com PMS.

Na análise (de PMS) segue-se a metodologia preconizada pela Comissão na Recomendação²⁰ que explicita que, no âmbito dos mercados grossistas, devem ser analisados, em primeiro lugar, os mercados que estão situados em posições superiores da cadeia de valor vertical e posteriormente, e tendo em conta a regulação (eventualmente) imposta nesses mercados, deverão ser analisados os mercados num nível inferior da cadeia de valor – é a designada “*modified greenfield approach*”.

O presente documento consubstancia o sentido provável de decisão do ICP-ANACOM sobre a definição dos mercados do produto e mercados geográficos, a avaliação de PMS e a imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares nos mercados de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo e de fornecimento grossista de acesso em banda larga.

¹⁹ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 2.1.

²⁰ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 2.5.

2. DEFINIÇÃO DO MERCADO RETALHISTA DE BANDA LARGA

De acordo com o quadro regulamentar comunitário aplicável às comunicações electrónicas, que segue o direito comunitário da concorrência, os mercados relevantes definem-se através da intersecção de duas dimensões diferentes: o mercado do produto e o mercado geográfico.

O processo de definição do mercado do produto tem como objectivo identificar todos os produtos e/ou serviços suficientemente permutáveis ou substituíveis, não só em termos das suas características objectivas, graças às quais estão particularmente aptos para satisfazer as necessidades dos consumidores, mas também em termos dos seus preços e da sua utilização pretendida²¹.

O exercício de definição do mercado do produto ou serviço relevante inicia-se com o agrupamento dos produtos ou serviços utilizados pelos consumidores para as mesmas finalidades/utilização final²², i.e., segundo a procura.

Estes produtos e serviços farão parte do mesmo mercado relevante se o comportamento dos produtores ou fornecedores de serviços em causa estiver sujeito ao mesmo tipo de pressões concorrenciais, i.e., do lado da oferta, nomeadamente, em termos de fixação de preços.

Neste contexto, identificam-se dois tipos principais de pressões da concorrência: (i) a substituíbilidade do lado da procura e (ii) a substituíbilidade do lado da oferta²³.

Estas pressões concorrenciais poderão, alternativamente ou em conjunto, constituir fundamento para definir o mesmo mercado do produto.

Em termos teóricos, o grau de possibilidade de substituição ou complementaridade entre dois produtos pode ser estimado através da elasticidade cruzada da procura. No entanto, na prática, tal análise é complexa e os dados disponíveis escassos, pelo que uma das formas utilizadas na avaliação da existência de substituíbilidade do lado da procura e da oferta consiste na aplicação do denominado “teste do monopolista hipotético” (teste SSNIP – *Small but significant non-transitory increase in price*)²⁴.

O mercado geográfico relevante inclui a área na qual as empresas em causa participam na oferta e procura dos produtos ou serviços relevantes, e onde as condições de concorrência são semelhantes ou suficientemente homogéneas em relação às áreas vizinhas²⁵.

A definição do mercado geográfico pressupõe a utilização da mesma metodologia de definição do mercado do produto, nomeadamente o teste do monopolista hipotético que permite

²¹ Cf. Linhas de Orientação §44.

²² Cf. Linhas de Orientação §44.

²³ Cf. Linhas de Orientação §38. Existe, também, uma terceira fonte de pressão concorrencial no comportamento do operador que é a concorrência potencial – esta possibilidade será considerada sempre que relevante.

²⁴ Cf. Linhas de Orientação §40-43.

²⁵ Cf. Linhas de Orientação §56.

identificar pressões concorrenciais no que respeita à substituíbilidade do lado da procura e à substituíbilidade do lado da oferta.

No caso concreto dos mercados 4 – mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede (incluindo o acesso partilhado ou totalmente desagregado) num local fixo – e 5 – mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga – aqui em análise, a sua definição e análise decorrem, conforme já referido, da metodologia adoptada na Recomendação, que passa pela caracterização do mercado retalhista num dado horizonte temporal, numa dada dimensão geográfica e das pressões concorrenciais a que está sujeito, do lado da procura e da oferta.

Registe-se que a CE não identifica na sua Recomendação o mercado retalhista de banda larga como um mercado relevante, para efeitos de regulação *ex-ante*, privilegiando a regulação ao nível grossista. Tal facto não exclui, por si, a possibilidade de o mercado retalhista de banda larga ser identificado como um mercado relevante e proposto ao nível nacional.

2.1. Definição de banda larga

Na anterior análise do mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga, o ICP-ANACOM, tendo também em conta as posições da CE²⁶ e da Unidade de Missão Inovação e Conhecimento (UMIC)²⁷, entendeu que, não obstante o conceito de banda larga ser evolutivo do ponto de vista regulamentar e comercial, podia ser adoptada a definição prevista na Recomendação, i.e. os serviços caracterizados por proporcionarem aos utilizadores finais débitos assimétricos e simétricos que, no sentido descendente (i.e. originados na rede e destinados ao cliente) sejam superiores a 128 Kbps. Nas condições de mercado prevalecentes à data da análise, esta Autoridade considerou que o conceito de acesso permanente (“*always on*”) não se afigurava como um factor relevante para a caracterização da banda larga, dada a introdução então recente de ofertas com *plafond* de tempo limitado.

Na presente Recomendação, a Comissão volta a defender que os serviços Internet em banda larga são caracterizados por proporcionarem aos utilizadores finais débitos no sentido descendente superiores a 128 Kbps, mantendo também, o ICP-ANACOM, o entendimento defendido na anterior análise de mercado, ainda que a largura de banda de referência²⁸ seja actualmente de 4 Mbps no sentido descendente.

²⁶ Que defendeu que “não há uma definição universalmente aceite de banda larga, mas as suas características essenciais são elevado débito e funcionalidade permanente” (cf. eEurope 2005: Uma sociedade da informação para todos, COM(2002) 263 final, de 28.05.2002, pág. 8) e que os serviços Internet em banda larga são caracterizados por proporcionarem aos utilizadores finais débitos no sentido descendente superiores a 128 Kbps (cf. Recomendação – Exposição de Motivos, nota de rodapé n.º 33).

²⁷ Que defendeu que “o conceito de Banda Larga enquadra todos os acessos, independentemente da tecnologia, que, com a performance adequada, permitam estimular a utilização de conteúdos e aplicações progressivamente mais complexos e atractivos, que se adaptam às circunstâncias dos seus utilizadores, tendo em conta as exigências associadas à disponibilidade de tempo, à mobilidade, aos níveis de sofisticação requeridos e à finalidade associada a essa utilização” (cf. “Iniciativa Nacional para a Banda Larga” – documento aprovado em Conselho de Ministros de 26.06.2003) e, nessa linha, defendeu que fossem classificados como acessos de banda larga os acessos permanentes (“*always on*”) que permitam suportar aplicações interactivas de alto débito.

²⁸ Ou a classe/oferta mais utilizada pelos consumidores.

Note-se que no caso dos operadores móveis, a própria natureza das redes móveis pode alterar a percepção dos utilizadores finais quanto ao carácter “always on” do serviço de acesso em banda larga, dado o maior número, relativamente aos serviços de acesso banda larga suportados em redes fixas, de quebras de serviço que implicam ter que reinicializar o acesso.

Existem várias tecnologias que suportam a oferta de serviços de banda larga aos utilizadores finais. Com efeito, ao longo da “Exposição de Motivos” são mencionados, recorrentemente, o acesso por DSL e o acesso por modem de cabo como serviços alternativos²⁹. No futuro, as redes e o acesso ópticos serão utilizados para oferecer serviços de muito alta velocidade. Esta abordagem segue, aliás, o princípio da neutralidade tecnológica, princípio este fundamental no processo de definição do actual quadro regulamentar, conforme referido no art.º 8.º, n.º 1 da Directiva-Quadro, devendo, assim a definição de mercados ser neutra face à rede ou infra-estrutura utilizada na oferta dos serviços.

Também no âmbito da sua prática, a CE concluiu que o mercado de “acesso” inclui todos os tipos de infra-estruturas susceptíveis de serem utilizadas para a oferta de um dado serviço³⁰. Um exemplo apresentado pela CE reside no facto dos utilizadores poderem utilizar serviços distintos, como ligações por cabo e satélite, para o mesmo fim, nomeadamente o acesso à Internet³¹.

A CE refere ainda que “a questão de determinar se o mercado de infra-estruturas de rede deve ser dividido no número de submercados separados correspondentes ao número de categorias de infra-estruturas de rede existentes depende claramente do grau de substituíbilidade entre essas redes (alternativas)”.

Assim, de seguida, analisam-se as características e o estado actual de implementação das diferentes tecnologias e infra-estruturas de suporte ao serviço de acesso em banda larga, tendo em vista a definição do mercado retalhista.

2.2. Caracterização do mercado de retalho de banda larga

Em termos de plataformas tecnológicas que permitem o acesso em banda larga, em Portugal esse acesso continua a ser oferecido essencialmente através da rede telefónica de cobre, utilizando a tecnologia ADSL, ou através das redes de distribuição por cabo³², utilizando os modems por cabo, começando a ganhar alguma importância o acesso em banda larga suportado nas redes sem fios (móveis ou BWA).

Refira-se que, no que toca aos acessos de banda larga suportados na tecnologia ADSL, serão utilizados os dados obtidos a nível grossista, dado que esta informação se encontra mais desagregada do que a obtida ao nível do retalho, com excepção dos dados relativos à oferta de “triple-play” do Grupo PT (oferta “MEO”) que são os relativos ao mercado de retalho.

²⁹ E.g. pág. 23 do referido documento.

³⁰ Cf. Linhas de Orientação, §67.

³¹ Cf. Linhas de Orientação, §45.

³² Redes HFC – *Hybrid Fibre Coax*, historicamente utilizadas para a prestação de serviços de distribuição de televisão.

2.2.1. Tecnologias em par metálico entrançado (xDSL³³) e em cabo coaxial

Entre os serviços xDSL de débito assimétrico disponibilizados aos clientes finais, continua a destacar-se, pelo significativo crescimento da penetração no mercado, o ADSL³⁴.

Em Portugal, a PT Comunicações, S.A. (PTC) introduziu, em Novembro de 2000, um mês antes da entrada em vigor *de jure* do Regulamento (CE) n.º 2887/2000 sobre a OLL, uma oferta grossista baseada nessa tecnologia, a oferta “Rede ADSL PT”, na qual se suportam algumas ofertas retalhistas, nomeadamente ofertas das empresas do Grupo PT.

Para além do recurso àquela oferta grossista, os operadores alternativos (adiante designados por operadores e prestadores de serviços – OPS) podem oferecer serviços ADSL no retalho através do aluguer de lacetes/sublacetes locais desagregados (nas modalidades de acesso completo ou de acesso partilhado) ou recorrer às suas próprias redes (mas, actualmente, apenas em casos muito pontuais³⁵).

Não dispendo os OPS de rede própria de acesso em pares de cobre, a generalidade das ofertas ADSL de retalho são suportadas nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL.

O Grupo PT lançou, já no último trimestre de 2007, uma oferta “triple-play” (“MEO”) que inclui os serviços de televisão, Internet e telefone – segundo a informação apresentada no Relatório e Contas do Grupo PT, no final de 2007 esta oferta contava com 21 mil acessos. Segundo informação mais recente, o Grupo PT anunciou, em Setembro de 2008, que superou os 200 mil clientes Meo³⁶.

Os acessos desagregados com utilização de banda larga têm vindo a ganhar relevo desde 2005, representando no final de 2007 cerca de 29% do total de acessos ADSL.

2.2.1.1. Ofertas de retalho suportadas na oferta grossista “Rede ADSL PT” e evolução desta oferta

Os dados apresentados no Gráfico 1 indicam que o número de acessos ADSL suportados na oferta grossista “Rede ADSL PT” sofreu um aumento significativo entre o final de 2004 e o final de 2007, verificando-se uma quase duplicação destes acessos durante esse período. Registe-se que, a quebra de acessos registada de 2006 para 2007 surge na sequência uma limpeza da base de dados do Grupo PT de 103 mil clientes (relativa a clientes pré-pagos inactivos) realizada no final de 2007.

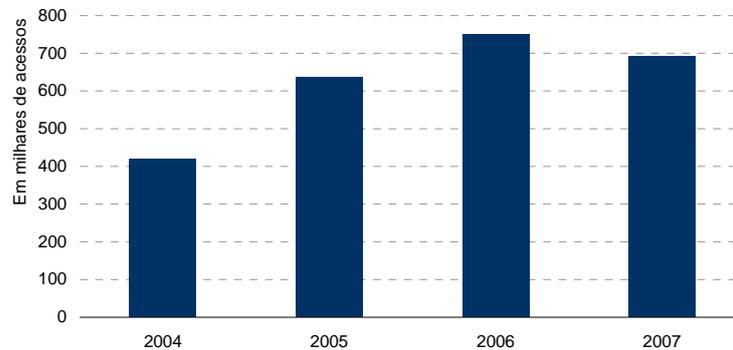
³³ *x Digital Subscriber Line* – Conjunto de tecnologias de linha digital de assinante, genericamente denominadas DSL, capazes de transformar linhas de cobre (por exemplo, das linhas telefónicas vulgares) em linhas digitais de alta velocidade, passíveis de suportar serviços avançados de maior largura de banda, como acesso rápido à Internet e *video-on-demand*. ADSL (*Asymmetric DSL*), HDSL (*High data rate DSL*) e VDSL (*Very high data rate asymmetric DSL*) são algumas das suas variantes.

³⁴ *Asymmetric Digital Subscriber Line* – A tecnologia de transmissão assimétrica mais utilizada da família xDSL. Uma ligação ADSL proporciona um canal *downstream* de alto débito (1,5 a 9 Mbps) e um canal *upstream* de débito inferior (16 a 640 Kbps), para além do serviço telefónico normal na gama de baixas frequências.

³⁵ Por não possuírem rede de acesso em cobre, os OPS recorrem normalmente a outras infra-estruturas para prestar serviços de banda larga suportados em infra-estrutura própria.

³⁶ Vide <http://ir.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Investidores/Pressrel/Noticias/2008/COM230908.htm>.

Gráfico 1 – Evolução do n.º de acessos ADSL suportados na oferta “Rede ADSL PT”



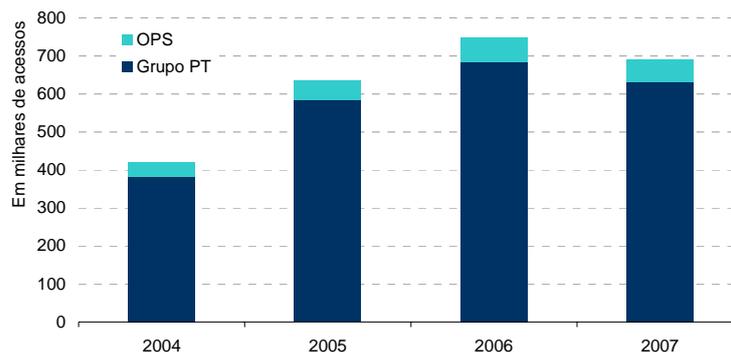
O número total de OPS que suportam as suas ofertas de retalho nesta oferta grossista tem-se alterado apenas ligeiramente desde 2004, sendo que neste período ocorreram saídas e entradas de operadores no mercado (vide Tabela 3).

Tabela 3 – Evolução do n.º de OPS com ofertas de banda larga suportadas na oferta “Rede ADSL PT”

	2004	2005	2006	2007
OPS com ofertas de banda larga suportadas na “Rede ADSL PT”	9	8	8	9

Mesmo existindo vários operadores alternativos a beneficiar da oferta grossista “Rede ADSL PT”, a maioria destes acessos é alugada pelas empresas do Grupo PT, conforme se atesta no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Evolução do n.º de acessos ADSL suportados na oferta “Rede ADSL PT”, por conjunto de operadores

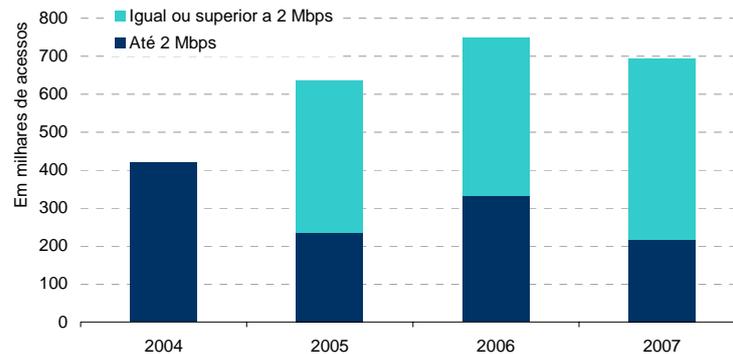


No final de 2007, existiam 31 classes de produto (o que compara com as 11 que existiam em 2004), que se distinguem pelo débito máximo (descendente ou ascendente) e taxa de contenção máxima³⁷ oferecidos, preços e outras características. Destaque-se que, enquanto em 2004 o

³⁷ A taxa de contenção representa a relação entre a largura de banda que os utilizadores contratam (e.g. 4 Mbps no sentido descendente) e a largura de banda efectiva por utilizador da ligação entre a rede da PTC (a central/DSLAM) e a rede ao Fornecedor de Serviço de Internet (ISP). Assim, uma taxa de contenção de 1:20 indica que a largura de banda da ligação do ISP

débito máximo descendente disponível era de 1 Mbps, no final de 2007 já existiam quatro classes de serviço com um débito máximo descendente de 24 Mbps. Verifica-se mesmo que os acessos das classes de serviço de débito descendente igual ou superior a 2 Mbps vêm continuamente a ganhar cada vez mais importância (vide Gráfico 3).

Gráfico 3 – Evolução do n.º de acessos ADSL suportados na oferta “Rede ADSL PT”, por débito descendente



No que toca à cobertura desta oferta, verifica-se que no final de 2004, a oferta “Rede ADSL PT” abrangia cerca de 1.270 áreas de central num total de cerca de 1.853 áreas de central da rede da PTC, o que permitia uma cobertura potencial de aproximadamente 90%, em termos de acessos activos. Entretanto, desde Junho de 2006, as 1.853 áreas de central da rede telefónica pública da PTC encontram-se equipadas com DSLAM, o que corresponde à totalidade da cobertura das áreas possíveis para o fornecimento de ADSL. Acresce que, em várias áreas de central, existe mais do que um ponto de atendimento com DSLAM, de forma a reduzir o comprimento do lacete local e poder fornecer serviços em banda larga com débitos mais elevados.

Em termos dos preços das ofertas de retalho actualmente disponíveis, verifica-se que as alterações ocorridas neste mercado desde 2004 permitiram benefícios claros para os consumidores: os preços (por Mbps) das ofertas ao cliente final reduziram-se significativamente, especialmente nas classes com velocidades mais elevadas, existindo ofertas com débitos descendentes muito superiores cuja mensalidade é igual ou mesmo inferior a ofertas anteriormente disponíveis (e que proporcionavam débitos muito menores).

Veja-se o exemplo da oferta identificada em 2004 como a oferta de retalho mais representativa do Grupo PT (comercializada pela Telepac) – a oferta “Sapo ADSL.PT Standard” tinha um débito descendente de 512 Kbps pela qual o cliente final incorria numa mensalidade de €29,40³⁸. Actualmente, por um valor idêntico (de €29,40³⁹) a oferta “Sapo ADSL 16Mb” permite um débito máximo descendente 32 vezes superior. Note-se ainda que as alterações às

à central é partilhada pelos utilizadores numa relação, no máximo, de 1 para 20. Assim, em alturas de pico de utilização, quando vários clientes estão ligados em simultâneo, a velocidade potencial da ligação é menor (até 1:20, neste exemplo). Em outras alturas, quando há muito pouca utilização (poucos utilizadores em simultâneo nessa central), um utilizador poderá até utilizar toda a capacidade que contratou com o seu ISP.

³⁸ Informação recolhida no sítio da Telepac na Internet em Setembro de 2004 (estes preços não incluem IVA).

³⁹ Informação recolhida no sítio da Telepac na Internet em Fevereiro de 2008 (estes preços não incluem IVA).

condições das ofertas não se limitam ao aumento do débito descendente, passando inclusivamente pelo aumento do tráfego mensal incluído, tendo passado, em muitos casos, a ilimitado (i.e., *downloads* sem restrições).

Ainda sobre os preços das ofertas de retalho, verifica-se a utilização recorrente de acções promocionais que envolvem a activação gratuita das ofertas e reduções nas mensalidades durante os primeiros meses após a data de adesão.

Em termos regulamentares, o ICP-ANACOM tem continuado a intervir no âmbito da oferta “Rede ADSL PT”, de modo a assegurar o cumprimento dos princípios regulamentares aplicáveis, e tendo em conta os objectivos de promoção da concorrência e de prossecução do interesse público que lhe compete tutelar⁴⁰.

2.2.1.2. Ofertas de retalho suportadas na OLL e evolução desta oferta

Com o objectivo de intensificar a concorrência e estimular a inovação tecnológica no mercado do acesso local, através do estabelecimento de condições harmonizadas para a OLL, foi aprovado pelo Parlamento Europeu e pelo Conselho, em 18 de Dezembro de 2000, o Regulamento (CE) n.º 2887/2000⁴¹.

A PTC publicou a primeira versão da Oferta de Referência de Acesso ao Lacete Local (ORALL) em Março de 2001, tendo o ICP-ANACOM vindo a intervir amiúde em diversas matérias e por diversas ocasiões, com vista a adaptar aquela oferta aos interesses do mercado⁴².

A OLL consiste na disponibilização pela PTC aos OPS do lacete local (circuito físico, constituído por pares de cobre entrançados na rede de acesso local, ligando o equipamento terminal nas instalações do utilizador à infra-estrutura de rede do operador) para estes procederem junto do utilizador final à prestação dos seus serviços de banda estreita e/ou de banda larga, sendo que pode apresentar as variantes de acesso completo⁴³ e acesso partilhado⁴⁴.

A opção de prestar acesso em banda larga suportado na OLL tem sido a principal aposta dos operadores alternativos, sendo estes acessos os principais responsáveis pelo aumento significativo do número de acessos em banda larga. No final de 2007, o número de acessos em banda larga suportados na OLL ultrapassou os 280 mil, o que compara muito favoravelmente com os menos de 8 mil acessos que existiam no final de 2004 (vide Gráfico 4).

⁴⁰ Vide deliberações do ICP-ANACOM sobre as ofertas ADSL em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=36415>.

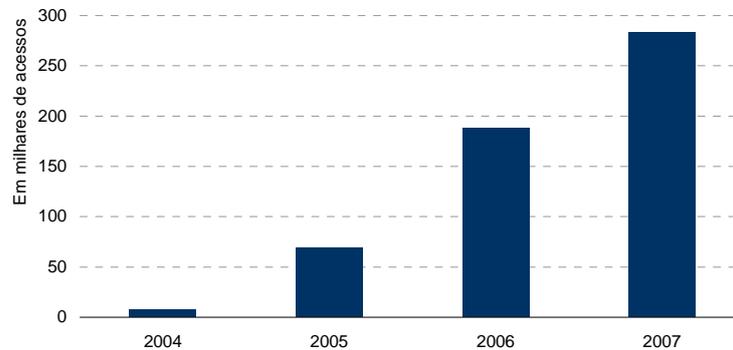
⁴¹ Vide Regulamento, que entrou em vigor em Janeiro de 2001, em <http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=17477>.

⁴² Vide deliberações do ICP-ANACOM sobre a OLL em <http://www.anacom.pt/template8.jsp?categoryId=56>.

⁴³ Na variante de acesso completo, o OPS tem controlo total sobre o lacete local de modo a fornecer ao utilizador final serviços de voz e serviços de banda larga.

⁴⁴ Na variante de acesso partilhado, o serviço de voz e os serviços de banda larga, ainda que prestados sobre o mesmo lacete local, são disponibilizados, respectivamente, pela PTC e pelo OPS utilizando faixas distintas do espectro de frequências. Esta forma de acesso permite que a PTC continue a oferecer o serviço telefónico, permitindo simultaneamente que o OPS preste serviços de transmissão de dados de alto débito utilizando o seu próprio equipamento xDSL, na faixa de frequências mais elevada, sobre o mesmo lacete local.

Gráfico 4 – Evolução do n.º de acessos ADSL suportados na OLL



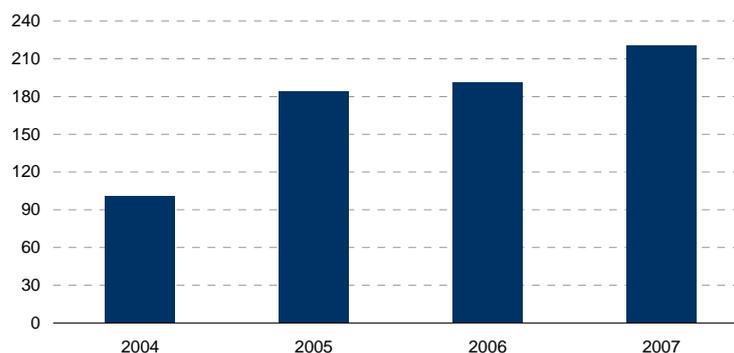
O número de OPS que suportam as suas ofertas de retalho nesta oferta grossista aumentou desde 2004, encontrando-se, no final de 2007, cinco operadores a beneficiar desta oferta⁴⁵ (vide Tabela 4).

Tabela 4 – Evolução do n.º de OPS com ofertas de banda larga suportadas na OLL

	2004	2005	2006	2007
OPS com ofertas de banda larga suportadas na OLL	2	3	5	5

Quanto à cobertura geográfica da OLL, verifica-se que no final de 2004, existiam 101 centrais da PTC onde se encontravam operadores co-instalados. Este número tem vindo a aumentar gradualmente atingindo as 221 centrais no final de 2007.

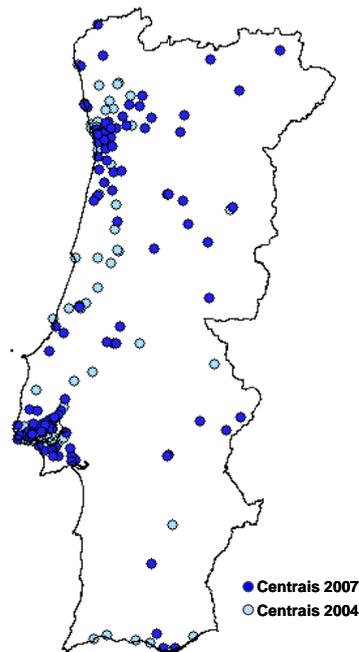
Gráfico 5 – Evolução do número de centrais onde existem operadores co-instalados



⁴⁵ Na sequência da aquisição, por parte da Sonaecom, do controlo exclusivo sobre a totalidade do capital social da Tele2 e sobre um conjunto de activos que corresponde ao segmento residencial do negócio retalhista de comunicações de rede fixa da OniTelecom, o número de beneficiários da OLL deverá passar a ser de três (caso a OniTelecom esteja a contratar os restantes acessos à Sonaecom) ou quatro (caso os restantes acessos da OniTelecom sejam contratados à PTC).

Este aumento do número de centrais com operadores co-instalados traduz-se num aumento da cobertura potencial desta oferta, sendo que no final de 2007 essa cobertura era já de cerca de 60% da população.

Figura 1 – Localização das centrais onde os OPS usufruem da OLL em Portugal Continental (a) final de 2004 (b) final de 2007



Em termos prospectivos, e no que diz respeito às áreas de central com operadores co-instalados, consideram-se os planos dos operadores beneficiários da ORALL, já concretizados através da co-instalação realizada durante o primeiro semestre de 2008.

Quanto aos preços das actuais ofertas de retalho suportadas nesta oferta grossista da PTC, verifica-se que, também neste caso, as alterações ocorridas desde 2004 traduziram-se em benefícios muito significativos para os consumidores: os preços das ofertas ao cliente final reduziram-se significativamente, já que se desenvolveram novas ofertas cuja mensalidade é inferior às ofertas anteriormente disponíveis (e que, em muitos casos, proporcionavam débitos muito menores).

Veja-se o exemplo da evolução das ofertas da Sonaecom, a principal beneficiária da OLL: em 2004 a oferta “Opção Livre” tinha um débito descendente de 1024 Kbps pela qual o cliente final incorria numa mensalidade de €32,69⁴⁶; actualmente, a oferta da Novis cuja mensalidade mais se aproxima da oferta de 2004 é a oferta “Clix 24Mb”, que permite um débito máximo descendente 24 vezes superior (24 Mbps) e pela qual o cliente final incorre numa mensalidade

⁴⁶ Informação recolhida no sítio do Clix na Internet em Setembro de 2004 (estes preços não incluem IVA).

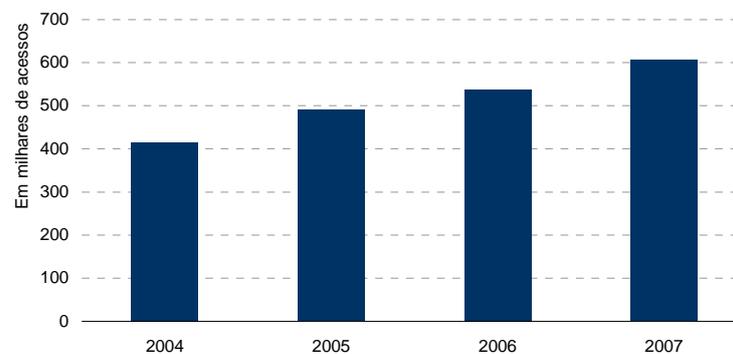
praticamente igual, no valor de €32,98⁴⁷. Também neste caso, as alterações às condições da oferta incluem o aumento do tráfego mensal incluído.

Também nas ofertas de acesso em banda larga suportadas na OLL se observam acções promocionais frequentes que podem incluir situações de activação gratuita das ofertas e reduções nas mensalidades durante os primeiros meses após a data de adesão.

2.2.1.3. Modem de cabo

No âmbito dos acessos de banda larga em rede fixa, os acessos em banda larga via xDSL e através de modem de cabo continuam a ser as tecnologias mais relevantes, sendo que o ADSL tem vindo a ganhar preponderância desde o final de 2004 (vide Gráfico 6).

Gráfico 6 – Evolução do n.º de assinantes de Internet por modem de cabo



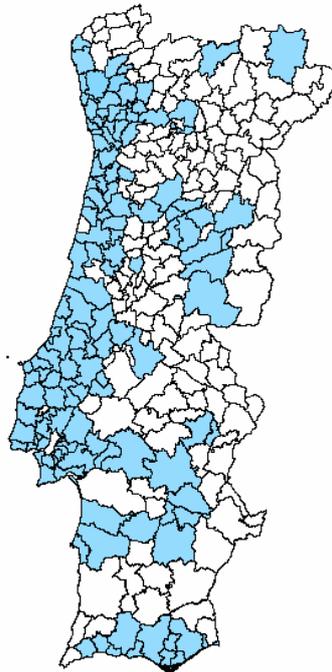
O número de operadores que prestam serviços de banda larga através de modem de cabo tem se mantido constante desde 2004 – quatro operadores – sendo que, a concretizarem-se as operações de concentração já notificadas à AdC, esse número poderá reduzir-se a apenas dois operadores.

Uma vez que a maioria das redes de distribuição por cabo são digitais e bidireccionais⁴⁸, características necessárias para que as mesmas suportem o serviço de acesso à Internet, a penetração destas redes traduz uma boa aproximação à cobertura potencial do serviço de acesso à Internet por modem de cabo (ver Figura 2).

⁴⁷ Informação recolhida no sítio do Clix na Internet em Fevereiro de 2008 (estes preços não incluem IVA).

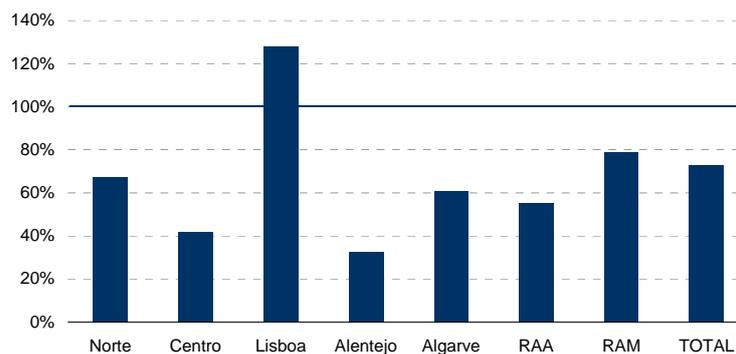
⁴⁸ Por exemplo, de acordo com o Relatório e Contas Consolidadas da PT Multimédia para o primeiro trimestre de 2007, o número de casas passadas que podem aceder à banda larga é de 98%.

Figura 2 – Distribuição geográfica (concelhos) dos alojamentos cablados (final de 2007)



No final de 2007, a percentagem média de alojamentos cablados (i.e., preparados para ligação de um assinante), face ao total de alojamentos familiares clássicos⁴⁹ no país, era de 73% para o conjunto das regiões, continuando a registar-se diferenças significativas entre as várias regiões (NUTS⁵⁰ II) – vide Gráfico 7.

Gráfico 7 – Cobertura dos alojamentos cablados (final de 2007)



⁴⁹ Alojamento familiar clássico (definição do INE): “Divisão ou conjunto de divisões e seus anexos que, fazendo parte de um edifício clássico, ou seja, com carácter não precário, ou sendo estruturalmente separados daquele, pela forma como foi construída, reconstruída ou reconvertida, se destina à habitação permanente de uma família (...). O alojamento familiar clássico deve ainda ter entrada independente que lhe dê acesso para a rua, quer directamente, quer através de jardim, terreno, ou para zona comum dentro de um edifício”.

⁵⁰ NUTS – Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos.

Destaca-se a percentagem de alojamentos cablados face ao total de alojamentos na região de Lisboa que ultrapassa significativamente os 100%, devido à cablagem de um mesmo alojamento por vários operadores, que continua a verificar-se nesta região. Ou seja, a informação de que o ICP-ANACOM dispõe refere-se ao somatório dos alojamentos cablados por cada operador, podendo haver alojamentos que são contabilizados mais do que uma vez.

Note-se que em algumas zonas menos densamente povoadas, a distribuição de televisão é conseguida através de difusão por satélite (DTH – *direct to home*), cuja solução actual não permite a bidireccionalidade do sinal e o acesso à Internet em banda larga e, como tal, não é considerada para efeitos de análise do mercado de acesso em banda larga.

Em termos de preços das ofertas de retalho, também se verificaram grandes benefícios para os consumidores finais, que viram os débitos máximos descendentes aumentar significativamente, sendo que os preços se mantiveram ou diminuíram mesmo. Veja-se o caso das ofertas da TV Cabo: em 2004 a oferta “NetCabo 512” permitia um débito máximo descendente de 512 Kbps para uma mensalidade de €29,41⁵¹; actualmente a oferta “NetCabo Plus” permite um débito máximo descendente de 12 Mbps por uma mensalidade de valor idêntico – €29,41⁵². Ou seja, o cliente final tem agora acesso a uma oferta cujo débito máximo descendente é cerca de 20 vezes superior à da oferta que existia em 2004, pagando exactamente o mesmo.

2.2.2. Outras redes ou tecnologias de acesso em banda larga

2.2.2.1. Sistemas móveis

O sistema de terceira geração de serviços móveis, UMTS (*Universal Mobile Telecommunication Systems*), para o qual se encontram licenciados a Optimus, a TMN e a Vodafone, começou a apresentar algum desenvolvimento desde que os três operadores iniciaram o lançamento comercial no final do segundo trimestre de 2004.

No final de 2007 existiam em Portugal cerca de 1,439 milhões de utilizadores com acesso à Internet em banda larga móvel, tendo este indicador registado um crescimento significativo durante o ano 2007 – os valores atingidos em Dezembro de 2007 representam uma taxa de crescimento acumulada, desde Janeiro de 2007, de cerca de 88%. Registe-se que este indicador reflecte o número de clientes dos operadores móveis que podem aceder à Internet em banda larga móvel, e que o fizeram pelo menos uma vez desde o lançamento do serviço.

⁵¹ Informação recolhida no sítio da TV Cabo na Internet em Setembro de 2004 (estes preços não incluem IVA).

⁵² Informação recolhida no sítio da TV Cabo na Internet em Janeiro de 2008 (estes preços não incluem IVA).

Tabela 5 – Evolução dos clientes de acesso móvel à Internet em 2007

	1.º Trim.	2.º Trim.	3.º Trim.	4.º Trim.
Número de utilizadores com acesso à Internet em banda larga móvel (milhares de utilizadores)	862	984	1.183	1.439

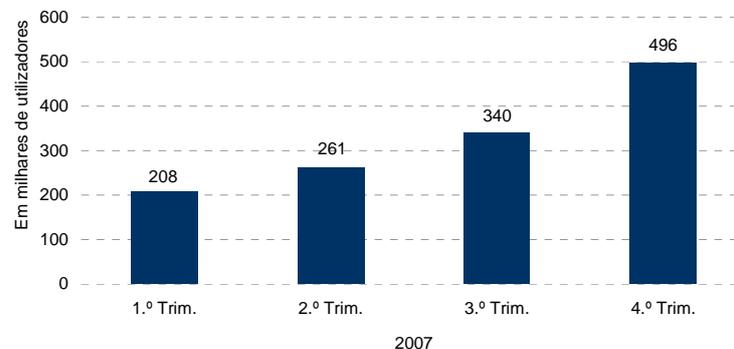
Se tivermos em conta o número de clientes dos operadores móveis que podem aceder à Internet em banda larga móvel, e que o fizeram pelo menos uma vez no trimestre em questão, os valores continuam ainda expressivos.

Tabela 6 – Evolução do número de clientes de acesso móvel à Internet activos em 2007

	1.º Trim.	2.º Trim.	3.º Trim.	4.º Trim.
Número de utilizadores activos no período de reporte (milhares de utilizadores)	315	359	478	660

No entanto, julga-se que para efeitos de comparação com as ofertas de banda larga fixa, devem apenas ser contabilizados os acessos de banda larga móveis suportados em placas de transmissão que permitem funcionalidades semelhantes, nomeadamente em termos de utilização de computadores pessoais (placas PCMCIA, placas USB, Modem USB, PC-Card, PC USB Card, etc.). De acordo com a informação remetida pelos operadores, o número desses utilizadores rondava os 500 mil no final de 2007 (vide Gráfico 8).

Gráfico 8 – Evolução dos acessos de banda larga móveis (suportados em placas de transmissão de dados)



A evolução destes acessos de banda larga móvel (suportados em placas de transmissão de dados) foi, em muito, impulsionada pelos programas “e-escola”, “e-professor” e “e-oportunidades”⁵³, promovidos pelo Governo e que envolvem a cedência de computadores

⁵³ Vide <http://eescola.pt/indexA.aspx>.

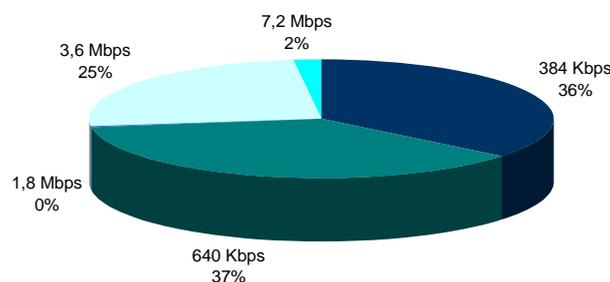
A este respeito, por exemplo, a TMN informou em Janeiro de 2008 que, apenas no âmbito do programa e.escolas “já entregou a formandos, professores e alunos um total de 80.000 computadores” – vide press release em:

http://www.tmn.pt/portal/site/tmn/menuitem_db67f528a6dbaa5ac8a71c10a51056a0/?vgnextoid=91d3f80f6e82a110VgnVCM1000005401650aRCRD&vgnnextchannel=15b5fa2eb8b37110VgnVCM1000005401650aRCRD&vgnnextfmt=default2.

com ligação à Internet em banda larga em condições muito favoráveis a segmentos importantes da população.

Desagregando estes acessos por velocidade de transmissão, verifica-se que cerca de 75% dos acessos se concentrava em finais de 2007 nas velocidades até 640 Kbps⁵⁴, o que é bastante inferior às velocidades máximas de acesso das ofertas mais representativas no acesso de banda larga fixa.

Gráfico 9 – Acessos de banda larga móveis (suportados em placas de transmissão de dados) distribuídos por velocidade de transmissão (final de 2007)



Em termos de cobertura, os dados remetidos pelos operadores do serviço móvel terrestre indiciam que ainda que menos de metade do território nacional esteja coberto a débitos de 128 Kbps, tal corresponde a mais de três quartos da população. Quando se passa para débitos de 3,6 Mbps, a área coberta passa para menos de 10% do território, envolvendo aproximadamente um terço da população.

Os operadores do serviço móvel terrestre encontram-se a introduzir novas tecnologias na rede de acesso, destacando-se as tecnologias HSDPA e HSUPA, que permitem um acesso em banda larga em débitos mais elevados do que os actualmente disponibilizados.

Em termos de preços, observa-se que as ofertas disponibilizadas pelos vários operadores apresentam preços substancialmente superiores às ofertas suportadas em ADSL ou em modem de cabo, dadas as velocidades de transmissão conseguidas, conforme se verá mais adiante.

2.2.2.2. Outras

Para além das tecnologias já mencionadas, identifica-se um conjunto de alternativas tecnológicas de suporte aos serviços de acesso em banda larga, com diferentes estados de implementação e maturidade.

- Os sistemas de comunicações via satélite continuam a apresentar uma utilização muito reduzida, apenas em situações muito pontuais e a nível empresarial.

⁵⁴ A oferta de 640Kbps foi recentemente substituída por uma oferta com débito descendente de 1 Mbps.

- Sobre o FWA (acesso fixo via rádio ou “Fixed Wireless Access”), sabe-se que a única empresa a explorar activamente esta solução na rede de acesso, a ARTelecom, se encontra a expandir a sua cobertura nas cidades de Lisboa e Porto.
- Regista-se ainda um interesse por parte dos vários intervenientes do mercado em introduzir aplicações de BWA em Portugal, tendo o ICP-ANACOM dado um conjunto de passos no sentido de definir a forma de atribuição dos direitos de utilização de frequências reservadas para o BWA, estando previsto o lançamento de leilão para atribuição de direitos de utilização de frequências na faixa de 3.4. – 3.8 Ghz ainda durante o ano corrente.
- A oferta de serviços suportada em fibra óptica poderá vir a apresentar desenvolvimentos relevantes no âmbito da evolução para as NRA, sendo uma área na qual existe alguma expectativa e foram anunciados investimentos⁵⁵ ou expectativas de investimento.

Face à reduzida disponibilidade, cobertura e penetração no mercado, o nível de serviço e as funcionalidades oferecidas, considera-se que estas tecnologias não são, nas condições actuais, por si relevantes para efeitos da definição de mercado, sendo no entanto que a fibra óptica, poderá vir a constituir uma importante fonte de concorrência, devendo por isso ser avaliado o impacto de eventuais investimentos, nomeadamente os que venham a ser efectuados pela PTC, nas ofertas actualmente reguladas. Esta é no entanto uma matéria que o ICP-ANACOM se encontra a analisar em sede autónoma envolvendo, numa primeira fase, o lançamento de uma consulta pública específica sobre a temática das NRA ou, na terminologia anglo-saxónica, NGA (“Next Generation Access”).

2.2.3. Conclusão da caracterização do mercado de retalho de banda larga

Da análise efectuada, e face também à análise elaborada em 2005, conclui-se que existe um maior desenvolvimento dos serviços de banda larga no mercado de retalho, tendo, para um mesmo nível de preços, os débitos aumentado significativamente e possuindo os consumidores actualmente uma maior diversidade de escolha nos serviços de banda larga. Tal deve-se, em larga medida, às obrigações impostas por esta Autoridade, as quais se têm mostrado essenciais para a evolução da concorrência, em benefício dos utilizadores finais.

À semelhança do que aconteceu na análise anterior, continua a identificar-se um conjunto de alternativas tecnológicas de suporte aos serviços de acesso em banda larga, verificando-se diferentes estados de implementação e maturidade das referidas tecnologias, destacando-se, por um lado, o acesso em banda larga através de ADSL e por modem de cabo já fortemente implantadas e, por outro lado, a expansão do acesso em banda larga móvel havendo ainda um

⁵⁵ Por exemplo, pela Sonaecom, que a 20.02.2008 anunciou um plano de investimento em redes de nova geração de 240 milhões de euros em 3 anos, cobrindo um milhão de casas.

Vide

http://www.sonaecom.pt/filedownload.aspx?schema=a67f9277-d23c-4f99-8642-9acd3e463b93&channel=44E65941-12EC-4115-9D0F-898A110E2077&content_id=93AD601F-8267-4AE1-95E8-50A41A1C0D5A&field=file_src&lang=pt&ver=1

conjunto de tecnologias que mantém reduzida disponibilidade, cobertura e penetração no mercado.

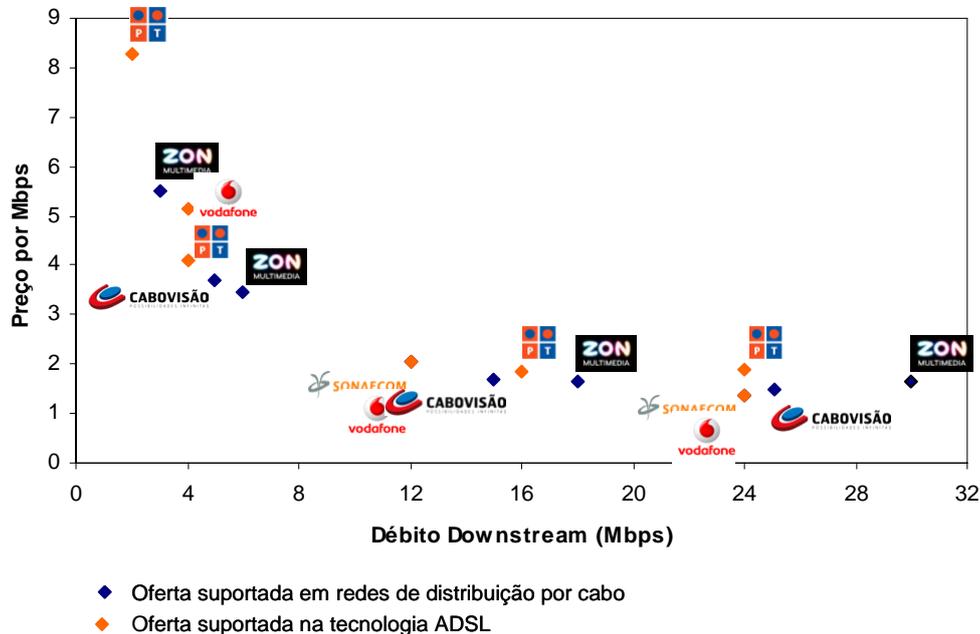
Em termos gerais, e conforme concluído também na anterior análise do mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga, os serviços de acesso à Internet em banda larga por modem de cabo e ADSL apresentam funcionalidades muito semelhantes do ponto de vista dos utilizadores finais: acesso permanente (*always on*), débitos equivalentes e qualidade perceptível equivalente⁵⁶, pelo que se poderá concluir que estão aptos a satisfazer necessidades idênticas.

Atendendo à semelhança entre as características e funcionalidades e níveis de preços das ofertas de acesso à Internet em banda larga por ADSL e por modem de cabo dirigidas aos utilizadores finais e das acções comerciais sobre elas desenvolvidas (vide Gráfico 10), é razoável admitir que um aumento pequeno mas não transitório do preço do serviço de acesso à Internet por modem de cabo conduza à sua substituição por um serviço de acesso à Internet por ADSL, em volume suficiente para tornar o aumento de preços não lucrativo, sendo o contrário igualmente verdadeiro, caso o cliente já tenha instalada uma linha analógica ou RDIS. Mesmo a existência de eventuais custos de mudança (nomeadamente a alteração do modem), não se apresenta como factor impeditivo da substituíbilidade, uma vez que se estima que tais custos de mudança sejam reduzidos⁵⁷. Verifica-se, de facto, que, no âmbito das acções de promoção dos serviços de acesso em banda larga através das duas tecnologias, a generalidade das empresas que oferecem serviços de acesso em banda larga tem vindo a oferecer quer os “kits de instalação” quer a activação do serviço.

⁵⁶ Cf. Inquérito ao Consumo da Banda Larga, levado a cabo pelo ICP-ANACOM e pela Metris GFK, em Dezembro de 2006: <http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=231582>. Existe, contudo, um outro estudo recentemente desenvolvido pelo ICP-ANACOM, em que o índice de velocidade relativa medido (não percepcionado) é relativamente mais elevado nas ofertas de banda larga suportadas em modem de cabo do que nas suportadas em ADSL (vide http://www.anacom.pt/streaming/qos_outnov07.pdf?categoryId=267663&contentId=557182&field=ATTACHED_FILE)

⁵⁷ Existem sempre custos associados à mudança de operador, nem que sejam custos associados à procura de informação, à necessidade de tempo para proceder à denúncia de um contrato e à celebração de outro, etc.

Gráfico 10 – Preços (relativos) e débitos das ofertas de acesso em banda larga suportadas em modem de cabo e ADSL



Fonte: Sítios na Internet dos operadores em Março de 2008. Preços sem IVA.

Note-se que, para intervalos semelhantes de débitos “downstream” disponibilizados, o preço por Mbps apresenta valores também semelhantes, independentemente de se considerarem as ofertas suportadas na tecnologia ADSL ou em redes de distribuição por cabo.

No caso dos novos clientes, i.e. aqueles que ainda não utilizam serviços de acesso em banda larga, não existindo quaisquer custos de mudança, a substituibilidade entre as duas tecnologias é ainda mais evidente.

As várias ofertas de serviço de acesso à Internet por ADSL e por modem de cabo, com características similares, têm sido de forma genérica lançadas em simultâneo, o que poderá sugerir que as condições comerciais de um tipo de serviço condicionam as do outro, e vice-versa.

Acresce que as coberturas do serviço de acesso por ADSL e das redes de distribuição por cabo com bidireccionalidade são já muito significativas e cobrem, na generalidade, áreas comuns, podendo, assim, as possibilidades de substituição ser efectivadas na prática.

Com a proliferação das ofertas de “triple-play”, quer suportadas na tecnologia ADSL quer nas redes de distribuição por cabo, a substituibilidade entre estes dois tipos de acessos torna-se ainda mais evidente.

Assim, o ICP-ANACOM entende que, do ponto de vista dos utilizadores, os serviços de acesso em banda larga por ADSL e por modem de cabo são prestados no mesmo mercado de retalho – o mercado de acesso em banda larga.

Por outro lado, uma das alterações mais significativas que ocorreu no mercado nacional desde 2005 foi a expansão da banda larga móvel, nomeadamente, e para efeitos da presente análise, a suportada em placas de transmissão de dados ligadas a computadores pessoais (portáteis ou “de secretária”). Podendo ser relevante para efeitos de definição de mercado, essa mudança reclama que seja analisado o grau de substituíbilidade que esta opção de acesso em banda larga tem face às restantes soluções. Esta matéria será analisada na próxima secção.

Em relação às outras plataformas já existentes e ofertas comercialmente disponíveis, o ICP-ANACOM, reconhecendo as suas potencialidades e tendo em conta o grau de substituíbilidade que tenham ou possam vir a ter no futuro, considera que, face à reduzida disponibilidade, cobertura e penetração no mercado, o nível de serviço e as funcionalidades oferecidas, continuam a não ser, nas condições actuais e no período que decorre até à próxima análise de mercado, por si relevantes para efeitos da definição de mercado, pelo que não serão analisados no contexto do actual mercado de banda larga.

Não obstante, o ICP-ANACOM acompanhará atentamente a evolução dos serviços suportados nestas infra-estruturas e tecnologias, principalmente os suportados em fibra óptica, com vista a uma eventual reavaliação do entendimento acima exposto.

2.3. Definição do mercado de produto

À semelhança do que já havia manifestado na anterior Recomendação, a CE considera que é possível identificar três tipos de acesso à Internet disponíveis actualmente: (i) o serviço por chamada, (ii) o serviço de banda larga que utiliza a tecnologia xDSL (ou equivalentes) ou modems de cabo, e (iii) os acessos dedicados.⁵⁸

O ICP-ANACOM considera que, dada a evolução registada desde a última análise do mercado e as análises de substituíbilidade realizadas à data, as conclusões que foram daí extraídas mantêm-se válidas no que diz respeito à definição do mercado de produto. Ou seja, considera-se que continuam válidas e actuais as análises de substituíbilidade entre:

- O serviço de acesso em banda larga e o serviço de acesso à Internet em banda estreita – o serviço de acesso à Internet em banda estreita perdeu inclusivamente relevância, quer pelo actual reduzido número de acessos⁵⁹ quer pelo cada vez maior diferencial nas velocidades disponibilizadas;
- O serviço de acesso em banda larga e os acessos dedicados – os serviços de acessos dedicados são utilizados essencialmente por grandes clientes empresariais com necessidades acrescidas de qualidade de serviço; e

⁵⁸ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 4.2.2.

⁵⁹ No final do 4.º trimestre de 2004, existiam cerca de 400 mil clientes de acesso à Internet em banda estreita e cerca de 840 mil clientes de acesso em banda larga. No 4.º trimestre de 2007, o número de clientes de acesso à Internet em banda estreita reduziu-se em cerca de 75%, para cerca de 100 mil e o número de clientes de acesso em banda larga aumentou cerca de 81%, para cerca de 1 milhão e 500 mil.

- O serviço de acesso em banda larga em clientes residenciais e não residenciais – note-se que esta distinção entre clientes residenciais e não residenciais, podendo ser relevante para outros serviços, perde importância quando se considera o serviço de acesso em banda larga através de ADSL e de modem de cabo, que se dirigem essencialmente a clientes residenciais ou a alguns clientes mais exigentes em termos de qualidade (contenção⁶⁰), de largura de banda no sentido utilizador-rede (“upstream”⁶¹) ou de consumo de tráfego (embora haja uma tendência para a generalidade das ofertas permitirem consumos ilimitados).

Entende-se, por isso, que em Portugal, o mercado retalhista de acesso em banda larga é constituído pelos serviços de acesso em banda larga através de ADSL e de modem de cabo prestados a clientes residenciais e não residenciais.

Tendo em conta a evolução verificada no mercado, na secção seguinte analisa-se a possibilidade de os serviços de acesso em banda larga móvel se encontrarem no mesmo mercado de acesso em banda larga fixa ou em mercados separados. Utilizam-se para o efeito as ferramentas descritas no ponto “2. Definição do mercado”, em especial, as possibilidades de substituição do lado da procura e do lado da oferta.

Considerando que existe ainda uma outra fonte de pressão concorrencial⁶², para além da substituição pelo lado da procura e pelo lado da oferta, será também analisada a concorrência potencial, sempre que adequado.

2.3.1. Serviço de acesso em banda larga fixa vs. Serviço de acesso em banda larga móvel

Um utilizador final pode aceder à Internet utilizando para o efeito placas de transmissão de dados ligadas a computadores pessoais, com uma experiência de utilização que se poderá aproximar do acesso em banda larga em redes fixas.

No entanto, a substituíbilidade do lado da procura é limitada dadas as diferenças que existem nestes dois tipos de acessos, quer em termos de custos, quer em termos de velocidades de acesso. Actualmente, a diferença de preços é muito significativa e agrava-se quando se tem em conta as velocidades de acesso contratadas. Veja-se o exemplo das ofertas de um dos operadores móveis, na tabela seguinte (as estruturas das ofertas de outros operadores com actividades fixas e móveis são semelhantes ao exemplo apresentado).

⁶⁰ A representatividade das classes de contenção 1:10 e 1:20 no conjunto das classes disponibilizadas na oferta “Rede ADSL PT”, em termos de número de acessos, é de cerca de 3%.

⁶¹ A representatividade das classes de débito “upstream” superior a 512 kbps no conjunto das classes disponibilizadas na oferta “Rede ADSL PT”, em termos de número de acessos, é de cerca de 0,1%.

⁶² Cf. Linhas de Orientação §38

Tabela 7 – Ofertas de banda larga da Vodafone⁶³

Ofertas		Velocidades		Mensalidade (preços sem IVA)	Mensalidade por Mbps
		Download	Upload		
Banda Larga Móvel	Banda Larga 384 Kbps	Até 384 Kbps	Até 384 Kbps	€ 18,60	€ 48,4
	Banda Larga 640 Kbps	Até 640 Kbps	Até 384 Kbps	€ 24,71	€ 38,6
	Banda Larga 3,6 Mbps	Até 3,6 Mbps	Até 1,4 Mbps	€ 32,98	€ 9,2
	Banda Larga 7,2 Mbps	Até 7,2 Mbps	Até 1,4 Mbps	€ 37,11	€ 5,2
Duplex ADSL	Duplex ADSL 4 Mbps	Até 4 Mbps	Até 512 Kbps	€ 16,45	€ 4,1
	Duplex ADSL 12 Mbps	Até 12 Mbps	Até 512 Kbps	€ 24,71	€ 2,1
	Duplex ADSL 24 Mbps	Até 24 Mbps	Até 1024 Kbps	€ 32,98	€ 1,4

Na relação entre preços e velocidades de acesso disponibilizadas, as ofertas suportadas nas placas de dados comparam desfavoravelmente com as ofertas de banda larga fixa (no caso da Vodafone correspondem às ofertas “Duplex ADSL”) – se bem que se possa argumentar que nas regiões onde não existem ofertas de banda larga suportadas em redes de distribuição por cabo ou na OLL a diferença entre preços para ofertas similares seja menos pronunciada.

Acresce que, no caso das ofertas suportadas nas placas de dados, a cada velocidade de transmissão está associada uma zona de cobertura geográfica distinta, sendo que para maiores velocidades as zonas cobertas vão sendo cada vez menores⁶⁴.

Por exemplo, segundo a informação que consta no sítio da Vodafone na Internet, “a totalidade da rede 3G da Vodafone, presente na maior parte do território, permite velocidades de acesso até 1.8 Mbps. Em grande parte das zonas urbanas, a velocidade poderá atingir 3.6 Mbps. Em algumas áreas das cidades de Lisboa, Oeiras, Cascais e Faro, a rede 3G já disponibiliza velocidades até 7.2 Mbps.” Situação semelhante acontece para os restantes operadores do serviço móvel terrestre.

A este respeito é ainda de notar que entre os principais resultados da avaliação da qualidade das redes e serviços móveis GSM/UMTS nos aglomerados urbanos e eixos rodoviários de Portugal Continental⁶⁵, avultam as diferenças significativas entre as redes GSM e UMTS, apresentando as primeiras bons níveis de cobertura e um bom desempenho do serviço de voz, tanto nos aglomerados urbanos como nos eixos rodoviários. Segundo essa avaliação, as redes UMTS ficaram aquém, não apresentando uma boa cobertura WCDMA e persistindo algumas zonas com deficiente ou mesmo inexistente cobertura, principalmente nos eixos rodoviários.

Esta “restrição geográfica” também se verifica ao nível das ofertas de banda larga fixa, nomeadamente ao nível da oferta da Vodafone “Duplex ADSL” já que está condicionada pelo número de centrais onde há co-instalação e pelo comprimento dos lacetes (factor relevante para as ofertas de débitos muito elevados – e.g. 12 Mbps e 24 Mbps). No entanto, por um lado, a

⁶³ Informação recolhida no sítio da Vodafone na Internet em Fevereiro de 2008.

⁶⁴ Poderão haver situações muito excepcionais em que as velocidades máximas disponíveis nas redes móveis podem ser superiores às disponibilizadas nas rede fixas (devido a limitações essencialmente relacionadas com o comprimento ou estado do lacete local).

⁶⁵ Vide estudo em <http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=272122>.

introdução de pontos de atendimento mais próximos do utilizador final tem contribuído para a redução do comprimento máximo do lacete local e, por outro lado, dada a previsível evolução das redes de acesso fixas para redes de próxima geração, é expectável que as velocidades máximas de acesso nestas redes aumentem num futuro próximo⁶⁶.

Outra característica diferenciadora e que potencialmente limita as possibilidades de substituibilidade entre o serviço de acesso em banda larga fixa e o serviço de acesso em banda larga móvel é o facto de este último serviço incluir, em geral, limites de tráfego significativamente inferiores aos limites de tráfego das ofertas de acesso em banda larga fixa. Assim, por exemplo, no caso das ofertas comercializadas pela Vodafone, o limite de tráfego da oferta de acesso em banda larga móvel com maior débito (7,2 Mbps) é idêntico ao limite de tráfego da oferta de acesso em banda larga fixa de menor débito (2 Mbps), que é de 6 GB. A oferta de acesso em banda larga fixa de maior débito comercializada pela Vodafone inclui 60 GB de tráfego⁶⁷ (10 vezes superior ao da oferta de acesso em banda larga móvel de maior débito).

Acresce que a principal vantagem do serviço de acesso em banda larga móvel é essencialmente, a mobilidade que permite a utilização do serviço em qualquer lugar (universidades, primeira e segundas habitações, local de trabalho) usufruindo apenas de um único contrato.

Sem prejuízo para os argumentos supra, reconhece-se que, do lado da procura, poderá existir alguma substituição entre o serviço de acesso em banda larga fixa e o serviço de acesso em banda larga móvel. No entanto, atendendo aos argumentos identificados, nomeadamente:

- as diferenças de preços, mais reduzidos, para um débito equivalente, no serviço de acesso em banda larga fixa;
- o débito máximo das ofertas, mais reduzido no serviço de acesso em banda larga móvel;
- os diferentes limites de tráfego, mais reduzidos, para um débito equivalente, no serviço de acesso em banda larga móvel;
- a mobilidade, característica intrínseca do serviço de acesso em banda larga móvel,

o ICP-ANACOM considera que, actualmente, o grau de substituibilidade entre o serviço de acesso em banda larga fixa e o serviço de acesso em banda larga móvel é limitado, sendo o serviço de acesso em banda larga móvel essencialmente dirigido a um segmento específico (além dos utilizadores elegíveis para os programas “e-escola”, “e-professor” e “e-oportunidades”), constituído por utilizadores:

- que não necessitam de um acesso fixo (para comunicações de voz ou televisão);
- que valorizam a mobilidade;

⁶⁶ Também é expectável que possam vir a desenvolver-se tecnologias e standards que permitam incrementar a velocidade de transmissão nas redes móveis.

⁶⁷ Informação recolhida no sítio da Vodafone na Internet em Junho de 2008.

- que não necessitam de serviços de acesso em banda larga de maior qualidade, em termos de débito;
- que não são utilizadores intensivos.

Ou seja, este grupo de utilizadores ainda não tem uma dimensão suficiente para que um monopolista hipotético do serviço de acesso em banda larga fixa esteja restringido de manter os preços a um nível significativamente superior ao nível que seria praticado num mercado concorrencial.

A análise da substituíbilidade do lado da oferta por parte dos prestadores de acesso à Internet móvel que não são presentemente prestadores do serviço de acesso em banda larga na rede fixa, não se apresenta relevante nesta análise. Para entrar no mercado do acesso em banda larga na rede fixa, os prestadores de acesso em banda larga móvel teriam de adquirir os *inputs* grossistas relevantes ou construir a sua própria rede. No entanto, essas soluções não estão alinhadas com o conceito de substituíbilidade do lado da oferta, o qual pressupõe que os operadores (neste caso os de acesso em banda larga móvel) conseguissem entrar no mercado de acesso em banda larga fixa de forma rápida e de baixo custo. Por esse motivo, estes prestadores não conseguem impor um constrangimento nos prestadores de banda larga fixa no período de tempo que decorre até à próxima análise de mercado.

Por outro lado, todos os operadores do serviço móvel terrestre inserem-se em grupos económicos que estão também a prestar serviços de acesso em banda larga na rede fixa. A situação contrária (prestadores do serviço de acesso em banda larga na rede fixa entrarem na oferta de serviços de banda larga móvel) ainda é mais difícil de vir a ocorrer, dadas as necessidades de espectro e de este constituir um recurso escasso (tal poderá, no entanto, ser alterado de modo pontual aquando da atribuição de direitos de utilização de frequências reservadas para o BWA).

Um outro aspecto que poderá concorrer para a mesma conclusão (de que, do lado da oferta, os produtos são distintos), passa pelo facto de existirem ofertas específicas de acesso em banda larga móvel disponibilizadas pelo operador de rede fixa que pertence ao mesmo grupo empresarial dos operadores do serviço móvel terrestre aos clientes que contratem o serviço ADSL. Vide a este respeito, por exemplo, os kits “Casa Duplex ADSL”, da Vodafone, que são comercializados, entre outros, em duas configurações: para ser utilizado dentro de casa e para ser utilizado dentro/fora de casa, nomeadamente através de uma oferta de banda larga móvel. Tal facto mostra um certo grau de complementaridade, e não de substituíbilidade, entre os dois serviços de acesso à Internet: o fixo e o móvel.

A ausência de substituíbilidade do lado da procura (para a maioria dos utilizadores) e o entendimento que a substituíbilidade do lado da oferta não é relevante nesta análise de mercado indicia que a existência de ofertas de acesso à Internet móvel não conduzem a um constrangimento à definição, por parte do monopolista hipotético, de um preço acima do nível de concorrência na prestação do serviço de acesso em banda larga fixa.

Assim, para o período de tempo relevante nesta análise de mercado, entende-se que os acessos em banda larga fixa e os acessos em banda larga móvel não estão incluídos no mesmo mercado relevante. Sem prejuízo, o ICP-ANACOM acompanhará de perto o evoluir desta matéria.

2.3.2. Definição do mercado do produto: conclusão

Na sequência da análise efectuada considera-se que, em Portugal, o mercado de produto retalhista de acesso em banda larga é constituído pelos serviços de acesso em banda larga através de xDSL e de modem de cabo prestados a clientes residenciais e não residenciais.

2.4. Definição do mercado geográfico

Após a identificação do mercado do produto relevante, é necessário definir a sua dimensão geográfica.

De acordo com as Linhas de Orientação “*o mercado geográfico relevante inclui uma área na qual as empresas em causa participam na oferta e procura dos produtos ou serviços relevantes, onde as condições de concorrência são semelhantes ou suficientemente homogêneas e que podem ser distinguidas das áreas vizinhas onde as condições de concorrência prevalentes são consideravelmente diferentes*”⁶⁸.

No sector das comunicações electrónicas, o âmbito geográfico do mercado relevante tem sido tradicionalmente definido em função de dois critérios principais:

- A existência de instrumentos legais e regulamentares, nomeadamente, restrições associadas à licença/autorização, obrigações tarifárias e de prestação de serviços.

No caso português, as (antigas) licenças⁶⁹ dos prestadores de STF e registos dos prestadores de serviços de acesso à Internet foram atribuídas num âmbito nacional. No caso dos operadores de redes de distribuição por cabo, as autorizações foram atribuídas para determinados municípios. No entanto, no caso das empresas operadoras de televisão por cabo da ZON Multimédia, as mesmas foram consolidadas numa única empresa – a TV Cabo – que tem abrangência nacional⁷⁰. Também a Cabovisão tem vindo a alargar a sua área de actuação, tendo já infra-estrutura de transporte numa parte considerável do território nacional.

A PTC, que detém a principal rede de suporte aos serviços ADSL, presta STF ao abrigo das suas obrigações de prestador de serviço universal, estando obrigada a prestar STF em todo o território nacional⁷¹.

A PTC pratica a uniformidade tarifária, i.e. aplica tarifas comuns em todo o território nacional. No entanto, a disponibilidade geográfica de determinadas ofertas encontra-se circunscrita a áreas limitadas do território nacional (e.g., oferta “Naked DSL”).

⁶⁸ Cf. Linhas de Orientação §56.

⁶⁹ O regime das licenças foi entretanto substituído pelo regime de autorizações gerais.

⁷⁰ Excepto a Cabo TV Madeirense e a Cabo TV Açoreana que, embora pertencentes à ZON Multimédia, não foram fundidas na TV Cabo, mantendo-se como entidades autónomas, encontrando-se a operar respectivamente nas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores.

⁷¹ Cf. Art.º 3.º do Decreto-Lei n.º 458/99, de 5 de Novembro.

- A área abrangida por uma rede.

Conforme anteriormente mencionado, desde Junho de 2006, as 1.853 centrais da rede telefónica pública da PTC encontram-se equipadas com DSLAM o que corresponde à totalidade da cobertura das áreas possíveis para o fornecimento de ADSL. Também ao nível da OLL se verificou um aumento substancial da sua cobertura, registando-se no final de 2007 uma cobertura de cerca de 60% da população.

Em termos de penetração das redes de distribuição por cabo, no final de 2007 a percentagem de alojamentos cablados face ao total de alojamentos já era de 73% no conjunto das regiões⁷².

Historicamente, a definição do mercado geográfico tem seguido, de forma genérica, a área coberta pela rede do operador incumbente, tendendo, por isso, a ter um âmbito nacional.

No entanto, os desenvolvimentos entretanto ocorridos no mercado de acesso em banda larga sugerem a existência de diferentes condições concorrenciais entre diferentes áreas.

No caso português, os desenvolvimentos observados no mercado de banda larga, com destaque para a expansão da OLL, em termos de centrais com operadores co-instalados, do número de acessos desagregados e da entrada de novos operadores, e para o *spin-off* da ZON Multimédia, indiciam a existência de condições concorrenciais diferentes a nível geográfico o que poderá justificar que a definição do mercado geográfico relevante no caso em apreço já não corresponda ao território nacional.

2.4.1. A definição da unidade geográfica apropriada

Quando se procura avaliar o âmbito geográfico dos mercados de comunicações electrónicas, a aplicação dos testes de substituíbilidade pode levar, em última instância, à definição de mercados geográficos muito finos devido à capacidade limitada dessa substituição ocorrer. Tal acontece porque é pouco provável que os utilizadores finais mudem de alojamento para beneficiar de preços de banda larga mais baixos e porque a substituição do lado da oferta implica custos afundados significativos.

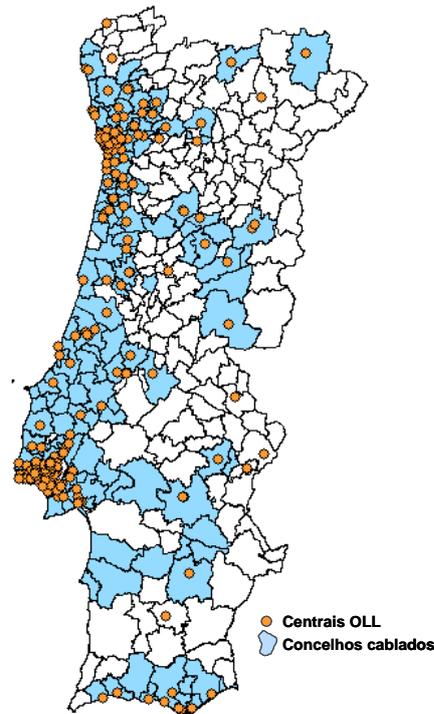
Assim, ao invés das análises de substituíbilidade, poderá ser mais esclarecedor considerar a existência de restrições comuns de preços para identificar qual poderá ser a fronteira geográfica do mercado.

Historicamente, os prestadores do serviço de acesso em banda larga oferecem preços e serviços que não variam geograficamente o que sugeria um mercado geográfico único. No entanto, com o desenvolvimento da OLL e com a expansão da área de cobertura das redes de distribuição por cabo, as respectivas ofertas de retalho têm vindo a apresentar preços significativamente inferiores às restantes ofertas de acesso em banda larga, nomeadamente aquelas suportadas na oferta grossista “Rede ADSL PT”. Assim, para além da evidência de variação geográfica em

⁷² Embora, conforme anteriormente referido, possam existir múltiplas cablagens de um mesmo alojamento.

termos de disponibilidade das ofertas, conforme já referido anteriormente, essas diferenças traduzem-se também em variações geográficas de preços.

Figura 3 – Localização das centrais onde os OPS usufruem da OLL em Portugal Continental e concelhos com alojamentos cablados



Admitindo que a cobertura potencial das ofertas de banda larga suportadas na oferta grossista “Rede ADSL PT” é da totalidade do território nacional⁷³, e observando a localização das centrais onde os OPS usufruem da OLL em Portugal Continental e dos concelhos – unidade mais reduzida para a qual se recolhe alguma da informação estatística relativa às redes de distribuição por cabo – com alojamentos cablados (conforme Figura 3), verifica-se a existência de quatro tipos de áreas geográficas:

- As áreas onde só existem ofertas retalhistas de acesso em banda larga suportadas na oferta grossista “Rede ADSL PT”;
- As áreas onde, para além das ofertas retalhistas de acesso em banda larga suportadas na oferta grossista “Rede ADSL PT”, são comercializadas ofertas retalhistas de acesso em banda larga suportadas na OLL; e
- As áreas onde, para além das ofertas retalhistas de acesso em banda larga suportadas na oferta grossista “Rede ADSL PT”, são comercializadas ofertas retalhistas de acesso em banda larga através de modem de cabo; e

⁷³ Existem casos excepcionais em que poderá não ser possível prestar serviços ADSL sobre um determinado lacete, devido às características físicas do mesmo (nomeadamente do comprimento, da secção e do estado de conservação do lacete).

- As áreas onde é fornecido o acesso em banda larga suportado na oferta grossista “Rede ADSL PT”, na OLL e na rede de distribuição por cabo.

Tabela 8 – Número de concelhos abrangidos pelas diferentes coberturas da OLL, da oferta “Rede ADSL PT” e das redes de distribuição por cabo

Áreas	N.º de concelhos	População residente	Alojamentos familiares clássicos
“Rede ADSL PT”	308	10,599,095	5,519,654
“Rede ADSL PT” e OLL	113	8,242,296	4,128,608
“Rede ADSL PT” e redes de distribuição por cabo	157	9,105,371	4,566,690
“Rede ADSL PT”, OLL e redes de distribuição por cabo	100	7,973,070	3,977,579

De acordo com a tabela, conclui-se que:

- Existem 100 concelhos onde há operadores de redes de distribuição por cabo e operadores co-instalados no âmbito da OLL;
- Existem 57 concelhos onde há operadores de redes de distribuição por cabo e não há operadores co-instalados no âmbito da OLL;
- Desses 57 concelhos, 15 referem-se a concelhos das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira;
- Existe um maior número de concelhos cablados (157) do que concelhos com operadores co-instalados (113).

No entanto, da análise efectuada, conclui-se também que:

- Nos concelhos onde há operadores de redes de distribuição por cabo mas não há operadores co-instalados no âmbito da OLL encontram-se apenas 11% dos alojamentos familiares clássicos e 11% da população nacional, percentagem essa, reduzida, sendo ainda responsáveis por 7% dos alojamentos cablados;
- A percentagem de alojamentos cablados face ao total de alojamentos nos concelhos onde há operadores de redes de distribuição por cabo e operadores co-instalados para efeitos de OLL é significativamente superior àquela que se verifica nos concelhos onde existem operadores de redes de distribuição por cabo e não existem operadores co-instalados (respectivamente, 95% e 45%);
- O maior operador de redes de distribuição por cabo tem apenas 1 por cento dos clientes do serviço de distribuição de televisão por cabo localizados em concelhos onde se encontra presente e onde não há operadores co-instalados.

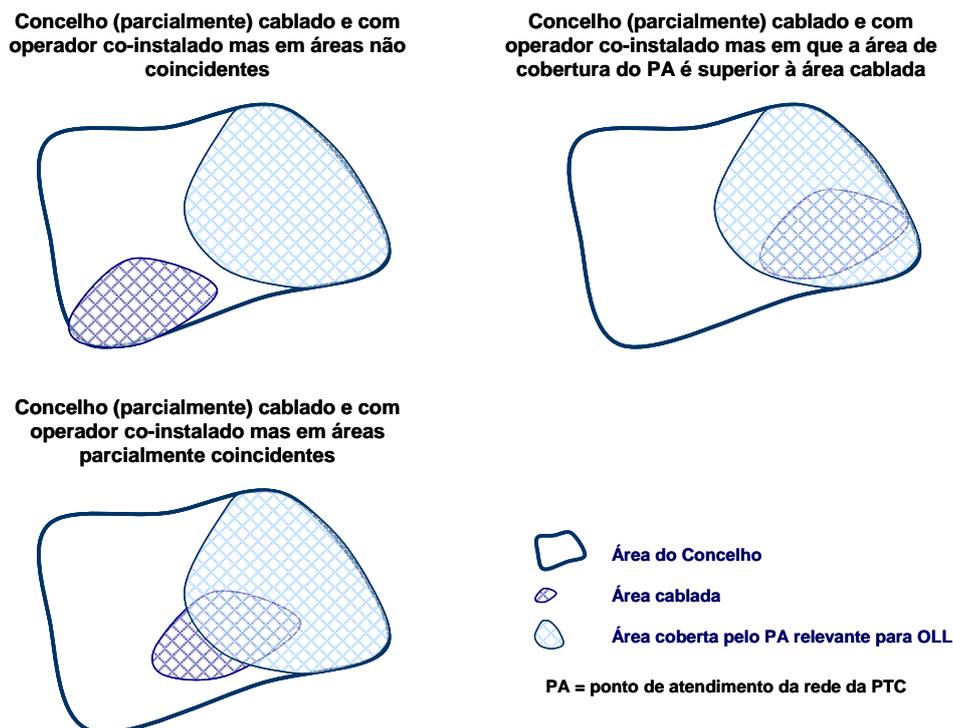
Assim, em termos de homogeneidade de condições concorrenciais, podem concentrar-se, numa primeira análise, as quatro áreas anteriormente definidas em duas grandes áreas:

- Aquelas onde só existem ofertas retalhistas de acesso em banda larga suportadas na oferta grossista “Rede ADSL PT”; e
- Aquelas onde existem ofertas retalhistas de acesso em banda larga suportadas na oferta grossista “Rede ADSL PT” e ofertas retalhistas alternativas.

Ou seja, em grande parte das áreas (concelhos) onde existem ofertas retalhistas de banda larga suportadas na OLL, existem também ofertas retalhistas de banda larga suportadas em redes de distribuição por cabo, para além das ofertas retalhistas de banda larga do Grupo PT que cobrem a totalidade do território nacional; de facto apenas em 13 dos 113 concelhos onde existe OLL não há (ainda) redes de distribuição de televisão por cabo. Nas restantes áreas, praticamente apenas existem ofertas retalhistas de acesso em banda larga suportadas na oferta “Rede ADSL PT”.

Mas mesmo em concelhos onde existem operadores de redes de distribuição por cabo e operadores co-instalados para efeitos de OLL podem existir situações distintas em termos de cobertura, apresentando-se alguns exemplos na Figura 4.

Figura 4 – Diagrama exemplificativo da cobertura dos concelhos por redes de distribuição por cabo e operadores co-instalados para efeitos de OLL



Esta conclusão poderia justificar, numa primeira análise, a definição do concelho como a unidade geográfica a utilizar para efeitos da delimitação geográfica dos mercados e, nesse pressuposto, definir as duas áreas identificadas anteriormente.

No entanto, na escolha da unidade geográfica adequada é expectável que surja um compromisso entre o nível de granularidade e a exequibilidade da análise de mercado e subsequente aplicação, se for caso disso, das obrigações pertinentes.

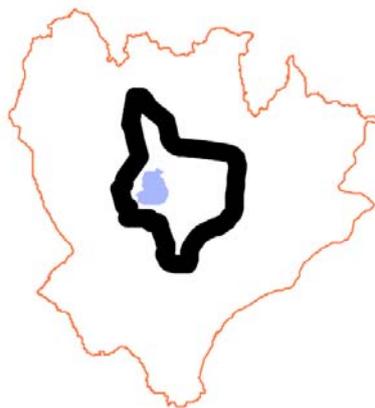
De forma a melhor analisar esta questão, o ICP-ANACOM solicitou:

- à PTC que remetesse informação relativa à área de cobertura de cada ponto de atendimento, para os pontos de atendimento onde existe pelo menos um operador co-instalado, com a maior precisão possível; e
- aos operadores de redes de distribuição por cabo que remetessem o mapa de cobertura (casas cabladas) da rede de distribuição por cabo com a maior precisão possível (e.g. área envolvente às ruas cabladas ou às freguesias onde existem casas cabladas),

ambos em formato electrónico (com a respectiva informação SIG).

A análise da informação recebida permitiu concluir que a área de cobertura das áreas de central (informação remetida pela PTC⁷⁴) constitui normalmente um subconjunto da área do(s) respectivo(s) concelho(s), e que a cobertura das redes de distribuição por cabo abrange, na maior parte dos casos, uma área significativamente mais reduzida que a da área de central (ou seja, uma parte muito reduzida do concelho) – vide exemplo na Figura seguinte, em que o concelho é delimitado pela linha mais fina, a preto está representada a área de cobertura da área de central da PTC com pelo menos um operador co-instalado e a cheio – azul – está representada a área de cobertura dos operadores de rede de distribuição por cabo nesse concelho.

Figura 5 – Exemplo de um concelho onde existem operadores co-instalados e operadores de redes de distribuição por cabo

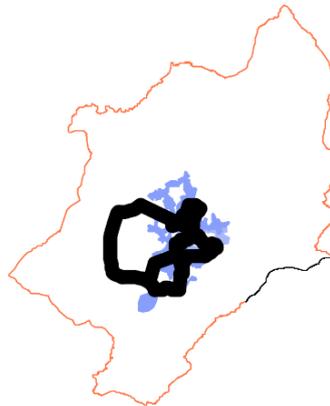


Tal conclusão é, aliás, natural, uma vez que as redes de distribuição por cabo e os operadores que se suportam na OLL procuram cobrir os principais centros, com maior densidade populacional, pelo que as respectivas áreas de cobertura, na maior parte dos casos, se sobrepõem.

⁷⁴ A área abrangida por um ponto de atendimento é normalmente um subconjunto da área de cobertura da respectiva área de central.

Mas também existem concelhos onde a cobertura da rede de distribuição por cabo se encontra, em parte ou no todo, fora da área de abrangência da área de central com operadores co-instalados.

Figura 6 – Exemplo de um concelho onde existem operadores co-instalados e operadores de redes de distribuição por cabo



Assim, há que equacionar:

- por um lado, se a delimitação geográfica deve ser baseada nos limites administrativos (e.g. concelhos) ou se deve ser baseada em limites associados a elementos de rede;
- por outro lado, qual o nível de agregação das diferentes unidades geográficas, por forma a traduzir os diferentes níveis de concorrência observados.

Tal poderia aconselhar, em alternativa, a considerar como unidade geográfica relevante a (agregação da) área de cobertura das áreas de central da rede da PTC com operadores co-instalados e a (agregação da) área de cobertura das áreas de central da rede da PTC sem operadores co-instalados⁷⁵.

As unidades geográficas devem ainda cumprir os seguintes critérios:

- Devem ser mutuamente exclusivas e inferiores ao território nacional;
- A estrutura de rede de todos os operadores relevantes e serviços comercializados no mercado deve poder ser mapeada nas unidades geográficas;
- Devem ter fronteiras bem definidas e estáveis;
- Devem ser suficientemente pequenas de modo a que as condições de concorrência não variem significativamente nessa unidade mas, simultaneamente, suficientemente

⁷⁵ Utilizar as áreas associadas a cada área de central individualmente pode permitir, por um lado, uma análise muito fina mas, por outro, parece ser impraticável obter dados fidedignos e conduzir uma análise a esse nível. Por outro lado, a unidade geográfica seleccionada deve ser passível de traduzir os constrangimentos concorrenciais locais que existem no mercado o que significa que a unidade deve ser tal que não seja demasiado abrangente e englobe, de forma arbitrária, áreas com condições concorrenciais heterogéneas.

grandes para que o ónus dos operadores e da ARN relativamente à recolha e análise da informação seja razoável.

Na Tabela 9 apresenta-se uma análise comparativa das duas opções identificadas para a definição da unidade geográfica.

Tabela 9 – Análise das opções para a definição da unidade geográfica

	Concelho	Área de Central
Mutuamente exclusivas	+	+
Mapeamento da informação	+/_ ^(a)	_ ^(a)
Estabilidade das fronteiras	+	+
Homogeneidade das condições concorrenciais	_ ^(b)	+
Operacionalização de obrigações	_ ^(c)	+

- (a) Como se referiu anteriormente, a informação relativa aos operadores de distribuição por cabo encontra-se disponível por concelho (no que diz respeito aos alojamentos cablados ou aos clientes do serviço de televisão por cabo). A informação relativa aos acessos ADSL está desagregada por área de central. O erro de mapeamento que existe resulta de (i) imputar os acessos ADSL de uma dada área de central no concelho a que pertence (em que o erro seria relativo aos acessos da área de central que se encontram em concelhos adjacentes ao concelho em questão) ou (ii) imputar os acessos de modem por cabo de um dado concelho nas áreas de central pertencentes a esse concelho. Sendo, em geral, a área de cobertura das áreas de central menor que a área dos concelhos, o erro associado ao mapeamento dos dados relativos a acessos baseados em OLL nos concelhos onde a área de central se encontra localizada, será, à partida, inferior ao erro associado ao mapeamento dos dados relativos às redes de distribuição por cabo – ao nível do concelho – nas áreas de central. Ainda assim, como se concluiu da análise efectuada à cobertura das redes, o erro é mínimo em qualquer um dos casos;
- (b) Sendo, em geral, a área dos concelhos maior que a área de cobertura das áreas de central, os concelhos apresentam condições de concorrência menos homogêneas que as áreas de central;
- (c) A operacionalização das obrigações ao nível da área de central (elemento de rede) é imediata e mais simples do que a sua operacionalização ao nível do concelho (e.g. podem existir dois acessos pertencentes à mesma área de central e a concelhos diferentes, sendo que seria operacionalmente complexo e comercialmente inadequado, por exemplo, diferenciar as obrigações ao nível de uma mesma área de central).

Além da análise supra levar a optar pela adopção da área de central como unidade geográfica para efeitos de delimitação do mercado, outro facto que contribui para essa opção é a circunstância de o nível de preços das ofertas retalhistas de acesso em banda larga suportadas na OLL ser, em regra, inferior ao das ofertas suportadas em redes de distribuição por cabo. Ou seja, o principal agente dinamizador da concorrência neste mercado de produto foi, até ao final de 2007, a OLL – tal observa-se, por exemplo, nas quotas de mercado marginais nas zonas onde existe OLL, já que os OPS com ofertas de retalho suportadas na OLL foram responsáveis por mais de 50% dos novos acessos em banda larga registados entre o final de 2006 e o final de 2007. Esta maior pressão concorrencial é explicada principalmente quando se considera o fornecimento conjunto de vários serviços (banda larga, Internet, televisão) – que é o que está em causa, nomeadamente no caso das ofertas das redes de distribuição por cabo e das ofertas suportadas no lacete local (do Clix) – (vide Tabela 10), já que quando se analisa o preço do serviço de acesso em banda larga isolado, o mesmo não é muito distinto nas ofertas baseadas no lacete local e nas redes de distribuição por cabo (vide Gráfico 10).

No entanto, os dados mais recentes têm mostrado alguma inversão nessa situação, atendendo à concorrência que tem vindo a ser exercida pela ZON Multimédia, após a concretização do *spin-off* do Grupo PT.

Tabela 10 – Exemplo de ofertas de banda larga suportadas no lacete local e na rede de distribuição por cabo⁷⁶

Serviços	Clix	ZON Multimédia
Banda larga	Débito downstream de 12 Mbps Tráfego Ilimitado	Débito downstream de 4 Mbps Tráfego Ilimitado
Televisão	25 canais	16 canais
STF	Chamadas ilimitadas à noite para a rede fixa em Portugal	Chamadas para rede fixa €0,05 / min. e para rede móvel €0,3/min
Preço da totalidade dos serviços	€24,71	€33,02

Fonte: Sítios na Internet dos operadores em Junho de 2008. Preços sem IVA. Os valores apresentados não incluem o valor do aluguer de equipamentos nem o valor de activação/instalação de serviços. Não são considerados valores promocionais limitados a um determinado período de tempo.

Na Tabela 11 apresenta-se também exemplos de evolução das ofertas de banda larga entre 2004 e 2008, verificando-se que as ofertas sofreram reduções significativas de preços, sendo que as ofertas de base nas zonas OLL ou de cobertura de redes de distribuição por cabo apresentam débitos mais elevados. Verifica-se ainda que nas zonas não OLL o preço da oferta da Sonaecom é superior ao preço da oferta da PTC.

Tabela 11 – Exemplos de evolução das ofertas de banda larga entre 2004 e 2008⁷⁷

Operador	Ano	Preço	Débito	Designação da oferta
PTC	2004	€ 29,40	512 Kbps	Sapo ADSL.PT Standard
	2008	€ 16,52	2 Mbps	Sapo ADSL
Sonaecom (zonas OLL)	2004	€ 32,69	1 Mbps	Clix 1 Mb
	2008	€ 16,45	4 Mbps	Clix 4 Mb
Sonaecom (zonas não OLL)	2004	€ 32,00	512 Kbps	Net ADSL Light
	2008	€ 20,65	1 Mbps	Clix ADSL 1 Mb
ZON Multimédia	2004	€ 29,41	512 Kbps	Netcabo 512
	2008	€ 16,52	4 Mbps	Netcabo 4 Mb

⁷⁶ Informação recolhida nos sítios na Internet dos operadores em Junho de 2008 (estes preços não incluem IVA). Os valores apresentados não incluem o valor do aluguer de equipamentos nem o valor de activação/instalação de serviços. Não são considerados valores promocionais limitados a um determinado período de tempo.

⁷⁷ Informação referente a 2008 recolhida no sítio na Internet em Fevereiro de 2008. Informação referente a 2004 recolhida nos sítios na Internet dos operadores em Setembro de 2004. Os preços não incluem IVA e referem-se ao serviço de Internet isolado.

Mais recentemente, verificou-se o início da comercialização, por parte da PTC, de ofertas de acesso em banda larga sem assinatura telefónica (“Naked DSL”), disponibilizadas, actualmente, essencialmente nas zonas onde existem operadores co-instalados ou redes de distribuição por cabo, o que parece ser uma resposta do Grupo PT à maior intensidade concorrencial com que se depara nessas zonas.

2.4.2. A homogeneidade das condições concorrenciais

A opção por definir o mercado geográfico em função da área de cobertura das áreas de central afigura-se um compromisso adequado entre os referidos níveis de granularidade e exequibilidade, garantindo ainda uma coerência com as obrigações existentes (ou seja, é relativamente simples distinguir obrigações em função das áreas de central).

De facto, é inegável que as áreas cobertas pelas redes de distribuição por cabo e/ou pelas áreas de central onde existem operadores co-instalados são aquelas onde se encontra a generalidade da população e onde a PTC sofre uma maior pressão concorrencial. Nas áreas (de abrangência relativamente reduzida), onde há cobertura de redes de distribuição por cabo e não existem operadores co-instalados⁷⁸, a concorrência sentida pelo Grupo PT não é, à partida, tão forte como a sentida nas restantes zonas.

Além da presença de operadores co-instalados no âmbito da OLL e/ou de operadores de redes de distribuição por cabo, outros indicadores adicionais que poderiam justificar a maior ou menor pressão concorrencial poderiam ser, por exemplo, o número de operadores em causa, a data da primeira co-instalação ou a percentagem de casas cabladas no concelho onde a áreas de central se localiza.

Assim, as áreas de central poderiam ser agrupadas em conjuntos onde as condições concorrenciais fossem similares ou suficientemente homogéneas, tendo em conta os aspectos supra-referidos.

Sobre este assunto, importa referir que a CE, nos comentários efectuados à segunda ronda de análise do mercado 5 da OFCOM, referiu que⁷⁹:

- preferia que aquela ARN tivesse definido cada uma das 5.587 áreas de central como um mercado distinto;
- reconhecendo as dificuldades práticas em analisar cada uma dessas centrais individualmente, aceitava que as centrais que apresentassem condições concorrenciais similares ou suficientemente homogéneas fossem agrupadas por forma a efectuar a avaliação de PMS;

⁷⁸ E vice-versa (áreas onde existem operadores co-instalados mas não há cobertura de redes de distribuição por cabo).

⁷⁹ Vide

http://circa.europa.eu/Public/irc/info/ecctf/library?l=/uk/registeredsnotifications/uk20070733/uk-2007-0733_actepdf/EN_1.0_&a=d

- o número de concorrentes presentes numa dada áreas de central, mesmo em combinação com a dimensão dos mesmos, não seria, por si, suficiente, encontrando-se, entre os parâmetros essenciais, a análise da distribuição das quotas de mercado e das diferenças de preços praticados nas diferentes áreas de central ⁸⁰.

Assim, e tendo em conta os comentários da CE à análise do mercado 5 efectuada pela OFCOM, analisaram-se primeiramente as quotas de mercado área de central a área de central ⁸¹, tendo-se distribuído os acessos de banda larga dos operadores de distribuição por cabo pelas áreas de central segundo a metodologia mencionada no **Anexo 1**.

Os resultados da referida análise área de central a área de central encontram-se no **Anexo 2**.

Após efectuar essa análise, e por forma a poder definir e identificar agrupamentos de áreas de central que apresentem condições concorrenciais similares ou suficientemente homogéneas, distribuíram-se as áreas de central por grupos, tendo em conta a existência ou não de operadores co-instalados ou de operadores de redes de distribuição por cabo no concelho onde cada áreas de central se localiza ⁸², tendo-se definidos as seguintes condições:

- Grupo A: Inexistência de operadores co-instalados ou de operadores de redes de distribuição por cabo;
- Grupo B: Existência de um único operador co-instalado e inexistência de operadores de redes de distribuição por cabo;
- Grupo C: Inexistência de operadores co-instalados e presença de pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo;
- Grupo D: Existência de mais do que um operador co-instalado e inexistência de operadores de redes de distribuição por cabo;
- Grupo E: Existência de um único operador co-instalado e presença de pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo;
- Grupo F: Existência de mais do que um operador co-instalado e presença de pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo.

Na Tabela 12 e Tabela 13 e no Gráfico 11 apresentam-se os resultados obtidos em termos de caracterização das áreas de central em cada grupo, salientando-se a distribuição das quotas de mercado do Grupo PT.

⁸⁰ Segundo a CE, a OFCOM apresentou informação sobre as quotas de mercado e a sua evolução ao longo do tempo, para cada área de central individual.

⁸¹ Utilizaram-se as áreas de central uma vez que a informação estatística é recolhida a este nível.

⁸² Esta abordagem tem em consideração as diferenças de preços existentes entre os diferentes agrupamentos e as diferenças na pressão concorrencial verificada entre os mesmos.

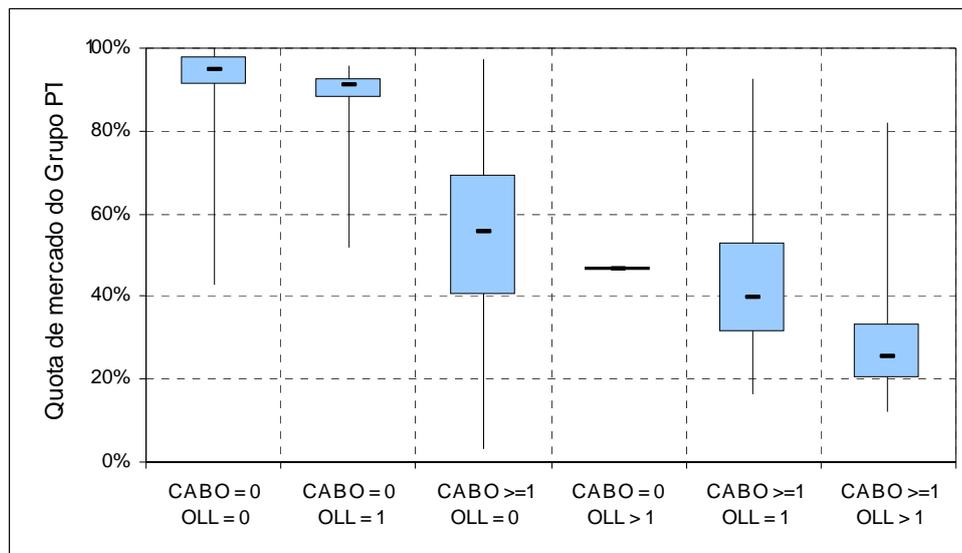
Tabela 12 – Caracterização das áreas de central

	A	B	C	D	E	F
N.º de operadores co-instalados	0	1	0	>1	1	>1
N.º de operadores de redes de distribuição por cabo	0	0	≥1	0	≥1	≥1
N.º de áreas de central	1.098	19	509	1	78	148
Dimensão média (acessos STF) da área de central	649	2.374	1.152	2.602	3.901	8.503
Proporção de acessos de banda larga	12%	1%	19%	0%	12%	56%

Tabela 13 – Distribuição das quotas de mercado retalhistas do Grupo PT por agrupamento de áreas de central

	A	B	C	D	E	F
Mínimo	43%	52%	3%	46%	16%	12%
1.º Quartil	91%	88%	40%	46%	31%	20%
Mediana	94%	91%	55%	46%	40%	26%
3.º Quartil	98%	93%	69%	46%	53%	33%
Máximo	100%	96%	97%	46%	93%	82%

Gráfico 11 – Distribuição das quotas de mercado retalhistas do Grupo PT por agrupamento de áreas de central



As conclusões em termos de quotas de mercado estão em linha com a tendência esperada: quanto maior for o número de operadores na área de cobertura das áreas de central em causa, menores são, em geral, as quotas de mercado do Grupo PT.

Desta primeira análise conclui-se ainda que:

- As áreas de central pertencentes aos grupos A e B poderão ser agrupados num só, uma vez que são homogéneos (não há, inclusivamente, nenhuma área de central onde a quota de mercado do Grupo PT seja inferior a 50%);
- O grupo D não é estatisticamente relevante uma vez que inclui apenas uma área de central;

- Existe alguma heterogeneidade nos grupos C, E e F – contudo (i) na maioria das áreas de central pertencentes ao grupo C, a quota de mercado do Grupo PT é superior a 50% e (ii) na maioria das áreas de central pertencentes ao grupo F, a quota de mercado do Grupo PT é inferior a 40%.

Ou seja, entende-se que é necessário aprofundar a análise dos grupos E, F e C.

Grupos E e F

Reagruparam-se novamente as áreas de central pertencentes aos grupos E e F e observou-se, no contexto deste grupo – que representa as áreas de central com pelo menos um operador co-instalado e pertencentes a concelhos onde existe pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo – uma correlação (negativa) significativa entre a quota de mercado do Grupo PT e a percentagem de alojamentos cablados.

Na prática, e conforme seria expectável, tal correlação significa que quanto maior for a cobertura da área de central⁸³ por parte dos operadores de redes de distribuição por cabo, maior é a pressão concorrencial exercida sobre o Grupo PT.

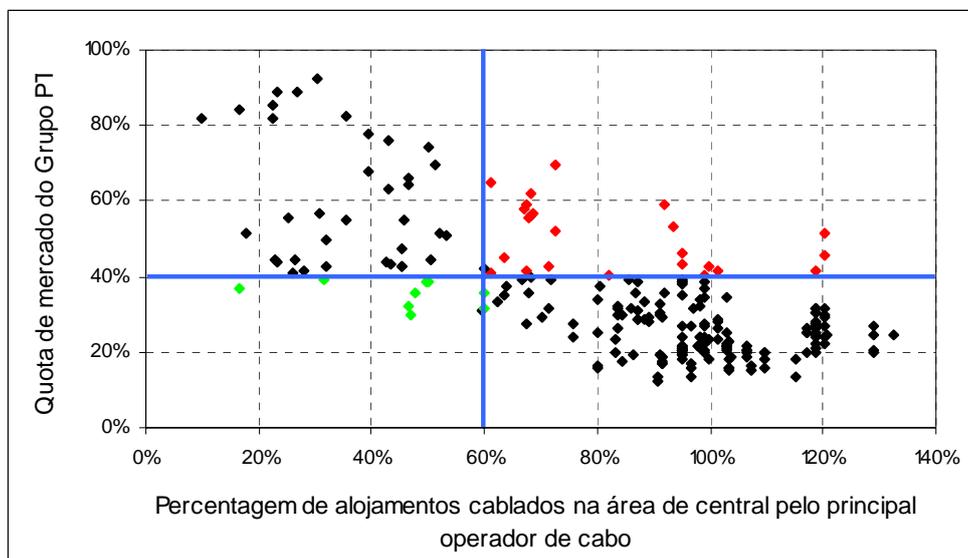
Para este efeito e tendo em conta que existe a possibilidade de múltipla cablagem de um mesmo alojamento (o que significa que a soma dos alojamentos cablados por todos os operadores pode resultar em duplas contagens), utiliza-se a percentagem de alojamentos cablados do principal operador para cada área de central.

Conclui-se ainda que com uma percentagem de alojamentos cablados de 60% da área de central maximiza-se a homogeneidade na distribuição das quotas de mercado das áreas de central em dois grupos distintos (um agrupamento em que a quota de mercado do Grupo PT em cada área de central é maioritariamente superior a 40% e outro em que a quota é maioritariamente inferior a 40%)⁸⁴ – vide Gráfico 12.

⁸³ A partir da informação da percentagem de alojamentos cablados por concelho remetida pelos operadores de distribuição por cabo, estimou-se a percentagem de alojamentos cablados por área de central (nesse concelho) tendo em conta apenas as áreas de central cobertas pelas redes desses operadores (conforme informação em formato SIG remetida pelos operadores de distribuição por cabo). A estimativa é feita da seguinte forma: a percentagem de alojamentos cablados de uma área de central coberta por redes de distribuição de cabo no concelho x é igual à percentagem de alojamentos cablados no concelho x a dividir pela percentagem de acessos STF no conjunto de áreas de central nesse concelho coberto por redes de distribuição de cabo. A percentagem de alojamentos cablados em áreas de central nesse concelho não cobertos por redes de distribuição por cabo é, naturalmente, nula.

⁸⁴ Utiliza-se a referência de 40% para as quotas de mercado uma vez que segundo as Linhas de Orientação, na prática decisória da CE, as preocupações quanto a situações de posição dominante individual têm surgido normalmente no caso de empresas com quotas de mercado superiores a 40%, podendo, no entanto, haver casos com situações de posição dominante mesmo com quotas de mercado inferiores ou casos de empresas com quotas de mercado superiores e não serem consideradas como sendo empresas dominantes.

Gráfico 12 – Relação entre as quotas de mercado do Grupo PT em cada área de central e a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central⁸⁵



Os resultados desta análise são apresentados na Tabela 14 e Tabela 15 e no Gráfico 13.

Tabela 14 – Caracterização das áreas de central

	E'	F'
N.º de operadores co-instalados	≥1	≥1
N.º de operadores de redes de distribuição por cabo	≥1	≥1
Percentagem de alojamentos cablados	≤60%	>60%
N.º de áreas de central	66	180
Dimensão média (acessos STF) da área de central	3.798	7.554
Proporção de acessos de banda larga	8%	61%

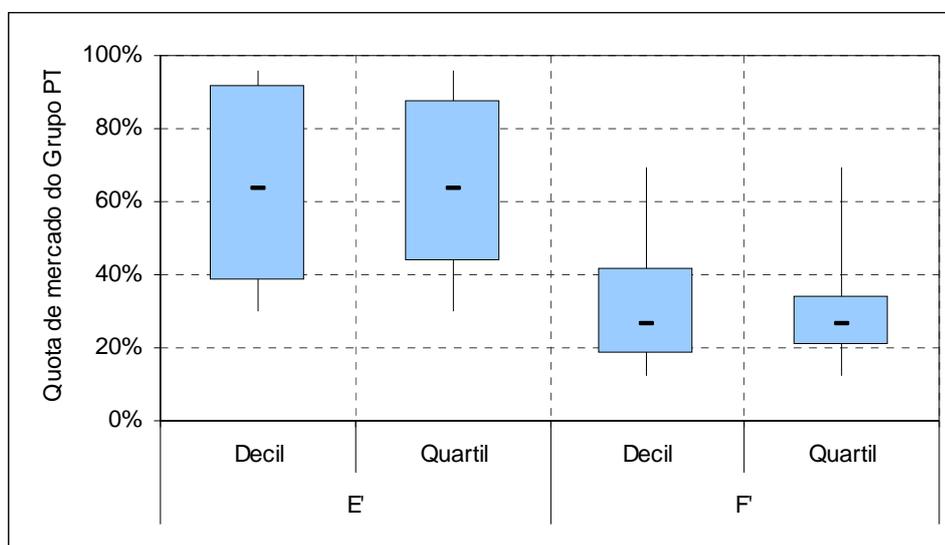
⁸⁵ Não obstante se ter utilizado o indicador relativo à percentagem de casas cabladas do principal operador, ainda assim em alguns casos este indicador apresenta valores superiores a 100%. Tal deve-se aos seguintes factores:

- As taxas de penetração referentes aos alojamentos cablados são calculadas de acordo com o rácio alojamentos cablados (informação prestada pelos operadores) / alojamentos familiares clássicos (informação disponibilizada pelo INE);
- Os estabelecimentos comerciais (cafés, lojas, consultórios médicos, etc.), contabilizados pelos operadores como alojamentos cablados, não são considerados pelo INE como alojamentos familiares clássicos;
- Os novos edifícios/construções que não estão classificados como alojamentos familiares clássicos pelo INE são incluídos nas contagens dos operadores.

Tabela 15 – Distribuição das quotas de mercado retalhistas do Grupo PT por agrupamento de áreas de central

	E'	F'
Mínimo	30%	12%
1.º Decil	38%	18%
1.º Quartil	44%	20%
Mediana	64%	27%
3.º Quartil	88%	34%
9.º Decil	92%	42%
Máximo	96%	69%

Gráfico 13 – Distribuição das quotas de mercado retalhistas do Grupo PT por agrupamento de áreas de central



Ou seja, obtiveram-se dois grupos mais homogêneos que os anteriores grupos E e F:

- Um, composto por 180 áreas de central, no qual em cerca de 85% dessas áreas de central a quota de mercado do Grupo PT é inferior a 40% – representado por F’;
- Outro, composto por 66 áreas de central, no qual em cerca de 85% dessas áreas de central a quota de mercado do Grupo PT é superior a 40% – representado por E’.

Não sendo o mais relevante, conclui-se ainda que o “erro” relativo cometido nos agrupamentos efectuados (em relação à referência de 40% de quota de mercado) corresponde a:

- Considerar no grupo F’ 25 áreas de central onde o Grupo PT tem uma quota de mercado superior a 40% e que representam 4% dos acessos de banda larga – pontos representados a encarnado no Gráfico 12;
- Considerar no grupo E’ 9 áreas de central onde o Grupo PT tem uma quota de mercado inferior a (mas muito próxima de) 40% e que representam 2% dos acessos de banda larga – pontos representados a verde no Gráfico 12.

Grupo C

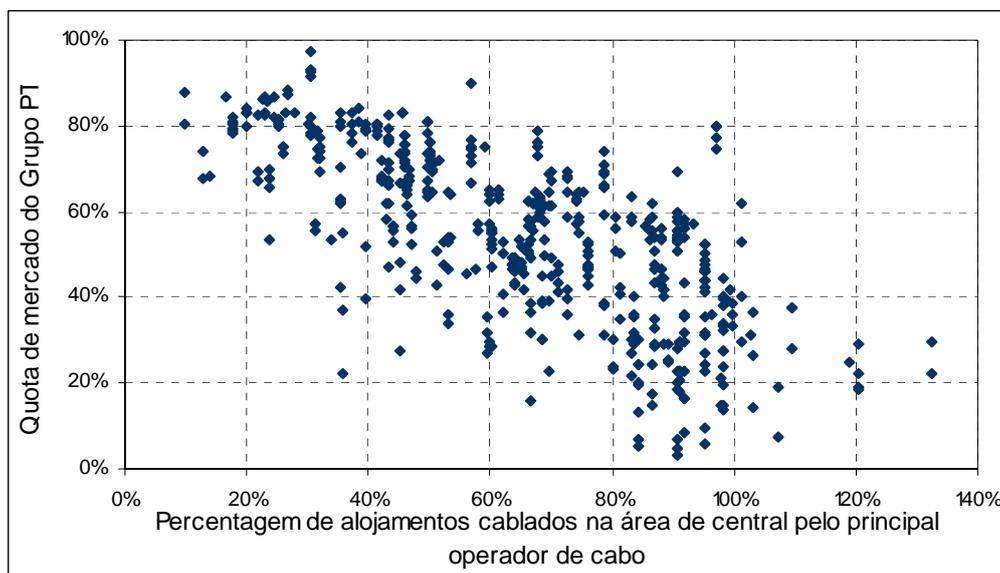
Neste grupo existem 126 áreas de central nas quais a quota de mercado do Grupo PT é inferior a 40%. Estas 126 áreas de central têm, em média, 929 acessos STF ligados e representam cerca de 5% do mercado de banda larga.

Cerca de 20% das linhas de STF destas 126 áreas de central encontram-se na Região Autónoma da Madeira, em áreas onde, além do Grupo PT, apenas a ZON Multimédia, através da sua participada Cabo TV Madeirense, está presente.

Note-se que a entrada ou expansão de operadores nesta Região Autónoma é dificultada pela insularidade que caracteriza esta Região Autónoma e respectivas condições associadas, nomeadamente com a necessidade de ter capacidade suficiente para a ligação ao território de Portugal Continental, capacidade essa controlada pelo Grupo PT e que tem apresentado algumas limitações.

Neste conjunto de 126 áreas de central não se identificaram relações suficientes entre os diferentes indicadores que permitissem distribuir essas áreas de central por outros agrupamentos e que os tornasse mais homogêneos.

Gráfico 14 – Relação entre as quotas de mercado do Grupo PT em cada área de central e a percentagem de alojamentos cablados do principal operador nessa área de central (Grupo C)



Assim, mesmo apresentando alguma heterogeneidade, julga-se que, atendendo à reduzida importância relativa das áreas de central em causa (com exceção mais pronunciada daquelas localizadas na Região Autónoma da Madeira), não há evidências que apontem para a necessidade de subdividir este grupo.

Situações particulares de concelhos maioritariamente cobertos por áreas de central “C”

Identificaram-se algumas situações pontuais⁸⁶ onde, num concelho com cobertura significativa de redes de distribuição por cabo, apenas uma área de central não tinha operadores co-instalados. Na maioria dessas áreas de central, a quota de mercado estimada para o Grupo PT é inferior a 40% e o peso dos acessos STF no conjunto dos acessos STF do concelho é inferior a 1.5%⁸⁷.

Assim, numa óptica de facilitação da implementação das obrigações ao definir áreas contínuas e sem prejudicar – antes pelo contrário – a homogeneidade das condições concorrenciais, incluem-se as quatro áreas de central (Musgueira, Aroeira, Campanhã e Verdizela) nas “áreas C”.

2.4.3. Conclusão sobre a homogeneidade das condições concorrenciais

Tendo em conta as informações acima apresentadas, considera-se que no caso em apreço existem dois mercados geográficos relevantes:

- áreas cobertas pelas áreas de central onde existe pelo menos um operador co-instalado e onde existe pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo e onde a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central é superior a 60% – adiante designadas também por “áreas C”⁸⁸;
- as restantes áreas – adiante designadas também por “áreas NC”.

As “áreas C” são constituídas pela área de cobertura das 184 áreas de central identificadas no **Anexo 3**, as quais são responsáveis por 61% dos acessos de banda larga ou 47% dos acessos STF.

De acordo com a informação disponível, uma definição mais fina destes mercados geográficos não seria relevante para efeitos da avaliação de PMS, tendo em conta as condições de concorrência prevalentes.

Note-se que esta metodologia de definição dos mercados geográficos teve em conta as condições de mercado actuais, não significando que a mesma metodologia seja utilizada em futuras análises de mercado.

As áreas de central onde existe pelo menos um operador co-instalado e onde existe pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo e onde a percentagem de alojamentos cablados

⁸⁶ Nomeadamente, na Musgueira (Lisboa), na Aroeira (Almada), na Campanhã (Porto), Verdizela (Seixal) e Landeira (Vendas Novas).

⁸⁷ A exceção, quer em termos de quotas de mercado, quer em termos do peso dos acessos STF, é a área de central de Landeira.

⁸⁸ Inclui-se quatro áreas de central onde, (a) no concelho a que pertence, é a única sem operadores co-instalados, (b) a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central é superior a 60% e (c) o peso dos acessos de STF dessa área de central no conjunto dos acessos desse concelho é reduzido (inferior a 1,5%).

do principal operador na área de central é superior a 60%⁸⁸ são identificadas no **Anexo 3** e mantêm-se até à próxima revisão dos mercados de acesso em banda larga.

Conforme anteriormente referido, apesar de a área de determinados concelhos ser relativamente elevada, a população encontra-se concentrada numa área relativamente pequena, área essa que é economicamente interessante do ponto de vista de negócio quer para os operadores de redes de distribuição por cabo quer para os operadores que se co-instalam para efeitos da OLL. Assim, para todos os efeitos, a área de cobertura das áreas de central identificadas no **Anexo 3** é maioritariamente coberta pela área de abrangência das redes de distribuição por cabo, em valor superiores aos de cobertura do concelho. Assim, entende-se que as possibilidades de substituíbilidade entre o serviço de acesso em banda larga suportado em ADSL e suportado em modem de cabo são efectivas.

2.5. Conclusão: mercados retalhistas de acesso em banda larga

Na sequência da análise efectuada considera-se que, em Portugal, o mercado retalhista de acesso em banda larga é constituído pelos serviços de acesso em banda larga através de ADSL e de modem de cabo prestados a clientes residenciais e não residenciais e divide-se em dois mercados geográficos:

- (a) áreas cobertas pelas áreas de central onde existe pelo menos um operador co-instalado e onde existe pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo e onde a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central seja superior a 60%⁸⁸;
- (b) as restantes áreas do território nacional.

O ICP-ANACOM entende que os factores considerados nesta análise muito provavelmente não se irão alterar a curto/médio prazo, até à realização da próxima definição de mercado e análise de PMS⁸⁹.

⁸⁹ A próxima definição de mercado será desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no mercado ou (2) logo que a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados ou (3) no espaço de 18 meses.

3. AVALIAÇÃO DE PMS NOS MERCADOS RETALHISTAS DE ACESSO EM BANDA LARGA

De acordo com o art.º 60.º, n.º 1 da Lei n.º 5/2004 (14.º da Directiva-Quadro), “*considera-se que uma empresa tem poder de mercado significativo se, individualmente ou em conjunto com outras, gozar de uma posição equivalente a uma posição dominante, ou seja, de uma posição de força económica que lhe permita agir, em larga medida, independentemente dos concorrentes, dos clientes e mesmo dos consumidores*”.

O PMS pode ser detido por apenas uma empresa no mercado (dominância individual) ou por mais do que uma entidade (dominância conjunta). Adicionalmente, nos casos em que uma empresa tem PMS num mercado relevante específico, pode também considerar-se como tendo PMS num mercado estreitamente relacionado, no qual as ligações entre os dois mercados são tais que permitem que o poder de mercado detido num mercado sirva de alavanca para o outro mercado, fortalecendo assim o poder de mercado da empresa (alavancagem de PMS).

Na avaliação de PMS importa realizar a análise assumindo como hipótese que não existe qualquer regulação de PMS, actual ou potencial, no mercado relevante. Este deve ser o procedimento a realizar uma vez que o resultado de uma análise de PMS pressupõe testar sobre a necessidade ou não de alguma intervenção regulatória. Assim, avaliar PMS neste mercado exige que seja assumido um mercado hipotético onde a regulação de PMS (ou a “ameaça” de regulação de PMS) não existe.

No caso em apreço, e para a análise do mercado retalhista, assume-se também o cenário em que não existe regulação nos mercados a montante (i.e., nos mercados grossistas). Doutro modo, a análise do retalho seria enviesada por um conjunto de obrigações que se encontram actualmente em vigor mas que podem ser alteradas na sequência da análise de mercado.

Assim, na ausência de regulação ao nível dos mercados grossistas, a PTC não teria incentivos para dar acesso à sua rede a terceiros, pelo menos nos termos definidos pelo ICP-ANACOM e que levaram ao desenvolvimento da “Rede ADSL PT” e da OLL e ao aumento dos acessos dos operadores alternativos suportados nestas ofertas. Neste contexto, e para efeitos da avaliação de quotas de mercados e dos restantes critérios de avaliação de PMS no mercado retalhista de acesso em banda larga na ausência de regulação dos mercados grossistas associados, há que definir a hipótese mais razoável para a contabilização dos acessos de retalho dos OPS que são suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL.

Mesmo admitindo que alguns clientes de acesso em banda larga não adquiririam esse serviço caso não existissem ofertas de retalho suportadas na OLL, julga-se que uma grande parte dos clientes das ofertas de retalho suportadas na OLL foram, previamente, clientes de ofertas de retalho suportadas na “Rede ADSL PT” ou por elas teriam optado em qualquer caso na ausência de outras ofertas. Assim, não é razoável não contabilizar os acessos de retalho dos OPS suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL, i.e. não será razoável admitir que na ausência de regulação esses acessos não existiriam.

Neste contexto, e tendo em conta que, até à data de concretização do “*spin-off*”, as ofertas retalhistas do Grupo PT eram muito idênticas às ofertas retalhistas suportadas em modum de

cabo (nomeadamente do principal operador de redes de distribuição por cabo – a ZON Multimédia), ponderado pelo facto de os acessos de retalho dos OPS, suportados nas ofertas grossistas da PTC, pertencerem a clientes do STF da PTC que têm, por isso, uma linha de cobre já instalada, poderia admitir-se como hipótese que esses acessos de retalho dos OPS, suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL, pertenceriam na totalidade ao Grupo PT. Ou seja, não mudariam da PTC (prestador de STF) para operadores de redes de distribuição por cabo, para adquirirem um serviço de acesso em banda larga pelo mesmo preço e com as mesmas características oferecidas pela PTC.

Tabela 16 – Principais ofertas de retalho de acesso à Internet em banda larga do Grupo PT (que integrava a ZON Multimédia) identificadas na anterior análise de mercado

Prestador	Oferta	Preço		Tráfego incluído		Consumo adicional (por 100MB)
		Mens.	Activ.	Nacional	Internac.	
Débitos (Kbps): 512 / 128						
Telepac	Sapo ADSL.PT Standard	€ 29,40	€ 42,02	20 GB	2 GB	€ 0,08 (tráf. nac.) € 1,26 (tráf. intern.)
TV Cabo	NetCabo 512	€ 29,41	€ 21,01	20 GB	2 GB	€ 0,21 (tráf. nac.) € 2,52 (tráf. intern.)
Telepac	Sapo ADSL.PT Pro	€ 37,81	€ 42,02	Ilimitado	4 GB	€ 1,26 (tráf. intern.)
PT Prime	Telepac ADSL monoposto	€ 38,00	€ 21,05	40 GB	4 GB	€ 0,08 (tráf. nac.) € 1,26 (tráf. intern.)
Débitos (Kbps): 256 / 128						
TV Cabo	Speed Light	€ 18,91	€ 21,01	Ilimitado		15 horas tempo incluído (€ 0,021 por minuto)
Telepac	Sapo ADSL.PT Light	€ 18,91	€ 42,02	Ilimitado		15 horas tempo incluído (€ 0,21 por cada 10 minutos)

Fonte: Sítio dos operadores na Internet (informação recolhida em Setembro de 2004).

Nota: Todos os preços não incluem IVA.

n.d.= não disponível

No entanto, caso um cliente seja utilizador de STF e de televisão por cabo, se pretender aderir ao serviço de acesso em banda larga tem duas opções tecnológicas para o fazer: ADSL ou modem de cabo. Segundo o “Inquérito ao Consumo das Comunicações Electrónicas” desenvolvido pela GfK Metris, a pedido do ICP-ANACOM⁹⁰, 54,5% dos respondentes disseram ter em casa STF e televisão por cabo, o que se considera uma percentagem significativa.

Neste contexto, para efeitos da avaliação de quotas de mercado e dos restantes critérios de avaliação de PMS no mercado retalhista de acesso em banda larga na ausência de regulação dos mercados grossistas associados, as hipóteses mais razoáveis para a contabilização dos acessos de retalho dos OPS suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL, são as seguintes:

- Cerca de metade (54,5%) dos acessos de retalho dos OPS suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL são repartidos pelo Grupo PT e pelos operadores que prestam serviços de banda larga através de modem de cabo – essa repartição é feita tendo em conta

⁹⁰ Este projecto contemplou a realização de um inquérito ao consumo e à percepção da qualidade dos serviços de comunicações electrónicas, para o universo dos indivíduos com mais de 15 anos de idade, residentes em Portugal (Continental e Regiões Autónomas), tendo sido utilizada uma amostra de 3.504 entrevistas que ocorreram entre os dias 01.11.2007 e 17.12.2007.

o peso dos acessos “próprios”, i.e. dos acessos que são “realmente” de cada um dos operadores;

- Os restantes acessos de retalho dos OPS suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL são do Grupo PT.

Refira-se que, para efeitos destas contabilizações, o valor que resulta do inquérito da GfK Metris poderá ser superior ao que deveria ser utilizado para efeitos desta análise, já que uma percentagem significativa (mais concretamente, cerca de 25%⁹¹) dos acessos de televisão por cabo são suportados no DTH – o qual não suporta a bidireccionalidade do sinal necessária ao serviço de acesso à Internet em banda larga – e alguns clientes de STF podem ter este serviço suportado em operadores de rede de distribuição por cabo (é o caso de alguns clientes da Cabovisão), pelo que o número de acessos assim atribuídos ao Grupo PT poderá pecar por defeito.

No **Anexo 1** sintetizam-se as opções e pressupostos utilizados para a avaliação das quotas de mercado nos vários mercados definidos.

3.1. Critérios para avaliação de PMS

Tal como na anterior avaliação de mercado, na avaliação de PMS o ICP-ANACOM tem em máxima conta as Linhas de Orientação.

De acordo com as Linhas de Orientação *“as ARN avaliarão se a concorrência é efectiva. A conclusão de que existe uma concorrência efectiva num mercado relevante é equivalente a uma conclusão de que nenhum operador detém, individual ou conjuntamente, uma posição dominante nesse mercado.”*⁹².

No mesmo documento a CE indica que *“as ARN procederão a uma avaliação prospectiva e estrutural do mercado relevante, com base nas condições de mercado existentes. As ARN devem determinar se o mercado é prospectivamente concorrencial e, portanto, se qualquer falta de concorrência efectiva será duradoura, tendo em conta as evoluções do mercado previstas ou razoavelmente previsíveis durante um período de tempo razoável. O período efectivo utilizado deverá reflectir as características específicas do mercado e a data prevista para a revisão seguinte do mercado relevante pela ARN. Na sua análise, as ARN devem tomar em consideração dados anteriores, caso esses dados sejam relevantes para a evolução nesse mercado num futuro previsível.”*⁹³

Nas Linhas de Orientação, a CE apresenta as quotas de mercado como sendo um indicador de poder de mercado, considerando que é pouco provável que empresas com uma quota de mercado inferior a 25% venham a ter uma posição dominante no mercado em causa.

⁹¹ No final de 2007.

⁹² §19.

⁹³ §20.

Na prática decisória da CE, as preocupações quanto a situações de posição dominante individual têm surgido normalmente no caso de empresas com quotas de mercado superiores a 40%, podendo, no entanto, haver casos com situações de posição dominante mesmo com quotas de mercado inferiores ou casos de empresas com quotas de mercado superiores e não serem consideradas como sendo empresas dominantes⁹⁴.

Tal como a CE refere nas Linhas de Orientação⁹⁵, a existência (ou ausência) de uma posição dominante não pode ser determinada exclusivamente em elevadas (ou reduzidas) quotas de mercado, devendo por isso as ARN utilizar outros critérios. Entre os vários critérios contam-se os seguintes:

- Dimensão global da empresa
- Controlo da infra-estrutura difícil de duplicar
- Vantagens ou superioridade tecnológica
- Baixo nível ou falta de contrapoder dos compradores
- Acesso facilitado ou privilegiado aos mercados de capitais/recursos financeiros
- Diversificação de produtos / serviços
- Economias de escala
- Economias de gama
- Integração vertical
- Rede de vendas e distribuição altamente desenvolvida
- Ausência de concorrência potencial
- Barreiras à expansão

Ainda segundo as Linhas de Orientação da CE, uma posição dominante pode resultar de uma combinação de quaisquer destes critérios, os quais considerados separadamente podem não ser necessariamente determinantes.

Sobre esta questão dos critérios de avaliação de PMS, o Grupo de Reguladores Europeu (ERG) publicou um documento de trabalho sobre as Linha de Orientação (“*ERG SMP Position*”)⁹⁶, onde são desenvolvidos outros critérios de avaliação de PMS:

- Preços excessivos
- Facilidade de entrada no mercado
- Custos e barreiras à mudança
- Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais

⁹⁴ Cf. Linhas de Orientação §75.

⁹⁵ §78.

⁹⁶ “Revised ERG Working paper on the SMP concept for the new regulatory framework”, October 2004 (http://www.erg.eu.int/doc/publications/public_hearing_concept_smp/erg0309rev1_smp_working_doc.pdf)

- Concorrência activa ao nível de outros parâmetros
- Existência de standards/convenções
- Capacidade dos clientes para aceder e utilizar informação
- Tendência e comportamento dos preços
- *Benchmarking* internacional

3.1.1. Critérios utilizados na avaliação de PMS nos mercados retalhistas de banda larga

No entender do ICP-ANACOM, os critérios mais relevantes na avaliação dos mercados retalhistas de acesso em banda larga são os seguintes:

- Quotas de mercados e crescimento do mercado
- Potenciais quotas de mercado futuras
- Barreiras à entrada e à expansão
- Economias de escala e de gama
- Rede de vendas e distribuição altamente desenvolvida
- Integração vertical
- Tendência e comportamento dos preços
- *Benchmarking* internacional
- Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais
- Contrapoder negocial

• Outros critérios para avaliação de PMS

Quantos aos restantes critérios, explica-se de seguida porque são considerados não relevantes ou menos relevantes nesta avaliação de PMS⁹⁷.

Critérios não relevantes na avaliação de PMS dos mercados retalhistas de banda larga

- Existência de standards/convenções – podendo existir standards técnicos para os equipamentos utilizados na prestação do acesso em banda larga, julga-se que o seu impacto na concorrência é limitado, até porque os diversos operadores utilizam de um modo geral as mesmas tecnologias e standards.

⁹⁷ Para o efeito, são tidos em conta entendimentos apresentados no “*ERG SMP Position*”.

Critérios menos relevantes na avaliação de PMS dos mercados retalhistas de banda larga

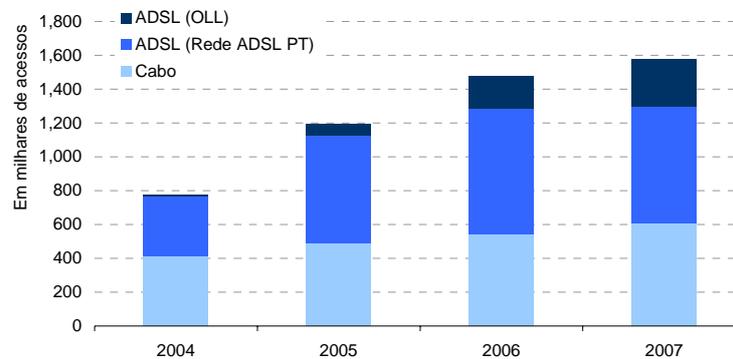
- Preços excessivos – podendo suportar a conclusão de existência de PMS, este critério não será, no entanto, um pré-requisito para a existência de PMS. Não existem evidências de preços excessivos nos mercados relevantes em análise, face também às comparações de preços internacionais, conforme se detalha na secção 3.3.1.6;
- Dimensão global da empresa – este critério é tido em conta no âmbito das economias de escala e de âmbito pelo que não é analisado autonomamente;
- Vantagens ou superioridade tecnológica – este critério é tido em conta no âmbito das barreiras à entrada pelo que não é analisado separadamente;
- Diversificação de produtos / serviços – este critério é considerado no âmbito das economias de gama;
- Concorrência activa ao nível de outros parâmetros – este critério é considerado no âmbito das economias de gama;
- Capacidade dos clientes para aceder e utilizar informação – considera-se que de uma forma geral os consumidores finais têm boas condições para aceder e utilizar informação sobre as ofertas disponíveis;
- Acesso facilitado ou privilegiado aos mercados de capitais – este critério é tido em conta no âmbito das economias de gama pelo que não é analisado autonomamente.

3.2. Dimensão do mercado retalhista de acesso em banda larga⁹⁸

A taxa de crescimento do número de acessos em banda larga em Portugal tem-se mantido relativamente elevada desde 2004. No final de 2004 existiam quase 800 mil acessos de banda larga, sendo mais de 50% desses acessos suportados na rede de distribuição por cabo. No final de 2007, o número de acessos de banda larga atingia quase 1,6 milhões de acessos, sendo que mais de 60% dos mesmos são acessos ADSL.

⁹⁸ Utiliza-se a definição de banda larga identificada aquando da definição do mercado de produto de acesso em banda larga retalhista (vide secção 2.3).

Gráfico 15 – Evolução dos acessos de banda larga



No final de 2007, a distribuição do total de acessos de banda larga entre os dois mercados geográficos identificados na secção anterior é a seguinte:

- Cerca de 977 mil acessos no mercado retalhista de acesso em banda larga – “Áreas C” (61% do total)
- Cerca de 624 mil acessos no mercado retalhista de acesso em banda larga – “Áreas NC” (39% do total)

3.3. Mercado retalhista de acesso em banda larga – “áreas C”

3.3.1. Dominância individual

Tal como foi feito na anterior análise de mercado, a análise da concorrência efectiva será iniciada com o cálculo de quotas de mercado. Identificar-se-ão desta forma, e numa primeira fase, os candidatos com PMS.

É importante salientar que a existência de uma posição dominante não pode ser determinada com base exclusivamente em quotas de mercado. Consequentemente, as ARN deverão efectuar uma análise exaustiva e global das características económicas do mercado relevante antes de concluir quanto à existência de PMS.

Tendo em vista efectuar a referida análise económica do mercado, o ICP-ANACOM analisará sucessivamente o grau de concorrência entre as empresas instaladas e o grau de concorrência potencial.

Desde já se releva que o Grupo PT tem tido historicamente uma posição predominante na rede de cobre que permite o acesso em banda larga aos utilizadores finais, podendo, desta forma, controlar estrategicamente os investimentos e os serviços disponibilizados aos utilizadores intermédios e finais.

No entanto, e conforme já foi referido, nas zonas cobertas pela OLL os OPS que têm apostado nesta oferta grossista têm vindo a ganhar importância na sequência do desenvolvimento de

ofertas retalhistas mais competitivas, ao que acresce a concorrência exercida pelos operadores de redes de distribuição por cabo.

3.3.1.1. Quotas de mercado

Estimando as quotas de mercado tendo em conta a actual regulação grossista, as quotas de mercado no mercado retalhista de acesso em banda larga – “áreas C” seriam as seguintes:

Tabela 17 – Evolução das quotas de mercado considerando a regulação grossista actual

	2005	2006	2007
Grupo PT	37%	32%	25%
ZON Multimédia	39%	34%	33%
Sonaecom (com Oni e Tele2)	10%	20%	26%
Cabovisão	10%	10%	10%
Vodafone	0%	0%	1%
Outros	4%	4%	4%

Note-se que para maior facilidade de comparação da evolução das quotas de mercado, apresentam-se as quotas de mercado do Grupo PT e da ZON Multimédia, em 2005 e 2006, como se estas empresas estivessem, nesses anos, efectivamente separadas.

Para estimar as quotas de mercado para os anos 2005 e 2006 tem-se em conta as áreas de central definidas no **Anexo 3** (perspectiva estática), em vez de considerar uma perspectiva dinâmica em que, em cada um dos anos, as áreas de central seriam identificadas aplicando as hipóteses assumidas para a definição do mercado geográfico⁹⁹. Dito de outro modo, para estimar as quotas de mercado em 2005 e em 2006 utilizam-se, nas “áreas C”, as 184 áreas de central identificadas no **Anexo 3**.

No entanto, conforme já referido no início deste capítulo, deve analisar-se o mercado retalhista na ausência de regulação grossista. Neste caso, e admitindo como hipótese (hipótese A) que:

- 54,5% dos acessos de retalho dos OPS suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL são repartidos pelo Grupo PT e pelos operadores que prestam serviços de banda larga através de modem de cabo – essa repartição é feita tendo em conta o peso dos acessos “próprios”, i.e. dos acessos que são “realmente” de cada um dos operadores;
- os restantes acessos de retalho dos OPS suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL são do Grupo PT,

as quotas de mercado são as seguintes:

⁹⁹ Respectivamente:

- (a) áreas cobertas pelas áreas de central onde existe pelo menos um operador co-instalado e onde existe pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo e onde a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central seja superior a 60%;
- (b) as restantes áreas do território nacional.

Tabela 18 – Evolução das quotas de mercado na ausência de regulação grossista (hipótese A)

	2005	2006	2007
Grupo PT	45%	46%	43%
ZON Multimédia	42%	39%	40%
Cabovisão	11%	12%	12%
Outros	2%	3%	4%

Tendo em conta que, conforme referido no início deste capítulo, o valor de 54,5% poderá estar sobrestimado, a quota de mercado assim obtida para o Grupo PT será um minorante.

Admitindo como hipótese alternativa (hipótese B) que os acessos de retalho dos OPS suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL são, na sua totalidade, afectas ao Grupo PT, as quotas de mercado estimadas seriam as seguintes:

Tabela 19 – Evolução das quotas de mercado na ausência de regulação grossista (hipótese B)

	2005	2006	2007
Grupo PT	49%	53%	53%
ZON Multimédia	39%	34%	33%
Cabovisão	10%	10%	10%
Outros	2%	3%	3%

Neste caso, a quota de mercado assim obtida para o Grupo PT é o valor majorante da quota de mercado desta empresa neste mercado.

Conclui-se assim que, na ausência de regulação, a quota do Grupo PT, no final de 2007, estaria a nível global nestas áreas entre 43% e 53%, sendo a empresa que detém a maior quota de mercado¹⁰⁰ no mercado retalhista de acesso em banda larga nas “áreas C”. E, num cenário hipotético em que se considere a ZON Multimédia separada do Grupo PT desde 2005, a quota de mercado do Grupo PT apresenta uma tendência crescente ou de uma certa estabilidade.

A ZON Multimédia é o segundo operador com quotas mais elevadas, estando o seu valor a reduzir-se desde 2005 (admitindo que esta empresa estivesse separada do Grupo PT desde 2005).

Os restantes OPS têm registado, desde 2005, uma estabilização das suas quotas de mercado.

Das tabelas anteriores, e considerando apenas a quota de mercado, existem fortes indícios de que a regulação grossista é fundamental para assegurar a concorrência no mercado retalhista uma vez que, na ausência de regulação, a quota de mercado do Grupo PT seria superior a 40% (e, considerando a ZON Multimédia e o Grupo PT empresas autónomas no passado, a quota de mercado do Grupo PT tem vindo a aumentar).

¹⁰⁰ Calcularam-se quotas com base no número de acessos, visto que “[n]o caso de produtos em grande quantidade é dada primazia ao volume, enquanto no caso de produtos diferenciados (isto é, produtos de marca) o valor das vendas e a quota de mercado serão considerados os melhores indicadores da posição relativa e da força de cada fornecedor” (Cf. Linhas de Orientação §76).

Registe-se que o limite de 40% é o limite que tem sido utilizado na prática decisória da CE como o valor acima do qual poderá considerar que há preocupações quanto a situações de posição dominante.

3.3.1.2. Barreiras à entrada e à expansão

No âmbito da análise das barreiras à entrada e à expansão importa averiguar a existência de custos afundados e economias de escala e/ou economias de gama significativos. No entanto, uma vez já presentes num determinado mercado e tendo incorrido em custos afundados, estes tornam-se irrelevantes na análise de barreiras à entrada passando eventualmente a constituir uma barreira à saída do mercado.

Custos afundados

A generalidade dos operadores que oferecem serviços de retalho de acesso em banda larga neste mercado, incluindo a ZON Multimédia, já investiu na capacidade de prestar aqueles serviços suportando, para o efeito, custos já afundados. Assim, de uma forma geral estes operadores estão em condições de expandir as suas actividades a outros clientes sem incorrerem em mais custos afundados significativos.

Economias de escala e de gama

Os custos associados ao desenvolvimento e expansão dos serviços de banda larga estão sujeitos a economias de escala significativas.

A área coberta por este mercado coincide, grosso modo, com os grandes centros urbanos e litoral, zonas de grande concentração de população e actividades económicas.

Em média, cada central que faz parte deste mercado está ligada a cerca de 8 mil lacetes em utilização o que compara com as restantes centrais que, em média, servem menos de 1 milhar de lacetes em utilização. Assim, é possível neste mercado conseguir custos unitários mais reduzidos.

Quanto a economias de gama, verifica-se que a generalidade dos operadores presentes neste mercado presta uma multiplicidade de serviços: serviço de chamadas telefónicas, televisão sobre IP, “*video on demand*” e outras ofertas de valor adicional.

Dadas as características deste mercado poderá existir alguma atractividade para a entrada de operadores investindo em infra-estrutura própria, nomeadamente caso haja facilidade no acesso a infra-estrutura (designadamente condutas), o que permitirá também reduzir os custos unitários de investimento, uma vez que é nesta zona que a rede de condutas da PTC tem uma disseminação mais abrangente.

Adicionalmente, 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.

3.3.1.3. Rede de vendas e distribuição

A existência de uma rede de vendas e distribuição bastante desenvolvida e dificilmente replicável pode configurar uma vantagem sobre a concorrência.

No entanto, a generalidade dos operadores presentes neste mercado tem desenvolvido a sua rede de lojas próprias e/ou agentes por todo o território nacional.

Sobre este critério, e para além do Grupo PT e da ZON Multimédia, poderá destacar-se a situação particular da Sonaecom que constitui uma sub-holding do Grupo Sonae, dedicado a diversas actividades que possibilitam entre outros aspectos, a existência de sinergias comerciais entre as diversas empresas do grupo, com particular destaque para a área da distribuição, que poderá constituir um veículo importante para acesso aos utilizadores finais.

3.3.1.4. Integração vertical

A existência de empresas integradas verticalmente poderá colocar os concorrentes não integrados em desvantagem concorrencial. De facto, nesta situação, poderá verificar-se a alavancagem de poder de mercado de um mercado para outro, nomeadamente quando o concorrente integrado fornece ao concorrente não integrado um factor de produção ou consumo intermédio essencial. Nestas circunstâncias, torna-se mais difícil a uma empresa não integrada responder ao aumento de procura ocorrido na sequência de um aumento de preço de um concorrente.

Dos operadores presentes neste mercado, destaca-se o caso do Grupo PT que é composto por empresas integradas verticalmente, com presença quer ao nível do mercado grossista quer ao nível do mercado de retalho. Assim, se uma dessas empresas tiver PMS num mercado a montante, tal situação poderá conferir a oportunidade de transferir poder de mercado para mercados a jusante, afectando desse modo a concorrência. Em particular, se existir dificuldade em conseguir *inputs* do mercado grossista ou em obter esses *inputs* a um preço competitivo podem acentuar-se as barreiras à entrada ao nível do retalho.

No âmbito do mercado retalhista de acesso em banda larga é de salientar a forte presença da ZON Multimédia na área dos conteúdos multimédia. Neste caso, no entanto, a ZON Multimédia perde para os restantes principais grupos económicos activos no mercado pelo facto de não possuir uma operação móvel, o que poderá reduzir a sua competitividade em termos relativos.

3.3.1.5. Tendência e comportamento dos preços

O grau de concorrência num mercado relevante e a sua dinâmica podem também ser avaliados, por um lado, pela política de preços de retalho e, por outro, pela evolução desses preços ao longo do tempo.

Conforme já mencionado nas secções “2.2.1.2. Ofertas de retalho suportadas na OLL e evolução” e “2.2.1.3. Modem de cabo”, as ofertas de retalho de acesso em banda larga, quer

suportadas na OLL, quer fornecidas via modem de cabo, sofreram reduções de preços muito significativas ou, como em alguns casos, a melhoria substancial das características das ofertas deu-se sem alterações nos preços, nomeadamente em termos de débitos disponíveis.

Comparando as várias ofertas existentes no mercado e os respectivos preços (vide Tabela 20), verifica-se a existência de um leque variado de ofertas com preços razoavelmente semelhantes.

Tabela 20 – Ofertas existentes no mercado¹⁰¹

Operador	Oferta	Mensalidade	Débitos máximos	
			Descendente	Ascendente
Grupo PT	Sapo 2 Mb	16,52 €	2 Mbps	128 Kbps
ZON Multimédia	Netcabo Light	16,52 €	3 Mbps	128 Kbps
Vodafone	Duplex ADSL 4 Mbps	16,45 €	4 Mbps	512 Kbps
Grupo PT	Sapo 4 Mb	20,58 €	4 Mbps	256 Kbps
Cabovisão	BL 5 Mb	18,43 €	5 Mbps	–
ZON Multimédia	Netcabo Mega	20,65 €	6 Mbps	256 Kbps
Sonaecom	Clix 12 Mb	24,71 €	12 Mbps	512 Kbps
Vodafone	Duplex ADSL 12 Mbps	24,71 €	12 Mbps	512 Kbps
Cabovisão	BL 15 Mb	25,04 €	15 Mbps	–
Grupo PT	Sapo 16 Mb	29,40 €	16 Mbps	1024 Kbps
ZON Multimédia	Netcabo Plus	29,41 €	18 Mbps	512 Kbps
Sonaecom	Clix 24 Mb	32,98 €	24 Mbps	1024 Kbps
Vodafone	Duplex ADSL 24 Mbps	32,98 €	24 Mbps	1024 Kbps
Grupo PT	Sapo 24 Mb	45,04 €	24 Mbps	1024 Kbps
Cabovisão	BL 25 Mb	37,18 €	25 Mbps	–
ZON Multimédia	Netcabo Max	49,58 €	30 Mbps	1 Mbps

3.3.1.6. Benchmarking internacional

Comparando os preços praticados em Portugal com os praticados nos restantes Estados-Membros, verifica-se que os preços aqui praticados são, de uma forma geral, significativamente inferiores à média europeia.

Na comparação internacional dos preços de banda larga, realizada pelo ICP-ANACOM em Novembro de 2007¹⁰², se bem que efectuada a nível nacional e não em termos do mercado geográfico aqui analisado, concluiu-se que:

- em Novembro de 2007, o preço mínimo da banda larga em Portugal encontrava-se 32,6 por cento abaixo da média dos países considerados e era semelhante aos preços praticados na Áustria, Suécia e na Dinamarca, países com uma penetração de banda larga (fixa) mais elevada;

¹⁰¹ Informação recolhida no sítio na Internet em Fevereiro de 2008 (estes preços não incluem IVA).

¹⁰² Relatório disponível em <http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=259242>.

- mesmo considerando a média simples dos preços mínimos praticados pelos vários operadores para as várias velocidades de transmissão, verifica-se que Portugal continua a figurar entre os primeiros países com preços mais baixos na maioria das velocidades de débito descendente;
- o preço das ofertas mais utilizadas (4 Mbps), encontra-se cerca de 46 por cento abaixo da média dos países considerados, sendo o quarto mais reduzido (subindo duas posições no ranking face a Julho de 2007);
- entre Junho de 2005 e Novembro de 2007, o preço das ofertas de 4 Mbps, em Portugal, diminuiu cerca de 36 por cento.

Os resultados das comparações de preços das ofertas dos operadores históricos são corroborados pelos resultados da aplicação T-Connect da Teligen, referentes a Outubro de 2007, que permite efectuar comparações de preços de ofertas de ADSL dos operadores históricos recorrendo a uma abordagem de cabaz.

De acordo com a metodologia e com a informação recolhida pela Teligen verifica-se que, em geral, os preços das ofertas ADSL do operador histórico em Portugal encontram-se abaixo da média. Em termos de rankings, Portugal fica atrás dos países da Europa de Leste e entre os primeiros países da UE 15, excepto no caso do Cabaz 6 (100 Gbps/mês de utilização).

Se recorrermos à informação de base utilizada pela Teligen e compararmos apenas as mensalidades das várias ofertas do operador histórico em Portugal em Outubro de 2007¹⁰³, conclui-se que as mensalidades das ofertas residenciais do operador histórico em Portugal encontram-se sempre abaixo da média dos preços praticados pelos congéneres dos restantes países da UE 15, excepto no caso das ofertas de 24 Mbps como se referiu anteriormente.

Também a DECO efectuou uma comparação de preços internacionais de acesso à Internet em banda larga para um conjunto limitado de países, tendo concluído que apenas para utilizadores com um perfil de utilização muito intensiva, é que as ofertas ADSL em Portugal se posicionavam acima da média¹⁰⁴.

3.3.1.7. Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais

Na análise efectuada em 2005, o ICP-ANACOM concluiu que as empresas do Grupo PT, que na altura incluía a ZON Multimédia, controlavam estrategicamente as condições de oferta dos serviços prestados no retalho.

As obrigações impostas a nível grossista e as intervenções efectuadas tiveram como objectivo diminuir os incentivos para comportamentos anti-concorrenciais.

¹⁰³ Excluíram-se todas as outras variáveis que afectam o preço das ofertas de banda larga para além da velocidade de *download*.

¹⁰⁴ Vide <http://www.deco.proteste.pt/map/src/524801.htm>.

Nota-se ainda, embora noutros mercados, a existência de comportamentos anti-concorrenciais sancionados pela AdC, nomeadamente no tocante ao acesso a condutas e, mais recentemente, nos circuitos alugados.

3.3.1.8. Contrapoder negocial

Na ausência de regulação grossista, os clientes retalhistas têm um contrapoder negocial limitado, uma vez que, na prática, existe apenas um ou dois operadores alternativos com alguma dimensão a prestar serviços de acesso à Internet em banda larga (a ZON Multimédia e a Cabovisão).

Havendo regulação grossista e, nomeadamente, ofertas retalhistas baseadas na OLL e disponíveis nestas áreas, o contrapoder negocial dos clientes retalhistas aumenta significativamente, uma vez que existe uma maior diversidade de escolha.

3.3.1.9. Concorrência potencial

Em termos de concorrência potencial é de destacar a possibilidade de o acesso às condutas da PTC propiciado pela respectiva oferta de referência facilitar o desenvolvimento de rede própria, nomeadamente rede de fibra óptica, por parte dos operadores alternativos. Destaque-se ainda o anúncio feito pela Sonaecom, em 20.02.2008, sobre os planos de investimento de 240 milhões de euros em NRA.

Por serem investimentos avultados e que envolvem economias de escala, será expectável que os mesmos se concentrem, nomeadamente numa primeira fase, na zona abrangida pelo mercado em análise já que coincide, grosso modo, com os grandes centros urbanos e litoral, zonas de grande concentração de população e actividades económicas.

Desta forma, é expectável que no futuro sejam desenvolvidas ofertas que permitam aumentar a concorrência já existente neste mercado.

Também o *spin-off* da ZON Multimédia é um factor que, face à situação recente de mercado, em que o Grupo PT controlava a maior rede de distribuição por cabo e a rede concessionada, poderá induzir uma dinâmica de concorrência acrescida.

3.3.2. Dominância individual: Conclusão

Pela análise dos critérios anteriormente apresentados, o ICP-ANACOM conclui que os mesmos não são de molde a alterar a presunção de PMS que resulta das quotas de mercado tendo, assim, o Grupo PT dominância individual no mercado retalhista de acesso em banda larga nas “áreas C”, considerado como se referiu na ausência de regulação grossista.

3.3.3. Dominância conjunta

Conclui-se que a dominância colectiva não é evidente neste mercado, considerando-se que os critérios definidos nas Linhas de Orientação para avaliar a dominância conjunta não são cumpridos de forma extensiva.

Em particular, este mercado é ainda um mercado em desenvolvimento não podendo, por isso, ser caracterizado de mercado totalmente maduro, o crescimento da procura ainda não estagnou e existem evoluções tecnológicas. Acresce que, conforme entendimento do ICP-ANACOM sobre o *spin-off* da ZON Multimédia, não parecem existir indícios sobre a existência de ligações entre os operadores que estão no mercado.

Assim, o ICP-ANACOM conclui que não existe dominância conjunta.

3.3.4. Análise prospectiva

O ICP-ANACOM considera que todos os factores que justificam a designação de PMS no mercado retalhista de acesso em banda larga nas “áreas C” se manterão num horizonte de curto/médio prazo, até à próxima avaliação de PMS¹⁰⁵.

3.3.5. Avaliação de PMS: Conclusão

Considera-se que as empresas do Grupo PT que actuam no mercado retalhista de acesso em banda larga nas “áreas C” detêm PMS neste mercado.

3.4. Mercado retalhista de acesso em banda larga – “áreas NC”

3.4.1. Dominância individual

À semelhança da análise de PMS no mercado retalhista de acesso em banda larga nas “áreas C”, a análise da concorrência efectiva inicia-se com o cálculo das quotas de mercado, identificando-se, numa primeira fase, os operadores candidatos à notificação de PMS.

Segue-se uma análise das características económicas do mercado relevante na qual serão avaliados o grau de concorrências das empresas instaladas e o grau de concorrência potencial.

¹⁰⁵ A próxima análise de PMS será desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no Mercado, e/ou (2) a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados; e/ou (3) no espaço de 18 meses.

3.4.1.1. Quotas de mercado

Estimando as quotas de mercado tendo em conta a actual regulação grossista, as quotas de mercado no mercado retalhista de acesso em banda larga que abrange as “áreas NC” seriam as seguintes:

Tabela 21 – Evolução das quotas de mercado considerando a regulação grossista actual

	2005	2006	2007
Grupo PT	70%	69%	65%
ZON Multimédia	12%	10%	12%
Sonaecom (com Oni e Tele2)	5%	9%	9%
Cabovisão	11%	10%	10%
Vodafone	0%	0%	0%
Outros	2%	3%	3%

No entanto, conforme já referido, deve analisar-se o mercado retalhista na ausência de regulação grossista. Neste caso, e admitindo como hipótese (hipótese A) que:

- 54,5% dos acessos de retalho dos OPS suportados na oferta grossista “Rede ADSL PT” são repartidos pelo Grupo PT e pelos operadores que prestam serviços de banda larga através de modem de cabo – essa repartição é feita tendo em conta o peso dos acessos “próprios”, i.e. dos acessos que são “realmente” de cada um dos operadores;
- os restantes acessos de retalho dos OPS suportados na oferta grossista “Rede ADSL PT” são do Grupo PT,

as quotas de mercado são as seguintes:

Tabela 22 – Evolução das quotas de mercado na ausência de regulação grossista (hipótese A)

	2005	2006	2007
Grupo PT	75%	78%	75%
ZON Multimédia	12%	10%	12%
Cabovisão	12%	10%	11%
Outros	1%	2%	2%

Tendo em conta que, conforme referido no início deste capítulo, o valor de 54,5% poderá estar sobrestimado, a quota de mercado assim obtida para o Grupo PT será um minorante.

Admitindo como hipótese alternativa (hipótese B) que os acessos de retalho dos OPS suportados na oferta grossista “Rede ADSL PT” são, na sua totalidade, afectos ao Grupo PT, as quotas de mercado estimadas seriam as seguintes:

Tabela 23 – Evolução das quotas de mercado na ausência de regulação grossista (hipótese B)

	2005	2006	2007
Grupo PT	76%	79%	76%
ZON Multimédia	12%	10%	12%
Cabovisão	11%	10%	10%
Outros	1%	2%	2%

Verifica-se que admitindo esta hipótese, as quotas de mercado não se alteram – isto porque o número de acessos de banda larga que “transita” para o Grupo PT é muito pouco expressivo.

Conclui-se assim que, o Grupo PT, que apresenta a maior quota do mercado, tem uma quota de mercado bastante superior a 40% – o limite que tem sido utilizado na prática decisória da CE como o valor acima do qual poderá considerar que há preocupações quanto a situações de posição dominante.

3.4.1.2. Barreiras à entrada e à expansão

Para análise das barreiras à entrada e à expansão importa averiguar a existência de custos afundados e economias de escala e/ou economias de gama significativos.

Encontrando-se operadores já instalados no mercado que já incorreram em alguns custos afundados, estes custos poderão tornar-se irrelevantes na análise de barreiras à entrada passando eventualmente a constituir uma barreira à saída do mercado.

No entanto, por este mercado abranger maioritariamente centrais não cobertas com OLL, caso um operador queira co-instalar-se numa destas centrais terá de suportar um custo inicial significativo.

Acresce que, devido à existência de economias de escala e de gama, e dada a escala e a configuração da rede fixa da PTC, este operador beneficia, tudo o resto constante, de custos unitários inferiores aos dos seus concorrentes.

Em especial, a escala e a configuração da rede fixa da PTC permitem-lhe promover desenvolvimentos na rede de acesso de forma a prestar serviços de acesso em banda larga, com investimentos adicionais relativamente moderados. Caso pretendam prestar serviços similares no retalho, os novos operadores ou desenvolvem rede de acesso própria ou suportam as suas ofertas nas ofertas grossistas prestadas pela PTC (nomeadamente a oferta “Rede ADSL PT”, já que a OLL não é, na prática, uma opção efectiva na maior parte deste mercado).

Assim, um novo operador que pretenda expandir a sua actividade será obrigado – tudo o resto constante – a conquistar uma parte significativa do mercado para conseguir concorrer com o operador histórico ao nível da infra-estrutura. No entanto, a zona geográfica coberta por este mercado caracteriza-se por ser uma zona, grosso modo, de fraca densidade populacional, o que dificulta a obtenção de escala.

Esta situação foi, aliás, também comprovada pela PTC no âmbito da oferta “Rede ADSL PT”. De facto, enquanto a oferta se iniciou no final de 2000, inicialmente com cobertura reduzida a algumas áreas de central de Lisboa e Porto, apenas 6 anos mais tarde é que atingiu a cobertura total do território nacional, o que mostra que a expansão para estas zonas geográficas não é imediata.

Assim, este critério não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

3.4.1.3. Rede de vendas e distribuição

Tal como já foi referido na secção “3.3.1.3. Rede de vendas e distribuição” a existência de uma rede de vendas e distribuição bastante desenvolvida pode constituir uma barreira à entrada ou uma vantagem concorrencial, verificando-se que a generalidade dos operadores tem desenvolvido a sua rede de lojas próprias e/ou agentes por todo o território nacional.

No âmbito deste critério, lembra-se que a Sonaecom poderá gozar de algumas vantagens de acesso aos utilizadores finais por estar integrada no Grupo Sonae que desenvolve, entre outras, actividades na área da grande distribuição.

No entanto, entende o ICP-ANACOM que este critério não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

3.4.1.4. Integração vertical

Conforme já mencionado na secção “3.3.1.4. Integração vertical” a existência de empresas integradas verticalmente poderá colocar os concorrentes não integrados em desvantagem concorrencial, já que poderá verificar-se a alavancagem de poder de mercado de um mercado para outro, nomeadamente quando o concorrente integrado fornece ao concorrente não integrado um factor de produção ou consumo intermédio essencial. Nestas circunstâncias, torna-se mais difícil a uma empresa não integrada responder ao aumento de procura ocorrido na sequência de um aumento de preço de um concorrente.

No âmbito deste mercado destaca-se o Grupo PT, composto por empresas verticalmente integradas, com presença quer ao nível do mercado grossista quer ao nível do mercado de retalho. Assim, se uma dessas empresas tiver PMS num mercado a montante, tal situação poderá conferir a oportunidade de transferir poder de mercado para mercados a jusante, afectando desse modo a concorrência. Em particular, se existir dificuldade em conseguir *inputs* do mercado grossista ou em obter esses *inputs* a um preço competitivo podem acentuar-se as barreiras à entrada ao nível do retalho.

Assim, este critério não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

3.4.1.5. Tendência e comportamento dos preços

A política de preços no retalho e a sua evolução ao longo do tempo podem constituir um bom indicador sobre o grau de concorrência no mercado.

Conforme já mencionado na secção “2.2.1.1 Ofertas de retalho suportadas na oferta grossista “Rede ADSL PT” e evolução desta oferta”, os preços de retalho das ofertas de banda larga suportadas na “Rede ADSL PT” reduziram-se significativamente desde 2004, existindo actualmente ofertas com débitos de velocidade descendente muito superiores cuja mensalidade é igual ou até mesmo inferior às ofertas existentes na altura e que proporcionavam velocidades inferiores.

Uma vez que a PTC tem praticado uniformidade tarifária, as reduções de preços que têm ocorrido nas ofertas retalhistas de acesso em banda larga do Grupo PT nas “áreas C” são também extensivas às “áreas NC”.

Comparando as várias ofertas que estão disponíveis no mercado em análise e os respectivos preços (vide Tabela 24), verifica-se, por um lado, um leque variado de ofertas – tal como já foi mencionado a oferta grossista “Rede ADSL PT” disponibiliza agora 30 classes de serviço – e por outro, uma grande semelhança entre as ofertas dos operadores alternativos e as ofertas do Grupo PT – a configuração da oferta “Rede ADSL PT”, a nível IP, que é o tipo de agregação que vem sendo utilizado pelos OPS, não tem permitido a diferenciação de serviços, tornando os prestadores alternativos, na prática, em revendedores do serviço de Internet de banda larga do Grupo PT, não acrescentando valor significativo a essas ofertas, quer em termos de qualidade e inovação, quer dos próprios preços de retalho, conforme se apresenta na Tabela 24.

Tabela 24 – Ofertas ADSL baseadas na oferta “Rede ADSL PT” existentes no mercado¹⁰⁶

Operador	Oferta	Mensalidade	Débitos máximos	
			Descendente	Ascendente
Nortenet	Simplesnet 256 K	13,97 €	256 Kbps	–
ARTelecom	ADSL 512 Kb	22,00 €	512 Kbps	128 Kbps
Sonaecom	Clix ADSL 1 Mb	20,65 €	1 Mbps	128 Kbps
Nortenet	Simplesnet 2 Mb	16,45 €	2 Mbps	–
Grupo PT	Sapo 2 Mb	16,52 €	2 Mbps	128 Kbps
ARTelecom	ADSL 2 Mb	25,00 €	2 Mbps	128 Kbps
ZON Multimédia	Netcabo Light	16,52 €	3 Mbps	128 Kbps
Grupo PT	Sapo 4 Mb	20,58 €	4 Mbps	256 Kbps
Nortenet	Simplesnet 4 Mb	20,58 €	4 Mbps	–
ARTelecom	ADSL 4 Mb	28,00 €	4 Mbps	256 Kbps
Cabovisão	BL 5 Mb	18,43 €	5 Mbps	–
ZON Multimédia	Netcabo Mega	20,65 €	6 Mbps	256 Kbps
Nortenet	Simplesnet 8 Mb	24,71 €	8 Mbps	–
Sonaecom	Clix ADSL 8 Mb	29,67 €	8 Mbps	512 Kbps
ARTelecom	ADSL 8 Mb	34,00 €	8 Mbps	512 Kbps
Cabovisão	BL 15 Mb	25,04 €	15 Mbps	–
Nortenet	Simplesnet 16 Mb	28,84 €	16 Mbps	–
Grupo PT	Sapo 16 Mb	29,40 €	16 Mbps	1024 Kbps
ZON Multimédia	Netcabo Plus	29,41 €	18 Mbps	512 Kbps
Nortenet	Simplesnet 24 Mb	37,11 €	24 Mbps	–
Grupo PT	Sapo 24 Mb	45,04 €	24 Mbps	1024 Kbps
Sonaecom	Clix ADSL 24 Mb	45,04 €	24 Mbps	1024 Kbps
Cabovisão	BL 25 Mb	37,18 €	25 Mbps	–
ZON Multimédia	Netcabo Max	49,58 €	30 Mbps	1 Mbps

¹⁰⁶ Informação recolhida no sítio na Internet em Março de 2008 (estes preços não incluem IVA).

3.4.1.6. Benchmarking internacional

Vide análise efectuada na secção 3.3.1.6.

Neste caso, são mais relevantes as ofertas disponibilizadas pelo operador histórico, uma vez que nestas áreas (“áreas NC”) as ofertas mais relevantes são as prestadas sobre a oferta “Rede ADSL PT” e, nomeadamente, as ofertas do operador histórico.

Neste caso, conforme referido anteriormente, segundo a comparação internacional dos preços de banda larga, realizada pelo ICP-ANACOM em Novembro de 2007, os resultados das comparações de preços das ofertas dos operadores históricos, são corroborados pelos resultados da aplicação T-Connect da Teligen, referentes a Outubro de 2007, que permite efectuar comparações de preços de ofertas de ADSL dos operadores históricos recorrendo a uma abordagem de cabaz.

De acordo com a metodologia e com a informação recolhida pela Teligen verifica-se que, em geral, os preços das ofertas ADSL do operador histórico em Portugal encontram-se abaixo da média. Em termos de rankings, Portugal fica atrás dos países da Europa de Leste e entre os primeiros países da UE 15, excepto no caso do Cabaz 6 (100 Gbps/mês de utilização).

Se recorrermos à informação de base utilizada pela Teligen e compararmos apenas as mensalidades das várias ofertas do operador histórico em Portugal em Outubro de 2007¹⁰⁷, conclui-se que as mensalidades das ofertas residenciais do operador histórico em Portugal encontram-se sempre abaixo da média dos preços praticados pelos congéneres dos restantes países da UE 15, excepto no caso das ofertas de 24 Mbps como se referiu anteriormente.

3.4.1.7. Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais

Conforme referido na análise ao mercado anterior, na análise efectuada em 2005, o ICP-ANACOM concluiu que as empresas do Grupo PT controlavam estrategicamente as condições de oferta dos serviços prestados no retalho.

As obrigações impostas a nível grossista e as intervenções efectuadas tiveram como objectivo diminuir os incentivos para comportamentos anti-concorrenciais.

Nota-se ainda, embora noutros mercados, a existência de comportamentos anti-concorrenciais sancionados pela AdC.

3.4.1.8. Contrapoder negocial

Neste mercado, os clientes retalhistas não têm contrapoder negocial, uma vez que não existe qualquer outra oferta disponível.

¹⁰⁷ Excluíram-se todas as outras variáveis que afectam o preço das ofertas de banda larga para além da velocidade de *download*.

3.4.1.9. Concorrência potencial

A existência de barreiras à entrada permitirá a um monopolista hipotético aumentar os seus preços sem que estes atraíam novos concorrentes. O registo de entradas e saídas no mercado permitirá ajuizar da dimensão destas barreiras.

As barreiras à expansão referidas no ponto “3.4.1.2. Barreiras à entrada e à expansão” são, igualmente, barreiras à entrada de novas empresas neste mercado.

Os custos irrecuperáveis (ou afundados) poderão constituir uma outra importante barreira estrutural à entrada. Os custos irrecuperáveis são particularmente relevantes no mercado das telecomunicações. De facto, é necessário um investimento elevado para criar uma rede de telecomunicações eficiente, especialmente em áreas geográficas de menor densidade populacional e com características geográficas mais complexas, sendo previsível que apenas uma parcela reduzida deste investimento seja recuperada se o novo operador decidir abandonar o mercado.

Neste contexto, um potencial entrante pretenderá suportar tais custos de investimento se for expectável cobrir os mesmos, bem como os custos de produção, através das receitas conseguidas. O operador histórico poderá assim explorar esta assimetria sinalizando junto do potencial entrante que, caso decida iniciar a actividade naquele mercado, os preços no retalho serão demasiado baixos para cobrir todos os custos, incluindo os irrecuperáveis. Desta forma a entrada será desencorajada.

Noutro âmbito, a PTC tem sido até à data o prestador de serviço universal. Ou seja, está obrigada a oferecer acesso à rede telefónica pública comutada (RTPC) a qualquer utilizador que o solicite. Sendo a oferta “Rede ADSL PT” suportada na RTPC, é mais fácil à PTC, por via desta prestação (com todos os benefícios e custos associados), desenvolver a sua rede ADSL em zonas geográficas, à partida, menos rentáveis.

Ainda neste capítulo da concorrência potencial neste mercado, importa referir o desenvolvimento das ofertas do tipo “Naked DSL” que poderão vir a constituir um importante dinamizador do serviço de acesso em banda larga nestas zonas.

Assim, a manutenção da oferta grossista “Rede ADSL PT” é importante para a promoção da entrada de novos operadores neste mercado sem incorrerem em substanciais custos irrecuperáveis inerentes à construção de rede de acesso própria.

3.4.2. Dominância individual: conclusão

A quota de mercado do Grupo PT, o grau de concentração do mercado, a existência de barreiras à expansão, a inexistência de indícios que comprovem a existência de concorrência efectiva entre as empresas (preços e outras variáveis) e a inexistência de concorrência potencial, permitem concluir que as empresas do Grupo PT que actuam neste mercado detêm PMS (dominância individual).

3.4.3. Dominância conjunta

Uma vez concluída a existência de dominância individual neste mercado, não existe dominância conjunta no mesmo.

3.4.4. Análise prospectiva

O ICP-ANACOM considera que todos os factores que justificam a designação das empresas do Grupo PT que actuam no mercado retalhista de acesso em banda larga que abrange as “áreas NC” como empresas com PMS se manterão num horizonte de curto/médio prazo, até à próxima avaliação de PMS¹⁰⁸.

3.4.5. Avaliação de PMS: Conclusão

Considera-se que as empresas do Grupo PT que actuam no mercado retalhista de acesso em banda larga que abrange as “áreas NC” detêm PMS neste mercado.

3.5. Mercados grossistas relevantes

Segundo a CE, “o ponto de partida para a identificação dos mercados na presente recomendação é a definição dos mercados retalhistas” e “uma vez definidos os mercados retalhistas, identificam-se depois os mercados grossistas relevantes”¹⁰⁹.

Ainda segundo a CE, “apenas se devem impor controlos regulamentares aos serviços retalhistas nos casos em que as autoridades reguladoras nacionais considerem que as medidas aplicáveis ao mercado grossista ou as medidas relativas à selecção ou pré-selecção do operador não permitem atingir o objectivo de garantir uma concorrência efectiva e o cumprimento de objectivos de interesse público”¹¹⁰.

Assim, identificam-se de seguida os mercados grossistas que são relevantes no âmbito dos mercados retalhistas de acesso em banda larga e procede-se à respectiva análise da concorrência tendo em vista identificar potenciais empresas com PMS e avaliar se eventuais medidas correctivas são suficientes para assegurar uma concorrência efectiva nos mercados de acesso em banda larga.

¹⁰⁸ A próxima análise de PMS será desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no Mercado, e/ou (2) a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados; e/ou (3) no espaço de 18 meses.

¹⁰⁹ Cf. Recomendação da CE, considerando (4).

¹¹⁰ Cf. Recomendação da CE, considerando (15).

4. DEFINIÇÃO DOS MERCADOS GROSSISTAS CONEXOS

Uma vez caracterizados e definidos os mercados retalhistas de acesso em banda larga, e das pressões concorrenciais a que os mesmos estão sujeitos (quer do lado da procura, quer do lado da oferta), e de se ter concluído pela inexistência de concorrência efectiva na ausência de regulação *ex-ante*, serve a presente secção para definir e identificar os mercados grossistas conexos, conforme metodologia adoptada na Recomendação¹¹¹.

Conforme já referido na secção “1.3. A revisão da Recomendação da Comissão Europeia sobre mercados relevantes”, a CE adoptou, no dia 17.12.2007, a Recomendação na qual foram identificados 8 mercados relevantes de comunicações electrónicas cujas características podem justificar a imposição de obrigações regulamentares *ex-ante*.

Neste âmbito, a CE identificou dois mercados grossistas relacionados com serviços de acesso a dados em banda larga e serviços conexos em locais fixos:

- Mercado 4: Fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede (incluindo o acesso partilhado ou totalmente desagregado) num local fixo.
- Mercado 5: Fornecimento grossista de acesso em banda larga.

Este mercado compreende o acesso à rede não física ou virtual, incluindo o acesso em fluxo contínuo de dados (*bitstream*), num local fixo. Este mercado situa-se a jusante do fornecimento de acesso físico abrangido pelo mercado 4 atrás mencionado, porque o fornecimento de acesso grossista em banda larga pode ser materializado utilizando este recurso em combinação com outros elementos.

Note-se que o serviço incluído no mercado 4 permite tanto a oferta de serviços em banda larga como de serviços de voz em banda estreita. Refira-se que no âmbito das ofertas de retalho suportadas na OLL, os OPS têm continuado a promover o desenvolvimento de ofertas conjuntas de serviços em banda larga e de voz, adicionando, por vezes, a estes pacotes de ofertas o serviço de televisão.

4.1. Fornecimento grossista de acesso desagregado vs. fornecimento grossista de acesso em banda larga

Na anterior versão da Recomendação, a CE assumia claramente que o acesso aos lacetes locais desagregados e o acesso grossista em banda larga constituíam mercados distintos, considerando mesmo que estes dois serviços seriam complementares entre si. No entanto, já na anterior versão da Recomendação a CE avançava com o entendimento de que a existência de inovações e desenvolvimentos tecnológicos poderiam vir a justificar conclusões diferentes.

¹¹¹ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 2.1.

Na actual versão da Recomendação, a CE mantém o entendimento que o acesso aos lacetes locais desagregados e o acesso grossista em banda larga constituem mercados distintos, destacando a importância de manter a coordenação e a consistência entre a regulação destes dois mercados.

Acresce que a CE, na actual versão da Recomendação, recomenda mesmo que estes mercados sejam analisados em conjunto. Para tal, a CE explica que a razão para se identificar o mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga surge na sequência de se concluir que mesmo existindo regulação no acesso desagregado ao lacete local a mesma é insuficiente na maior parte dos Estados-Membros para se conseguir uma situação de concorrência efectiva no mercado de retalho. Esta ligação entre estes dois mercados justifica que as ARN procedam a uma análise global do mercado de banda larga onde seja avaliado, de forma sequencial, o impacto expectável da regulação no acesso ao lacete local e da regulação no fornecimento grossista de acesso em banda larga, em eventuais situações de PMS.

Actualmente, várias empresas que oferecem redes e serviços de acesso em banda larga utilizam o serviço grossista “Rede ADSL PT” porque lhes permite uma cobertura em banda larga a utilizadores que se encontrem praticamente em qualquer ponto do território nacional. No entanto, à medida que essas empresas desenvolvem a sua rede, tendem a adoptar soluções baseadas na OLL, uma vez que isso lhes permite uma maior flexibilidade e diferenciação na prestação de serviços de banda larga e utilizar mais eficientemente a sua rede, rentabilizando o investimento efectuado. Aliás, vários OPS continuam a utilizar a oferta “Rede ADSL PT” de uma forma complementar, provavelmente nos casos em que o número de clientes actual não justifica um investimento ao nível da referida central.

O ICP-ANACOM entende, assim, que o fornecimento grossista de acesso (físico) à infraestrutura de rede (incluindo o acesso completo, o acesso partilhado e o acesso ao sublacete local) num local fixo e o fornecimento grossista de acesso em banda larga constituem mercados do produto distintos.

Neste contexto, haverá que analisar se um eventual mercado grossista de acesso em banda larga suportado nas redes de distribuição por cabo se encontra no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga.

4.2. Definição do mercado de produto referente ao fornecimento grossista de acesso em banda larga

Como se conclui na secção “2.3.2. Definição do mercado do produto: conclusão”, o mercado do produto retalhista de acesso em banda larga é constituído pelos serviços de acesso em banda larga através de ADSL e de modem de cabo prestados a clientes residenciais e não residenciais.

Na secção seguinte, analisa-se a possibilidade de:

- os serviços grossistas de acesso em banda larga suportados na rede telefónica pública comutada; e

- os serviços grossistas de acesso em banda larga suportados na rede de distribuição por cabo

se encontrarem no mesmo mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga ou em mercados separados.

4.2.1. Serviços grossistas de acesso em banda larga suportados na rede telefónica pública comutada vs. Serviços grossistas de acesso em banda larga suportados na rede de distribuição por cabo

Na anterior análise do mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga, o ICP-ANACOM concluiu que o mercado relevante de fornecimento grossista de acesso em banda larga inclui os serviços de acesso em banda larga suportados na RTPC e nas redes de distribuição por cabo.

Tal conclusão assentou, por um lado, na relação de substituíbilidade que existe, ao nível do retalho, entre o serviço de acesso em banda larga através de ADSL e o serviço de acesso em banda larga através de modem de cabo e, por outro, no facto de uma hipotética oferta grossista de acesso em banda larga suportada na rede de distribuição por cabo¹¹² apresentar características objectivas e de utilização pretendida semelhantes às ofertas grossistas de acesso em banda larga suportadas na RTPC.

Neste contexto, e para efeitos de análise de substituíbilidade do lado da oferta, foi tido em conta o fornecimento interno:

- na rede de distribuição por cabo, uma vez que os serviços de acesso em banda larga através de modem de cabo são prestados segundo um modelo de integração vertical, já que são as mesmas entidades – os operadores de rede – que actuam nos mercados grossista e retalhista;
- na RTPC, uma vez que o operador dominante – o Grupo PT – actua num modelo de integração vertical, participando, simultaneamente, nos mercados grossista e retalhista.

Acresce que, no âmbito daquela análise de mercado se concluiu que, independentemente de se incluir os serviços de acesso em banda larga suportados nas redes de distribuição por cabo no

¹¹² Na análise de mercado realizada em 2005, o ICP-ANACOM concluiu que, embora fosse tecnicamente possível, na prática, a hipotética oferta de serviços grossistas de acesso em banda larga de um operador de rede de distribuição por cabo poderá não ser economicamente viável, face às ofertas grossistas de acesso em banda larga suportadas na RTPC fortemente reguladas (incluindo o OLL) e à consequente procura destes serviços.

Também os OPS defenderam que a imposição de um acesso grossista na rede de distribuição por cabo para efeitos de acesso em banda larga que permitisse uma diversificação de serviços (i.e. que não constituísse uma mera revenda), teria mais custos regulatórios do que benefícios para o mercado.

Nesse âmbito, o Grupo PT defendeu que uma eventual oferta grossista de acesso em banda larga sobre o cabo não se configura como uma oferta de fluxo contínuo de dados que permita a alocação de uma capacidade específica entre o cliente final e o operador alternativo para prestar ofertas de banda larga no sentido preconizado pela Recomendação da Comissão e descreveu as limitações que tornam, alegadamente, a rede de distribuição por cabo distinta da RTPC e desvantajosa face a esta, em termos de oferta grossista para serviços de acesso em banda larga.

mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga, ou de se definirem dois mercados distintos, as conclusões de PMS não se alteravam¹¹³.

Na Recomendação, a CE admite claramente que, a nível do retalho, existem várias possibilidades de acesso em banda larga em local fixo, nomeadamente através das redes xDSL e das redes de distribuição por cabo, sendo que a tecnologia xDSL se mantém a principal tecnologia de acesso a nível europeu.

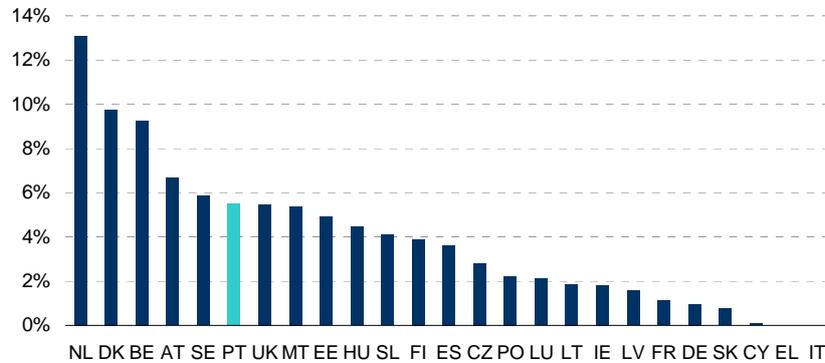
Quando analisa os *inputs* grossistas para o acesso em banda larga, a CE manifesta que, mesmo observando-se melhorias significativas nos sistemas de cabo, estes apresentam coberturas muito limitadas, alegando que a desagregação das redes de cabo não se apresenta como uma possibilidade tecnológica ou economicamente viável, considerando, por isso, que uma solução equivalente à OLL não pode ser prestada nas redes de distribuição por cabo.

Tendo por referência as anteriores análises de mercado, a CE conclui na Recomendação que, nos casos em que existe uma rede de distribuição por cabo a oferecer acesso em banda larga, a cobertura dessa rede é frequentemente limitada e o acesso grossista a essas redes não constitui um substituto directo aos produtos de acesso grossista suportados em xDSL (quer do lado da procura quer do lado da oferta). Por este motivo, a Comissão considera que a inclusão deste produto no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga não se justifica.

De acordo com a informação disponível, Portugal continua a ser um dos Estados-Membros onde o grau de desenvolvimento ou de implantação das redes de distribuição por cabo atinge uma dimensão mais significativa, conforme evidenciado pelos dados já apresentados nesta análise, nomeadamente, os referentes à cobertura dos alojamentos cablados – que atingem cerca de $\frac{3}{4}$ das habitações – e à bidireccionalidade das redes que se traduz num número considerável de assinantes do serviço de acesso em banda larga através desta tecnologia, apesar de o número de clientes de acesso à Internet em banda larga através de ADSL já o ter superado. No Gráfico 16, apresentam-se as taxas de penetração dos serviços de acesso em banda larga suportados nas redes de distribuição por cabo em vários Estados-Membros da UE.

¹¹³ Nomeadamente porque o Grupo PT tinha então quotas de mercado muito acima de 50% em qualquer um dos casos.

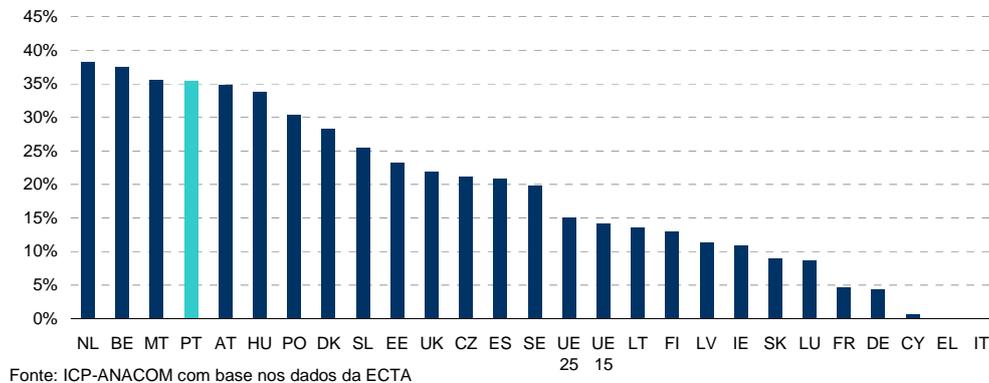
Gráfico 16 – Penetração dos serviços de acesso em banda larga (em termos de população) suportados nas redes de distribuição por cabo na UE (Setembro 2007)



Fonte: ICP-ANACOM com base nos dados da ECTA

Comparando com os restantes Estados-Membros, verifica-se que Portugal continua a ser dos países onde os acessos em banda larga através de modem de cabo têm um peso mais significativo no total dos acessos em banda larga, ultrapassando claramente a média europeia (vide Gráfico 17).

Gráfico 17 – Peso dos acessos em banda larga suportados nas redes de distribuição por cabo no total de acessos em banda na UE (Setembro 2007)



Fonte: ICP-ANACOM com base nos dados da ECTA

Conforme concluído anteriormente, o acesso em banda larga através de ADSL e o acesso em banda larga através de modem de cabo são serviços substitutos ao nível do retalho, apresentando funcionalidades semelhantes do ponto de vista do utilizador final (acesso permanente, débitos equivalentes e claramente superiores aos obtidos através de serviços de acesso em banda estreita).

Mesmo não existindo, a nível grossista, uma oferta de acesso em banda larga suportada na rede de distribuição por cabo, e tendo em conta a relação de substituíbilidade existente ao nível do retalho entre o acesso em banda larga através de ADSL e o acesso em banda larga através de modem de cabo, importa analisar o impacto que estes serviços têm entre si ao nível grossista.

Até à data, a PTC tem sido obrigada a fornecer um produto de acesso grossista em banda larga suportado em ADSL.

Adicionalmente, a PTC, os operadores de cabo e os operadores beneficiários da OLL prestam a si próprios, teoricamente, um serviço grossista ao seu departamento retalhista verticalmente integrado que é utilizado, por este, como *input* aos seus produtos de retalho de acesso em banda larga.

Na ausência de regulação os incentivos para que um produto grossista seja disponibilizado a terceiros são muitos reduzidos. Mas mesmo que não exista, nas redes de distribuição por cabo, uma verdadeira oferta grossista de acesso em banda larga a terceiros (apenas existe o fornecimento interno), poderão existir constrangimentos indirectos suficientes ao nível do retalho que levem à conclusão que o acesso ADSL e o acesso cabo estão incluídos no mesmo mercado de acesso grossista em banda larga.

Tendo em mente que a definição do mercado é um meio para atingir um fim – fim este que visa avaliar se os consumidores finais estão suficientemente protegidos por uma concorrência efectiva e se é ou não necessária regulação *ex-ante* – é necessário identificar todos os produtos relevantes que podem constituir um constrangimento suficiente entre si.

Na definição de mercados grossistas podem surgir situações em que o grau de substituíbilidade entre dois produtos ao nível do retalho pode ser tal que leve a constrangimentos indirectos ao nível dos preços grossistas dos produtos. Se esses constrangimentos forem ignorados, as conclusões podem ser erradas, sendo o poder de mercado sobrestimado e podendo os mercados ser regulados desnecessariamente (ou vice-versa).

Constrangimentos indirectos de preços

Um constrangimento indirecto de preço traduz-se na existência de uma situação em que, apesar da reduzida relação de substituíbilidade directa entre produtos a nível grossista, o aumento do preço do *input* grossista que se traduz num aumento do preço do serviço retalhista conexo, leva a uma elevada taxa de substituição do produto retalhista, tornando esse aumento de preço grossista não rentável. Esta substituição resulta, assim, de uma **forma indirecta**, de factores verificados no mercado retalhista associado.

Partamos de uma situação em que existe um aumento do preço de um determinado produto ou *input* grossista (*input A* na Figura 7). Como não existe uma relação significativa de substituição directa entre os produtos/*inputs* grossistas alternativos não existe uma transferência directa de clientes do produto que aumentou o preço por outro que seja substituto e que manteve o preço. Assim, os operadores que comprem esse *input* acabam por continuar a utilizá-lo apesar do aumento de preço verificado, aumentando os custos do produto final comercializado no retalho (que se assume concorrencial).

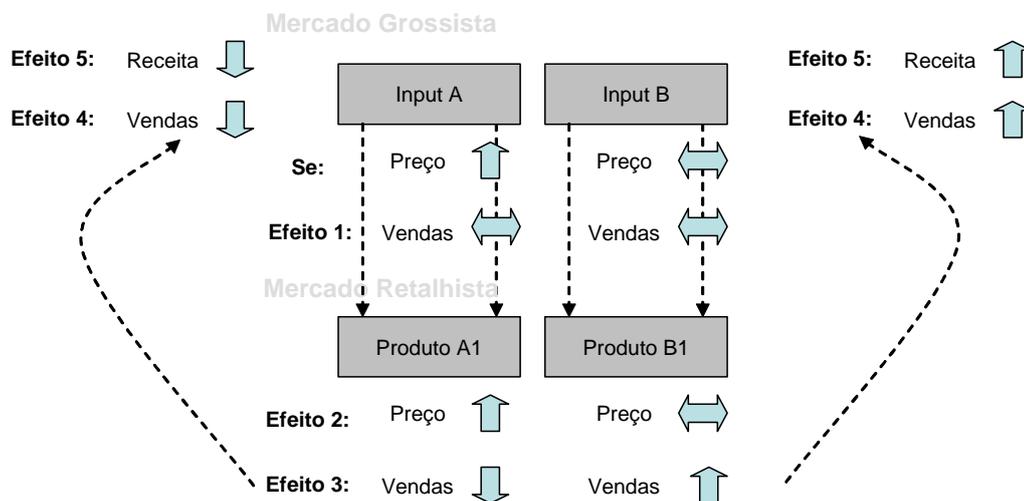
Com efeito, assumindo que o mercado retalhista é concorrencial, o aumento de custos terá de ser transferido para o preço de retalho do produto final (efeito 2 na Figura 7). Com o aumento do preço retalhista e caso existam outros produtos retalhistas que utilizem outros *inputs* grossistas e, por isso, não tenham aumentado o preço, pode existir uma substituição do primeiro produto pelos outros (efeito 3 na Figura 7).

A diminuição de vendas do produto no retalho e conseqüente aumento de vendas dos produtos retalhistas substitutos leva a que o mercado grossista também possa ser afectado. Uma menor

quantidade de vendas retalhistas do produto que utiliza o *input* grossista que aumentou de preço conduz a uma redução das vendas desse mesmo *input* (efeito 4 na Figura 7). Da mesma forma, o aumento das vendas dos produtos retalhistas que utilizam outros *inputs* grossistas leva a que o consumo destes aumente. Ou seja, conforme indicado anteriormente, apesar da inexistência de substituíbilidade directa entre produtos/*inputs* grossistas pode existir uma elevada elasticidade procura-preço cruzada entre esses *inputs*.

A eventual substituição de consumo existente a nível de retalho pode fazer com que o operador grossista acabe por reduzir a sua receita total (efeito 5 na Figura 7) na sequência do aumento do preço do *input* que controla, o que torna essa decisão não provável pelo que se traduz na existência de um constrangimento indirecto de preço.

Figura 7 – Existência de constrangimento indirecto de preço



Como se torna evidente através da análise da figura anterior, a existência de uma redução na receita do operador que decide aumentar o preço do *input* em resultado de um constrangimento indirecto do preço está dependente de mais condições e efeitos do que numa situação de constrangimento directo.

Uma vez concluída a existência de constrangimentos indirectos, há que avaliar sobre a intensidade dos mesmos, em função da procura derivada existente no mercado retalhista.

Há primeiro que ter em conta a forma como o custo do *input* grossista afecta o preço do produto retalhista. Nesse sentido é importante considerar qual a proporção do preço retalhista que resulta do preço do *input* grossista e a forma como uma alteração deste último preço influencia o preço de retalho. Quanto maior o peso dos custos relacionados com o *input* grossista que aumenta o preço, maior será também a alteração do preço retalhista do produto que utiliza esse *input*¹¹⁴.

¹¹⁴ Cave, Stumpf e Valetti (2006) mencionam que apenas quando a proporção de custos grossistas equivale pelo menos a 50% do preço retalhista é que o efeito do constrangimento indirecto se torna suficientemente elevado.

Actualmente, no que respeita às ofertas de banda larga existentes no mercado, verifica-se que:

- o peso da componente “Rede ADSL PT” no preço de retalho, varia entre os 60% e os 70%;
- o peso da OLL no preço de retalho das ofertas de acesso em banda larga é mais complexo de aferir, dados os diferentes serviços prestados sobre um mesmo lacete, aproximando-se, no entanto, para as ofertas de débitos mais reduzidos, dos 50%¹¹⁵.

Um ponto essencial passa por verificar qual a elasticidade preço da procura do produto retalhista cujo preço do *input* grossista aumenta. Ou seja, a forma como o consumo retalhista do produto diminui caso o seu preço aumente.

A este respeito já se concluiu, através do teste SSNIP que um aumento de 10% no preço de uma oferta retalhista de acesso em banda larga de um monopolista hipotético faria com que os utilizadores substituíssem essa oferta por ofertas de acesso em banda larga suportadas nas redes de distribuição por cabo, tornando esse aumento de preços não rentável. Ou seja, concluiu-se que, em resultado desse teste, as ofertas de banda larga suportadas em ADSL e em modem de cabo estavam no mesmo mercado relevante. Tal entendimento mantém-se, obviamente, no caso de aumentos de preços grossistas de 10% que se traduzem em aumentos de preços retalhistas de 6% a 7%. No caso da OLL, dado o relativo menor peso do preço grossista nos preços da oferta de retalho, os constrangimentos indirectos não são tão fortes, justificando-se definir e analisar o mercado grossista (OLL) com e sem a consideração do constrangimento indirecto.

Este entendimento encontra-se, aliás, alinhado com o defendido no estudo efectuado por três especialistas nesta matéria relativo à revisão de mercados incluídos na anterior recomendação sobre mercados relevantes¹¹⁶.

Fornecimento interno e vendas cativas

No âmbito da análise de potenciais constrangimentos internos podem surgir questões relacionadas com o fornecimento interno e as situações de vendas cativas.

A questão do fornecimento interno está relacionada com a existência de operadores verticalmente integrados, i.e. operadores que actuam no mercado grossista e que têm operações simultâneas num mercado retalhista associado. A opção pela integração vertical de um negócio está normalmente associada a vantagens relacionadas com os custos de transacção (e.g.

¹¹⁵ Veja-se, por exemplo, o peso da mensalidade do acesso completo ao lacete local (8,99 euros), no preço da mensalidade da oferta de 4 Mbps da Vodafone (de 19,9 euros). Note-se que ao preço da mensalidade do lacete local, há que adicionar outros preços grossistas, tais como os relacionados com a co-instalação (nomeadamente, cabos de ligação interna, espaço e energia) e os relacionados com o transporte de sinal. Considerando apenas os custos com (i) o lacete local na modalidade de acesso completo (instalação e mensalidade), (ii) a co-instalação em regime de espaço aberto (instalação e mensalidade), (iii) a ligação interna e (iii) o transporte do sinal, estima-se em cerca de 11 euros o custo grossista médio, por utilizador, incorridos pelo operador com maior número de acessos desagregados (co-instalado em cerca de 200 MDF e com cerca de 200 mil acessos desagregados). Assim, tendo em conta o preço das ofertas de acesso em banda larga desse operador (em Junho de 2008, 16,45 euros, 24,71 euros e 32,98 euros, sem IVA, respectivamente para as ofertas de 4 Mbps, 12 Mbps e 24 Mbps), estima-se em 67%, 44% e 33%, respectivamente, o peso da componente grossista no preço de retalho.

¹¹⁶ Vide estudo “*A review of certain markets included in the Commission’s Recommendation on Relevant Markets subject to ex ante Regulation*”, efectuado por Martin Cave, Ulrich Stumpf e Tommaso Valletti.

controlo total da qualidade dos *inputs* fornecidos) ou a existência de economias de escala e de âmbito.

Um operador poderá ser totalmente integrado verticalmente não existindo qualquer distinção entre a entidade que actua a nível grossista e aquelas que actuam a nível retalhista ou pode até existir uma separação formal entre essas entidades. Nestas situações de integração vertical pode o operador não actuar directamente no mercado grossista (i.e. não oferece a terceiros os *inputs* grossistas que produz) ou, alternativamente, prestar serviços grossistas a terceiros e, simultaneamente, ter uma operação, directa ou indirecta, no mercado retalhista.

Os conceitos de fornecimento interno e de vendas cativas, embora não coincidentes¹¹⁷, estão relacionados. De facto, as vendas cativas constituem os fornecimentos ocorridos num mercado que, durante um período de tempo relevante para a definição de um mercado, não estão dependentes das condições existentes nesse mercado. Ou seja, se um fornecedor grossista e um operador retalhista acordam as condições de venda de uma determinada quantidade de *input* durante o período de tempo relevante para a análise de mercado, essa quantidade de *input* deverá ser considerada como uma venda cativa, uma vez que as condições comerciais existentes no mercado grossista durante esse período não terão qualquer efeito sobre essa transacção¹¹⁸.

Este será também o caso de um operador verticalmente integrado que, durante o período relevante para a análise, não tenha capacidade para aumentar a produção, nem possa passar a comercializar uma parte da quantidade produzida no mercado grossista a terceiros. Porém, caso a capacidade de produção de um operador verticalmente integrado (mesmo que utilize unicamente o fornecimento interno) possa ser “desviada”¹¹⁹, num intervalo de tempo relevante para análise, para o mercado grossista, influenciando directamente esse mercado, esta capacidade deve ser considerada como não cativa.

Note-se que as vendas cativas correspondem a situações que não podem influenciar de forma directa o mercado em que ocorrem. Contudo, conforme foi explicado anteriormente, existe a possibilidade de as vendas cativas, por exemplo de um operador verticalmente integrado que não irá comercializar os *inputs* grossistas a terceiros, afectarem indirectamente (através do mercado retalhista) o mercado grossista.

Sobre a importância dos constrangimentos indirectos nos preços, a CE entende que este factor pode e deve ser tido em conta numa análise de mercados, devendo, no entanto, ser considerado ao nível da avaliação de PMS.

No âmbito das análises de mercado já realizadas após a publicação da Recomendação da CE, destaca-se a análise do mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga realizada pela OFCOM onde aquela ARN considera a existência de constrangimentos indirectos para

¹¹⁷ Existem vendas cativas em situações onde não existe fornecimento interno e a existência de fornecimento interno não implica necessariamente que se esteja perante uma situação de vendas cativas.

¹¹⁸ Um exemplo consistirá numa situação em que existe um contrato de longo/médio prazo em que as partes acordam as condições de venda durante um certo período.

¹¹⁹ Por exemplo, devido a um aumento do preço do serviço grossista, incentivando o aumento da produção para que possa ser disponibilizada no mercado ou mesmo o desvio do fornecimento interno para fornecimento a terceiros.

incluir os acessos cabo no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga e, subsequentemente, tem em conta o fornecimento interno.

Nos comentários à notificação desta análise de mercado, a CE entende que ao considerarem-se os constrangimentos na fase de definição do mercado, e se esses constrangimentos forem fracos, existe o risco de se condicionar, à priori, a avaliação de PMS e de se subavaliar a verdadeira extensão do poder de mercado ao nível grossista ao incluir-se o fornecimento interno de todos os operadores verticalmente integrados, independentemente de condicionarem ou não o comportamento de mercado do operador incumbente.

A CE considera ainda que um aumento nos preços ao nível grossista será diluído quando é passado para o retalho, pelo que a substituição poderá ocorrer a uma escala muito pequena em resposta a um pequeno aumento no preço de retalho – isto dependerá do grau de resposta do cliente ao nível do retalho. Assim, a CE aconselha cautela na interpretação das quotas de mercado calculadas com base nos constrangimentos indirectos.

Adicionalmente, e no âmbito da avaliação do efeito da substituíbilidade indirecta, a CE considera ser necessário demonstrar que:

- (a) os ISP são obrigados a passar um aumento hipotético no preço grossista para os seus clientes de retalho com base numa relação entre o preço grossista e o preço retalhista;
- (b) existe substituíbilidade do lado da procura suficiente ao nível do retalho com base nos constrangimentos indirectos que torne não rentável o aumento no preço grossista;
- (c) os clientes dos ISP não mudarão, de forma significativa, para o operador de retalho do monopolista hipotético integrado, nomeadamente se este último não aumentar os próprios preços de retalho¹²⁰.

Acresce que a CE conclui que, como a OFCOM apenas tem em consideração os constrangimentos indirectos na definição de mercado para as áreas onde a OFCOM conclui que a existência dos mesmos tem capacidade para exercer constrangimentos suficientes na concorrência, as conclusões seriam idênticas às que resultariam da avaliação destes constrangimentos ao nível da avaliação de PMS.

No caso de se optar por incluir apenas os constrangimentos directos na definição do mercado e ponderar a existência de constrangimentos indirectos apenas na avaliação de PMS, assegura-se que apenas os produtos claramente substitutos são incluídos na definição do mercado. Refira-se contudo que, numa perspectiva económica, fará sentido identificar e incluir todos os constrangimentos competitivos relevantes logo na fase de definição do mercado, o que não será conseguido satisfatoriamente com esta opção. Será também uma alternativa inconsistente com

¹²⁰ Segundo a Comissão, o monopolista hipotético poderá aumentar os preços grossistas e manter os preços de retalho a um nível inferior ao dos ISP que adquirem os *inputs* grossistas sem incorrer em compressão de margens podendo, assim, ganhar clientes dos ISP e, simultaneamente, não perder clientes para as plataformas alternativas, fazendo com que o aumento do preço grossista seja rentável. Note-se, no entanto, que caso os preços retalhistas estejam alinhados com os custos reais incorridos na prestação dos serviços (o que acontece, entre outros, num mercado concorrencial), um aumento dos preços grossistas conduzirá previsivelmente a uma situação de compressão de margens, pelo que necessariamente o aumento dos preços grossistas levará a um aumento dos preços retalhistas.

o próprio teste SSNIP. Note-se que os constrangimentos indirectos são reflectidos na elasticidade da procura de *inputs* grossistas por parte das empresas que operam a nível retalhista, influenciando o mercado grossista na hipótese colocada aquando da realização de um teste SSNIP.

Assim, com esta abordagem corre-se o risco de se produzirem definições de mercado ou mesmo estimativas para as quotas que não são adequadas à realidade competitiva do mercado em questão. Porém, nesta situação, caso se tenha consciência e se reconheça que o objectivo da definição do mercado é apenas isolar o conjunto de produtos/*inputs* directamente substituíveis e não necessariamente definir todos os constrangimentos competitivos existentes no mercado e, posteriormente, na fase de avaliação de PMS, se considerem todos os constrangimentos (incluindo os indirectos) provenientes do “exterior” do mercado definido poder-se-á também chegar a conclusões adequadas sobre a realidade competitiva do mercado.

Na opção de incluir os constrangimento directos e indirectos na definição do mercado, serão tidos em conta não só os produtos/*inputs* directamente substitutos mas também aqueles que devido à existência de constrangimentos indirectos provenientes do retalho acabam por poder ser considerados como pertencendo ao mesmo mercado grossista¹²¹.

Nesta situação, julga-se que a identificação e representação, dentro de um mesmo mercado, de todos os constrangimentos (directos e indirectos) que são enfrentados por uma empresa que produza um determinado *input* é conseguida de forma mais adequada, conseguindo-se na fase de definição do mercado uma caracterização competitiva mais aproximada da realidade. Do mesmo modo, também as quotas de mercado estimadas serão mais representativas da situação competitiva existente no mercado.

Em última análise, a opção por incluir ou não os constrangimentos indirectos na definição do mercado não deveria alterar as conclusões finais relativamente à avaliação de PMS. Ou seja, caso se opte por considerar os constrangimentos indirectos na definição do mercado – resultando num mercado mais alargado e com quotas de mercado dos intervenientes mais diluídas – e se conclua que nesse mercado não existe um operador com PMS, então, optando por apenas utilizar constrangimentos directos na definição do mercado – definindo um mercado mais reduzido e estimando maiores quotas de mercado – a ponderação dos constrangimentos que são exteriores ao mercado definido deverá ser suficiente para concluir que o mercado é competitivo.

Note-se, porém, que não existindo formas únicas de analisar a existência de PMS e assumindo que nem sempre está disponível toda a informação necessária e adequada à tomada de decisão, os passos processuais e a ordem dos mesmos podem ser determinantes.

Nesse sentido, será importante ter em devida conta que, caso a definição do mercado seja utilizada para estimar quotas de mercado que sejam representativas das condições competitivas existentes nesse mercado, ou mesmo, quando se defina alguma regra ou procedimento em

¹²¹ Isto pode ser realizado através de um alargamento horizontal do mercado grossista passando a incluir os serviços/*inputs* que acabam por influenciar indirectamente este mercado ou através de um alargamento vertical do mercado, definindo um único mercado funcional englobando o mercado grossista e o mercado retalhista.

função das quotas de mercado estimadas, será adequado ponderar devidamente todos os constrangimentos directos e indirectos aquando da definição do mercado. Caso contrário, podem vir a ser retiradas conclusões ou adoptados procedimentos que não sejam adequados às reais condições existentes no mercado.

A este respeito, deve destacar-se que a importância dos constrangimentos indirectos não deverá, em nenhuma situação, ser desvalorizada pelo facto de se tratar de um factor que resulta do “exterior” do mercado. Em algumas situações, a existência de constrangimentos indirectos de preços pode demonstrar-se muito mais efectiva no assegurar de preços competitivos a nível grossista do que uma situação em que apenas existem constrangimentos directos. O facto de um constrangimento indirecto estar relacionado com vários níveis da cadeia de valor de um produto não significa que seja menos efectivo. Pelo contrário, e especialmente quando a concorrência a nível grossista é menos intensa do que a concorrência a nível retalhista, a efectividade dos constrangimentos é motivada precisamente por a sua influência não estar relacionada directamente com o mercado grossista.

Neste contexto, e tendo em conta o mercado retalhista de banda larga em Portugal – onde os produtos de banda larga suportados na rede de distribuição por cabo concorrem com os produtos que utilizam a tecnologia ADSL como *input* – considera-se que o mercado grossista do fornecimento em banda larga inclui quer os produtos suportados em ADSL quer os produtos suportados na rede de distribuição por cabo, mesmo na ausência de uma oferta grossista suportada na rede de distribuição por cabo.

Note-se que as redes de distribuição por cabo cobrem actualmente cerca de $\frac{3}{4}$ das habitações, existindo um operador (ZON Multimédia) que se destaca claramente em termos de dimensão e controlo de acessos. Considera-se que a não inclusão do serviço de acesso em banda larga suportado na rede de distribuição por cabo no mercado grossista de fornecimento de acesso em banda larga resultaria numa definição do mercado demasiado estreita.

Verifica-se também uma tendência para o aumento da concorrência no mercado retalhista, especialmente nas áreas geográficas com maior densidade populacional, devido aos investimentos realizados pelos operadores alternativos na OLL e no aumento da cobertura das redes de distribuição por cabo. São também de considerar os efeitos competitivos decorrentes da concretização do *spin-off* da ZON Multimédia.

Quanto à questão do peso que os preços ao nível grossista possam ter na definição do preço ao cliente final, refira-se que, conforme já referido, considerando as estimativas de custos grossistas realizadas pelo ICP-ANACOM no âmbito da avaliação da existência de esmagamento de margens nas ofertas de banda larga do Grupo PT, a proporção destes custos no total do preço retalhista corresponde também a cerca de 60-70%.

Por fim, caso não se considerasse o fornecimento interno, a dimensão do mercado em causa seria pouco representativa da realidade. A este respeito, conclui-se da Tabela 25 que, no tocante ao mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga:

- Nas “áreas C” apenas 2% dos acessos são disponibilizados a terceiros;
- Nas “áreas NC” apenas 6% dos acessos são disponibilizados a terceiros;

Tabela 25 – Peso do fornecimento interno no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga

Grupo PT	Áreas C		Áreas NC	
Grupo PT	267.137	27%	445.769	72%
- Fornecimento interno	245.674	25%	407.285	65%
- Fornecimento a terceiros	21.463	2%	38.484	6%
Beneficiários da ORALL (fornecimento interno)	252.711	26%	30.521	5%
Operadores de distribuição por cabo	458.791	47%	147.096	24%
TOTAL	978.639	100%	623.386	100%

No mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo a situação é semelhante (a disponibilização de infra-estrutura a terceiros – OLL – representa apenas 7% do mercado).

4.2.1.1. Conclusão

Pelo acima exposto, conclui-se que o mercado relevante de fornecimento grossista de acesso em banda larga inclui os serviços de acesso em banda larga suportados na RTPC e nas redes de distribuição por cabo.

A não inclusão dos serviços de acesso em banda larga suportados nas redes de distribuição por cabo neste mercado não deveria resultar numa análise de PMS distinta, uma vez que tal hipótese apenas reforçaria as quotas de mercado do Grupo PT¹²². No entanto, julga-se que a não inclusão do serviço acesso em banda larga suportado na rede de distribuição por cabo no mercado grossista de fornecimento em banda larga resultaria numa definição do mercado demasiado estreita, face à realidade do mercado.

Decorrente desta situação, e uma vez que os serviços de acesso em banda larga através de modem de cabo são prestados segundo um modelo de integração vertical, uma vez que são as mesmas entidades – os operadores de rede – que actuam nos mercados grossista e retalhista, considera-se que para se ter em conta estes constrangimentos no cálculo das quotas de mercado, deve ser utilizado o conceito de fornecimento interno.

O mesmo se aplica aos operadores beneficiários da OLL que prestam a si próprios, teoricamente, um serviço grossista ao seu departamento retalhista verticalmente integrado que é utilizado, por este, como *input* aos seus produtos de retalho de acesso em banda larga.

Obviamente, também se considera o fornecimento interno de acesso em banda larga do Grupo PT a si próprio.

Em relação ao mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado, também se poderá considerar que os constrangimentos indirectos são suficientemente fortes para incluir, na definição de mercado, as infra-estruturas alternativas, nomeadamente as redes de distribuição por cabo. No entanto, sendo esta opção mais questionável uma vez que, conforme explicitado

¹²² Atendendo a que os acessos em banda larga suportados nas redes de distribuição por cabo não entrariam para efeitos de estimação das quotas de mercado.

na secção 4.2.1, os constrangimentos indirectos são, neste caso, mais fracos¹²³, opta-se, além da opção pela inclusão do fornecimento interno, também por avaliar o mercado considerando apenas o fornecimento grossista de acesso desagregado a terceiros.

Nas Figuras seguintes apresenta-se, esquematicamente, a definição dos mercados em causa e a forma como são estimadas as quotas de mercado.

Figura 8 – Representação esquemática da definição dos mercados retalhistas e da estimação das quotas de mercado com (gráfico à esquerda) e sem regulação grossista (gráfico à direita)

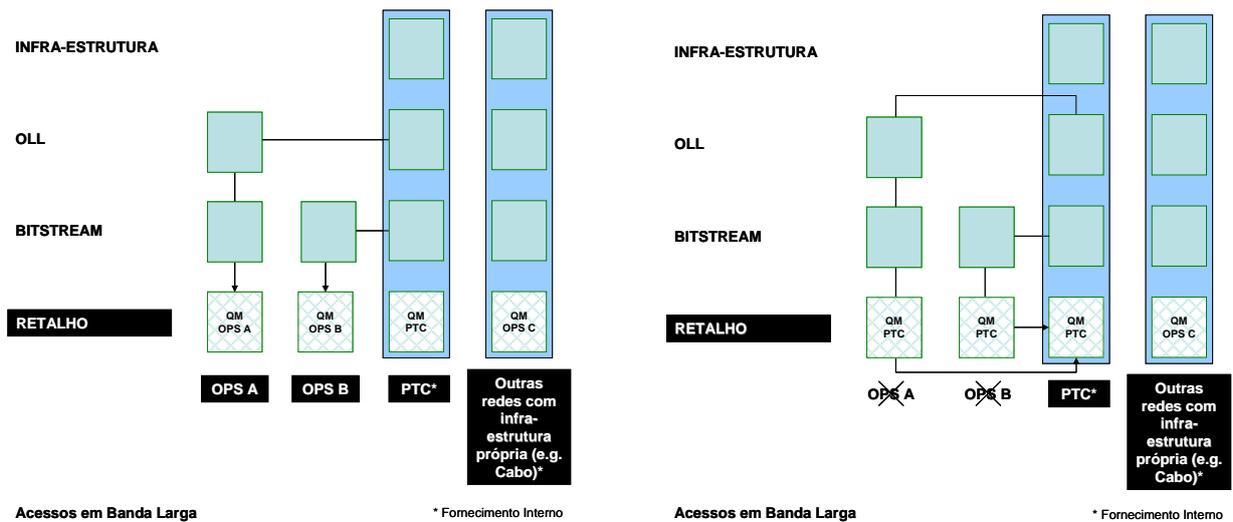
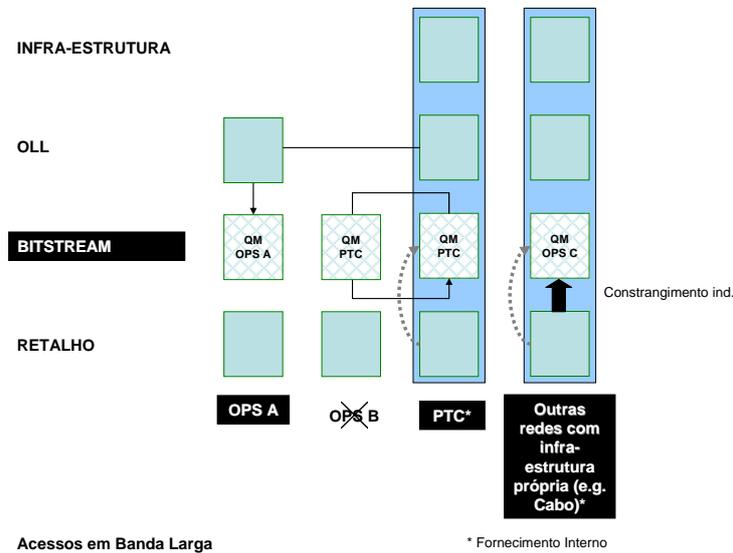
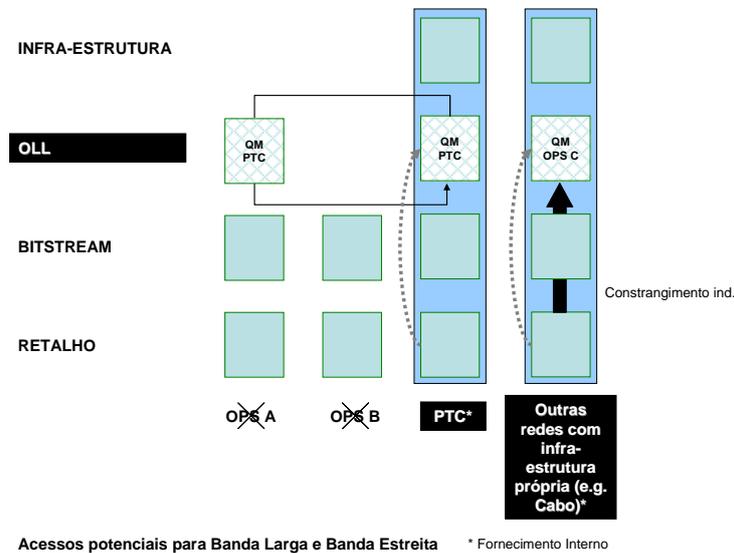


Figura 9 – Representação esquemática da definição do mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga



¹²³ Em virtude, nomeadamente, do menor peso do “input” grossista (OLL) no preço de retalho.

Figura 10 – Representação esquemática da definição do mercado de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo



4.3. Definição dos mercados geográficos

Tendo em conta a definição do mercado geográfico dos mercados retalhistas de acesso em banda larga – (a) áreas cobertas pelas áreas de central onde existe pelo menos um operador co-instalado e onde existe pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo e onde a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central é superior a 60% – “Áreas C”¹²⁴; e (b) restantes áreas – “Áreas NC”, seria, à partida, expectável que a definição do mercado geográfico ao nível dos mercados grossistas conexos fosse idêntica, até pelas diferentes pressões concorrenciais existentes nos dois mercados (retalhistas) geográficos.

Neste contexto, seriam definidos os seguintes mercados:

- 4-C) Mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo que abrange a área coberta pelas áreas de central onde existe pelo menos um operador co-instalado e onde existe pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo e onde a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central é superior a 60%¹²⁴
- 4-NC) Mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo que abrange a área coberta pelas restantes áreas de central do território nacional

¹²⁴ Inclui-se quatro áreas de central onde, (a) no concelho a que pertence, é o único sem operadores co-instalados, (b) a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central é superior a 60% e (c) o peso dos acessos de STF dessa área de central no conjunto dos acessos desse concelho é reduzido (inferior a 1,5%).

5-C) Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga que abrange a área coberta pelas áreas de central onde existe pelo menos um operador co-instalado e onde existe pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo e onde a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central é superior a 60%^{125,124}

5-NC) Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga que abrange a área coberta pelas restantes áreas de central do território nacional¹²⁶

No entanto, mesmo sem outras considerações, no caso do mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo a definição do mercado geográfico é questionável, uma vez que, neste mercado, na ausência de regulação, os lacetes desagregados são infra-estrutura própria do Grupo PT. Assim, na ausência de regulação, não haveria à partida operadores co-instalados. Quanto muito poderia definir-se, para este mercado de produto grossista, o mercado geográfico tendo em conta a existência ou não de infra-estrutura alternativa que suportasse serviços de banda larga (actualmente, essencialmente a infra-estrutura dos operadores de redes de distribuição por cabo).

Ainda assim, mesmo que se definissem dois mercados geográficos para o mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo em função da existência, ou não, de infra-estrutura alternativa, as quotas de mercado seriam as seguintes (para estimar estas quotas de mercado e por simplificação, teve-se apenas em conta a infra-estrutura de distribuição por cabo¹²⁷ e a infra-estrutura da rede de STF da PTC¹²⁸, uma vez que as restantes infra-estruturas de acesso directo são, para este efeito, negligenciáveis, não alterando o sentido da conclusão):

Tabela 26 – Quotas de mercado no mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo na situação hipotética de se definir dois mercados geográficos em função da existência, ou não, de infra-estrutura alternativa

	Áreas com redes de distribuição por cabo	Áreas sem redes de distribuição por cabo
Grupo PT	62%	100%
ZON Multimédia	28%	0%
Cabovisão	8%	0%
Outros	2%	0%

Ou seja, em termos de quotas de mercado os dois mercados apresentam condições concorrenciais semelhantes (i.e., quotas de mercado do Grupo PT significativamente acima de

¹²⁵ Doravante designado por “mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas áreas C”.

¹²⁶ Doravante designado por “mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas áreas NC”.

¹²⁷ Tendo-se distribuído os assinantes de redes de distribuição por cabo em cada concelho pelas áreas de central em função do n.º de assinantes de STF ligados às áreas de central localizadas nesse dado concelho e cobertas por redes de distribuição por cabo.

¹²⁸ Em termos de assinantes de STF.

40%), pelo que a junção dos mesmos num único mercado não altera o resultado final da sua avaliação¹²⁹.

4.4. Mercados susceptíveis de regulação *ex-ante*

A Comissão considera que os mercados identificados para efeitos de regulação *ex-ante* deverão obedecer a três critérios cumulativos¹³⁰:

- Obstáculos à entrada e ao desenvolvimento da concorrência: persistência de fortes obstáculos à entrada, sejam de natureza estrutural, jurídica ou regulamentar.
- Aspectos dinâmicos: verificar se as características do mercado não conduzirão a uma concorrência efectiva num horizonte temporal pertinente, sem necessidade de intervenção regulamentar *ex-ante*. A aplicação deste critério implica o exame da situação da concorrência por detrás dos obstáculos à entrada.
- Eficácia relativa do direito da concorrência e da regulamentação *ex-ante* complementar: suficiência do direito da concorrência para, por si só, suprir as insuficiências persistentes no mercado.

Uma vez que os mercados do produto definidos no âmbito dos mercados de acesso em banda larga são idênticos aos mercados recomendados pela CE e que, segundo a Comissão, os mercados enumerados na Recomendação foram identificados com base nos três critérios cumulativos acima referidos¹³¹, consideram-se que os mercados definidos nesta avaliação são relevantes para efeitos de regulação *ex-ante*, sendo, por esse motivo, avaliada a existência de PMS nos mesmos.

Conforme já referido na secção “1.5. O processo de análise de mercados”, a avaliação de PMS destes mercados será feita de forma sequencial, analisando-se primeiro o mercado grossista do fornecimento de acesso desagregado (incluindo a análise das eventuais obrigações a impor) e só depois o mercado do fornecimento grossista em banda larga.

A análise das condições concorrenciais no(s) mercado(s) associado(s) ao fornecimento grossista de acesso em banda larga e das eventuais obrigações que devam ser impostas nesse(s) mercado(s) devem ter em consideração os efeitos expectáveis das obrigações já definidas no mercado situado numa posição superior da cadeia de valor vertical.

¹²⁹ Em algumas situações, poder-se-á utilizar indistintamente as designações “fornecimento grossista de acesso desagregado ao lacete local” ou “fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo” para designar a mesma situação, embora o segundo mercado tenha, obviamente, um âmbito mais alargado.

¹³⁰ Cf. Recomendação (5).

¹³¹ Cf. Recomendação (17).

5. AVALIAÇÃO DE PMS NO MERCADO DO FORNECIMENTO GROSSISTA DE ACESSO (FÍSICO) À INFRA-ESTRUTURA DE REDE NUM LOCAL FIXO

Como referido na secção 3, de acordo com o art.º 60.º, n.º 1 da Lei n.º 5/2004 (14.º da Directiva-Quadro), “*considera-se que uma empresa tem poder de mercado significativo se, individualmente ou em conjunto com outras, gozar de uma posição equivalente a uma posição dominante, ou seja, de uma posição de força económica que lhe permita agir, em larga medida, independentemente dos concorrentes, dos clientes e mesmo dos consumidores*”.

O PMS pode ser detido por apenas uma empresa no mercado (dominância individual) ou por mais do que uma entidade (dominância conjunta). Adicionalmente, nos casos em que uma empresa tem PMS num mercado relevante específico, pode também considerar-se como tendo PMS num mercado estreitamente relacionado, no qual as ligações entre os dois mercados são tais que permitem que o poder de mercado detido num mercado sirva de alavanca para o outro mercado, fortalecendo assim o poder de mercado da empresa (alavancagem de PMS).

Quanto aos critérios para avaliação de PMS, o que foi referido na secção “3.1. Critérios para avaliação de PMS” é igualmente aplicável à avaliação de PMS dos mercados grossistas.

Quanto aos critérios particulares a utilizar na avaliação de PMS dos mercados grossistas, entende o ICP-ANACOM que os critérios mais relevantes são os seguintes:

- Quotas de mercados e crescimento do mercado
- Potenciais quotas de mercado futuras
- Barreiras à entrada e à expansão
- Economias de escala e de gama
- Integração vertical
- Tendência e comportamento dos preços
- *Benchmarking* internacional
- Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais
- Contrapoder negocial

• Outros critérios para avaliação de PMS

Quanto aos restantes critérios, explica-se de seguida porque são considerados não relevantes ou menos relevantes nesta avaliação de PMS¹³².

Critérios não relevantes na avaliação de PMS dos mercados grossistas de banda larga

- Existência de standards/convenções – podendo existir standards técnicos para os equipamentos utilizados na prestação do acesso em banda larga, julga-se que o seu impacto

¹³² Para o efeito, são tidas em conta entendimentos apresentados no “*ERG SMP Position*”.

na concorrência é limitado, até porque os operadores utilizam de um modo geral as mesmas tecnologias e standards;

- Diversificação de produtos / serviços – este critério não é considerado relevante já que no mercado em análise o acesso é em grande parte suportado no fornecimento interno ou do próprio Grupo PT ou dos operadores de rede de distribuição por cabo;
- Rede de vendas e distribuição altamente desenvolvida – o serviço aqui em análise é adquirido apenas ao nível grossista, não carecendo por isso de uma rede de vendas e distribuição complexa e especializada;

Critérios menos relevantes na avaliação de PMS dos mercados grossistas de banda larga

- Preços excessivos – podendo suportar a conclusão de existência de PMS, este critério não será, no entanto, um pré-requisito para a existência de PMS. Não existem evidências de preços excessivos nos mercados relevantes em análise, até porque os mesmos têm vindo a ser regulados pelo ICP-ANACOM¹³³;
- Dimensão global da empresa – este critério é tido em conta no âmbito das economias de escala e de âmbito pelo que não é analisado autonomamente;
- Vantagens ou superioridade tecnológica – este critério é tido em conta no âmbito das barreiras à entrada pelo que não é analisado separadamente;
- Concorrência activa ao nível de outros parâmetros – este critério é considerado no âmbito das economias de gama, não sendo por isso analisado individualmente;
- Capacidade dos clientes para aceder e utilizar informação – considera-se que de uma forma geral os clientes grossistas estão bem informados sobre as ofertas disponíveis;
- Acesso facilitado ou privilegiado aos mercados de capitais – este critério é tido em conta no âmbito das economias de gama pelo que não é analisado autonomamente.

5.1. Dominância individual

5.1.1. Quotas de mercado

As quotas de mercado no mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo são as seguintes:

¹³³ Acresce que das comparações de preços internacionais resulta que Portugal encontra-se bem posicionado no que diz respeito quer ao preço de instalação, quer à mensalidade do lacete local, nas modalidades de acesso completo e de acesso partilhado.

Tabela 27 – Evolução das quotas de mercado no mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo

	2005	2006	2007
Grupo PT	70%	67%	64%
ZON Multimédia	23%	24%	26%
Sonaecom (com Oni e Tele2)	0%	0%	0%
Cabovisão	6%	6%	7%
Vodafone	0%	0%	0%
Outros	1%	2%	2%

Neste caso, e conforme referido no **Anexo 1**, teve-se em conta todas as infra-estruturas alternativas à RTPC capazes de oferecer STF e banda larga, tendo-se considerado o fornecimento interno.

Refira-se ainda que, caso o mercado fosse definido como apenas sendo a própria oferta grossista de acesso desagregado ao lacete local (i.e., sem considerar o fornecimento interno), a PTC teria 100% de quota de mercado, qualquer que fosse a definição de mercado geográfico uma vez que é a única empresa, ainda que por imposição regulatória, a disponibilizar acesso a terceiros.

Em qualquer dos casos, o Grupo PT, que apresenta a maior quota de mercado, tem uma quota de mercado superior a 40% – o limite que tem sido utilizado na prática decisória da CE como o valor acima do qual poderá considerar que há preocupações quanto a situações de posição dominante.

5.1.2. Barreiras à entrada e à expansão

No âmbito da análise das barreiras à entrada e à expansão importa averiguar a existência de custos afundados e economias de escala e/ou economias de gama significativos. No entanto, uma vez já presentes num determinado mercado e tendo incorrido em custos afundados, estes tornam-se irrelevantes na análise de barreiras à entrada passando eventualmente a constituir uma barreira à saída do mercado.

Custos afundados

A generalidade dos operadores que oferecem serviços de retalho de acesso em banda estreita e em banda larga, incluindo a ZON Multimédia em parte deste mercado, já investiu na capacidade de prestar aqueles serviços suportando, para o efeito, custos já afundados. Assim, de uma forma geral estes operadores estão em condições de expandir as suas actividades a outros clientes sem incorrerem em mais custos afundados significativos.

Economias de escala e de gama

Os custos associados ao desenvolvimento e expansão dos serviços de banda estreita e de banda larga estão sujeitos a economias de escala significativas.

Quanto a economias de gama, verifica-se que a generalidade dos operadores presentes neste mercado presta uma multiplicidade de serviços: serviço de chamadas telefónicas, televisão sobre IP, “*video on demand*” e outras ofertas de valor adicional.

Dadas as características deste mercado poderá existir alguma atractividade para a entrada de operadores investindo em infra-estrutura própria, nomeadamente caso haja facilidade no acesso a infra-estrutura (designadamente condutas).

Adicionalmente, 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.

5.1.3. Integração vertical

Conforme já mencionado, a existência de empresas integradas verticalmente poderá colocar os concorrentes não integrados em desvantagem concorrencial, já que poderá verificar-se a alavancagem de poder de mercado de um mercado para outro, nomeadamente quando o concorrente integrado fornece ao concorrente não integrado um factor de produção ou consumo intermédio essencial. Nestas circunstâncias, torna-se mais difícil a uma empresa não integrada responder ao aumento da procura ocorrido na sequência de um aumento de preço de um concorrente.

No âmbito deste mercado destaca-se o Grupo PT, composto por empresas verticalmente integradas, com presença quer ao nível do mercado grossista quer ao nível do mercado de retalho. Assim, se uma dessas empresas tiver PMS num mercado a montante, tal situação poderá conferir a oportunidade de transferir poder de mercado para mercados a jusante, afectando desse modo a concorrência. Em particular, se existir dificuldade em conseguir *inputs* do mercado grossista ou em obter esses *inputs* a um preço competitivo podem acentuar-se as barreiras à entrada ao nível do retalho.

Assim, este critério não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

5.1.4. Tendência e comportamento dos preços

A política de preços no retalho e a sua evolução ao longo do tempo podem constituir um bom indicador sobre o grau de concorrência no mercado.

Em relação a preços grossistas, releva-se que as únicas ofertas grossistas relevantes existentes na prática (a oferta de acesso a condutas e a OLL), têm visto os seus preços reduzirem-se apenas em resultado da intervenção regulatória.

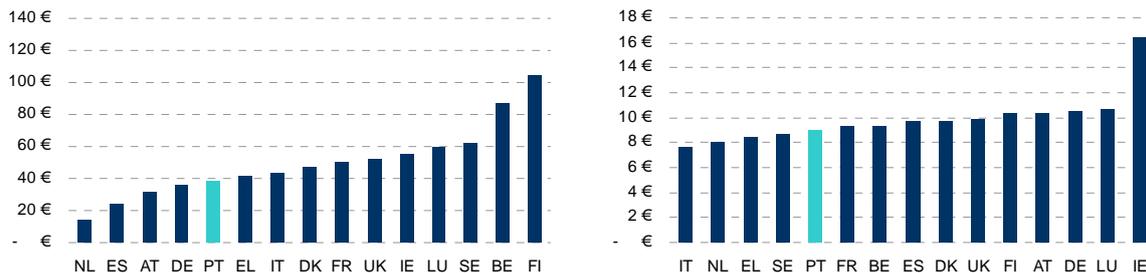
Tal facto, não é indicativo de um mercado concorrencial.

5.1.5. Benchmarking internacional

Em relação à OLL, conforme acima referido, os preços têm sido reduzidos por iniciativa do ICP-ANACOM.

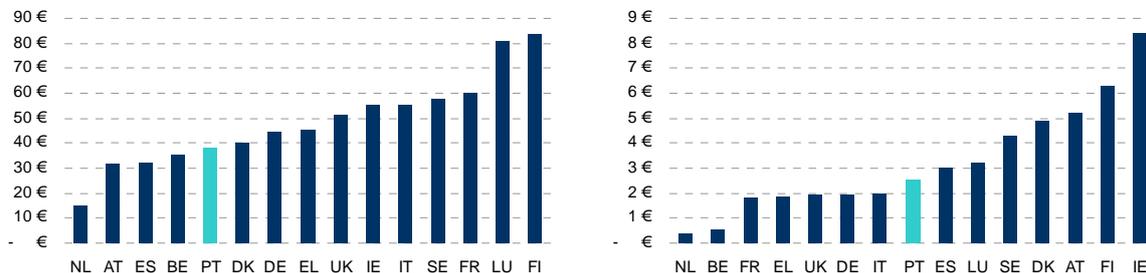
Em resultado desta iniciativa, os preços de instalação e mensalidade do lacete local encontram-se abaixo da média da UE.

Gráfico 18 – Comparação dos preços de instalação (gráfico à esquerda) e mensalidade (gráfico à direita) do acesso completo a nível da UE 15 (Março 2008)



Fonte: *Cross-country analysis – Cullen International.*

Gráfico 19 – Comparação dos preços de instalação (gráfico à esquerda) e mensalidade (gráfico à direita) do acesso partilhado a nível da UE 15 (Março 2008)



Fonte: *Cross-country analysis – Cullen International.*

Sendo estes preços impostos por intervenção regulatória, este critério não é relevante para efeitos de avaliação de PMS.

5.1.6. Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais

Conforme anteriormente referido, na análise efectuada em 2005, o ICP-ANACOM concluiu que as empresas do Grupo PT controlavam estrategicamente as condições de oferta dos serviços prestados no retalho.

As obrigações impostas a nível grossista e as intervenções efectuadas tiveram como objectivo diminuir os incentivos para comportamentos anti-concorrenciais.

Registou-se ainda a existência de comportamentos anti-concorrenciais, sancionados pela AdC, nomeadamente no tocante ao acesso a condutas e, mais recentemente, nos circuitos alugados.

5.1.7. Contrapoder negocial

Neste mercado, como se referiu, as intervenções no sentido de melhoria das ofertas grossistas têm sido da iniciativa do ICP-ANACOM, o que mostra que os clientes dessas ofertas têm um reduzido poder negocial.

5.1.8. Concorrência potencial

Apenas em zonas de elevada densidade populacional e empresarial, poderá haver alguma concorrência potencial, nomeadamente com o investimento que se perspectiva no âmbito das NRA, por parte de OPS, e com a possibilidade de as mesmas se tornarem redes abertas.

5.2. Dominância individual: conclusão

A quota de mercado do Grupo PT, a existência de barreiras à expansão, a inexistência de indícios que comprovem a existência de concorrência efectiva entre as empresas (preços e outras variáveis) e a inexistência de concorrência potencial, permitem concluir que as empresas do Grupo PT que actuam neste mercado detêm PMS (dominância individual).

5.3. Dominância conjunta

Uma vez concluída a existência de dominância individual neste mercado, não existe dominância conjunta no mesmo.

5.4. Análise prospectiva

O ICP-ANACOM considera que todos os factores que justificam a designação das empresas do Grupo PT que actuam no mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo como empresas com PMS se manterão num horizonte de curto/médio prazo, até à próxima avaliação de PMS¹³⁴.

¹³⁴ A próxima análise de PMS será desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no Mercado, e/ou (2) a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados; e/ou (3) no espaço de 18 meses.

5.5. Avaliação de PMS: Conclusão

Considera-se que as empresas do Grupo PT que actuam no mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo detêm PMS neste mercado.

6. IMPOSIÇÃO DE OBRIGAÇÕES

Nas secções anteriores foram identificados e analisados os mercados retalhistas de acesso em banda larga e grossistas no âmbito do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo, tendo-se concluído que o Grupo PT detém PMS nesses mercados.

Uma vez concluído que uma empresa detém PMS num mercado, o ICP-ANACOM deve impor uma ou mais obrigações regulamentares ou manter ou alterar essas obrigações, caso já existam¹³⁵.

De acordo com as Linhas de Orientação¹³⁶, caso se conclua que um mercado relevante está sujeito a uma concorrência efectiva não podem ser impostas obrigações nesse mercado. Note-se que o mesmo documento refere nomeadamente que *“se a ARN tiver anteriormente imposto a uma ou mais empresas obrigações regulamentares nesse mercado, a ARN deve suprimir essas obrigações e não poderá impor quaisquer novas obrigações a essa(s) empresa(s). Conforme estabelecido no n.º 3 do artigo 16.º da directiva-quadro, quando a ARN propõe a supressão de obrigações regulamentares existentes, deverá comunicá-lo aos interessados com uma antecedência razoável”*.

É entendimento desta Autoridade que, caso exista uma situação de supressão das obrigações actualmente existentes, será muito importante ter em consideração o modo como as obrigações actualmente em vigor podem ser suprimidas de uma forma adequada e que não prejudiquem os utilizadores finais e as partes envolvidas.

Na imposição, alteração e na supressão de obrigações o ICP-ANACOM tem em consideração alguns princípios que resultam dos documentos da CE, do ERG, da Lei n.º 5/2004 e, obviamente, também dos princípios e objectivos regulatórios estabelecidos no seio desta Autoridade.

Julga-se adequado que estes princípios sejam conhecidos do mercado e tidos em consideração antes da imposição (supressão) de qualquer obrigação no mercado.

6.1. Princípios tidos em conta na imposição, alteração e supressão das obrigações

De forma a minorar ou eliminar os problemas concorrenciais, é função do ICP-ANACOM seleccionar as obrigações que, directa ou indirectamente, afectam as variáveis estratégicas das empresas dominantes, assegurando que tais obrigações se revistam de determinados requisitos, nomeadamente:

- (a) sejam adequadas à natureza dos problemas de concorrência identificados na fase de avaliação de PMS, proporcionais e justificadas à luz dos objectivos de regulação consagrados no art.º 5.º da Lei n.º 5/2004 (art.º 55.º, n.º 3, alínea a), da Lei n.º 5/2004);

¹³⁵ Cf. Linhas de Orientação §21 e §114.

¹³⁶ Cf. Linhas de Orientação §113.

- (b) sejam objectivamente justificáveis em relação às redes, serviços ou infra-estruturas a que se referem (art.º 55.º, n.º 3, alínea b), da Lei n.º 5/2004);
- (c) não originem uma discriminação indevida relativamente a qualquer entidade (art.º 55.º, n.º 3, alínea c), da Lei n.º 5/2004);
- (d) sejam transparentes em relação aos fins a que se destinam (art.º 55.º, n.º 3, alínea d), da Lei n.º 5/2004).

Adicionalmente, o ICP-ANACOM deve, no estrito cumprimento do quadro regulamentar nacional e das Directivas comunitárias, privilegiar uma intervenção proporcional, impondo o mínimo de obrigações que permitam ultrapassar os problemas de concorrência identificados e que contribuam eficazmente para a evolução para uma situação concorrencial.

O ICP-ANACOM tem por objectivo último de regulação promover a concorrência na oferta de redes e serviços de comunicações electrónicas, de recursos e serviços conexos, contribuir para o desenvolvimento do mercado interno da União Europeia e ainda promover os interesses dos cidadãos¹³⁷. Em especial, incumbe ao ICP-ANACOM assegurar que os utilizadores obtenham o máximo benefício em termos de escolha, preço e qualidade, assegurar a inexistência de distorções ou entraves à concorrência no sector das comunicações electrónicas, bem como encorajar investimentos eficientes em infra-estruturas e promover a inovação.

Conforme já referido, na ausência de concorrência efectiva em mercados retalhistas, o quadro regulamentar em vigor privilegia a imposição de obrigações ao nível dos mercados grossistas conexos, podendo, apenas em último recurso, impor-se medidas regulamentares nos mercados retalhistas¹³⁸.

A primazia da imposição de obrigações a nível grossista relativamente à imposição de obrigações nos mercados retalhistas apresenta a vantagem de procurar resolver os problemas existentes através de medidas impostas directamente onde se identificam problemas. Adicionalmente, os efeitos dessas medidas têm influência não apenas nos mercados grossistas onde elas são impostas mas também nos mercados retalhistas relacionados, promovendo a concorrência e a existência de benefícios para os utilizadores finais. Por último, há ainda que referir que o princípio da primazia da imposição de obrigações nos mercados grossistas deve estar alinhado com o objectivo de promover o investimento eficiente em infra-estruturas e a promoção da inovação.

De acordo com os art.ºs 67.º a 72.º e 74.º a 76.º da Lei n.º 5/2004, as obrigações susceptíveis de ser impostas às empresas com PMS no âmbito do mercado identificado são:

- (a) a transparência na publicação de informações, incluindo propostas de referência;
- (b) a não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações;

¹³⁷ Cf. Lei n.º 5/2004, art.º 5.º.

¹³⁸ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 4.

- (c) a separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e/ou a interligação;
- (d) dar resposta aos pedidos razoáveis de acesso;
- (e) o controlo de preços e de contabilização de custos.

Na análise e definição das obrigações a impor são também tidos em conta, conforme anteriormente referido, os princípios estabelecidos no âmbito da posição conjunta do ERG sobre a matéria, apresentada no documento “*Revised ERG Common Position on the approach to Appropriate remedies in the ECNS regulatory framework*”¹³⁹, de Maio de 2006, bem como as posições comuns sobre as melhores práticas na imposição de obrigações nos mercados 4 e 5¹⁴⁰.

Na Recomendação¹⁴¹ da CE existe um reconhecimento de que certos mercados identificados estão relacionados, existindo conseqüentemente uma sequência lógica na análise dos mesmos.

A este respeito é indicado que, em primeiro lugar, devem ser analisados os mercados que estão situados em posições superiores da cadeia de valor vertical:

“In general, the market to be analysed first is the one that is most upstream in the vertical supply chain. Taking into account the ex-ante regulation imposed on that market (if any), an assessment should be made as to whether there is still SMP on a forward-looking basis on the related downstream market(s). This methodology has become known as the “modified greenfield approach”. Thus the NRA should work its way along the vertical supply chain until it reaches the stage of the retail market(s). A downstream market should only be subject to direct regulation if competition on that market still exhibits SMP in the presence of wholesale regulation on the related upstream market(s).”

A CE indica¹⁴², nomeadamente, que no que diz respeito ao fornecimento grossista de acesso em banda larga é recomendável que as ARN comecem por analisar a regulação a impor no mercado de acesso desagregado ao lacete local:

“For example, with regard to wholesale broadband access, it is recommended that NRAs first analyse the market for local loop unbundling. Taking into account regulation imposed on that market, the market for wholesale broadband access should then be analysed. If that market continues to exhibit SMP on a forward looking basis despite the presence of LLU regulation (unless the NRA finds that the market no longer fulfils the three-criteria test and excludes it from regulation on that basis), appropriate regulation on the wholesale broadband access market should be imposed.”

¹³⁹ Disponível em http://www.erg.eu.int/doc/meeting/erg_06_33_remedies_common_position_june_06.pdf.

¹⁴⁰ Disponíveis em http://erg.eu.int/doc/publications/erg_06_70_rev1_wla_cp_6_june_07.pdf e em http://erg.eu.int/doc/publications/erg_06_69rev1_wba_cp.pdf.

¹⁴¹ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 2.5.

¹⁴² Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 2.5

Ainda de acordo com a Comissão, “*especialmente nas fases iniciais da implementação do novo quadro, a Comissão não espera que as ARN suprimam obrigações regulamentares existentes impostas a operadores com PMS que tenham sido designadas para satisfazer necessidades regulamentares legítimas que continuam a ser relevantes, sem que sejam apresentadas provas claras de que essas obrigações atingiram o seu objectivo e já não são, por conseguinte, necessárias pelo facto de a concorrência ser considerada efectiva no mercado relevante*”¹⁴³. Apesar de não estar obviamente relacionada directamente com a fase inicial de implementação do novo quadro, o ICP-ANACOM terá em consideração esta recomendação quando suprimir as obrigações existentes, justificando devidamente os motivos pelos quais estas já não são necessárias, tendo também em devida conta as medidas necessárias para que a supressão seja efectuada de forma adequada para os mercados e seus intervenientes, especialmente o utilizador final.

Em relação à supressão ou alteração de obrigações regulamentares, o ERG¹⁴⁴ defende nomeadamente que: “*When an NRA removes an obligation or replaces one obligation with another, it should give an appropriate period of notice before the change takes effect, in order to avoid undue disruption to the market players.*”

Segundo as Linhas de Orientação da CE “*se uma ARN determinar que um mercado relevante está sujeito a uma concorrência efectiva, não poderá então impor obrigações a qualquer operador nesse mercado relevante ao abrigo do artigo 16.º. Se a ARN tiver anteriormente imposto a uma ou mais empresas obrigações regulamentares nesse mercado, a ARN deve suprimir essas obrigações e não poderá impor quaisquer novas obrigações a essa(s) empresa(s). Conforme estabelecido no n.º 3 do artigo 16.º da directiva-quadro, quando a ARN propõe a supressão de obrigações regulamentares existentes, deverá comunicá-lo aos interessados com uma antecedência razoável*”¹⁴⁵.

Tal disposição encontra-se também reflectida no n.º 3 do art.º 59.º da Lei n.º 5/2004.

6.2. Imposição de obrigações no mercado de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo

6.2.1. Obrigações actualmente em vigor

Conforme já referido, em 30 de Março de 2005, o ICP-ANACOM aprovou a decisão final relativa à análise do mercado em causa e tendo em máxima conta as Linhas de Orientação, esta Autoridade concluiu que o Grupo PT tinha PMS no mercado e que era adequado, proporcional e justificado impor as obrigações constantes da Tabela 28 (todas as obrigações encontravam fundamento no art.º 66.º da Lei n.º 5/2004, atendendo a que não existia concorrência efectiva no mercado).

¹⁴³ Cf. Linhas de Orientação, §119.

¹⁴⁴ Cf. “Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework”, Secção 5.6.2.

¹⁴⁵ § 113.

Tabela 28 – Obrigações em vigor impostas às empresas do Grupo PT que actuam no mercado relevante

Obrigações	Mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado (incluindo acesso partilhado) a lacetes e sublacetes metálicos para oferta de serviços em banda larga e de voz
Acesso e utilização de recursos de rede específicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acesso aos lacetes e sub-lacetes locais e a recursos conexos ▪ Negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso ▪ Não retirar o acesso já concedido a determinados recursos
Transparência na publicação de informações, incluindo propostas de referência	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicação da ORALL ▪ Pré-aviso de 30 dias para alterações na oferta
Não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não discriminar indevidamente na prestação do acesso aos lacetes e sublacetes locais e a recursos conexos
Separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e/ou a interligação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema de custeio e separação contabilística
Controlo de preços e contabilização de custos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fixar preços orientados para os custos ▪ Manutenção da metodologia adoptada para estimativa de custos ▪ Possibilidade para evoluir para modelos de custos prospectivos incrementais de longo prazo
Reporte financeiro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilização dos registos contabilísticos (SCA) incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros

Nas secções seguintes do documento, partindo das obrigações apresentadas supra, tomando em consideração os princípios relevantes na imposição de obrigações nos mercados relevantes e os motivos que estão na base da existência de PMS neste mercado, esta Autoridade irá analisar se é adequado manter ou alterar as obrigações actualmente em vigor, avaliando as mesmas face aos princípios e requisitos previstos na Lei n.º 5/2004 e face às actuais condições do mercado.

Note-se que serão considerados os problemas concorrenciais actuais e os que potencialmente poderão surgir no âmbito do mercado em análise e no período que decorre até à realização da próxima análise de mercado¹⁴⁶. Note-se que o ICP-ANACOM encontra-se a analisar autonomamente as questões relacionadas com a evolução para NRA e pode vir proximamente a definir o seu entendimento em relação a esta matéria. Naturalmente, poderão vir a ser definidos, nesse âmbito, obrigações que decorrem da presente análise de mercado e da análise específica relativamente à evolução para NRA. Assim, a imposição de obrigações genéricas na presente análise (e.g., obrigação de acesso e utilização de recursos de rede específicos) em nada prejudica a especificação e concretização das mesmas obrigações em documentos autónomos. A respeito das NRA, a CE entende que¹⁴⁷:

“Deployment of NG access networks modifies the competitive environment in a number of markets, in particular LLU and wholesale broadband access. However, as long as competitive conditions have not changed, the move to NGNs does not provide an opportunity to roll back

¹⁴⁶ A próxima análise de mercado será desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no mercado ou (2) logo que a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados ou (3) no espaço de 18 meses.

¹⁴⁷ Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 3.3.

regulation on existing services. For some time, competitors will have an ongoing need for access to copper at the MDF level or to bitstream type services at different levels in the network.”

e que:

“In applying remedies, regulators need to find ways to promote the deployment of new and more efficient network architectures while at the same time recognising the investments made by new entrants on the basis of current architectures. National authorities will need to carefully follow and evaluate developments in order to ensure that appropriate Access remedies are maintained for the forward-looking periods for which competition is judged to be ineffective, and to avoid undermining or discouraging efficient entry. Remedies such as duct sharing, access to dark fibre, mandated backhaul from the street cabinet, and new forms of bitstream access, could be considered where these are appropriate, bearing in mind that, in line with Article 8 of the Framework Directive, remedies should aim, inter alia, at stimulating economically efficient investment in infrastructure. This may call for some transitional arrangements to be considered, to allow time for adaptation of existing business models.”

6.2.2. Acesso e utilização de recursos de rede específicos

6.2.2.1. Consequências da eventual supressão da obrigação

Da avaliação de PMS nos mercados retalhistas de acesso em banda larga resulta que um dos factores que, recentemente, tem levado à redução de quota e de poder de mercado do Grupo PT tem sido o fornecimento de acesso desagregado ao lacete local, com todas as obrigações associadas e intervenções por parte do ICP-ANACOM. Conforme se mostrou na avaliação de PMS, no mercado retalhista de acesso em banda larga nas “áreas C”, na ausência da obrigação de acesso desagregado ao lacete local (e na ausência de fornecimento grossista de acesso em banda larga), a quota de mercado do Grupo PT seria superior a 50%. Nestes termos, é imprescindível manter a obrigação de acesso desagregado ao lacete local que é uma das formas de acesso que mais contribui para a promoção da inovação e do investimento eficiente em infra-estruturas, contribuindo ainda para um compromisso de longo prazo por parte dos operadores que dele beneficiam.

Esta forma de acesso poderá vir, em algumas situações, a ser posta em causa, nomeadamente, devido a investimentos por parte do operador dominante em NRA e também com a disseminação de pontos de atendimento e a deslocalização de acessos de pontos de atendimento principais para pontos de atendimento secundários. Neste âmbito, a necessidade de informação detalhada e atempada sobre evoluções na rede de acesso é imprescindível para que os OPS possam avaliar o seu impacto e avaliar diferentes opções de investimento. Estes aspectos terão a melhor atenção por parte desta Autoridade no âmbito da já referida análise relativamente às NRA.

O ICP-ANACOM considera que a supressão da obrigação de acesso e utilização de recursos de rede específicos não é adequada e poderá trazer consequências adversas ao mercado. Julga-se nomeadamente que, caso existisse uma supressão da obrigação em causa o Grupo PT teria um

incentivo para não garantir esse acesso ou, pelo menos, não o conceder em condições adequadas.

Note-se que uma empresa com PMS num dado mercado, nomeadamente no caso específico do fornecimento grossista de acesso desagregado, com vista a alavancar o seu poder de mercado, tem um incentivo significativo para recusar o acesso à sua rede ou a negociação, em condições razoáveis, com empresas que operam (ou pretendam oferecer serviços) nos mercados retalhistas adjacentes e que são seus concorrentes nesses mercados. Este problema abrange tanto as situações de recusa absoluta de negociação como a oferta de produtos ou serviços em condições que não sejam razoáveis.

Perante uma eventual situação de inexistência de acesso e utilização de recursos de rede específicos utilizados na desagregação do lacete local existiriam também alterações significativas em termos concorrenciais em todos os mercados grossistas associados. Estas alterações teriam um carácter real relativamente a todos os acessos desagregados até à data mas teriam também repercussões futuras significativas. Ou seja, os mercados seriam afectados não apenas pelo número de acessos que actualmente já estão desagregados mas também pelos acessos que deixariam de ser desagregados. Note-se que o número de acessos desagregados trimestralmente tem apresentado continuamente um número elevado. Atendendo à informação disponível e considerando a análise às condições existentes no mercado não é expectável que, prospectivamente, ocorram grandes oscilações relativamente ao número de lacetes desagregados.

Entre os mercados grossistas situados num nível inferior da cadeia de valor que seriam mais afectados encontram-se o mercado grossista de fornecimento de acesso em banda larga e os mercados de voz relacionados com o mercado de acesso à rede telefónica pública num local fixo. Relativamente ao mercado grossista de fornecimento de acesso em banda larga há que ponderar que, tendo em conta a noção de fornecimento interno e a existência de constrangimentos indirectos de preço, as quotas de mercado calculadas incluem os acessos à Internet em banda larga fornecidos pelos operadores co-instalados no âmbito da OLL. Note-se que, deixando de ter em consideração estes acessos no cálculo das quotas de mercado (simulando uma hipotética indisponibilidade do fornecimento de acesso desagregado), estariam em causa cerca de 26% dos acessos nas “áreas C” ou 5% dos acessos nas “áreas NC”, correspondendo a uma evidente degradação das condições concorrenciais reais e prospectivas.

Para além da degradação evidente das condições concorrenciais teria de ser considerado o facto de se poder colocar em causa todo o investimento realizado pelos operadores alternativos que têm vindo a apostar de forma crescente na OLL. Considere-se nomeadamente a evolução registada no número de centrais locais em que existem operadores co-instalados apresentada no Gráfico 5. Também aqui existiria um eventual efeito real sobre todo o investimento que tem vindo a ser realizado mas também consequências negativas relativamente ao investimento futuro de operadores alternativos, traduzindo-se numa contradição com os princípios da promoção do investimento e da inovação, ponderando a existência de uma “escada do investimento” na qual a OLL se tem traduzido num dos principais “degraus”.

Acresce que, na presente análise foi identificado que a disponibilização de ofertas retalhistas suportadas na OLL introduziu uma concorrência significativa no mercado retalhista, tendo os

operadores alternativos que utilizam estas ofertas conseguindo obter acréscimos significativos de quota do mercado retalhista e apresentado um leque de ofertas bastante competitivas. A supressão da obrigação de acesso e utilização de recursos de rede específicos permitiria que o operador com PMS negasse (ou disponibilizasse em condições não razoáveis) o acesso a recursos fundamentais para a provisão das ofertas retalhistas em questão conduzindo a uma redução significativa de concorrência no mercado retalhista, permitindo-lhe obter ganhos significativos com essa recusa.

Atente-se que a indisponibilidade de ofertas retalhistas suportadas na OLL corresponderia igualmente a prejuízos significativos para os utilizadores finais que deixariam de ter disponíveis várias opções de subscrição de ofertas em termos de preço, qualidade e serviços agregados incluídos. A este respeito há que mencionar que a indisponibilidade de ofertas suportadas na OLL afectaria não apenas o mercado retalhista de acesso à Internet em banda larga mas também outros mercados cujas ofertas agregadas suportadas na OLL acabam por influenciar, nomeadamente o mercado de televisão por subscrição e os mercados de acesso à rede telefónica pública num local fixo.

6.2.2.2. Outros argumentos para manter a obrigação

Ao considerar a hipótese de impor ou não uma obrigação de acesso e a proporcionalidade de tal decisão, o ICP-ANACOM deve ter em conta o art.º 72.º, n.º 4, da Lei n.º 5/2004, segundo o qual a avaliação da proporcionalidade desta obrigação passa, designadamente, pela análise da *“viabilidade técnica e económica da utilização ou instalação de recursos concorrentes, em função do ritmo de desenvolvimento do mercado, tendo em conta a natureza e o tipo da interligação e do acesso em causa; viabilidade de oferta do acesso proposto, face à capacidade disponível; investimento inicial do proprietário dos recursos, tendo em conta os riscos envolvidos na realização do investimento; necessidade de salvaguarda da concorrência a longo prazo”*.

A este respeito, considerando que a obrigação de acesso foi já imposta e concretizada no passado é de ter em conta que a viabilidade técnica e económica da imposição desta obrigação foi já demonstrada pela evolução neste mercado e nos mercados relacionados. Da mesma forma já não se colocam quaisquer questões relativamente a eventuais riscos no investimento efectuado para disponibilizar a oferta de acesso em causa. Pelo contrário, conforme já referido, há que ponderar todos os investimentos realizados pelo operador com PMS e pelos operadores que investiram nesta oferta salvaguardando a sua manutenção e a defesa da concorrência a longo prazo.

Ficou também demonstrado que será previsível que uma empresa verticalmente integrada com PMS no mercado grossista tente restringir o acesso aos seus produtos e serviços grossistas à medida que novas entradas no mercado de retalho diminuam o seu poder de mercado ao nível retalhista. Ao negar o acesso, a empresa dominante pode conseguir reforçar o seu poder de mercado (e poderá cobrar preços excessivos no mercado de retalho). Desta forma, essa empresa poderá alavancar o seu poder de mercado do mercado grossista para o mercado retalhista (potencialmente competitivo). Os efeitos de bem-estar social decorrentes desse tipo de comportamento são claramente negativos.

Na decisão de 30 de Março de 2005, o ICP-ANACOM já considerou a possibilidade do desenvolvimento de concorrência ao nível do mercado grossista, sendo que a concretização desse desenvolvimento poderia resolver os problemas identificados. Nessa altura concluiu-se que, *“mesmo sabendo que é possível às empresas concorrentes investir na sua própria rede, poderá não ser desejável e não é praticável, a replicação da rede de acesso local suportada em pares metálicos”*. A este respeito note-se que o Regulamento (CE) n.º 2887/2000 indica que *“não seria economicamente viável para os novos operadores duplicar toda a infra-estrutura de acesso local em fio metálico do operador histórico num prazo razoável”*¹⁴⁸. A informação disponível e a análise efectuada pelo ICP-ANACOM permitem concluir que este racional económico se mantém. Isto sem prejuízo para o anúncio de investimentos em infra-estrutura própria¹⁴⁹, nomeadamente em NRA, por parte de um dos principais beneficiários da OLL – a Sonaecom. Esses planos de investimento são, contudo, limitados a determinadas áreas geográficas, não abrangendo a totalidade do território nacional (cobertura de 25% da população portuguesa), e por um período de três anos (superior, assim, ao período expectável que decorre até à próxima análise de mercado e, na qual, o impacto de tais investimentos poderá ser analisado).

6.2.2.3. Conclusões

Na ausência de qualquer obrigação de acesso ao lacete local, o ICP-ANACOM conclui que não será expectável que a empresa com PMS mantenha voluntariamente o acesso aos seus lacetes locais¹⁵⁰, – a necessidade do Regulamento (CE) n.º 2887/2000 como instrumento inicial de regulação bem como as questões que têm merecido a intervenção do ICP-ANACOM neste âmbito são uma evidência dessa situação – sendo expectável que, na ausência da imposição de uma obrigação de acesso, a empresa com PMS se recuse a negociar em condições razoáveis e, por conseguinte, a conceder acesso aos seus lacetes e sublacetes locais e aos recursos conexos (incluindo a co-instalação nas áreas de central). Assim, o ICP-ANACOM considera que a manutenção da obrigação de acesso ao lacete e sub-lacete local e a recursos conexos (nomeadamente o serviço de co-instalação no locais onde se situam os repartidores de pares de cobre ou o serviço de entrega de sinal) baseia-se na natureza do problema identificado, é proporcional e é justificada.

Conforme referido anteriormente, o ICP-ANACOM encontra-se a analisar as questões relacionadas com a evolução para NRA e analisará, nesse âmbito, a possibilidade de impor, em acréscimo à obrigação de acesso a condutas (que resulta da Lei n.º 5/2004 e que se mantém fundamental para o desenvolvimento da concorrência neste mercado), o acesso a fibra escura, nomeadamente nas situações em que o acesso a condutas não é possível, por razões de capacidade ou de outra ordem, bem como a possibilidade de desagregar os lacetes em fibra óptica. As condições específicas de co-instalação ao nível dos armários de rua, já previstas na

¹⁴⁸ Cf. Regulamento (CE) n.º 2887/2000, considerando (6).

¹⁴⁹ Disponível em

http://www.sonaecom.pt/filedownload.aspx?schema=a67f9277-d23c-4f99-8642-9acd3e463b93&channel=44E65941-12EC-4115-9D0F-898A110E2077&content_id=93AD601F-8267-4AE1-95E8-50A41A1C0D5A&field=file_src&lang=pt&ver=1.

¹⁵⁰ Registe-se, por exemplo, a posição assumida pela Portugal Telecom na resposta à Consulta Pública sobre concorrência no acesso local, através da OLL, lançada pelo ICP-ANACOM em 10.07.2000 (disponível em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=35914>).

actual oferta, serão também analisadas nessa sede. A referida análise a essas temáticas, ainda que constituindo uma análise muito específica, deverá ser enquadrada como uma discriminação e caracterização detalhada das obrigações definidas no presente documento, a desenvolver no quadro de um processo de consulta ao mercado (que se iniciou com a publicação da consulta pública sobre a abordagem regulatória relativa às NRA¹⁵¹).

Tendo em conta os factores supramencionados previstos no art.º 72.º, n.º 4, da Lei n.º 5/2004, o ICP-ANACOM conclui que, com base na experiência acumulada no acompanhamento da OLL e no desenvolvimento destes produtos e na análise desenvolvida ao longo deste documento, a viabilidade para o Grupo PT conceder acesso aos lacetes locais e recursos conexos se encontra totalmente comprovada.

Quanto à necessidade de salvaguarda da concorrência a longo prazo, conclui-se que, uma vez que a PTC detém uma parte significativa dos acessos ao cliente final, o acesso ao lacete local constitui um serviço essencial para permitir às empresas concorrer com aquela entidade nomeadamente, mas não exclusivamente, nas ofertas de serviços de banda larga. A definição de um preço de acesso adequado permite que os concorrentes evoluam no sentido do investimento em infra-estrutura própria permitindo, simultaneamente, a oferta de serviços concorrenciais no retalho, com benefícios claros para o utilizador final. Este facto tem vindo a ser comprovado pelos desenvolvimentos ocorridos no mercado grossista em questão e também nos mercados localizados numa posição inferior da cadeia de valor vertical, nomeadamente no mercado retalhista de acesso à Internet em banda larga com um incremento substancial de concorrência nas zonas onde existem ofertas suportadas na OLL, que está aliás na base da proposta de segmentação geográfica do respectivo mercado grossista.

O referido art.º 72.º da Lei n.º 5/2004 prevê vários tipos obrigações de acesso que podem ser impostas. Adicionalmente, e à luz do referido art.º 72.º, n.º 2, da Lei n.º 5/2004, o ICP-ANACOM entende que o Grupo PT deve continuar a estar sujeito às obrigações de negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso e de não retirar o acesso já concedido a determinados recursos.

As obrigações de acesso ao lacetes e sublacetes locais e a recursos conexos correspondem às condições actualmente oferecidas pelo Grupo PT através da OLL e esta Autoridade considera que estas obrigações devem continuar a ser mantidas, sem prejuízo de condições que venham a ser especificadas e detalhadas em documentos autónomos, nomeadamente, sobre NRA.

Assim, atendendo ao mencionado, esta Autoridade considera que todas as obrigações no âmbito do acesso e utilização de recursos de rede específicos, impostas na decisão de 30 de Março de 2005, continuam a ser razoáveis, adequadas, proporcionais e justificadas. Consequentemente, todas essas obrigações devem ser mantidas.

Note-se que a obrigação de acesso não será, por si só, suficiente. O ICP-ANACOM entende que será necessário manter obrigações adicionais, previstas na Lei n.º 5/2004, para que se possa colmatar os problemas concorrenciais potenciais como os preços excessivos ou as práticas discriminatórias, assegurando a existência de um acesso em condições razoáveis e adequadas às

¹⁵¹ Vide <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=598151>.

condições existentes nos mercados relevantes para a presente análise. Estas questões são abordadas nas secções seguintes.

Entretanto e uma vez que já existem ofertas de retalho suportadas naquela oferta e alguma experiência acumulada, existirão alguns aspectos da OLL que merecem uma revisão ou actualização, com especial atenção para: (a) melhorias na informação a disponibilizar relativamente à rede de acesso e alterações nessa rede; (b) planos de previsões; (c) entrada de cabos nas centrais através das condutas da PTC; (d) reagendamentos de desagregação do lacete; (e) prazo de acesso às centrais; (f) níveis de qualidade de serviço, nomeadamente para serviços Premium; (g) compensações por incumprimento dos níveis de qualidade de serviço; (h) fecho indevido de avarias; e (i) possibilidade de os OPS instalarem tecnologias xDSL a débitos mais elevados.

6.2.3. Não discriminação

6.2.3.1. Consequências da eventual supressão da obrigação

Quando é imposta uma obrigação de acesso a uma empresa existe um forte incentivo para que essa empresa discrimine relativamente às condições em que os serviços grossistas são prestados ou nas condições em que o acesso é concedido a outras empresas que tenham operações no mercado retalhista (especialmente se essa empresa for verticalmente integrada ou possuir operações a nível retalhista).

A existência de condições de fornecimento com menor qualidade ou a preços mais elevados a essas empresas irá influenciar negativamente a qualidade dos serviços prestados pelos operadores alternativos a nível retalhista ou aumentar significativamente os custos desses operadores face aos custos da divisão retalhista do operador com PMS. Com esta actuação a competitividade dos operadores alternativos no retalho é reduzida substancialmente, traduzindo-se numa forma de alavancagem do poder de mercado a nível grossista para o mercado retalhista.

Considere-se, a título exemplificativo, uma situação em que um operador com PMS no mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado discrimina negativamente os operadores alternativos relativamente à sua divisão com operações em outros mercados situados num nível inferior da cadeia de valor vertical. Atente-se nomeadamente nos possíveis efeitos no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga e, sequencialmente, no mercado retalhista de acesso em banda larga. Uma qualidade de serviço inferior àquela prestada a divisões do negócio retalhista do operador com PMS poderia significar que os operadores alternativos não poderiam fornecer um novo acesso num período de tempo equivalente ou então não poderiam garantir um tempo de reparação de avarias equivalente ao assegurado pelo operador com PMS no mercado grossista de fornecimento em banda larga (ainda que só considerando o fornecimento interno) e, conseqüentemente, no mercado retalhista de acesso à Internet em banda larga. Como já foi mencionado este tipo de comportamentos discriminatórios também permitiriam que o operador com PMS ou as suas subsidiárias estivessem numa situação de vantagem em outros mercados cujas ofertas suportadas na OLL acabam por

influenciar, nomeadamente o mercado de televisão por subscrição e os mercados de acesso à rede telefónica pública num local fixo.

Considerando os incentivos à existência de comportamentos discriminatórios nas condições de fornecimento de acesso e utilização de recursos de rede específicos e as consequências dessa discriminação nos mercados entende-se que a manutenção da obrigação de não discriminação é justificada, adequada e proporcional face aos (reduzidos) custos existentes.

6.2.3.2. Outros argumentos para manter a obrigação

Segundo os art.ºs 66.º e 70.º da Lei n.º 5/2004¹⁵², o ICP-ANACOM pode impor, quando apropriado, obrigações de não discriminação na oferta de acesso.

Existem questões que têm sido mencionadas pelos operadores alternativos que estão relacionadas com diferenças em termos de tempos de fornecimento de serviços de desagregação do lacete local e de tempos de fornecimento de serviços similares ou relacionados nos mercados retalhistas. Estas questões têm sido suscitadas essencialmente quando estão em causa serviços com qualidade superior em termos de fornecimento da instalação e, sobretudo, reparação de avarias. Estas questões encontram-se já a ser analisadas pelo ICP-ANACOM. A este respeito esclarece-se que a existência de não discriminação não é assegurada apenas com a igualdade de tratamento relativamente aos casos mais comuns mas também com a existência de igualdade de tratamento quando estão em causa fornecimentos mais específicos ou relacionados com segmentos de mercado que têm outro tipo de necessidades e utilizações dos serviços.

Também o ERG já afirmou¹⁵³ que existem várias possibilidades de colocar os operadores concorrentes em desvantagem através de discriminação na qualidade dos serviços grossistas prestados por um operador com PMS. Para impedir que tal aconteça, o ERG defende a existência de uma obrigação de não discriminação que garanta que, em condições equivalentes, os serviços e informações prestadas pelo operador com PMS aos operadores concorrentes tenham a mesma qualidade que a garantida aos próprios serviços e às empresas subsidiárias.

Acresce que num cenário de evolução para NRA esta obrigação assume uma importância fundamental, ao nível da informação que o Grupo PT detém referente aos planos de evolução da sua própria rede e aquela que disponibiliza a terceiros, nomeadamente os beneficiários da OLL, aspecto este que é melhor detalhado na secção 6.2.4.

6.2.3.3. Conclusões

Conforme já mencionado na decisão de 30 de Março de 2005, a obrigação de não discriminação visou, principalmente, impedir o Grupo PT – entidade integrada verticalmente –

¹⁵² O art.º 66.º prevê as competências da ARN no âmbito da imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações. O art.º 70.º descreve, em particular, a obrigação de não discriminação.

¹⁵³ Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework (“Remedies” document).

de discriminar em favor das suas próprias actividades de retalho e assegurar que as empresas concorrentes, que comprem produtos grossistas ao Grupo PT, possam concorrer em igualdade de circunstâncias, no retalho. Foi também um objectivo desta Autoridade através da imposição da obrigação de não discriminação impedir que haja um tratamento diferenciado, em circunstâncias iguais, entre as várias empresas concorrentes do Grupo PT.

Continua a entender-se que esta obrigação é objectivamente justificável, já que assegura que os concorrentes do Grupo PT, e consequentemente os consumidores, não são colocados em desvantagem face aos serviços do próprio Grupo PT ou a outros concorrentes que se encontrem em igualdade de circunstâncias.

O ICP-ANACOM equacionará, também em documento autónomo, a possibilidade de impor condições de acesso equivalente, a seguir pelo Grupo PT e pelos beneficiários das ofertas (designadamente da ORAC e da ORALL) no acesso às mesmas.

6.2.4. Transparência

6.2.4.1. Consequências da eventual supressão da obrigação

A transparência é, além do mais, um complemento natural para a obrigação de não discriminação, uma vez que a capacidade de identificação de comportamentos com possíveis efeitos nefastos, através do uso de práticas discriminatórias, depende da possibilidade de detectar tal comportamento. Assim, caso exista a supressão da obrigação de transparência, a possibilidade de detectar e comprovar comportamentos discriminatórios seria significativamente afectada. Ou seja, suprimindo a obrigação de transparência, estar-se-ia a comprometer a efectividade da obrigação de não discriminação, conduzindo a que as consequências identificadas resultantes de uma eventual supressão dessa obrigação (vide secção 6.2.3) surjam e afectem negativamente os mercados.

Tendo isso em conta, considera-se evidente a importância de manter associada à obrigação de transparência a existência de uma oferta de referência adequada e de fácil acessibilidade, contendo toda a informação necessária para que os operadores alternativos que utilizam ou pretendam utilizar os serviços grossistas em causa possam fazê-lo de forma previsível e eficiente.

Para garantir a previsibilidade e facilidade de consulta da oferta (especialmente quando a oferta é alterada) considera-se que continua a ser necessário identificar devidamente as alterações efectuadas à oferta. Para garantir os objectivos mencionados considera-se que as alterações introduzidas na oferta de referência, por iniciativa da PTC, têm que ser comunicadas com antecedência de um mês relativamente ao momento em que entram em vigor. Só assim será possível continuar a garantir que os operadores têm tempo para tomar decisões e levar a cabo actividades operacionais ou relacionadas com mudanças estratégicas resultantes de eventuais alterações que venham a ser introduzidas na oferta, quando tais alterações partam da iniciativa da PTC.

6.2.4.2. Outros argumentos para manter a obrigação

O Regulamento (CE) n.º 2887/2000 prevê que a empresa com PMS no âmbito daquele quadro regulamentar publicasse uma oferta de referência para acesso ao lacete local desagregado. Conforme já mencionado, a PTC publicou a referida oferta a qual foi sendo objecto de intervenções e deliberações do ICP-ANACOM. A Lei n.º 5/2004, manteve, no art.º 69.º, aquela obrigação, estabelecendo que “*sempre que um operador esteja sujeito à obrigação de oferta de acesso desagregado ao lacete local, deve publicar a respectiva oferta de referência de acesso ao lacete local (ORALL)*” e especificando os elementos que a oferta deverá integrar.

Também o ERG defende¹⁵⁴ que, sendo particularmente complexo para uma ARN controlar a qualidade dos serviços prestados, quando se impõe uma obrigação de não discriminação poderá fazer todo o sentido apoiar esta obrigação numa obrigação de transparência. A este respeito o ERG indica nomeadamente que a obrigação de transparência poderá consistir na obrigação de oferecer níveis mínimos de qualidade dos serviços grossistas e, periodicamente, reportar os níveis de desempenho na qualidade de serviço das ofertas grossistas às ARN e, quando apropriado, aos outros operadores. O ERG considera igualmente que os níveis de desempenho reportados devem incluir os serviços prestados aos operadores alternativos e os serviços prestados pelo operador com PMS às suas empresas, de forma a monitorizar o cumprimento da obrigação de não discriminação.

O ERG defende ainda que a publicação dos níveis de desempenho praticados é preferível uma vez que se traduz num aumento de confiança para os agentes de mercado quanto à eficácia da obrigação de não discriminação.

Em documentos desenvolvidos pelo ERG¹⁵⁵, é referido, nomeadamente, que os assuntos mais críticos a considerar pelas ARN relativamente à qualidade dos serviços prestados a nível grossista estão relacionados com:

- (a) a identificação do conjunto de indicadores de qualidade de serviço;
- (b) o nível mínimo definido para cada um dos indicadores de qualidade de serviço;
- (c) as compensações por incumprimento da qualidade de serviço, e
- (d) a forma de disponibilização desses indicadores.

O ERG indica que, no caso da OLL, os critérios comparativos mínimos entre os serviços prestados no âmbito das ofertas e os serviços prestados a jusante a considerar são os níveis de serviço associados à oferta grossista de acesso em banda larga e ao retalho.

Acresce que, conforme referido anteriormente, com a disseminação de pontos de atendimento e a deslocalização de acessos de pontos de atendimento principais para pontos de atendimento secundários, a disponibilização de informação detalhada e atempada sobre evoluções na rede de

¹⁵⁴ Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework ("Remedies" document).

¹⁵⁵ Por exemplo, ERG Best Practices on Regulatory Regimes in wholesale unbundled access and bitstream Access.

acesso assume uma importância fulcral, sendo imprescindível para que os OPS possam avaliar o seu impacto e avaliar diferentes opções de investimento. Assim, entende-se que a PTC deve disponibilizar aos OPS informação detalhada e atempada sobre evoluções na rede de acesso previamente à introdução de alterações que tenham impacto nas condições existentes aquando da decisão de investimento por parte dos OPS. Neste caso, afigura-se importante, tendo também em conta a obrigação de não discriminação, que o Grupo PT informe os beneficiários da OLL, com uma antecedência razoável, (i) sobre a data em que pretende instalar um novo ponto de atendimento por forma a que possa ter em conta, na medida do possível, no dimensionamento do ponto de atendimento, as necessidades de co-instalação (pedidos firmes) dos beneficiários da OLL, (ii) sobre a existência, ou não, de espaço em conduta entre o ponto de atendimento primário e o secundário e (iii) sobre os lacetes a serem deslocalizados.

Esta questão será detalhada em documento autónomo.

6.2.4.3. Conclusões

Considerando a análise efectuada conclui-se que a obrigação de transparência deve ser mantida. Conclui-se nomeadamente que a sua supressão comprometeria a efectividade da obrigação de não discriminação, podendo conduzir a significativos prejuízos para os mercados grossistas de fornecimento de serviços relacionados com a desagregação do lacete local e outros mercados associados.

A este respeito, verifica-se que a manutenção de uma oferta de referência que contenha toda a informação necessária e nos moldes adequados para uma contratação eficiente dos serviços grossistas em causa é essencial para o bom funcionamento da OLL. Verifica-se igualmente que a facilidade na acessibilidade à oferta, o conhecimento antecipado e a identificação das alterações à mesma são condições muito importantes no que diz respeito a um cumprimento adequado da obrigação de transparência. Nesse sentido, conclui-se que a oferta deve continuar a ser disponibilizada no sítio da Internet do Grupo PT, deve identificar devidamente as alterações introduzidas e deve dar a conhecê-las ao mercado com um mês de antecedência relativamente à data de entrada em vigor das mesmas¹⁵⁶. É óbvio que todas as obrigações relativas à informação a incluir na oferta de referência e a disponibilizar ao mercado, previstas no Regulamento (CE) n.º 2887/2000 do Parlamento Europeu e do Conselho de 18 de Dezembro de 2000 relativo à OLL, se mantêm igualmente.

Conclui-se igualmente que a qualidade de serviço é um aspecto essencial em qualquer oferta de referência grossista, sendo determinante ter em conta a forma como os vários aspectos relacionados com esta característica da oferta decorrem por forma a assegurar a existência de condições concorrenciais adequadas e a prestação de serviços retalhistas que correspondam às necessidades dos utilizadores finais. Para este efeito a oferta de referência deve ser clara relativamente ao conjunto de indicadores de qualidade de serviço, definir o nível mínimo para cada um desses indicadores e as compensações a incorrer em caso de incumprimento.

¹⁵⁶ Quando tais alterações à oferta são da iniciativa da PTC.

A este respeito, considera-se que a forma como os níveis de desempenho na qualidade de serviço das ofertas grossistas são apresentadas às ARN, aos operadores e aos utilizadores finais é bastante importante quanto à efectividade da obrigação de transparência. O ICP-ANACOM tem vindo a analisar esta questão de forma detalhada e poderá vir a especificar, em documento autónomo, a forma de publicitação dessa informação.

6.2.5. Controlo de preços e contabilização de custos

6.2.5.1. Consequências da eventual supressão da obrigação

Até à data os preços da OLL e dos recursos conexos têm sido regulados de acordo com o princípio de orientação dos preços para os custos. A utilização deste tipo de racional na definição dos preços foi já explicada na deliberação de 30 de Março de 2005. Note-se também que na aplicação deste princípio, o ICP-ANACOM tem baseado as estimativas de custos:

- (a) a partir do sistema de contabilidade analítica da PTC, auditado anualmente;
- (b) a partir dos custos orçamentados e dos custos correntes dos recursos consumidos e das actividades necessárias para o fornecimento dos serviços;

e tendo também por referência adicional as práticas na União Europeia. Na avaliação dos preços são também tidos em consideração critérios de eficiência económica.

Assim, caso se suprimisse a obrigação de contabilização de custos perder-se-ia um importante instrumento de definição dos preços associados à oferta de referência em questão. Não tendo disponível esse importante instrumento estar-se-ia a conduzir o mercado a uma situação de maior incerteza relativamente aos preços grossistas definidos. Note-se que essa maior incerteza não estaria de acordo com o princípio de atingir previsibilidade e eficiência nas condições da oferta grossista.

A este respeito refira-se que, até à data, todas as reduções de preços relacionadas com a OLL foram impostas pelo ICP-ANACOM, e não na sequência de iniciativas da PTC.

Note-se também que, conforme indicado na análise de 30 de Março de 2005, a rede de acesso em pares metálicos entrançados caracteriza-se por uma ausência de concorrência, não sendo previsível, conforme demonstrado na análise efectuada no presente documento, que as condições concorrenciais prevalecentes neste mercado sofram alterações significativas¹⁵⁷, conduzindo a reduzidos incentivos para que a empresa com PMS opere de forma eficiente e reduza custos. Perante a inexistência de uma obrigação de controlo de preços e contabilização de custos não existiria a possibilidade de, simultaneamente, promover a concorrência no mercado e incentivar a eficiência por parte do operador com PMS.

No âmbito desta obrigação, o ICP-ANACOM continuará a acompanhar a evolução do mercado e das metodologias de fixação de preços, relevando a evolução também a nível das práticas

¹⁵⁷ Durante um período de tempo relevante para a presente análise.

correntes europeias, não sendo de excluir a hipótese de, no futuro, se proceder à avaliação de preços atendendo (possivelmente em conjugação com os resultados dos modelos de contabilidade analítica já estabelecidos) aos resultados de modelos de custos prospectivos incrementais de longo prazo (FL-LRIC). Continuará também a escrutinar de forma rigorosa os custos, tendo em conta critérios de eficiência, e a ter também como referência importante os preços praticados noutros Estados-Membros comparáveis.

6.2.5.2. Conclusões

Atendendo ao mencionado, o ICP-ANACOM considera objectivamente justificável e proporcional ao grau de concorrência no mercado analisado manter a obrigação de orientação para os custos dos preços grossistas e contabilização destes custos.

Conclui-se que a manutenção da obrigação de orientação dos preços para os custos promove e contribui decisivamente para a existência de uma concorrência sustentável e eficiente no mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado, incentivando a concorrência e a eficiência em toda a cadeia de valor vertical e mercados associados. Desta forma asseguram-se benefícios significativos para os utilizadores finais em termos de diversidade, qualidade e preço das ofertas disponibilizadas pelos operadores.

6.2.6. Separação de contas

6.2.6.1. Consequências da eventual supressão da obrigação

Tal como acontece com a obrigação de transparência, a obrigação de separação de contas é essencial para garantir o cumprimento e a efectividade das obrigações de não discriminação e de controlo de preços e contabilização de custos. Caso se suprimisse a obrigação de separação de contas os prejuízos identificados na eventualidade da supressão das obrigações supra referidas afectaria os mercados relevantes.

Note-se, por exemplo, que com a inexistência da obrigação de separação de contas o ICP-ANACOM teria dificuldade em monitorizar correctamente o cumprimento das obrigações associadas aos preços e custos da empresa com PMS, tornando também muito difícil a identificação de situações de subsídição cruzada.

6.2.6.2. Outros argumentos para manter a obrigação

Conforme indicado na análise de 30 de Março de 2005, o formato e a metodologia contabilística adoptados devem obedecer aos requisitos que foram veiculados à PTC pelo ICP-ANACOM em sede própria, procedendo esta Autoridade à revisão periódica desses requisitos com vista à melhoria do sistema de custeio e da informação disponibilizada, sem prejuízo das regras que possam vir a ser definidas no futuro.

Continua e entender-se que esta se trata de uma medida objectivamente justificável dada a necessidade de garantir a não discriminação (permitindo a análise dos preços grossistas e dos preços de transferência internos) e impedir a subsídição cruzada.

Trata-se de uma disposição proporcional, na medida em que apenas é exigida a disponibilização de informação com um detalhe que permita concretizar os objectivos de verificação de outras obrigações.

6.2.6.3. Conclusões

Conclui-se que a obrigação de separação de contas deve ser mantida por forma a assegurar que existe uma monitorização efectiva da obrigação de não discriminação. Neste sentido, continua a entender-se que esta se trata de uma obrigação proporcional, adequada e justificada.

6.2.7. Reporte financeiro

6.2.7.1. Consequências da eventual supressão da obrigação

Por forma a verificar o cumprimento das obrigações anteriormente definidas, nomeadamente as obrigações de transparência, não discriminação, separação de contas e contabilização de custos, e de acordo com o n.º 3 do art.º 71.º da Lei n.º 5/2004, a empresa com PMS deverá disponibilizar ao ICP-ANACOM os seus registos contabilísticos, incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros.

Assim, caso não exista uma obrigação de reporte financeiro, estar-se-ia a comprometer a efectividade das obrigações acima mencionadas levando a prejuízos significativos para o mercado grossista de fornecimento de acesso desagregado e mercados relacionados.

Em linha com a análise efectuada em 2005, entende-se que os registos contabilísticos necessários ao cumprimento adequado da obrigação de reporte financeiro constituem o sistema de contabilidade analítica que deve ser remetido nos termos definidos em sede própria.

6.2.7.2. Conclusões

Conclui-se que a manutenção da obrigação de reporte financeiro é necessária, proporcional e adequada.

6.3. Conclusão

Foi identificado como relevante, para efeitos de regulação *ex-ante* e de acordo com os princípios do direito da concorrência, o seguinte mercado grossista que abrange todo o território nacional:

(a) fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo.

Analisado o mercado supra e tendo em máxima conta as Linhas de Orientação, o ICP-ANACOM conclui que o Grupo PT tem PMS no mercado relevante identificado e por conseguinte que devem ser impostas as obrigações constantes da Tabela 29 (todas as obrigações encontram fundamento no art.º 66.º da Lei n.º 5/2004, atendendo a que não existe concorrência efectiva neste mercado).

Tabela 29 – Obrigações a impor às empresas identificadas com PMS no mercado relevante

Obrigações	Mercado de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo
Acesso e utilização de recursos de rede específicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acesso aos lacetes e sublacetes locais e aos recursos conexos (incluindo co-instalação nos MDF e nos armários de rua, transporte de sinal e acesso a condutas) ▪ Possibilidade de impor o acesso a fibra escura quando o acesso a condutas não for possível ▪ Negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso ▪ Não retirar o acesso já concedido a determinados recursos ▪ Possibilidade de impor obrigações de acesso a fibra óptica, na sequência da evolução para redes de acesso de próxima geração, mediante decisão específica.
Transparência na publicação de informações, incluindo propostas de referência	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicação da ORALL e da ORAC ▪ Identificação clara das alterações efectuadas à oferta ▪ Pré-aviso de 30 dias para alterações na oferta ▪ Disponibilização e publicação de indicadores e níveis de desempenho na qualidade de serviço nas ofertas grossistas ▪ Disponibilização aos OPS de informação detalhada e atempada sobre evoluções na rede de acesso
Não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não discriminar indevidamente na prestação do acesso aos lacetes e sublacetes locais e a recursos conexos¹⁵⁸
Separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e/ou a interligação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema de custeio e separação contabilística
Controlo de preços e contabilização de custos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fixar preços orientados para os custos ▪ Manutenção da metodologia adoptada para estimativa de custos ▪ Possibilidade para evoluir para modelos de custos prospectivos incrementais de longo prazo
Reporte financeiro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilização dos registos contabilísticos (SCA) incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros

Conforme já referido, o ICP-ANACOM considera que as obrigações estabelecidas poderão necessitar de maior detalhe, especificação ou clarificação na sua implementação, as quais serão efectuadas em documentos autónomos, sujeitos a processo de consulta.

A Tabela 30 apresenta a comparação entre as obrigações impostas na análise realizada em 2005

¹⁵⁸ Com possibilidade de impor condições de acesso equivalente, a seguir pelo Grupo PT e pelos beneficiários das ofertas (designadamente da ORAC e da ORALL) no acesso às mesmas.

e na presente análise.

Tabela 30 – Comparação das obrigações impostas em 2005 com as obrigações constantes da presente análise de mercado – Mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo

Mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo	Decisão 30 de Março de 2005	Análise de mercado (SPD de Junho de 2008)
Âmbito do mercado geográfico definido	Nacional	Nacional
Obrigações		
Acesso e utilização de recursos de rede específicos	✓	✓
▪ Acesso aos lacetes e sublacetes locais e aos recursos conexos (incluindo co-instalação nos MDF e nos armários de rua, transporte de sinal)	✓	✓
▪ Acesso a condutas		✓
▪ Possibilidade de impor acesso a fibra escura quando o acesso a condutas não for possível		(a)
▪ Negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso	✓	✓
▪ Não retirar o acesso já concedido a determinados recursos	✓	✓
▪ Possibilidade de impor obrigações de acesso a fibra óptica, na sequência da evolução para redes de acesso de próxima geração, mediante decisão específica.		(a)
Transparência na publicação de informações, incluindo propostas de referência	✓	✓
▪ Publicação das ofertas de referência no sítio do Grupo PT na Internet	✓	✓
▪ Identificação clara das alterações efectuadas à oferta	✓	✓
▪ Pré-aviso de 30 dias para alterações na oferta	✓	✓
▪ Disponibilização aos OPS de informação detalhada e atempada sobre evoluções na rede de acesso		✓
▪ Disponibilização e publicação de indicadores e níveis de desempenho na qualidade de serviço nas ofertas grossistas	✓	✓
Não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações	✓	✓
▪ Não discriminar indevidamente na prestação do acesso aos lacetes e sublacetes locais e a recursos conexos	✓	✓
Separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e/ou a interligação	✓	✓
▪ Sistema de custeio e separação contabilística	✓	✓
Controlo de preços e contabilização de custos	✓	✓
▪ Fixar preços orientados para os custos	✓	✓
▪ Manutenção da metodologia adoptada para estimativa de custos	✓	✓
▪ Possibilidade para evoluir para modelos de custos prospectivos incrementais de longo prazo	✓	✓
Reporte financeiro	✓	✓
▪ Disponibilização dos registos contabilísticos (SCA) incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros	✓	✓
✓ - Obrigação adequada.		
(a) - Mediante decisão específica a desenvolver no quadro de um processo de consulta ao mercado.		

7. AVALIAÇÃO DE PMS NOS MERCADOS DE FORNECIMENTO GROSSISTA DE ACESSO EM BANDA LARGA

Como referido na secção 3, de acordo com o art.º 60.º, n.º 1 da Lei n.º 5/2004 (14.º da Directiva-Quadro), “*considera-se que uma empresa tem poder de mercado significativo se, individualmente ou em conjunto com outras, gozar de uma posição equivalente a uma posição dominante, ou seja, de uma posição de força económica que lhe permita agir, em larga medida, independentemente dos concorrentes, dos clientes e mesmo dos consumidores*”.

O PMS pode ser detido por apenas uma empresa no mercado (dominância individual) ou por mais do que uma entidade (dominância conjunta). Adicionalmente, nos casos em que uma empresa tem PMS num mercado relevante específico, pode também considerar-se como tendo PMS num mercado estreitamente relacionado, no qual as ligações entre os dois mercados são tais que permitem que o poder de mercado detido num mercado sirva de alavanca para o outro mercado, fortalecendo assim o poder de mercado da empresa (alavancagem de PMS).

Quanto aos critérios para avaliação de PMS nos mercados de fornecimento grossista de acesso em banda larga, o que foi referido sobre este assunto na introdução da secção “5. Avaliação de PMS no mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo” é igualmente aplicável neste caso.

Assim, considera-se que os critérios a utilizar na avaliação de PMS do mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga mais relevantes são os seguintes:

- Quotas de mercados e crescimento do mercado
- Potenciais quotas de mercado futuras
- Barreiras à entrada e à expansão
- Economias de escala e de gama
- Integração vertical
- Tendência e comportamento dos preços
- *Benchmarking* internacional
- Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais
- Contrapoder negocial

Refira-se que, a avaliação de PMS nestes mercados tem em conta as conclusões retiradas na avaliação de PMS feita ao mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo e as obrigações impostas àquele mercado. Neste contexto e em particular, é tido em conta a existência de uma oferta grossista de acesso ao lacete local regulada através da qual alguns operadores prestam as suas ofertas retalhistas, bem como de uma oferta de acesso a condutas, também regulada.

7.1. Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”

7.1.1. Dominância individual

Tal como foi feito no mercado de retalho, a análise da concorrência efectiva será iniciada com o cálculo de quotas de mercado. Identificar-se-ão desta forma, e numa primeira fase, os candidatos com PMS.

Segue-se uma análise das características económicas do mercado relevante na qual serão avaliados o grau de concorrências das empresas instaladas e o grau de concorrência potencial.

7.1.1.1. Quotas de mercado

Na sequência do pedido de informação do ICP-ANACOM aos OPS sobre a prestação de ofertas grossistas, dois operadores informaram que disponibilizavam ofertas grossistas – a COLT tem uma oferta grossista em banda larga suportada na OLL e a OniTelecom presta uma oferta grossista suportada na oferta “Rede ADSL PT”. No entanto, estas ofertas apresentam um carácter muito residual já que, segundo a COLT, ainda não terá sido adquirido qualquer serviço por outros prestadores, e no caso da OniTelecom trata-se de uma oferta criada para dar resposta a necessidades muito particulares¹⁵⁹. Sobre esta questão, refira-se ainda que a Sonaecom manifestou a intenção de vir a disponibilizar uma oferta de fornecimento grossista, dependendo da evolução futura das ofertas susceptíveis de a suportar.

Assim, actualmente, a PTC é o único fornecedor grossista de serviços de acesso em banda larga suportados na RTPC com expressão minimamente significativa.

Conforme já explicado anteriormente, considera-se que a concorrência existente ao nível do mercado de retalho entre as ofertas de banda larga suportadas na rede de cobre e as ofertas de banda larga suportadas na rede de distribuição por cabo, leva à existência de constrangimentos indirectos ao nível grossista, mesmo não existindo uma oferta grossista suportada nas redes de distribuição por cabo.

Existindo estes constrangimentos e uma vez que os serviços de acesso em banda larga através de modem de cabo são prestados segundo um modelo de integração vertical, uma vez que são as mesmas entidades – os operadores de rede – que actuam nos mercados grossista e retalhista, considera-se que, para se levar em conta estes constrangimentos no cálculo das quotas de mercado, deve ser utilizado o conceito de fornecimento interno.

O mesmo se aplica aos operadores beneficiários da OLL que prestam a si próprios, teoricamente, um serviço grossista ao seu departamento retalhista verticalmente integrado que é utilizado, por este, como input aos seus produtos de retalho de acesso em banda larga. Aliás, estes operadores, não disponibilizando, na prática, uma oferta grossista de acesso em banda

¹⁵⁹ “*Dos revendedores de Voz Indirecta da Unidade de Negócios Wholesale da Oni*”.

larga estão aptos a fazê-lo (aliás, como já acontece com a COLT) e, por isso, estão aptos a concorrer com a PTC neste mercado.

Neste contexto, estima-se que as quotas no mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga que abrange as “áreas C”, de acordo com os pressupostos referidos anteriormente, entre os quais a inclusão do fornecimento interno, são as seguintes:

Tabela 31 – Evolução das quotas de mercado no mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga que abrange as “áreas C”

	2005	2006	2007
Grupo PT	41%	35%	27%
ZON Multimédia	39%	34%	33%
Sonaecom (com Oni e Tele2)	8%	19%	25%
Cabovisão	10%	10%	10%
Vodafone	0%	0%	1%
Outros	2%	3%	3%

Pela análise das quotas de mercado, verifica-se que neste mercado os operadores que têm vindo a apresentar maiores quotas (Grupo PT e ZON Multimédia) têm vindo a sofrer uma redução nas suas quotas. Verifica-se assim que a generalidade dos operadores tem registado, desde 2005, uma redução ou estabilização das quotas de mercado, com excepção da Sonaecom que tem aumentado a sua quota de mercado, essencialmente devido à utilização da OLL.

A ZON Multimédia, que apresenta a maior quota de mercado, tem uma quota de mercado inferior a 40% – o limite que tem sido utilizado na prática decisória da CE como o valor acima do qual poderá considerar que há preocupações quanto a situações de posição dominante. Mesmo no caso em que sejam tidas em conta as aquisições notificadas por aquela empresa à AdC, essa quota de mercado é inferior a esse limite, ainda que mais próxima do mesmo.

No entanto, é visível a redução que a quota de mercado daquele operador tem vindo a sofrer, embora com tendência para estabilização em 2007, já que os operadores beneficiários da OLL têm aumentado a sua presença no mercado, sendo expectável que esta evolução se mantenha no período relevante para esta análise de mercado.

7.1.1.2. Barreiras à entrada e à expansão

No âmbito da análise das barreiras à entrada e à expansão importa averiguar a existência de custos afundados e economias de escala e/ou economias de gama significativos. No entanto, uma vez já presentes num determinado mercado e tendo incorrido em custos afundados, estes tornam-se irrelevantes na análise de barreiras à entrada passando, eventualmente, a constituir uma barreira à saída do mercado.

Custos afundados

A generalidade dos operadores que oferecem serviços de retalho de acesso em banda larga neste mercado, incluindo a ZON Multimédia, já investiu na capacidade de prestar aqueles serviços suportando, para o efeito, custos já afundados. Assim, de uma forma geral estes

operadores estão em condições de expandir as suas actividades a outros clientes sem incorrerem em mais custos afundados significativos.

A este respeito são relevantes as conclusões da análise do mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo, tendo os operadores alternativos recorrido à oferta de referência de acesso a condutas e à oferta de referência de acesso desagregado ao lacete local, principalmente nas áreas de maior densidade populacional.

Economias de escala e de gama

Os custos associados ao desenvolvimento e expansão dos serviços de banda larga estão sujeitos a economias de escala significativas.

A área coberta por este mercado coincide, grosso modo, com os grandes centros urbanos e litoral, zonas de grande concentração de população e actividades económicas.

Em média, cada central que faz parte deste mercado está ligada a cerca de 8 mil lacetes em utilização o que compara com as restantes centrais que, em média, servem menos de 1 milhar de lacetes em utilização. Assim, é possível neste mercado conseguir custos unitários mais reduzidos.

Quanto a economias de gama, verifica-se que a generalidade dos operadores presentes neste mercado presta uma multiplicidade de serviços: serviço de chamadas telefónicas, televisão sobre IP, “*vídeo on demand*” e outras ofertas de valor adicional.

Dadas as características deste mercado, e conforme referido, existe alguma atractividade para a entrada de operadores, quer investindo em infra-estrutura própria, quer alugando à PTC.

Adicionalmente, 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.

7.1.1.3. Integração vertical

A existência de empresas integradas verticalmente poderá colocar os concorrentes não integrados em desvantagem concorrencial. De facto, nesta situação, poderá verificar-se a alavancagem de poder de mercado de um mercado para outro, nomeadamente quando o concorrente integrado fornece ao concorrente não integrado um factor de produção ou consumo intermédio essencial. Nestas circunstâncias, torna-se mais difícil a uma empresa não integrada responder ao aumento de procura ocorrido na sequência de um aumento de preço de um concorrente.

Dos operadores presentes neste mercado, destaca-se o caso do Grupo PT que é composto por empresas integradas verticalmente, com presença quer ao nível do mercado grossista quer ao nível do mercado de retalho. Evidencia-se, a este respeito, a possibilidade (aliás, a realidade observada no mercado) de os operadores recorrerem a ofertas grossistas a montante,

nomeadamente à oferta de referência de acesso a condutas e à ORALL, principalmente nas áreas de maior densidade populacional.

Refira-se ainda que, os restantes operadores de rede de distribuição por cabo são também operadores integrados verticalmente sendo que os OPS beneficiários da OLL são, neste mercado e em última instância, operadores verticalmente integrados fornecendo, a si próprios, o acesso grossista em banda larga.

7.1.1.4. Tendência e comportamento dos preços

Verifica-se que, em resultado da concorrência enfrentada pela PTC a nível retalhista, e dada a regra de “retalho-menos” imposta com o objectivo de impedir o esmagamento de margens, aquela empresa tem vindo a reduzir, de forma significativa e por sua própria iniciativa, os preços da oferta grossista “Rede ADSL PT” em ordem a viabilizar ofertas retalhistas a níveis mais competitivos.

7.1.1.5. Benchmarking internacional

Não existem dados comparáveis, a nível grossista, que permitam efectuar comparações de preços, dada a diversidade e as opções de ofertas de fornecimento grossista de acesso em banda larga a nível da UE.

7.1.1.6. Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais

Na análise efectuada em 2005, o ICP-ANACOM concluiu que as empresas do Grupo PT controlavam estrategicamente as condições de oferta dos serviços prestados no retalho.

As obrigações impostas a nível grossista e as intervenções efectuadas tiveram como objectivo diminuir os incentivos para comportamentos anti-concorrenciais.

Nota-se ainda, embora noutros mercados, a existência de comportamentos anti-concorrenciais, sancionados pela AdC, relativos ao Grupo PT que, na altura, integrava a ZON Multimédia.

7.1.1.7. Contrapoder negocial

Havendo, para além do Grupo PT, a possibilidade de surgirem outros operadores com ofertas grossistas de acesso em banda larga, o contrapoder negocial do Grupo PT e da ZON Multimédia é relativamente diminuído neste mercado.

7.1.1.8. Concorrência potencial

Em termos de concorrência potencial é de destacar a possibilidade de o acesso às condutas da PTC facilitar o desenvolvimento de rede própria, nomeadamente a rede de fibra óptica, por

parte dos operadores alternativos. Destaque-se ainda o anúncio feito pela Sonaecom, em 20.02.2008, sobre os planos de investimento de 240 milhões de euros em NRA.

Por serem investimentos avultados e que envolvem economias de escala, será expectável que os mesmos se concentrem, nomeadamente numa primeira fase, na zona abrangida pelo mercado em análise já que coincide, grosso modo, com os grandes centros urbanos e litoral, zonas de grande concentração de população e actividades económicas.

Desta forma, é expectável que no futuro sejam desenvolvidas ofertas que permitem aumentar a concorrência já existente neste mercado.

7.1.2. Dominância individual: conclusão

Pela análise dos critérios anteriormente apresentados, o ICP-ANACOM conclui que os mesmos não são de molde a alterar as conclusões que resultam das quotas de mercado não tendo assim, qualquer operador, dominância individual no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”.

7.1.3. Dominância conjunta

O artigo 60.º da Lei n.º 5/2004, contém nos seus n.ºs 3 e 4 disposições relativas à posição dominante conjunta que decorrem da transposição do artigo 14.º e Anexo II da Directiva-Quadro.

O artigo 14.º da Directiva-Quadro dá uma orientação relativamente à avaliação da posição dominante conjunta, que deve ser efectuada “...em conformidade com o direito comunitário e tomar em máxima conta as Orientações relativas à análise de poder de mercado significativo.”

O Anexo II da Directiva-Quadro refere que:

“...duas ou mais empresas gozam de uma posição dominante conjunta na acepção do artigo 14.º, mesmo na ausência de relações estruturais ou outras entre elas, se operarem num mercado cuja estrutura seja considerada como conducente a efeitos coordenados. Sem prejuízo da jurisprudência do Tribunal de Justiça sobre dominância conjunta, é provável que seja esse o caso sempre que o mercado satisfaça uma série de características adequadas, em especial em termos de concentração, transparência e outras características adiante referidas:

- *Mercado plenamente desenvolvido*
- *Falta de crescimento ou crescimento moderado da procura*
- *Pouca elasticidade da procura*
- *Homogeneidade do produto*
- *Estruturas de custos semelhantes*
- *Quotas de mercado semelhantes*
- *Falta de inovação técnica, tecnologia plenamente desenvolvida*

- *Ausência de excesso de capacidade*
- *Barreiras elevadas ao acesso*
- *Falta de um contrapoder dos compradores*
- *Falta de concorrência potencial*
- *Vários tipos de laços informais ou de outro tipo entre as empresas em questão*
- *Mecanismos de retaliação*
- *Falta de concorrência de preços ou pouca margem para essa concorrência”*

Assim, o Anexo II sugere uma análise da possibilidade de existência de posição dominante conjunta centrada nas características estruturais do mercado e na forma como estas encorajam um comportamento anti-concorrencial paralelo ou alinhado¹⁶⁰.

Na análise efectuada pelo ICP-ANACOM tomou-se em consideração que existem algumas características estruturais no mercado que podem favorecer algum tipo de coordenação entre o Grupo PT e a ZON Multimédia. Foi nomeadamente tomado em conta que sem, prejuízo da concretização do *spin-off*, se mantêm laços informais entre as duas empresas. Adicionalmente, conforme indicado no entendimento do ICP-ANACOM sobre o referido *spin-off*, verifica-se que existem accionistas comuns a ambas as sociedades.

Ainda a este respeito, verificou-se que existem relações de interdependência entre as sociedades em causa ao nível dos contratos estabelecidos e que continuam em vigor após a concretização do *spin-off*, existindo potencial de retaliação por parte de ambas as entidades consideradas.

Sem prejuízo, identificaram-se vários elementos estruturais do mercado que indiciam que, no momento actual, não existe uma posição de dominância conjunta. Em particular, esta Autoridade verifica nomeadamente que este mercado se encontra ainda em desenvolvimento não podendo, por isso, ser caracterizado como um mercado totalmente maduro e onde a procura se encontre estagnada.

Verificou-se também que existindo, nestas áreas, uma forte presença de operadores co-instalados no âmbito da OLL, ocorre um acréscimo significativo de concorrência potencial por parte desses operadores, uma vez que podem iniciar mais facilmente o fornecimento de uma oferta grossista de acesso em banda larga. Esta situação origina um aumento de poder negocial por parte de operadores que pretendam fornecer serviços retalhistas de acesso em banda suportados numa oferta desse tipo e uma margem significativa para o desenvolvimento de concorrência no mercado.

A este respeito, foi também considerado que as áreas geográficas associadas a este mercado são aquelas onde as condições de investimento são mais atractivas, nomeadamente devido à existência de um maior rendimento por parte dos utilizadores finais e de uma maior densidade

¹⁶⁰ Cf. Considerando 26 da Directiva-Quadro, “Pode considerar-se que duas ou mais empresas gozam de uma posição dominante não só quando existem relações estruturais ou outras entre elas, mas também quando a estrutura do mercado relevante conduz a efeitos coordenados, ou seja, encoraja a um comportamento anti-concorrencial paralelo ou alinhado.”

populacional, dando ênfase à existência de concorrência potencial relevante, não só por parte de operadores co-instalados no âmbito da OLL, mas também de operadores que venham a desenvolver ofertas suportadas em BWA.

Teve-se também em consideração que não se está perante um produto homogéneo, facto que é comprovado com a existência de vários tipos acessos locais, várias modalidades de agregação do tráfego gerado nesses acessos e de uma panóplia de serviços associados como a VoIP e a IP TV, entre outros. Note-se, aliás, que a oferta grossista “Rede ADSL PT” tem evoluído de forma poder considerar o fornecimento desses vários tipos de produtos. Alguma da evolução registada ao nível da oferta grossista “Rede ADSL PT” está também relacionada com o desenvolvimento de diferentes soluções técnicas para o fornecimento do serviço de acesso à Internet em banda larga e demonstra que se trata de um serviço com um elevado potencial em termos de evolução tecnológica.

Conclui-se que, apesar da existência de alguns factores que podem favorecer a coordenação entre as duas sociedades, todas as outras características estruturais do mercado já referenciadas, indiciam que, actualmente, atendendo à informação disponível, não existem motivos para considerar que existia dominância conjunta entre o Grupo PT e a ZON Multimédia. Sem prejuízo, o ICP-ANACOM acompanhará detalhadamente os desenvolvimentos que venham a ocorrer no mercado, tendo em atenção os tais factores que favorecem ou potenciem alguma coordenação entre as entidades referidas.

Assim, o ICP-ANACOM conclui que não existe dominância conjunta.

7.1.4. Análise prospectiva

O ICP-ANACOM considera que todos os factores que justificam a não identificação de PMS no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C” se manterão num horizonte de curto/médio prazo, até à próxima avaliação de PMS161.

7.1.5. Avaliação de PMS: Conclusão

Considera-se que o mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C” é concorrencial.

¹⁶¹ A próxima análise de PMS será desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no Mercado, e/ou (2) a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados; e/ou (3) no espaço de 18 meses.

7.2. Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas NC”

7.2.1. Dominância individual

A análise da concorrência efectiva será iniciada com o cálculo de quotas de mercado. Identificar-se-ão desta forma, e numa primeira fase, os candidatos com PMS.

Segue-se uma análise das características económicas do mercado relevante na qual serão avaliados o grau de concorrências das empresas instaladas e o grau de concorrência potencial.

7.2.1.1. Quotas de mercado

O Grupo PT detém mais de $\frac{2}{3}$ dos acessos neste mercado, apresentando quotas de mercado acima dos 70%, o que é bastante superior a 40% – o limite que tem sido utilizado na prática decisória da CE como o valor acima do qual poderá considerar que há preocupações quanto a situações de posição dominante.

Tabela 32 – Evolução das quotas de mercado no mercado do grossista de acesso em banda larga que abrange as “áreas NC”

	2005	2006	2007
Grupo PT	75%	76%	72%
ZON Multimédia	12%	10%	12%
Sonaecom (com Oni e Tele2)	1%	4%	5%
Cabovisão	11%	10%	10%
Vodafone	0%	0%	0%
Outros	1%	2%	2%

7.2.1.2. Barreiras à entrada e à expansão

A PTC, enquanto prestador do serviço universal de comunicações electrónicas, expandiu a sua rede telefónica até áreas menos densamente povoadas, eventualmente até algumas áreas onde os custos poderão ser superiores aos benefícios da prestação de serviços.

Suportada nessa rede, o custo incremental de prestar o serviço grossista “Rede ADSL PT” é significativamente inferior daquele em que incorreria um operador que construísse uma rede de raiz dedicada para o efeito.

Ou seja, devido à existência de economias de escala e de gama, e dada a escala e a configuração da rede fixa da PTC, este operador beneficia, tudo o resto constante, de custos unitários inferiores aos dos seus concorrentes.

Assim, mesmo existindo a possibilidade de aceder a ofertas grossistas, como a oferta de referência de acesso a condutas ou a ORALL, na generalidade destas zonas, as barreiras à entrada e à expansão são elevadas.

Em conclusão, um novo operador que pretenda expandir a sua actividade será obrigado a conquistar uma parte significativa do mercado para conseguir concorrer com o operador histórico ao nível da infra-estrutura. No entanto, a zona geográfica coberta por este mercado caracteriza-se por ser uma zona, grosso modo, de fraca densidade populacional, o que dificulta a obtenção de escala.

Esta situação foi, aliás, também comprovada pela PTC no âmbito da oferta “Rede ADSL PT”. De facto, enquanto a oferta iniciou-se no final de 2000, inicialmente com cobertura reduzida a algumas áreas de central de Lisboa e Porto, apenas 6 anos mais tarde é que atingiu a cobertura total do território nacional, o que mostra que a expansão para estas zonas geográficas não é imediata.

Assim, este critério não permite contradizer (antes pelo contrário, reforça) a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

7.2.1.3. Integração vertical

Conforme já mencionado noutras secções, a existência de empresas integradas verticalmente poderá colocar os concorrentes não integrados em desvantagem concorrencial, já que poderá verificar-se a alavancagem de poder de mercado de um mercado para outro, nomeadamente quando o concorrente integrado fornece ao concorrente não integrado um factor de produção ou consumo intermédio essencial. Nestas circunstâncias, torna-se mais difícil a uma empresa não integrada responder ao aumento de procura ocorrido na sequência de um aumento de preço de um concorrente.

No âmbito deste mercado destaca-se apenas o Grupo PT, composto por empresas verticalmente integradas, com presença quer ao nível do mercado grossista quer ao nível do mercado de retalho. Assim, se uma dessas empresas tiver PMS num mercado a montante, tal situação poderá conferir a oportunidade de transferir poder de mercado para mercados a jusante, afectando desse modo a concorrência. Em particular, se existir dificuldade em conseguir *inputs* do mercado grossista ou em obter esses *inputs* a um preço competitivo podem acentuar-se as barreiras à entrada ao nível do retalho.

Assim, este critério não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

7.2.1.4. Tendência e comportamento dos preços

Verifica-se que, em resultado da concorrência enfrentada pela PTC a nível retalhista nas “áreas C”, e dada a regra de “retalho menos” imposta com o objectivo de impedir o esmagamento de margens, e a prática de estabelecimento de preços uniformes em todo o território nacional, aquela empresa tem vindo a reduzir, de forma significativa e por sua própria iniciativa, os preços da oferta grossista “Rede ADSL PT”.

7.2.1.5. Benchmarking internacional

Não existem dados comparáveis, a nível grossista, que permitam efectuar comparações de preços, dada a diversidade e as opções de ofertas a nível da UE.

7.2.1.6. Evidência de anteriores comportamentos anti-concorrenciais

Na análise efectuada em 2005, o ICP-ANACOM concluiu que as empresas do Grupo PT controlavam estrategicamente as condições de oferta dos serviços prestados no retalho.

As obrigações impostas a nível grossista e as intervenções efectuadas tiveram como objectivo diminuir os incentivos para comportamentos anti-concorrenciais.

Nota-se ainda a existência de comportamentos anti-concorrenciais sancionados pela AdC, nomeadamente num dos mercados situados a um nível superior da cadeia de valor: o acesso a condutas.

7.2.1.7. Contrapoder negocial

Neste mercado, os operadores não têm contrapoder negocial, uma vez que, além das ofertas de acesso a condutas e de acesso ao lacete local – que, nestas zonas, exigem investimentos avultados, que envolvem economias de escala e um investimento num período de tempo alargado –, não existe qualquer outra oferta disponível que não a oferta “Rede ADSL PT”.

7.2.1.8. Concorrência potencial

Em termos de concorrência potencial é de destacar a possibilidade de o acesso às condutas da PTC facilitar o desenvolvimento de rede própria, por parte dos operadores alternativos.

Por serem investimentos avultados e que envolvem economias de escala, será expectável que os mesmos se concentrem, nomeadamente numa primeira fase, nas “áreas C” que coincidem, grosso modo, com os grandes centros urbanos e litoral, zonas de grande concentração de população e actividades económicas.

Desta forma, não é expectável que no futuro próximo sejam desenvolvidas, na área geográfica coberta pelo mercado em análise, de forma extensiva, ofertas que permitem aumentar a concorrência neste mercado.

7.2.2. Dominância individual: conclusão

A quota de mercado do Grupo PT, o grau de concentração do mercado, a existência de barreiras à expansão, a inexistência de indícios que comprovem a existência de concorrência efectiva entre as empresas (preços e outras variáveis) e a inexistência de concorrência potencial, permitem concluir que as empresas do Grupo PT que actuam neste mercado detêm PMS (dominância individual).

7.2.3. Dominância conjunta

Uma vez concluída a existência de dominância individual neste mercado, não existe dominância conjunta no mesmo.

7.2.4. Análise prospectiva

O ICP-ANACOM considera que todos os factores que justificam a designação das empresas do Grupo PT que actuam no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas NC” como empresas com PMS se manterão num horizonte de curto/médio prazo, até à próxima avaliação de PMS¹⁶².

7.2.5. Avaliação de PMS: Conclusão

Considera-se que as empresas do Grupo PT que actuam no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga que abrange as “áreas NC” detêm PMS neste mercado.

¹⁶² A próxima análise de PMS será desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no Mercado, e/ou (2) a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados; e/ou (3) no espaço de 18 meses.

8. IMPOSIÇÃO DE OBRIGAÇÕES NOS MERCADOS DE FORNECIMENTO GROSSISTA DE ACESSO EM BANDA LARGA

Relativamente ao fornecimento grossista de acesso em banda larga considerou-se que, devido à existência de condições concorrenciais distintas, se justificava a definição de dois mercados geográficos:

- 5-C) Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga que abrange a área coberta pelas áreas de central onde existe pelo menos um operador co-instalado e onde existe pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo e onde a percentagem de alojamentos cablados do principal operador na área de central é superior a 60%¹⁶³
- 5-NC) Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga que abrange a área coberta pelas restantes áreas de central do território nacional¹⁶⁴

No mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas NC”, considera-se também que as empresas do Grupo PT detêm PMS, podendo agir de forma independente das partes que “participam” no mercado em causa. No que diz respeito ao mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”, conclui-se que nenhuma empresa detém PMS.

Uma vez concluído que uma empresa detém PMS num mercado, o ICP-ANACOM deve impor uma ou mais obrigações regulamentares ou manter ou alterar essas obrigações, caso já existam¹⁶⁵.

De acordo com as Linhas de Orientação¹⁶⁶ quando se conclui que um mercado relevante está sujeito a uma concorrência efectiva não podem ser impostas obrigações nesse mercado. Note-se que o mesmo documento refere nomeadamente que “*se a ARN tiver anteriormente imposto a uma ou mais empresas obrigações regulamentares nesse mercado, a ARN deve suprimir essas obrigações e não poderá impor quaisquer novas obrigações a essa(s) empresa(s). Conforme estabelecido no n.º 3 do artigo 16.º da directiva-quadro, quando a ARN propõe a supressão de obrigações regulamentares existentes, deverá comunicá-lo aos interessados com uma antecedência razoável*”.

Será precisamente este o caso do mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”, sendo muito importante ter em consideração a forma como as obrigações actualmente em vigor podem ser suprimidas de uma forma adequada e que não prejudiquem os utilizadores finais e as partes envolvidas.

¹⁶³ Doravante designado por “mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas áreas C”.

¹⁶⁴ Doravante designado por “mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas áreas NC”.

¹⁶⁵ Cf. Linhas de Orientação §21 e §114.

¹⁶⁶ Cf. Linhas de Orientação §113.

Tendo em consideração que:

- (a) os dois mercados geográficos identificados associados ao fornecimento grossista de acesso em banda larga nesta oportunidade resultam do único mercado identificado no âmbito da análise de 2005;
- (b) as obrigações actualmente em vigor aplicam-se de forma uniforme nos dois mercados agora identificados;
- (c) como referido, a análise efectuada indica que num dos mercados continua a existir PMS, devendo continuar a ser aplicadas obrigações e, no outro mercado, já não existe PMS não devendo ser aplicadas quaisquer obrigações;

considera-se que qualquer análise relacionada com a imposição/supressão de obrigações nos mercados grossistas de fornecimento de acesso em banda larga deve iniciar-se pela ponderação da possibilidade efectiva de aplicar um enquadramento regulatório, no que diz respeito às obrigações existentes, nestes dois mercados.

A este respeito note-se que a definição geográfica dos mercados em questão está, entre outros factores, dependente da existência de operadores co-instalados nas áreas de central da rede da PTC. Existe assim uma relação inequívoca entre o desenvolvimento da OLL e a dinâmica dos mercados geográficos identificados relacionados com o fornecimento grossista de acesso em banda larga. Note-se que esta dinâmica é adequada face à análise constante neste documento relativamente aos mercados retalhistas e grossistas identificados. Existe também um alinhamento com as posições da CE relativamente à consideração da regulação imposta nos níveis superiores da cadeia de valor vertical associada a um determinado serviço.

Tendo em consideração que a regulação imposta ao nível do fornecimento grossista de acesso em banda larga pode ser desagregada pelas diferentes áreas de central da PTC e que, como se identificou, a separação geográfica destes mercados está, em certa medida, dependente do desenvolvimento da OLL nas mesmas áreas de central, conclui-se que existe a possibilidade prática de aplicar uma diferente regulação em função dos mercados geográficos definidos, uma vez que existe coincidência geográfica entre uma mesma área de central no âmbito da OLL e no âmbito da oferta grossista “Rede ADSL PT”.

O ICP-ANACOM analisou se a eventual aplicação de regulação diferenciada por zonas geográficas ao nível da área de central conduziria a algum tipo de obstáculo ou restrição à implementação da política comercial dos operadores. Isto porque, numa primeira análise, se poderia concluir que o nível de granularidade da área geográfica seria demasiado reduzido, resultando num número significativo de descontinuidades na aplicação geográfica da regulação. A análise desta questão levou à conclusão que a flexibilidade ao nível da política comercial implementada pelos operadores se mantém relativamente à situação actual.

Note-se que, caso um operador apenas pretenda disponibilizar ofertas suportadas na OLL, tal como aconteceu com a Tele2 durante o ano de 2007, pode continuar a escolher quais as áreas de central em que pretende desenvolver este tipo de ofertas. A implementação de uma solução que permita informar o utilizador final sobre se estará abrangido pelas ofertas disponibilizadas poderá continuar a ser efectuada da mesma forma que hoje em dia. Um utilizador final poderá

efectuar um teste provisório utilizando para o efeito a morada ou o número telefónico fixo que utiliza (se existente), existindo posteriormente uma confirmação por parte do operador que presta o serviço se a informação inicial se confirma.

Será contudo de verificar se existe a possibilidade de aumentar a qualidade ou o nível de detalhe da informação a que o operador acede para que este possa providenciar um teste provisório mais fiável e detalhado. Esta matéria tem vindo a ser analisada pelo ICP-ANACOM.

Caso os operadores pretendam disponibilizar aos utilizadores finais um conjunto de ofertas suportadas na OLL e na oferta grossista “Rede ADSL PT”, essa disponibilização poderá continuar a seguir a política comercial actual (a disponibilização de ofertas com características diferentes por áreas geográficas, consoante o operador tenha investido na OLL ou não). Note-se que essas diferentes áreas geográficas correspondem exactamente à área de abrangência da área de central, estando também em linha com a definição de mercados efectuada no presente documento. Também nesta situação, tal como actualmente, o utilizador final poderá facilmente identificar qual o tipo de oferta que se aplica na sua situação específica, efectuando o mesmo teste provisório, já mencionado, sujeito a confirmação posterior do operador que fornece o serviço.

Na imposição, alteração e na supressão de obrigações nestes mercados o ICP-ANACOM tem em consideração os mesmos princípios já apresentados na “Secção 6. Imposição de obrigações”. Conforme mencionado esses princípios resultam dos documentos da CE, do ERG, da Lei n.º 5/2004 e também dos princípios e objectivos regulatórios estabelecidos no seio desta Autoridade.

Por último, o ICP-ANACOM regista com agrado que existe um mercado (ou uma parte de um mercado anteriormente definido) no qual é adequado retirar as obrigações que se encontravam impostas ao Grupo PT. Tal resulta do aumento da concorrência que tem beneficiado os utilizadores finais, em virtude do desenvolvimento das várias ofertas grossistas na sequência, pelo menos em parte, das obrigações que foram impostas às empresas do Grupo PT em termos de serviços grossistas, ao nível do acesso a condutas, da OLL e da oferta “Rede ADSL PT”. O desenvolvimento de concorrência efectiva constitui, com efeito, um dos objectivos últimos da imposição de obrigações nos mercados.

Assim, atendendo ao acima mencionado e chamando a atenção para o facto de se ter identificado que existem mercados nos quais deve continuar a existir regulação, esclarece-se que a imposição e controlo do cumprimento dessas obrigações de forma detalhada e rigorosa constitui uma prioridade para o ICP-ANACOM. Entende-se que a concretização desse objectivo com sucesso será um passo importante para que se desenvolva concorrência adicional nos mercados onde se mantém a regulação, garantindo vantagens e benefícios para os utilizadores finais e para os operadores, resultando em ganhos líquidos de bem-estar social.

8.1. Obrigações actualmente em vigor

Conforme já indicado, em 24 de Junho de 2005, o ICP-ANACOM aprovou a decisão final relativa à análise do mercado em causa e tendo em máxima conta as Linhas de Orientação, esta

Autoridade concluiu que o Grupo PT tinha PMS no mercado e que era adequado, proporcional e justificado impor as obrigações constantes da Tabela 33 (todas as obrigações encontravam fundamento no art.º 66.º da Lei n.º 5/2004, atendendo a que não existia concorrência efectiva no mercado).

Tabela 33 – Obrigações impostas às empresas identificadas com PMS no mercado relevante – Mercado 12

Obrigações	Mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga que inclui os serviços de acesso em banda larga suportados na rede telefónica pública comutada e nas redes de distribuição por cabo
Acesso e utilização de recursos de rede específicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acesso à RTPC em diferentes pontos ▪ Negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso ▪ Não retirar o acesso já concedido a determinados recursos
Transparência na publicação de informações, incluindo propostas de referência	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicação da oferta de referência de acesso em banda larga (“Rede ADSL PT”), com identificação clara de alterações entre versões, devendo integrar SLAs e compensações de incumprimento
Não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não discriminar indevidamente na prestação do acesso à rede ▪ Pré-aviso de 30 dias para alterar ofertas grossistas – no caso de alterações significativas nas ofertas grossistas, este prazo alargase para 2 meses ▪ Lançamento de ofertas retalhistas condicionado à existência de ofertas grossistas equivalentes na “Rede ADSL PT” ▪ Remeter informação referente a prazos máximo, médio e mínimo de entrega e de reparação de avarias e do grau de disponibilidade (desagregados por modalidade de instalação e por operador)
Separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e/ou a interligação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema de custeio e separação contabilística
Controlo de preços e contabilização de custos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fixar preços orientados para os custos (serviços de acesso em banda larga suportados na rede telefónica pública comutada) ▪ Controlo de preços (“retalho-menos”)
Reporte financeiro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilização dos registos contabilísticos (SCA) incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros

As obrigações apresentadas foram impostas a nível nacional, abrangendo ambos os mercados identificados e analisados na presente análise. Conforme referido supra, nas secções seguintes, analisar-se-á se as obrigações existentes no mercado em que continua a existir PMS do Grupo PT devem alteradas, e a forma como, no mercado geográfico em que deixou de existir PMS, a forma mais adequada de retirar as obrigações que foram impostas na análise de mercado realizada em 2005.

De notar que as obrigações de não discriminação e de controlo de preços concretizada através de uma regra de “retalho-menos” foram impostas tendo por referência as ofertas retalhistas do Grupo PT, que então incluía a ZON Multimédia. Ou seja, em termos práticos, o lançamento de ofertas retalhistas por parte da ZON Multimédia estava condicionado à existência de ofertas grossistas equivalentes na “Rede ADSL PT”, e a regra “retalho-menos” tinha também por referência as ofertas retalhistas de acesso em banda larga da ZON Multimédia. Com o concretizar do *spin-off* da ZON Multimédia e tendo em conta que, na sequência da presente análise de mercado, a ZON Multimédia não tem PMS, confirma-se o exposto no entendimento do ICP-ANACOM sobre o *spin-off* da ZON Multimédia e o impacto nas análises de mercado,

conforme deliberação de 3 de Abril de 2008¹⁶⁷. Isto é, as obrigações supramencionadas que se aplicavam à ZON Multimédia deixam de ter aplicabilidade, não só porque deixou de integrar aquele Grupo mas também, e agora, por não ter PMS em nenhum dos mercados considerados (“áreas C” e “áreas NC”).

8.2. Imposição de obrigações no mercado de fornecimento de acesso em banda larga nas “áreas NC”

8.2.1. Acesso e utilização de recursos de rede específicos

8.2.1.1. Ponderação da eventual alteração da obrigação

Será conveniente começar por reafirmar que, conforme decorre da análise desenvolvida na definição de mercado e avaliação de PMS, não é expectável que, nas áreas geográficas em questão, e até à próxima análise de mercado haja viabilidade técnica e económica para a utilização, instalação e disseminação alargada de recursos concorrentes à infra-estrutura da RTPC detida por empresas do Grupo PT, impossibilitando o desenvolvimento de concorrência no mercado suportada no desenvolvimento de infra-estrutura alternativa.

Assim, tal como mencionado no caso do mercado grossista de fornecimento de acesso desagregado, ponderando os incentivos existentes, é expectável que uma empresa verticalmente integrada com PMS no mercado grossista tente restringir o acesso aos seus produtos e serviços grossistas à medida que novas entradas no mercado de retalho diminuam o seu poder de mercado ao nível retalhista. Dada a dimensão da rede do Grupo PT e consequentes economias de escala que as empresas deste Grupo usufruem na prestação de serviços, a recusa de serviços de fornecimento grossista de acesso em banda larga, ou a sua oferta em condições pouco razoáveis, restringiria severamente a concorrência nos mercados a jusante.

Considerem-se a este respeito os comentários do ERG¹⁶⁸ relativamente à adequação da existência de uma obrigação de acesso aos recursos de rede do operador com PMS em termos razoáveis e adequados: *“The availability of a bitstream product on reasonable terms gives entrants access to the incumbent’s economies of scale in the local access network, which is the root cause of their market power. Together with appropriate access remedies it allows entrants to build a customer base for their services which in turn may give the critical mass that allows those competitors the chance to invest in their own infrastructure so that competition would become self sustaining”*.

Também nesta situação há que ponderar que a obrigação de acesso foi já imposta e concretizada estando a sua viabilidade técnica e económica demonstrada. Neste sentido não se colocam questões relevantes relativamente a eventuais riscos no investimento efectuado para

¹⁶⁷ Disponível em <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=272931>.

¹⁶⁸ Cf. Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework ("Remedies" document), Secção 4.2.3.

disponibilizar o acesso aos recursos de rede em questão. Tal como na situação do fornecimento grossista de acesso ao lacete local, há então que ponderar os investimentos realizados pelo operador com PMS e restantes operadores que investiram nesta oferta, salvaguardando a sua manutenção enquanto adequado e promovendo a defesa da concorrência a longo prazo. A este respeito, note-se que, conforme já mencionado anteriormente, ao ponderar a possibilidade de manter ou impor uma obrigação de acesso e a proporcionalidade de tal decisão, o ICP-ANACOM deve ter em conta o disposto no n.º 4 do art.º 72.º da Lei n.º 5/2004, segundo o qual a avaliação da proporcionalidade desta obrigação passa, nomeadamente pela análise da *“viabilidade técnica e económica da utilização ou instalação de recursos concorrentes, em função do ritmo de desenvolvimento do mercado, tendo em conta a natureza e o tipo da interligação e do acesso em causa; viabilidade de oferta do acesso proposto, face à capacidade disponível; investimento inicial do proprietário dos recursos, tendo em conta os riscos envolvidos na realização do investimento; necessidade de salvaguarda da concorrência a longo prazo”*.

Atendendo ao mencionado, esta Autoridade continua a entender que a manutenção da obrigação de acesso em diferentes pontos da rede que permita o controlo sobre as características principais da oferta por parte dos OPS contribuirá para promover uma maior certeza e previsibilidade e uma maior concorrência, no longo prazo, na oferta de serviços de banda larga, com benefício último para os utilizadores finais, e concede aos interessados a possibilidade de otimizar a infra-estrutura de rede que possuem em complemento com as ofertas existentes a jusante.

Ou seja, a eventual supressão da obrigação de acesso e utilização de recursos de rede específicos levaria a uma redução significativa da concorrência no mercado retalhista de acesso em banda larga, nomeadamente nas zonas em que não existem ofertas suportadas na OLL, implicando prejuízos para os utilizadores finais e para os operadores alternativos.

Atente-se que, apesar de a PTC ter lançado a oferta grossista “Rede ADSL PT”, por sua iniciativa, no final de 2000, antes das empresas do Grupo PT iniciarem a prestação dos respectivos serviços ADSL no retalho, respeitando a obrigação de não discriminação a que se encontrava sujeita na altura, esta Autoridade tem sido obrigada a intervir nas condições da oferta por várias vezes para assegurar a existência de condições de acesso razoáveis e adequadas.

As intervenções mencionadas têm estado relacionadas, não só com as condições específicas em que o acesso é concedido mas também com os componentes da rede aos quais deve ser concedido acesso.

Releve-se neste caso as intervenções desta Autoridade que conduziram à extensão dos pontos de acesso na oferta grossista “Rede ADSL PT” à rede ATM¹⁶⁹ e à disponibilização de acesso à oferta grossista de linha exclusiva para serviços de banda larga (“Naked DSL”)¹⁷⁰. De facto, atendendo às características deste mercado em que, praticamente, a PTC é o único operador

¹⁶⁹ Vide deliberação de <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=209542>.

¹⁷⁰ Vide documentos relacionados com a consulta pública efectuada sobre esta matéria em: <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=239262>.

com infra-estrutura, é fundamental que os utilizadores que residem nas regiões menos povoadas e as populações menos favorecidas possam beneficiar de uma maior concorrência e que vejam reduzidos os custos totais em que incorrem no acesso à Internet de banda larga, tendo-se concluído que a disponibilização de uma oferta “Naked DSL” poderia ser importante para possibilitar a existência de uma maior diversidade de ofertas retalhistas (também a menor preço) para a população localizada nessas áreas.

Entende-se que a manutenção do acesso em diferentes pontos da rede constitui uma etapa importante e complementar no sentido da promoção do investimento em infra-estrutura própria, nomeadamente, através do recurso à OLL. Este entendimento encontra-se alinhado com o princípio de que a empresa com PMS deverá apresentar uma oferta suficientemente desagregada e de forma a garantir que não seja exigida a compra de produtos/serviços que não são necessários ao serviço solicitado.

Em linha com esta perspectiva, e ponderando todos os considerandos e argumentos apresentados na consulta pública sobre a oferta grossista de uma linha exclusiva para serviços de banda larga¹⁷¹, considera-se que a disponibilização de acesso a uma oferta grossista de “Naked DSL” em condições razoáveis deve estar enquadrada, tal como aconteceu com a concessão de acesso à rede ATM, como uma obrigação específica relacionada com o mercado grossista em consideração.

A este respeito registre-se a posição do ERG apresentada no documento relativo à imposição de remédios no mercados relevantes¹⁷² no qual é referido que *“as bitstream access can be granted at various points of the network hierarchy (points of handover of traffic), the points in the network at which the wholesale broadband access will need to be supplied will depend on national circumstances such as the network topology and the state of broadband competition, but the following characteristics should be kept in mind: bitstream access is an access product that allows new entrants to differentiate (directly or indirectly) their services by altering (directly or indirectly) technical characteristics and/or the use of their own network, which is definitely more than resale, where the incumbent is in control of the technical parameters and manages the service, whereas the new entrant can only market a commercially similar service”*. No mesmo parágrafo, é mencionado que *“when defining the appropriate point of access, NRAs should take the perspective of market parties. The NRA thus has to assess the reasonableness of the requested points of handover asked for by the new entrants and weigh them in relation to the possibilities of the network hierarchy. Furthermore, the state of competition, i.e., the number of market players, the existence of alternative networks and infrastructure and the long run benefit for the consumer of having more choice have to be taken into account”*.

É também importante que a oferta “Rede ADSL PT” evolua no sentido de incluir tecnologias de transporte e de acesso mais eficientes, nomeadamente quando utilizadas pela PTC para a prestação de serviços retalhistas equivalentes. É, por exemplo, o caso de ofertas de acesso em

¹⁷¹ Vide Consulta e Relatório da consulta pública sobre oferta grossista de linha exclusiva para serviços de banda larga (“Naked DSL”) em <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=248782>.

¹⁷² Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework.

banda larga suportadas em tecnologias Ethernet, possibilidade esta recentemente introduzida na oferta e que deverá ser oferecida de uma forma não discriminatória.

Com efeito, em linha com o supra referido, o ERG¹⁷³ defende que *“To the extent that it is reasonable and relevant, access should be available at the regional delivery handover point when possible for all efficient technology options: for example, IP, ATM, Ethernet.”*

Este aspecto pode vir a assumir uma maior importância no contexto da evolução para NRA, que será analisada em documento autónomo e no âmbito do qual se poderá avaliar a possibilidade de impor, em determinadas condições, uma oferta grossista de acesso a lacetes ópticos.

8.2.1.2. Conclusões

Tendo em conta os factores supra mencionados previstos no n.º 4 do art.º 72.º da Lei n.º 5/2004, o ICP-ANACOM conclui que, com base na experiência acumulada no acompanhamento da OLL, no desenvolvimento destes produtos e na análise realizada ao longo deste documento, a viabilidade para o Grupo PT conceder acesso a recursos de rede que constituem o fornecimento grossista de acesso à Internet de banda larga se encontra totalmente comprovada.

O referido art.º 72.º da Lei n.º 5/2004 prevê vários tipos de obrigações de acesso que podem ser impostas. Adicionalmente, e à luz do referido art.º 72.º, n.º 2, da Lei n.º 5/2004, o ICP-ANACOM entende que o Grupo PT deve continuar a estar sujeito às obrigações de negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso e de não retirar o acesso já concedido aos recursos em causa.

Em linha com o defendido anteriormente, esta Autoridade considera que todas as obrigações no âmbito do acesso e utilização de recursos de rede específicos, impostas na decisão de 24 de Junho de 2005, continuam a ser razoáveis, adequadas, proporcionais e justificadas. Consequentemente, todas essas obrigações devem ser mantidas. Adicionalmente, ponderando a análise efectuada no presente documento todos os considerandos e argumentos apresentados na consulta pública sobre a oferta grossista de uma linha exclusiva para serviços de banda larga¹⁷⁴ considera-se que a disponibilização de acesso a uma oferta grossista de “Naked DSL” em condições razoáveis deve estar enquadrada como uma obrigação específica relacionada com o mercado grossista em consideração.

A este respeito, na concretização desta obrigação e na sequência da integração, pela PTC, das condições relativas à disponibilização da funcionalidade “Naked DSL” na oferta grossista “Rede ADSL PT”, o ICP-ANACOM poderá intervir no sentido de alterar algumas das condições aí previstas, nomeadamente, no sentido de as melhor adaptar aos interesses do

¹⁷³ Cf. ERG Common position on Wholesale broadband access.

¹⁷⁴ Vide Consulta e Relatório da consulta pública sobre oferta grossista de linha exclusiva para serviços de banda larga (“Naked DSL”) em <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=248782>.

mercado, o que será efectuado em documento autónomo. A este respeito são relevantes aspectos tais como a possibilidade de:

- Instalação directa de um acesso “Naked DSL” em lacetes activos sem ADSL;
- A declaração de denúncia do contrato de STF a apresentar pelo cliente final na PTC prever a manutenção do serviço ADSL; ou
- Implementação de sincronismo entre a provisão da funcionalidade “Naked DSL” e a portabilidade.

Será também de considerar as referências do ERG relativamente à adequação da imposição de níveis intermédios de acesso à rede do operador com PMS, e suportada em diferentes plataformas tecnológicas, a qual se encontra enquadrada nos princípios considerados na imposição de obrigações nos mercados relevantes, nomeadamente, a promoção do investimento eficiente em infra-estruturas por parte dos operadores alternativos: *“Due to the time scales involved, which will differ according to market conditions within each Member State, other remedies may need to be imposed to provide a sufficient number of intermediate steps for new entrants. For example, certain backhaul services (ATM backhaul, ATM broadband conveyance, other backbone transport) may be required, according to national circumstances. Over time, access products may change. More generally, when implementing the ladder NRAs need to adjust (“customise”) it in terms of timing, pricing and product design to national circumstances and take into account structural/exogenous factors such as disparity of population density or the existence/non-existence of alternative network infrastructures as well as the development of the market”*¹⁷⁵.

Note-se que, tal como acontece com mercado de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo, a imposição de uma obrigação de acesso não será, por si só, suficiente. Entende-se nomeadamente que poderá ser necessário manter obrigações adicionais previstas na Lei n.º 5/2004, para que se possam colmatar os problemas concorrenciais potenciais como os preços excessivos ou as práticas discriminatórias, assegurando a existência de um acesso em condições razoáveis e adequadas às condições existentes nos mercados relevantes para a presente análise.

Também poderá existir a necessidade de adaptar a oferta “Rede ADSL PT” de forma a acomodar serviços de débito mais elevado, por exemplo, serviços VDSL, e outros serviços que poderão advir com o desenvolvimento das NRA.

Estas questões são abordadas nas secções seguintes.

¹⁷⁵ Cf. Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework, Secção 4.2.3.

8.2.2. Não discriminação

8.2.2.1. Consequências da eventual alteração da obrigação

Tal como mencionado na análise efectuada em 2005 ao mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga e também na análise, constante neste documento, ao mercado de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo, quando é imposta uma obrigação de acesso, uma empresa com PMS tende a ter incentivos para discriminar entre as ofertas disponibilizadas aos seus próprios serviços ou a empresas subsidiárias ou associadas e as ofertas disponibilizadas às restantes empresas. Este problema de concorrência inclui a utilização discriminatória ou retenção de informação, a discriminação pela qualidade, as táticas de atraso e as exigências indevidas, além da possibilidade de discriminação ao nível dos preços.

Na sequência destas acções a actividade retalhista dos operadores alternativos sai prejudicada podendo resultar numa diminuição da qualidade dos serviços prestados pelos operadores alternativos a nível retalhista ou no aumento dos custos desses operadores face aos custos da divisão retalhista do operador com PMS. Consequentemente a competitividade dos operadores alternativos no retalho é reduzida substancialmente, traduzindo-se numa forma de alavancagem do poder de mercado do operador com PMS a nível grossista para o mercado retalhista.

Considere-se, a título de exemplo, uma eventual situação em que um operador com PMS no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga discrimina negativamente os operadores alternativos relativamente à sua divisão com operações no mercado retalhista de acesso à Internet em banda larga. Uma qualidade de serviço inferior à prestada a divisões de retalho do operador com PMS significaria que os operadores alternativos não poderiam fornecer um novo acesso num período de tempo equivalente ou então não poderiam garantir um tempo de reparação de avarias equivalente ao assegurado pela divisão retalhista do operador com PMS no mercado retalhista. Esta situação corresponderia a uma redução da concorrência efectiva no mercado retalhista implicando claros prejuízos para os operadores alternativos e para os utilizadores finais.

Neste sentido, conforme previsto nos art.ºs 66.º e 70.º da Lei n.º 5/2004¹⁷⁶, o ICP-ANACOM entende que é objectivamente justificável manter a obrigação de não discriminação a que a PTC se encontra sujeita na oferta “Rede ADSL PT”, de forma a impedir que o Grupo PT possa, em circunstâncias equivalentes, discriminar a favor dos seus próprios serviços ou das empresas subsidiárias ou associadas. Conforme demonstrado, dados os incentivos existentes, a dimensão do Grupo PT no mercado em causa e a sua integração vertical, a condição de não discriminação é particularmente importante, já que a impedirá de alavancar o poder de mercado para mercados adjacentes.

No mesmo sentido, entende-se que as especificações da obrigação de não discriminação definidas pelo ICP-ANACOM mantêm a sua adequação, razoabilidade e proporcionalidade.

¹⁷⁶ O art.º 66.º prevê as competências da ARN no âmbito da imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações. O art.º 70.º descreve, em particular, a obrigação de não discriminação.

Assim, continua a entender-se como imprescindível que a empresa com PMS notifique, com uma antecedência mínima de 30 dias, as empresas interessadas que oferecem redes e serviços de acesso em banda larga e o ICP-ANACOM no caso de alteração, por sua iniciativa, das condições da oferta grossista, permitindo deste modo que essas empresas possam adaptar ou publicitar adequadamente as respectivas ofertas no retalho. Mantém-se também a obrigação de, em situações excepcionais, caso a empresa com PMS efectue alterações na oferta grossista que tenham impacto nas ofertas dos OPS, nomeadamente introdução de novas classes de acesso, alterações ao débito das classes de acesso existentes, alterações aos preços das ofertas, alterações à taxa de contenção ou outras características técnicas e alterações que impliquem a migração de clientes ou descontinuidade de ofertas, o pré-aviso da alteração relativamente à entrada em vigor dessa alteração deverá corresponder a 2 meses. Em linha com este entendimento, mantém-se a adequação e necessidade da obrigação de existir uma comunicação atempada aos operadores alternativos, por parte da PTC, caso venha a efectuar testes piloto, dando-lhes a oportunidade de participar nos mesmos.

Neste mercado, em que não existe infra-estrutura alternativa, continua a ser necessário, justificado e proporcional garantir que, enquanto os OPS não tiverem oportunidade de, através das ofertas grossistas, controlar as características das suas ofertas, designadamente em termos de débitos, qualquer oferta de banda larga lançada pelas empresas do Grupo PT no retalho, em qualquer das tecnologias/redes de distribuição incluídas no mercado grossista de fornecimento de acesso em banda larga, seja antecedida pela publicação de ofertas grossistas que permitam a replicação da oferta por parte dos OPS. De forma coerente com o já mencionado, mantém-se a definição de 30 dias como prazo mínimo entre a publicação das respectivas ofertas grossistas e a comercialização das ofertas no retalho, com excepção dos casos em que ocorrem alterações na oferta grossista que tenham impacto nas ofertas dos operadores alternativos, para os quais deverá ser respeitado o prazo mínimo de 2 meses, conforme referido supra.

Como é óbvio, a existência da obrigação de não discriminação implica que a empresa com PMS esteja obrigada a proporcionar às restantes empresas que oferecem redes e serviços de acesso em banda larga condições idênticas às oferecidas a si próprio, para serviços similares. Isto significa, mais especificamente, que os níveis de desempenho relativamente à qualidade de serviço, tais como prazos de fornecimento de serviços e tempos de reparação de avaria devem ser idênticos para as empresas concorrentes e para as outras actividades análogas da empresa dominante, tendo por base o praticado, não só no mercado grossista em questão mas também no mercado retalhista associado.

Note-se que a obrigação de não discriminação, bem como as especificações já existentes relativamente ao cumprimento da mesma, implica custos reduzidos e é proporcional, sendo adequada para assegurar as condições de igualdade e de concorrência, devendo, por isso, ser mantida.

Já foi explicitado anteriormente que, para assegurar o cumprimento de uma obrigação de não discriminação, é importante que a mesma seja acompanhada pela imposição de obrigações de transparência e de separação de contas.

8.2.2.2. Outros argumentos para manter a obrigação

Neste documento já foi mencionado, aquando da imposição de obrigações no mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado, que o ERG defende¹⁷⁷ que existem várias possibilidades de colocar os operadores concorrentes em desvantagem através de discriminação na qualidade dos serviços grossistas prestados por um operador com PMS, defendendo, por isso, a imposição de uma obrigação de não discriminação.

8.2.2.3. Conclusões

Considerando os incentivos à existência de comportamentos discriminatórios nas condições de fornecimento de acesso e utilização de recursos de rede específicos e as consequências dessa discriminação nos mercados julga-se que a manutenção desta obrigação é justificada, adequada e proporcional face aos (reduzidos) custos existentes.

8.2.3. Transparência

8.2.3.1. Consequências da eventual supressão da obrigação

Já foi mencionado que a obrigação de transparência é um complemento natural para a obrigação de não discriminação, possibilitando a detecção dos eventuais comportamentos discriminatórios existentes. Por esse motivo se afirmou que, caso exista a supressão da obrigação de transparência, a possibilidade de detectar e comprovar comportamentos discriminatórios seria significativamente afectada, o que poderia comprometer a eficácia da obrigação de não discriminação e, conseqüentemente, ao ressurgimento dos factores que estão na origem da dominância. Subsequentemente é espectável que surjam os problemas associados a essa dominância afectando negativamente os mercados.

Assim, entende-se que a obrigação de transparência deve ser mantida. Adicionalmente, considera-se que, neste mercado, esta obrigação deve estar associada à (manutenção da) existência de uma oferta de referência adequada e de fácil acessibilidade, contendo toda a informação necessária para que os operadores alternativos que utilizam ou pretendam utilizar os serviços grossistas em causa possam fazê-lo de forma previsível e eficiente.

O ICP-ANACOM entende que a informação recolhida actualmente no âmbito da oferta grossista “Rede ADSL PT” mantém, na sua generalidade, a relevância e adequação, devendo a mesma continuar a ser remetida a esta Autoridade. Existem, porém, algumas simplificações que podem ser introduzidas, resultando numa redução significativa da informação remetida sem que isso resulte na perda de capacidade do ICP-ANACOM efectuar as análises que entende por necessárias para acompanhar de forma adequada o mercado.

¹⁷⁷ Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework (“Remedies” document).

Nesse sentido, considera-se que pode deixar de ser recolhida a informação sobre tempos mínimos associados à instalação e todos os tempos associados à cessação de acessos de banda larga.

Adicionalmente, verifica-se que, ao contrário do definido nas obrigações impostas por esta Autoridade, actualmente a PTC não está a remeter informação desagregada do parque de acessos em função do tipo de agregação do tráfego cursado nos acessos locais (agregação IP ou ATM), o que deverá ser corrigido por aquela empresa.

Considerando a introdução recente da funcionalidade de “Naked DSL” e tendo em conta que este tipo de acessos apresenta características diferentes dos acessos normais e que é importante acompanhar, de forma detalhada, o desenvolvimento da referida funcionalidade, considera-se também que os dados sobre acessos disponibilizados pela PTC devem apresentar informação desagregada relativamente aos acessos “Naked DSL”. No que diz respeito à funcionalidade “Naked DSL”, para além da informação sobre o parque de acessos disponibilizados pela PTC, deverá também ser prestada informação desagregada relativa ao tempo de instalação deste tipo de acessos e do tempo de alteração de acessos locais com STF POTS para acessos “Naked DSL” (uma vez que os prazos definidos na oferta grossista são diferentes dos prazos definidos para os restantes tipos de acessos).

A restante informação sobre qualidade de serviço, nomeadamente a informação sobre tempos de reparação de avarias, deverá continuar a ser prestada de forma agregada para todos os acessos. Sem prejuízo, caso o número de queixas relativas à qualidade do serviço prestado para algum dos tipos de acessos locais atinja um número significativo, ou caso tal intervenção se considere adequada para prevenir a existência de discriminação na prestação dos serviços grossistas nos vários tipos de acessos existentes, esta Autoridade poderá vir a definir a recolha/prestação de informação de forma desagregada.

Por último, considerando a já referida importância de ter em conta a prestação dos serviços retalhistas relevantes, para acompanhamento da eventual existência de discriminação, entende-se que as empresas do Grupo PT que utilizam a oferta grossista “Rede ADSL PT” deverão disponibilizar informação relativa ao tempo de instalação¹⁷⁸ e reparação de acessos¹⁷⁹ de banda larga relativos aos serviços retalhistas por si prestados (de forma desagregada).

Este entendimento será detalhado e concretizado em deliberação autónoma, no âmbito da publicação dos SLA (*service level agreement*).

8.2.3.2. Outros argumentos para manter a obrigação

Segundo o art.º 67.º da Lei n.º 5/2004, a ARN pode exigir a publicação, de forma adequada, das informações relativas à oferta de acesso e interligação do operador, nomeadamente,

¹⁷⁸ Tempo médio e máximo de instalação de acessos de banda larga, para 100% e 95% das ocorrências.

¹⁷⁹ Tempo médio e máximo de reposição do serviço de banda larga, respectivamente para 100% e 95% das ocorrências (em tempo linear e em tempo útil).

informações contabilísticas, especificações técnicas, características da rede, termos e condições de oferta e utilização, incluindo preços.

Também de acordo com o art.º 68.º da referida Lei, a ARN pode determinar, nomeadamente às empresas que estejam também sujeitas a obrigações de não discriminação, a publicação de ofertas de referência de acesso, incluindo o modo de publicitação.

Note-se que a obrigação de publicação de uma oferta de referência prossegue dois objectivos principais: (i) ajudar à transparência na monitorização de potenciais comportamentos anti-concorrenciais e (ii) dar a conhecer os termos e condições em que as outras empresas irão adquirir serviços de acesso grossista. A publicação de uma oferta de referência permitirá ainda uma maior rapidez na negociação dos acordos, assumindo um papel importante na prevenção de possíveis conflitos e aumentando a confiança dos compradores de serviços grossistas, na medida em que contribui para que estes tenham conhecimento pleno de todas as condições principais associadas à prestação do serviço e contribuindo para que estes lhes sejam fornecidos, em condições não discriminatórias.

Deve assim o Grupo PT manter a publicação e actualização, no respectivo sítio na Internet, das ofertas de referência de acesso em banda larga (actualmente a oferta “Rede ADSL PT”), contribuindo, deste modo, para reforçar a previsibilidade das condições de oferta. Devem, ainda, ser claramente assinaladas as alterações efectuadas entre versões daquela oferta. De forma a garantir a não discriminação e a transparência, a oferta de referência deve também integrar SLA e compensações em caso de incumprimento dos níveis acordados.

Mais uma vez se faz referência ao entendimento do ERG relativamente à importância de fazer apoiar a obrigação de não discriminação por uma obrigação de transparência.

O ERG menciona nomeadamente que deve existir uma definição de níveis mínimos de qualidade dos serviços grossistas, assegurando o controlo do cumprimento destes níveis através da disponibilização/publicitação periódica dos níveis de desempenho na qualidade de serviços das ofertas grossistas às ARN e, quando apropriado, aos outros operadores e utilizadores finais.

Note-se que o ERG destaca a importância dos níveis de desempenho reportados permitirem a desagregação dos serviços prestados aos operadores alternativos dos serviços prestados pelo operador com PMS às suas empresas, por forma a monitorizar o cumprimento da obrigação de não discriminação.

A este respeito, segundo o ERG, no caso do fornecimento grossista de acesso em banda larga, os critérios comparativos mínimos entre os serviços prestados no âmbito da ofertas e os serviços prestados a jusante a considerar são os níveis de serviço associados aos níveis do serviço prestado a nível retalhista.

8.2.3.3. Conclusões

Na sequência da imposição das obrigações de acesso e de não discriminação, o ICP-ANACOM conclui que a imposição da obrigação de transparência constitui uma medida proporcional e necessária para verificar o princípio da não discriminação, justificada e com reduzidos custos

de implementação já que apenas seria exigida a publicação da informação necessária para assegurar a inexistência de condições adversas à concorrência. Ao promover-se a aplicação deste tipo de obrigação, assegura-se:

- (a) a disponibilização atempada de informação relevante aos interessados, fomentando uma maior previsibilidade, segurança e certeza associada ao ambiente em que as empresas que procuram acesso desenvolvem as suas actividades e facilitando as entradas conscientes no mercado, o que beneficia, em última instância, a concorrência e o utilizador final;
- (b) a diminuição da assimetria de informação entre a empresa regulada e o regulador e uma melhor monitorização do cumprimento da obrigação de transparência.

Considerando a análise efectuada, conclui-se que a obrigação de transparência deve ser mantida. Conclui-se nomeadamente que, tal como no caso do mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado, a sua supressão comprometeria a efectividade da obrigação de não discriminação, possibilitando a ocorrência de prejuízos relevantes nos mercados associados.

Também nesta situação se conclui que a manutenção de uma oferta de referência, que contenha toda a informação necessária e nos moldes adequados para uma contratação eficiente dos serviços grossistas em causa, é essencial para o bom funcionamento do mercado grossista de fornecimento de acesso à Internet em banda larga. Conclui-se igualmente, tendo também presentes os comentários e conclusões apresentados na secção relativa à imposição da obrigação de não discriminação, que a facilidade na acessibilidade à oferta, o conhecimento antecipado e identificação das alterações à mesma são condições muito importantes no que diz respeito a um cumprimento adequado da obrigação de transparência. Nesse sentido, entende-se que a oferta deve continuar a ser disponibilizada no sítio da Internet do Grupo PT, identificar devidamente as alterações introduzidas e dar a conhecê-las ao mercado com uma antecedência adequada relativamente à data de entrada em vigor das mesmas.

Conclui-se, igualmente, que a forma como os níveis de desempenho na qualidade de serviço das ofertas grossistas são comunicados às ARN, aos operadores e aos utilizadores finais é bastante importante para existir uma aplicação efectiva da obrigação de transparência. O ICP-ANACOM tem vindo a analisar esta questão de forma detalhada, tendo também em consideração as posições comuns do ERG.

A este respeito, verificou-se que a informação recolhida actualmente no âmbito da oferta grossista “Rede ADSL PT” mantém, na sua generalidade, a relevância e adequação, existindo porém algumas simplificações que podem ser introduzidas, as quais serão objecto de análise e deliberação autónoma.

8.2.4. Controlo de preços e contabilização de custos

8.2.4.1. Consequências da eventual supressão da obrigação

Estando perante um mercado em que: (i) não existe concorrência efectiva, (ii) existem barreiras à entrada relevantes, (iii) não é previsível o desenvolvimento de concorrência e (iv) no qual o operador com PMS pode agir de forma independente relativamente aos restantes agentes de mercado, será previsível que este operador tenha todos os incentivos para definir os preços das ofertas grossistas a um nível significativamente superior aos custos incorridos na disponibilização dos serviços.

Neste sentido, a supressão da obrigação de controlo de preços e contabilização de custos resultaria em preços mais elevados (excessivos) para este *input* essencial para a concorrência o que poderia impedir o desenvolvimento de concorrência sustentável e, simultaneamente, transmitir incentivos de investimento em infra-estruturas desajustados e ineficientes, quer ao operador com PMS, quer aos operadores a quem é concedido o acesso à rede.

Sem a existência da obrigação de controlo de preços e contabilização de custos a ARN terá muitas dificuldades em verificar se os preços grossistas definidos estão enquadrados nos custos incorridos pelo operador com PMS. Esta dificuldade acontecerá relativamente à adequação do nível de preços definidos mas também no que diz respeito à própria estrutura e composição do tarifário grossista.

Pode também gerar-se uma situação de falta de coerência nos preços grossistas (entre classes de serviço ou entre diferentes modalidades da oferta grossista “Rede ADSL PT”) a qual pode resultar em que alguns operadores sejam prejudicados face a outros, em função do tipo de serviços que ofereçam, sem que exista uma justificação real para essa situação.

Sem um controlo efectivo destas questões será previsível que o operador com PMS não tenha também um incentivo real para alcançar acréscimos de eficiência e poupança de custos.

Acresce que, a existência de uma desadequação e ineficiência na definição de preços a nível grossista impede que os operadores que prestam serviços retalhistas desenvolvam serviços verdadeiramente competitivos, acabando por prejudicar os interesses dos utilizadores finais.

Caso se optasse por uma alteração da obrigação em análise no sentido de a eliminar ou a limitar significativamente, poderia surgir um outro problema importante: independentemente do nível a que os preços grossistas são definidos, existe sempre a possibilidade de o operador com PMS levar a cabo práticas que resultem num esmagamento das margens dos operadores alternativos caso não exista um controlo *ex-ante* destas práticas por parte da ARN.

A existência de esmagamento de margens leva, em última instância, a que os operadores alternativos acabem por ter que abandonar o mercado retalhista potenciando a transferência da situação de PMS no mercado grossista para o mercado retalhista. Este facto leva a que os utilizadores finais também sejam prejudicados, em último caso, a longo prazo.

Resumindo, a eventual supressão da obrigação de controlo de preços e contabilização de custos poderia levar a prejuízos significativos nos mercados do fornecimento grossista de acesso em banda larga – em “áreas NC” – e nos mercados retalhistas associados a este, nomeadamente, no mercado retalhista de acesso à Internet em banda larga. Os prejuízos identificados teriam uma influência significativa e abrangente, afectando os operadores grossistas alternativos e os utilizadores finais e conduzindo a incentivos ao investimento e à eficiência desadequados.

8.2.4.2. Outros argumentos para manter a obrigação

O art.º 74.º da Lei n.º 5/2004 permite à ARN impor obrigações de amortização de custos e controlo de preços¹⁸⁰, quando uma potencial ausência de concorrência efectiva origine a manutenção de preços a um nível excessivamente elevado ou a aplicação de esmagamentos de margens em detrimento dos utilizadores finais.

Note-se que, conforme mencionado na análise efectuada ao longo do documento, as redes de acesso para a prestação de serviços de banda larga caracterizam-se, no mercado em análise, pela ausência de uma concorrência efectiva, indiciando, as elevadas barreiras à entrada, poucas probabilidades de concorrência futura. Na ausência de concorrência efectiva, a empresa com PMS tem poucos incentivos em reduzir os custos e operar de forma eficiente, uma vez que esses custos elevados poderão ser transferidos, através de preços excessivos, aos clientes grossistas e, em última instância, aos consumidores que não têm alternativa de escolha.

À luz da Lei n.º 5/2004, o ICP-ANACOM deve assegurar que os mecanismos de amortização de custos ou as metodologias de fixação de preços promovam a eficiência e a concorrência sustentável e maximizem os benefícios para o consumidor, podendo também ter em conta, nesta matéria, os preços disponíveis nos mercados concorrenciais comparáveis.

A este respeito, note-se que, dada a inexistência de concorrência actual e prospectiva, o objectivo de regulação de preços deve ser disponibilizar às empresas concorrentes o acesso à rede para a prestação de serviços de banda larga no retalho a preços que seriam praticados caso o mercado fosse competitivo, permitindo simultaneamente que a empresa com PMS obtenha uma taxa razoável de rentabilidade sobre os investimentos realizados.

O ICP-ANACOM tem vindo a regular o preço da oferta “Rede ADSL PT” tendo por referência uma regra de “retalho-menos”, cuja metodologia foi actualizada e clarificada através da deliberação de 3 de Outubro de 2007¹⁸¹. A adopção de tal medida tem levado a uma diminuição dos preços de cada uma das ofertas (retalhistas e grossistas), com evidentes vantagens do ponto de vista da concorrência e dos utilizadores finais.

Obviamente, tais diminuições de preços ocorreram devido à pressão exercida sobre as empresas do Grupo PT, numa primeira fase, pelas ofertas retalhistas de acesso em banda larga suportadas na OLL – e, numa menor extensão (geográfica) pelas ofertas retalhistas de acesso em banda

¹⁸⁰ Incluindo a obrigação de orientação dos preços para os custos e a obrigação de adoptar sistemas de contabilização de custos, para fins de oferta de tipos específicos de acesso ou interligação.

¹⁸¹ Vide <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=254403>.

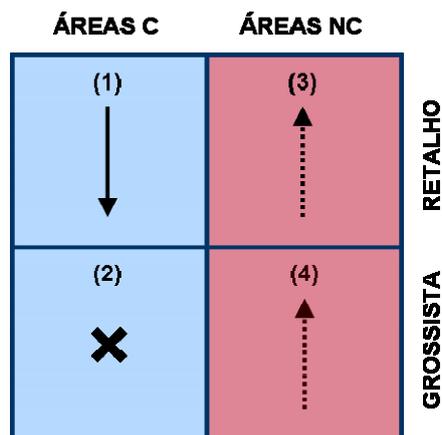
larga dos operadores de redes de distribuição por cabo – e, numa segunda fase, após a concretização do *spin-off* da ZON Multimédia, também devido à pressão exercida pelas ofertas de banda larga entretanto lançadas pela ZON Multimédia.

Estas ofertas, naturalmente, estão disponíveis principalmente nas “áreas C”. A questão que surge no âmbito da aplicação de uma regra de “retalho-menos” nas “áreas NC” é se as mesmas terão a mesma eficácia no tocante a reduções de preços retalhistas e grossistas, atendendo ao facto de que a PTC enfrenta reduzida concorrência por parte dos operadores suportados na OLL e de operadores de redes de distribuição por cabo. Na verdade, na prática as empresas do Grupo PT aplicam uniformidade tarifária em todo o território nacional. Assim, e caso se mantenha essa prática, face à concorrência enfrentada pelas empresas do Grupo PT nas “áreas C”, e caso essas empresas decidam reduzir o preço, reduzem-no em igual montante quer nas “áreas C” quer nas restantes zonas. Tal implica que os utilizadores finais residentes nas “áreas NC” possam também beneficiar da concorrência existente nas “áreas C”.

Em termos da oferta “Rede ADSL PT”, e sem prejuízo para as conclusões da análise de mercado e das obrigações relativamente às “áreas C”, nas “áreas NC” o preço desta oferta grossista também se reduz, tendo em conta a margem definida.

No entanto, a PTC pode, por sua própria iniciativa e tendo em conta a estratégia comercial que mais lhe convém, praticar preços de retalho mais baixos nas zonas onde enfrenta uma maior concorrência (“áreas C”), mantendo preços mais elevados naquelas áreas onde a concorrência é mais reduzida (“áreas NC”). Ou seja, nas “áreas NC” a PTC poderia aumentar os preços de retalho e aumentar os preços da oferta “Rede ADSL PT”, cumprindo a regra de “retalho-menos” (veja-se Figura 11).

Figura 11 – Existência de constrangimento indirecto de preço



Nas “áreas C” a pressão competitiva resulta num incentivo para a redução dos preços de retalho (1). Como é suprimida a obrigação de fornecimento grossista de acesso em banda larga, o impacte dessa redução de preços retalhistas nos preços grossistas (2) não tem aplicação prática. Eventuais comportamentos que não se coadunem com as leis da concorrência são avaliados pela AdC.

Nas “áreas NC” a pressão competitiva é menor (3) podendo não haver incentivos para reduções de preços de retalho idênticas às que podem existir nas “áreas C”. Pode, inclusivamente, a PTC decidir aumentar os preços de retalho nas “áreas NC” e, consequentemente, aumentar o preço grossista desde que compatível com a regra “retalho-menos”.

A ameaça de entrada de novos operadores, através do investimento na OLL, poderá não ser credível, em parte destas zonas, uma vez que a densidade populacional e o rendimento das famílias poderá não justificar o investimento quer por parte de operadores de redes de distribuição por cabo, quer por parte de operadores beneficiários da OLL.

Considera-se que a existência de homogeneidade tarifária (nos preços retalhistas e grossistas) nas “áreas NC” poderia constituir um mecanismo que garantisse que os utilizadores residentes em regiões onde não existe concorrência pudessem beneficiar dos efeitos indirectos da concorrência nas “áreas C”. No entanto, a imposição de uma obrigação desta natureza, especialmente ao nível do retalho, não se afigura possível. Assim, havendo, nas “áreas NC”, áreas de central com operadores co-instalados ou áreas cobertas por operadores de redes de distribuição por cabo que representam cerca de 85% dos acesso de banda larga nestas áreas, é expectável que haja também alguma pressão a nível do mercado retalhista, nestas áreas, que reduza os incentivos por parte do Grupo PT para aumentar os preços de retalho e, conseqüentemente, os preços grossistas. Caso, mesmo assim, o ICP-ANACOM considere que os interesses dos utilizadores nestas zonas estão a ser prejudicados, poderá impor obrigações de orientação dos preços grossistas para os custos na sequência de uma análise detalhada dos custos recorrendo, nomeadamente, a modelos de custos prospectivos incrementais de longo prazo (FL-LRIC) tendo em conta a actuação de um operador eficiente.

Esta situação poderá suscitar questões de coesão social que poderão ser endereçadas através da definição de uma regra que impeça o aumento de preços da oferta “Rede ADSL PT”, tendo por referência, nomeadamente, os preços da oferta em anos anteriores ou através de intervenções noutras sedes. O ICP-ANACOM irá também analisar detalhadamente os custos da oferta “Rede ADSL PT”, não pondo de parte a imposição de uma obrigação de orientação dos preços para os custos. Neste âmbito, poderá recorrer a modelos de custos prospectivos incrementais de longo prazo (FL-LRIC) tendo em conta a actuação de um operador eficiente.

Sem prejuízo, é evidente que, se adequado e necessário, continuará a ser possível intervir na definição de preços da oferta grossista “Rede ADSL PT”, nomeadamente caso os pressupostos explicitados não se venham a verificar e se os utilizadores finais nestas zonas geográficas não estiverem a obter o máximo benefício em termos de escolha, preço e qualidade.

Note-se que no caso da oferta de “Naked DSL”, atendendo à importância que esta oferta pode ter ao nível do desenvolvimento de ofertas atractivas para os utilizadores finais que se situam em zonas mais remotas ou menos desenvolvidas ou onde prospectivamente existem menores possibilidades de se vir a desenvolver concorrência suportada em níveis superiores da cadeia de valor, a definição dos preços grossistas terá por base o princípio da orientação dos preços para os custos.

A complexidade de operacionalização da regra de “retalho-menos” poderá aumentar, nomeadamente na sequência da oferta de serviços em pacote¹⁸², pelo que o ICP-ANACOM acompanhará esta questão podendo vir a actualizar a regra de “retalho-menos” definida.

¹⁸² Ou mesmo agregados a outros produtos/serviços não relacionados o mercado das comunicações electrónicas.

No que diz respeito ao controlo da eventual existência de esmagamento das margens dos operadores alternativos é de mencionar que, conforme referido anteriormente, a justificação e detalhe deste ponto específico da obrigação de controlo de preços e contabilização de custos já foi devidamente explicitada em várias deliberações do ICP-ANACOM¹⁸³.

Por fim, entende-se ainda que o preço do acesso da oferta “Rede ADSL PT” deve continuar a ser coerente com o preço do acesso partilhado, numa óptica de não discriminação e de orientação para os custos. É também importante manter a existência de uma coerência interna na oferta grossista “Rede ADSL PT”, devendo ainda existir uma margem razoável entre os custos incorridos pelos operadores nas várias opções daquela oferta (i.e., a oferta com agregação ATM, a oferta com agregação IP e a oferta de “Naked DSL”) e uma diferença de preços justificada entre as várias classes de acesso local (especialmente no caso da modalidade de agregação IP¹⁸⁴).

Tal possibilidade é, aliás, também defendida pelo ERG, ao afirmar que *“As a consequence of economies of scope and scale, cost-based bitstream pricing may give rise to an eviction price in respect of the upstream (unbundled loop and shared access) services. Consequently, NRAs may need to impose additional controls to ensure the maintenance of a margin sufficient to avoid this. In principle, such controls could be imposed as a remedy to SMP in either market”*¹⁸⁵.

Neste sentido, o ICP-ANACOM também acompanhará de perto a questão da margem entre os preços do serviço “Rede ADSL PT” e os preços da OLL, podendo vir a intervir caso tal se justifique.

8.2.4.3. Conclusões

Considera-se que a obrigação de controlo de preços e contabilização de custos é objectivamente justificável, na medida em que permite estabelecer preços com base nos custos, evitando situações de preços excessivos e esmagamento de margens, e permitindo o desenvolvimento da concorrência, enquanto promove, *ceteris paribus*, a aplicação de preços disponíveis nos mercados concorrenciais comparáveis, contribuindo assim para a defesa dos interesses do consumidor.

Esta obrigação constitui uma resposta proporcional à dimensão da concorrência no mercado em causa, já que permite que as empresas concorrentes do Grupo PT comprem serviços de acesso em banda larga a preços que lhes permitam desenvolver serviços de retalho competitivos, em benefício dos consumidores. Adicionalmente, esta condição permite ao Grupo PT uma taxa de retorno próxima à que existiria num mercado concorrencial eficiente.

Note-se ainda que, sendo a abrangência geográfica do mercado em causa mais reduzida face à abrangência do mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga definido em 2005,

¹⁸³ Vide deliberações do ICP-ANACOM de 03.10.2007, 31.10.2007, 07.02.2008 e 26.06.2008 sobre esta matéria em:

<http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=268122>.

¹⁸⁴ Este entendimento ficou expresso e substanciado na deliberação do ICP-ANACOM de 13.10.2005 relativa a alterações à oferta “Rede ADSL PT” introduzidas pela PTC em 23 de Agosto de 2005.

¹⁸⁵ Cf. ERG Best Practices on Regulatory Regimes in bitstream Access.

o impacto da obrigação de controlo de preços e contabilização de custos é, também, mais reduzido.

8.2.5. Separação de contas

8.2.5.1. Consequências da eventual supressão da obrigação

Como defendido na imposição de obrigações ao mercado grossista de fornecimento de acesso desagregado, a supressão da obrigação de separação de contas poderia implicar que os prejuízos identificados, aquando da ponderação da supressão das obrigações de não discriminação e de controlo de preços e contabilização de custos, afectassem os mercados relevantes. Isto aconteceria basicamente porque, tal com o acontece com a obrigação de transparência, a obrigação de separação de contas é essencial para garantir o cumprimento e a efectividade da obrigação de não discriminação e da obrigação de controlo de preços e contabilização de custos.

Identifica-se, nomeadamente, que a inexistência da obrigação de separação de contas conduziria a que esta Autoridade tivesse dificuldade em monitorizar correctamente o cumprimento das obrigações associadas aos preços e custos da empresa com PMS e, conseqüentemente, dificultasse significativamente a identificação de situações de subsidiação cruzada.

8.2.5.2. Outros argumentos para manter a obrigação

Conforme indicado na análise de 24 de Junho de 2005, entende-se que esta se trata de uma medida objectivamente justificável dada a necessidade de garantir a não discriminação (permitindo a análise dos preços grossistas e dos preços de transferência internos) e impedir a subsidiação cruzada.

Trata-se de uma medida proporcional, na medida em que apenas é exigida a disponibilização de informação com um detalhe que permita concretizar os objectivos de verificação de outras obrigações.

Note-se que o formato e a metodologia contabilística adoptados devem obedecer aos requisitos que foram veiculados à PTC pelo ICP-ANACOM em sede própria, procedendo esta Autoridade à revisão periódica desses requisitos com vista à melhoria do sistema de custeio e da informação disponibilizada.

8.2.5.3. Conclusões

Conclui-se que a obrigação de separação de contas deve ser mantida de forma a assegurar que existe uma monitorização efectiva da obrigação de não discriminação. Neste sentido, continua a entender-se que esta se trata de uma obrigação proporcional, adequada e justificada.

8.2.6. Reporte financeiro

8.2.6.1. Consequências da eventual supressão da obrigação e conclusões

Por forma a verificar o cumprimento das obrigações anteriormente definidas, nomeadamente as obrigações de transparência, não discriminação, separação de contas e contabilização de custos, e de acordo com o n.º 3 do art.º 71.º da Lei n.º 5/2004, a empresa com PMS deverá disponibilizar ao ICP-ANACOM os seus registos contabilísticos, incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros.

Assim, caso não existisse uma obrigação de reporte financeiro, estar-se-ia a comprometer a efectividade das obrigações mencionadas anteriormente levando a prejuízos significativos para o mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga e mercados relacionados.

Em linha com a análise efectuada em 2005, entende-se que os registos contabilísticos necessários ao cumprimento adequado da obrigação de reporte financeiro constituem o sistema de contabilidade analítica que deve ser remetido, nos termos definidos em sede própria.

8.2.6.2. Conclusões

Conclui-se que a manutenção da obrigação de reporte financeiro é necessária, proporcional e adequada.

8.3. Conclusão

Foi identificado como relevante, para efeitos de regulação *ex-ante* e de acordo com os princípios do direito da concorrência, o seguinte mercado grossista:

5-NC) Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas NC”.

Analisado este mercado e tendo em máxima conta as Linhas de Orientação, o ICP-ANACOM conclui que o Grupo PT tem PMS no mercado relevante identificado e por conseguinte que devem ser impostas as obrigações constantes da Tabela 34 (todas as obrigações encontram fundamento no art.º 66.º da Lei n.º 5/2004, atendendo a que não existe concorrência efectiva neste mercado).

Tabela 34 – Obrigações a impor às empresas identificadas com PMS no mercado relevante

Obrigações	Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas NC”
Acesso e utilização de recursos de rede específicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acesso à RTPC em diferentes pontos ▪ Negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso ▪ Não retirar o acesso já concedido a determinados recursos ▪ Disponibilizar acesso à oferta grossista de linha exclusiva para serviços de banda larga (“Naked DSL”).
Transparência na publicação de informações, incluindo propostas de referência	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicação da oferta de referência de acesso em banda larga (“Rede ADSL PT”), com identificação clara de alterações entre versões, devendo integrar SLAs e compensações de incumprimento ▪ Remeter informação referente a prazos máximo, médio de entrega e de reparação de avarias e do grau de disponibilidade (desagregados por modalidade de instalação e por operador) ▪ Desagregar a informação remetida pelas diferentes modalidades da oferta “Rede ADSL PT” – IP, ATM, “Naked DSL”.
Não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não discriminar indevidamente na prestação do acesso à rede¹⁸⁶ ▪ Pré-aviso de 30 dias para alterar ofertas grossistas – no caso de alterações significativas nas ofertas grossistas, este prazo alarga-se para 2 meses ▪ Lançamento de ofertas retalhistas condicionado à existência de ofertas grossistas equivalentes na “Rede ADSL PT”.
Separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e/ou a interligação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema de custeio e separação contabilística.
Controlo de preços e contabilização de custos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Controlo de preços (“retalho-menos”); ▪ Se necessário e adequado assegurar a existência de preços coerentes e que incentivem a concorrência e o investimento eficiente; ▪ Controlo dos preços da oferta grossista de “Naked DSL”, tendo por base o princípio da orientação dos preços para os custos¹⁸⁷.
Reporte financeiro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilização dos registos contabilísticos (SCA) incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros

O ICP-ANACOM considera que as obrigações estabelecidas poderão necessitar de maior detalhe, especificação ou clarificação na sua implementação, as quais serão efectuadas em documentos autónomos.

A Tabela 35 apresenta a comparação entre as obrigações impostas na análise realizada em 2005 e na presente análise.

¹⁸⁶ Incluindo a diferenciação geográfica de preços.

¹⁸⁷ Com possibilidade de alargamento às ofertas “standard”.

Tabela 35 – Comparação das obrigações impostas em 2005 com as obrigações constantes da presente análise de mercado – Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas NC”

Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas NC”	Decisão 30 de Março de 2005	Presente análise de mercado
Âmbito do mercado geográfico definido	Nacional	Sub nacional
Obrigações		
Acesso	✓	✓
▪ Acesso à RTPC em diferentes pontos	✓	✓
▪ Negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso	✓	✓
▪ Não retirar o acesso já concedido a determinados recursos	✓	✓
▪ Disponibilizar acesso à oferta grossista de linha exclusiva para serviços de banda larga (“Naked DSL”)	(1)	✓
Transparência e não discriminação	✓	✓
▪ Publicação da oferta de referência de acesso em banda larga (“Rede ADSL PT”), com identificação clara de alterações entre versões, devendo integrar SLAs e compensações de incumprimento	✓	✓
▪ Remeter informação referente a prazos máximo, médio de entrega e de reparação de avarias e do grau de disponibilidade (desagregados por modalidade de instalação e por operador)	✓	✓
▪ Desagregar a informação remetida pelas diferentes modalidades da oferta “Rede ADSL PT” – IP, ATM, “Naked DSL”		✓
▪ Disponibilização e publicação de indicadores e níveis de desempenho na qualidade de serviço nas ofertas grossistas		✓
▪ Não discriminar indevidamente na prestação do acesso à rede	✓	✓
▪ Pré-aviso de 30 dias para alterar ofertas grossistas – no caso de alterações significativas nas ofertas grossistas, este prazo alarga-se para 2 meses	✓	✓
▪ Lançamento de ofertas retalhistas condicionado à existência de ofertas grossistas equivalentes na “Rede ADSL PT”	✓	✓
▪ Controlo ex-ante das condições concorrenciais	✓ (2)	✘
Separação de contas	✓	✓
▪ Sistema de custeio e separação contabilística	✓	✓
Controlo de preços e contabilização de custos	✓	✓
▪ Fixar preços orientados para os custos	✓	✓ (3)
▪ Controlo de preços (“retalho-menos”)	✓	✓
▪ Se necessário e adequado assegurar a existência de preços coerentes (nomeadamente com os preços da OLL) e que incentivem a concorrência e o investimento eficiente	✓	✓
▪ Controlo dos preços da oferta grossista de “Naked DSL”, tendo por base o princípio da orientação dos preços para os custos		✓
Reporte financeiro	✓	✓
▪ Disponibilização dos registos contabilísticos (SCA) incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros	✓	✓
<p>✓ – Obrigação presente. ✘ – Obrigação suprimida pela deliberação de 26.06.2008. (1) – A PTC disponibiliza actualmente uma oferta NDSL na sequência de recomendação do ICP-ANACOM. (2) – Implementada pela deliberação de 03.10.2007. (3) – Possibilidade.</p>		

8.4. Supressão de obrigações no mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”

Já foi mencionado que a conclusão de que um mercado está sujeito a concorrência efectiva significa que não podem ser impostas obrigações às empresas que actuam nesse mercado. Note-se porém que, caso já existam obrigações impostas a uma empresa, a supressão dessas obrigações deve ser comunicada aos interessados com uma antecedência razoável. Entende-se igualmente que deve ser assegurada uma transição gradual, tendo como princípios essenciais, por um lado, assegurar que num mercado concorrencial as empresas possam concorrer livremente e, por outro lado, garantir a protecção dos utilizadores finais e dos intervenientes no mercado.

Sem prejuízo para o mencionado, nomeadamente a supressão de todas as obrigações existentes no mercado, a análise efectuada de seguida procurará demonstrar que a supressão das obrigações é adequada e não implica prejuízos significativos, quer para o mercado em análise quer para os mercados relacionados. Constitui também um objectivo da análise identificar o modo mais adequado para suprimir as obrigações actualmente em vigor, avaliando nomeadamente se deverá existir um período transitório, durante o qual algumas obrigações devem continuar a vigorar. A justificação para a existência de um período transitório passará pelo facto de tal ser necessário para proteger os utilizadores finais e os operadores que efectuaram investimentos no mercado e eventualmente necessitam de um período de tempo para adequar as suas ofertas, os seus objectivos e estratégias à nova realidade.

8.4.1. Acesso e utilização de recursos de rede específicos

Da análise efectuada aquando da definição do mercado e da avaliação de PMS resultou que, nas áreas geográficas associadas a este mercado desenvolveu-se sendo expectável que até à próxima análise de mercado exista uma utilização, instalação e disseminação alargada de recursos concorrentes à infra-estrutura da RTPC detida por empresas do Grupo PT. Atente-se que se perspectiva que o desenvolvimento dessa infra-estrutura alternativa será suportado, sobretudo, através do investimento na OLL ou em infra-estrutura própria, nomeadamente no âmbito das NRA, mas também, em redes de distribuição por cabo.

Como se viu, tendo em conta a existência de constrangimentos internos de preços e de fornecimento interno, pode-se considerar que os acessos suportados na OLL e em redes de distribuição por cabo devem ser ponderados ao nível do mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga, permitindo concluir que nas áreas geográficas em questão existe ou, irá desenvolver-se concorrência efectiva.

Assim, conclui-se que:

- (a) Mesmo retirando a obrigação de acesso e utilização de recursos de rede específicos actualmente em vigor, em consequência da existência de operadores com infra-estrutura num nível superior da cadeia de valor e atento o investimento já efectuado pela PTC na abertura da sua rede de suporte aos serviços ADSL, existem incentivos para que a PTC continue a prestar serviços grossistas de acesso em banda larga.

Note-se que, caso os operadores com possibilidade de prestar o mesmo tipo de serviço (nomeadamente, os operadores que investiram na OLL) aos operadores alternativos que possam prescindir da oferta grossista “Rede ADSL PT”, o Grupo PT perderia receita a nível grossista e manteria a mesma situação a nível retalhista. Nessa situação, a decisão de terminar o fornecimento grossista de acesso à Internet em banda larga, acabaria por ser não lucrativa uma vez que a existência de concorrência a nível grossista impediria que se tirassem proveitos dessa decisão ao nível do mercado retalhista.

- (b) Mesmo que a PTC e outros operadores grossistas com investimentos na OLL não disponibilizem nenhuma oferta grossista de acesso à Internet de banda larga continuará a existir a possibilidade de os operadores que actualmente utilizam a oferta grossista “Rede ADSL PT” concorrerem no mercado retalhista de acesso à Internet de banda larga de forma efectiva utilizando infra-estrutura própria resultante de investimento na OLL. Nesta situação, poder-se-á concluir que a decisão de suprimir a obrigação de acesso está alinhada com o princípio do incentivo ao investimento em rede própria quando possível e adequado.

Também se perspectiva que os investimentos realizados pelos operadores alternativos que recorrem à oferta grossista “Rede ADSL PT” não serão perdidos uma vez que podem ser utilizados no âmbito da mesma ou outra oferta grossista de igual âmbito, ou mesmo ser aproveitados por esses operadores para subir na “escada de investimento”, através do investimento na OLL. Sem prejuízo, e para que tal se verifique, há que assegurar que os operadores alternativos são informados da eventual cessação, por parte da PTC, da prestação do serviço de acesso com uma antecedência adequada.

Também os investimentos realizados pela PTC serão aproveitados, mesmo que esta empresa opte por não fornecer acesso grossista em banda larga a terceiros nestas zonas, uma vez que continuará a prestar o acesso às suas empresas e a utilizar alguns dos investimentos realizados no âmbito da oferta grossista, que se mantém obrigatória nas “áreas NC”.

Nesta argumentação é importante ponderar que as economias de escala resultantes da dimensão da rede do Grupo PT, em qualquer das situações mencionadas, acabam por continuar a ser transferidas para os operadores alternativos que recorram ao investimento em infra-estrutura própria ou a outras ofertas grossistas que eventualmente surjam suportadas na OLL. Isto acontece porque o investimento na OLL permite que os operadores também usufruam das economias e eficiências da rede do Grupo PT.

Nesta análise o ICP-ANACOM tomou também em consideração que a obrigação de acesso implica que as condições do acesso sejam adequadas e razoáveis. Considerando o referido anteriormente relativamente à existência de incentivos por parte do Grupo PT para manter a oferta grossista em funcionamento, entende-se que esses incentivos estão também alinhados com a existência de condições razoáveis e competitivas. Note-se que, se assim não for, os operadores alternativos que actualmente se suportam na oferta grossista “Rede ADSL PT” irão procurar novas formas de aceder ao utilizador final contactando operadores já co-instalados nestas zonas geográficas ou investindo eles próprios na OLL.

Sem prejuízo para o mencionado, considera-se relevante ter em conta o que representa para o mercado em questão a supressão da obrigação de acesso, assumindo que o Grupo PT não

continuará a prestar o serviço de fornecimento de acesso em banda larga, ou outro operador com infra-estrutura num nível superior da cadeia de valor o não passasse a fazer.

Tabela 36 – Distribuição dos acessos em banda larga nas “áreas C” no final de 2007

Tipo de Acesso	2007	
	Número	%
Acessos OLL	252,711	26%
Acessos Cabo	458,791	47%
Acessos “Rede ADSL PT” (Grupo PT)	245,674	25%
Acessos “Rede ADSL PT” (operadores OLL)	15,152	2%
Acessos “Rede ADSL PT” (outros operadores)	6,311	1%
Total	978,639	100%

Verifica-se que, no mercado geográfico em causa, apenas 2% dos acessos de banda larga dos OPS estão suportados na oferta “Rede ADSL PT”, representando, apenas cerca de 21 mil acessos. Neste número estão considerados quase 15 mil acessos onde mais facilmente pode existir uma transferência dos acessos para a OLL, uma vez que pertencem a operadores com investimentos já realizados ao nível dessa oferta. São também contabilizados cerca de 500 acessos pertencentes a um operador com investimentos ao nível das redes de distribuição por cabo.

Pode-se então concluir que, dada a reduzida dimensão de acessos que podem ser efectivamente afectados, o impacto (se existente) da supressão da obrigação em questão será sempre mínimo (ainda que possa ser relevante para cada um dos acessos afectados) e não significativo para o mercado.

Conforme já mencionado, existindo a supressão da obrigação de acesso, de forma a assegurar que os investimentos realizados pelos operadores alternativos no âmbito da oferta grossista “Rede ADSL PT” são aproveitados, há que garantir que estes são informados da eventual cessação da oferta grossista de acesso em banda larga por parte do Grupo PT com uma antecedência adequada.

Considera-se que a definição de um período de um ano, contado da data de publicação da decisão final sobre a análise efectuada no presente documento, constituirá um período transitório adequado, durante o qual a PTC deverá continuar a fornecer o acesso aos serviços em causa, não devendo efectuar alterações da oferta que se consubstanciem num agravamento ou regressão das condições de acesso actualmente asseguradas aos beneficiários da oferta grossista “Rede ADSL PT”¹⁸⁸.

A PTC só poderá retirar o acesso à oferta grossista “Rede ADSL PT” ou agravar as condições de acesso numa determinada área geográfica mediante a existência de um pré-aviso de 6 meses relativamente à data em que pretende que essa decisão se torne efectiva (esse pré-aviso poderá ser efectuado durante o período de um ano em que a oferta não poderá ser agravada, ou seja, no limite, se o Grupo PT informar, seis meses após a entrada em vigor da decisão final, que

¹⁸⁸ Note-se que, por exemplo, um aumento de preço dos serviços constitui um agravamento das condições de acesso.

pretende cessar a oferta ou agravar as suas condições, tal poderá entrar em vigor seis meses após esse aviso).

Após este período as condições de acesso e prestação dos serviços (se existentes) serão estabelecidas através dos mecanismos de negociação comercial entre os operadores interessados.

Os prazos definidos permitem que os operadores alternativos negoceiem o fornecimento do mesmo serviço por parte de outras empresas que possuam infra-estrutura num nível superior da cadeia de valor vertical, que negoceiem com a PTC a manutenção do serviço em condições vantajosas para ambos, dado algum poder negocial (alternativas) que possuem ou mesmo que optem por desenvolver investimentos ao nível da OLL.

Abordagem similar foi também seguida pela OFCOM que decidiu que a notificação da cessação da prestação de fornecimento grossista de acesso em banda larga, tinha de ser dada com uma antecedência de 12 meses, período durante o qual deveriam ser mantidas as condições de acesso relativamente aos acessos já fornecidos.

Considera-se igualmente que este será o tempo adequado para que eventuais migrações de clientes para outras ofertas grossistas ou mesmo outros operadores possam ocorrer sem que existam prejuízos para os utilizadores finais. A este respeito, informa-se que o ICP-ANACOM acompanhará detalhadamente a forma como estas eventuais migrações possam ocorrer e intervirá de forma célere, caso identifique que existe o risco de prejuízos ou inconvenientes para os utilizadores ou para o desenvolvimento de uma sã concorrência.

O ICP-ANACOM ponderou a possibilidade do período transitório de um ano apenas se aplicar nos acessos que actualmente já são fornecidos no âmbito da oferta grossista “Rede ADSL PT”, tendo porém optado por definir que esta transição se deve aplicar também a novos acessos que entretanto venham a ser fornecidos durante o período definido. Significa isto que durante este período de um ano, os beneficiários da oferta “Rede ADSL PT” podem angariar clientes sabendo, no entanto, à partida que quando expirar esse prazo (e que conta a partir da publicação da decisão final), o acesso poderá cessar. Com efeito, conforme se mencionou previamente, existem investimentos dos operadores alternativos que, dentro do possível, devem ser preservados e salvaguardados pelo ICP-ANACOM. Esses investimentos estão também relacionados com a existência de perspectivas de fornecimento de novos acessos. Considerou-se que o período de um ano seria suficiente para, considerando as especificidades desta situação, os operadores incorporarem o novo enquadramento regulatório nas sua política comercial e estratégia de desenvolvimento do negócio, as quais deverão ter em conta também o futuro e que podem passar por uma continuação do fornecimento de novos acessos retalhistas.

8.4.1.1. Conclusões

Tendo em consideração a análise efectuada ao longo do documento e os argumentos apresentados nesta secção, esta Autoridade conclui que não existem prejuízos relevantes para o mercado definido resultantes da supressão da obrigação de acesso e utilização de recursos de rede específicos, face, nomeadamente, à dimensão do parque em causa e às alternativas existentes.

Identificou-se nomeadamente que a PTC tem alguns incentivos para manter o fornecimento do serviço em consideração em condições razoáveis e competitivas. Este incentivo resulta da possibilidade de outros operadores suportados na OLL terem a opção de vir a desenvolver ofertas grossistas concorrentes, levando à redução de receitas grossistas para o Grupo PT. Aliás, alguns dos beneficiários da OLL informaram o ICP-ANACOM que possuem ofertas grossistas ainda incipientes ou ainda sem qualquer cliente, mas que, dependendo das evoluções no mercado, podem vir a equacionar o desenvolvimento de ofertas grossistas alternativas. Assim, os operadores alternativos suportados na oferta grossista “Rede ADSL PT” podem também negociar o fornecimento grossista de acesso em banda larga com esses operadores. Acresce que se verificou que pode ainda existir a possibilidade destes operadores alternativos virem a efectuar investimentos ao nível da OLL, optando por subir na “escada do investimento”.

Outra questão relevante devidamente ponderada pelo ICP-ANACOM passa pelo facto de se concluir que, dado o número de acessos que podem ser efectivamente afectados, o impacto (se existente) da supressão da obrigação em questão será reduzido e não significativo para o mercado.

Relativamente à forma e antecedência com que os operadores que utilizam actualmente a oferta grossista “Rede ADSL PT” nestas áreas geográficas devem ser notificados, considerou-se que seria suficiente e adequado estabelecer um período transitório de um ano, durante o qual os serviços actualmente fornecidos devem obrigatoriamente continuar a ser prestados em condições não mais gravosas. Definiu-se igualmente que, durante ou mesmo após o período transitório de um ano, a PTC só poderá retirar o acesso ao serviço em questão ou agravar as condições de acesso mediante a existência de um pré-aviso de 6 meses relativamente à data em que pretende que essa decisão se torne efectiva.

8.4.2. Não discriminação

O facto de se ter suprimido a obrigação de acesso leva a que, a priori, a existência de uma obrigação de não discriminação perca significativa relevância. Assumindo que existem operadores que têm a possibilidade de disponibilizar uma oferta grossista de acesso em banda larga através da OLL (dispondo das economias de escala e da eficiência da rede do Grupo PT) ou que existe a possibilidade de os operadores investirem directamente na OLL, a existência de discriminação na prestação dos serviços acabaria por não ser lucrativa para a PTC. Este facto, conforme já referido, resulta do facto de a concorrência existente e que se venha a desenvolver a nível grossista não permitir que se ganhe uma posição de vantagem no mercado retalhista devido às acções nos mercados localizados num nível superior da cadeia de valor vertical.

Ou seja, nesta situação, a utilização discriminatória ou retenção de informação, a discriminação pela qualidade, as táticas de atraso e as exigências indevidas, além da possibilidade de discriminação ao nível dos preços, não criaria directamente uma situação de vantagem no mercado retalhista para a empresa que praticasse tais acções. Isto deve-se ao facto de se considerar que os operadores têm condições de servir o utilizador final através de outros meios, não saindo a sua acção prejudicada. Note-se, contudo, que a ocorrência de algumas eventuais acções discriminatórias poderão justificar uma intervenção *ex-post* por parte do ICP-ANACOM e/ou da AdC.

Não obstante, deve existir, tal como na obrigação de acesso, um período transitório no qual a obrigação de não discriminação se deve continuar a aplicar. Considera-se que o período transitório deve ser igual para todas as obrigações. Assim, define-se, também neste caso, um período transitório de 12 meses após a decisão final do ICP-ANACOM para deixar de se aplicar a obrigação de não discriminação. Isso significa que, durante esse período, a empresa com PMS está obrigada a proporcionar às restantes empresas que oferecem redes e serviços de acesso em banda larga condições idênticas às oferecidas a si próprio para serviços similares. Significa também, mais especificamente, que os preços e os níveis de desempenho relativamente à qualidade de serviço, tais como prazos de fornecimento de serviços e tempos de reparação de avaria, devem ser idênticos para as empresas concorrentes e para as outras actividades análogas da empresa dominante, tendo por base o praticado, não só no mercado grossista em questão, mas também no mercado retalhista associado.

Da mesma forma, durante esse período transitório, a empresa com PMS terá de continuar a notificar, com uma antecedência mínima de 30 dias, as empresas interessadas que oferecem redes e serviços de acesso em banda larga e o ICP-ANACOM no caso de alteração, por sua iniciativa, das condições da oferta grossista no sentido da sua melhoria, permitindo deste modo que essas empresas possam adaptar ou publicitar adequadamente as respectivas ofertas no retalho. A antecedência do pré-aviso é de 2 meses caso a alteração efectuada tenha impacto nas ofertas dos OPS, nomeadamente através da introdução de novas classes de acesso, alterações ao débito das classes de acesso existentes, alterações aos preços das ofertas, alterações à taxa de contenção ou outras características técnicas e alterações que impliquem a migração de clientes ou descontinuidade de ofertas¹⁸⁹.

Note-se contudo que, no período transitório definido para este mercado, já não existirá qualquer controlo das condições concorrenciais das ofertas retalhistas lançadas pelo Grupo PT no mercado em causa. Assim, a partir do dia em que seja publicada a decisão final, as empresas do Grupo PT que actuam no mercado retalhista de acesso à Internet em banda larga nas “áreas C” têm liberdade para definir as condições das suas ofertas retalhistas sem existir, nessas “áreas C”, um controlo *ex-ante* das condições concorrenciais existentes.

Considera-se que já não deve existir controlo *ex-ante* das condições concorrenciais das empresas do Grupo PT porque:

- (a) em primeiro lugar, como se referiu anteriormente, tendo-se concluído que o mercado é concorrencial, não deverão ser impostas, à partida, obrigações neste âmbito que a impeçam de concorrer eficaz e livremente, excepto aquelas que se traduzam na necessidade de assegurar, por um período transitório, a oferta aos operadores alternativos, por forma a que possam encontrar alternativas razoáveis;
- (b) como se verificou na análise ao mercado retalhista associado a estas áreas, existe uma concorrência significativa proveniente sobretudo de ofertas de operadores alternativos suportados na OLL (e.g. Sonaecom) e em redes de distribuição por cabo (e.g. ZON Multimédia), sendo importante, até para incrementar a concorrência existente no

¹⁸⁹ Note-se que conforme já mencionado estas alterações da oferta grossista nunca poderão implicar uma regressão ou agravamento das condições de acesso actualmente definidas na oferta grossista “Rede ADSL PT”.

mercado e proporcionar um maior leque de ofertas atractivas aos utilizadores finais, que as ofertas do Grupo PT possam, desde já, ter liberdade para concorrer de forma totalmente flexível nestas áreas geográficas;

- (c) caso durante algum período de tempo existam no mercado retalhista ofertas do Grupo PT que não respeitem as condições concorrenciais mínimas tidas actualmente em consideração por esta Autoridade, será uma situação muito específica e durante um período de tempo que não implicará alterações estruturais no mercado a longo prazo, uma vez que os operadores alternativos dispõem da possibilidade de recorrer a outras alternativas para alcançar o utilizador final e o Grupo PT isoladamente não terá incentivos para manter esta situação durante um período de tempo relevante.

8.4.2.1. Conclusões

Tendo em consideração a análise efectuada ao longo do documento e os argumentos apresentados nesta secção, esta Autoridade conclui que a supressão da obrigação de não discriminação é adequada.

Conclui-se nomeadamente que, nesta situação, a utilização discriminatória ou retenção de informação, a discriminação pela qualidade, as táticas de atraso e as exigências indevidas, além da possibilidade de discriminação ao nível dos preços, não criaria directamente uma situação de vantagem no mercado retalhista para a empresa com actividades grossistas que praticasse tais acções. Verificou-se nomeadamente que, o facto dos operadores alternativos terem outros meios para servir o utilizador final, lhes permite que a sua acção não saia prejudicada a longo prazo e que tais acções levariam a uma redução de receitas para o operador que as pratique.

Conclui-se igualmente que, tal como na situação da obrigação de acesso, deve existir um período transitório de 12 meses durante o qual a obrigação de não discriminação deve continuar a aplicar-se. Assim, durante esse período, a PTC deve continuar a garantir as mesmas condições reais de acesso aos serviços que proporciona a si própria (ou a empresas associadas) para serviços similares. Durante esse período transitório deverão continuar a aplicar-se os prazos mínimos entre a notificação de alterações na oferta grossista e a data em que essas alterações entram em vigor (1 mês ou 2 meses, consoante o grau de alteração, sendo que no caso já referido de cessação ou de agravamento das condições da oferta o prazo é de 6 meses).

Releva-se que se conclui que a partir do dia em que for publicada a decisão final sobre esta análise as ofertas retalhistas de acesso em banda larga das empresas do Grupo PT deixam de estar sujeitas, nas “áreas C”, a qualquer tipo de controlo *ex-ante* das suas condições concorrenciais.

8.4.3. Transparência

O ICP-ANACOM já mencionou neste documento que a transparência é um complemento natural para a obrigação de não discriminação, possibilitando a detecção dos eventuais comportamentos discriminatórios. A partir do momento em que se demonstrou que é adequado

suprimir a obrigação de não discriminação é de certo modo evidente que também deverá ser suprimida a obrigação de transparência.

A supressão da obrigação de transparência implica que a PTC deixe de estar obrigada à disponibilização e publicação de uma oferta de referência. Da mesma forma, a informação que é actualmente disponibilizada, imposta ao abrigo da anterior análise do mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga, relativa ao número de acessos fornecidos e sobre indicadores relativos à qualidade dos serviços prestados deixa também de ser obrigatoriamente disponibilizada (excepto no que toca à necessidade de informação estatística para efeitos de acompanhamento do mercado).

Note-se, porém, que atendendo ao período transitório previsto durante o qual se mantêm as obrigações de acesso e não discriminação, faz também todo o sentido que esse período se aplique no caso da obrigação de transparência. Assim, durante 12 meses após a publicação de decisão final, a PTC terá de continuar a disponibilizar e publicar, nas mesmas condições, uma oferta de referência e a informação que já actualmente disponibiliza ao ICP-ANACOM e ao mercado.

8.4.3.1. Conclusões

Conclui-se igualmente que suprimir a obrigação de existência de transparência constitui uma medida correcta e adequada para o mercado. Verificou-se, também, que o período transitório de 12 meses definido para as obrigações de acesso e utilização de recursos de rede específicos deve ser igualmente aplicado à obrigação de transparência.

8.4.4. Controlo de preços e contabilização de custos

O ICP-ANACOM conclui que neste mercado abrangido pelas “áreas C” existe concorrência efectiva na prestação de serviços grossistas, não podendo nenhum operador agir de forma independente relativamente aos restantes agentes de mercado. Não é então previsível que algum operador tenha incentivos para definir os preços das ofertas grossistas a um nível significativamente superior ao dos custos incorridos na disponibilização dos serviços. Se assim o fizer, conforme já explicitado, os operadores alternativos procurarão formas alternativas de servir o utilizador final, fazendo com que a decisão do operador se torne não lucrativa. A supressão da obrigação de controlo de preços e contabilização de custos é, assim, adequada e constitui uma medida correcta face à realidade do mercado.

A este respeito, note-se também que já foi concluído que, desde a data da aprovação da decisão final, não deverá existir qualquer controlo *ex-ante* das condições concorrenciais das ofertas retalhistas lançadas pelo Grupo PT neste mercado. Deixará então de ser avaliada, de forma *ex-ante*, a existência de um eventual esmagamento das margens dos operadores alternativos tendo em conta as condições de acesso a nível grossista e as condições das ofertas retalhistas. Note-se que, na decisão de 2005 o ICP-ANACOM já defendeu que “*quando os OOLs puderem aceder a pontos mais próximos do utilizador final, desenvolvendo e maximizando a utilização da sua rede, com factores produtivos distintos, a aplicação prática de uma regra “retalho-menos” poderá deixar de ser necessária*”. Assim, a decisão agora tomada está em linha com o

defendido nessa oportunidade. Conforme já indicado na presente análise a obrigação de controlo *ex-ante* das condições concorrenciais das ofertas retalhistas lançadas pelo Grupo PT é suprimida sem que exista qualquer período transitório, ou seja, desde a data da publicação da decisão final referente à presente análise de mercados.

O mesmo não deve acontecer relativamente às restantes especificações da obrigação de controlo de preços e contabilização de custos, nomeadamente a necessidade de ser garantida a existência de coerência de preços entre as várias classes de acesso local, entre diferentes modalidades da oferta grossista “Rede ADSL PT” ou mesmo entre o preço do acesso da oferta “Rede ADSL PT” e o preço do acesso partilhado, aplicando-se nestas situações o período transitório de 12 meses já indicado. No final deste período a PTC deixa de estar obrigada a cumprir as especificações da obrigação de controlo de preços e contabilização de custos uma vez que as mesmas não serão necessárias para garantir a existência de não discriminação já que o período transitório associado a esta última obrigação também é suprimida.

8.4.4.1. Conclusões

O ICP-ANACOM conclui que a supressão das especificações relacionadas com a obrigação de controlo de preços e contabilização de custos é adequada, daí não decorrendo prejuízos para o mercado. Esta Autoridade identifica que o período transitório de 12 meses deve também ser aplicado nesta obrigação.

No que diz respeito à existência de um período transitório no qual deve ser assegurado o cumprimento dessas especificações, identificam-se duas situações:

- (a) Conforme já mencionado anteriormente conclui-se que, nas “áreas C”, a obrigação de controlo *ex-ante* das condições concorrenciais das ofertas retalhistas de acesso em banda larga lançadas pelo Grupo PT deve ser suprimida sem que exista qualquer período transitório;
- (b) As restantes especificações da obrigação, nomeadamente, a coerência de preços entre as várias classes de acesso local, entre diferentes modalidades da oferta grossista “Rede ADSL PT” ou mesmo ente o preço do acesso da oferta “Rede ADSL PT” e o preço do acesso partilhado devem continuar a ser cumpridas durante o período transitório de 12 meses.

8.4.5. Separação de contas

Também a obrigação de separação de contas estava relacionada com a necessidade de garantir o controlo do cumprimento da obrigação de não discriminação e da obrigação de controlo de preços e de contabilização de custos, controlando nomeadamente a existência de situações de subsidiação cruzada. Tendo já verificado a adequação da supressão das obrigações mencionadas acaba por estar também demonstrado que a supressão da obrigação de separação de contas, ponderando as condições existentes no mercado, é adequada.

A existência de um período de transição de 12 meses, no qual continuam em vigor algumas das obrigações actualmente existentes no mercado, entre as quais a obrigação de não discriminação e de transparência, faz com que também nesse período transitório se continue a aplicar a obrigação de separação de contas.

Note-se que apenas se está a suprimir a obrigação de separação de contas no âmbito das obrigações associadas ao mercado em análise. Outras obrigações, impostas pelo ICP-ANACOM noutros âmbitos, nomeadamente em sede de auditorias aos custos, não estão obviamente abrangidas pela presente decisão.

8.4.5.1. Conclusões

Esta Autoridade conclui que a supressão da obrigação de separação de contas é adequada para o mercado em consideração. No entanto, atendendo ao período transitório previsto, no qual se mantêm em aplicação algumas das obrigações actualmente existentes, entendeu que esse período também se deve aplicar à obrigação em questão.

8.4.6. Reporte financeiro

Considerando a supressão das obrigações de transparência, não discriminação, separação de contas e contabilização de custos e a inexistência de qualquer empresa com PMS¹⁹⁰ no mercado, é evidente que também a supressão da obrigação de reporte financeiro se revela adequada.

O período de transição de 12 meses no qual as obrigações se continuam a aplicar deve ser considerado para a obrigação de reporte financeiro.

Refira-se que, também nesta situação, apenas se está a suprimir a obrigação de reporte financeiro no âmbito das obrigações associadas ao mercado em análise. Outras obrigações deste tipo, impostas pelo ICP-ANACOM noutros âmbitos, não estão obviamente abrangidas pela presente decisão.

8.4.6.1. Conclusões

Conclui-se que é adequado suprimir a obrigação de reporte financeiro, devendo porém ser aplicado o período transitório de 12 meses a esta obrigação.

¹⁹⁰ De acordo com o n.º 3 do art.º 71.º da Lei n.º 5/2004, a empresa com PMS deverá disponibilizar ao ICP-ANACOM os seus registos contabilísticos incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros.

8.5. Conclusão

Foi identificado como relevante, para efeitos de regulação *ex-ante* e de acordo com os princípios do direito da concorrência, o seguinte mercado grossista:

5-C) Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”.

Analisado este mercado e tendo em máxima conta as Linhas de Orientação, o ICP-ANACOM conclui que nenhuma empresa detém PMS no mercado relevante identificado e, por conseguinte, que devem ser eliminadas todas obrigações impostas ao Grupo PT, nos termos e condições explicitados nas secções anteriores.

A Tabela 37 apresenta a comparação entre as obrigações impostas na análise realizada em 2005 e as obrigações que se pretende eliminar.

Tabela 37 – Comparação das obrigações impostas em 2005 com as obrigações que se pretende eliminar na presente análise de mercado – Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”

Mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga nas “áreas C”	Decisão 30 de Março de 2005	Presente análise de mercado	
		Nacional	Sub nacional
Âmbito do mercado geográfico definido	-	Zonas C	Zonas NC
Obrigações	-	Zonas C	Zonas NC
Acesso	✓	✗	✓
▪ Acesso à RTPC em diferentes pontos	✓	✗	✓
▪ Negociar de boa fé com as empresas que pedem acesso	✓	✗	✓
▪ Não retirar o acesso já concedido a determinados recursos	✓	✗	✓
▪ Disponibilizar acesso à oferta grossista de linha exclusiva para serviços de banda larga (“Naked DSL”)	(1)	✗	✓
Transparência e não discriminação	✓	✗	✓
▪ Publicação da oferta de referência de acesso em banda larga (“Rede ADSL PT”), com identificação clara de alterações entre versões, devendo integrar SLAs e compensações de incumprimento	✓	✗	✓
▪ Remeter informação referente a prazos máximo, médio e mínimo de entrega e de reparação de avarias e do grau de disponibilidade (desagregados por modalidade de instalação e por operador)	✓	✗	✓
▪ Desagregar a informação remetida pelas diferentes modalidades da oferta “Rede ADSL PT” – IP, ATM, “Naked DSL”		✗	✓
▪ Disponibilização e publicação de indicadores e níveis de desempenho na qualidade de serviço nas ofertas grossistas		✗	✓
▪ Não discriminar indevidamente na prestação do acesso à rede	✓	✗	✓
▪ Pré-aviso de 30 dias para alterar ofertas grossistas – no caso de alterações significativas nas ofertas grossistas, este prazo alarga-se para 2 meses; no caso de cessação ou de agravamento das condições da oferta o prazo é de 6 meses	✓	✗	✓
▪ Lançamento de ofertas retalhistas condicionado à existência de ofertas grossistas equivalentes na “Rede ADSL PT”	✓	✗	✓
▪ Controlo ex-ante das condições concorrenciais	✓ (2)	✗ (3)	✗ (3)
Separação de contas	✓	✗	✓
▪ Sistema de custeio e separação contabilística	✓	✗	✓
Controlo de preços e contabilização de custos	✓	✗	✓
▪ Fixar preços orientados para os custos	✓	✗	✓ (4)
▪ Controlo de preços (“retalho-menos”)	✓	✗ (5)	✓
▪ Se necessário e adequado assegurar a existência de preços coerentes (nomeadamente com os preços da OLL) e que incentivem a concorrência e o investimento eficiente	✓	✗	✓
▪ Controlo dos preços da oferta grossista de “Naked DSL”, tendo por base o princípio da orientação dos preços para os custos		✗	✓

Reporte financeiro	✓	✘	✓
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilização dos registos contabilísticos (SCA) incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros 	✓	✘	✓
<p>✓ – Obrigação presente.</p> <p>✘ – Obrigação ausente após período transitório de 1 ano durante o qual o Grupo PT não pode agravar as condições de oferta, podendo apenas retirar o acesso ou agravar as condições de oferta após pré-aviso de 6 meses.</p> <p>(1) – A PTC disponibiliza actualmente uma oferta NDSL na sequência de recomendação do ICP-ANACOM.</p> <p>(2) – Implementada pela deliberação de 03.10.2007</p> <p>(3) – Obrigação suprimida pela deliberação de 26.06.2008.</p> <p>(4) – Possibilidade.</p> <p>(5) – Obrigação ausente de imediato.</p>			

9. AVALIAÇÃO DA NECESSIDADE DE REGULAR OS MERCADOS RETALHISTAS FACE ÀS OBRIGAÇÕES IMPOSTAS NOS MERCADOS GROSSISTAS

No mercado retalhista de acesso em banda larga nas “áreas C” foi demonstrado que, com as obrigações actualmente em vigor, não existe dominância. Assim, uma vez que as obrigações relativas ao mercado de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo se mantêm nessas zonas, com especial relevância para as obrigações de acesso a condutas e de acesso desagregado ao lacete local, entende-se que essa regulação grossista será suficiente para assegurar a concorrência nos mercados retalhistas.

No mercado retalhista de acesso em banda larga nas “áreas NC” mantêm-se todas as obrigações relativas à oferta “Rede ADSL PT”, existindo ainda a possibilidade de os OPS investirem na OLL. No entanto, como se mostrou na presente análise, na oferta “Rede ADSL PT” a PTC tem mantido quotas de mercado acima de 90%. Ou seja, mesmo com as obrigações impostas neste mercado grossista, é fundamental manter a avaliação *ex-ante* de eventual esmagamento de margens, nomeadamente através da regra de “retalho-menos” imposta.

NOTA FINAL:

O ICP-ANACOM considera que as obrigações estabelecidas no presente documento poderão necessitar de maior detalhe, especificação ou clarificação na sua implementação, as quais serão efectuadas em documentos autónomos.

ANEXO 1 – NOTA METODOLÓGICA

No presente anexo sintetizam-se as opções e pressupostos utilizados na estimativa das quotas de mercado cuja explicitação e justificação consta da análise.

1. Informação disponível

O ICP-ANACOM dispõe da seguinte informação relevante para efeitos da estimativa das quotas de mercado:

- Informação sobre acessos de banda larga através de ADSL, com o seguinte nível de desagregação:
 - o Grossista trimestral, desagregada por operador, por MDF e por classe de serviço (relativa à oferta grossista “Rede ADSL PT”);
 - o Grossista trimestral, desagregada por operador e por MDF (relativa à ORALL);
 - o retalhista semestral, desagregada por operador, por classe de débito e por NUTS II;
 - o retalhista trimestral sobre o número de clientes de IP TV da PTC (apresentação de resultados).
- Informação sobre acessos de banda larga (retalhistas) através de modem de cabo desagregada por operador.

2. Necessidade de compatibilizar os vários dados disponíveis

O detalhe da análise em termos geográficos exige que se assumam determinados pressupostos para efeitos da estimativa das quotas de mercado, nomeadamente no sentido de compatibilizar os vários dados disponíveis.

Assim, e tendo em conta que se optou por definir a área de central como unidade geográfica relevante, na estimativa das quotas de mercado assumiram-se as opções e pressupostos que se detalham de seguida.

3. Opções e pressupostos assumidos

Dados de base

Na estimativa das quotas de mercado, tanto no contexto dos mercados retalhistas como dos grossistas:

- Utilizam-se os dados grossistas referentes aos acessos ADSL, distribuindo-se os

acessos de banda larga referentes ao serviço MEO da PTC¹⁹¹ pelas áreas de central, assumindo-se que estes acessos se encontravam, em 2007, associados apenas a centrais onde existem operadores co-instalados (principais áreas de central, onde existia tecnologia ADSL2+) e tendo em conta a proporção de acessos de banda larga nessas áreas de central;

- Os dados relativos aos acessos de banda larga suportados em modem de cabo são distribuídos, numa primeira fase, pelos concelhos em função do número de clientes do serviço de televisão por cabo (suportados em redes de distribuição por cabo¹⁹²) de cada operador e, numa segunda fase, distribuídos pelas áreas de central existentes no concelho e cobertos por redes de distribuição por cabo, conforme informação remetida pelos operadores de redes de distribuição por cabo, em função do número de acessos STF de cada áreas de central.

Assume-se que existe perfeita coincidência entre a área de cobertura das áreas de central e as áreas de cobertura dos concelhos.

Informação retalhista

Além do cenário de base referido na secção anterior, válido num cenário de manutenção da regulação grossista, avaliaram-se as quotas nos mercados retalhistas, tendo em conta a ausência de regulação grossista, assumindo-se que:

- **Cenário 1:** Os acessos suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL passariam a ser contabilizados como acessos de banda larga do Grupo PT;
- **Cenário 2:** Os acessos suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL seriam atribuídos ao Grupo PT, num primeiro momento, em função da percentagem de clientes que apenas dispõem de STF¹⁹³, sendo que os restantes acessos¹⁹⁴ são distribuídos pelo Grupo PT e pelos operadores de redes de distribuição por cabo em função do peso dos acessos “próprios” de cada um dos operadores.

¹⁹¹ Note-se que estes acessos de banda larga não estão incluídos na informação relativa às ofertas grossistas.

¹⁹² Ou seja, excluem-se os clientes do serviço de televisão suportado em DTH.

¹⁹³ Ou seja, assume-se que os clientes que não disponham de televisão por cabo e que têm contratado o STF irão suportar os serviços de banda larga nos lacetes locais em pares de cobre.

¹⁹⁴ De clientes que dispõem de STF e de televisão por cabo.

Informação grossista

Mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga

Na estimativa das quotas de mercado nos mercados de fornecimento grossista de acesso em banda larga, e tendo em conta os dados de base referidos na secção 0, utilizou-se a noção de fornecimento interno, ou seja, considerou-se que:

- Os acessos “Rede ADSL PT” e MEO contratados pelas empresas do Grupo PT são contabilizados como acessos grossistas do Grupo PT;
- Os acessos de banda larga suportados nas redes de cada operador de redes de distribuição por cabo são contabilizados como acessos grossistas de cada um destes operadores;
- Os acessos “Rede ADSL PT” disponibilizados pela PTC a terceiros são contabilizados como acessos grossistas do Grupo PT;
- Os acessos OLL disponibilizados pela PTC a terceiros são contabilizados como acessos grossistas de cada um desses (terceiros) operadores.

Mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo

Na estimativa das quotas de mercado no mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo, utilizou-se também a noção de fornecimento interno, tendo-se considerado para efeitos de estimativa da quota de mercado todos os acessos em local fixo activos, independentemente da infra-estrutura de suporte, que permitem a utilização de acessos de banda larga. Assim, têm-se em conta:

- Todos os acessos activos das redes de distribuição por cabo, independentemente do tipo de serviço contratado¹⁹⁵, os quais são contabilizados como acessos grossistas de cada um dos operadores de redes de distribuição de cabo¹⁹⁶;
- Todos os acessos em utilização referentes à rede da PTC, contabilizando-se os mesmos como acessos grossistas do Grupo PT (inclui os acessos desagregados a terceiros)¹⁹⁷;
- Quaisquer outros acessos activos, suportados em outras infra-estruturas, como, por exemplo, FWA, contabilizando-se os mesmos como acessos grossistas dos operadores

¹⁹⁵ Exceptuam-se os acessos DTH por não suportarem serviços de acesso em banda larga.

¹⁹⁶ Informação com periodicidade trimestral, desagregada por operador e por concelho.

¹⁹⁷ Informação com periodicidade semestral, desagregada por MDF.

que possuem tais acessos.

Contabiliza-se ainda cada acesso RDIS básico ou primário como um único acesso.

ANEXO 2 – INFORMAÇÃO DETALHADA POR ÁREA DE CENTRAL

No quadro seguinte apresenta-se a informação detalhada por área de central para o final de 2007 referente:

- Ao número de operadores co-instalados (para todos os efeitos, consideram-se apenas os operadores alternativos e a Oni, a Tele2 e a Sonaecom como um único operador);
- Ao número de operadores de redes de distribuição por cabo no concelho a que pertence a área de central ; e
- À quota de mercado do Grupo PT, em cada uma das áreas de central, tendo em conta a definição de mercado de produto retalhista de acesso em banda larga.

Considera-se confidencial a identificação de cada uma das áreas de central.

GR	MDF	CONCELHOS	# OPERADORES CO-INSTALADOS	# OPERADORES CABO	COBERTURA CABO NA ÁREA DE CENTRAL	QM GRUPO PT
41	MDF1	ABRANTES	2	2	82%	41%
41	MDF2	ABRANTES	0	0	0%	100%
41	MDF3	ABRANTES	0	0	0%	98%
41	MDF4	ABRANTES	0	0	0%	95%
41	MDF5	ABRANTES	0	0	0%	100%
41	MDF6	ABRANTES	0	0	0%	98%
41	MDF7	ABRANTES	0	0	0%	100%
41	MDF8	ABRANTES	0	0	0%	98%
41	MDF9	ABRANTES	0	0	0%	95%
41	MDF10	ABRANTES	0	0	0%	95%
41	MDF11	ABRANTES	0	0	0%	98%
41	MDF12	ABRANTES	0	0	0%	95%
41	MDF13	ABRANTES	0	0	0%	90%
41	MDF14	ABRANTES	0	0	0%	95%
41	MDF15	ABRANTES	0	0	0%	94%
41	MDF16	ABRANTES	0	0	0%	95%
43	MDF17	ABRANTES	0	0	0%	89%
34	MDF18	ÁGUEDA	0	0	0%	89%
34	MDF19	ÁGUEDA	2	1	70%	29%

34	MDF20	ÁGUEDA	0	0	0%	96%
34	MDF21	ÁGUEDA	0	0	0%	93%
34	MDF22	ÁGUEDA	0	0	0%	93%
34	MDF23	ÁGUEDA	0	0	0%	95%
34	MDF24	ÁGUEDA	0	0	0%	88%
34	MDF25	ÁGUEDA	0	1	70%	45%
34	MDF26	ÁGUEDA	0	1	70%	49%
32	MDF27	AGUIAR DA BEIRA	0	0	0%	89%
32	MDF28	AGUIAR DA BEIRA	0	0	0%	90%
32	MDF29	AGUIAR DA BEIRA	0	0	0%	88%
68	MDF30	ALANDROAL	0	0	0%	93%
68	MDF31	ALANDROAL	0	0	0%	95%
68	MDF32	ALANDROAL	0	0	0%	100%
68	MDF33	ALANDROAL	0	0	0%	100%
68	MDF34	ALANDROAL	0	0	0%	96%
34	MDF35	ALBERGARIA-A-VELHA	1	1	52%	52%
34	MDF36	ALBERGARIA-A-VELHA	0	0	0%	93%
34	MDF37	ALBERGARIA-A-VELHA	0	0	0%	88%
89	MDF38	ALBUFEIRA	2	1	39%	68%
89	MDF39	ALBUFEIRA	0	1	39%	80%
89	MDF40	ALBUFEIRA	0	0	0%	86%
89	MDF41	ALBUFEIRA	0	1	39%	80%
89	MDF42	ALBUFEIRA	1	1	39%	78%
89	MDF43	ALBUFEIRA	0	0	0%	95%
89	MDF44	ALBUFEIRA	0	1	39%	79%
65	MDF45	ALCÁCER DO SAL	0	0	0%	100%
65	MDF46	ALCÁCER DO SAL	1	0	0%	96%
65	MDF47	ALCÁCER DO SAL	0	0	0%	100%
65	MDF48	ALCÁCER DO SAL	0	0	0%	81%
65	MDF49	ALCÁCER DO SAL	0	0	0%	97%

65	MDF50	ALCÁ CER DO SAL	0	0	0%	100%
65	MDF51	ALCÁ CER DO SAL	0	0	0%	100%
65	MDF52	ALCÁ CER DO SAL	0	0	0%	100%
65	MDF53	ALCÁ CER DO SAL	0	0	0%	100%
65	MDF54	ALCÁ CER DO SAL	0	0	0%	94%
65	MDF55	ALCÁ CER DO SAL	0	0	0%	100%
49	MDF56	ALCANENA	0	1	39%	81%
49	MDF57	ALCANENA	0	0	0%	88%
49	MDF58	ALCANENA	0	0	0%	94%
49	MDF59	ALCANENA	0	1	39%	84%
44	MDF60	ALCOBAÇA	0	0	0%	88%
44	MDF61	ALCOBAÇA	0	0	0%	87%
62	MDF62	ALCOBAÇA	2	1	60%	36%
62	MDF63	ALCOBAÇA	0	0	0%	94%
62	MDF64	ALCOBAÇA	0	1	60%	51%
62	MDF65	ALCOBAÇA	0	1	60%	55%
62	MDF66	ALCOBAÇA	0	1	60%	29%
62	MDF67	ALCOBAÇA	0	1	60%	56%
62	MDF68	ALCOBAÇA	0	1	60%	52%
62	MDF69	ALCOBAÇA	0	0	0%	93%
62	MDF70	ALCOBAÇA	0	1	60%	53%
62	MDF71	ALCOBAÇA	0	1	60%	47%
62	MDF72	ALCOBAÇA	0	1	60%	55%
62	MDF73	ALCOBAÇA	0	1	60%	56%
01	MDF74	ALCOCHETE	2	2	84%	30%
01	MDF75	ALCOCHETE	0	2	84%	20%
01	MDF76	ALCOCHETE	0	2	84%	5%
81	MDF77	ALCOUTIM	0	0	0%	96%
81	MDF78	ALCOUTIM	0	0	0%	94%
81	MDF79	ALCOUTIM	0	0	0%	97%

63	MDF80	ALENQUER	0	0	0%	94%
63	MDF81	ALENQUER	2	1	67%	59%
63	MDF82	ALENQUER	2	1	67%	41%
63	MDF83	ALENQUER	0	1	67%	64%
63	MDF84	ALENQUER	0	0	0%	92%
63	MDF85	ALENQUER	0	0	0%	92%
63	MDF86	ALENQUER	0	0	0%	90%
63	MDF87	ALENQUER	0	0	0%	94%
63	MDF88	ALENQUER	0	0	0%	95%
79	MDF89	ALFÂNDEGA DA FÉ	0	0	0%	100%
79	MDF90	ALFÂNDEGA DA FÉ	0	0	0%	94%
79	MDF91	ALFÂNDEGA DA FÉ	0	0	0%	79%
79	MDF92	ALFÂNDEGA DA FÉ	0	0	0%	92%
79	MDF93	ALFÂNDEGA DA FÉ	0	0	0%	96%
54	MDF94	ALIJÓ	0	0	0%	96%
59	MDF95	ALIJÓ	0	0	0%	95%
59	MDF96	ALIJÓ	0	0	0%	100%
59	MDF97	ALIJÓ	0	0	0%	95%
59	MDF98	ALIJÓ	0	0	0%	96%
59	MDF99	ALIJÓ	0	0	0%	95%
59	MDF100	ALIJÓ	0	0	0%	100%
59	MDF101	ALIJÓ	0	0	0%	91%
82	MDF102	ALJEZUR	0	0	0%	96%
82	MDF103	ALJEZUR	0	0	0%	90%
82	MDF104	ALJEZUR	0	0	0%	95%
82	MDF105	ALJEZUR	0	0	0%	94%
82	MDF106	ALJEZUR	0	0	0%	97%
84	MDF107	ALJUSTREL	0	0	0%	90%
84	MDF108	ALJUSTREL	0	0	0%	95%
84	MDF109	ALJUSTREL	0	0	0%	97%

84	MDF110	ALJUSTREL	0	0	0%	100%
84	MDF111	ALJUSTREL	0	0	0%	58%
01	MDF112	ALMADA	2	2	103%	16%
01	MDF113	ALMADA	0	2	103%	36%
01	MDF114	ALMADA	2	2	103%	15%
01	MDF115	ALMADA	2	2	103%	23%
01	MDF116	ALMADA	2	2	103%	16%
01	MDF117	ALMADA	2	2	103%	18%
71	MDF118	ALMEIDA	0	0	0%	82%
71	MDF119	ALMEIDA	0	0	0%	97%
71	MDF120	ALMEIDA	0	0	0%	93%
71	MDF121	ALMEIDA	0	0	0%	100%
71	MDF122	ALMEIDA	0	0	0%	93%
71	MDF123	ALMEIDA	0	0	0%	88%
43	MDF124	ALMEIRIM	0	2	70%	65%
43	MDF125	ALMEIRIM	0	0	0%	92%
43	MDF126	ALMEIRIM	0	2	70%	69%
43	MDF127	ALMEIRIM	0	2	70%	61%
43	MDF128	ALMEIRIM	0	0	0%	98%
86	MDF129	ALMODÔVAR	0	0	0%	100%
86	MDF130	ALMODÔVAR	0	0	0%	94%
86	MDF131	ALMODÔVAR	0	0	0%	85%
86	MDF132	ALMODÔVAR	0	0	0%	83%
86	MDF133	ALMODÔVAR	0	0	0%	86%
86	MDF134	ALMODÔVAR	0	0	0%	100%
86	MDF135	ALMODÔVAR	0	0	0%	100%
86	MDF136	ALMODÔVAR	0	0	0%	94%
43	MDF137	ALPIARÇA	0	1	75%	64%
45	MDF138	ALTER DO CHÃO	0	0	0%	91%
45	MDF139	ALTER DO CHÃO	0	0	0%	97%

45	MDF140	ALTER DO CHÃO	0	0	0%	100%
45	MDF141	ALTER DO CHÃO	0	0	0%	89%
36	MDF142	ALVAIÁZERE	0	0	0%	94%
36	MDF143	ALVAIÁZERE	0	0	0%	86%
36	MDF144	ALVAIÁZERE	0	0	0%	84%
36	MDF145	ALVAIÁZERE	0	0	0%	90%
84	MDF146	ALVITO	0	0	0%	95%
84	MDF147	ALVITO	0	0	0%	99%
01	MDF148	AMADORA	2	1	106%	22%
01	MDF149	AMADORA	2	1	106%	20%
01	MDF150	AMADORA	2	1	106%	18%
01	MDF151	AMADORA	2	1	106%	20%
01	MDF152	AMADORA	2	1	106%	21%
55	MDF153	AMARANTE	1	1	23%	45%
55	MDF154	AMARANTE	0	0	0%	76%
55	MDF155	AMARANTE	0	1	23%	83%
55	MDF156	AMARANTE	0	1	23%	83%
55	MDF157	AMARANTE	0	1	23%	87%
55	MDF158	AMARANTE	0	0	0%	94%
53	MDF159	AMARES	0	2	39%	74%
53	MDF160	AMARES	0	0	0%	89%
53	MDF161	AMARES	0	0	0%	91%
31	MDF162	ANADIA	0	1	35%	63%
31	MDF163	ANADIA	1	1	35%	55%
31	MDF164	ANADIA	0	1	35%	70%
31	MDF165	ANADIA	0	0	0%	89%
31	MDF166	ANADIA	0	1	35%	62%
31	MDF167	ANADIA	0	1	35%	42%
34	MDF168	ANADIA	0	1	35%	62%
95	MDF169	ANGRA DO HEROISMO	0	1	79%	66%

95	MDF170	ANGRA DO HEROISMO	0	1	79%	74%
95	MDF171	ANGRA DO HEROISMO	0	1	79%	69%
95	MDF172	ANGRA DO HEROISMO	0	1	79%	66%
95	MDF173	ANGRA DO HEROISMO	0	1	79%	71%
95	MDF174	ANGRA DO HEROISMO	0	1	79%	69%
95	MDF175	ANGRA DO HEROISMO	0	1	79%	59%
36	MDF176	ANSIÃO	0	0	0%	97%
36	MDF177	ANSIÃO	0	0	0%	92%
36	MDF178	ANSIÃO	0	0	0%	86%
36	MDF179	ANSIÃO	0	0	0%	95%
36	MDF180	ANSIÃO	0	0	0%	91%
36	MDF181	ANSIÃO	0	0	0%	91%
36	MDF182	ANSIÃO	0	0	0%	100%
36	MDF183	ANSIÃO	0	0	0%	100%
58	MDF184	ARCOS DE VALDEVEZ	0	0	0%	88%
58	MDF185	ARCOS DE VALDEVEZ	0	0	0%	93%
58	MDF186	ARCOS DE VALDEVEZ	0	0	0%	100%
58	MDF187	ARCOS DE VALDEVEZ	0	0	0%	93%
58	MDF188	ARCOS DE VALDEVEZ	0	0	0%	90%
35	MDF189	ARGANIL	1	0	0%	79%
35	MDF190	ARGANIL	0	0	0%	94%
35	MDF191	ARGANIL	0	0	0%	95%
35	MDF192	ARGANIL	0	0	0%	100%
35	MDF193	ARGANIL	0	0	0%	92%
39	MDF194	ARGANIL	0	0	0%	95%
54	MDF195	ARMAMAR	0	0	0%	93%
54	MDF196	ARMAMAR	0	0	0%	97%
56	MDF197	AROUCA	0	0	0%	95%
56	MDF198	AROUCA	0	0	0%	85%
56	MDF199	AROUCA	0	0	0%	92%

56	MDF200	AROUCA	0	0	0%	95%
66	MDF201	ARRAIOS	0	0	0%	90%
66	MDF202	ARRAIOS	0	0	0%	97%
66	MDF203	ARRAIOS	0	0	0%	100%
66	MDF204	ARRAIOS	0	0	0%	91%
66	MDF205	ARRAIOS	0	0	0%	96%
45	MDF206	ARRONCHES	0	0	0%	98%
45	MDF207	ARRONCHES	0	0	0%	96%
45	MDF208	ARRONCHES	0	0	0%	100%
01	MDF209	ARRUDA DOS VINHOS	0	0	0%	92%
01	MDF210	ARRUDA DOS VINHOS	0	0	0%	88%
01	MDF211	ARRUDA DOS VINHOS	0	0	0%	98%
63	MDF212	ARRUDA DOS VINHOS	0	1	59%	75%
34	MDF213	AVEIRO	0	2	84%	29%
34	MDF214	AVEIRO	2	2	84%	26%
34	MDF215	AVEIRO	0	2	84%	32%
34	MDF216	AVEIRO	0	2	84%	36%
34	MDF217	AVEIRO	0	2	84%	36%
34	MDF218	AVEIRO	1	2	84%	32%
34	MDF219	AVEIRO	1	2	84%	30%
34	MDF220	AVEIRO	1	2	84%	32%
34	MDF221	AVEIRO	0	2	84%	40%
42	MDF222	AVIS	0	0	0%	90%
42	MDF223	AVIS	0	0	0%	99%
42	MDF224	AVIS	0	0	0%	94%
63	MDF225	AZAMBUJA	0	0	0%	96%
63	MDF226	AZAMBUJA	0	1	51%	72%
63	MDF227	AZAMBUJA	1	1	51%	70%
63	MDF228	AZAMBUJA	0	0	0%	90%
54	MDF229	BAIÃO	0	0	0%	98%

54	MDF230	BAIÃO	0	0	0%	95%
55	MDF231	BAIÃO	0	0	0%	95%
55	MDF232	BAIÃO	0	0	0%	87%
52	MDF233	BARCELOS	0	0	0%	96%
52	MDF234	BARCELOS	0	0	0%	91%
52	MDF235	BARCELOS	0	0	0%	94%
53	MDF236	BARCELOS	0	0	0%	94%
53	MDF237	BARCELOS	0	1	47%	70%
53	MDF238	BARCELOS	0	1	47%	68%
53	MDF239	BARCELOS	1	1	47%	30%
53	MDF240	BARCELOS	0	0	0%	91%
53	MDF241	BARCELOS	0	0	0%	94%
53	MDF242	BARCELOS	0	0	0%	90%
53	MDF243	BARCELOS	0	0	0%	89%
53	MDF244	BARCELOS	0	1	47%	67%
53	MDF245	BARCELOS	0	0	0%	95%
85	MDF246	BARRANCOS	0	0	0%	96%
01	MDF247	BARREIRO	2	2	91%	13%
01	MDF248	BARREIRO	0	2	91%	18%
01	MDF249	BARREIRO	0	2	91%	3%
01	MDF250	BARREIRO	0	2	91%	5%
01	MDF251	BARREIRO	0	2	91%	28%
01	MDF252	BARREIRO	0	2	91%	7%
01	MDF253	BARREIRO	2	2	91%	12%
44	MDF254	BATALHA	0	0	0%	90%
44	MDF255	BATALHA	0	1	43%	82%
44	MDF256	BATALHA	0	0	0%	89%
44	MDF257	BATALHA	0	0	0%	92%
44	MDF258	BATALHA	0	0	0%	92%
58	MDF259	BATALHA	0	0	0%	85%

84	MDF260	BEJA	0	0	0%	97%
84	MDF261	BEJA	0	1	62%	50%
84	MDF262	BEJA	0	0	0%	94%
84	MDF263	BEJA	2	1	62%	33%
84	MDF264	BEJA	0	1	62%	37%
84	MDF265	BEJA	0	1	62%	41%
84	MDF266	BEJA	0	0	0%	98%
84	MDF267	BEJA	0	1	62%	50%
84	MDF268	BEJA	0	1	62%	53%
84	MDF269	BEJA	0	0	0%	100%
84	MDF270	BEJA	0	0	0%	100%
84	MDF271	BEJA	0	0	0%	97%
84	MDF272	BEJA	0	0	0%	100%
84	MDF273	BEJA	0	0	0%	100%
75	MDF274	BELMONTE	0	1	34%	53%
75	MDF275	BELMONTE	0	0	0%	95%
01	MDF276	BENAVENTE	0	0	0%	43%
63	MDF277	BENAVENTE	0	1	93%	57%
63	MDF278	BENAVENTE	1	1	93%	53%
63	MDF279	BENAVENTE	0	0	0%	94%
62	MDF280	BOMBARRAL	0	1	44%	57%
62	MDF281	BOMBARRAL	0	1	44%	57%
68	MDF282	BORBA	0	1	53%	54%
68	MDF283	BORBA	0	1	53%	64%
76	MDF284	BOTICAS	0	0	0%	90%
76	MDF285	BOTICAS	0	0	0%	88%
76	MDF286	BOTICAS	0	0	0%	85%
53	MDF287	BRAGA	0	2	76%	48%
53	MDF288	BRAGA	2	2	76%	24%
53	MDF289	BRAGA	0	2	76%	47%

53	MDF290	BRAGA	0	0	0%	91%
53	MDF291	BRAGA	0	2	76%	47%
53	MDF292	BRAGA	0	2	76%	50%
53	MDF293	BRAGA	0	2	76%	51%
53	MDF294	BRAGA	0	2	76%	43%
53	MDF295	BRAGA	1	2	76%	28%
53	MDF296	BRAGA	0	2	76%	47%
53	MDF297	BRAGA	0	0	0%	93%
53	MDF298	BRAGA	0	0	0%	96%
53	MDF299	BRAGA	0	2	76%	52%
53	MDF300	BRAGA	0	2	76%	45%
53	MDF301	BRAGA	0	2	76%	47%
53	MDF302	BRAGA	0	2	76%	53%
73	MDF303	BRAGANÇA	0	1	27%	87%
73	MDF304	BRAGANÇA	0	0	0%	100%
73	MDF305	BRAGANÇA	1	1	27%	89%
73	MDF306	BRAGANÇA	0	1	27%	88%
73	MDF307	BRAGANÇA	0	0	0%	100%
73	MDF308	BRAGANÇA	0	0	0%	100%
73	MDF309	BRAGANÇA	0	0	0%	100%
73	MDF310	BRAGANÇA	0	0	0%	93%
73	MDF311	BRAGANÇA	0	0	0%	95%
73	MDF312	BRAGANÇA	0	0	0%	100%
73	MDF313	BRAGANÇA	0	0	0%	100%
73	MDF314	BRAGANÇA	0	0	0%	96%
73	MDF315	BRAGANÇA	0	0	0%	100%
78	MDF316	BRAGANÇA	0	0	0%	100%
53	MDF317	CABECEIRAS DE BASTO	0	0	0%	79%
53	MDF318	CABECEIRAS DE BASTO	0	0	0%	78%
62	MDF319	CADAVAL	0	1	36%	55%



62	MDF320	CADAVAL	0	1	36%	22%
62	MDF321	CADAVAL	0	1	36%	37%
62	MDF322	CADAVAL	0	0	0%	95%
62	MDF323	CADAVAL	0	0	0%	85%
62	MDF324	CALDAS DA RAINHA	0	0	0%	97%
62	MDF325	CALDAS DA RAINHA	0	2	88%	44%
62	MDF326	CALDAS DA RAINHA	2	2	88%	28%
62	MDF327	CALDAS DA RAINHA	0	2	88%	40%
62	MDF328	CALDAS DA RAINHA	0	0	0%	90%
62	MDF329	CALDAS DA RAINHA	0	0	0%	98%
62	MDF330	CALDAS DA RAINHA	0	2	88%	42%
62	MDF331	CALDAS DA RAINHA	0	2	88%	42%
62	MDF332	CALDAS DA RAINHA	0	0	0%	96%
95	MDF333	CALHETA (R.A.A.)	0	0	0%	97%
95	MDF334	CALHETA (R.A.A.)	0	0	0%	100%
91	MDF335	CALHETA (R.A.M.)	0	1	60%	65%
91	MDF336	CALHETA (R.A.M.)	0	1	60%	62%
91	MDF337	CALHETA (R.A.M.)	0	1	60%	64%
91	MDF338	CALHETA (R.A.M.)	0	1	60%	57%
91	MDF339	CÂMARA DE LOBOS	0	1	79%	31%
91	MDF340	CÂMARA DE LOBOS	0	1	79%	38%
91	MDF341	CÂMARA DE LOBOS	0	1	79%	39%
58	MDF342	CAMINHA	0	1	31%	73%
58	MDF343	CAMINHA	0	1	31%	79%
58	MDF344	CAMINHA	0	1	31%	75%
68	MDF345	CAMPO MAIOR	0	1	53%	64%
68	MDF346	CAMPO MAIOR	0	0	0%	98%
31	MDF347	CANTANHEDE	0	1	37%	81%
31	MDF348	CANTANHEDE	0	1	37%	76%
31	MDF349	CANTANHEDE	0	0	0%	96%

31	MDF350	CANTANHEDE	0	1	37%	79%
31	MDF351	CANTANHEDE	0	0	0%	90%
31	MDF352	CANTANHEDE	0	0	0%	97%
31	MDF353	CANTANHEDE	0	0	0%	91%
39	MDF354	CANTANHEDE	0	1	37%	83%
78	MDF355	CARRAZEDA DE ANSIÃES	0	0	0%	93%
78	MDF356	CARRAZEDA DE ANSIÃES	0	0	0%	100%
78	MDF357	CARRAZEDA DE ANSIÃES	0	0	0%	96%
78	MDF358	CARRAZEDA DE ANSIÃES	0	0	0%	98%
78	MDF359	CARRAZEDA DE ANSIÃES	0	0	0%	97%
32	MDF360	CARREGAL DO SAL	0	0	0%	94%
32	MDF361	CARREGAL DO SAL	0	0	0%	90%
43	MDF362	CARTAXO	1	1	43%	76%
43	MDF363	CARTAXO	0	1	43%	79%
43	MDF364	CARTAXO	0	1	43%	76%
43	MDF365	CARTAXO	0	1	43%	77%
43	MDF366	CARTAXO	0	0	0%	98%
43	MDF367	CARTAXO	0	0	0%	96%
43	MDF368	CARTAXO	0	1	43%	77%
43	MDF369	CARTAXO	0	1	43%	77%
01	MDF370	CASCAIS	2	1	120%	32%
01	MDF371	CASCAIS	2	1	120%	30%
01	MDF372	CASCAIS	1	1	120%	45%
01	MDF373	CASCAIS	2	1	120%	24%
01	MDF374	CASCAIS	2	1	120%	27%
01	MDF375	CASCAIS	0	1	120%	18%
01	MDF376	CASCAIS	2	1	120%	29%
01	MDF377	CASCAIS	1	1	120%	52%
01	MDF378	CASCAIS	2	1	120%	22%
01	MDF379	CASCAIS	0	1	120%	22%

01	MDF380	CASCAIS	0	1	120%	29%
01	MDF381	CASCAIS	0	1	120%	19%
36	MDF382	CASTANHEIRA DE PÊRA	0	0	0%	92%
72	MDF383	CASTELO BRANCO	0	1	80%	30%
72	MDF384	CASTELO BRANCO	0	0	0%	84%
72	MDF385	CASTELO BRANCO	2	1	80%	25%
72	MDF386	CASTELO BRANCO	0	0	0%	94%
72	MDF387	CASTELO BRANCO	0	0	0%	99%
72	MDF388	CASTELO BRANCO	0	0	0%	100%
72	MDF389	CASTELO BRANCO	0	0	0%	100%
72	MDF390	CASTELO BRANCO	0	0	0%	91%
72	MDF391	CASTELO BRANCO	0	0	0%	83%
72	MDF392	CASTELO BRANCO	0	0	0%	100%
72	MDF393	CASTELO BRANCO	0	0	0%	95%
72	MDF394	CASTELO BRANCO	0	0	0%	100%
72	MDF395	CASTELO BRANCO	0	0	0%	92%
72	MDF396	CASTELO BRANCO	0	0	0%	97%
74	MDF397	CASTELO BRANCO	0	0	0%	100%
55	MDF398	CASTELO DE PAIVA	0	0	0%	94%
55	MDF399	CASTELO DE PAIVA	0	0	0%	91%
45	MDF400	CASTELO DE VIDE	0	0	0%	96%
45	MDF401	CASTELO DE VIDE	0	0	0%	97%
32	MDF402	CASTRO DAIRE	0	0	0%	88%
32	MDF403	CASTRO DAIRE	0	0	0%	93%
32	MDF404	CASTRO DAIRE	0	0	0%	95%
32	MDF405	CASTRO DAIRE	0	0	0%	98%
81	MDF406	CASTRO MARIM	0	0	0%	93%
81	MDF407	CASTRO MARIM	0	0	0%	96%
81	MDF408	CASTRO MARIM	0	0	0%	93%
86	MDF409	CASTRO VERDE	0	0	0%	100%

86	MDF410	CASTRO VERDE	1	0	0%	89%
86	MDF411	CASTRO VERDE	0	0	0%	88%
86	MDF412	CASTRO VERDE	0	0	0%	79%
86	MDF413	CASTRO VERDE	0	0	0%	97%
86	MDF414	CASTRO VERDE	0	0	0%	95%
71	MDF415	CELORICO DA BEIRA	0	0	0%	100%
71	MDF416	CELORICO DA BEIRA	0	0	0%	99%
71	MDF417	CELORICO DA BEIRA	1	0	0%	95%
71	MDF418	CELORICO DA BEIRA	0	0	0%	92%
71	MDF419	CELORICO DA BEIRA	0	0	0%	100%
53	MDF420	CELORICO DE BASTO	0	0	0%	87%
53	MDF421	CELORICO DE BASTO	0	0	0%	97%
55	MDF422	CELORICO DE BASTO	0	0	0%	84%
55	MDF423	CELORICO DE BASTO	0	0	0%	84%
55	MDF424	CELORICO DE BASTO	0	0	0%	90%
49	MDF425	CHAMUSCA	0	0	0%	92%
49	MDF426	CHAMUSCA	0	0	0%	100%
49	MDF427	CHAMUSCA	0	0	0%	96%
49	MDF428	CHAMUSCA	0	0	0%	94%
49	MDF429	CHAMUSCA	0	0	0%	100%
49	MDF430	CHAMUSCA	0	0	0%	94%
49	MDF431	CHAMUSCA	0	0	0%	96%
76	MDF432	CHAVES	0	0	0%	100%
76	MDF433	CHAVES	0	0	0%	89%
76	MDF434	CHAVES	0	1	31%	97%
76	MDF435	CHAVES	1	1	31%	93%
76	MDF436	CHAVES	0	1	31%	92%
76	MDF437	CHAVES	0	0	0%	93%
76	MDF438	CHAVES	0	1	31%	93%
76	MDF439	CHAVES	0	0	0%	100%

76	MDF440	CHAVES	0	0	0%	89%
76	MDF441	CHAVES	0	1	31%	93%
76	MDF442	CHAVES	0	0	0%	91%
76	MDF443	CHAVES	0	0	0%	97%
55	MDF444	CINFÃES	0	0	0%	90%
55	MDF445	CINFÃES	0	0	0%	92%
55	MDF446	CINFÃES	0	0	0%	98%
55	MDF447	CINFÃES	0	0	0%	97%
39	MDF448	COIMBRA	0	3	87%	47%
39	MDF449	COIMBRA	0	0	0%	93%
39	MDF450	COIMBRA	2	3	87%	29%
39	MDF451	COIMBRA	0	0	0%	91%
39	MDF452	COIMBRA	1	3	87%	39%
39	MDF453	COIMBRA	0	0	0%	89%
39	MDF454	COIMBRA	0	3	87%	54%
39	MDF455	COIMBRA	2	3	87%	28%
39	MDF456	COIMBRA	0	3	87%	48%
39	MDF457	COIMBRA	0	3	87%	51%
39	MDF458	COIMBRA	2	3	87%	31%
39	MDF459	COIMBRA	0	3	87%	43%
39	MDF460	COIMBRA	1	0	0%	92%
39	MDF461	COIMBRA	0	0	0%	95%
39	MDF462	COIMBRA	0	0	0%	90%
39	MDF463	CONDEIXA-A-NOVA	2	1	23%	44%
49	MDF464	CONSTÂNCIA	0	0	0%	94%
49	MDF465	CONSTÂNCIA	0	0	0%	91%
43	MDF466	CORUCHE	0	0	0%	96%
43	MDF467	CORUCHE	0	0	0%	92%
43	MDF468	CORUCHE	0	0	0%	93%
43	MDF469	CORUCHE	0	0	0%	95%

43	MDF470	CORUCHE	0	0	0%	94%
43	MDF471	CORUCHE	0	0	0%	93%
43	MDF472	CORUCHE	0	0	0%	97%
43	MDF473	CORUCHE	0	0	0%	97%
43	MDF474	CORUCHE	0	0	0%	100%
92	MDF475	CORVO	0	0	0%	97%
75	MDF476	COVILHÃ	0	0	0%	97%
75	MDF477	COVILHÃ	0	0	0%	98%
75	MDF478	COVILHÃ	2	1	64%	37%
75	MDF479	COVILHÃ	0	1	64%	49%
75	MDF480	COVILHÃ	0	0	0%	98%
75	MDF481	COVILHÃ	0	0	0%	100%
75	MDF482	COVILHÃ	0	0	0%	93%
75	MDF483	COVILHÃ	0	0	0%	96%
75	MDF484	COVILHÃ	0	1	64%	49%
75	MDF485	COVILHÃ	0	1	64%	43%
75	MDF486	COVILHÃ	0	1	64%	43%
75	MDF487	COVILHÃ	0	0	0%	87%
75	MDF488	COVILHÃ	0	1	64%	46%
75	MDF489	COVILHÃ	0	1	64%	48%
75	MDF490	COVILHÃ	0	0	0%	100%
45	MDF491	CRATO	0	0	0%	96%
45	MDF492	CRATO	0	0	0%	85%
45	MDF493	CRATO	0	0	0%	97%
45	MDF494	CRATO	0	0	0%	83%
45	MDF495	CRATO	0	0	0%	93%
84	MDF496	CUBA	0	1	99%	42%
84	MDF497	CUBA	0	0	0%	97%
68	MDF498	ELVAS	0	0	0%	91%
68	MDF499	ELVAS	0	0	0%	100%

68	MDF500	ELVAS	2	1	43%	63%
68	MDF501	ELVAS	0	0	0%	97%
68	MDF502	ELVAS	0	0	0%	92%
68	MDF503	ELVAS	0	1	43%	62%
68	MDF504	ELVAS	0	1	43%	58%
68	MDF505	ELVAS	0	0	0%	97%
49	MDF506	ENTRONCAMENTO	2	1	97%	31%
02	MDF507	ESPINHO	2	2	104%	19%
53	MDF508	ESPOSENDE	0	1	46%	76%
53	MDF509	ESPOSENDE	0	1	46%	78%
53	MDF510	ESPOSENDE	0	1	46%	78%
53	MDF511	ESPOSENDE	0	1	46%	75%
53	MDF512	ESPOSENDE	0	1	46%	72%
34	MDF513	ESTARREJA	0	1	48%	45%
34	MDF514	ESTARREJA	1	1	48%	36%
34	MDF515	ESTARREJA	0	1	48%	46%
68	MDF516	ESTREMOZ	0	0	0%	98%
68	MDF517	ESTREMOZ	2	1	72%	39%
68	MDF518	ESTREMOZ	0	0	0%	100%
68	MDF519	ESTREMOZ	0	0	0%	90%
68	MDF520	ESTREMOZ	0	0	0%	100%
68	MDF521	ESTREMOZ	0	0	0%	100%
66	MDF522	ÉVORA	0	0	0%	86%
66	MDF523	ÉVORA	0	2	63%	48%
66	MDF524	ÉVORA	0	2	63%	49%
66	MDF525	ÉVORA	2	2	63%	35%
66	MDF526	ÉVORA	0	0	0%	94%
66	MDF527	ÉVORA	0	2	63%	47%
66	MDF528	ÉVORA	1	2	63%	45%
66	MDF529	ÉVORA	0	0	0%	100%

66	MDF530	ÉVORA	0	0	0%	94%
66	MDF531	ÉVORA	0	0	0%	97%
66	MDF532	ÉVORA	0	0	0%	99%
66	MDF533	ÉVORA	0	0	0%	99%
66	MDF534	ÉVORA	0	0	0%	98%
66	MDF535	ÉVORA	0	2	63%	49%
66	MDF536	ÉVORA	0	0	0%	96%
66	MDF537	ÉVORA	0	2	63%	48%
53	MDF538	FAFE	0	0	0%	84%
53	MDF539	FAFE	1	1	45%	43%
53	MDF540	FAFE	0	0	0%	89%
53	MDF541	FAFE	0	0	0%	89%
53	MDF542	FAFE	0	0	0%	92%
89	MDF543	FARO	0	1	92%	56%
89	MDF544	FARO	0	0	0%	93%
89	MDF545	FARO	0	1	92%	56%
89	MDF546	FARO	0	0	0%	90%
89	MDF547	FARO	2	1	92%	35%
89	MDF548	FARO	0	0	0%	100%
89	MDF549	FARO	1	1	92%	59%
89	MDF550	FARO	0	1	92%	57%
89	MDF551	FARO	0	1	92%	58%
89	MDF552	FARO	0	0	0%	91%
89	MDF553	FARO	0	1	92%	54%
55	MDF554	FELGUEIRAS	0	0	0%	92%
55	MDF555	FELGUEIRAS	0	1	18%	79%
55	MDF556	FELGUEIRAS	1	1	18%	52%
55	MDF557	FELGUEIRAS	0	1	18%	80%
55	MDF558	FELGUEIRAS	0	1	18%	79%
55	MDF559	FELGUEIRAS	0	1	18%	82%

55	MDF560	FELGUEIRAS	0	1	18%	78%
55	MDF561	FELGUEIRAS	0	1	18%	81%
84	MDF562	FERREIRA DO ALENTEJO	0	0	0%	89%
84	MDF563	FERREIRA DO ALENTEJO	0	0	0%	97%
84	MDF564	FERREIRA DO ALENTEJO	0	0	0%	96%
84	MDF565	FERREIRA DO ALENTEJO	0	1	103%	31%
84	MDF566	FERREIRA DO ALENTEJO	0	0	0%	96%
84	MDF567	FERREIRA DO ALENTEJO	0	0	0%	97%
84	MDF568	FERREIRA DO ALENTEJO	0	0	0%	97%
49	MDF569	FERREIRA DO ZÉZERE	0	0	0%	90%
49	MDF570	FERREIRA DO ZÉZERE	0	0	0%	91%
49	MDF571	FERREIRA DO ZÉZERE	0	0	0%	89%
33	MDF572	FIGUEIRA DA FOZ	0	1	68%	76%
33	MDF573	FIGUEIRA DA FOZ	2	1	68%	28%
33	MDF574	FIGUEIRA DA FOZ	0	1	68%	73%
33	MDF575	FIGUEIRA DA FOZ	0	0	0%	96%
33	MDF576	FIGUEIRA DA FOZ	0	0	0%	91%
33	MDF577	FIGUEIRA DA FOZ	0	0	0%	93%
33	MDF578	FIGUEIRA DA FOZ	0	0	0%	88%
33	MDF579	FIGUEIRA DA FOZ	0	0	0%	95%
33	MDF580	FIGUEIRA DA FOZ	0	0	0%	91%
33	MDF581	FIGUEIRA DA FOZ	0	1	68%	75%
33	MDF582	FIGUEIRA DA FOZ	0	1	68%	79%
71	MDF583	FIGUEIRA DE CASTELO RODRIGO	0	0	0%	100%
71	MDF584	FIGUEIRA DE CASTELO RODRIGO	0	0	0%	100%
71	MDF585	FIGUEIRA DE CASTELO RODRIGO	0	0	0%	100%
71	MDF586	FIGUEIRA DE CASTELO RODRIGO	0	0	0%	95%
71	MDF587	FIGUEIRA DE CASTELO RODRIGO	0	0	0%	96%
71	MDF588	FIGUEIRA DE CASTELO RODRIGO	0	0	0%	100%
36	MDF589	FIGUEIRÓ DOS VINHOS	0	0	0%	91%

71	MDF590	FORNOS DE ALGODRES	0	0	0%	91%
71	MDF591	FORNOS DE ALGODRES	0	0	0%	98%
79	MDF592	FREIXO DE ESPADA À CINTA	0	0	0%	95%
79	MDF593	FREIXO DE ESPADA À CINTA	0	0	0%	100%
79	MDF594	FREIXO DE ESPADA À CINTA	0	0	0%	94%
45	MDF595	FRONTEIRA	0	0	0%	97%
45	MDF596	FRONTEIRA	0	0	0%	97%
45	MDF597	FRONTEIRA	0	0	0%	94%
91	MDF598	FUNCHAL	1	1	89%	28%
91	MDF599	FUNCHAL	0	1	89%	25%
91	MDF600	FUNCHAL	1	1	89%	29%
91	MDF601	FUNCHAL	0	1	89%	26%
91	MDF602	FUNCHAL	0	1	89%	29%
72	MDF603	FUNDÃO	0	0	0%	89%
72	MDF604	FUNDÃO	0	0	0%	92%
75	MDF605	FUNDÃO	0	0	0%	98%
75	MDF606	FUNDÃO	0	1	52%	53%
75	MDF607	FUNDÃO	0	0	0%	88%
75	MDF608	FUNDÃO	0	0	0%	83%
75	MDF609	FUNDÃO	0	0	0%	91%
75	MDF610	FUNDÃO	0	0	0%	99%
75	MDF611	FUNDÃO	0	0	0%	96%
75	MDF612	FUNDÃO	0	1	52%	48%
75	MDF613	FUNDÃO	0	0	0%	100%
75	MDF614	FUNDÃO	0	0	0%	93%
75	MDF615	FUNDÃO	0	0	0%	95%
41	MDF616	GAVIÃO	0	0	0%	96%
41	MDF617	GAVIÃO	0	0	0%	95%
41	MDF618	GAVIÃO	0	0	0%	100%
45	MDF619	GAVIÃO	0	0	0%	97%

35	MDF620	GÓIS	0	0	0%	82%
35	MDF621	GÓIS	0	0	0%	100%
35	MDF622	GÓIS	0	0	0%	95%
49	MDF623	GOLEGÃ	0	0	0%	99%
49	MDF624	GOLEGÃ	0	0	0%	94%
02	MDF625	GONDOMAR	0	0	0%	97%
02	MDF626	GONDOMAR	0	2	80%	23%
02	MDF627	GONDOMAR	1	2	80%	16%
02	MDF628	GONDOMAR	1	2	80%	34%
02	MDF629	GONDOMAR	0	0	0%	91%
02	MDF630	GONDOMAR	0	0	0%	94%
02	MDF631	GONDOMAR	2	2	80%	16%
02	MDF632	GONDOMAR	0	2	80%	24%
38	MDF633	GOUVEIA	0	0	0%	96%
38	MDF634	GOUVEIA	0	1	44%	53%
38	MDF635	GOUVEIA	0	0	0%	97%
38	MDF636	GOUVEIA	0	1	44%	55%
38	MDF637	GOUVEIA	0	0	0%	92%
65	MDF638	GRÂNDOLA	0	0	0%	99%
65	MDF639	GRÂNDOLA	0	0	0%	89%
65	MDF640	GRÂNDOLA	0	0	0%	69%
69	MDF641	GRÂNDOLA	0	0	0%	100%
69	MDF642	GRÂNDOLA	0	1	53%	46%
69	MDF643	GRÂNDOLA	1	1	53%	51%
69	MDF644	GRÂNDOLA	0	0	0%	96%
69	MDF645	GRÂNDOLA	0	0	0%	100%
69	MDF646	GRÂNDOLA	0	1	53%	34%
69	MDF647	GRÂNDOLA	0	0	0%	100%
69	MDF648	GRÂNDOLA	0	1	53%	36%
69	MDF649	GRÂNDOLA	0	1	53%	54%

69	MDF650	GRÂNDOLA	0	1	53%	53%
71	MDF651	GUARDA	0	1	60%	28%
71	MDF652	GUARDA	0	1	60%	30%
71	MDF653	GUARDA	0	0	0%	96%
71	MDF654	GUARDA	2	1	60%	31%
71	MDF655	GUARDA	1	1	60%	42%
71	MDF656	GUARDA	0	0	0%	100%
71	MDF657	GUARDA	0	0	0%	96%
71	MDF658	GUARDA	0	0	0%	95%
71	MDF659	GUARDA	0	0	0%	98%
75	MDF660	GUARDA	0	0	0%	99%
75	MDF661	GUARDA	0	0	0%	100%
53	MDF662	GUIMARÃES	2	1	46%	66%
53	MDF663	GUIMARÃES	0	0	0%	85%
53	MDF664	GUIMARÃES	0	1	46%	65%
53	MDF665	GUIMARÃES	0	1	46%	64%
53	MDF666	GUIMARÃES	0	1	46%	61%
53	MDF667	GUIMARÃES	2	1	46%	32%
53	MDF668	GUIMARÃES	0	1	46%	66%
53	MDF669	GUIMARÃES	1	1	46%	64%
53	MDF670	GUIMARÃES	0	1	46%	66%
53	MDF671	GUIMARÃES	0	0	0%	88%
53	MDF672	GUIMARÃES	0	1	46%	67%
92	MDF673	HORTA	0	1	41%	81%
92	MDF674	HORTA	0	1	41%	81%
92	MDF675	HORTA	0	1	41%	80%
92	MDF676	HORTA	0	1	41%	79%
92	MDF677	HORTA	0	1	41%	80%
92	MDF678	HORTA	0	1	41%	78%
77	MDF679	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	100%

77	MDF680	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	95%
77	MDF681	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	99%
77	MDF682	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	90%
77	MDF683	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	97%
77	MDF684	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	100%
77	MDF685	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	100%
77	MDF686	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	94%
77	MDF687	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	100%
77	MDF688	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	100%
77	MDF689	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	98%
77	MDF690	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	100%
77	MDF691	IDANHA-A-NOVA	0	0	0%	100%
34	MDF692	ÍLHAVO	0	2	60%	35%
34	MDF693	ÍLHAVO	0	2	60%	32%
34	MDF694	ÍLHAVO	0	2	60%	27%
34	MDF695	ÍLHAVO	1	2	60%	31%
82	MDF696	LAGOA	0	2	65%	47%
82	MDF697	LAGOA	0	0	0%	93%
82	MDF698	LAGOA	0	0	0%	94%
82	MDF699	LAGOA	0	2	65%	48%
82	MDF700	LAGOA	0	2	65%	52%
82	MDF701	LAGOA	0	2	65%	47%
96	MDF702	LAGOA (R.A.A)	0	1	83%	59%
96	MDF703	LAGOA (R.A.A)	0	1	83%	64%
96	MDF704	LAGOA (R.A.A)	0	1	83%	58%
82	MDF705	LAGOS	0	2	67%	57%
82	MDF706	LAGOS	0	0	0%	96%
82	MDF707	LAGOS	0	0	0%	96%
82	MDF708	LAGOS	0	0	0%	93%
82	MDF709	LAGOS	2	2	67%	39%

82	MDF710	LAGOS	0	2	67%	49%
82	MDF711	LAGOS	0	2	67%	53%
82	MDF712	LAGOS	0	2	67%	58%
92	MDF713	LAJES DAS FLORES	0	0	0%	100%
92	MDF714	LAJES DAS FLORES	0	0	0%	99%
92	MDF715	LAJES DO PICO	0	0	0%	95%
92	MDF716	LAJES DO PICO	0	0	0%	99%
92	MDF717	LAJES DO PICO	0	0	0%	93%
92	MDF718	LAJES DO PICO	0	0	0%	91%
54	MDF719	LAMEGO	0	0	0%	88%
54	MDF720	LAMEGO	0	0	0%	91%
54	MDF721	LAMEGO	1	0	0%	91%
54	MDF722	LAMEGO	0	0	0%	94%
54	MDF723	LAMEGO	0	0	0%	98%
54	MDF724	LAMEGO	0	0	0%	97%
54	MDF725	LAMEGO	0	0	0%	95%
44	MDF726	LEIRIA	0	0	0%	89%
44	MDF727	LEIRIA	0	0	0%	89%
44	MDF728	LEIRIA	0	0	0%	93%
44	MDF729	LEIRIA	0	2	68%	63%
44	MDF730	LEIRIA	0	0	0%	92%
44	MDF731	LEIRIA	0	0	0%	92%
44	MDF732	LEIRIA	0	0	0%	92%
44	MDF733	LEIRIA	0	0	0%	93%
44	MDF734	LEIRIA	0	0	0%	95%
44	MDF735	LEIRIA	0	2	68%	63%
44	MDF736	LEIRIA	1	2	68%	62%
44	MDF737	LEIRIA	0	0	0%	88%
44	MDF738	LEIRIA	2	2	68%	40%
44	MDF739	LEIRIA	0	0	0%	87%

44	MDF740	LEIRIA	0	0	0%	89%
44	MDF741	LEIRIA	0	2	68%	59%
44	MDF742	LEIRIA	0	0	0%	90%
44	MDF743	LEIRIA	0	0	0%	92%
44	MDF744	LEIRIA	0	0	0%	97%
44	MDF745	LEIRIA	0	2	68%	63%
44	MDF746	LEIRIA	0	2	68%	60%
44	MDF747	LEIRIA	1	2	68%	56%
44	MDF748	LEIRIA	0	0	0%	89%
44	MDF749	LEIRIA	0	0	0%	85%
01	MDF750	LISBOA	3	2	119%	27%
01	MDF751	LISBOA	3	2	119%	27%
01	MDF752	LISBOA	2	2	119%	24%
01	MDF753	LISBOA	2	2	119%	24%
01	MDF754	LISBOA	3	2	119%	28%
01	MDF755	LISBOA	3	2	119%	27%
01	MDF756	LISBOA	2	2	119%	27%
01	MDF757	LISBOA	2	2	119%	20%
01	MDF758	LISBOA	2	2	119%	27%
01	MDF759	LISBOA	2	2	119%	21%
01	MDF760	LISBOA	3	2	119%	28%
01	MDF761	LISBOA	2	2	119%	25%
01	MDF762	LISBOA	0	2	119%	25%
01	MDF763	LISBOA	3	2	119%	30%
01	MDF764	LISBOA	2	2	119%	22%
01	MDF765	LISBOA	3	2	119%	42%
01	MDF766	LISBOA	2	2	119%	32%
01	MDF767	LISBOA	2	2	119%	31%
01	MDF768	LISBOA	2	2	119%	27%
01	MDF769	LISBOA	3	2	119%	32%

89	MDF770	LOULÉ	0	1	72%	36%
89	MDF771	LOULÉ	0	1	72%	68%
89	MDF772	LOULÉ	0	0	0%	96%
89	MDF773	LOULÉ	0	0	0%	100%
89	MDF774	LOULÉ	0	0	0%	97%
89	MDF775	LOULÉ	0	0	0%	93%
89	MDF776	LOULÉ	0	0	0%	90%
89	MDF777	LOULÉ	0	1	72%	42%
89	MDF778	LOULÉ	0	1	72%	40%
89	MDF779	LOULÉ	1	1	72%	69%
89	MDF780	LOULÉ	0	1	72%	69%
89	MDF781	LOULÉ	0	0	0%	97%
89	MDF782	LOULÉ	1	1	72%	52%
89	MDF783	LOULÉ	0	1	72%	68%
89	MDF784	LOULÉ	0	1	72%	59%
89	MDF785	LOULÉ	0	0	0%	93%
89	MDF786	LOULÉ	0	0	0%	92%
89	MDF787	LOULÉ	0	1	72%	64%
01	MDF788	LOURES	0	3	95%	31%
01	MDF789	LOURES	2	3	95%	21%
01	MDF790	LOURES	0	3	95%	32%
01	MDF791	LOURES	2	3	95%	20%
01	MDF792	LOURES	0	3	95%	44%
01	MDF793	LOURES	0	3	95%	42%
01	MDF794	LOURES	0	3	95%	27%
01	MDF795	LOURES	2	3	95%	24%
01	MDF796	LOURES	1	3	95%	43%
01	MDF797	LOURES	0	3	95%	44%
01	MDF798	LOURES	0	3	95%	44%
01	MDF799	LOURES	0	3	95%	23%

01	MDF800	LOURES	2	3	95%	19%
01	MDF801	LOURES	2	3	95%	21%
01	MDF802	LOURES	2	3	95%	22%
01	MDF803	LOURES	1	3	95%	38%
61	MDF804	LOURINHÃ	0	2	20%	80%
61	MDF805	LOURINHÃ	0	0	0%	90%
61	MDF806	LOURINHÃ	0	0	0%	96%
61	MDF807	LOURINHÃ	0	0	0%	88%
61	MDF808	LOURINHÃ	0	2	20%	83%
61	MDF809	LOURINHÃ	0	2	20%	84%
61	MDF810	LOURINHÃ	0	2	20%	83%
39	MDF811	LOUSÃ	0	1	22%	83%
39	MDF812	LOUSÃ	0	0	0%	94%
55	MDF813	LOUSADA	2	1	10%	82%
55	MDF814	LOUSADA	0	1	10%	88%
55	MDF815	LOUSADA	0	1	10%	81%
41	MDF816	MAÇÃO	0	0	0%	76%
41	MDF817	MAÇÃO	0	0	0%	96%
41	MDF818	MAÇÃO	0	0	0%	92%
41	MDF819	MAÇÃO	0	0	0%	95%
41	MDF820	MAÇÃO	0	0	0%	98%
41	MDF821	MAÇÃO	0	0	0%	86%
74	MDF822	MAÇÃO	0	0	0%	92%
74	MDF823	MAÇÃO	0	0	0%	100%
78	MDF824	MACEDO DE CAVALEIROS	0	0	0%	89%
78	MDF825	MACEDO DE CAVALEIROS	0	0	0%	100%
78	MDF826	MACEDO DE CAVALEIROS	0	0	0%	97%
78	MDF827	MACEDO DE CAVALEIROS	0	0	0%	82%
78	MDF828	MACEDO DE CAVALEIROS	0	0	0%	100%
78	MDF829	MACEDO DE CAVALEIROS	0	0	0%	100%

78	MDF830	MACEDO DE CAVALEIROS	0	0	0%	89%
78	MDF831	MACEDO DE CAVALEIROS	0	0	0%	100%
78	MDF832	MACEDO DE CAVALEIROS	0	0	0%	95%
78	MDF833	MACEDO DE CAVALEIROS	0	0	0%	93%
91	MDF834	MACHICO	0	1	81%	35%
91	MDF835	MACHICO	0	1	81%	40%
91	MDF836	MACHICO	0	1	81%	42%
91	MDF837	MACHICO	0	1	81%	50%
92	MDF838	MADALENA	0	0	0%	93%
92	MDF839	MADALENA	0	0	0%	89%
92	MDF840	MADALENA	0	0	0%	91%
01	MDF841	MAFRA	0	1	23%	86%
01	MDF842	MAFRA	0	0	0%	92%
01	MDF843	MAFRA	0	0	0%	98%
01	MDF844	MAFRA	0	0	0%	97%
01	MDF845	MAFRA	1	1	23%	82%
01	MDF846	MAFRA	0	0	0%	96%
01	MDF847	MAFRA	0	0	0%	90%
01	MDF848	MAFRA	0	0	0%	98%
61	MDF849	MAFRA	0	0	0%	98%
61	MDF850	MAFRA	0	0	0%	91%
61	MDF851	MAFRA	0	0	0%	90%
61	MDF852	MAFRA	0	0	0%	90%
61	MDF853	MAFRA	1	0	0%	91%
61	MDF854	MAFRA	0	0	0%	92%
61	MDF855	MAFRA	1	1	23%	86%
02	MDF856	MAIA	2	2	100%	42%
02	MDF857	MAIA	2	2	100%	18%
02	MDF858	MAIA	0	2	100%	36%
02	MDF859	MAIA	3	2	100%	23%

02	MDF860	MAIA	0	2	100%	39%
02	MDF861	MAIA	0	2	100%	33%
32	MDF862	MANGUALDE	0	1	31%	56%
32	MDF863	MANGUALDE	1	1	31%	39%
32	MDF864	MANGUALDE	0	0	0%	89%
32	MDF865	MANGUALDE	0	1	31%	57%
75	MDF866	MANTEIGAS	0	0	0%	97%
55	MDF867	MARCO DE CANAVESES	0	0	0%	93%
55	MDF868	MARCO DE CANAVESES	0	0	0%	95%
55	MDF869	MARCO DE CANAVESES	0	0	0%	90%
55	MDF870	MARCO DE CANAVESES	0	0	0%	94%
55	MDF871	MARCO DE CANAVESES	1	0	0%	52%
55	MDF872	MARCO DE CANAVESES	0	0	0%	92%
55	MDF873	MARCO DE CANAVESES	0	0	0%	91%
55	MDF874	MARCO DE CANAVESES	0	0	0%	92%
44	MDF875	MARINHA GRANDE	0	1	87%	56%
44	MDF876	MARINHA GRANDE	0	1	87%	59%
44	MDF877	MARINHA GRANDE	1	1	87%	36%
44	MDF878	MARINHA GRANDE	0	1	87%	62%
44	MDF879	MARINHA GRANDE	0	0	0%	94%
44	MDF880	MARINHA GRANDE	0	0	0%	87%
45	MDF881	MARVÃO	0	0	0%	97%
45	MDF882	MARVÃO	0	0	0%	92%
45	MDF883	MARVÃO	0	0	0%	93%
02	MDF884	MATOSINHOS	2	2	110%	20%
02	MDF885	MATOSINHOS	2	2	110%	20%
02	MDF886	MATOSINHOS	0	2	110%	38%
02	MDF887	MATOSINHOS	0	2	110%	37%
02	MDF888	MATOSINHOS	2	2	110%	18%
02	MDF889	MATOSINHOS	2	2	110%	16%

02	MDF890	MATOSINHOS	0	2	110%	28%
31	MDF891	MEALHADA	0	1	28%	83%
31	MDF892	MEALHADA	0	0	0%	91%
31	MDF893	MEALHADA	2	1	28%	41%
31	MDF894	MEALHADA	0	0	0%	90%
79	MDF895	MEDA	0	0	0%	100%
79	MDF896	MEDA	0	0	0%	95%
79	MDF897	MEDA	0	0	0%	96%
79	MDF898	MEDA	0	0	0%	89%
51	MDF899	MELGAÇO	0	0	0%	88%
51	MDF900	MELGAÇO	0	0	0%	90%
51	MDF901	MELGAÇO	0	0	0%	88%
51	MDF902	MELGAÇO	0	0	0%	82%
51	MDF903	MELGAÇO	0	0	0%	100%
86	MDF904	MÉRTOLA	0	0	0%	96%
86	MDF905	MÉRTOLA	0	0	0%	100%
86	MDF906	MÉRTOLA	0	0	0%	100%
86	MDF907	MÉRTOLA	0	0	0%	93%
86	MDF908	MÉRTOLA	0	0	0%	100%
86	MDF909	MÉRTOLA	0	0	0%	94%
86	MDF910	MÉRTOLA	0	0	0%	85%
86	MDF911	MÉRTOLA	0	0	0%	100%
86	MDF912	MÉRTOLA	0	0	0%	100%
54	MDF913	MESÃO FRIO	0	0	0%	96%
54	MDF914	MESÃO FRIO	0	0	0%	95%
31	MDF915	MIRA	0	0	0%	85%
31	MDF916	MIRA	0	1	24%	82%
31	MDF917	MIRA	0	0	0%	89%
31	MDF918	MIRA	0	1	24%	87%
39	MDF919	MIRANDA DO CORVO	0	0	0%	90%

39	MDF920	MIRANDA DO CORVO	0	0	0%	92%
73	MDF921	MIRANDA DO DOURO	0	0	0%	96%
73	MDF922	MIRANDA DO DOURO	0	0	0%	100%
73	MDF923	MIRANDA DO DOURO	0	0	0%	88%
73	MDF924	MIRANDA DO DOURO	0	0	0%	97%
73	MDF925	MIRANDA DO DOURO	0	0	0%	97%
73	MDF926	MIRANDA DO DOURO	0	0	0%	100%
73	MDF927	MIRANDA DO DOURO	0	0	0%	100%
73	MDF928	MIRANDA DO DOURO	0	0	0%	96%
78	MDF929	MIRANDELA	0	0	0%	94%
78	MDF930	MIRANDELA	0	0	0%	98%
78	MDF931	MIRANDELA	0	0	0%	89%
78	MDF932	MIRANDELA	0	0	0%	100%
78	MDF933	MIRANDELA	0	0	0%	96%
78	MDF934	MIRANDELA	0	0	0%	96%
78	MDF935	MIRANDELA	0	0	0%	100%
78	MDF936	MIRANDELA	1	0	0%	91%
78	MDF937	MIRANDELA	0	0	0%	95%
78	MDF938	MIRANDELA	0	0	0%	90%
78	MDF939	MIRANDELA	0	0	0%	94%
78	MDF940	MIRANDELA	0	0	0%	98%
78	MDF941	MOGADOURO	0	0	0%	100%
79	MDF942	MOGADOURO	0	0	0%	89%
79	MDF943	MOGADOURO	0	0	0%	100%
79	MDF944	MOGADOURO	0	0	0%	90%
79	MDF945	MOGADOURO	0	0	0%	94%
79	MDF946	MOGADOURO	0	0	0%	100%
79	MDF947	MOGADOURO	0	0	0%	100%
79	MDF948	MOGADOURO	0	0	0%	100%
32	MDF949	MOIMENTA DA BEIRA	0	0	0%	100%

54	MDF950	MOIMENTA DA BEIRA	0	0	0%	97%
54	MDF951	MOIMENTA DA BEIRA	0	0	0%	94%
54	MDF952	MOIMENTA DA BEIRA	0	0	0%	99%
01	MDF953	MOITA	2	2	115%	14%
01	MDF954	MOITA	2	2	115%	18%
51	MDF955	MONÇÃO	0	0	0%	92%
51	MDF956	MONÇÃO	0	0	0%	92%
51	MDF957	MONÇÃO	0	0	0%	96%
51	MDF958	MONÇÃO	0	0	0%	92%
82	MDF959	MONCHIQUE	0	0	0%	91%
82	MDF960	MONCHIQUE	0	0	0%	100%
82	MDF961	MONCHIQUE	0	0	0%	96%
55	MDF962	MONDIM DE BASTO	0	0	0%	92%
55	MDF963	MONDIM DE BASTO	0	0	0%	87%
55	MDF964	MONDIM DE BASTO	0	0	0%	89%
45	MDF965	MONFORTE	0	0	0%	98%
45	MDF966	MONFORTE	0	0	0%	91%
45	MDF967	MONFORTE	0	0	0%	97%
68	MDF968	MONFORTE	0	0	0%	96%
53	MDF969	MONTALEGRE	0	0	0%	93%
53	MDF970	MONTALEGRE	0	0	0%	100%
53	MDF971	MONTALEGRE	0	0	0%	83%
76	MDF972	MONTALEGRE	0	0	0%	90%
76	MDF973	MONTALEGRE	0	0	0%	97%
76	MDF974	MONTALEGRE	0	0	0%	94%
76	MDF975	MONTALEGRE	0	0	0%	98%
76	MDF976	MONTALEGRE	0	0	0%	97%
76	MDF977	MONTALEGRE	0	0	0%	86%
65	MDF978	MONTEMOR-O-NOVO	0	0	0%	95%
65	MDF979	MONTEMOR-O-NOVO	0	0	0%	98%

65	MDF980	MONTEMOR-O-NOVO	0	0	0%	92%
66	MDF981	MONTEMOR-O-NOVO	0	0	0%	97%
66	MDF982	MONTEMOR-O-NOVO	0	1	66%	46%
66	MDF983	MONTEMOR-O-NOVO	0	1	66%	42%
66	MDF984	MONTEMOR-O-NOVO	0	0	0%	99%
66	MDF985	MONTEMOR-O-NOVO	0	0	0%	97%
66	MDF986	MONTEMOR-O-NOVO	0	1	66%	51%
39	MDF987	MONTEMOR-O-VELHO	1	0	0%	91%
39	MDF988	MONTEMOR-O-VELHO	0	0	0%	92%
39	MDF989	MONTEMOR-O-VELHO	0	1	14%	68%
39	MDF990	MONTEMOR-O-VELHO	0	0	0%	87%
39	MDF991	MONTEMOR-O-VELHO	0	0	0%	91%
39	MDF992	MONTEMOR-O-VELHO	0	0	0%	95%
01	MDF993	MONTIJO	0	2	86%	15%
01	MDF994	MONTIJO	0	2	86%	17%
01	MDF995	MONTIJO	0	0	0%	100%
01	MDF996	MONTIJO	2	2	86%	19%
01	MDF997	MONTIJO	0	2	86%	24%
65	MDF998	MONTIJO	0	0	0%	94%
65	MDF999	MONTIJO	0	0	0%	95%
66	MDF1000	MORA	0	0	0%	96%
66	MDF1001	MORA	0	0	0%	100%
66	MDF1002	MORA	0	0	0%	100%
66	MDF1003	MORA	0	0	0%	92%
66	MDF1004	MORA	0	0	0%	98%
31	MDF1005	MORTÁGUA	0	0	0%	100%
31	MDF1006	MORTÁGUA	0	0	0%	87%
31	MDF1007	MORTÁGUA	0	0	0%	73%
31	MDF1008	MORTÁGUA	0	0	0%	79%
31	MDF1009	MORTÁGUA	0	0	0%	78%

85	MDF1010	MOURA	0	0	0%	97%
85	MDF1011	MOURA	0	0	0%	94%
85	MDF1012	MOURA	0	0	0%	100%
85	MDF1013	MOURA	0	0	0%	98%
85	MDF1014	MOURA	0	0	0%	74%
85	MDF1015	MOURA	0	0	0%	100%
85	MDF1016	MOURA	0	0	0%	98%
66	MDF1017	MOURÃO	0	0	0%	100%
66	MDF1018	MOURÃO	0	0	0%	100%
66	MDF1019	MOURÃO	0	0	0%	95%
59	MDF1020	MURÇA	0	0	0%	100%
59	MDF1021	MURÇA	0	0	0%	93%
59	MDF1022	MURÇA	0	0	0%	93%
34	MDF1023	MURTOSA	0	1	13%	68%
34	MDF1024	MURTOSA	0	1	13%	74%
62	MDF1025	NAZARÉ	0	1	98%	15%
62	MDF1026	NAZARÉ	1	1	98%	22%
62	MDF1027	NAZARÉ	0	1	98%	21%
32	MDF1028	NELAS	0	0	0%	93%
32	MDF1029	NELAS	0	1	58%	47%
32	MDF1030	NELAS	0	0	0%	81%
45	MDF1031	NISA	0	0	0%	91%
45	MDF1032	NISA	0	0	0%	91%
45	MDF1033	NISA	0	0	0%	100%
45	MDF1034	NISA	0	0	0%	100%
45	MDF1035	NISA	0	0	0%	96%
45	MDF1036	NISA	0	0	0%	98%
45	MDF1037	NISA	0	0	0%	94%
96	MDF1038	NORDESTE	0	0	0%	94%
96	MDF1039	NORDESTE	0	0	0%	93%

96	MDF1040	NORDESTE	0	0	0%	90%
62	MDF1041	ÓBIDOS	0	1	24%	53%
62	MDF1042	ÓBIDOS	0	1	24%	68%
62	MDF1043	ÓBIDOS	0	1	24%	68%
62	MDF1044	ÓBIDOS	0	1	24%	65%
62	MDF1045	ÓBIDOS	0	1	24%	70%
82	MDF1046	ODEMIRA	0	0	0%	100%
83	MDF1047	ODEMIRA	0	0	0%	100%
83	MDF1048	ODEMIRA	0	0	0%	93%
83	MDF1049	ODEMIRA	0	0	0%	100%
83	MDF1050	ODEMIRA	0	0	0%	91%
83	MDF1051	ODEMIRA	0	0	0%	98%
83	MDF1052	ODEMIRA	0	0	0%	99%
83	MDF1053	ODEMIRA	0	0	0%	95%
83	MDF1054	ODEMIRA	0	0	0%	90%
83	MDF1055	ODEMIRA	1	0	0%	93%
83	MDF1056	ODEMIRA	0	0	0%	98%
83	MDF1057	ODEMIRA	0	0	0%	98%
83	MDF1058	ODEMIRA	0	0	0%	96%
83	MDF1059	ODEMIRA	0	0	0%	97%
83	MDF1060	ODEMIRA	0	0	0%	93%
83	MDF1061	ODEMIRA	0	0	0%	95%
83	MDF1062	ODEMIRA	0	0	0%	83%
01	MDF1063	ODIVELAS	2	1	129%	24%
01	MDF1064	ODIVELAS	2	1	129%	20%
01	MDF1065	ODIVELAS	2	1	129%	27%
01	MDF1066	ODIVELAS	2	1	129%	20%
01	MDF1067	OEIRAS	2	2	103%	22%
01	MDF1068	OEIRAS	2	2	103%	21%
01	MDF1069	OEIRAS	0	2	103%	27%

01	MDF1070	OEIRAS	0	2	103%	14%
01	MDF1071	OEIRAS	3	2	103%	20%
01	MDF1072	OEIRAS	2	2	103%	22%
01	MDF1073	OEIRAS	2	2	103%	22%
01	MDF1074	OEIRAS	2	2	103%	25%
01	MDF1075	OEIRAS	2	2	103%	35%
72	MDF1076	OLEIROS	0	0	0%	100%
72	MDF1077	OLEIROS	0	0	0%	100%
72	MDF1078	OLEIROS	0	0	0%	100%
72	MDF1079	OLEIROS	0	0	0%	98%
72	MDF1080	OLEIROS	0	0	0%	100%
72	MDF1081	OLEIROS	0	0	0%	92%
72	MDF1082	OLEIROS	0	0	0%	75%
89	MDF1083	OLHÃO	0	1	67%	56%
89	MDF1084	OLHÃO	0	1	67%	62%
89	MDF1085	OLHÃO	2	1	67%	58%
89	MDF1086	OLHÃO	0	1	67%	62%
56	MDF1087	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	0	0	0%	91%
56	MDF1088	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	0	0	0%	86%
56	MDF1089	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	0	0	0%	89%
56	MDF1090	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	0	0	0%	75%
56	MDF1091	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	0	2	133%	30%
56	MDF1092	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	0	0	0%	82%
56	MDF1093	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	2	2	133%	25%
56	MDF1094	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	0	0	0%	91%
56	MDF1095	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	0	2	133%	22%
56	MDF1096	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	0	0	0%	90%
56	MDF1097	OLIVEIRA DE AZEMÉIS	0	0	0%	83%
32	MDF1098	OLIVEIRA DE FRADES	0	0	0%	96%
32	MDF1099	OLIVEIRA DE FRADES	1	0	0%	89%

34	MDF1100	OLIVEIRA DO BAIRRO	0	1	47%	57%
34	MDF1101	OLIVEIRA DO BAIRRO	0	1	47%	59%
34	MDF1102	OLIVEIRA DO BAIRRO	0	1	47%	56%
34	MDF1103	OLIVEIRA DO BAIRRO	0	1	47%	52%
38	MDF1104	OLIVEIRA DO HOSPITAL	0	0	0%	95%
38	MDF1105	OLIVEIRA DO HOSPITAL	0	0	0%	94%
38	MDF1106	OLIVEIRA DO HOSPITAL	0	0	0%	94%
38	MDF1107	OLIVEIRA DO HOSPITAL	0	1	39%	52%
38	MDF1108	OLIVEIRA DO HOSPITAL	0	1	39%	40%
44	MDF1109	OURÉM	0	0	0%	82%
49	MDF1110	OURÉM	0	1	42%	67%
49	MDF1111	OURÉM	0	1	42%	67%
49	MDF1112	OURÉM	0	0	0%	94%
49	MDF1113	OURÉM	0	0	0%	87%
49	MDF1114	OURÉM	0	1	42%	68%
49	MDF1115	OURÉM	0	0	0%	94%
49	MDF1116	OURÉM	0	0	0%	94%
49	MDF1117	OURÉM	0	0	0%	91%
49	MDF1118	OURÉM	0	1	42%	72%
49	MDF1119	OURÉM	0	0	0%	85%
49	MDF1120	OURÉM	0	0	0%	100%
49	MDF1121	OURÉM	0	1	42%	68%
86	MDF1122	OURIQUE	0	0	0%	100%
86	MDF1123	OURIQUE	0	0	0%	98%
86	MDF1124	OURIQUE	0	0	0%	97%
86	MDF1125	OURIQUE	0	0	0%	100%
86	MDF1126	OURIQUE	0	0	0%	100%
56	MDF1127	OVAR	2	2	83%	23%
56	MDF1128	OVAR	0	2	83%	30%
56	MDF1129	OVAR	0	2	83%	22%

56	MDF1130	OVAR	1	2	83%	20%
56	MDF1131	OVAR	0	2	83%	27%
55	MDF1132	PAÇOS DE FERREIRA	0	1	31%	80%
55	MDF1133	PAÇOS DE FERREIRA	0	1	31%	82%
55	MDF1134	PAÇOS DE FERREIRA	0	1	31%	79%
55	MDF1135	PAÇOS DE FERREIRA	1	1	31%	57%
55	MDF1136	PAÇOS DE FERREIRA	0	1	31%	78%
01	MDF1137	PALMELA	0	0	0%	100%
01	MDF1138	PALMELA	0	0	0%	90%
01	MDF1139	PALMELA	0	0	0%	100%
01	MDF1140	PALMELA	0	0	0%	100%
01	MDF1141	PALMELA	2	2	107%	16%
01	MDF1142	PALMELA	0	2	107%	7%
01	MDF1143	PALMELA	2	2	107%	15%
01	MDF1144	PALMELA	0	2	107%	19%
01	MDF1145	PALMELA	0	0	0%	100%
65	MDF1146	PALMELA	0	0	0%	95%
65	MDF1147	PALMELA	0	0	0%	90%
65	MDF1148	PALMELA	0	0	0%	96%
65	MDF1149	PALMELA	0	0	0%	91%
65	MDF1150	PALMELA	0	0	0%	98%
35	MDF1151	PAMPILHOSA DA SERRA	0	0	0%	86%
35	MDF1152	PAMPILHOSA DA SERRA	0	0	0%	98%
35	MDF1153	PAMPILHOSA DA SERRA	0	0	0%	100%
35	MDF1154	PAMPILHOSA DA SERRA	0	0	0%	96%
35	MDF1155	PAMPILHOSA DA SERRA	0	0	0%	93%
02	MDF1156	PAREDES	0	0	0%	100%
02	MDF1157	PAREDES	0	1	32%	77%
02	MDF1158	PAREDES	0	1	32%	69%
02	MDF1159	PAREDES	0	0	0%	91%

02	MDF1160	PAREDES	0	0	0%	100%
02	MDF1161	PAREDES	1	1	32%	50%
55	MDF1162	PAREDES	1	1	32%	43%
51	MDF1163	PAREDES DE COURA	0	0	0%	94%
51	MDF1164	PAREDES DE COURA	0	0	0%	87%
36	MDF1165	PEDRÓGÃO GRANDE	0	0	0%	90%
36	MDF1166	PEDRÓGÃO GRANDE	0	0	0%	91%
39	MDF1167	PENACOVA	0	0	0%	95%
39	MDF1168	PENACOVA	0	0	0%	92%
39	MDF1169	PENACOVA	0	0	0%	89%
39	MDF1170	PENACOVA	0	0	0%	91%
39	MDF1171	PENACOVA	0	0	0%	100%
55	MDF1172	PENAFIEL	0	0	0%	92%
55	MDF1173	PENAFIEL	0	1	26%	74%
55	MDF1174	PENAFIEL	0	0	0%	95%
55	MDF1175	PENAFIEL	0	1	26%	75%
55	MDF1176	PENAFIEL	2	1	26%	41%
55	MDF1177	PENAFIEL	0	0	0%	94%
55	MDF1178	PENAFIEL	0	0	0%	95%
55	MDF1179	PENAFIEL	0	0	0%	94%
55	MDF1180	PENAFIEL	0	1	26%	75%
55	MDF1181	PENAFIEL	0	0	0%	92%
32	MDF1182	PENALVA DO CASTELO	0	0	0%	100%
32	MDF1183	PENALVA DO CASTELO	0	0	0%	97%
77	MDF1184	PENAMACOR	0	0	0%	93%
77	MDF1185	PENAMACOR	0	0	0%	98%
77	MDF1186	PENAMACOR	0	0	0%	97%
77	MDF1187	PENAMACOR	0	0	0%	92%
54	MDF1188	PENEDONO	0	0	0%	94%
39	MDF1189	PENELA	0	0	0%	94%

39	MDF1190	PENELO	0	0	0%	83%
62	MDF1191	PENICHE	0	1	68%	45%
62	MDF1192	PENICHE	0	1	68%	39%
62	MDF1193	PENICHE	0	1	68%	30%
62	MDF1194	PENICHE	0	1	68%	30%
62	MDF1195	PENICHE	0	1	68%	39%
54	MDF1196	PESO DA RÉGUA	0	1	26%	83%
54	MDF1197	PESO DA RÉGUA	1	1	26%	44%
54	MDF1198	PESO DA RÉGUA	0	0	0%	96%
71	MDF1199	PINHEL	0	0	0%	96%
71	MDF1200	PINHEL	0	0	0%	92%
71	MDF1201	PINHEL	0	0	0%	95%
71	MDF1202	PINHEL	0	0	0%	93%
71	MDF1203	PINHEL	0	0	0%	98%
71	MDF1204	PINHEL	0	0	0%	98%
36	MDF1205	POMBAL	0	0	0%	93%
36	MDF1206	POMBAL	0	0	0%	92%
36	MDF1207	POMBAL	0	0	0%	90%
36	MDF1208	POMBAL	0	0	0%	93%
36	MDF1209	POMBAL	0	0	0%	89%
36	MDF1210	POMBAL	0	0	0%	91%
36	MDF1211	POMBAL	0	0	0%	89%
36	MDF1212	POMBAL	0	0	0%	88%
36	MDF1213	POMBAL	0	0	0%	95%
36	MDF1214	POMBAL	2	1	42%	44%
36	MDF1215	POMBAL	0	0	0%	92%
36	MDF1216	POMBAL	0	0	0%	94%
36	MDF1217	POMBAL	0	0	0%	91%
96	MDF1218	PONTA DELGADA	0	1	91%	69%
96	MDF1219	PONTA DELGADA	0	1	91%	55%

96	MDF1220	PONTA DELGADA	0	1	91%	55%
96	MDF1221	PONTA DELGADA	0	1	91%	53%
96	MDF1222	PONTA DELGADA	0	1	91%	58%
96	MDF1223	PONTA DELGADA	0	1	91%	51%
96	MDF1224	PONTA DELGADA	0	1	91%	56%
96	MDF1225	PONTA DELGADA	0	1	91%	54%
96	MDF1226	PONTA DELGADA	0	1	91%	60%
96	MDF1227	PONTA DELGADA	0	1	91%	54%
96	MDF1228	PONTA DELGADA	0	1	91%	54%
96	MDF1229	PONTA DELGADA	0	1	91%	53%
96	MDF1230	PONTA DELGADA	0	1	91%	60%
96	MDF1231	PONTA DELGADA	0	1	91%	59%
91	MDF1232	PONTA DO SOL	0	1	58%	55%
91	MDF1233	PONTA DO SOL	0	1	58%	57%
58	MDF1234	PONTE DA BARCA	0	0	0%	93%
58	MDF1235	PONTE DA BARCA	0	0	0%	92%
58	MDF1236	PONTE DA BARCA	0	0	0%	94%
58	MDF1237	PONTE DE LIMA	0	0	0%	88%
58	MDF1238	PONTE DE LIMA	1	0	0%	88%
58	MDF1239	PONTE DE LIMA	0	0	0%	88%
58	MDF1240	PONTE DE LIMA	0	0	0%	94%
58	MDF1241	PONTE DE LIMA	0	0	0%	92%
58	MDF1242	PONTE DE LIMA	0	0	0%	93%
42	MDF1243	PONTE DE SOR	0	0	0%	100%
42	MDF1244	PONTE DE SOR	0	0	0%	97%
42	MDF1245	PONTE DE SOR	0	0	0%	100%
42	MDF1246	PONTE DE SOR	0	0	0%	89%
42	MDF1247	PONTE DE SOR	0	0	0%	94%
42	MDF1248	PONTE DE SOR	0	0	0%	97%
42	MDF1249	PONTE DE SOR	0	0	0%	96%

45	MDF1250	PORTALEGRE	0	1	50%	65%
45	MDF1251	PORTALEGRE	0	0	0%	81%
45	MDF1252	PORTALEGRE	0	1	50%	63%
45	MDF1253	PORTALEGRE	0	0	0%	100%
45	MDF1254	PORTALEGRE	0	1	50%	71%
45	MDF1255	PORTALEGRE	0	1	50%	65%
45	MDF1256	PORTALEGRE	2	1	50%	38%
45	MDF1257	PORTALEGRE	0	0	0%	100%
45	MDF1258	PORTALEGRE	0	1	50%	67%
66	MDF1259	PORTEL	0	0	0%	100%
66	MDF1260	PORTEL	0	1	91%	20%
66	MDF1261	PORTEL	0	0	0%	100%
66	MDF1262	PORTEL	0	0	0%	100%
66	MDF1263	PORTEL	0	1	91%	23%
66	MDF1264	PORTEL	0	0	0%	100%
66	MDF1265	PORTEL	0	0	0%	95%
66	MDF1266	PORTEL	0	0	0%	100%
82	MDF1267	PORTIMÃO	0	2	88%	46%
82	MDF1268	PORTIMÃO	0	2	88%	54%
82	MDF1269	PORTIMÃO	0	2	88%	47%
82	MDF1270	PORTIMÃO	0	2	88%	44%
82	MDF1271	PORTIMÃO	0	2	88%	43%
82	MDF1272	PORTIMÃO	0	2	88%	56%
82	MDF1273	PORTIMÃO	2	2	88%	33%
82	MDF1274	PORTIMÃO	0	2	88%	54%
02	MDF1275	PORTO	2	2	99%	34%
02	MDF1276	PORTO	3	2	99%	28%
02	MDF1277	PORTO	2	2	99%	20%
02	MDF1278	PORTO	0	2	99%	39%
02	MDF1279	PORTO	2	2	99%	20%

02	MDF1280	PORTO	1	2	99%	40%
02	MDF1281	PORTO	1	2	99%	37%
02	MDF1282	PORTO	2	2	99%	24%
02	MDF1283	PORTO	2	2	99%	39%
02	MDF1284	PORTO	2	2	99%	22%
02	MDF1285	PORTO	2	2	99%	27%
44	MDF1286	PORTO DE MÓS	0	1	45%	83%
44	MDF1287	PORTO DE MÓS	0	0	0%	95%
44	MDF1288	PORTO DE MÓS	0	0	0%	89%
44	MDF1289	PORTO DE MÓS	0	1	45%	83%
44	MDF1290	PORTO DE MÓS	0	1	45%	83%
49	MDF1291	PORTO DE MÓS	0	0	0%	100%
91	MDF1292	PORTO MONIZ	0	0	0%	93%
91	MDF1293	PORTO MONIZ	0	0	0%	93%
91	MDF1294	PORTO SANTO	0	1	65%	54%
53	MDF1295	PÓVOA DE LANHOSO	0	0	0%	83%
53	MDF1296	PÓVOA DE LANHOSO	0	0	0%	87%
53	MDF1297	PÓVOA DE LANHOSO	0	0	0%	79%
53	MDF1298	PÓVOA DE LANHOSO	0	0	0%	83%
53	MDF1299	PÓVOA DE LANHOSO	0	0	0%	95%
52	MDF1300	PÓVOA DE VARZIM	0	1	68%	62%
52	MDF1301	PÓVOA DE VARZIM	0	1	68%	62%
52	MDF1302	PÓVOA DE VARZIM	0	1	68%	61%
52	MDF1303	PÓVOA DE VARZIM	0	1	68%	59%
52	MDF1304	PÓVOA DE VARZIM	1	1	68%	36%
52	MDF1305	PÓVOA DE VARZIM	2	1	68%	55%
52	MDF1306	PÓVOA DE VARZIM	0	0	0%	93%
96	MDF1307	POVOAÇÃO	0	0	0%	85%
96	MDF1308	POVOAÇÃO	0	0	0%	91%
96	MDF1309	POVOAÇÃO	0	0	0%	86%

74	MDF1310	PROENÇA-A-NOVA	0	0	0%	98%
74	MDF1311	PROENÇA-A-NOVA	0	0	0%	100%
74	MDF1312	PROENÇA-A-NOVA	0	0	0%	92%
74	MDF1313	PROENÇA-A-NOVA	0	0	0%	95%
74	MDF1314	PROENÇA-A-NOVA	0	0	0%	97%
66	MDF1315	REDONDO	0	0	0%	100%
66	MDF1316	REDONDO	0	0	0%	97%
66	MDF1317	REDONDO	0	0	0%	94%
66	MDF1318	REDONDO	0	0	0%	100%
66	MDF1319	REGUENGOS DE MONSARAZ	0	0	0%	98%
66	MDF1320	REGUENGOS DE MONSARAZ	0	0	0%	93%
66	MDF1321	REGUENGOS DE MONSARAZ	0	0	0%	100%
66	MDF1322	REGUENGOS DE MONSARAZ	0	0	0%	96%
66	MDF1323	REGUENGOS DE MONSARAZ	0	0	0%	98%
54	MDF1324	RESENDE	0	0	0%	95%
54	MDF1325	RESENDE	0	0	0%	90%
54	MDF1326	RESENDE	0	0	0%	95%
91	MDF1327	RIBEIRA BRAVA	0	1	51%	51%
91	MDF1328	RIBEIRA BRAVA	0	1	51%	43%
59	MDF1329	RIBEIRA DE PENA	0	0	0%	91%
59	MDF1330	RIBEIRA DE PENA	0	0	0%	94%
96	MDF1331	RIBEIRA GRANDE	0	1	66%	51%
96	MDF1332	RIBEIRA GRANDE	0	1	66%	50%
96	MDF1333	RIBEIRA GRANDE	0	1	66%	57%
96	MDF1334	RIBEIRA GRANDE	0	1	66%	62%
96	MDF1335	RIBEIRA GRANDE	0	1	66%	62%
96	MDF1336	RIBEIRA GRANDE	0	1	66%	58%
96	MDF1337	RIBEIRA GRANDE	0	1	66%	53%
43	MDF1338	RIO MAIOR	0	1	50%	81%
43	MDF1339	RIO MAIOR	0	0	0%	97%

43	MDF1340	RIO MAIOR	0	1	50%	81%
43	MDF1341	RIO MAIOR	0	1	50%	74%
43	MDF1342	RIO MAIOR	0	0	0%	91%
43	MDF1343	RIO MAIOR	0	1	50%	78%
43	MDF1344	RIO MAIOR	0	0	0%	97%
59	MDF1345	SABROSA	0	0	0%	88%
71	MDF1346	SABUGAL	0	0	0%	92%
71	MDF1347	SABUGAL	0	0	0%	88%
71	MDF1348	SABUGAL	0	0	0%	96%
71	MDF1349	SABUGAL	0	0	0%	92%
71	MDF1350	SABUGAL	0	0	0%	87%
71	MDF1351	SABUGAL	0	0	0%	93%
71	MDF1352	SABUGAL	0	0	0%	91%
71	MDF1353	SABUGAL	0	0	0%	93%
71	MDF1354	SABUGAL	0	0	0%	100%
75	MDF1355	SABUGAL	0	0	0%	87%
43	MDF1356	SALVATERRA DE MAGOS	0	0	0%	94%
43	MDF1357	SALVATERRA DE MAGOS	0	0	0%	88%
63	MDF1358	SALVATERRA DE MAGOS	0	0	0%	94%
63	MDF1359	SALVATERRA DE MAGOS	0	0	0%	88%
63	MDF1360	SALVATERRA DE MAGOS	0	0	0%	91%
63	MDF1361	SALVATERRA DE MAGOS	0	0	0%	91%
32	MDF1362	SANTA COMBA DÃO	0	0	0%	95%
32	MDF1363	SANTA COMBA DÃO	0	0	0%	93%
32	MDF1364	SANTA COMBA DÃO	0	0	0%	97%
91	MDF1365	SANTA CRUZ	0	1	87%	29%
91	MDF1366	SANTA CRUZ	0	1	87%	28%
91	MDF1367	SANTA CRUZ	0	1	87%	35%
91	MDF1368	SANTA CRUZ	0	1	87%	33%
95	MDF1369	SANTA CRUZ DA GRACIOSA	0	0	0%	99%

95	MDF1370	SANTA CRUZ DA GRACIOSA	0	0	0%	97%
92	MDF1371	SANTA CRUZ DAS FLORES	0	0	0%	99%
02	MDF1372	SANTA MARIA DA FEIRA	0	2	91%	29%
02	MDF1373	SANTA MARIA DA FEIRA	0	2	91%	22%
02	MDF1374	SANTA MARIA DA FEIRA	1	2	91%	19%
02	MDF1375	SANTA MARIA DA FEIRA	0	2	91%	18%
02	MDF1376	SANTA MARIA DA FEIRA	0	2	91%	23%
02	MDF1377	SANTA MARIA DA FEIRA	1	2	91%	33%
56	MDF1378	SANTA MARIA DA FEIRA	0	0	0%	79%
56	MDF1379	SANTA MARIA DA FEIRA	0	2	91%	20%
56	MDF1380	SANTA MARIA DA FEIRA	0	2	91%	30%
56	MDF1381	SANTA MARIA DA FEIRA	0	2	91%	30%
56	MDF1382	SANTA MARIA DA FEIRA	0	0	0%	84%
56	MDF1383	SANTA MARIA DA FEIRA	0	0	0%	82%
56	MDF1384	SANTA MARIA DA FEIRA	0	2	91%	23%
56	MDF1385	SANTA MARIA DA FEIRA	1	2	91%	30%
56	MDF1386	SANTA MARIA DA FEIRA	0	0	0%	89%
56	MDF1387	SANTA MARIA DA FEIRA	1	2	91%	31%
54	MDF1388	SANTA MARTA DE PENAGUIÃO	0	0	0%	96%
54	MDF1389	SANTA MARTA DE PENAGUIÃO	0	0	0%	88%
59	MDF1390	SANTA MARTA DE PENAGUIÃO	0	0	0%	98%
91	MDF1391	SANTANA	0	1	74%	63%
91	MDF1392	SANTANA	0	1	74%	62%
91	MDF1393	SANTANA	0	1	74%	64%
91	MDF1394	SANTANA	0	1	74%	57%
41	MDF1395	SANTARÉM	0	0	0%	100%
43	MDF1396	SANTARÉM	0	0	0%	86%
43	MDF1397	SANTARÉM	0	0	0%	93%
43	MDF1398	SANTARÉM	0	0	0%	92%
43	MDF1399	SANTARÉM	0	0	0%	91%

43	MDF1400	SANTARÉM	0	2	81%	56%
43	MDF1401	SANTARÉM	0	2	81%	51%
43	MDF1402	SANTARÉM	0	0	0%	90%
43	MDF1403	SANTARÉM	0	0	0%	98%
43	MDF1404	SANTARÉM	0	2	81%	59%
43	MDF1405	SANTARÉM	0	0	0%	95%
43	MDF1406	SANTARÉM	2	2	81%	37%
43	MDF1407	SANTARÉM	0	0	0%	96%
43	MDF1408	SANTARÉM	0	0	0%	93%
43	MDF1409	SANTARÉM	0	0	0%	93%
43	MDF1410	SANTARÉM	0	0	0%	94%
43	MDF1411	SANTARÉM	0	0	0%	94%
49	MDF1412	SANTARÉM	0	0	0%	94%
69	MDF1413	SANTIAGO DO CACÉM	0	0	0%	99%
69	MDF1414	SANTIAGO DO CACÉM	0	0	0%	93%
69	MDF1415	SANTIAGO DO CACÉM	0	1	66%	36%
69	MDF1416	SANTIAGO DO CACÉM	0	0	0%	99%
69	MDF1417	SANTIAGO DO CACÉM	0	0	0%	96%
69	MDF1418	SANTIAGO DO CACÉM	0	1	66%	16%
69	MDF1419	SANTIAGO DO CACÉM	0	0	0%	94%
69	MDF1420	SANTIAGO DO CACÉM	0	0	0%	100%
69	MDF1421	SANTIAGO DO CACÉM	0	1	66%	32%
69	MDF1422	SANTIAGO DO CACÉM	0	1	66%	39%
69	MDF1423	SANTIAGO DO CACÉM	0	0	0%	100%
69	MDF1424	SANTIAGO DO CACÉM	0	0	0%	100%
69	MDF1425	SANTIAGO DO CACÉM	0	0	0%	93%
02	MDF1426	SANTO TIRSO	0	0	0%	86%
52	MDF1427	SANTO TIRSO	0	1	86%	55%
52	MDF1428	SANTO TIRSO	0	1	86%	53%
52	MDF1429	SANTO TIRSO	0	0	0%	96%

52	MDF1430	SANTO TIRSO	0	0	0%	92%
52	MDF1431	SANTO TIRSO	0	1	86%	58%
52	MDF1432	SANTO TIRSO	1	1	86%	31%
52	MDF1433	SANTO TIRSO	0	0	0%	90%
52	MDF1434	SANTO TIRSO	1	0	0%	88%
89	MDF1435	SÃO BRÁS DE ALPORTEL	0	1	30%	81%
56	MDF1436	SÃO JOÃO DA MADEIRA	1	2	121%	24%
54	MDF1437	SÃO JOÃO DA PESQUEIRA	0	0	0%	100%
54	MDF1438	SÃO JOÃO DA PESQUEIRA	0	0	0%	100%
54	MDF1439	SÃO JOÃO DA PESQUEIRA	0	0	0%	97%
54	MDF1440	SÃO JOÃO DA PESQUEIRA	0	0	0%	96%
54	MDF1441	SÃO JOÃO DA PESQUEIRA	0	0	0%	100%
32	MDF1442	SÃO PEDRO DO SUL	0	0	0%	96%
32	MDF1443	SÃO PEDRO DO SUL	0	0	0%	91%
32	MDF1444	SÃO PEDRO DO SUL	0	0	0%	92%
32	MDF1445	SÃO PEDRO DO SUL	0	0	0%	97%
92	MDF1446	SÃO ROQUE DO PICO	0	0	0%	81%
92	MDF1447	SÃO ROQUE DO PICO	0	0	0%	88%
92	MDF1448	SÃO ROQUE DO PICO	0	0	0%	78%
91	MDF1449	SÃO VICENTE	0	1	70%	61%
91	MDF1450	SÃO VICENTE	0	1	70%	69%
91	MDF1451	SÃO VICENTE	0	1	70%	67%
41	MDF1452	SARDOAL	0	0	0%	94%
32	MDF1453	SÁTÃO	0	0	0%	95%
32	MDF1454	SÁTÃO	0	0	0%	94%
32	MDF1455	SÁTÃO	0	0	0%	91%
32	MDF1456	SÁTÃO	0	0	0%	95%
38	MDF1457	SEIA	0	0	0%	98%
38	MDF1458	SEIA	0	1	45%	42%
38	MDF1459	SEIA	0	1	45%	28%

38	MDF1460	SEIA	0	1	45%	48%
38	MDF1461	SEIA	1	1	45%	47%
38	MDF1462	SEIA	0	0	0%	97%
38	MDF1463	SEIA	0	0	0%	99%
01	MDF1464	SEIXAL	2	2	96%	16%
01	MDF1465	SEIXAL	2	2	96%	17%
01	MDF1466	SEIXAL	2	2	96%	27%
01	MDF1467	SEIXAL	2	2	96%	14%
01	MDF1468	SEIXAL	0	2	96%	36%
54	MDF1469	SERNANCELHE	0	0	0%	100%
54	MDF1470	SERNANCELHE	0	0	0%	100%
54	MDF1471	SERNANCELHE	0	0	0%	86%
84	MDF1472	SERPA	0	0	0%	100%
84	MDF1473	SERPA	0	0	0%	99%
84	MDF1474	SERPA	0	0	0%	94%
84	MDF1475	SERPA	0	0	0%	100%
84	MDF1476	SERPA	0	0	0%	100%
84	MDF1477	SERPA	0	0	0%	97%
84	MDF1478	SERPA	0	0	0%	99%
36	MDF1479	SERTÃ	0	0	0%	92%
74	MDF1480	SERTÃ	0	0	0%	91%
74	MDF1481	SERTÃ	0	0	0%	94%
74	MDF1482	SERTÃ	0	0	0%	96%
74	MDF1483	SERTÃ	0	0	0%	97%
01	MDF1484	SESIMBRA	0	1	84%	30%
01	MDF1485	SESIMBRA	0	1	84%	7%
01	MDF1486	SESIMBRA	0	1	84%	25%
01	MDF1487	SESIMBRA	0	1	84%	20%
01	MDF1488	SESIMBRA	2	1	84%	18%
01	MDF1489	SESIMBRA	0	1	84%	24%

01	MDF1490	SESIMBRA	0	1	84%	13%
01	MDF1491	SETÚBAL	0	2	98%	15%
01	MDF1492	SETÚBAL	0	2	98%	14%
01	MDF1493	SETÚBAL	0	2	98%	38%
01	MDF1494	SETÚBAL	0	2	98%	40%
01	MDF1495	SETÚBAL	0	2	98%	19%
65	MDF1496	SETÚBAL	0	2	98%	28%
65	MDF1497	SETÚBAL	1	2	98%	32%
65	MDF1498	SETÚBAL	0	2	98%	28%
65	MDF1499	SETÚBAL	0	2	98%	32%
65	MDF1500	SETÚBAL	0	2	98%	24%
65	MDF1501	SETÚBAL	0	2	98%	40%
65	MDF1502	SETÚBAL	1	2	98%	24%
65	MDF1503	SETÚBAL	0	2	98%	34%
65	MDF1504	SETÚBAL	0	2	98%	34%
65	MDF1505	SETÚBAL	1	2	98%	34%
65	MDF1506	SETÚBAL	0	2	98%	45%
65	MDF1507	SETÚBAL	2	2	98%	21%
65	MDF1508	SETÚBAL	2	2	98%	24%
34	MDF1509	SEVER DO VOUGA	0	0	0%	95%
34	MDF1510	SEVER DO VOUGA	0	0	0%	90%
34	MDF1511	SEVER DO VOUGA	0	0	0%	91%
82	MDF1512	SILVES	0	1	75%	64%
82	MDF1513	SILVES	0	0	0%	91%
82	MDF1514	SILVES	0	1	75%	59%
82	MDF1515	SILVES	0	0	0%	93%
82	MDF1516	SILVES	0	1	75%	31%
82	MDF1517	SILVES	0	1	75%	58%
82	MDF1518	SILVES	1	0	0%	93%
82	MDF1519	SILVES	0	0	0%	99%

82	MDF1520	SILVES	0	1	75%	55%
82	MDF1521	SILVES	0	0	0%	93%
69	MDF1522	SINES	0	0	0%	88%
69	MDF1523	SINES	0	0	0%	100%
69	MDF1524	SINES	0	1	88%	29%
01	MDF1525	SINTRA	2	1	95%	20%
01	MDF1526	SINTRA	2	1	95%	27%
01	MDF1527	SINTRA	0	1	95%	46%
01	MDF1528	SINTRA	0	1	95%	46%
01	MDF1529	SINTRA	0	1	95%	50%
01	MDF1530	SINTRA	0	1	95%	24%
01	MDF1531	SINTRA	0	1	95%	48%
01	MDF1532	SINTRA	2	1	95%	20%
01	MDF1533	SINTRA	1	1	95%	38%
01	MDF1534	SINTRA	0	1	95%	10%
01	MDF1535	SINTRA	0	1	95%	41%
01	MDF1536	SINTRA	0	1	95%	52%
01	MDF1537	SINTRA	2	1	95%	21%
01	MDF1538	SINTRA	2	1	95%	20%
01	MDF1539	SINTRA	0	1	95%	31%
01	MDF1540	SINTRA	0	1	95%	36%
01	MDF1541	SINTRA	0	1	95%	46%
01	MDF1542	SINTRA	1	1	95%	39%
01	MDF1543	SINTRA	2	1	95%	18%
01	MDF1544	SINTRA	0	1	95%	6%
01	MDF1545	SINTRA	0	1	95%	53%
01	MDF1546	SINTRA	2	1	95%	20%
01	MDF1547	SINTRA	1	1	95%	39%
01	MDF1548	SINTRA	0	1	95%	49%
01	MDF1549	SINTRA	2	1	95%	22%

01	MDF1550	SINTRA	2	1	95%	35%
01	MDF1551	SINTRA	1	1	95%	46%
01	MDF1552	SINTRA	0	1	95%	46%
61	MDF1553	SOBRAL DE MONTE AGRAÇO	0	0	0%	91%
39	MDF1554	SOURE	1	0	0%	86%
39	MDF1555	SOURE	0	0	0%	89%
39	MDF1556	SOURE	0	0	0%	89%
39	MDF1557	SOURE	0	0	0%	89%
68	MDF1558	SOUSEL	0	0	0%	97%
68	MDF1559	SOUSEL	0	0	0%	99%
68	MDF1560	SOUSEL	0	0	0%	96%
68	MDF1561	SOUSEL	0	0	0%	96%
35	MDF1562	TÁBUA	0	0	0%	89%
35	MDF1563	TÁBUA	0	0	0%	94%
35	MDF1564	TÁBUA	0	0	0%	93%
54	MDF1565	TABUAÇO	0	0	0%	98%
54	MDF1566	TABUAÇO	0	0	0%	95%
54	MDF1567	TAROUCA	0	0	0%	97%
54	MDF1568	TAROUCA	0	0	0%	90%
81	MDF1569	TAVIRA	0	1	25%	81%
81	MDF1570	TAVIRA	0	1	25%	81%
81	MDF1571	TAVIRA	0	0	0%	96%
81	MDF1572	TAVIRA	0	1	25%	80%
81	MDF1573	TAVIRA	0	1	25%	80%
81	MDF1574	TAVIRA	2	1	25%	56%
89	MDF1575	TAVIRA	0	0	0%	100%
53	MDF1576	TERRAS DE BOURO	0	0	0%	71%
53	MDF1577	TERRAS DE BOURO	0	0	0%	89%
53	MDF1578	TERRAS DE BOURO	0	0	0%	92%
53	MDF1579	TERRAS DE BOURO	0	0	0%	84%

53	MDF1580	TERRAS DE BOURO	0	0	0%	91%
49	MDF1581	TOMAR	0	0	0%	93%
49	MDF1582	TOMAR	0	1	45%	67%
49	MDF1583	TOMAR	0	1	45%	74%
49	MDF1584	TOMAR	0	0	0%	92%
49	MDF1585	TOMAR	0	0	0%	98%
49	MDF1586	TOMAR	0	0	0%	92%
49	MDF1587	TOMAR	0	0	0%	97%
49	MDF1588	TOMAR	1	1	45%	42%
32	MDF1589	TONDELA	0	0	0%	96%
32	MDF1590	TONDELA	0	0	0%	94%
32	MDF1591	TONDELA	0	0	0%	94%
32	MDF1592	TONDELA	0	0	0%	93%
32	MDF1593	TONDELA	0	1	32%	72%
32	MDF1594	TONDELA	0	1	32%	75%
32	MDF1595	TONDELA	0	0	0%	95%
32	MDF1596	TONDELA	0	0	0%	94%
32	MDF1597	TONDELA	0	1	32%	74%
79	MDF1598	TORRE DE MONCORVO	0	0	0%	100%
79	MDF1599	TORRE DE MONCORVO	0	0	0%	97%
79	MDF1600	TORRE DE MONCORVO	0	0	0%	98%
79	MDF1601	TORRE DE MONCORVO	0	0	0%	96%
79	MDF1602	TORRE DE MONCORVO	0	0	0%	100%
79	MDF1603	TORRE DE MONCORVO	0	0	0%	92%
79	MDF1604	TORRE DE MONCORVO	0	0	0%	100%
79	MDF1605	TORRE DE MONCORVO	0	0	0%	100%
49	MDF1606	TORRES NOVAS	0	0	0%	92%
49	MDF1607	TORRES NOVAS	0	1	51%	70%
49	MDF1608	TORRES NOVAS	0	1	51%	71%
49	MDF1609	TORRES NOVAS	0	1	51%	65%

49	MDF1610	TORRES NOVAS	0	0	0%	95%
49	MDF1611	TORRES NOVAS	0	1	51%	70%
49	MDF1612	TORRES NOVAS	0	0	0%	93%
49	MDF1613	TORRES NOVAS	0	1	51%	72%
49	MDF1614	TORRES NOVAS	2	1	51%	44%
49	MDF1615	TORRES NOVAS	0	0	0%	96%
61	MDF1616	TORRES VEDRAS	0	0	0%	91%
61	MDF1617	TORRES VEDRAS	0	0	0%	93%
61	MDF1618	TORRES VEDRAS	0	0	0%	93%
61	MDF1619	TORRES VEDRAS	0	2	43%	47%
61	MDF1620	TORRES VEDRAS	0	0	0%	91%
61	MDF1621	TORRES VEDRAS	0	0	0%	91%
61	MDF1622	TORRES VEDRAS	0	0	0%	92%
61	MDF1623	TORRES VEDRAS	0	2	43%	62%
61	MDF1624	TORRES VEDRAS	0	0	0%	97%
61	MDF1625	TORRES VEDRAS	1	0	0%	85%
61	MDF1626	TORRES VEDRAS	0	2	43%	71%
61	MDF1627	TORRES VEDRAS	0	2	43%	70%
61	MDF1628	TORRES VEDRAS	0	2	43%	67%
61	MDF1629	TORRES VEDRAS	0	2	43%	66%
61	MDF1630	TORRES VEDRAS	0	0	0%	94%
61	MDF1631	TORRES VEDRAS	0	0	0%	89%
61	MDF1632	TORRES VEDRAS	0	0	0%	90%
61	MDF1633	TORRES VEDRAS	2	2	43%	43%
61	MDF1634	TORRES VEDRAS	0	0	0%	91%
71	MDF1635	TRANCOSO	0	0	0%	94%
71	MDF1636	TRANCOSO	0	0	0%	93%
71	MDF1637	TRANCOSO	0	0	0%	100%
71	MDF1638	TRANCOSO	0	0	0%	95%
71	MDF1639	TRANCOSO	0	0	0%	97%

71	MDF1640	TRANCOSO	0	0	0%	96%
02	MDF1641	TROFA	0	1	17%	87%
02	MDF1642	TROFA	1	1	17%	84%
52	MDF1643	TROFA	1	1	17%	37%
34	MDF1644	VAGOS	0	0	0%	93%
34	MDF1645	VAGOS	0	1	22%	69%
34	MDF1646	VAGOS	0	1	22%	67%
56	MDF1647	VALE DE CAMBRA	0	0	0%	92%
56	MDF1648	VALE DE CAMBRA	0	1	56%	45%
51	MDF1649	VALENÇA	0	0	0%	94%
51	MDF1650	VALENÇA	0	0	0%	78%
51	MDF1651	VALENÇA	2	0	0%	46%
02	MDF1652	VALONGO	1	1	117%	20%
02	MDF1653	VALONGO	1	1	117%	25%
02	MDF1654	VALONGO	2	1	117%	25%
02	MDF1655	VALONGO	1	1	117%	26%
76	MDF1656	VALPAÇOS	0	0	0%	100%
78	MDF1657	VALPAÇOS	0	0	0%	94%
78	MDF1658	VALPAÇOS	0	0	0%	100%
78	MDF1659	VALPAÇOS	0	0	0%	100%
78	MDF1660	VALPAÇOS	0	0	0%	97%
78	MDF1661	VALPAÇOS	0	0	0%	91%
78	MDF1662	VALPAÇOS	0	0	0%	89%
95	MDF1663	VELAS	0	0	0%	98%
95	MDF1664	VELAS	0	0	0%	99%
95	MDF1665	VELAS	0	0	0%	94%
95	MDF1666	VELAS	0	0	0%	99%
95	MDF1667	VELAS	0	0	0%	98%
65	MDF1668	VENDAS NOVAS	0	1	86%	56%
65	MDF1669	VENDAS NOVAS	1	1	86%	39%

66	MDF1670	VIANA DO ALENTEJO	0	0	0%	97%
66	MDF1671	VIANA DO ALENTEJO	0	0	0%	90%
66	MDF1672	VIANA DO ALENTEJO	0	0	0%	95%
58	MDF1673	VIANA DO CASTELO	0	0	0%	83%
58	MDF1674	VIANA DO CASTELO	0	1	61%	64%
58	MDF1675	VIANA DO CASTELO	1	0	0%	91%
58	MDF1676	VIANA DO CASTELO	0	1	61%	63%
58	MDF1677	VIANA DO CASTELO	1	1	61%	65%
58	MDF1678	VIANA DO CASTELO	0	0	0%	84%
58	MDF1679	VIANA DO CASTELO	0	0	0%	93%
58	MDF1680	VIANA DO CASTELO	0	0	0%	86%
58	MDF1681	VIANA DO CASTELO	0	1	61%	65%
58	MDF1682	VIANA DO CASTELO	0	1	61%	65%
58	MDF1683	VIANA DO CASTELO	2	1	61%	41%
58	MDF1684	VIANA DO CASTELO	0	0	0%	86%
84	MDF1685	VIDIGUEIRA	0	0	0%	91%
84	MDF1686	VIDIGUEIRA	0	0	0%	80%
84	MDF1687	VIDIGUEIRA	0	0	0%	82%
84	MDF1688	VIDIGUEIRA	0	1	70%	39%
84	MDF1689	VIDIGUEIRA	0	1	70%	23%
53	MDF1690	VIEIRA DO MINHO	0	0	0%	88%
53	MDF1691	VIEIRA DO MINHO	0	0	0%	100%
53	MDF1692	VIEIRA DO MINHO	0	0	0%	92%
53	MDF1693	VIEIRA DO MINHO	0	0	0%	100%
53	MDF1694	VIEIRA DO MINHO	0	0	0%	92%
95	MDF1695	VILA DA PRAIA DA VITÓRIA	0	1	57%	67%
95	MDF1696	VILA DA PRAIA DA VITÓRIA	0	1	57%	75%
95	MDF1697	VILA DA PRAIA DA VITÓRIA	0	1	57%	77%
95	MDF1698	VILA DA PRAIA DA VITÓRIA	0	1	57%	73%
95	MDF1699	VILA DA PRAIA DA VITÓRIA	0	1	57%	75%



95	MDF1700	VILA DA PRAIA DA VITÓRIA	0	1	57%	90%
95	MDF1701	VILA DA PRAIA DA VITÓRIA	0	1	57%	71%
53	MDF1702	VILA DE REI	0	0	0%	77%
53	MDF1703	VILA DE REI	0	0	0%	96%
53	MDF1704	VILA DE REI	0	0	0%	89%
74	MDF1705	VILA DE REI	0	0	0%	93%
74	MDF1706	VILA DE REI	0	0	0%	94%
82	MDF1707	VILA DO BISPO	0	0	0%	94%
82	MDF1708	VILA DO BISPO	0	0	0%	95%
82	MDF1709	VILA DO BISPO	0	0	0%	98%
02	MDF1710	VILA DO CONDE	0	0	0%	97%
02	MDF1711	VILA DO CONDE	0	1	69%	50%
02	MDF1712	VILA DO CONDE	0	0	0%	86%
02	MDF1713	VILA DO CONDE	0	1	69%	58%
52	MDF1714	VILA DO CONDE	0	1	69%	54%
52	MDF1715	VILA DO CONDE	0	0	0%	94%
52	MDF1716	VILA DO CONDE	0	1	69%	62%
52	MDF1717	VILA DO CONDE	0	0	0%	96%
52	MDF1718	VILA DO CONDE	0	0	0%	93%
52	MDF1719	VILA DO CONDE	0	0	0%	97%
52	MDF1720	VILA DO CONDE	2	1	69%	57%
52	MDF1721	VILA DO CONDE	0	0	0%	94%
96	MDF1722	VILA DO PORTO	0	0	0%	100%
96	MDF1723	VILA DO PORTO	0	0	0%	97%
78	MDF1724	VILA FLOR	0	0	0%	100%
78	MDF1725	VILA FLOR	0	0	0%	97%
78	MDF1726	VILA FLOR	0	0	0%	93%
78	MDF1727	VILA FLOR	0	0	0%	89%
78	MDF1728	VILA FLOR	0	0	0%	96%
01	MDF1729	VILA FRANCA DE XIRA	2	1	101%	28%

01	MDF1730	VILA FRANCA DE XIRA	2	1	101%	26%
01	MDF1731	VILA FRANCA DE XIRA	0	1	101%	30%
01	MDF1732	VILA FRANCA DE XIRA	0	1	101%	53%
01	MDF1733	VILA FRANCA DE XIRA	2	1	101%	24%
01	MDF1734	VILA FRANCA DE XIRA	2	1	101%	42%
63	MDF1735	VILA FRANCA DE XIRA	0	1	101%	40%
63	MDF1736	VILA FRANCA DE XIRA	0	1	101%	62%
63	MDF1737	VILA FRANCA DE XIRA	2	1	101%	29%
96	MDF1738	VILA FRANCA DO CAMPO	0	1	97%	80%
96	MDF1739	VILA FRANCA DO CAMPO	0	1	97%	77%
96	MDF1740	VILA FRANCA DO CAMPO	0	1	97%	74%
96	MDF1741	VILA FRANCA DO CAMPO	0	1	97%	80%
49	MDF1742	VILA NOVA DA BARQUINHA	0	0	0%	92%
49	MDF1743	VILA NOVA DA BARQUINHA	0	0	0%	95%
51	MDF1744	VILA NOVA DE CERVEIRA	0	0	0%	81%
51	MDF1745	VILA NOVA DE CERVEIRA	0	0	0%	89%
52	MDF1746	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	0	0%	92%
52	MDF1747	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	2	50%	73%
52	MDF1748	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	0	0%	96%
52	MDF1749	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	0	0%	90%
52	MDF1750	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	2	50%	72%
52	MDF1751	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	2	50%	74%
52	MDF1752	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	2	50%	73%
52	MDF1753	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	0	0%	91%
52	MDF1754	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	2	50%	76%
52	MDF1755	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	2	50%	76%
52	MDF1756	VILA NOVA DE FAMALICÃO	1	2	50%	74%
52	MDF1757	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	0	0%	89%
52	MDF1758	VILA NOVA DE FAMALICÃO	0	0	0%	90%
52	MDF1759	VILA NOVA DE FAMALICÃO	2	2	50%	38%

79	MDF1760	VILA NOVA DE FOZ CÔA	0	0	0%	97%
79	MDF1761	VILA NOVA DE FOZ CÔA	0	0	0%	97%
79	MDF1762	VILA NOVA DE FOZ CÔA	0	0	0%	100%
79	MDF1763	VILA NOVA DE FOZ CÔA	0	0	0%	100%
79	MDF1764	VILA NOVA DE FOZ CÔA	0	0	0%	100%
79	MDF1765	VILA NOVA DE FOZ CÔA	0	0	0%	95%
02	MDF1766	VILA NOVA DE GAIA	2	3	92%	19%
02	MDF1767	VILA NOVA DE GAIA	1	3	92%	19%
02	MDF1768	VILA NOVA DE GAIA	0	3	92%	29%
02	MDF1769	VILA NOVA DE GAIA	0	3	92%	35%
02	MDF1770	VILA NOVA DE GAIA	2	3	92%	18%
02	MDF1771	VILA NOVA DE GAIA	0	3	92%	36%
02	MDF1772	VILA NOVA DE GAIA	0	3	92%	23%
02	MDF1773	VILA NOVA DE GAIA	0	3	92%	9%
02	MDF1774	VILA NOVA DE GAIA	0	3	92%	17%
02	MDF1775	VILA NOVA DE GAIA	1	3	92%	17%
02	MDF1776	VILA NOVA DE GAIA	2	3	92%	17%
02	MDF1777	VILA NOVA DE GAIA	0	3	92%	16%
02	MDF1778	VILA NOVA DE GAIA	0	3	92%	43%
02	MDF1779	VILA NOVA DE GAIA	0	3	92%	32%
02	MDF1780	VILA NOVA DE GAIA	1	3	92%	29%
32	MDF1781	VILA NOVA DE PAIVA	0	0	0%	100%
32	MDF1782	VILA NOVA DE PAIVA	0	0	0%	100%
32	MDF1783	VILA NOVA DE PAIVA	0	0	0%	88%
39	MDF1784	VILA NOVA DE POIARES	0	0	0%	82%
59	MDF1785	VILA POUCA DE AGUIAR	0	0	0%	95%
59	MDF1786	VILA POUCA DE AGUIAR	0	0	0%	91%
59	MDF1787	VILA POUCA DE AGUIAR	0	0	0%	91%
59	MDF1788	VILA POUCA DE AGUIAR	0	0	0%	91%
59	MDF1789	VILA POUCA DE AGUIAR	0	0	0%	89%

54	MDF1790	VILA REAL	0	0	0%	96%
59	MDF1791	VILA REAL	0	1	46%	67%
59	MDF1792	VILA REAL	0	1	46%	72%
59	MDF1793	VILA REAL	0	0	0%	90%
59	MDF1794	VILA REAL	0	1	46%	66%
59	MDF1795	VILA REAL	0	0	0%	92%
59	MDF1796	VILA REAL	0	1	46%	74%
59	MDF1797	VILA REAL	0	1	46%	70%
59	MDF1798	VILA REAL	2	1	46%	55%
59	MDF1799	VILA REAL	0	1	46%	74%
81	MDF1800	VILA REAL DE SANTO ANTÓNIO	0	1	23%	86%
81	MDF1801	VILA REAL DE SANTO ANTÓNIO	1	1	23%	89%
72	MDF1802	VILA VELHA DE RÓDÃO	0	0	0%	100%
72	MDF1803	VILA VELHA DE RÓDÃO	0	0	0%	97%
72	MDF1804	VILA VELHA DE RÓDÃO	0	0	0%	96%
72	MDF1805	VILA VELHA DE RÓDÃO	1	0	0%	96%
53	MDF1806	VILA VERDE	0	0	0%	100%
53	MDF1807	VILA VERDE	0	0	0%	88%
53	MDF1808	VILA VERDE	0	0	0%	93%
53	MDF1809	VILA VERDE	0	0	0%	92%
53	MDF1810	VILA VERDE	0	0	0%	88%
53	MDF1811	VILA VERDE	0	0	0%	91%
53	MDF1812	VILA VERDE	0	0	0%	97%
53	MDF1813	VILA VERDE	0	1	40%	79%
68	MDF1814	VILA VIÇOSA	0	0	0%	99%
68	MDF1815	VILA VIÇOSA	0	0	0%	100%
68	MDF1816	VILA VIÇOSA	0	0	0%	95%
73	MDF1817	VIMIOSO	0	0	0%	100%
73	MDF1818	VIMIOSO	0	0	0%	87%
73	MDF1819	VIMIOSO	0	0	0%	78%

73	MDF1820	VIMIOSO	0	0	0%	100%
73	MDF1821	VIMIOSO	0	0	0%	100%
73	MDF1822	VIMIOSO	0	0	0%	90%
73	MDF1823	VINHAI	0	0	0%	100%
73	MDF1824	VINHAI	0	0	0%	100%
73	MDF1825	VINHAI	0	0	0%	100%
73	MDF1826	VINHAI	0	0	0%	100%
73	MDF1827	VINHAI	0	0	0%	100%
73	MDF1828	VINHAI	0	0	0%	100%
73	MDF1829	VINHAI	0	0	0%	96%
78	MDF1830	VINHAI	0	0	0%	94%
78	MDF1831	VINHAI	0	0	0%	100%
32	MDF1832	VEU	0	2	71%	41%
32	MDF1833	VEU	0	0	0%	96%
32	MDF1834	VEU	0	2	71%	46%
32	MDF1835	VEU	0	0	0%	93%
32	MDF1836	VEU	0	0	0%	95%
32	MDF1837	VEU	0	0	0%	93%
32	MDF1838	VEU	0	2	71%	43%
32	MDF1839	VEU	0	0	0%	98%
32	MDF1840	VEU	0	0	0%	96%
32	MDF1841	VEU	0	0	0%	97%
32	MDF1842	VEU	0	2	71%	47%
32	MDF1843	VEU	0	0	0%	90%
32	MDF1844	VEU	1	2	71%	43%
32	MDF1845	VEU	2	2	71%	31%
53	MDF1846	VIZELA	1	1	35%	82%
53	MDF1847	VIZELA	0	1	35%	81%
53	MDF1848	VIZELA	0	1	35%	80%
53	MDF1849	VIZELA	0	1	35%	83%

32	MDF1850	VOUZELA	0	0	0%	98%
32	MDF1851	VOUZELA	0	0	0%	90%
32	MDF1852	VOUZELA	0	0	0%	93%
32	MDF1853	VOUZELA	0	0	0%	93%

ANEXO 3 – ÁREAS DE CENTRAL ONDE EXISTE PELO MENOS UM OPERADOR CO-INSTALADO E ONDE EXISTE PELO MENOS UM OPERADOR DE REDES DE DISTRIBUIÇÃO POR CABO E ONDE A PORCENTAGEM DE ALOJAMENTOS CABLADOS DO PRINCIPAL OPERADOR NA ÁREA DE CENTRAL SEJA SUPERIOR A 60%

01AB01 - Abóboda
01AU01 - Aqualva
01AQ01 - Albarraque
01AD01 - Alcabideche
01AO01 - Alcochete
01AJ01 - Aldeia de Juzo
01AF01 - Alfragide
01AG01 - Algés
01AH01 - Alhandra
01AA01 - Almada
01AV01 - Alverca
01AM01 - Amadora
01LX01 - Amoreiras
01LX10 - Areeiro
01CH02 - Aroeira
01BB01 - Baixa da Banheira
01BA01 - Barreiro
01LX02 - Belém
01LX03 - Benfica
01BO01 - Bobadela
01CC01 - Cacém
01CM01 - Camarate
01LX11 - Campo Pequeno
01CN01 - Caneças
01CA01 - Caparica
01CV01 - Carcavelos
01CX01 - Carnaxide
01LX04 - Carnide
01CS01 - Cascais
01LX12 - Castelo
01CH01 - Charneca
01LX13 - Chelas
01CL01 - Colares
01CR01 - Corroios
01CP01 - Cruz de Pau
01DM01 - Damaia
01ES01 - Estoril
01LX05 - Estrela
01FJ01 - Feijó
01FF01 - Fernão Ferro

01LX14 - Graça
01LX06 - Laranjeiras
01LV01 - Linda-a-Velha
01LU01 - Loures
01LS01 - Lousa
01LX15 - Lumiar
01MH01 - Marinha
01MS01 - Massamá
01MM01 - Mem Martins
01MF01 - Miraflores
01MO01 - Moita
01MN01 - Montijo
01LX19 - Musgueira
01LX07 - Norte
01OD01 - Odivelas
01OE01 - Oeiras
01LX16 - Olivais
01LX20 - Oriente
01PM01 - Palmela
01PR01 - Parede
01LX08 - Pedrouços
01PP01 - Pero Pinheiro
01PN01 - Pinhal Novo
01LX17 - Poço do Bispo
01PO01 - Pontinha
01LX09 - Portas de Benfica
01PT01 - Portela
01PL01 - Porto Salvo
01PV01 - Póvoa de Santa Iria
01PA01 - Póvoa de Santo Adrião
01PS01 - Praia do Sol
01QE01 - Queluz
01QC01 - Quinta do Conde
01RB01 - Reboleira
01RM01 - Rio de Mouro
01SB01 - Sabugo
01SC01 - Sacavém
01SA01 - Santo António dos Cavaleiros
01SM01 - São Marcos
01SN01 - Sintra
01PL04 - Tagus Park
01TE01 - Terrugem
01TJ01 - Tojal
01TM01 - Torre da Marinha
01LX18 - Trindade
01VN01 - Venda Nova
01CH03 - Verdizela

01VA01 - Vialonga
01VC01 - Vila Chã
02AF01 - Afurada
02AN01 - Alfena
02AC01 - Arcozelo
02PT02 - Areosa
02PT03 - Boavista
02PT04 - Bonfim
02PT05 - Campanhã
02PT06 - Carvalhido
02CT01 - Castelo da Maia
02PT13 - Condominhas
02EM01 - Ermesinde
02EP01 - Espinho
02PT12 - Ferreira Dias
02PT07 - Foz
02GA01 - Gaia
02PT11 - Galiza
02GO01 - Gondomar
02GJ01 - Grijó
02JV01 - Jovim
02PT08 - Lapa
02LC01 - Leça da Palmeira
02MA01 - Maia
02MT01 - Matosinhos
02OD01 - Oliveira do Douro
02PT09 - Pícaria
02RT01 - Rio Tinto
02EM03 - Sá
02EM02 - Sampaio
02SD01 - Sandim
02SO01 - Santo Ovidio
02SM01 - São Mamede de Infesta
02SH01 - Senhora da Hora
02GA02 - Simopre
02VC01 - Valongo Centro
32VZ06 - Viriato
32VZ01 - Viseu
33FG01 - Figueira da Foz
34AG01 - Águeda
34AV01 - Aveiro
34AV02 - Esgueira
34AV05 - Quinta do Simão
34AV04 - São Bernardo
39CO02 - Calhabé
39CO09 - Celas
39CO01 - Mercado

39CO03 - Santa Clara
41AB01 - Abrantes
43ST01 - Santarém
44LR03 - Gândara dos Olivais
44LR01 - Leiria
44MR01 - Marinha Grande
44LR04 - Quinta da Alçada
49ET01 - Entroncamento
52PZ01 - Póvoa de Varzim
52PZ02 - Póvoa de Varzim Centro
52SS01 - Santo Tirso
52PZ03 - Vila do Conde
53BG01 - Braga
53BG06 - Maximinos
56EZ01 - Esmoriz
56AZ01 - Oliveira de Azeméis
56OV01 - Ovar
56SM01 - São João da Madeira
56SG01 - São Jorge
56VF01 - Vila da Feira
58DQ01 - Darque
58VC01 - Viana do Castelo
62AB01 - Alcobaça
62CH01 - Caldas da Rainha
62NR01 - Nazaré
63AQ01 - Alenquer
63CG01 - Carregado
63SR01 - Samora Correia
63VX01 - Vila Franca de Xira
65SB11 - Azeda
65SB13 - Jaime Cortesão
65SB03 - Montebelo
65SB01 - Setúbal
65VN01 - Vendas Novas
65SB08 - Viso
66EV01 - Évora
66EV02 - Malagueira
68ET01 - Estremoz
72CB01 - Castelo Branco
75CL01 - Covilhã
82LG01 - Lagos
82PM01 - Portimão
84BJ01 - Beja
89FR01 - Faro
89LE01 - Loulé
89FR03 - Montenegro
89OH01 - Olhão



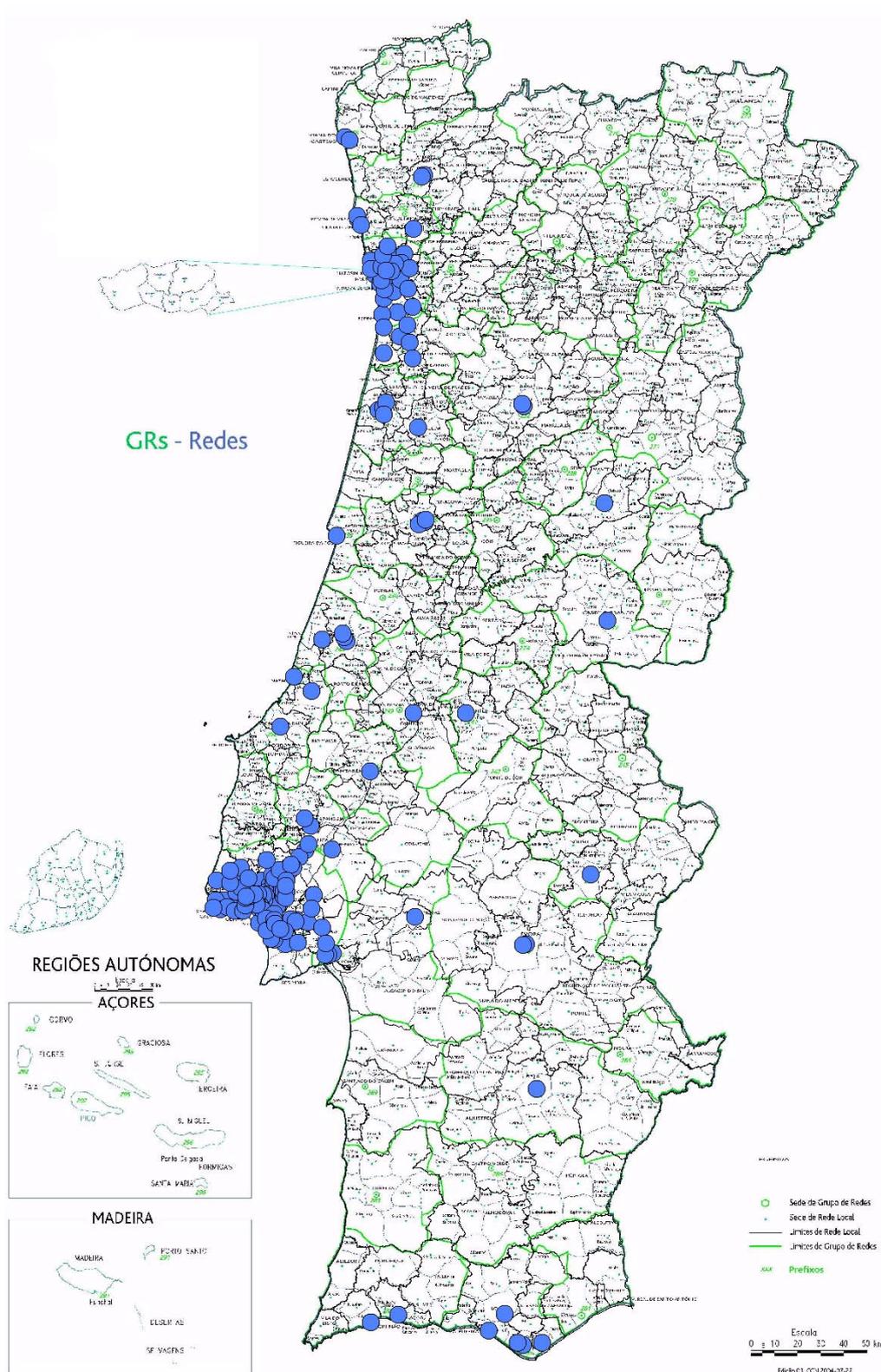
ANACOM

AUTORIDADE NACIONAL DE COMUNICAÇÕES

89QT01 - Quarteira
91FX01 - Funchal
91FX03 - Nazaré



ANEXO 4 – MAPA COM A LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DAS ÁREAS DE CENTRAL IDENTIFICADAS NO ANEXO 3



ANEXO 5 – LISTA DE ACRÓNIMOS E ABREVIACÕES

AdC.....	Autoridade da Concorrência
ADSL.....	Asymmetric Digital Subscriber Line
ARN.....	Autoridade Reguladora Nacional
ATM.....	Asynchronous Transfer Mode
BWA.....	Broadband Wireless Access
CE.....	Comissão Europeia
DSL.....	Digital Subscriber Line
DSLAM.....	Digital Subscriber Line Access Multiplexer
DTH.....	Direct To Home
ECNS.....	Electronic Communications Networks and Services
ERG.....	European Regulators Group (Grupo de Reguladores Europeus)
FIC.....	Fim de Informação Confidencial
FL-LRIC.....	Forward-looking long-run incremental cost (custos prospectivos incrementais de longo prazo)
FWA.....	Fixed Wireless Access
HSDPA.....	High-Speed Downlink Packet Access
HSUPA.....	High-Speed Uplink Packet Access
IIC.....	Início de Informação Confidencial
IP.....	Internet Protocol
ISP.....	Internet Service Provider (Fornecedor de Serviço de Internet)
IVA.....	Imposto de Valor Acrescentado
Kbps.....	Kilobits per second (milhares de bits por segundo)
Linhas de Orientação.....	Linhas de Orientação da Comissão Europeia relativas à análise e avaliação do poder de mercado significativo no âmbito do quadro regulamentar comunitário para as redes e serviços de comunicações electrónicas
LLU.....	Local Loop Unbundling (desagregação do lacete local)
Mbps.....	Megabit per second (milhões de bits por segundo)
MDF.....	Main Distribution Frame
NRA.....	Novas Redes de Acesso
NUTS.....	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
OFCOM.....	Office of Communications (regulador inglês para as comunicações electrónicas)
OLL.....	Oferta do Lacete Local
OPS.....	Operador e Prestador de Serviço (não pertencente ao Grupo PT)
ORAC.....	Oferta de Referência de Acesso a Condutas
ORALL.....	Oferta de Referência para Acesso ao Lacete Local
PA.....	Ponto de Atendimento

PC.....	Personal Computer (computador pessoal)
PCI.....	Peripheral Component Interconnect
PCMCIA	Personal Computer Memory Card International Association
PMS	Poder de Mercado Significativo
PTC.....	PT Comunicações, S.A.
RDIS.....	Rede Digital com Integração de Serviços
Recomendação	Recomendação sobre Mercados Relevantes de Produtos e Serviços de Comunicações Electrónicas, da Comissão Europeia
RTPC	Rede Telefónica Pública Comutada
SCA.....	Sistema de Contabilidade Analítica
SMP	Significant Market Power
STF.....	Serviço Telefónico Fixo
SSNIP.....	Small but Significant Non-transitory Increase in Price
TJCE	Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias
UE	União Europeia
UMIC	Unidade de Missão Inovação e Conhecimento
UMTS	Universal Mobile Telecommunication System
USB.....	Universal Serial Bus