

AUTORIDADE CONCORRÊNCIA

Registada

 PCA	Destino:
Redião:	Data: 23/04/2004
Rel. e. Comunic.	Assunto: 26032512
E. n.º ANACOM - E. 13549 2004	

Sua Referência  
**ANACOM-  
S04474/2004**

Sua Comunicação  
**12.3.2004**

Exmo. Senhor

Dr. Álvaro Dâmaso

Presidente

ICP- Autoridade Nacional de Comunicações

Av. José Malhoa, 12

1099-017 Lisboa

Nossa Referência  
**OF/511/2004/DMA/ADC**

Data  
**19.4.2004**

Assunto: Parecer nos termos do art. 61.º da Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro –  
Definição de Mercados Relevantes e Avaliação de PMS

A Autoridade da Concorrência, consultada nos termos do art. 61.º da Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro, para se pronunciar sobre os projectos de decisão do ICP- Autoridade Nacional de Comunicações relativos à análise dos mercados em seguida referidos e à determinação de detenção ou não de poder de mercado significativo nesses mercados, vem apresentar o respectivo parecer.

Os mercados objecto de consulta e análise são os seguintes:

- Mercados de acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo - Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS;
- Mercados dos serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo - Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS;
- Mercados grossistas de originação e terminação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo - Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS.

Importa salientar que a relevância prática da delimitação dos mercados e da determinação de PMS só se visualizará com o conhecimento das medidas de regulação sectorial impostas às entidades com PMS. De facto, quer do ponto de vista do nível de concorrência criado pela regulação sectorial, quer do do desenvolvimento dos processos da Autoridade da Concorrência, tem extrema importância a participação desta Autoridade no processo de decisão do regulador sectorial relativo às medidas *ex ante* a impor aos operadores com PMS. Sublinha-se assim a relevância da consulta da Autoridade da Concorrência na fase subsequente.

Com os melhores cumprimentos, *Abel Mateus*

O Presidente da Autoridade da Concorrência,



Prof. Doutor Abel Mateus



**PARECER DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA**  
**DEFINIÇÃO DE MERCADOS RELEVANTES E AVALIAÇÃO DE PMS**  
**(art. 61.º da Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro)**

**I OBJECTO**

O presente parecer visa responder à consulta prévia prevista no artigo 61.º da Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro efectuada à Autoridade da Concorrência pelo ICP-ANACOM, por carta de 12 de Março de 2004, a propósito de um seu projecto de decisão relativo à definição dos mercados relevantes de acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo, dos serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo e dos mercados grossistas de originação e terminação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo, bem como à avaliação de poder de mercado significativo (“PMS”) nesses mercados.

Este pedido de parecer insere-se no contexto do processo de definição e análise dos mercados relevantes de produtos e serviços do sector das comunicações electrónicas e declaração de empresas com PMS, decorrente da publicação da Lei n.º 5/2004. Respeita aos seguintes mercados, relativamente a cada um dos quais a ANACOM produziu um documento:

- Mercados -Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS;
- Mercados dos serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo - Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS;
- Mercados grossistas de originação e terminação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo - Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS.

## II DEFINIÇÃO DE MERCADOS E PMS

No relatório relativo aos *Mercados de acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo - Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS*, a ANACOM considera:

- i) que o serviço analisado inclui os acessos analógico, RDIS básico e primário, no território português;
- ii) que o serviço analisado não inclui:
  - Serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo (porque com o acesso indirecto deixaram de ser oferecidos necessariamente em conjunto);
  - Acesso em banda larga;
  - Circuitos alugados (por contraposição ao serviço de acesso em banda estreita comutado);
  - Acesso móvel.

Não obstante o facto de não se verificar uma discriminação de preços no acesso (mas apenas nos serviços) são identificados dois mercados distintos em função do tipo de cliente: clientes residenciais e não residenciais.

Em ambos a ANACOM considera que o Grupo PT tem PMS.

No relatório relativo aos *Mercados dos serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo - Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS*, a ANACOM considera:

- i) que estão incluídos serviços vocais em locais fixos, no território português, incluindo a realização e/ou recepção de chamadas telefónicas e serviços conexos;
- ii) não estão incluídos:
  - Serviços de acesso à rede pública num local fixo (devido à selecção chamada-a-chamada e pré-selecção);
  - E-mail;

- Circuitos alugados (e não comutados);
- Serviços móveis (voz e SMS);
- SMS na rede fixa;
- Serviços de acesso à Internet por chamada telefónica (incluídos nos serviços de acesso a dados e outros acessos conexos).

São identificados mercados distintos:

i) por chamada:

- nacional e internacional- (nacional – curta e longa distância – e internacional);
- para números geográficos e não geográficos fixos;

ii) por tipo de cliente – residencial e não residencial.

A ANACOM considera que em todos os mercados o Grupo PT tem PMS.

No relatório relativo aos *Mercados grossistas de origemação e terminação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo - Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS*, a ANACOM analisa os mercados de origemação e terminação separadamente.

No mercado grossista de origemação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo, considera que não dever ser efectuada distinção entre os sub-mercados residencial e não residencial.

O mercado de origemação inclui assim:

- Serviços de acesso à rede pública num local fixo (devido à selecção chamada-a-chamada e pré-selecção);
- E-mail;
- Circuitos alugados (e não comutados);
- Serviços móveis (voz e SMS);
- SMS na rede fixa;
- Serviços de acesso à Internet por chamada telefónica (incluídos nos serviços de acesso a dados e outros acessos conexos).

A ANACOM considerou que o Grupo PT tinha PMS neste mercado.

Os mercados grossistas de terminação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo são mercados autónomos correspondentes à terminação em cada rede de operador.

A ANACOM considerou que todos os operadores tinham PMS no fornecimento de serviços de terminação na respectiva rede.

### III ANÁLISE

Os relatórios da ANACOM enquadram-se no processo de determinação dos mercados relevantes para efeitos de imposição de obrigações de regulação *ex ante*.

O processo está regulado no quadro regulamentar comunitário para as comunicações electrónicas, transposto pela Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro, a qual prevê o regime de análise de mercados e controlos regulamentares nos arts. 55.º e seguintes.

A consulta da Autoridade da Concorrência nesta fase é, como se referiu, efectuada ao abrigo do art. 61.º da Lei n.º 5/2004.

Importa sublinhar que a verdadeira relevância prática da delimitação dos mercados e da determinação de PMS só se visualizará com o conhecimento das medidas de regulação sectorial impostas às entidades com PMS. Do ponto de vista do nível de concorrência criado pela regulação sectorial e do desenvolvimento dos processos da Autoridade da Concorrência, tem assim muita relevância a participação no processo de decisão do regulador sectorial relativo às medidas *ex ante* a impor aos operadores com PMS.

Sublinha-se assim a relevância da consulta desta Autoridade na fase subsequente.

A Lei prevê que a definição dos mercados deve ser revista sempre que a Recomendação da Comissão Europeia seja modificada ou quando a ANACOM entenda justificável (n.º 4 do art. 58.º da Lei n.º 5/2004). Nos três relatórios em análise a ANACOM efectua uma análise prospectiva, salvaguardando a validade da análise até à próxima avaliação que efectuará, a qual será desencadeada logo que ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no mercado, a Recomendação seja revista no que respeita ao mercado em causa ou no prazo de 18 meses. A Autoridade da Concorrência sublinha a relevância da actualização prevista da regulação em face da alteração das condições de mercado.

Verifica-se que não existem divergências substanciais relativamente aos mercados delineados pela ANACOM e pela Comissão, apenas sendo de sublinhar a autonomização de um mercado: o da prestação de serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo para números não geográficos.

A Autoridade da Concorrência considera a delimitação efectuada correcta, atendendo a que a metodologia utilizada – a do Direito da Concorrência (art. 58.º da Lei n.º 5/2004) –, é considerada adequada, tendo em vista o objecto em causa, de regulação sectorial.

Não obstante, importa sublinhar que a delimitação de mercado efectuada pela ANACOM não prejudica a definição de mercados em casos específicos no âmbito do Direito da Concorrência, tal como decorre da separação de competências das duas Autoridades no Direito Nacional, tendo esta salvaguarda sido ainda expressamente imposta pelo art. 15.º da Directiva 2002/21/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de Março de 2002, relativa a um quadro regulamentar comum para as redes e serviços de comunicações electrónicas (Directiva Quadro)<sup>1</sup>.

Neste ponto, considera-se ser de referir em especial a delimitação de mercado proposta pelo Grupo PT no respeitante aos mercados dos serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo.

---

<sup>1</sup> JO L 108, de 24.4.2002, p. 33.

A PT defende que o mercado (de acesso) dos clientes não residenciais deve ser segmentado em dois mercados autónomos: pequenas e médias empresas (PME) e grandes contas empresariais (“grandes clientes” ou “clientes *corporate*”), relativamente aos quais o produto vendido é diferenciado (solução integrada, em pacote), bem como a forma de negociação, o contra-poder negocial dos consumidores e, conseqüentemente, o nível de concorrência são diferentes.

A ANACOM não procede à desagregação proposta, enunciando os seguintes argumentos:

- a divergência de critérios relativamente à delimitação do universo de grandes contas empresariais;
- a probabilidade de “existência de substituíbilidade em cadeia entre clientes não residenciais de diferentes dimensões”, não obstante reconhecer que as ofertas PME e grandes clientes não são substituíveis entre si;
- o alargamento das ofertas, até agora próprias de grandes clientes, às PME;
- a inexistência de substituíbilidade da oferta, atendendo a que geograficamente as PME se encontram mais próximo dos clientes residenciais;
- o facto de, efectuando-se a segmentação (com base em 3 critérios diferentes) o Grupo PT ter uma quota entre 77% e 96% no mercado dos grandes clientes e superior a 60% no mercado das PME.

Partindo-se de uma base de correcção da base de cálculo das quotas, considera-se correcta a análise efectuada pela ANACOM, sem prejuízo de em processos da Autoridade esta salvaguardar a possibilidade de delimitar o mercado relevante de forma diferente, em função das circunstâncias do caso concreto.

No que concerne ao conceito de empresa, verifica-se que foi adoptado o conceito de empresa do Direito da Concorrência, sendo a determinação de PMS efectuada com referência ao Grupo PT. Contudo, importa sublinhar que as obrigações a impor se aplicam a todo o Grupo, assim se evitando a criação de sociedades veículo de contorno das obrigações de regulação.

A análise da terminação no âmbito dos mercados de interconexão comutada (8 a 10 da Recomendação), tal como é proposta na Recomendação, tem como vantagem, nomeadamente, a possibilidade de controlo mais directo (*a priori*) do problema da terminação.

Com a delimitação de mercado efectuada, o prestador de serviços de terminação é, por definição, monopolista quanto aos seus clientes, e não tem qualquer incentivo à baixa das tarifas de terminação atendendo ao princípio do pagamento pelo chamador e ao facto de ser um beneficiário da externalização positiva gerada por aquele princípio (e, portanto, pela ausência de partilha de custos).

Podem, contudo, existir factores que limitem ou contrariem este poder de mercado.

A intervenção *ex ante* no mercado específico da terminação implica uma ponderação da (diferente) dimensão dos diversos prestadores que abrange e o impacto multiplicado que uma mesma medida tem na esfera de um prestador de menor dimensão.

#### IV CONCLUSÃO

Sem prejuízo das salvaguardas *supra* referidas, a Autoridade da Concorrência concorda com a metodologia utilizada na definição dos mercados relevantes e, partindo das premissas apresentadas pelo ICP-ANACOM, considera também correctas as conclusões dos seguintes relatórios:

- Mercados de acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo- Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS;
- Mercados dos serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo- Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS;

- Mercados grossistas de originação e terminação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo - Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS.

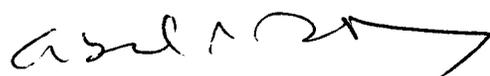
A Autoridade da Concorrência sublinha ainda a importância da adaptação da regulação às condições de mercado e, assim, da revisão prevista.

A Autoridade da Concorrência considera fundamental a respectiva participação no processo de decisão do regulador sectorial relativo às medidas *ex ante* a impor aos operadores com PMS.

Lisboa, 19 de Abril de 2004

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

O Presidente do Conselho da Autoridade da Concorrência,



(Prof. Doutor Abel Mateus)

Os Vogais do Conselho da Autoridade da Concorrência,



(Eng. Eduardo Lopes Rodrigues)



(D<sup>ra</sup>. Teresa Moreira)