

Resposta
da
Vodafone Portugal - Comunicações
Pessoais, S.A.
à
Consulta Pública Preliminar
sobre o
Processo de Definição de Mercados
Relevantes, Avaliação de PMS e Imposição
de Obrigações (3ª Fase)

Índice

I.		Introdução
.....	
.....	
.....	4
II.	Sumário	Executivo
.....	
.....	
.....	6
III.	Mercado grossista do acesso e originação de chamadas vocais em redes telefónicas públicas móveis	
.....	
.....	
.....	10
IV.	Mercado grossista de terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais.....	46

I. Introdução

As respostas à Consulta Preliminar ora enviadas constituem a posição preliminar da Vodafone sobre as questões que naquele documento são colocadas, podendo sofrer alterações em face de uma evolução das condições do mercado ou de novas decisões ou projectos de decisões que a ANACOM venha futuramente a aprovar.

Nesta medida, a Vodafone reserva-se o direito de alterar ou rectificar a posição reflectida nas respostas constantes deste documento agora remetidas no que respeita às matérias aqui tratadas ou quaisquer outras com elas relacionadas.

Relativamente à confidencialidade da informação, toda a informação confidencial estará a negrito e inserida entre parêntesis rectos. Quer a versão electrónica remetida, quer a versão em papel, contam com a informação integral, pelo que agradecemos que a ser, por qualquer forma, divulgada a resposta da Vodafone, devem dela ser expurgados todos os elementos confidenciais.

Para facilitar a compreensão do teor deste documento, informamos que o mesmo é composto por quatro partes. A primeira e segunda partes correspondem à Introdução e ao Sumário Executivo, respectivamente.

Na terceira parte, será dada resposta às questões 7.1 a 7.16 e 7.28 a 7.31 relacionadas com o mercado grossista do acesso



e originação de chamadas vocais em redes telefónicas públicas móveis.

Na quarta parte, será dada resposta às questões 7.17 a 7.27 e 7.32 a 7.35 relacionadas com o mercado grossista de terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais.

Os elementos da Vodafone responsáveis pela resposta à Consulta Preliminar são os seguintes:

Os elementos da Vodafone responsáveis pela resposta à Consulta Preliminar são os seguintes:

Engº. Carlos Correia

Director de Regulação e Relações com os Operadores

Av. D. João II, lote 1.04.01 - 7º piso

Parque das Nações

1998-097 Lisboa

Tel. + 351 21 091 5599

E-mail: carlos.correia@vodafone.com

Dr. João Canilho

Direcção de Regulação e Relações com os Operadores

Av. D. João II, lote 1.04.01 - 7º piso

Parque das Nações

1998-097 Lisboa

Tel. + 351 21 091 5344

E-mail: joao.canilho@vodafone.com



Dra. Cristina Minoya Perez
Responsável pelo Departamento Legal
Av. D. João II, lote 1.04.01 - 7º piso
Parque das Nações
1998-097 Lisboa
Tel. + 351 21 091 5404
E-mail: Cristina-m.perez@vodafone.com

II. Sumário Executivo

1. Princípios gerais

1.1. A abordagem do novo quadro regulamentar visa limitar a regulação aos mercados que não sejam competitivos, eliminar, sempre que possível, a regulação e permitir o normal funcionamento do mercado, de acordo com as normas usuais da concorrência.

1.2. Só devem ser impostas obrigações regulamentares nos casos em que não exista concorrência efectiva, ou seja, em mercados em que exista uma ou mais empresas com um poder de mercado significativo, e em que as soluções ao abrigo do direito nacional e comunitário em matéria de concorrência não sejam suficientes para fazer face ao problema.

1.3. De acordo com os princípios orientadores vertidos no artigo 8º da Directiva-Quadro e no artigo 5º da Lei nº 5/2004, de 10 de Fevereiro, as medidas correctivas impostas pela ANACOM devem ser objectivas, transparentes, proporcionais e não discriminatórias.

1.4. Ainda à luz dos objectivos de regulação impostos à ANACOM, estas medidas têm de se basear na natureza do problema identificado e têm de ser proporcionais e justificadas.

1.5. As entidades reguladoras nacionais têm o dever de salvaguardar a concorrência a longo prazo, devendo ter uma especial atenção relativamente às tecnologias e às redes

utilizadas em mercados emergentes. A ANACOM deverá ter especial atenção ao investimento do proprietário da rede, bem como os riscos que o mesmo implica.

2. Mercado do acesso e originação de chamadas em redes telefónicas móveis

2.1. No âmbito da análise do mercado grossista do acesso e originação, a Vodafone entende que o mercado é concorrencial e, por isso, refuta eventuais conclusões de que qualquer operador móvel detenha, individual ou colectivamente, uma posição dominante neste mercado e, por esse motivo, seja designado como tendo PMS no mercado em apreço.

2.2. No que em concreto respeita à definição do mercado, a Vodafone entende que a ANACOM definiu incorrectamente o mercado relevante do produto, por ter excluído do seu âmbito os serviços de SMS e os serviços de dados.

2.3. Mais entende a Vodafone, que o não estabelecimento do horizonte temporal dentro do qual se enquadra esta análise do mercado grossista do acesso e originação, põe em causa a validade do exercício efectuado pela ANACOM. Estando a revisão da Recomendação sobre Mercados Relevantes prevista para Junho de 2004 e tendo em conta que a revisão anterior demorou dois anos a ser efectuada, a Vodafone sugere que a ANACOM faça uma análise para um período mínimo de três anos. Esta análise prospectiva deverá servir de base à definição pela ANACOM do produto e do mercado geográfico relevante em análise.

2.4. A determinação de um período de revisão é essencial para aferir o impacto que pode vir a ser atribuído aos actuais e novos serviços, o alcance de outras mudanças no mercado e, mesmo, o desenvolvimento dos serviços.

2.5. A estrutura do mercado relevante definido é incapaz de suportar o nível de coordenação tácita necessária para se constatar a existência de dominância conjunta, conforme se poderá verificar pelos argumentos contidos na presente resposta da Vodafone.

2.6. Qualquer análise que leve a ANACOM a concluir que a Vodafone e qualquer outro operador móvel têm uma posição dominante conjunta é factual e juridicamente insustentável..

2.7. A Vodafone crê que não existe qualquer espécie de fundamento que justifique uma intervenção da ANACOM no mercado do acesso e da originação, pelo que a acontecer seria considerada desproporcionada, injustificada e desnecessária.

3. Mercado de terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais

3.1. A Vodafone entende que o ponto de partida da análise que a ANACOM se propõe fazer deveria ser o mercado nacional global dos serviços móveis. Este mercado deve ser analisado como um todo e os serviços de terminação grossista em redes móveis individuais constituem uma das componentes do mercado global dos serviços móveis, não podendo, por isso, ser

dissociados do conjunto de serviços móveis oferecidos pelos operadores de comunicações móveis.

3.2. Esta asserção assenta no facto de o comportamento dos operadores das redes móveis na fixação das tarifas de terminação de chamadas vocais nas suas redes ser significativa e sustentadamente condicionada pela necessidade premente de oferecer serviços inovadores e diferenciados, praticar preços competitivos, cumprir os planos de negócios e ser globalmente competitivos.

3.3. Nesta medida, consideramos que qualquer segmentação do mercado global dos serviços móveis se perfila meramente artificial e potencia o risco de regulação excessiva e de esmagamento de margens dos operadores, o que está em clara desconformidade com os princípios de regulação mínima que presidem ao novo quadro legal e regulamentar vigente.

3.4. Se, porém, o entendimento sufragado pela ANACOM for o de que o mercado relevante, no âmbito da terminação de chamadas vocais em redes móveis, é o mercado grossista de terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais, consideramos que a terminação em redes fixas não constitui um substituto da terminação de chamadas em redes móveis individuais e que os SMS, os restantes serviços de dados e a oferta retalhista de chamadas intra-rede não pertencem ao mesmo mercado do produto que a terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais.

3.5. No que respeita à terminação de chamadas vocais em redes GSM e UMTS a Vodafone concorda, como princípio, que as mesmas pertencem ao mesmo mercado do produto. Porém, dado o carácter

pioneiro e emergente dos serviços UMTS, consideramos que na eventualidade de a ANACOM optar por submeter o mercado de terminação de chamadas vocais em redes individuais a regulamentação *ex ante*, devem os serviços de terminação de chamadas vocais em redes UMTS ser excluídos.

3.6. A segmentação artificial do mercado que a ANACOM se propõe fazer no decurso desta análise irá inexoravelmente redundar na definição de mercados relevantes de âmbito extremamente reduzido, relativamente aos quais será naturalmente mais difícil argumentar que os três critérios a que deverá obedecer a identificação dos mercados susceptíveis de regulação *ex ante* não estão reunidos.

3.7. Se a ANACOM concluir que o mercado relevante é o mercado grossista da terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais, tendo presentes os três critérios cumulativos de que depende a sujeição de um mercado a regulação *ex ante*, consideramos que não existindo no mercado em análise qualquer situação de "dominância", não se justifica, e nem sequer se coaduna com o normativo legal nacional e comunitário vigente, considerar que este mercado é relevante para efeitos de regulação *ex ante*.

3.8. Note-se que as obrigações indicadas no novo quadro regulamentar se destinam a fazer face a problemas de dominância registados no mercado relevante. Ora, não existindo no mercado de terminação de chamadas vocais redes móveis individuais um problema de dominância, a imposição de obrigações regulamentares afigura-se-nos completamente desadequada e pernicioso para bom funcionamento do mercado



dos serviços móveis e porá em causa o cumprimento dos princípios objectivos do novo quadro regulamentar.

III. Mercado grossista do acesso e originação de chamadas vocais em redes telefónicas públicas móveis

Questão 7.1 - Considera que a estrutura do mercado retalhista pode ser usada para definir e analisar o mercado grossista do acesso e da originação, tendo em conta que existe um mercado de fornecimento interno dentro de cada operador?

Sim.

Questão 7.2 - Concorda com a posição preliminar de que o mercado dos serviços fornecidos em locais móveis inclui o GSM 900 e o GSM 1800?

A Vodafone concorda com a posição preliminar da ANACOM de que o mercado dos serviços fornecidos em locais móveis inclui o GSM 900 e o GSM 1800. Entendemos, porém, que o mercado dos serviços móveis não se restringe a estas duas redes.

Questão 7.3 - Concorda com a posição preliminar de que os serviços de acesso e de chamadas em redes telefónicas públicas móveis e os serviços de acesso e de chamadas em redes telefónicas públicas fixas não pertencem ao mesmo mercado do produto?

A Vodafone concorda com a posição preliminar de que os serviços móveis e fixos estão em mercados separados. Considera, contudo, que a fundamentação da ANACOM não é a mais adequada porquanto a distinção dos mercados fixo e móvel

se baseia essencialmente nas características do produto, como seja a mobilidade, e não na diferença substancial de tarifas.

Existem provas da crescente substituição de telefones fixos por móveis, porém tal fenómeno não é muito acentuado no mercado português dado que historicamente os telefones fixos têm uma taxa de penetração baixa.¹

Questão 7.4 - Concorda com a posição preliminar de que os serviços de acesso e de chamadas de voz em redes públicas móveis e os serviços de SMS em redes telefónicas públicas móveis não devem ser analisados como pertencendo ao mesmo mercado do produto?

Questão 7.5 - Concorda com a posição preliminar de que os serviços de acesso e de chamadas de voz sobre redes telefónicas públicas móveis e os serviços de acesso e de dados sobre redes telefónicas públicas móveis não pertencem ao mesmo mercado do produto?

Questão 7.6 - Concorda com a posição preliminar de que os serviços de acesso e de chamadas em redes GPRS e/ou UMTS não pertencem ao mercado dos serviços de acesso e de chamadas em redes GSM?

Não. A Vodafone não concorda com as posições preliminares apresentadas pela ANACOM nas questões 7.4, 7.5 e 7.6, pelos motivos que seguidamente se expõem.

¹ Os indicadores de telecomunicações da UE de 2002 publicados pela Comissão Europeia indicam que num certo número de países a penetração das linhas fixas caíram 10% (e.g. França e Áustria).

O mercado retalhista do acesso e originação de chamadas vocais em redes telefónicas públicas móveis é um mercado muito mais lato do que o mercado produto definido pela ANACOM.

Este mercado inclui necessariamente todos os **serviços de terminação**. Este é o entendimento da Comissão Europeia, a qual afirmou que "pode considerar-se que o acesso é um mercado distinto do da oferta de serviços através da rede a nível retalhista. No entanto, todos os utilizadores finais compram acesso a uma rede móvel com o objectivo de efectuar chamadas, receber chamadas ou as duas coisas (a nível nacional, ou, em itinerância, a nível internacional). Mesmo que um utilizador que tenha comprado um serviço opte por não efectuar chamadas, a sua decisão de utilizar o serviço decorre obrigatoriamente da necessidade de terminação de chamadas (receber chamadas), pois de outro modo não faria sentido obter acesso."

A Vodafone discorda em absoluto com a exclusão de **serviços de dados** do mercado relevante. A Vodafone acredita que existe informação disponível adequada sobre o mercado e discorda com a opinião de que os serviços estão ainda numa fase de crescimento, tanto mais no contexto de uma análise prospectiva.

A Vodafone considera que o grupo de serviços de retalho básicos não pode ser limitado apenas à voz ou à voz e SMS, devendo incluir, no mínimo, os componentes da oferta *standard* de serviços de retalho. Por este motivo, a Vodafone considera que a definição do mercado de produto proposta pela ANACOM

deveria ser muito mais ampla e incluir todos os serviços de dados sobre 2G (GSM), 2.5G (GPRS), 3G (UMTS) e WLAN. Refira-se que nenhuma das decisões da Comissão, até à data, limita o mercado de retalho à voz ou à voz e SMS.

Note-se, mesmo, que projecto de decisão notificado à Comissão pela Oftel (actualmente Ofcom) incluía explicitamente todos os serviços de dados, excluindo o mercado 3G. No entanto, apesar da Comissão discordar (no âmbito do procedimento previsto no artigo 7º) da decisão de excluir os serviços 3G, não comentou a inclusão de todos os serviços de dados existentes, o que denota a sua concordância.

Os serviços de dados são parte integrante de qualquer oferta móvel de retalho. Todos eles são subscritos em simultâneo por qualquer utilizador e são utilizados através do mesmo equipamento. A não inclusão dos serviços de SMS ou de GPRS não é compatível com a importância que lhes é atribuída pela Vodafone ou qualquer outro operador móvel em Portugal, o que resulta da rapidez com que os operadores implementaram a sua rede GPRS, assim que compreenderam o seu valor, o potencial de novos serviços por ela suportados e a da sua necessidade para o mercado retalhista.

No contexto de uma análise prospectiva, verifica-se que os serviços de dados são cada vez mais determinantes, quer no mercado retalhista, quer no mercado grossista, uma vez que implicam o desenvolvimento de novos produtos e a utilização de tecnologias alternativas concorrentes. Estes aspectos deverão ser, assim, tidos em consideração pela ANACOM aquando da definição do mercado relevante.

No que respeita ao **SMS**, e à semelhança do que aconteceu noutros países da União Europeia (EU), deveriam estes ter sido incluídos no mercado de retalho. Note-se que a própria Recomendação da Comissão de 11/2/2003 relativa aos mercados relevantes de produtos e serviços no sector das comunicações electrónicas susceptíveis de regulação ex ante ("Recomendação") reconhece que "(...) parece provável que, tanto na perspectiva da procura como da oferta, os serviços de mensagens rápidas através de redes móveis, os serviços de mensagens multimédia e os novos serviços de dados em geral actualmente disponíveis nas redes 2,5G e que serão aperfeiçoados nas redes 3G venham a funcionar como substitutos eficazes para os serviços SMS. Tal significa que o SMS poderá ser considerado parte de um mercado de dados mais vasto, pelo menos no que respeita aos serviços de banda estreita."

Na opinião da Vodafone, a ANACOM confundiu a tecnologia utilizada para entrega de serviços com os próprios serviços, o que compromete a definição correcta e real de mercado produto.

Há três infra-estruturas de rede fundamentais - **2G, 3G e WLAN-**, sendo que existem diferentes formas de utilizar interface rádio sobre estas infra-estruturas. Quer nas redes 2G, quer nas redes 3G, é possível dedicar um canal aéreo à ligação do serviço utilizando uma tecnologia de comutação de circuitos (*dial up*) ou atribuir capacidade utilizando tecnologia de comutação de pacotes (GPRS).

A tecnologia de comutação de circuitos e a tecnologia de comutação de pacotes permitem ambas transmitir voz e dados na ligação do serviço. O **GPRS** é, conseqüentemente, uma tecnologia de suporte e não um serviço autónomo que deva ser considerado como algo a incluir em qualquer grupo do serviço de retalho. A ANACOM deveria considerar o GPRS como uma funcionalidade geradora de serviços de retalho, tais como os toques, jogos java e **MMS**, e de suporte a serviços de dados de banda estreita como o WAP. Deste modo, os serviços que funcionam em tecnologia GPRS devem ser incluídos em qualquer grupo de serviços de retalho.

Mesmo a mais rudimentar análise sobre oferta/procura tem de concluir que os serviços fornecidos através de GPRS e os serviços fornecidos através da comutação de circuitos são equivalentes.

Entendemos, assim, que a exclusão, feita pela ANACOM, dos serviços de dados do conjunto de serviços de retalho não é coerente com a oferta alargada e promoção de serviços GPRS pelos operadores móveis nacionais. A análise da ANACOM poderia até fazer sentido há dois anos atrás, mas actualmente não porque é essencial para os operadores móveis oferecer serviços sobre tecnologia GPRS. Acresce que, nos termos do novo quadro regulamentar, é exigido que os mesmos sejam oferecidos de uma forma tecnologicamente neutra.

A este propósito, refere a Comissão nas Orientação da Comissão que "(...) a substituibilidade do produto entre vários serviços de comunicações electrónicas será cada vez maior graças à convergência de várias tecnologias. A utilização dos sistemas digitais conduz a uma semelhança cada vez maior no desempenho e nas características dos serviços de rede que utilizam tecnologias distintas. Por exemplo, uma rede com comutação de pacotes, como a Internet, pode ser utilizada para transmitir sinais vocais digitalizados em concorrência com os serviços clássicos de telefonia vocal".

A análise do mercado produto elaborada pela ANACOM, em virtude de assentar em pressupostos errados, leva a que se ignore diversos serviços, muito diferenciados, ao nível do retalho, tais como o Vodafone Mobile Office, o Vodafone Connect Card ou o Vodafone LIVE!, cuja taxa de crescimento mensal é actualmente superior a [CONFIDENCIAL]. A limitação da definição do produto faz com que a ANACOM exclua o segmento mais dinâmico e com mais rápido crescimento do mercado do produto em apreço.

A base de clientes da Vodafone que utiliza os serviços Vodafone Live! cresceu de [CONFIDENCIAL] para [CONFIDENCIAL] entre Novembro de 2003 e Abril de 2004. Este número mais que duplicou num período de seis meses (Vide Quadro nº 4 *infra*). E a percentagem de clientes da Vodafone que estabeleceram sessões de GPRS cresceu de [CONFIDENCIAL] entre Dezembro de 2003 e Março de 2004 (Vide Quadro 8 *infra*).

Gostaríamos de salientar que o forte crescimento observado na adesão e na utilização destes serviços inovadores é explicado



pelo grande esforço promocional que todos os operadores móveis, em Portugal, têm feito.

Os Quadros 1 a 8 abaixo ilustram o rápido crescimento do tráfego de serviços de dados na rede da Vodafone (SMS, MMS, GPRS), bem como o crescimento do número de utilizadores destes serviços e do serviço Vodafone Live! nos últimos anos.

[Quadro 1]

Confidencial

[Quadro 2]

Confidencial

[Quadro 3]

Confidencial

[Quadro 4]

Confidencial

[Quadro 5]

Confidencial

[Quadro 6]

Confidencial

[Quadro 7]

Confidencial

[Quadro 8]

Confidencial

A Vodafone considera que o início da oferta comercial de serviços 3G impulsionará certamente o crescimento do tráfego associado, pelo que é de esperar que a tendência de crescimento dos volumes da utilização destes serviços se

mantenha nos próximos anos. Também por este motivo, reiteramos não ser correcto que a ANACOM ignore o papel destes serviços no fomento da concorrência no mercado.

Embora actualmente existam poucas estatísticas, a Vodafone espera que, num horizonte temporal de três anos, a utilização destes serviços cresça exponencialmente. Uma simples extrapolação da tendência apresentada nos Quadro 1 a 3 *supra*, indica que as receitas dos serviços de dados evoluirão de **[CONFIDENCIAL]** em 2004 para **[CONFIDENCIAL]** em 2006, considerando a Vodafone que a utilização generalizada de tecnologias 3G pode vir a acelerar esta tendência.

Dependendo do horizonte temporal que baliza a análise do mercado produto em apreço, a quota esperada de serviços de voz irá inevitavelmente variar de forma considerável, o que terá um impacto significativo na correcta definição do mercado produto se os serviços de dados continuarem, com base na actual tendência, a crescer extraordinariamente.

Para além dos serviços e tecnologias acima mencionados, a Vodafone considera que a ANACOM deverá, ainda, ter em atenção o **WLAN**, como uma tecnologia de suporte aos serviços por comutação de pacotes.

A Vodafone entende que não foi dada a devida importância ao WLAN, o qual, dada a sua mobilidade (característica principal do mercado móvel), constitui como ameaça concorrencial aos serviços móveis. O WLAN (introduzido em Portugal em 2003), tal como o WAP (lançado em 1999) e o GPRS (lançado em 2000),



não pode ser considerado como estando ainda em fase de lançamento.

No contexto da presente análise de mercado e no período temporal de referência, devem ser tidas em consideração as novas tecnologias com capacidade e características para concorrer no mercado móvel. A Vodafone acredita, por exemplo, que o WLAN tem inúmeros benefícios inerentes à sua capacidade de oferta de produtos de banda larga em mobilidade, na medida em que permite, em especial, o fornecimento de serviços de dados a clientes empresariais. A curto prazo também outros produtos estarão substancialmente mais desenvolvidos, como, por exemplo, os produtos VOIP (voz sobre IP).

Actualmente, a transferência automática de chamadas entre cartões de dados de 3G e WLAN está a ser testada e aperfeiçoada, sendo provável que a distinção entre os serviços 3G e os serviços WLAN seja significativamente atenuada nos próximos três anos. O desenvolvimento deste serviço fará com que operadores que não se encontram actualmente no mercado venham a concorrer directamente com os operadores existentes, o que pode potencialmente afectar e alargar a definição de mercado do produto.

As Orientações da Comissão reconhecem isto mesmo, ao estabelecerem que *"Nos mercados das comunicações electrónicas, poderão verificar-se pressões da concorrência decorrentes de ameaças inovadoras de concorrentes potenciais que não se encontram nesse momento presentes no mercado. Nesses mercados, a avaliação da concorrência deverá basear-se numa abordagem prospectiva."*

Por fim, considera a Vodafone determinante o estabelecimento do horizonte temporal dentro do qual se enquadra esta análise do mercado grossista do acesso e originação, sob pena de o exercício efectuado pela ANACOM se tornar rapidamente ultrapassado. Estando a revisão da Recomendação sobre Mercados Relevantes prevista para Junho de 2004 e tendo em conta que a revisão anterior demorou dois anos a ser efectuada, a Vodafone sugere que a ANACOM faça uma análise para um período mínimo de três anos.

É essencial, assim, que a definição do mercado de acesso e originação compreenda, para além dos serviços de voz, todos os serviços que actualmente integram a oferta global dos operadores de redes móveis, como sejam, os serviços de SMS, MMS, GPRS, WLAN e UMTS e tenha em atenção os actuais desenvolvimentos e tendências de mercado, bem como, o impacto provável destas tendências na definição do mercado do produto dentro do horizonte temporal para o efeito considerado.

Questão 7.7 - Concorda com a posição preliminar de que não existem razões para segmentar o mercado em clientes residenciais e clientes não residenciais?

Sim.

Questão 7.8 - Concorda com a posição preliminar de que a segmentação entre as ofertas pré-pagas e pós-pagas não é relevante para a análise deste mercado?

Sim.

Questão 7.9 - Concorda com a posição preliminar de que a agregação das chamadas nacionais, internacionais e em itinerância num mesmo mercado não altera as consequências da análise do grau de concorrência?

Antes de mais gostaríamos de chamar a atenção de V. Exas. para o facto da análise elaborada no ponto 3.1.8.1 da presente Consulta ser baseada em dados comparativos (Tabela 7) vagos e, em alguns casos, incorrectos.

Ao comparar o preço de chamadas nacionais com o preço das chamadas internacionais, ambas originadas nas redes móveis, a ANACOM utilizou dados não comparáveis, uma vez que os tarifários apresentados para as chamadas internacionais, variam em função do destino do tráfego (nomeadamente a UE, PALOP, Brasil e Resto do Mundo). A ANACOM não indicou quais os destinos que estão a ser comparados e qual a justificação para escolher uns em detrimento de outros.

Assim sendo, e não querendo questionar a análise da substituibilidade do lado da procura no âmbito das chamadas nacionais e internacionais, cremos que a comparação deverá ser feita (caso, assim, não tenha sido) com base nos preços das chamadas para os países da União Europeia, em virtude de constituírem os destinos de maior tráfego no nosso mercado.

Quanto aos preços da Vodafone para chamadas internacionais, informamos que os mesmos em Março de 2004 (devidamente indicados na altura no *site* da Vodafone) eram os seguintes:

- Vitaminas Shock e Zero: U.E, Suíça, PALOP: € 0.63/min, Resto do Mundo: €1.261/min (todas as horas);

- Vitaminas T e H: U.E e Suíça: € 0.609/min no horário normal e 0.21/min no horário económico, Resto do Mundo: €1.261/min (todas as horas);
- Vitamina P: U.E e Suíça : € 0.473/min no horário normal e 0.21/min no horário económico, Resto do Mundo: €1.261/min (todas as horas),

concluindo-se que os valores apresentados pela ANACOM na Tabela 7 não são correctos.

Não obstante esta ressalva, a Vodafone concorda com a posição preliminar da ANACOM, no sentido de que a agregação das chamadas nacionais, internacionais e em itinerância num mesmo mercado não altera as consequências da análise do grau de concorrência.

Questão 7.10 - Concorda com a posição preliminar de que as chamadas intra-rede e inter-redes não devem constituir segmentos separados?

Sim.

Questão 7.11 - Concorda com a posição preliminar de que os serviços de acesso e de chamadas móveis devem ser considerados como pertencentes ao mesmo mercado do produto?

Sim, tendo em conta o referido na resposta às questões 7.4, 7.5 e 7.6.

Questão 7.12 - Concorda com a posição preliminar de que o mercado geográfico relevante para analisar os serviços incluídos neste agrupamento de serviços é o mercado nacional?

Sim.

Questão 7.13 - Indique outros serviços que considere necessário analisar em termos de substituíbilidades para garantir uma correcta definição do mercado do acesso e originação de chamadas em redes telefónicas públicas móveis.

Vide resposta às questões 7.4, 7.5 e 7.6.

Questão 7.14 - Tendo presente os critérios e indicadores de substituíbilidade do lado da oferta apresentados no ponto 2.3.1.3 do Capítulo 3 da Consulta Pública, indique os operadores que poderão satisfazer os referidos critérios em relação à oferta dos serviços considerados neste capítulo nos pontos 3.1.1 a 3.1.10.

Vide resposta às questões 7.4, 7.5 e 7.6.

Questão 7.15 - Tendo presente os critérios sobre a identificação de mercados susceptíveis de regulação ex-ante apresentados no ponto 2.3.4 do Capítulo 3 da Consulta Pública, indique se considera que o mercado relevante definido (mercado grossista do acesso e da originação de chamadas vocais em redes telefónicas públicas móveis) satisfaz os três critérios cumulativos.

Questão 7.16 - Tendo presente os critérios sobre a identificação de mercados susceptíveis de regulação ex-ante apresentados no ponto 2.3.4 do Capítulo 3 da Consulta

Pública, indique que outros serviços/mercados considera poderem satisfazer os três critérios cumulativos.

Tendo presentes os três critérios cumulativos de que depende a sujeição de um mercado a regulação ex ante, dadas as características deste mercado e os dados fornecidos, a Vodafone entende que não existem provas de que o mercado produto relevante em análise ou qualquer outro mercado satisfaz os três critérios cumulativos utilizados para o qualificar como mercado susceptível de regulação ex-ante.

Seguidamente e no âmbito da resposta às questões 7.28 a 7.31, serão expostas as razões que nos levam a assumir a posição acima referida.

Questão 7.28 - Tendo presente os critérios e os indicadores apresentados no ponto 3.1, 3.2 e 3.3 do Capítulo 3 da Consulta Pública, respectivamente sobre a questão da dominância individual, alavancagem de poder de mercado e dominância conjunta, indique se considera que, face à definição do mercado proposta no ponto 3.3 do presente documento, se encontram reunidas as condições para identificar um destes tipos de dominância.

Questão 7.29 - Tendo presente os critérios e os indicadores apresentados no ponto 3.1 do Capítulo 3 da Consulta Pública, sobre dominância individual, e considerando a definição do mercado relevante proposta no ponto 3.3 do presente documento e a informação apresentada no ponto 5.1, indique se considera existir algum operador que reúna condições para beneficiar de poder de mercado significativo.

Questão 7.30 - Tendo presente os critérios e os indicadores apresentados no ponto 3.2 do Capítulo 3 da Consulta Pública, sobre alavancagem do poder de mercado, e considerando a definição do mercado relevante proposta no ponto 3.3 do presente documento e a informação apresentada no ponto 5.1, indique se considera existirem alguns operadores que reúnam condições para beneficiar deste efeito de alavanca.

Questão 7.31 - Tendo presente os critérios e os indicadores apresentados no ponto 3.3 do Capítulo 3 da Consulta Pública, sobre dominância conjunta, e considerando a definição do mercado relevante proposta no ponto 3.3 do presente documento e a informação apresentada no ponto 5.1, indique se considera existirem alguns operadores que reúnam condições para beneficiar deste tipo de dominância.

A resposta às quatro questões acima colocadas é não, pelas razões que seguidamente se passam a expor.

A Vodafone é de opinião que não existem fundamentos para uma investigação sobre uma posição dominante individual ou conjunta no mercado grossista de acesso à rede móvel e de originação, uma vez que este mercado não satisfaz os critérios necessários para justificar uma intervenção reguladora *ex-ante*.

Nos termos do novo quadro regulamentar, gostaríamos de salientar que a manutenção da inclusão do mercado grossista de acesso à rede móvel e de originação em futuras revisões da Recomendação tem vindo a ser questionada. A Comissão manifestou, mesmo, a sua intenção de, na primeira oportunidade, retirar este mercado do âmbito da

regulamentação, referindo que "(...) o nível de concorrência geralmente observado neste Mercado a nível retalhista indica que pode não se justificar a intervenção regulamentar ex-ante ao nível grossista. Neste momento, a Comissão não prevê a inclusão deste mercado em futuras revisões da presente Recomendação."

Também na acta da 6ª Reunião plenária do Grupo de Reguladores Europeu (ERG), realizada dia 21 de Novembro de 2003 em Budapeste, sob o título Análise da Recomendação sobre Mercados Relevantes se refere que "(...) a Comissão espera que os comissários Liikanen e Monti efectuem a revisão da Recomendação até Junho de 2004, altura em que os mercados móveis de acesso e originação serão provavelmente retirados (...)"

No que respeita à regulação ex-ante, a Vodafone considera que o mercado grossista de acesso à rede móvel e de originação tem uma estrutura que não justifica de todo qualquer tipo de intervenção regulamentar.

A Recomendação da Comissão estabelece três critérios que devem ser utilizados para identificar os casos em que a regulação ex-ante pode existir, se houver um operador com PMS no mercado. Neste documento refere-se que "a identificação dos mercados em conformidade com os princípios do direito da concorrência deverá obedecer a três critérios. O primeiro critério é a presença de obstáculos fortes e não transitórios à entrada no mercado, sejam de natureza estrutural, legal ou regulamentar. No entanto, dada a natureza e o funcionamento dinâmicos dos mercados das comunicações electrónicas, devem

também ser tomadas em consideração as possibilidades de superar os obstáculos num horizonte temporal razoável quando se efectua uma análise prospectiva destinada a identificar os mercados relevantes para eventual sujeição a regulamentação ex ante. Por conseguinte, o segundo critério admite apenas os mercados cuja estrutura não tende para uma concorrência efectiva no horizonte temporal pertinente. A aplicação deste critério implica que se examine a situação da concorrência por detrás dos obstáculos à entrada. O terceiro critério reside na impossibilidade de a aplicação do direito da concorrência colmatar, por si só, as deficiências em causa do mercado."

O Memorando Explicativo da Recomendação da Comissão estabelece, por sua vez que "(...) Comissão espera que as ARN sigam os mesmos critérios e princípios básicos quando identificarem mercados distintos dos incluídos na Recomendação. Tais critérios não têm necessariamente de permanecer inalterados ao longo do tempo; poderão, por exemplo, ser adaptados em função da experiência adquirida com a aplicação do quadro regulamentar no que se refere aos mercados identificados. A Comissão utilizará esses critérios quando proceder às futuras revisões da presente Recomendação."

A Vodafone salienta, ainda, que os três critérios supra referidos são cumulativos e que o mercado definido pela ANACOM, que é uma versão modificada do mercado constante da Recomendação sobre Mercados Relevantes, não satisfaz os critérios básicos de regulação ex ante, pelos seguintes motivos:

a) Primeiro Critério

Relativamente ao primeiro critério, as Orientações da Comissão estabelecem que nos casos específicos de utilização de espectro existe uma barreira legal ou regulamentar à entrada, que é independente de qualquer barreira económica.

Porém, não há qualquer barreira legal ou regulamentar à entrada no mercado português, na medida em que existe espectro disponível (ao nível do 2G) para um operador conquistar o seu espaço. Existe também a possibilidade de a entrada no mercado se basear no acesso através de *Roaming* nacional ou MVNO (operador móvel virtual), onde a atribuição de espectro não é necessariamente um problema.

A entrada de novos operadores também é facilitada pela ausência de uma "vantagem do primeiro entrante" neste mercado, uma vez que a rapidez da mudança tecnológica significa frequentemente que as redes construídas mais tarde são desenvolvidas a custos mais baixos e com um maior número de funcionalidades, o que compensa os habituais efeitos de entrada tardia no mercado.

A este propósito, refere a Recomendação que "(...) Os obstáculos à entrada podem também tornar-se menos relevantes no que respeita aos mercados dinamizados pela inovação e caracterizados por constantes progressos tecnológicos. Nestes mercados, os condicionalismos concorrenciais resultam muitas vezes das ameaças de inovação por parte de concorrentes potenciais ainda não presentes no mercado. Nesses mercados orientados para a inovação, pode instaurar-se uma

concorrência dinâmica ou a mais longo prazo entre empresas não necessariamente concorrentes num mercado "estático" existente. A presente recomendação não identifica mercados para os quais se prevê que os obstáculos à entrada não se manterão num período previsível."

Há no mercado português exemplos de que é possível ultrapassar as aparentes barreiras à entrada, de que é exemplo o acordo celebrado entre a Oniway e a TMN, com vista à prestação de serviços 2G pela primeira, e a licença CDMA solicitada pela Radiomóvel e devidamente atribuída a esta pela ANACOM.

Este é claramente um mercado que obriga à inovação e que se posiciona na fronteira de outros mercados inovadores com capacidade para, num curto prazo, convergirem para uma maior dimensão do que aquela que já têm.

b) Segundo critério

O segundo critério estabelecido na Recomendação, relativamente à dinâmica estrutural, é quase coincidente com a descrição de mercado grossista de acesso e originação feita originalmente pela Comissão.

Estabelece a Recomendação que "(...) Mesmo quando um mercado se caracteriza por fortes obstáculos à entrada, outros factores estruturais presentes nesse mercado poderão jogar a favor de uma situação de concorrência efectiva no horizonte temporal pertinente. É o que pode acontecer, por exemplo, nos mercados com um reduzido - mas suficiente - número de

empresas que têm estruturas de custos diversas e respondem a uma procura elástica em função do preço. Pode também haver capacidade excessiva num mercado que permita a empresas rivais expandirem a sua produção muito rapidamente como resposta a um aumento de preços. Nestes mercados, as quotas de mercado podem variar com o tempo e/ou podem registar-se reduções nos preços."

O mercado nacional de comunicações móveis conta actualmente com quatro operadores, todos com rede própria e certamente com diferentes estruturas de custos, apesar de três deles deterem frequências nas faixas 900/1800/2100 MHz e um com espectro alocado na faixa dos 450/470 MHz (CDMA).

As divergentes estruturas de custos são consequência inevitável da diferente evolução no desenho e na topologia de cada uma das redes. A elasticidade do preço tem claramente impacto na procura, num mercado onde a Vodafone detém uma taxa anual de desactivação ("churn") superior a **[CONFIDENCIAL]** em 2003 (*Vide Quadro nº 9 infra*) e onde o factor preço é causa, nas suas diversas formas (efeito de rede e preços baixos) em cerca de **[CONFIDENCIAL]** pela mudança de operador (*vide Quadro nº 10 infra*).

[Quadro 9]

Confidencial

[Quadro 10]

Confidencial

Este é também um mercado onde existe algum excesso de capacidade resultante do desenho da rede e onde a possibilidade de se utilizar essa capacidade adicional pode ser efectuada muito rapidamente, permitindo uma rápida expansão da oferta em resposta a um aumento de preços. As quotas de mercado dos operadores mudaram significativamente desde 1998 e nos últimos exercícios a quota de mercado medida por novos aumentos líquidos tem flutuado muito. (Vide Quadro 11 *infra*). Os preços têm caído de forma constante, independentemente do período em análise.

[Quadro 11]

Confidencial

c) Terceiro critério

Por último, não existem fundamentos nem provas para que a ANACOM possa afirmar que a aplicação das leis da concorrência por si só não colmatariam adequadamente as falhas observadas no mercado.

As leis da concorrência em Portugal têm um âmbito suficientemente vasto para permitir que terceiros recorram a medidas correctivas quando os mecanismos do mercado falham.

Entendemos que para que se exista uma situação de posição dominante colectiva têm de se verificar os seguintes pressupostos:

- (i) o mercado em questão tem de ser capaz de sustentar um resultado que esteja a ser tacticamente coordenado por pelo menos dois operadores. Para que isto possa ocorrer:
- Tem de haver um **objectivo** sobre o qual as partes coordenem esforços para obtenção de um resultado coordenado; e
 - O mercado tem de ser suficientemente **transparente** para que os operadores envolvidos possam controlar a adesão do outro ao resultado coordenado; e
 - Tem de haver **mecanismos de retaliação** adequados para punir aqueles que se afastam do resultado acordado; e
 - Não pode haver qualquer **incentivo ou contrapartida financeira** por parte dos operadores envolvidos para

se afastarem do resultado acordado, nem podem haver quaisquer concorrentes marginais ou potenciais entrantes que tenham a capacidade ou incentivo eles próprios para desafiar o resultado coordenado pelos operadores envolvidos.

(ii) Tem de haver prova efectiva de coordenação tácita no mercado:

- Numa perspectiva económica, os operadores em causa têm de se apresentar como uma única entidade colectiva. Para este efeito, têm de **existir ligações económicas** entre eles que lhes permitam agir em conjunto independentemente dos seus concorrentes e dos seus clientes; e
- Tem de haver provas muito fortes de que **não existe concorrência efectiva** entre os operadores envolvidos.

Face ao exposto, a Vodafone analisou as **provas de concorrência nos preços e em outros aspectos não financeiros das ofertas**, as quotas de mercado e a rentabilidade dos operadores móveis portugueses, para determinar se o mercado de telecomunicações móvel se caracteriza por comportamentos e resultados compatíveis com uma coordenação tácita.

A concorrência em termos de preços é visível quer ao nível da oferta alargada de planos tarifários de cada operador, quer ao nível das promoções realizadas e limitadas no tempo, para serviços de voz, SMS ou MMS.

Para os serviços de voz podemos indicar, por exemplo, as promoções da Vodafone em 2003 que permitiram a realização de chamadas a €0.01/minuto (Páscoa 2003) ou as campanhas de Verão e Natal 2003 em que a Vodafone devolvia ao cliente os montantes gastos em chamadas para a Vodafone ou para a rede fixa. Por seu lado, a Optimus lançou campanhas, em Março, Junho, Julho, Setembro 2003 e Janeiro 2004, que incluíam chamadas grátis ou a €0.02 a €0.05/minuto. Campanha semelhante a esta teve a TMN em Outubro de 2003.

A concorrência a nível da oferta de SMS e MMS é também bastante dinâmica. Desde Janeiro de 2003, a Vodafone lançou mais de uma dezena de campanhas para o envio de SMS, quer através de preços promocionais, quer através de uma oferta gratuita de pacotes de SMS. Também a Optimus e a TMN (através da oferta PAKOT, nomeadamente) tiveram promoções idênticas, incentivando a utilização do serviço e disponibilizando ofertas alternativas e competitivas com as dos restantes operadores.

Relativamente aos MMS, as ofertas dos operadores têm vindo a ser variadas. Assistiu-se, na rede Vodafone, a ofertas de MMS gratuitos (Fevereiro e Março 2003), a ofertas que consistiam na devolução do custo do MMS no mês seguinte ao do seu envio (Março 2004), a oferta gratuitas das primeiras 100 mensagens MMS na rede da Optimus (Janeiro 2003) e a ofertas de 60 MMS ou MMS a €0.01/MMS na rede da TMN (Abril e Dezembro 2003).

Finalmente, também ao nível do tráfego de dados é possível comprovar a concorrência nas ofertas de preços no mercado



português. A Vodafone, em Maio 2003, efectuou uma promoção para os seus clientes oferecendo o serviço de dados em *Roaming* e, em Julho 2003, ofereceu navegação gratuita no portal Vodafone Live! até ao final do mês de Agosto. Por seu lado, a TMN reviu a sua oferta em Setembro 2003, não cobrando mensalidade na oferta base de GPRS, e entre Novembro 2003 e Janeiro 2004 ofereceu descontos de 50% nas mensalidades e navegação em vários dos seus planos tarifários.

Face aos múltiplos exemplos referidos, a Vodafone conclui que a prova recolhida evidencia que de facto o mercado vertente é claramente um mercado concorrencial e, conseqüentemente, incompatível com um conluio tácito.

Se existisse um acordo tácito entre dois operadores móveis, verificar-se-ia uma estrutura semelhante de preços que facilitaria uma comparação pelos operadores, quotas estáveis de clientes (novos e existentes) e uma simetria nos níveis de lucro, que não acontece no mercado nacional. Por outro lado, também não seriam observados resultados que indicassem que existisse uma concorrência significativa no mercado, de que são exemplo as promoções de preços e alterações de tarifas ao acaso ou com intervalos de tempo descoordenados, como enunciámos anteriormente, ou a concorrência noutras factores de diferenciação da oferta, como seja a disponibilização gratuita de certos extras (e.g minutos, SMS ou MMS), os quais são dificilmente comparáveis.

Para além disso, se existisse um acordo de partilha de mercado não esperaríamos ver níveis semelhantes de concorrência nos preços e noutras componentes de oferta,

antes e depois das quotas de mercado dos clientes terem estabilizado. Em especial, poderíamos observar uma das alterações do comportamento por parte de uma empresa, exactamente antes da estabilização da quota de mercado para dar um sinal de que pretendia entrar num acordo tácito. Este sinal podia ser um aumento súbito de competitividade pelo concorrente de maior dimensão (comportamento agressivo) ou uma redução da competitividade por parte de ambas as empresas.

Por conseguinte, esperaríamos observar um abrandamento na competitividade por parte dos operadores móveis envolvidos a partir do momento em que o acordo de partilha do mercado se concretizasse.

Porém, a actuação e o comportamento dos operadores no mercado móvel português é muito diferente do padrão de coordenação tácita aqui descrito. A prova seguinte demonstra, em particular, que o mercado é competitivo e, por esse motivo, não existe um acordo tácito.

- Os operadores oferecem aos clientes pacotes de tarifas diferentes, quer em termos da variedade da oferta quer em termos da estrutura dos pacotes individuais, concorrendo em todos os segmentos de mercado (Quadro nº 12);

[Quadro 12]

Confidencial

- O nível e a estrutura de preços não se alteram de forma coordenada;
- As promoções de preços são habituais e os operadores utilizam outros factores de diferenciação como cobertura, conteúdos, serviços suplementares e qualidade de serviço para se diferenciarem no mercado;
- Há inovação no mercado - os operadores lutam pelo pioneirismo no lançamento de novos produtos e serviços, o que certamente continuará a acontecer no futuro com o desenvolvimento da tecnologia 3G;
- As quotas dos novos assinantes têm uma flutuação significativa, o que faz com que o operador com maior quota de mercado vá mudando de um período para o outro (*Vide Quadro 11 supra*);
- A quota de mercado de cada um dos operadores móveis, em termos de origem dos clientes que mudaram de rede, apresenta variações ao longo do tempo (*Vide Quadro 13 infra*), bem como a rede para a qual os clientes tencionam mudar (*Vide Quadro 14 infra*);

[Quadro 13]

Confidencial

[Quadro 14]

Confidencial

- Não existe qualquer prova de mudança no comportamento de qualquer dos operadores quando as quotas de mercado estabilizaram (início de 2002);
- O nível de concorrência de preços e de outras componentes da oferta continuou a ser igualmente forte, se não mais forte, depois desse momento, comparativamente ao que era anteriormente;
- A Vodafone não fez grandes alterações de preços imediatamente antes desta data, não se verificando, conseqüentemente, qualquer circunstância que permita

afirmar que a Vodafone deu sinais de que pretendia entrar num acordo tácito;

- Os outros Operadores móveis também não deram qualquer sinal, como por exemplo, um aumento de preços, que indicasse que pretendiam entrar num acordo tácito naquele momento, e

Todos os indícios sugerem, portanto, que o mercado é competitivo.

A **inovação** é, igualmente, um factor chave do mercado móvel português. Os operadores utilizam o desenvolvimento dos produtos e os avanços tecnológicos para se distinguirem uns dos outros e para atraírem mais clientes oferecendo uma melhor relação qualidade/preço e/ou uma mais ampla gama de serviços. Esta é uma característica de um mercado efectivamente concorrencial que conhece mudanças tecnológicas significativas. Não se esperaria, porém, uma tal inovação num mercado em que houvesse coordenação tácita.

A Vodafone considera que existe uma diferenciação considerável de produtos no mercado móvel português. A Vodafone tem tido uma posição bastante concorrencial no mercado, com base na elevada qualidade de rede e cobertura que apresenta. A Vodafone também consolidou a sua posição no mercado com base na superioridade dos seus serviços, em especial, do seu produto

Vodafone LIVE!. A Vodafone investe fortemente na diferenciação da marca e nas características que pretende ver

associadas a esta, tais como a natureza do negócio (responsável e de confiança).

Apesar da presença relativamente recente no mercado, destacamos o elevado reconhecimento que a marca Vodafone já detém em Portugal (*Vide Quadro 15 infra*).

[Quadro 15]

Confidencial

Este facto permite à Vodafone diferenciar ainda mais a sua oferta de produtos em termos de avaliação do cliente (e.g. o cliente sabe que ao fazer uma compra através do portal da Vodafone, a mesma se reveste de segurança), obtendo os maiores níveis de satisfação do mercado (*Vide Quadros 16 a 20 infra*).

[Quadro 16]

Confidencial

[Quadro 17]

Confidencial

[Quadro 18]

Confidencial

[Quadro 19]

Confidencial

[Quadro 20]

Confidencial

Os elevados níveis de satisfação quanto a factores não relacionados com o preço e a alternância da posição dos operadores ao longo do tempo, demonstram o grau de competitividade existente no mercado e a preocupação comum de satisfação dos consumidores. Além disso, a Vodafone desenvolve continuamente ofertas de produtos que são inovadoras e que diferenciam a sua oferta da dos seus concorrentes, acentuando assim a concorrência no mercado.

Destacamos, ainda, no que respeita à inovação, os prémios da Associação GSM (GSM Awards) atribuídos a um produto da Vodafone (Mobile Connect Card 3G) e atribuídos à Optimus com a Campanha Pioneiros, Taxi digital e o projecto "Comunicação para todos" ou as suas nomeações para o anúncio "Sofá" e o projecto "Saúde Móvel".

Do ponto de vista tecnológico, a Vodafone é da opinião que a inovação acontece a dois níveis. No primeiro nível existem grandes alterações às tecnologias base, por exemplo a introdução de novas tecnologias, como o 3G, que permitem o desenvolvimento de serviços completamente novos. No segundo nível, verificam-se aperfeiçoamentos progressivos às tecnologias existentes, que têm como resultado uma melhoria de qualidade, funcionalidades e potenciam a oferta de serviços a custos mais baixos. O ritmo de introdução de novas tecnologias está, de facto, a acelerar, não havendo qualquer indicação de que esse ritmo venha a abrandar nos próximos três anos.

A Vodafone espera vir a introduzir, no máximo dentro de 2 anos, tecnologias que facilitem o 'push to talk' e outros produtos e serviços de Voz sobre IP (VOIP).

Além disso, há inovações progressivas às tecnologias existentes que resultam numa melhoria do serviço, custos ou funcionalidades ou numa combinação destes. Tomando como exemplo o índice de queda de chamadas (*Vide Quadro 20 infra*), é possível verificar como as inovações progressivas e as novas tecnologias contribuíram quer para a melhoria do serviço ao cliente quer para o aumento das receitas da Vodafone durante a mudança tecnológica em curso.

[Quadro 21]

Confidencial

O Quadro 21 *infra* fornece exemplos das inovações de produtos e serviços que surgiram no mercado. Espera-se que o desenvolvimento continue no futuro, especialmente com as novas oportunidades fornecidas pela tecnologia 3G. A mudança e a inovação tecnológica indicam que existe uma concorrência forte no mercado, com os operadores móveis continuamente à procura de lançar novos produtos e serviços de modo a diferenciarem-se dos seus concorrentes. Não seria de esperar um tal comportamento num mercado com uma coordenação tácita.

[Quadro 22]

Confidencial

Aliás, como pensamos que é certamente do conhecimento da ANACOM, o mercado móvel português é visto internacionalmente como um dos mercados mais inovador e competitivo, sendo frequentemente o primeiro, ou dos primeiros, a introduzir novos serviços ou facilidades. Veja-se a introdução dos cartões pré-pagos, o lançamento de MMS ou o lançamento do serviço de Videotelefonia. A Vodafone Portugal é aliás frequentemente inquirida por outros operadores internacionais sobre as suas experiência em termos de lançamento de serviços ou tarifários, servindo de "case study" para esses operadores.

Em resumo, o comportamento do mercado móvel português indicia que a concorrência de preços e outros factores concorrenciais

é muito forte e tem-no sido sempre, de forma consistente, desde que a Vodafone, anteriormente designada Telecel, entrou no mercado em 1992. Tal comportamento não se registaria se existisse um acordo tácito.

Quanto à **rentabilidade**, refere-se acima que um acordo coordenado só seria exequível se as empresas no mercado obtivessem lucros simétricos ao abrigo desse mesmo acordo. Qualquer distribuição assimétrica dos lucros tornaria difícil alcançar um acordo e, mais importante do que isso, um dos operadores teria sempre fortes incentivos para violar o acordo. A existência de um acordo tácito sustentável teria de se reflectir em níveis de lucro simétricos na indústria. Não é este o caso do mercado móvel português.

Não só os preços são distintos para diferentes segmentos de clientes, como também existem discrepâncias substanciais de custos de rede, como referimos nos nossos comentários ao segundo critério. Existe um vasto número de factores que influenciam as estruturas de custos do operador, como sejam custos de aquisição de clientes, de marketing ou de subsidiação de equipamento terminal. Estas diferenças de custos são variáveis a curto prazo e podem ser geridas com alguma flexibilidade. Reflexo deste facto são as estratégias de marketing diferenciadas.

A análise aqui elaborada demonstra que os operadores móveis portugueses têm um incentivo para se desviarem de qualquer acordo tácito. Isto porque o desvio conduziria a lucros mais elevados, dada a existência de poucas barreiras à expansão, baixos custos de comutação e ao crescimento do mercado. O

desvio seria, também, difícil de detectar dada a existência de promoções de preços e alterações de outros elementos da oferta que reduzem a transparência do mercado.

Além disso, mesmo onde foram observadas alterações de preços, os operadores teriam dificuldade em controlar movimentações de clientes e de lucros. A retaliação também demoraria algum tempo dado o tempo que é necessário para promover alterações de preços. Isto reduz os custos de penalização para o operador e, como tal, aumenta o benefício líquido do desvio. Nestas circunstâncias um acordo tácito não seria sustentável e, além do mais, nem sequer seria realizado.

A Vodafone argumentou, ainda, que as empresas têm quotas de mercado de novos assinantes variáveis e é possível demonstrar que os clientes mudam de operador. Há assim prova da existência de uma concorrência forte no mercado ao nível de preços e de factores não financeiros. Esta concorrência tem sido uma evidência constante desde que a Vodafone, anteriormente designada Telecel, entrou no mercado em 1992.

A única conclusão a que é razoável chegar é a de que o mercado português das telecomunicações móveis não é favorável a uma coordenação tácita nem é capaz se sustentar um conluio tácito.

Face ao exposto, a Vodafone não acredita que a ANACOM demonstre a existência de posição dominante, individual ou conjunta, de quaisquer operadores móveis no mercado português de acesso grossista à rede móvel e originação. A Vodafone entende que qualquer intervenção no mercado fundada na

conclusão de domínio conjunto é improvável, uma vez que injustificada. Não obstante este facto, uma eventual conclusão contrária, leva que qualquer medida de correcção proposta deva ser, como é habitual, submetida à apreciação e análise por parte das entidades interessadas.

As entidades reguladoras nacionais têm o dever de salvaguardar a concorrência a longo prazo, devendo avaliar a viabilidade técnica e económica de utilizar (comprar) ou construir instalações concorrentes e o efeito de tal intervenção num possível investimento nessas instalações. Se o preço de compra fixado for demasiado baixo não criará incentivos à construção. Este factor é especialmente importante quando novas tecnologias ou redes estão a ser utilizadas em mercados emergentes.

A Vodafone acredita que uma conclusão de dominância, depois da actual consulta, teria o efeito oposto ao que é proposto pelo novo quadro regulamentar, nomeadamente iria enfraquecer a concorrência a longo prazo ao sugerir que a base da concorrência são os serviços em vez de uma concorrência baseada em numerosas infra-estruturas concorrentes. O que representa um desvio significativo na política do mercado móvel, longe de um modelo de concorrência baseado no investimento para se tornar num modelo de concorrência baseado nos serviços.

A Vodafone investiu fortemente na sua infra-estrutura, actualizando constantemente os padrões e as capacidades da rede e alargando e aprofundando a sua cobertura. Tal como o preço, a qualidade do serviço é o principal instrumento de

concorrência. Uma das áreas em que a Vodafone pretende concorrer é, precisamente, na qualidade e diferenciação da rede.

Tomemos como exemplo a forma agressiva como a Vodafone pretende investir e desenvolver a sua rede 3G comparada com os seus concorrentes ou os elevados padrões de qualidade que assume em termos de percentagens de chamadas caída ou de acesso à rede. Estes elevados padrões de qualidade de rede são um resultado directo dos altos níveis de investimento continuamente efectuados pela Vodafone na rede 2G.

A Vodafone crê que a ANACOM não tem o direito de impor medidas de correcção ao retalhista sem primeiro identificar o mercado retalhista como um mercado nos termos da Recomendação sobre o mercado relevante. A ANACOM precisaria então de aplicar os três critérios básicos *supra* referidos àquele mercado para assegurar que são cumpridos pelo 'mercado retalhista para serviços móveis'. Não houve consulta sobre esses critérios.

Questão 7.33 - Na sua opinião, e tendo em conta as obrigações indicadas no novo quadro regulamentar e os princípios a que está sujeita a sua aplicação, indique que obrigações seriam adequadas para resolver eventuais falhas de mercado associadas à oferta e à procura dos serviços incluídos no mercado referido no ponto 3.3 do presente documento.

Nenhuma. *Vide* resposta às questões 7.28, 7.29, 7.30 e 7.31 *supra*.

Questão 7.34 - Considera que existiria vantagem, nomeadamente para o aumento do grau de concorrência e para os utilizadores finais, na oferta de serviços prestados por empresas distintas dos operadores de rede, suportados nas redes destes últimos? Que serviços considera poderem ser oferecidos nesse âmbito? E por que tipo de entidades? Justifique tendo em conta as características nacionais deste mercado e dos referidos operadores, e dos potenciais prestadores de serviços (ver ponto 3.1 do presente documento), e se necessário apresente exemplos da sua própria experiência ou de situações que conhece em mercados de outros países.

Não, a Vodafone considera que não existe vantagem na oferta de serviços prestados por empresas distintas dos operadores de rede, suportados nas redes destes últimos. A Vodafone considera que os fornecedores de serviços acrescentam pouco ou nenhum valor ao mercado e observa que, nos casos em que os mesmos foram impostos ao mercado por regulamentação ou onde essa obrigação foi retirada, os mesmos abandonaram naturalmente o mercado. A sua presença no mercado não produziu qualquer efeito útil ou visível no mesmo.

IV. Mercado grossista de terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais

Questão 7.17 - Concorde com a posição preliminar de que a terminação grossista em redes móveis individuais deve ser, a priori, o ponto de partida para a análise destes mercados?

A Vodafone entende que o mercado dos serviços móveis é um mercado nacional global e, por conseguinte, deve ser analisado como um todo e os serviços de terminação grossista em redes móveis individuais constituem uma das componentes deste mercado, não podendo, por isso, ser dissociados do conjunto de serviços móveis oferecidos pelos operadores de comunicações móveis.

É evidente que cada operador de comunicações móveis é efectivamente o único capaz de terminar as chamadas destinadas aos clientes da sua rede móvel, o que impossibilita um operador em cuja rede a chamada é originada de terminar essa chamada na rede de outro operador, se o utilizador chamado pertencer a outra rede que não a do utilizador chamador.

Porém, também é patente que os serviços de terminação grossista em redes móveis individuais são um dos serviços prestados pelos operadores de redes móveis e que a par destes cada operador presta um vasto e significativo conjunto de serviços conducentes à angariação e manutenção dos seus clientes.

Por sua vez, a concorrência crescente entre os operadores de comunicações móveis obriga-os a disponibilizar aos clientes ofertas de serviços e planos tarifários cada vez mais competitivos e inovadores, e a serem bastante ambiciosos na definição dos seus planos de negócio, para conseguirem a angariação de novos clientes e a manutenção da sua base de clientes.

As exigências e o dinamismo que caracterizam o mercado dos serviços móveis obrigam os operadores a recorrer às tarifas de terminação de chamadas nas suas redes para se financiar, tendo as mesmas, naturalmente, de ser fixadas a um nível que lhes permita conseguir cumprir os seus compromissos e ser globalmente competitivos neste mercado. De outra forma, a capacidade competitiva dos operadores de comunicações móveis ficaria seriamente afectada, bem como o cumprimento dos seus planos de negócios, a rendibilidade do capital aplicado e a eficácia e eficiência da actividade desenvolvida.

Na medida em que os preços dos serviços, de retalho ou grossistas, prestados pelos operadores móveis estão intimamente ligados e que a sua determinação tem de ter em consideração sempre a resposta competitiva dos demais intervenientes no mercado (operadores, clientes e consumidores em geral), é inequívoco que há um só mercado de serviços de comunicações móveis o qual aglomera todos os serviços de comunicações móveis prestados pelos operadores de redes móveis, devendo ser este o ponto de partida da análise que a ANACOM se propõe fazer.

Questão 7.18 - Concorda com a posição preliminar de que o mercado relevante no âmbito da terminação de chamadas vocais em redes móveis é o mercado grossista de terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais?

Na linha do que acima se referiu, reiteramos que o mercado relevante é o mercado nacional global dos serviços móveis do qual fazem naturalmente parte integrante os serviços de terminação grossista em redes móveis individuais, bem como toda a panóplia de serviços prestados pelos operadores de redes móveis.

Nesta medida, consideramos que qualquer segmentação do mercado global dos serviços móveis se perfila meramente artificial e potencia o risco de regulação excessiva e de esmagamento de margens dos operadores, o que está em clara desconformidade com os princípios de regulação mínima que presidem ao novo quadro legal e regulamentar vigente.

Porém, e sem prejuízo do que acima se deixou exposto, nas respostas às questões que seguidamente nos são colocadas tomaremos como pressuposto que o mercado relevante no âmbito da terminação de chamadas vocais em redes móveis é o mercado grossista de terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais.

Questão 7.19 - Concorda com a posição preliminar de que a terminação em redes fixas não constitui um substituto da terminação de chamadas em redes móveis individuais?

Com base no pressuposto acima referido, consideramos que a terminação em redes fixas não constitui um substituto da

terminação de chamadas em redes móveis individuais, embora reconheçamos que numa análise dinâmica do mercado esta conclusão preliminar possa ser alterada.

Questão 7.20 - Concorda com a posição preliminar de que os SMS e os restantes serviços de dados não pertencem ao mesmo mercado do produto que a terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais?

Concordamos com a posição preliminar de que os SMS e os restantes serviços de dados não pertencem ao mesmo mercado do produto que a terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais.

Com efeito, o mercado grossista do SMS e dos dados apresentam um conjunto de características que justificam um tratamento distinto em relação à terminação de chamadas vocais.

Questão 7.21 - Concorda com a posição preliminar de que a terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais e a oferta retalhista de chamadas intra-rede não pertencem ao mesmo mercado do produto?

Pese embora existam algumas opções no mercado mais económicas face às chamadas inter-redes, concordamos que as mesmas têm um peso marginal e não são suficientes para constranger a fixação do preço de terminação das chamadas na rede móvel.

Para efeitos desta análise, terá também de se atentar o facto de que em Portugal impera o princípio do chamador-pagador, o que implica que o utilizador de um rede móvel aquando da

escolha do operador normalmente não pondera o preço das chamadas que recebe.

Nestes termos, concordamos que de facto a terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais e a oferta retalhista de chamadas intra-rede não pertencem ao mesmo mercado do produto.

Questão 7.22 - Concorda com a posição preliminar de que a terminação de chamadas vocais em redes GSM e UMTS pertencem ao mesmo mercado do produto?

Como princípio, a Vodafone concorda com a posição preliminar de que a terminação de chamadas vocais em redes GSM e UMTS pertencem ao mesmo mercado do produto.

No entanto, dado o carácter pioneiro e emergente dos serviços UMTS, consideramos que na eventualidade de a ANACOM optar por submeter o mercado de terminação de chamadas vocais em redes individuais a regulamentação *ex ante*, devem os serviços de terminação de chamadas vocais em redes UMTS ser excluídos.

Esta ressalva assenta no facto de a sujeição a regulamentação *ex ante* de serviços como os serviços UMTS se afigurar totalmente prematura, inadequada e contraproducente para o arranque e desenvolvimento dos serviços num ambiente concorrencial.

Esta questão é tratada na Directiva-Quadro e nas Orientações da Comissão, donde decorre que não devem ser sujeitos a uma regulamentação *ex ante* inadequada os novos mercados, na medida em que uma imposição prematura de obrigações regulamentares pode "(...) *influenciar indevidamente as*

condições da concorrência que se desenham num mercado novo e emergente”.

Questão 7.23 - Concorda que o mercado geográfico relevante para analisar os serviços incluídos neste agrupamento de serviços corresponde à dimensão de cada uma das redes móveis consideradas?

A ser definido como mercado produto relevante o mercado grossista de terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais, então o mercado geográfico relevante para analisar os serviços incluídos neste agrupamento de serviços deve circunscrever-se a cada uma das redes móveis.

Realçamos, porém, que no contexto da análise e definição de mercados em curso se a ANACOM chegar à conclusão que o mercado grossista de terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais é um mercado susceptível de regulação *ex-ante* e, nessa medida, decidir impor obrigações regulamentares, a dimensão das redes de cada um dos operadores de comunicações móveis afigura-se-nos completamente irrelevante.

E isto porque a imposição de obrigações regulamentares deve basear-se única e exclusivamente na natureza do problema de concorrência identificado, devendo, por conseguinte, as medidas correctivas ser proporcionais e justificadas para resolver o problema específico num mercado considerado como não sendo efectivamente concorrencial, para o que nada releva a dimensão da rede alvo dessas medidas.

Questão 7.24 - Indique outros serviços que considere necessário analisar em termos de substituíbilidades para garantir uma correcta definição do mercado relevante 16.

Como foi já anteriormente exposto, o mercado dos serviços móveis perfila-se como um mercado global de carácter nacional, devendo incluir, portanto, toda a linha de serviços prestada pelos operadores de redes móveis.

No entanto, partindo do pressuposto de que o mercado relevante é o mercado grossista da terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais, somos de opinião que na linha do previsto na Recomendação da Comissão, este deve incluir tão somente a terminação de chamadas vocais.

Questão 7.25 - Tendo presente os critérios e indicadores de substituíbilidade do lado da oferta apresentados no ponto 2.3.1.3 do Capítulo 3 da Consulta Pública, indique os operadores que poderão satisfazer os referidos critérios em relação à oferta dos serviços considerados neste capítulo nos pontos 4.1.1 a 4.1.5.

Os critérios e indicadores de substituíbilidade do lado da oferta pretendem aferir a possibilidade de outros fornecedores, que não oferecem o serviço em questão, alterarem imediatamente ou a curto prazo, em resposta a um aumento de preços, a sua linha de produção sem incorrerem em custos suplementares significativos, caso em que terão de ser ponderados e levados em linha de conta os custos globais de mudança da produção e os requisitos legais e regulamentares susceptíveis de impedir uma entrada atempada no mercado relevante.

Ora, considerando que no mercado dos serviços móveis, todos os operadores de comunicações móveis prestam os serviços identificados nos pontos 4.1.1. a 4.1.5., consideramos que a questão não se coloca, porquanto não existem as pressões concorrenciais a que acima se fez alusão.

Questão 7.26 - Tendo presente os critérios sobre a identificação de mercados susceptíveis de regulação ex-ante apresentados no ponto 2.3.4 do Capítulo 3 da Consulta Pública, indique se considera que os mercados relevantes definidos satisfazem os três critérios cumulativos.

Reiteramos, antes de mais, que a posição de princípio da Vodafone é a de que o mercado de terminação grossista das chamadas vocais em cada rede móvel individual integra o mercado global dos serviços de comunicações móveis prestados pelos operadores de redes móveis.

A segmentação artificial do mercado que a ANACOM se propõe fazer no decurso desta análise irá inexoravelmente redundar na definição de mercados relevantes de âmbito extremamente reduzido, relativamente aos quais será naturalmente mais difícil argumentar que os três critérios a que deverá obedecer a identificação dos mercados susceptíveis de regulação ex ante não estão reunidos.

Nessa medida, entende a Vodafone que a segmentação que aqui é proposta não se coaduna com o princípio da regulação mínima em que assenta todo o novo figurino legal e regulamentar, uma vez que pode redundar na aplicação de regulamentação ex ante em mercados efectivamente concorrenciais, sem problemas de dominância.

Não obstante, tendo presentes os princípios que subjazem ao novo quadro legal e os três critérios cumulativos de que depende a sujeição de um mercado a regulação *ex ante*, justifica-se, de qualquer forma, levar a cabo o exercício de saber se os mercados identificados no ponto 4.3 da Consulta Preliminar são efectivamente mercados susceptíveis de regulamentação *ex ante*, o que, na nossa opinião, não se verifica.

A Recomendação identifica os mercados de produtos e serviços no sector das comunicações electrónicas cujas características poderão justificar a imposição de obrigações regulamentares previstas nas Directivas específicas, salientando, para o efeito, que tais mercados deverão preencher os critérios cumulativos identificados no ponto 4.4. da Consulta

Estipula a Recomendação que *"(...) A identificação de um mercado para análise não significa, por si só, que esse mercado exige uma intervenção regulamentar. As ARN apenas impõem medidas correctivas quando constatarem a ausência de concorrência efectiva nesse mercado. Mesmo nesse caso, há que ponderar atentamente qual a medida correctiva a aplicar. O novo quadro regulamentar é muito flexível (...). Ao impor uma obrigação específica a uma empresa com poder de mercado significativo, a ARN tem de demonstrar que a obrigação em causa se baseia na natureza do problema identificado e é proporcionada e justificada à luz dos objectivos básicos da ARN, descritos na Directiva-Quadro"*.

O princípio chave que preside ao novo quadro legal e regulamentar vigente é o de que a regulação *ex ante* apenas deverá ser imposta nos casos em que não exista concorrência

efectiva, ou seja, em mercados em que exista uma ou mais empresas com um poder de mercado significativo e em que os mecanismos disponíveis em matéria de legislação da concorrência não se afiguram suficientes para fazer face ao problema eventualmente existente.

Nesta medida, a imposição de uma obrigação regulamentar específica pressupõe necessariamente que a mesma é justificada, adequada e proporcionada em relação à natureza do problema identificado, afigurando-se, por isso, indispensável para a resolução do problema.

De acordo com o novo quadro legal vigente acima sumariamente exposto, "Poder de Mercado Significativo" deve ser considerado equivalente ao conceito de domínio, tal como foi definido pela jurisprudência do Tribunal de Justiça e do Tribunal de Primeira Instância das Comunidades Europeias, tendo uma empresa PMS se, individualmente ou em conjunto com outras, usufruir de uma posição de domínio, ou seja de uma posição de força económica que, até um certo ponto, lhe permita comportar-se independentemente dos concorrentes, dos clientes e, em última instância, dos consumidores.

A este propósito cumpre salientar que o Tribunal de Justiça das Comunidades (*United Brands vs Comissão Europeia* (Caso 27/76, [1978] ECR 207, ponto 65)) definiu que "*A posição de domínio referida no Artigo 82º refere-se a uma posição de força económica usufruída por uma empresa que lhe permite evitar a manutenção de concorrência efectiva no mercado relevante, uma vez que lhe confere o poder de, até um certo ponto, comportar-se independentemente dos seus concorrentes, dos clientes e, em última instância, dos consumidores.*"

Em casos subsequentes, o Tribunal de Justiça das Comunidades adoptou definições semelhantes e salientou que “(...) a liberdade de acção é a característica especial de uma posição de domínio (...)” (*Hoffmann-La Roche v Comissão Europeia* (Caso 85/76 [1979] Tribunal de Justiça 461, ponto 41), donde se conclui, portanto, que uma empresa que não tenha liberdade de acção também não tem uma posição de domínio, mesmo que tenha uma quota de mercado elevada, ou seja monopolista no mercado relevante.

Na verdade, muito embora cada operador móvel seja, por força das circunstâncias, monopolista no mercado grossista da terminação de chamadas vocais em cada rede individual, é inequívoco que nenhum dos operadores de redes móveis tem uma posição de força económica que lhes permita comportarem-se independentemente dos concorrentes, dos clientes e, em última instância, dos consumidores.

Com efeito, e como acima já referimos, no mercado em questão os preços praticados pelos operadores móveis são fixados a um nível que lhes permita angariar novos clientes e manter a sua base de clientes, manter a rendibilidade razoável sobre os custos resultantes dos investimentos na rede e dos serviços de interligação prestados, assegurar a eficácia e eficiência da actividade prestada, promover uma concorrência sustentável no mercado das comunicações móveis e maximizar os benefícios do consumidor.

Assim sendo, a fixação das tarifas de terminação não é independente e incondicional, assentando sempre na análise prévia da eventual resposta competitiva dos demais

intervenientes no mercado e da reacção dos clientes e do consumidores em geral.

Parece-nos, por isso, evidente que no mercado da terminação de chamadas vocais em cada rede individual não existe propriamente um problema de "dominância", na acepção acima referida, e que a existir alguma ineficiência a mesma decorre da estrutura e do próprio funcionamento do mercado de terminação de chamadas nas redes móveis.

Ora, devendo a análise dos mercados relevantes, de acordo com a Recomendação, ser feita em estreita correlação com a verificação de posições dominantes e não existindo no mercado em análise qualquer situação de "dominância", não se justifica, e nem sequer se coaduna com o normativo legal nacional e comunitário vigente, considerar que este mercado é relevante para efeitos de regulação *ex ante*.

Realçamos que as obrigações regulamentares destinam-se a sanar situações em que o mercado não é concorrencial, fruto da existência de empresas com poder de mercado significativo, e não para tratar outras situações particulares e inerentes à própria estrutura do mercado, como acima evidenciámos.

Por fim, concluindo a ANACOM que este mercado relevante é susceptível de regulação *ex ante*, dado o dinamismo que caracteriza estes mercados é importante definir o horizonte temporal dentro do qual se enquadra a análise do mercado grossista da terminação de chamadas vocais nas redes móveis individuais, sob pena do exercício efectuado pela ANACOM se tornar rapidamente precário e infundado.

Estando a revisão da Recomendação sobre Mercados Relevantes prevista para Junho de 2004 e tendo em conta que a revisão anterior demorou dois anos a ser efectuada, a Vodafone sugere que a análise da ANACOM se enquadre num horizonte temporal de aproximadamente três anos.

Questão 7.27 - Tendo presente os critérios sobre a identificação de mercados susceptíveis de regulação ex-ante apresentados no ponto 2.3.4 do Capítulo 3 da Consulta Pública que outros serviços/mercados considera poderem satisfazer os três critérios cumulativos.

Nenhum.

Questão 7.32 - Tendo presente os critérios e os indicadores apresentados no ponto 3.1 do Capítulo 3 da Consulta Pública, sobre dominância individual, indique se considera que, face à definição do mercado proposta no ponto 4.3 do presente documento, se encontram reunidas as condições para identificar este tipo de dominância nos mercados grossistas de terminação em redes móveis individuais, e que operadores, poderão beneficiar de poder de mercado significativo.

Partindo do pressuposto que a ANACOM considera que o mercado relevante é o mercado grossista da terminação de chamadas vocais em redes móveis individuais, há que aferir se os operadores de redes móveis, e em particular a Vodafone, têm poder de mercado significativo nos mercados grossistas de terminação em redes móveis individuais.

Tendo presente a definição de PMS constante da lei e da jurisprudência comunitária (decisões do Tribunal de Justiça,

do Tribunal de Primeira Instância das Comunidades Europeias e da Comissão Europeia) a que acima se fez referência e as características inerentes a este mercado, a Vodafone é de opinião que nenhum dos operadores de redes móveis tem uma posição de força económica que lhes permita comportarem-se independentemente dos concorrentes, dos clientes e, em última instância, dos consumidores.

Em virtude da estrutura do mercado e das suas características, a Vodafone, tal como qualquer outro operador de rede móvel, para manter uma posição de vantagem concorrencial, não tem outra alternativa senão manter as tarifas de terminação a um nível que lhe permita ser globalmente competitiva, sob pena de colocar em risco a sua capacidade competitiva (inovação tecnológica e carácter diferenciado das suas ofertas), o cumprimento dos planos de negócios, a rendibilidade do capital aplicado e a eficácia e eficiência da nossa actividade.

Portanto, é por demais evidente que a Vodafone não usufrui nem pode vir a usufruir da liberdade de acção que caracteriza uma posição de domínio, tal como definida pela jurisprudência do Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias, na medida em que não actua independentemente dos seus concorrentes, dos clientes e dos consumidores. Aliás, o seu comportamento está significativa e sustentadamente condicionado pelas eventuais reacções de todos aqueles intervenientes neste mercado.

A este propósito cumpre referir que nos últimos anos temos assistido a uma evolução dos preços de terminação de chamadas de voz nas redes móveis nacionais com o objectivo de



assegurar que a remuneração que os operadores recebem pelo serviço prestado de terminação de chamada seja sempre a mesma, independentemente da origem dessa chamada ser nacional ou internacional, fixa ou móvel.

Mais recentemente, como é do vosso conhecimento, a Vodafone iniciou um processo de redução do seu preço médio de terminação para chamadas originadas em redes fixas nacionais que conduzirá ao alinhamento dos preços a praticar com qualquer origem (fixa e móvel, nacional e internacional).

Consideramos que este ajustamento progressivo é saudável para o mercado, porque vem corrigir distorções de preços, com raízes históricas, que não fazem sentido num mercado liberalizado e concorrencial, permitindo concomitantemente combater práticas lesivas dos interesses dos operadores e dos seus clientes como o encaminhamento internacional de chamadas com destino às redes móveis nacionais.

Em suma, a Vodafone considera que não se encontram reunidas as condições para identificar este tipo de dominância nos mercados grossistas de terminação em redes móveis individuais e que, por isso, os respectivos operadores não beneficiam de PMS.

Se a ANACOM concluir que existe dominância nos mercados grossistas de terminação em redes móveis individuais e designar os operadores de comunicações móveis com PMS nos respectivos mercados, esta situação terá um efeito completamente adverso e oposto ao propósito do novo regime, na medida em que iria enfraquecer a capacidade competitiva

dos operadores e comprometer a rendibilidade dos investimentos realizados nas redes e serviços de comunicações

Questão 7.35 - Na sua opinião, e tendo em conta as obrigações indicadas no novo quadro regulamentar e os princípios a que está sujeita a sua aplicação, indique que obrigações seriam adequadas para resolver eventuais falhas de mercado associadas à oferta e à procura dos serviços incluídos no mercado referido no ponto 4.3. do presente documento.

A abordagem do novo quadro visa, por um lado, limitar a regulação aos mercados que não sejam competitivos e onde sejam identificadas posições dominantes e, por outro, eliminar a regulação sempre que possível, de molde a permitir que o mercado funcione livremente de acordo com as leis da concorrência.

Ademais, um dos objectivos essenciais do novo quadro regulamentar consiste em melhorar os benefícios para os utilizadores e consumidores em termos de escolha, preço e qualidade, promovendo e garantindo uma concorrência efectiva.

Em conformidade com o que acima se referiu, as eventuais particularidades ou ineficiências deste mercado não residem na falta de competitividade, nem resultam da dominância individual dos operadores, mas sim da própria estrutura do mercado.

Ora, destinando-se as obrigações indicadas no novo quadro regulamentar a fazer face a problemas de dominância registados no mercado relevante e não existindo no mercado em análise um problema de dominância, a imposição de obrigações

regulamentares afigura-se-nos completamente desadequada e pernicioso para o bom funcionamento do mercado dos serviços m3veis e por3 em causa o cumprimento dos princ3pios objectivos do novo quadro regulamentar.

N3o obstante, e sem preju3zo do que acima e referiu, se n3o for este o entendimento sustentado pela ANACOM e esta entidade considerar que existe de facto um problema de domin3ncia nos mercados vertentes, defendemos, em primeiro lugar, que dever3 ser levado a cabo um escrut3nio econ3mico exaustivo no qual sejam ponderados os custos e benef3cios da interven3o regulamentar. S3 desta forma se garante que a medida regulamentar a adoptar corrige o problema identificado e comporta benef3cios que compensam, em larga medida, as eventuais desvantagens da interven3o regulamentar.

Em segundo lugar, sendo as tarifas de termina3o um instrumento fundamental para garantir a capacidade competitiva dos operadores e assegurar o cumprimento dos seus compromissos, as obriga3es regulamentares que venham a ser impostas aos operadores de comunica3es moveis, se e na medida em que venham a ser designados com PMS, devem ser adequadas, proporcionais e justificadas.

Em terceiro lugar, somos de opini3o que as obriga3es regulamentares a aplicar devem incidir t3o s3 e apenas nos servi3os de termina3o das chamadas originadas na rede fixa, devendo a interven3o regulamentar pautar-se, acima de tudo, por princ3pios da n3o discrimina3o e proporcionalidade.

Em quarto lugar, 3 de extrema import3ncia garantir que a interven3o regulamentar n3o abranger3 os servi3os de

terminação de chamadas vocais em redes UMTS, por forma a proporcionar o arranque e o desenvolvimento dos serviços num ambiente concorrencial. Acrescente-se, finalmente, que o preço para a terminação de uma chamada 3G não deve estar condicionado ao preço dos serviços de terminação móvel 2G.

Finalmente, aproveita-se este contexto para sublinhar que face à atipicidade deste mercado, se a entidade reguladora optar por impor medidas regulamentares *ex ante*, uma das alternativas viáveis e menos perniciosas para o mercado em geral seria a imposição de preços médios máximos de terminação nacional na rede móvel para chamadas originadas em terminais fixos.

A fixação desse preço médio máximo deve assentar nas melhores práticas de entre os países em estádios de desenvolvimento semelhantes no mercado das comunicações, com um ambiente regulamentar idêntico, em que o perfil de tráfego e duração das chamadas de referência para essa análise seja semelhante ao nosso.

A este propósito, gostaríamos de sublinhar que muito embora as estruturas de custos entre os operadores possam ser potencialmente diferentes, fruto da evolução tecnológica (frequentemente as redes construídas mais tarde são desenvolvidas a custos mais baixos e com um maior número de funcionalidades, o que compensa os habituais efeitos de entrada tardia no mercado) e do diferente desenho e topologia de cada uma das redes, a aplicação dessas medidas não pode redundar no tratamento discriminatório dos operadores, sob pena de o efeito ser justamente inverso àquele que se



pretende com este tipo de medidas (i.e. excesso de regulação).