

**Ao**  
**Conselho de Administração do**  
**ICP–Autoridade Nacional de Comunicações**  
**Av. José Malhoa, 12**  
**1099-017 Lisboa**

**N/ Ref<sup>a</sup>.** Anacom\_BL\_JC20080811\_Mercados4\_5

Lisboa, 11 de Agosto de 2008

**Assunto:** Mercados de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo e de fornecimento grossista de acesso em banda larga

Exmos. Senhores,

A Vodafone Portugal- Comunicações Pessoais SA (“Vodafone”) tem vindo a realizar investimentos significativos na oferta de serviços de banda larga fixa suportados nas ofertas reguladas do Grupo PT afirmando-se como uma das principais dinamizadoras da oferta destes serviços no mercado português.

A existência de condições que permitam incrementar a contestabilidade do mercado, através do acesso à infra-estrutura da rede de telecomunicações e da eliminação de práticas com base em obrigações de transparência e não discriminação, mas também numa vigilância permanente do regulador, com o objectivo de actuar sobre práticas lesivas da concorrência, operacionais ou comerciais, são imprescindíveis para que o mercado português se mantenha apelativo ao investimento, com benefícios para a economia e para os consumidores.

A Vodafone acompanha, assim, a análise do mercado sob consulta (doravante designado por “Consulta”) apresentada pelo ICP-ANACOM com extrema atenção, apresentando os seus comentários no documento anexo à presente carta.

Com os nossos melhores cumprimentos,

João Canilho

Direcção de Regulação e Relações com os Operadores

**Comentários**  
**da**  
**Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais, S.A. à**  
**Análise dos mercados de**  
**Fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo**  
**e de**  
**Fornecimento grossista de acesso em banda larga**

## **INDÍCE**

### **I. NOTA PRÉVIA**

### **II. INTRODUÇÃO**

### **III. COMENTÁRIOS DA VODAFONE À ANÁLISE DE MERCADOS**

**1 – Definição de Banda Larga**

**2 – Definição do mercado geográfico**

**3 – Avaliação de PMS no mercado de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo**

**4 – Avaliação de PMS no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga**

**5 – Imposição de obrigações no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga**

### **IV. CONCLUSÃO**

## I. NOTA PRÉVIA

Os comentários ora enviados constituem a posição da Vodafone sobre a consulta em apreciação, podendo sofrer alterações em virtude de uma evolução das condições do mercado ou de novas decisões ou projectos de decisão que o ICP-ANACOM venha futuramente a aprovar, neste contexto ou noutro, com ele directa ou indirectamente relacionado. A informação confidencial encontra-se devidamente identificada a negrito e entre parêntesis rectos.

## II – INTRODUÇÃO

A existência de um mercado competitivo na oferta de serviços em banda larga fixa é essencial à concretização dos objectivos da Sociedade da Informação e do Conhecimento que passam pela modernização económica e social do país, nomeadamente pelas alterações profundas que traz ao nível da produtividade das empresas e conhecimento dos cidadãos.

O ICP-ANACOM, como entidade reguladora do sector das comunicações electrónicas, deve assegurar a existência de mercados competitivos através da criação e definição das medidas regulamentares apropriadas e potenciadoras do desenvolvimento do mercado dos serviços em banda larga, resultante de uma regulação promotora do investimento através de um quadro de certeza e estabilidade regulatória.

A Vodafone realizou, nos últimos 12 meses, investimentos significativos no mercado da oferta de serviços em banda larga fixa, que lhe permitem estar actualmente co-instalada em **[Início de Informação Confidencial – IIC]** **[Fim de Informação Confidencial – FIC]** e prestando serviço a **[IIC]** **[FIC]**.

A Vodafone vê com preocupação que o mercado nacional da banda larga fixa seja caracterizado pela dominância retalhista de uma entidade que, em simultâneo, controla a infra-estrutura de acesso, criando condições para a existência de barreiras à entrada somente ultrapassáveis se o quadro regulamentar e político sinalizar, de forma clara e inequívoca, a sua vontade de que o mercado, como um todo, seja competitivo.

### III – COMENTÁRIOS DA VODAFONE À ANÁLISE DE MERCADOS

#### 1 – Definição de Banda Larga

A Consulta refere o carácter evolutivo do conceito de banda larga, suportando-se na Recomendação da Comissão Europeia sobre mercados relevantes de produtos e serviços susceptíveis de regulação *ex-ante* (doravante designada por “Recomendação”) em que os serviços em banda larga são caracterizados por débitos finais ascendentes superiores a 128 Kbps<sup>1</sup>.

A Vodafone considera que as ofertas retalhistas disponíveis nos diversos mercados nacionais a nível europeu mostram que a utilização do referido débito como referência se encontra hoje desajustada da realidade. O próprio ICP-ANACOM refere, aliás, que a oferta mais utilizada pelos consumidores, ou largura de banda de referência, se encontra actualmente nos 4 Mbps<sup>2</sup> e um estudo da ADSLNet publicado em Espanha, em Agosto do presente ano, indicava que a velocidade média da largura de banda média é de 3.6Mbps.

Partindo, tal como estipulado pela metodologia de análise de mercado da Recomendação, pela caracterização dos mercados retalhistas num período temporal, bem como da sua segmentação regional, para análise da eventual existência de Poder de Mercado Significativo (PMS) o ICP-ANACOM vai fazendo várias referências, ao longo da caracterização do mercado, à dimensão que a oferta de banda larga móvel tem em Portugal.

A Vodafone é igualmente da opinião que a banda larga móvel tem características de débito e utilização que não a tornam comparável com a banda larga fixa nem constituem um verdadeiro substituto desta.

Com efeito, o débito de um acesso por ondas de rádio não pode ser equiparado a um débito associado a um meio de propagação com as características do cobre ou da fibra. Estes últimos, por serem meios mais propensos à transmissão de sinais, terão sempre, com as tecnologias actuais, capacidade de maiores débitos que o primeiro, proporcionando aos clientes uma qualidade de serviço mais elevada.

Adicionalmente, quanto maior o número de clientes que estiver a utilizar a Banda Larga Móvel de uma determinada zona, menor será o débito disponível e a qualidade de serviço para cada utilizador. Acresce que o

---

<sup>1</sup> A ARCEP, regulador francês, considera na sua decisão nº 2008/0836 de 24 de Julho que a banda larga se caracteriza por um débito igual ou superior a 512 Kbps - [http://www.arcep.fr/uploads/tx\\_gsavis/08-0836.pdf](http://www.arcep.fr/uploads/tx_gsavis/08-0836.pdf)

<sup>2</sup> Texto da Consulta página 18.

factor distância (da central ou da antena consoante o caso), como atenuador do débito máximo, tem maior relevância na Banda Larga Móvel do que na fixa. Estas diferenças nas características físicas têm consequências directas no portfólio de serviços que podem ser prestados, na qualidade com que são prestados e, fatalmente, nos custos e preço final para o cliente. A título de exemplo podemos referir que **[IIC]**

## **[FIC]**

Não obstante o débito de referência da Recomendação acima referido, não se pode aceitar que o conceito de banda larga, para efeitos da presente análise do mercado, seja suportado exclusivamente na possibilidade de acesso à Internet, como é referido na página 35 da Consulta. Destaque-se que outras Autoridades Reguladoras Nacionais (ARN), como a francesa, consideram, na sua análise de mercado, o acesso por cabo, satélite, WiFi e até a rede de distribuição eléctrica, mas nunca os acessos móveis 3G<sup>3</sup>. Assim, a análise do mercado de banda larga deve distinguir-se, não apenas pelos débitos elevados, mas igualmente pela possibilidade de os serviços suportarem de forma contínua o acesso a serviços diversificados, nomeadamente *streaming* de vídeo ou ofertas *triple-play* com difusão de canais de TV em IPTV, por exemplo, impossíveis de obter sobre banda larga móvel.

Adicionalmente, e como o ICP-ANACOM sabe, a definição de cliente de banda larga móvel por si estabelecida e que deu origem ao número apresentado na Tabela 5 da Consulta - 1.439 milhões de clientes, em final de 2007 - inclui qualquer utilizador que alguma vez tenha efectuado uma sessão PDP de acesso à Internet desde o lançamento comercial do serviço, ainda que por engano ou mesmo que nunca mais tenha estabelecido qualquer tipo de comunicação....

Os números apresentados na tabela 6 da Consulta mostram que o número de utilizadores no mês reportado é menos de metade dos utilizadores da Tabela 5, constituindo esta uma aproximação mais realista ao universo de utilizadores de serviços 3G (sessões PDP de acesso à Internet).

Ainda assim, mesmo os números da Tabela 6 - ao incluírem sessões estabelecidas através do telemóvel – devem considerar-se inadequados, uma vez que este perfil de utilização (curta duração, esporádico e de pouco tráfego) é completamente distinto do perfil de um utilizador de banda larga fixa ou de uma utilização através de placa móvel. Pela metodologia de contagem de clientes e pelas características do tráfego 3G estabelecido, o

---

<sup>3</sup> ARCEP, decisão n° 2008/0836 de 24 de Julho - [http://www.arcep.fr/uploads/tx\\_gsavis/08-0836.pdf](http://www.arcep.fr/uploads/tx_gsavis/08-0836.pdf)

número de clientes que consta quer da Tabela 5 quer da Tabela 6 não podem ser considerados para efeitos da presente análise de mercado.

Caso o ICP-ANACOM considere somente o número clientes com um contrato que lhes permite estabelecer sessões através de placas PCMCIA ou dispositivos USB ligados a computadores pessoais, isto é, as sessões sobre rede 3G cuja experiência para o cliente, somente para o acesso à internet, pode ser comparada (embora com as limitações anteriormente referidas) com um acesso em banda larga fixa, o número obtido corresponde somente a **[IIC]** **[FIC]**.

A Vodafone considera assim completamente desajustada a possibilidade de, actualmente, os acessos em banda larga móvel serem incluídos no mercado relevante constituído pelos acessos em banda larga fixa, concordando com a conclusão do ICP-ANACOM.

Mesmo numa análise prospectiva do mercado retalhista, considerando a evolução esperada de aumento de débitos passíveis de serem alcançados em serviços suportados sobre Novas Redes de Acesso (NRA), assistir-se-á ao alargamento do diferencial de débitos e, em consequência, a um afastamento entre o tipo de serviços suportados em banda larga fixa e em banda larga móvel, pelo que a Vodafone não antevê sequer que, num futuro próximo, ambas as tecnologias possam vir a integrar um mesmo mercado.

## **2 – Definição do mercado geográfico**

A análise geograficamente segmentada dos mercados, para a determinação da existência, ou não, de PMS (Poder de Mercado Significativo) nesse mercado geográfico, deve ser feita ao abrigo das normas regulamentares relevantes, devendo considerar-se não somente a análise histórica do mercado como também uma análise prospectiva que incorpore as dinâmicas do mercado do ponto de vista da tecnologia e da posição futura de cada actor.

A análise do ICP-ANACOM parte de uma divisão do país com base em Pontos de Atendimento (PA), da observação sobre o número de entidades presentes na área de cada um desses pontos de atendimento e da percentagem de alojamentos cablados pelo principal operador de cabo do concelho para estabelecer uma divisão em duas áreas (“C” e “NC”).

A Vodafone não considera que a identificação de um conjunto de PAs e a existência de pelo menos um operador co-instalado para a oferta de OLL e pelo menos um fornecedor de serviços sobre cabo em que o Grupo PT tenha uma quota de mercado inferior a 40% sejam critérios suficientes ou estáveis para justificar uma diferenciação geográfica do território.

Na análise do mercado grossista, tratando-se de um mercado para serviços de comunicações electrónicas acessíveis em local fixo, a análise da substituíbilidade pelo lado da procura não é relevante para definir a dimensão geográfica do mercado uma vez que a prestação de um serviço a um cliente num determinado local não pode ser feita através de serviços grossistas situados numa área distinta. Não havendo possibilidade de substituir uma forma de acesso a um nível local, a sua substituição, isto é, a alternativa, será feita através de um serviço grossista disponível num nível mais elevado da estrutura de rede, prestado a nível nacional. Por esta razão deve considerar-se a substituíbilidade pelo lado da oferta e analisando se um operador que adquire um serviço grossista numa determinada área tomará a decisão de entrar numa área vizinha caso se observe uma subida dos preços relativos. A análise de mercado deixa, assim, de incidir sobre a área em que o beneficiário da oferta grossista se encontra já presente tendo que ser alargada à área onde ainda não opera.

O que os dados de mercado, publicados pelo ICP-ANACOM, demonstram é que, considerando como ponto de partida para a análise de mercado que o Grupo PT detém uma rede nacional e opera a nível nacional, se observa sempre que os operadores alternativos que oferecem serviços sobre OLL cobrem geograficamente o país com um nível de atraso face à presença do operador incumbente.

Observe-se, a este propósito, a conclusão do regulador francês que definiu o mercado de fornecimento grossista de serviços em banda larga como o mercado nacional por considerar que o desenvolvimento das redes e a necessidade de considerar uma abordagem prospectiva não lhe permitiam determinar uma partição do território francês em dois ou mais sub-mercados distintos<sup>4</sup>. No mesmo sentido vai a conclusão do Conselho da Concorrência francês, sobre a segmentação geográfica daquele mercado no âmbito da análise ao Mercado 05/2007<sup>5</sup>, onde se refere que *"(...) a expansão da desagregação por parte dos operadores alternativos (...) não (...) permite determinar, neste estágio, uma eventual segmentação do território nacional em dois ou mais sub-*

---

<sup>4</sup> ARCEP, decisão n.º 2008/0836 de 24 de Julho, página 17 - [http://www.arcep.fr/uploads/tx\\_gsavis/08-0836.pdf](http://www.arcep.fr/uploads/tx_gsavis/08-0836.pdf)

<sup>5</sup> Decisão n.º 2008/0836 de 24 de Julho da ARCEP, Página 64 - [http://www.arcep.fr/uploads/tx\\_gsavis/08-0836.pdf](http://www.arcep.fr/uploads/tx_gsavis/08-0836.pdf) - Tradução da Vodafone Portugal, Comunicações Pessoais, SA



*mercados distintos (...)*, concluindo-se pela dimensão nacional de um mercado com diversas alternativas de acesso à France Telecom em fibra e cabo e com níveis de desenvolvimento e penetração dos serviços em banda larga significativamente superiores ao português.

Ora a Vodafone considera que a análise feita pelo ICP-ANACOM não reflecte a realidade subjacente à dimensão nacional da rede e presença nacional de mercado do Grupo PT e não incorpora uma análise prospectiva do mercado com base na alteração tecnológica e de topologia de rede em curso.

**a) Dimensão nacional e quota de mercado do Grupo PT nas áreas “C”**

A análise do ICP-ANACOM não contempla dois aspectos importantes que permitam interpretar a quota de mercado actual e a dinâmica de ganho de quota do Grupo PT.

Por um lado o controlo, até muito recentemente, da então designada PT Multimédia permitiu ao Grupo PT concentrar naquela operação quer a oferta de serviço de distribuição de TV paga quer a oferta de serviço em banda larga sobre a rede de cabo nas regiões cobertas por aquela empresa. A oferta do serviço em banda larga sobre DSL, designado por SAPO, bem como a oferta do serviço a clientes empresariais era feito por outras empresas do Grupo. O serviço SAPO, embora tendo cobertura nacional, constituía um produto mais vocacionado para as zonas em que a PT Multimédia não estava presente e para segmentos de clientes que procuravam um débito mais baixo.

A menor quota de mercado do actual Grupo PT num conjunto de áreas não resulta assim de uma dinâmica concorrencial passada mas tão só do processo de cisão recente da PT Multimédia em relação àquele Grupo. A análise do ICP-ANACOM tem que, complementarmente, indicar não só a entidade com maior quota de mercado em cada MDF (que na larga maioria das situações será a empresa anteriormente controlada pelo Grupo PT) mas também a sua diferença de quota actual face ao Grupo PT.

Importa ainda referir que, apesar de um operador alternativo poder estar co-instalado num PA de uma determinada zona geográfica e deter uma quota relevante nessa unidade MDF, esse facto não se traduz necessariamente na existência de uma quota relevante na região/local onde opera, dado que existe um conjunto de unidades remotas e PAs, cujo número e dimensão os operadores alternativos desconhecem (dado que a PTC não disponibiliza a informação), que não permitem a co-localização nestes espaços, constituindo deste modo uma barreira à entrada neste mercado.

Por outro lado, e tal como as estatísticas divulgadas pelo ICP-ANACOM demonstram, o crescimento do mercado de banda larga fixa em Portugal está, a nível nacional, a ser suportado essencialmente na tecnologia ADSL.

**Tabela nº1**

	1T07	2T07	3T07	4T07	1T08
<b>Total de Acessos de Banda Larga</b>	<b>1.506.949</b>	<b>1.551.756</b>	<b>1.602.745</b>	<b>1.560.151</b>	<b>1.560.773</b>
Acessos ADSL	941.450	966.339	1.006.138	938.645	914.244
Acessos Cabo	557.377	576.263	585.066	605.799	626.807
Outros	8.122	9.154	11.541	15.707	19.722

Unidade: 1 acesso

	1T07	2T07	3T07	4T07	1T08
<b>% Acessos de Banda Larga por Tecnologia</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Acessos ADSL	62,5%	62,3%	62,8%	60,2%	58,6%
Acessos Cabo	37,0%	37,1%	36,5%	38,8%	40,2%
Outros	0,5%	0,6%	0,7%	1,0%	1,3%

Fonte: Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet – 1º trimestre de 2008, Anacom

Tendo em conta a introdução no mercado, desde 2007, de novas ofertas suportadas em banda larga, em particular por parte da PTC, importa analisar o seu efeito na quota de mercado do ainda operador dominante e a sua projecção para os anos seguintes.

Analisando os dados publicados nos relatórios de resultados do Grupo PT<sup>6</sup>, verifica-se que, dado toda a infra-estrutura de suporte ao ADSL pertencer à PT Comunicações, a sua quota de mercado na parte grossista é de 100% e que a quota no mercado retalhista se situa acima dos 60%.

<sup>6</sup> Disponíveis em <http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Investidores/infofinanceira/reltrim/restrim.htm>

## **Tabela nº2**

(Milhares de acessos)

	<b>4T06</b>	<b>1T07</b>	<b>2T07</b>	<b>3T07</b>	<b>4T07</b>	<b>1T08</b>
ADSL retalho	685	701	715	741	652	657
Lacetes Locais desagregados	196	218	244	267	291	320
ADSL Wholesale	65	65	64	63	62	60
<b>Quota ADSL retalho</b>	<b>72,4%</b>	<b>71,2%</b>	<b>69,9%</b>	<b>69,2%</b>	<b>64,9%</b>	<b>63,4%</b>

Fonte: Relatórios de resultados do Grupo PT

Não contestando a conclusão de que a cisão que deu origem à actual ZON Multimédia é efectiva, a Vodafone não considera que, em resultado da mesma, se verifique a existência de concorrência nas áreas definidas uma vez que a quota de mercado actual nessas áreas é somente um resultado transitório entre o momento pré-cisão, e um momento do futuro próximo em que o Grupo PT, em resultado da sua dimensão e escala, consegue reforçar a sua presença de mercado de uma forma que não se encontra ao alcance dos seus concorrentes. A importância do factor escala é, aliás, destacado pelo próprio ICP-ANACOM, na análise feita às barreiras à entrada e expansão<sup>7</sup>.

### **b) Alteração tecnológica e de topologia de rede**

A análise geográfica e de PMS no mercado retalhista não contempla uma avaliação prospectiva, de dinâmica futura do mercado, de forma suficientemente aprofundada, como a avaliação da introdução de alterações à topologia de rede e da migração da rede do Grupo PT para uma nova rede de acesso IP, isto é, uma Nova Rede de Acesso (NRA).

A alteração da rede da PTC neste sentido tem vindo a ser feita, tal como a Vodafone tem vindo a chamar a atenção do ICP-ANACOM, através da remotização de lacetes de MDF para as designadas Unidades Remotas (UR) ou Pontos de Atendimento (PA) onde deixa de ser possível proceder à sua desagregação. Esta remotização, feita com o argumento da necessidade de reduzir o comprimento dos lacetes para melhorar a qualidade de serviço prestada e aumento da largura de banda oferecida, consiste já hoje numa alteração tecnológica em curso que afecta o número de lacetes cobertos por um dado MDF e traduz-se, do ponto de vista prático, na redução do mercado potencial dos operadores que concorrem com a PTC. Note-se, adicionalmente, que esta remotização não é, neste momento, comunicada pela PTC aos

<sup>7</sup> texto da Consulta, página 72.

operadores com a devida antecedência o que, para além dos problemas já referidos, o aumenta o nível de incerteza sobre o mercado endereçável nas futuras implementações de centrais para os OLL.

A criação de uma NRA, através da implementação de uma rede de acesso em fibra óptica, (salvo no que concerne a necessidade de efectuar um teste piloto em ambiente controlado numa localidade ou mercado de dimensão reduzida), dará prioridade às áreas urbanas de elevada densidade populacional, bem como a novos edifícios e novas urbanizações. Esta opção decorre da dimensão do respectivo mercado bem como da facilidade de implementação e de recuperação do investimento significativo que representa a implementação das Redes de Nova Geração (RNG) e das NRA.

Os estudos e análises económicos a que a Vodafone teve acesso apontam para a pouca probabilidade da sustentabilidade de concorrência efectiva no degrau mais alto da escada de investimento, aquele que corresponde a uma concorrência plena na rede de acesso. De facto, a mesma só parece possível a um nível muito limitado no acesso para o mercado empresarial dado o potencial de oferta de serviços com margens mais elevadas que no mercado residencial. Por esta razão, somente um operador histórico (por razões económicas, de escala e de gama bem como pela sua capacidade de reutilização da infra-estrutura) ou uma entidade detentora da Rede Nacional de Nova Geração, participada por diferentes *stakeholders* (e.g. operadores de comunicações, entidades de acesso a condutas, etc.) terão a dimensão suficiente para suportar o investimento numa NRA.

Esta situação é o resultado dos elevados níveis de investimento exigidos pela implementação de uma NRA apenas potenciados pelo princípio da escada de investimento e pela possibilidade de obtenção de retorno nos diversos níveis da cadeia de valor. Os operadores concorrentes, que actuam já no mercado da oferta de serviços em banda larga fixa poderão ser assim afastados do mercado por não conseguirem atingir o 1º degrau da escada de investimentos, assistindo-se, conseqüentemente, ao reforço da posição de mercado do Grupo PT e ao risco de regresso a uma situação de monopólio.

Do ponto de vista do mercado, não se pode considerar que os débitos possibilitados pelas NRA constituam uma ruptura, a curto e médio prazo, nos comportamentos dos clientes de serviços de telecomunicações, face àqueles oferecidos actualmente sobre as tecnologias de cabo ou DSL.

Considerando o papel preponderante que o operador histórico, e detentor da infra-estrutura de acesso sobre cobre, ou a entidade detentora da Rede Nacional de Nova Geração, terão na NRA, conclui-se que os mesmos conseguirão, através da alteração tecnológica e de topologia de rede, e, no caso da PTC, reforçar a restrição que exerce na capacidade de actuação, expansão geográfica e aquisição de clientes por parte dos seus concorrentes no mercado.

Principalmente, considera-se imprescindível que, numa fase em que a NRA já esteja num estágio de desenvolvimento mais avançado, a presente análise de mercado seja repetida, uma vez que esta rede poderá determinar uma total alteração das condições concorrenciais existentes e, seguramente, uma necessidade de reavaliação das obrigações regulamentares aplicáveis aos operadores com PMS.

A segmentação geográfica do mercado e, conseqüentemente, das obrigações regulatórias que recaem sobre o Grupo PT nos mercados em análise viria desequilibrar o enquadramento regulamentar em seu favor. O enfraquecimento das condições de concorrência em cada uma das "áreas C" traduzir-se-ia na fragilização dos operadores alternativos e, conseqüentemente, na maior dificuldade em alcançar dimensão e escala para concorrer nas restantes regiões em que não se encontrem presente, num efeito dinâmico que apenas potencia a re-monopolização da oferta de serviços em banda larga fixa.

A Posição Comum preliminar do Grupo de Reguladores Europeus sobre aspectos geográficos da análise de mercados<sup>8</sup> define as unidades geográficas com base<sup>9</sup> em i) unidades baseadas em limites administrativos ou políticos (códigos postais, concelhos, distritos) ou ii) na estrutura de rede do operador histórico, o que é aparentemente seguido pelo ICP-ANACOM na sua análise. A referida posição identifica também um conjunto de etapas a seguir numa análise geograficamente diferenciada do mercado, entre as quais a de analisar se as diferenças nas condições concorrenciais são suficientemente fortes para justificar a definição de mercados geográficos separados ou, em alternativa, se deveria considerar-se que um mercado único nacional com remédios diferenciados não seria mais apropriado.

Ora, a análise efectuada parece partir de dois pontos de partida lógicos mas redundar numa conclusão bastante contraditória com os mesmos.

---

<sup>8</sup> ERG draft Common Position on Geographic aspects of Market Analysis (definitions and remedies) – June 2008 (ERG (08) 20rev1 Draft CP on Geographic Aspects\_080707)

<sup>9</sup> Idem, página 10.

Com efeito, ao citar as Linhas de Orientação, destaca o ICP-ANACOM a relevância da existência de condições de concorrência semelhantes ou suficientemente homogêneas. Não obstante, as **condições de concorrência** não se podem confundir (i) com “os desenvolvimentos ocorridos”, i.e., o estado efectivo actual de cada região em termos de número de operadores instalados nem com (ii) a diversificação da oferta em determinados locais.

Isto porque as condições de concorrência são, quer do ponto de vista de autorização administrativa (lato senso), quer do ponto de vista de área abrangida pela rede, **absolutamente idênticas em todo o território nacional**.

Questão absolutamente distinta das condições concorrenciais geográficas é a verificação de que os pontos em que a quota de mercado do operador histórico diminuiu (por existir maior e mais diversificada oferta) também os preços do serviço de acesso em banda larga diminuíram. Aliás, na opinião da Vodafone, a referida constatação reforça a necessidade de serem mantidas intactas as obrigações regulamentares impostas à entidade com PMS em todo o mercado de fornecimento grossista de acesso, em particular, precisamente nas áreas em que esta diminuição de preços – benéfica para o interesse público - se verificou. Nestas circunstâncias, é inequívoco que a unidade geográfica apropriada deve ser o território nacional.

Na análise prospectiva do mercado, o ICP-ANACOM deveria ter analisado a alternativa de consideração do mercado geográfico como a totalidade do mercado nacional. Nesta análise, em que se mantém a designação do Grupo PT com PMS nos mercados relevantes analisados, com as obrigações regulamentares aplicáveis, caberá avaliar se o resultado obtido, do ponto de vista da criação de condições de concorrência e de um mercado concorrencial a prazo são superiores às que resultam da divisão do país em “áreas C” e “áreas NC”.

### **3 – Avaliação de PMS no mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo**

A avaliação de PMS nos mercados grossistas, além da análise prospectiva do mercado, é também suportada num conjunto de critérios particulares apresentados na análise do ICP-ANACOM, alguns dos quais merecem uma análise mais cuidada dos aspectos operacionais observados no mercado e das suas consequências nos resultados da regulação do mercado.

**a) Análise comparativa internacional (*benchmarking*)**

O ICP-ANACOM considera que esta análise não é relevante para efeitos de avaliação uma vez que os preços grossistas são impostos por intervenção regulatória.

Não obstante são apresentados gráficos comparando, para um conjunto de países, preços de instalação e de mensalidade para acessos completos e acessos partilhados.

A Vodafone considera que qualquer análise comparativa internacional sobre as condições grossistas necessárias à desagregação do lacete não pode ser limitada à simples comparação de dois preços da oferta regulada, nomeadamente mensalidade e preço de instalação.

De notar que os preços de instalação utilizados consideram apenas um único cenário de lacete activo, quando, na realidade, existem outros cenários – lacete inactivo – que representam um número significativo de clientes para os operadores activos na OLL, e cujo preço de instalação é muito superior (por ex., aos preços apresentados no gráfico que ascendem €50 ou €75 dependendo do cenário considerado). Existem ainda outras componentes de custo igualmente relevantes, nomeadamente avarias indevidas, elegibilidade duplicada, preços de testes de linha, aluguer de espaço nas centrais, acessibilidade às mesmas, etc.

Neste sentido a comparação deveria ser efectuada igualmente ao nível de outras componentes de custo relevantes, assim como ao nível da qualidade e robustez dos processos, SLAs e sistema de compensações por incumprimento existentes em cada país que assegurem um correcto cumprimento das obrigações por parte do operador incumbente.

A comparação, em termos de preços, deve considerar o conjunto de serviços facturados pela entidade regulada que contribuem para a definição final do custo dos serviços grossistas adquiridos por parte da entidade beneficiária. Devem, assim, ser incluídos o preço do espaço, transporte de sinal, energia, cabos de ligação, etc...

**b) Barreiras à entrada e à expansão e comportamentos anticoncorreciais**

A análise efectuada às barreiras à entrada e à expansão incide sobre o efeito das economias de escala e de gama necessários à expansão dos serviços de banda larga. Essa análise não pode, contudo, ser dissociada

de uma avaliação às práticas e procedimentos do Grupo PT no seu relacionamento com os clientes grossistas, e seus concorrentes no mercado retalhista, que se materializam em verdadeiras barreiras à entrada em novas áreas ou à expansão em áreas em que os operadores alternativos se encontram já co-instalados.

O ICP-ANACOM deverá assim aprofundar a sua análise com base na vasta informação detalhada que lhe é regularmente comunicada pelos operadores beneficiários das ofertas de referências, em particular aquela que se refere a:

- Constrangimentos de espaço e energia apresentados pela PTC;
- Valor dos orçamentos apresentados para ultrapassagem dos constrangimentos de espaço e energia;
- Prazos para a ultrapassagem dos constrangimentos referidos;
- Codificação e descrição das áreas de centrais e de pontos de atendimento;
- Remotização de lacetes;
- Oferta de serviço nas Regiões Autónomas;
- Procedimentos de cliente ausente;
- Intervenções conjuntas;
- Simplificação do processo de Instalação de Lacetes Não Activos (LNA), criando uma opção de os técnicos da PTC instalarem/desagregarem o lacete e concluir o trabalho ao cliente final, na mesma janela de agendamento;
- Disponibilização de resultados de testes e Nível de preços para testes;
- Práticas de preços retalhistas.

A Vodafone considera que qualquer análise ao presente mercado que não tome em consideração a actuação do operador com PMS no âmbito do cumprimento das suas obrigações regulamentares impostas e o efectivo resultado que tal actuação representa - quer ao nível do atraso no desenvolvimento de um mercado concorrencial, quer ao nível da repercussão de tais práticas no nível de preços de retalho do serviço em questão – se encontra irremediavelmente incompleta.

Com efeito, considera-se que os referidos constrangimentos ao acesso de Operadores alternativos, que resultam em barreiras sérias à entrada e, não raro, em comportamentos anti-concorrenciais, são – mais do que a análise do número de operadores instalados por regiões – **condições concorrenciais importantes** e que sempre determinariam a necessidade de imposição ao operador histórico de obrigações regulamentares mais detalhadas e exigentes.



### 3.1 – Obrigações de acesso (físico) e utilização de recursos de rede

Ao concluir pela existência de PMS nos mercados retalhistas e grossistas o ICP-ANACOM, após análise das obrigações em vigor, conclui pela manutenção de todas as obrigações que, desde 2005, recaem sobre o Grupo PT no âmbito do acesso e utilização de recursos de rede específicos.

Tal como referido ao longo do texto da análise, a oferta grossista de acesso tem contribuído significativamente para a criação de condições que permitam a operadores alternativos apresentarem ofertas concorrenciais às do Grupo PT. Essa oferta, tal como outras (ORAC, ORCA e Rede ADSL PT "RAPT"), não tem no entanto sido suficiente para permitir que a penetração da banda larga fixa em Portugal atinja níveis semelhantes aos da U.E a 15, mantendo o Grupo PT uma quota de mercado elevada quando comparada com a dos restantes operadores históricos do mesmo espaço geográfico. A oferta tem, ainda, mostrado não ser capaz de permitir aos operadores alternativos desenvolverem modelos de rentabilidade sustentáveis, facto comprovado, por exemplo, pelas decisões estratégicas de saída deste mercado por parte da Oni e da Tele 2.

Por esta razão, os "(...) *acréscimos significativos de quota de mercado retalhista (...)*"<sup>10</sup> referidos pelo ICP-ANACOM não são o resultado de ofertas reguladas especialmente favoráveis mas tão só da base de partida mais baixa que resulta de um mercado menos desenvolvido.

As dificuldades levantadas na execução das obrigações da ORALL devem assim merecer uma intervenção do ICP-ANACOM que deverá, junto dos operadores beneficiários da ORALL, apreciar as consequências dessas dificuldades no seus negócios e a restrição à entrada e expansão que as mesmas representam. Do resultado deste processo deverá resultar um conjunto significativo de melhorias processuais a incluir na ORALL que incidam em particular nas compensações por incumprimentos, acesso às centrais, transparência na informação sobre constrangimentos de acesso e co-instalação e universo de centrais PTC (independentemente de serem passíveis ou não de desagregar), comparência dos técnicos da PTC e re-agendamento de desagregação de lacetes.

---

<sup>10</sup> Texto da Consulta, página 108.

A Vodafone considera extremamente preocupantes os aspectos referidos, sem prejuízo de actuação do ICP-ANACOM noutros aspectos referidos na sua análise<sup>11</sup>. Em particular, as obrigações que recaem sobre a PTC deverão vir a permitir a possibilidade de desagregação de sub-lacetes em condições técnicas e económicas que permitam aos operadores beneficiários disponibilizar no mercado ofertas competitivas do ponto de vista do preço mas também dos serviços.

A disponibilização, a preços competitivos, de ofertas suportadas em banda larga com IPTV, com capacidade para concorrerem em termos de qualidade e preço com a oferta do Incumbente, está condicionada quer pelo elevado nível de preços de testes estabelecido na ORALL quer, para muitos clientes, pela impossibilidade de os operadores alternativos acederem a espaço e/ou desagregarem os sub-lacetes ou os lacetes remotizados pelo Grupo PT.

### **3.2 – Obrigação de transparência**

Não obstante a existência de uma obrigação de transparência e a conclusão apresentada quanto à necessidade da sua manutenção, a Vodafone considera extremamente insatisfatório o actual cumprimento desta obrigação no que diz respeito aos níveis e parâmetros de qualidade de serviço.

A reformulação da obrigação constante da ORALL é urgente, devendo obrigatoriamente passar por um quadro que incentive de facto o seu cumprimento e que terá que passar por dois aspectos essenciais:

- 1) A definição de créditos ao lesado que o compensem, de facto, pelas consequências que o incumprimento do Grupo PT trouxe à sua actividade ou à sua imagem junto dos clientes e que sejam, ao mesmo tempo, dissuasoras de futuros incumprimentos (por ex: Penalidades em caso de faltas de comparência para conclusão do serviço, penalidades decorrentes da impossibilidade da Vodafone disponibilizar o serviço aos seus clientes em zonas ULL por alegação por parte da PTC de morada inexistente, quando essa é a morada que consta da factura do cliente por serviços prestados pela PTC, etc.);
- 2) A não dependência entre a possibilidade de receber compensações por incumprimento e a necessidade de envio prévio de estimativas sobre co-localização ou da verificação da correspondência dessas estimativas com a realidade.

---

<sup>11</sup> Idem, página 111.

Ou seja, a Vodafone convida o ICP-ANACOM a analisar o montante de créditos ou compensações pagos pelo Grupo PT aos beneficiários da ORALL, face às evidências de incumprimentos por estes apresentados, e não face aos parâmetros medidos pelo próprio Grupo PT. Com efeito, a respectiva comparação entre uns números e os outros será, por si só, suficiente para aferir da insuficiência da informação analisada pelo ICP-ANACOM e da qual, aliás, este tem o ónus de retirar as devidas conclusões.

A Vodafone defende ainda a liberdade, por parte dos beneficiários, de reflectirem junto do Grupo PT os custos por eles incorridos com deslocações, sub-contratações, etc... que resultem de incumprimentos a este directamente imputáveis, ao nível da qualidade, de prazos, etc...

#### **4 – Avaliação de PMS no mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga**

A análise de mercado nas áreas diferenciadas “C” e “NC” é desadequada por, tal como já referido, uma análise prospectiva da evolução de quota de mercado bem como a ausência de alternativas grossistas, apontar para o reforço do poder de mercado do Grupo PT independentemente das áreas geográficas que o ICP-ANACOM tenha considerado.

A consideração do efeito das economias de escala e de gama, referido na análise de mercado, na actividade de um operador aponta para que essas economias beneficiam o operador de maior dimensão e, consequentemente, contribuam para o afastamento dos operadores de menor dimensão. Tendo em conta estes efeitos, o ICP-ANACOM não demonstra que as vantagens que resultam de uma segmentação geográfica do mercado e de imposição de obrigações regulamentares diferenciadas superam as vantagens da consideração de um mercado único a nível nacional.

Pelo contrário, o Grupo PT, ao ser dominante no mercado retalhista, tal como se conclui da análise, e ao ver reduzidas as obrigações regulamentares que sobre ele recaem, vê alavancada a capacidade de reforçar a sua posição de mercado em detrimento dos seus concorrentes. Por estas razões discorda-se da abordagem seguida pelo ICP-ANACOM que se considera desadequada e prejudicial à melhoria das condições competitivas do mercado e, consequentemente, ao interesse público.

Ao considerar as quotas de mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga, ainda que não exista, no mercado, devido às limitações inerentes à tecnologia e topologia de rede dos operadores de cabo, qualquer oferta suportada na rede de cabo coaxial, o ICP-ANACOM anuncia as quotas<sup>12</sup> da Zon e da Cabovisão sem referir se o cálculo de quotas resulta do número de casas passadas ou do número de clientes activos.

Refira-se, relativamente à inclusão das redes de cabo neste mercado, a posição da Comissão Europeia<sup>13</sup> sobre o mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga francês no qual se duvida que os serviços fornecidos sobre redes de cabo façam parte deste mercado.

É possível ainda questionar se as referidas redes de cabo poderão vir a ser disponibilizadas no futuro atendendo a que a procura desse serviço por parte das entidades actualmente activas na desagregação de lacetes, com ofertas comerciais em DSL, obrigaria a ter que adaptar os equipamentos disponíveis, em particular aqueles utilizados pelos clientes finais, como é o caso das caixas descodificadoras, de que resultaria um processo complexo e demasiadamente caro.

Adicionalmente, uma hipotética oferta grossista suportada na rede de cabo requereria pontos de ligação e agregação específicos para aquela rede que não seriam coincidentes com os locais de instalação e agregação para os serviços DSL, para os quais os operadores alternativos se encontram já ligados à rede da PTC.

Uma duplicação da arquitectura de agregação para a rede de cabo, e em locais distintos, tornar-se-ia excessivamente dispendiosa para os operadores alternativos e inibidora da sua adopção, pelo que a existência de ofertas grossistas de acesso em banda larga suportadas nas redes de cabo existentes em Portugal não parecem, para a Vodafone, poder complementar ou ser substitutas, a curto/médio prazo, das ofertas grossistas ADSL.

Não obstante o reconhecimento, ao longo de todo o texto da análise, de que as redes de cabo coaxial não são capazes de disponibilizar ofertas grossistas, o ICP-ANACOM considera que tal oferta existe, de forma integrada, para a componente retalhista das redes de cabo. Todavia, mesmo que se aceite, o que não é o caso, a lógica do princípio apresentado, a existência de um serviço grossista integrado não se materializa em ofertas grossistas que suportem a entrada de novos actores no mercado e o crescimento do mercado da oferta de serviços

---

<sup>12</sup> <sup>12</sup> Idem, página 123.

<sup>13</sup> Commission Européenne D/204722 de 18/07/2008, Cas FR/2008/0781 – Observations en application de l'article 7, [http://circa.europa.eu/Public/irc/info/ecctf/library?l=/france/registeredsnotifications/fr20080780-0781/fr-2008-0780-0781/\\_FR\\_1.0\\_&a=d](http://circa.europa.eu/Public/irc/info/ecctf/library?l=/france/registeredsnotifications/fr20080780-0781/fr-2008-0780-0781/_FR_1.0_&a=d)

retalhistas em banda larga que, como o ICP-ANACOM refere em várias circunstâncias, está a ser impulsionado pela tecnologia DSL em detrimento das ofertas suportadas em modem de cabo.

Paralelamente, e na abordagem à área "C", o ICP-ANACOM apresenta na tabela 31<sup>14</sup> a evolução das quotas de mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga em que o Grupo PT tem 26% em 2007 e a SonaeCom 26%. Estas quotas de mercado partem do princípio que, pelo facto de uma entidade beneficiar da OLL é, automaticamente, um fornecedor grossista naquela área ainda que não tenha qualquer oferta comercial nesse mercado, não o tencione fazer ou não tenha sequer um único cliente! Ora, a Vodafone considera, naturalmente, a abordagem apresentada imprópria e, principalmente, incorrecta.

De facto, estando co-localizada num número significativo de centrais, embora inferior ao de outra entidade presente no mercado, nunca a Vodafone foi contactada pela área grossista daquela entidade para apresentação dos seus produtos grossistas de banda larga. Paralelamente, nunca a Vodafone foi abordada por qualquer entidade interessada em beneficiar de uma oferta grossista ADSL que a Vodafone pudesse, eventualmente, possuir, para permitir a essa entidade a entrada no mercado através de uma oferta grossista.

Assim, nenhum dos operadores beneficiários de uma oferta grossista é, evidentemente, um fornecedor grossista. A admitir, por absurdo, a construção proposta, os Operadores beneficiários de uma oferta grossista seriam, quanto muito, distribuidores da mesma, e, naturalmente, tal posição no mercado nunca determinaria qualquer tipo de consequência ao nível da presente análise já que estes estariam sempre sujeitos às condições da oferta determinados por terceiros (neste caso, o verdadeiro fornecedor grossista, a PTC). Finalmente, dadas as condições em que o referido "fornecimento grossista" poderia ser efectuado pelos operadores em questão, resulta também inequívoco que, "*na prática*", os mesmos nunca estariam "aptos a concorrer com a PTC neste mercado"!

Não existindo, assim, outras ofertas que não a da PTC, nem clientes beneficiários, e face aos constrangimentos na construção de uma oferta grossista suportada na rede de cabo, conclui-se que a quota de mercado do Grupo PT no mercado grossista é de 100%. Rejeitando-se, em absoluto, a conclusão de inexistência de dominância individual, por parte do Grupo PT, no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga nas "áreas C" e de que o mesmo é concorrencial.

---

<sup>14</sup> Idem, página 123.

Neste sentido vai a conclusão da ARCEP sobre o mercado 05/2007 francês que conclui, com a não oposição da Comissão Europeia, que a France Telecom, num mercado significativamente mais desenvolvido que o português, detém uma quota de mercado de 99.6% do fornecimento grossista de acesso em banda larga sendo o mercado relevante, em consequência nacional, e detendo a France Telecom PMS a nível nacional.

Ora, a análise efectuada neste "segmento" do mercado padece assim de erros manifestos de apreciação que determinam a invalidade das conclusões que dali se pretendem retirar, por se tratarem de elementos essenciais que servem de base à definição das entidades com PMS no mercado e da consequente imposição ou não de obrigações regulamentares. Deverá o ICP-ANACOM reanalisar as quotas do mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga (na opinião da Vodafone, como acima expresso, independentemente das áreas "C" ou "NC") desconsiderando as Entidades que não podem ser considerados – legalmente – fornecedores grossistas mas meramente operadores de rede que actuam no mercado retalhista.

## **5 – Imposição de obrigações no mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga**

A procura de serviços grossistas por parte dos operadores alternativos processa-se a nível nacional sendo que o Grupo PT, integrando verticalmente unidades retalhistas e grossistas, é, conforme acima explicitado, o único a disponibilizar uma oferta bitstream grossista, também a nível nacional.

A Vodafone considera, dada a evolução geográfica da presença de operadores alternativos, a saída de actores do mercado e a evolução prospectiva da rede de acesso, que não é justificável a segmentação geográfica do país e, consequentemente, das obrigações regulamentares. A abordagem nacional do mercado é, assim, seguida pelos actores que nele actuam ao dirigirem a sua comunicação, marketing e publicidade para meios com cobertura nacional e ao estenderem a natureza das suas ofertas para uma cobertura nacional, em particular as ofertas *triple-play*, com a adopção de transmissão por satélite e empacotamento de serviços de voz+dados+TV nacionalmente.

A análise de mercado deverá concluir pela existência de dominância do Grupo PT a nível nacional devendo a imposição de obrigações *ex-ante* ser definida nacionalmente.

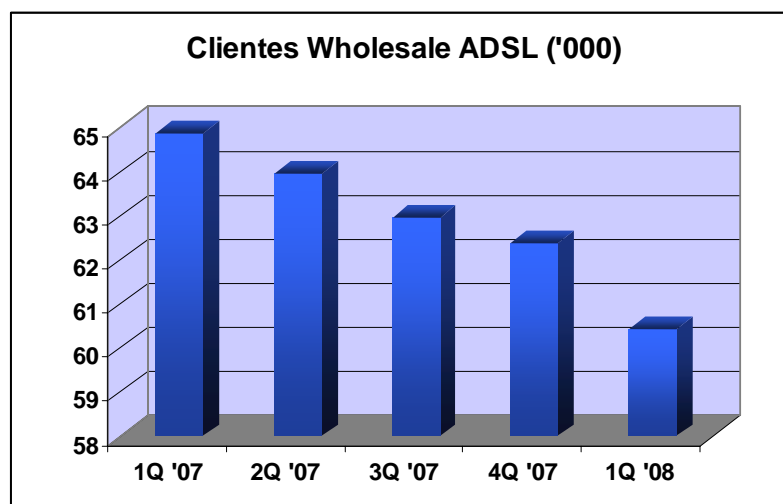
## 5.1 – Controlo de preços e contabilização dos custos

Atendendo aos resultados insatisfatórios que a oferta grossista Rede ADSL PT tem providenciado, em particular nas condições de competitividade de preços das ofertas retalhistas das beneficiárias quando comparadas com as do Grupo PT, a Vodafone considera ser necessário alargar o princípio de orientação para custos que recai já sobre o Naked ADSL às restantes ofertas da RAPT, abandonando-se assim o princípio de “retalho-menos” até agora seguido na obrigação de controlo de preços e contabilização de custos.

Pelo facto de não existirem alternativas grossistas para as entidades que delas necessitam para assegurar a sua presença no mercado, ou para aquelas que pretendam entrar no mercado, torna-se necessário assegurar que a oferta tarifária disponibilizada para o acesso garante as condições de competitividade dos beneficiários com as ofertas retalhistas do operador com PMS.

A Vodafone considera que estas condições não se observam actualmente, o que é demonstrado pela evolução negativa dos clientes retalhistas dos operadores alternativos que são suportados em ofertas grossistas. De facto, as condições actualmente existentes não permitem a nenhum operador alternativo definir uma oferta rentável e competitiva quando comparada com as ofertas actualmente disponibilizadas pelo operador incumbente (ofertas SAPO).

### Gráfico nº 1



Fonte: Relatório e Contas PT Comunicações

Por esta razão, uma obrigação de controlo de custos baseada no princípio de orientação do preço grossista aos custos permite assegurar que os beneficiários da oferta, e clientes grossistas da PTC, deterão não apenas condições para concorrer no mercado semelhantes às dos seu fornecedor e concorrente, retalhista, mas também de assegurar preços retalhistas atractivos para os consumidores.

De facto, a definição do preço grossista orientado a custos permite que as economias de escala do Grupo PT sejam reflectidas nos preços a pagar pelos operadores alternativos, que não tendo a mesma dimensão não conseguem usufruir do mesmo efeito de escala, traduzindo-se em preços mais baixos para o consumidor final.

Esta medida deve ser considerada como justa e proporcional face aos objectivos da regulação *ex ante* contribuindo para a promoção da eficácia económica e promovendo uma concorrência sustentável que se traduz em vantagens para os clientes.

## **5.2 – Alargamento da Agregação Ethernet, na oferta Rede ADSL PT, a um âmbito nacional**

Os acessos Ethernet, por permitirem uma formatação mais flexível dos serviços por parte dos operadores alternativos permitem oferecer serviços mais flexíveis dirigidos aos mercados residencial e empresarial a custos inferiores aos acessos ATM e IP, acreditando a Vodafone que esta modalidade de acesso venha a ser dominante no futuro próximo para as ofertas de acesso grossista.

Por esta razão, e atendendo à necessidade de assegurar a competitividade das ofertas das entidades beneficiárias com as ofertas retalhistas do próprio Grupo PT a Vodafone defende, há muito, o alargamento de uma agregação Ethernet, a um âmbito nacional, visto que actualmente esta possibilidade existe apenas a um nível Regional, em 26 pontos geográficos de acesso, sendo a cobertura da oferta com Agregação IP Regional constituída somente por 203 Áreas de Central com sobreposição em cerca de 80% dos lacetes onde a Vodafone se encontra co-instalada.

A Vodafone participou inclusive numa auscultação de mercado feita pela PTC, em Julho de 2007, e demonstrou, desde logo, um interesse máximo numa solução desse tipo (interfaces FastEthernet, Gigabit e 10 Ge) com cobertura nacional, defendendo naturalmente preços significativamente mais baixos do



que os praticados na agregação IP e invocando também uma melhoria a nível técnico dada pela redundância entre os pontos de agregação do tráfego e pela possibilidade de débitos configuráveis pelo operador.

Quando questionada sobre o tema, a PTC argumenta que já existe uma oferta de agregação de âmbito nacional – agregação IP. Todavia, as duas possibilidades de agregação não devem ser, no entender da Vodafone, comparadas, pois não o são claramente nem a nível de preços e nem a nível técnico (a opção Ethernet deixa aos operadores maior liberdade de acção na definição do formato dos serviços), pelo que o ICP-ANACOM deverá, em consequência, definir as condições a seguir pela PTC de forma a permitir aos beneficiários, sem impacto técnico ou de custos, a migração dos seus actuais acessos ATM ou IP para Ethernet.

A manter-se a decisão de suprimir as obrigações que recaem sobre o Grupo PT nas denominadas “áreas C”, em resultado da decisão de segmentar geograficamente o mercado, o que a Vodafone contesta, considera-se desadequada a decisão de conceder um ano aos beneficiários da RAPT para migrar os clientes suportados nessa oferta para outras ofertas grossistas.

Esta pretensão do ICP-ANACOM baseia-se em duas considerações erradas:

- 1) Que existirão sempre alternativas de acesso: A lógica empresarial que rege a actividades das empresas que actuam no mercado leva-as a procurar manter e servir os seus clientes com as soluções técnicas disponíveis que melhor assegurem a sua rentabilidade. Desta forma, caso fosse possível fornecer serviço a um cliente, na área “C” sobre OLL (próprio ou de um operador concorrente), ou sobre outra solução disponível, o mesmo não estaria a ser servido através da RAPT uma vez que esta não é a forma mais económica de o servir. Por outro lado, caso os beneficiários da ORALL entendessem que existe um mercado ou condições para a criação de ofertas grossistas ADSL as mesmas teriam já surgido pois tal permitir-lhes-ia recuperar com maior facilidade os elevados investimentos necessários à desagregação e custos provocados pelos constrangimentos levantados pela PTC.
- 2) Que não existem prejuízos para os utilizadores finais: a decisão de forçar a migração do cliente para outra solução grossista ou de rede baseia-se no pressuposto utópico de que todos os clientes das “áreas C” têm no preciso local em que o serviço lhes é prestado alternativas de infra-estruturas que permitirão ao seu fornecedor continuar a prestar-lhe o serviço no mesmo local. Esta possibilidade não está demonstrada podendo, eventualmente, o cliente ter que ser migrado para um prestador alternativo que poderá ser ... o próprio Grupo PT! Qualquer situação de migração (dentro do mesmo prestador ou entre prestadores) obriga

sempre à interrupção do serviço prestado. Ora o ICP-ANACOM esquece-se que os clientes que os beneficiários da RAPT servem sobre esta oferta poderão ser clientes empresariais para os quais qualquer interrupção de serviço é prejudicial e inaceitável.

A Vodafone identifica assim dois prejuízos graves, que resultam da possibilidade de perda do cliente, eventualmente para o Grupo PT, reforçando ainda mais a sua posição dominante no mercado, bem como da insatisfação do cliente em resultado da indisponibilidade do serviço no processo de migração de soluções, com base nos quais o ICP-ANACOM deverá rever a sua intenção de supressão da obrigação de acesso e utilização de recursos de rede específicos.

#### **IV. CONCLUSÃO**

A Vodafone discorda da segmentação geográfica do mercado português de Banda Larga e da imposição de obrigações regulamentares diferenciadas por região. A ocorrer, esta segmentação e diferenciação, traduzir-se-á numa distorção de mercado que beneficia, devido às economias de escala e de gama, o Grupo PT em prejuízo da concorrência no mercado das comunicações electrónicas;

Em resultado da identificação de PMS nos mercados de fornecimento grossista de acesso à infra-estrutura de rede num local fixo a Vodafone defende a necessidade de análise cuidadosa dos constrangimentos à actuação dos operadores alternativos e a urgente revisão e reforço das obrigações que recaem sobre o Grupo PT.

A Vodafone contesta as conclusões do ICP-ANACOM segundo as quais, no mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga, não existe dominância individual do Grupo PT. Em consequência, deverão ser mantidas as obrigações regulamentares para este mercado a nível nacional, reforçadas pela orientação dos preços a custos e pela revisão da oferta Ethernet existente.