

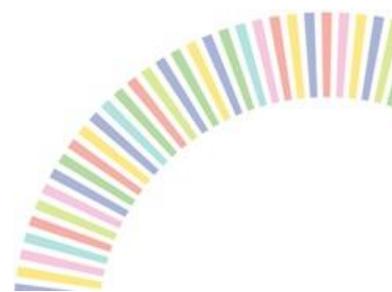
Renovação DUF's atribuídos à Vodafone e MEO nas faixas de frequências dos 900 MHz e 1800 MHz

Comentários da NOS

31-05-2021



1. Sumário Executivo	3
2. Comentários	4
2.1. O mercado nacional é competitivo, apesar da insistência da ANACOM em dizer o contrário	4
2.2. As condições de renovação do espectro devem respeitar o princípio da não discriminação e devem promover condições favoráveis ao investimento	15
2.3. A concentração da renovação dos DUF num único momento gera riscos desnecessários	16



1. Sumário Executivo

A NOS Comunicações, S.A., doravante NOS, vem, através do presente documento, transmitir os seus comentários à consulta pública relativa à renovação dos direitos de utilização de frequências atribuídos à Vodafone Portugal e MEO nas faixas de frequências dos 900 MHz e 1800 MHz para serviços de comunicações eletrónicas terrestres.

No documento da consulta a ANACOM dedica grande esforço a descrever o mercado português de comunicações como um mercado carente de concorrência, marcado por preços elevados e ofertas que não respondem às necessidades dos utilizadores nacionais. A NOS discorda da análise e diagnóstico apresentado pela ANACOM.

Como fundamentado no presente documento, o mercado português é um mercado que exhibe indicadores de elevada concorrência, designadamente investimento elevado e contínuo, redes com cobertura alargada e qualidade que se destacam a nível internacional, elevadas taxas de penetração e crescimento dos consumos nos diferentes serviços, e ao mesmo tempo exhibe há longos anos uma tendência de descida de receitas e taxas de rentabilidade baixas.

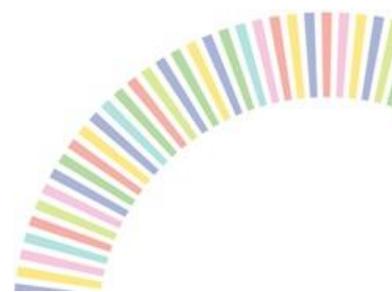
Mais, a resposta do setor ao aumento de tráfego e alteração do perfil de consumos que se registou durante a pandemia constituiu mais uma evidência da qualidade, resiliência, compromisso e capacidade dos atuais operadores nacionais em darem resposta cabal e com qualidade às necessidades do país, mesmo numa situação de exceção e difícil como aquela que o país atravessa desde 2020.

Sobre a proposta de renovação dos DUF da Vodafone e da MEO, a ANACOM avança com o cenário de, em 2027, renovar os DUF das faixas dos 900 MHz e 1800 MHz atribuídos à NOS apenas por 6 anos, de modo que o seu termo seja também em 2033, tal como os DUF equivalentes da Vodafone e da MEO que a ANACOM propõe renovar por cerca de 12 e 11 anos respetivamente.

A NOS entende que a renovação de DUF das mesmas faixas por períodos muito díspares, que a ANACOM parece aceitar como válida no documento de consulta, coloca em causa o tratamento igual e não discriminatório de todos os operadores, pelo que não deve ser considerada como abordagem geral nos processos de renovação dos DUF

Adicionalmente, a NOS não considera que a convergência num único momento do termo da validade e renovação dos DUF de todas as faixas de frequências e de todos os operadores deva ser assumida como um objetivo prioritário a perseguir pelo regulador. Aliás, tal convergência pode mesmo gerar uma disrupção indesejável no mercado.

Por último, também na renovação de DUF, como na atribuição, a ANACOM deverá privilegiar prazos suficientemente longos para promover condições favoráveis ao investimento que o setor tem que fazer para responder aos múltiplos desafios que se lhe apresentam enquanto catalisador da digitalização, incluindo, mas não se restringindo, ao enorme desafio do 5G.



2. Comentários

2.1. O mercado nacional é competitivo, apesar da insistência da ANACOM em dizer o contrário

A extensão e teor da análise que a ANACOM apresenta sobre o mercado de comunicações eletrónicas português evidencia que o regulador continua empenhado em desenhar e divulgar uma narrativa negativa sobre o setor cujo desenvolvimento lhe compete promover.

Para o efeito, a ANACOM continua a destacar dados e estudos e a orientar a respetiva leitura no sentido da falta de concorrência no setor das comunicações em Portugal. Em paralelo, a ANACOM continua a ignorar todos os estudos e dados que sustentam que o mercado português é competitivo.

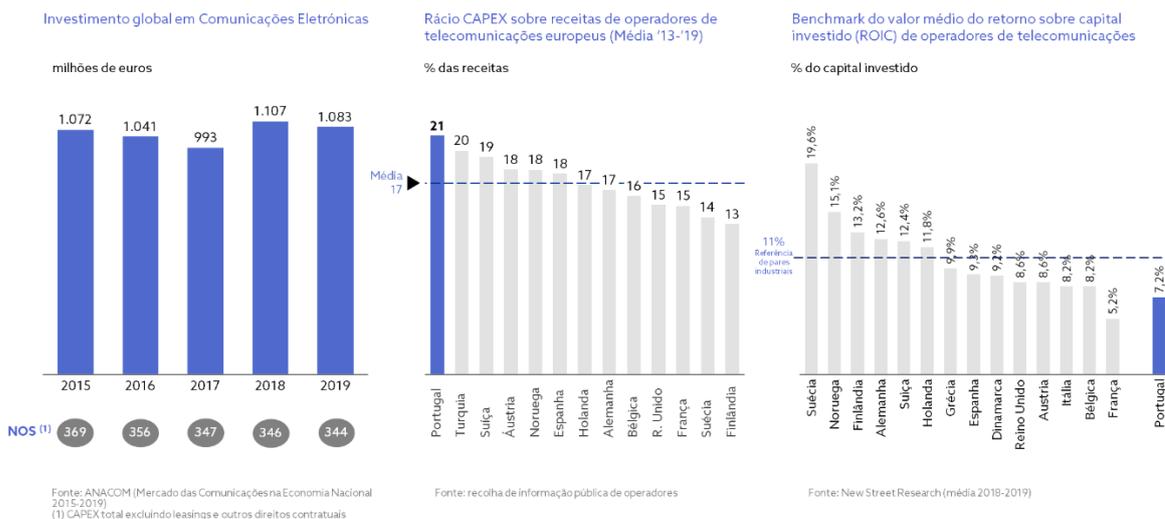
E mesmo quando admite a existência de várias explicações possíveis para resultados ou indicadores menos positivos do mercado, a ANACOM opta invariavelmente por destacar as justificações que atribuem responsabilidades aos operadores. E, quando é obrigada a reconhecer o esforço e empenho dos operadores, como sucede no caso do investimento realizado por estes para responder ao aumento do tráfego de dados e alterações dos perfis de consumo durante a pandemia, a ANACOM tenta relativizar o esforço e resultados alcançados, optando por destacar falhas que prevalecem como é o caso de lacunas de cobertura.

A NOS não concorda com o diagnóstico de falta de concorrência apresentado pela ANACOM no documento de consulta, designadamente a conclusão de que o setor das comunicações nacional apresenta preços elevados e crescentes, investimento reduzido e elevada rentabilidade.

Pelo contrário, o mercado de comunicações nacional é um mercado dinâmico, com taxas elevadas de penetração, utilização crescente dos serviços e um nível de investimento contínuo e elevado. Ao mesmo tempo, o mercado tem sido também marcado pela contração das receitas e baixa rentabilidade. De seguida detalhamos vários dados e factos que sustentam esta apreciação.

O nível de investimento nacional é dos mais elevados da Europa e o esforço de investimento continuará nos próximos anos

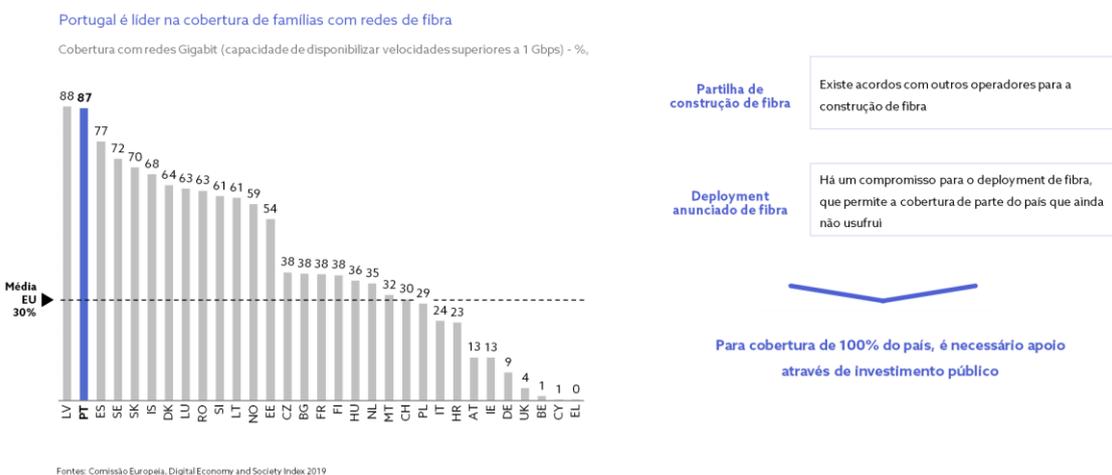
O setor de comunicações eletrónicas tem investido de forma intensa e contínua ao longo do tempo, implicando um esforço de investimento – medido em termos de volume de negócios e a taxa de retorno desse investimento – incomparavelmente superior ao dos congéneres europeus.



De realçar que o esforço de investimento que se tem registado deverá prolongar-se com a continuação da expansão das redes de fibra, bem como com a melhoria das redes móveis existentes e a implementação do 5G, tão relevante para o desenvolvimento económico e social do país.

O elevado investimento tem-se traduzido numa situação ímpar ao nível da cobertura de redes de nova geração

Portugal tem uma posição de destaque na cobertura de redes de alto débito e apresenta redes móveis, incluindo de 4G, com cobertura muito elevada e superior à média europeia.



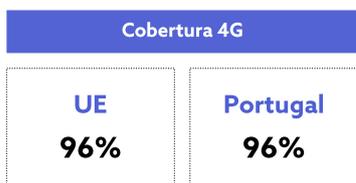
Acresce que os operadores têm voluntariamente procurado mecanismos para levar ainda mais longe a cobertura das redes e melhorar a já existente, designadamente através de acordos bilaterais e recíprocos de partilha que têm sido negociados e estabelecidos comercialmente. Estes acordos permitirão alargar ainda mais a cobertura e melhorar a já existente, incluindo, como já aludido, a aceleração da implementação do 5G em Portugal assim que esteja concluído o processo de atribuição de frequências atualmente em curso.

Sejamos, todavia, claros: a concretização do objetivo de atingir a cobertura de 100% da população com banda larga não pode caber apenas ao investimento privado. Trata-se de um objetivo de coesão social e territorial, que se tornou ainda mais premente com aceleração da digitalização que se tem registado, cuja prossecução exige também a canalização de fundos públicos, não podendo o cumprimento daquele objetivo ficar exclusivamente dependente de investimento privado e da imposição de obrigações aos operadores.

Cobertura de rede móvel



¹Cobertura da população nacional pelas redes da NOS no final de 2019



Investimento na cobertura do país



Investimento partilhado em redes

Existem vários acordos de partilha, nomeadamente entre a NOS e Vodafone, que reforçarão os níveis de cobertura



Investimento em obrigações de cobertura de 5G

Os compromissos de investimento decorrentes do leilão de 5G implicam um reforço muito substancial de cobertura em freguesias de baixa densidade (4G e 5G)



Cobertura de "zonas brancas"

"Zonas brancas" têm baixa densidade populacional e desafios de viabilidade económica pelo que a sua cobertura depende de investimento público

Fonte: DESI 2020, Relatório sobre Portugal
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/portugal>,

De assinalar que até ao momento o contributo da ANACOM para melhorar a cobertura de zonas remotas tem sido apenas e só a de fazer eco das reclamações que lhe chegam a esse propósito e a impor, sempre que pode, obrigações de cobertura adicionais aos *players* privados. A ANACOM não promoveu soluções construtivas que possam efetivamente endereçar a falha na cobertura de zonas remotas, não tendo sequer, tanto quanto é do nosso conhecimento, efetuado um levantamento geográfico efetivo (de falhas) de cobertura ao longo do país.

Mais uma vez a ANACOM limita-se a reclamar ao invés de adotar uma postura construtiva na definição de soluções proporcionais e equilibradas para endereçar as falhas que ainda se verificam no setor das comunicações nacional.

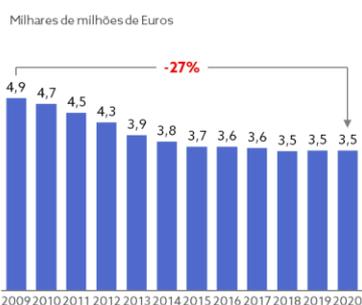
Os preços dos serviços das comunicações têm diminuído e são dos mais baixos da Europa

De realçar que o investimento elevado no setor tem sido alcançado e mantido mesmo numa conjuntura adversa de queda de receitas do setor, o qual perdeu cerca de 1,4 mil milhões de euros, equivalente a 27% das receitas, entre 2009 e 2020.

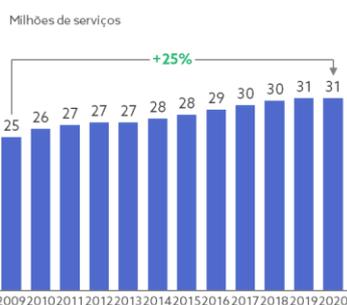
Num mercado caracterizado por elevada penetração e utilização crescente de serviços¹, a queda de receitas apenas encontra explicação na diminuição dos preços dos serviços disponibilizados.

Ao contrário do que tem vindo a ser propalado pelo regulador setorial, os preços pagos pelos Portugueses têm vindo a diminuir, como é demonstrado pela evolução do ARPU que, desde 2009, já caiu mais de 40% fruto de uma queda persistente das receitas do setor, em conjugação com o aumento do número de serviços vendidos (RGUs – Revenue Generating Unit).

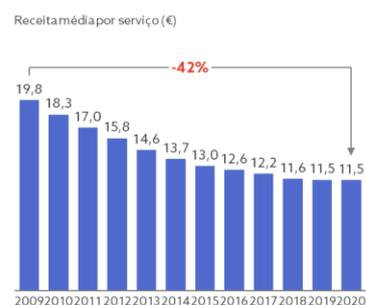
As receitas retalhistas do setor desceram entre 2009-2020 mais de 1,3 mil milhões de euros (27% do seu valor)



O número de serviços subscritos aumentou significativamente (+25%)



Pelo que os preços médios de cada serviço caíram ~42% neste período



Fonte: ANACOM - "Setor das Telecomunicações"

A afirmação de que o mercado é concorrencial e que apresenta preços baixos não é exclusiva da NOS, pelo contrário. Reputadas instituições internacionais e equidistantes dos operadores nacionais concluem no mesmo sentido: o setor das comunicações português é altamente competitivo e apresenta receitas por utilizador e preços dos mais baixos da Europa.

Exemplos de relatórios independentes que identificam Portugal como um dos países com preços mais baixos da Europa, o que conduz a baixas rentabilidades

new|street RESEARCH • "(...) a receita por população é baixa, o Rentabilidade do Capital investido é baixa e a qualidade de rede (fixa e móvel) é alta." 9
Out 2020

UBS • "Portugal é um mercado com baixos preços no mercado de telecomunicações, o ARPU está em patamares de €40/mês para os 3 operadores e compara com uma média europeia de €55-60" (~27-33% mais baixo). 24 Feb 2020<

Santander • "(...) níveis de concorrência elevados no mercado português que se refletem em preços médios dos serviços abaixo da média europeia" 11
Fev 2020

BARCLAYS • "Discordamos frontalmente com a perspetiva do regulador (acerca de concorrência insuficiente em Portugal): o nível de preços está no patamar inferior dos preços europeus, tem existido um elevado investimento em rede, a rentabilidade dos capitais investido é baixa quando comparada com os pares Europeus." 26 Feb 2020

Goldman Sachs • "... após concorrência agressiva, o mercado português possui os mais baixos níveis de preços da Europa." 18 Nov 2019

¹ Que a ANACOM reconhece, ainda que opte por um ângulo negativo de exposição, destacando os menores consumos em Portugal face aos registados noutros países

O setor tem sido capaz de reduzir o número de reclamações

No documento de consulta a ANACOM destaca o elevado número de reclamações do setor das comunicações.

Mais uma vez, destacando apenas a perspetiva negativa dos dados, a ANACOM omite da sua análise a intensidade do relacionamento das famílias com os serviços de comunicações que é incomparável com a registada em outros setores e que enquadra/relativa o elevado número absoluto de reclamações. E, ainda mais relevante, a ANACOM não evidencia a trajetória descendente do número de reclamações que se tem registado.

Reclamações de telecomunicações (milhares de #)



Fonte: DECO

Mesmo durante a pandemia e com pressão acrescida sobre os serviços de telecomunicações, o setor foi capaz de manter os níveis de reclamações mais baixos do que em anos anteriores

- 2019 foi ano mais baixo de sempre em reclamações (28,9k)
- O setor tem vindo a diminuir o nível de reclamações de forma sustentada desde 2011
- Neste período (2010-2020) o número de serviços subscritos pelos portugueses subiu 25% para 31 milhões de serviços de telecomunicações

Adicionalmente, focando-se apenas na leitura menos positiva dos factos e dados, a ANACOM omite as iniciativas voluntárias dos operadores de apoio às famílias, designadamente a disponibilidade para ajustar o contrato ou dispensar o pagamento de penalizações por incumprimento do prazo contratual em situações especiais.



Adoção de medidas de auto-regulação

- ✓ Disponibilidade em ajustar o contrato perante situações especiais, como incapacidade, insolvência ou situação de desemprego
- ✓ Aceitação da rescisão antecipada do contrato sem encargos em situação de óbito, impossibilidade de prestação do serviço na morada e institucionalização

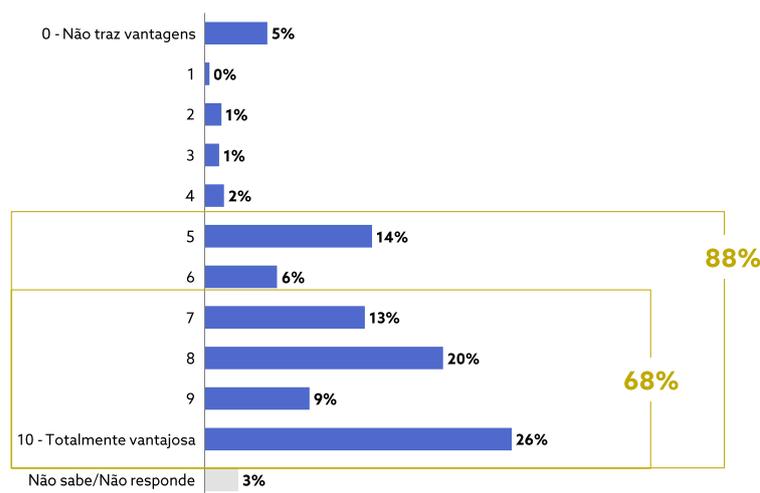
Os utilizadores consideram os serviços em pacotes muito vantajosos

O regulador setorial tem adotado um discurso contrário, no mínimo de desconfiança, perante os serviços em pacote, considerando-os responsáveis pela (alegada) diminuta mobilidade e barreiras à entrada. Em simultâneo, o regulador insiste na narrativa de que a prevalência de contratação de serviços em pacote se deve à falta de alternativas de serviços em *stand alone*.

Conforme resulta de um estudo de mercado realizado muito recentemente pela Marktest, os utilizadores valorizam as ofertas em pacotes por diferentes motivos e esta preferência pelos serviços em pacotes, não assenta na ausência de opções de ofertas 1P.

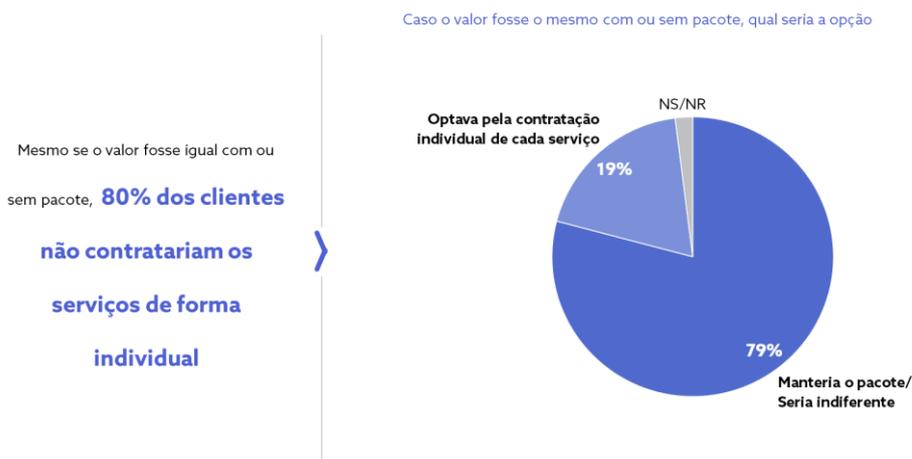
Conforme se constata no gráfico abaixo, quase 90% dos utilizadores considera a agregação de serviços muito vantajosa ou vantajosa.

Considera agregação de serviços em pacote ser vantajosa



Fonte: Estudo Marktest sobre a fidelização e bundleização, 2021

Mais, cerca de 80% dos clientes continuaria a comprar os serviços em pacote, mesmo que o valor fosse o mesmo em contratação individual.



Fonte: Estudo Marktest sobre a fidelização e bundeização, 2021

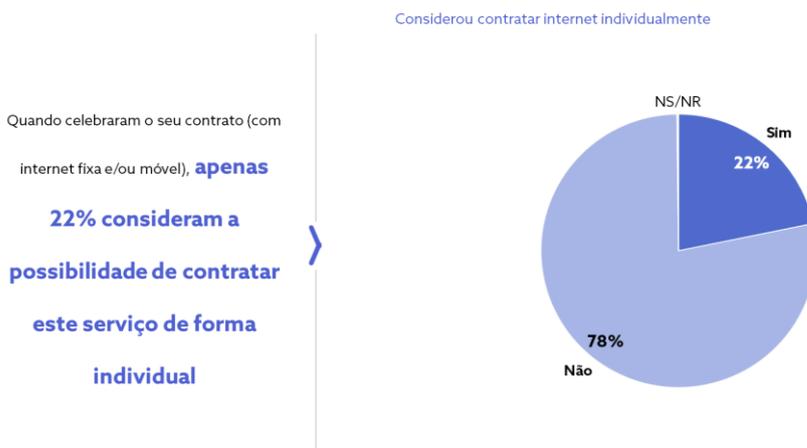
Os clientes consideram ser mais comodo e prático contratar serviços em pacote e pretendem manter esta opção.



Fonte: Estudo Marktest sobre a fidelização e bundeização, 2021

De acordo com o mesmo estudo da Marktest, as ofertas em pacote não são um entrave à escolha dos utilizadores. Apenas 4% dos clientes não encontra a oferta que procura disponível no mercado, sendo que 85% estão satisfeitos com o pacote contratado.

No que respeita ao serviço de Internet especificamente, refira-se que mais de ¾ dos clientes nem sequer colocaram a hipótese de contratar este tipo de serviços de forma individual.

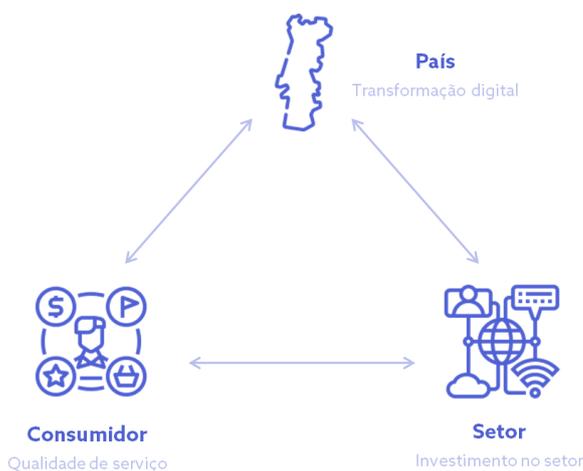


Fonte: Estudo Marktest sobre a fidelização e bundeização, 2021

A fidelização tem um papel crucial no equilíbrio entre os interesses do País, do Consumidor e do Setor

A ANACOM tem também vindo a fazer uma cruzada contra a fidelização. Porém, a fidelização tem benefícios para os clientes, para o investimento no sector de telecomunicações e para a economia como um todo.

A fidelização é um dos fatores mais importantes para gerar um são equilíbrio entre os interesses do país, do consumidor e do investimento do setor. A eliminação ou a limitação estrutural deste mecanismo irá produzir efeitos indesejados e contraproducentes.



Fonte: BCG, "O valor da Fidelização para o consumidor e o mercado de Telecomunicações em Portugal"

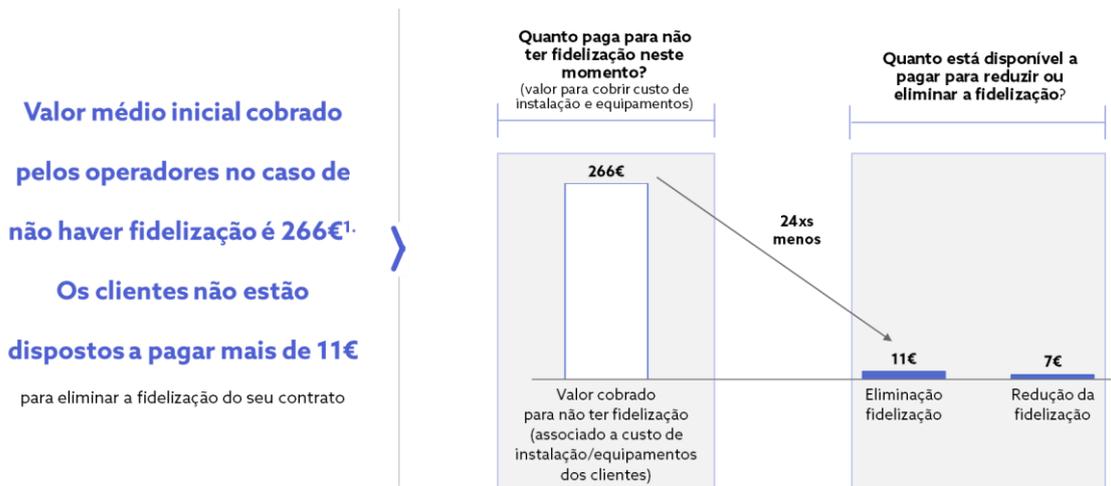
Os clientes não valorizam a remoção da fidelização dos contratos e por isso não estão dispostos a pagar para não terem fidelização

A existência de fidelização permite diminuir os custos de acesso aos serviços de comunicações, os quais seriam mais elevados se não fosse possível diluir o seu



ressarcimento por um período alargado de meses correspondente ao período de fidelização.

A verdade é que, de acordo com o já mencionado estudo realizado pela Marktest em 2021, os clientes não valorizam a remoção da fidelização face ao custo médio inicial que teria que ser cobrado no caso de não haver fidelização. O mesmo é dizer que os clientes preferem a sujeição ao período de fidelização à alternativa de pagarem os custos iniciais de acesso ao serviço caso o período de fidelização fosse eliminado ou comprimido.

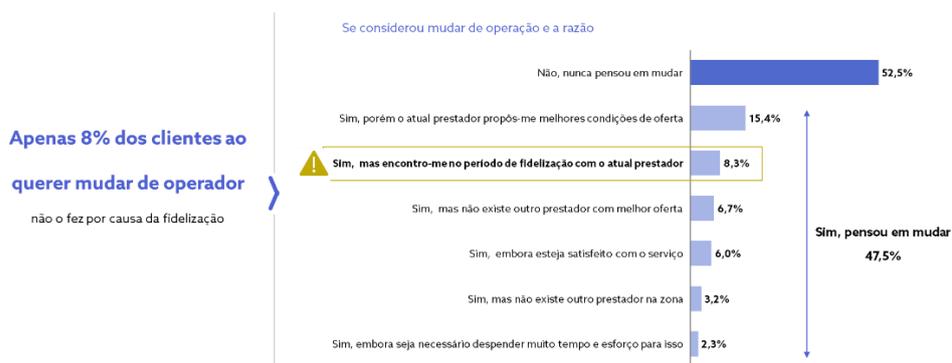


Fonte: Estudo Marktest sobre a fidelização e bundeização, 2021

1 - Valor médio dos quatro operadores

A fidelização não é o principal obstáculo à mudança

O mesmo estudo da Marktest também evidencia que a fidelização não constitui um impedimento relevante à mudança. A verdade é que apenas 8% dos clientes que manifestaram intenção de mudar de operador não o fizeram devido à fidelização.



Fonte: Estudo Marktest sobre a fidelização e bundeização, 2021

A existência de mais operadores não significa mais concorrência

Tendo percebido que a existência de três operadores de rede² é o cenário dominante na Europa e no mundo e que, aliás, Portugal apresenta um número muito mais reduzido de clientes por operador, a ANACOM aponta agora a narrativa para a existência de um número mais reduzido de MVNO's do que noutras geografias.

Em Portugal existem vários MVNO's e já existiram outros que, livremente, tomaram a opção de deixar o mercado português.

A avaliação da concorrência no setor das comunicações em Portugal não pode ser penalizada pelo facto de o mercado nacional não apresentar características, nomeadamente em termos de preços e poder de compra dos portugueses e, consequentemente, rentabilidade de operações, que atraiam a presença de mais MVNO's.

Importa recordar que desde 2011 os operadores de redes móveis estão sujeitos a obrigações de acesso relativas a MVNO's, as quais preveem um modelo célere de intervenção da ANACOM caso as negociações não estejam a evoluir. Também por isto não se pode aceitar que a menor presença de MVNO's em Portugal se deve a uma questão regulatória.

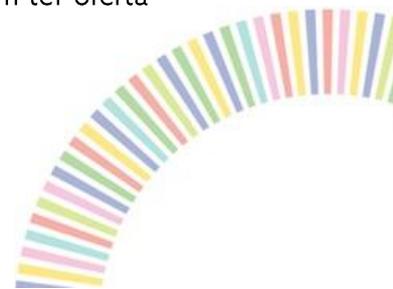
Acresce que o elevado nível de concorrência tem levado os operadores de redes nacionais a posicionarem-se nos diferentes segmentos de mercado com ofertas específicas, como é o caso do segmento jovem e/ou light o que, a par dos níveis reduzidos de rentabilidade do setor a nível nacional, pode diminuir a atratividade do mercado nacional para mais MVNO's.

Mais, não existe correlação entre o número de MNO's /MVNO's no mercado e a qualidade dos serviços disponibilizados.

Os estudos de qualidade de serviço (QoS) que resultam da expressão da opinião direta dos utilizadores indicam que países com apenas 3 operadores oferecem melhor qualidade de serviço aos utilizadores. O estudo da Tutela "Global Mobile Experience- Country level comparison"³ indica que países considerados líderes no digital - Japão, EUA ou Coreia do Sul - apresentam qualidade das redes móveis inferiores às nacionais. E focando em países da Europa, constatamos que estão abaixo de Portugal países como o Reino Unido, França, Itália, Espanha, Polónia ou Roménia, todos com 4 operadores. E estão também atrás de Portugal países como a Grécia, a Finlândia, a Irlanda e a Alemanha.

² E mesmo desconsiderando para este efeito que existem 4 entidades em Portugal que dispõem de espectro para serviços de comunicações eletrónicas, sendo uma delas a Dense Air que quase 11 anos depois da atribuição do espectro continua sem ter oferta conhecida no mercado

³ <https://www.tutela.com/blog/global-mobile-experience-2020>



No mesmo estudo, no indicador “Qualidade de Serviços Excelentes”, dos dez países europeus com melhor qualidade de rede móvel, sete são países com três operadores.

Por sua vez, no estudo “The state of mobile vídeo experience”⁴ da OpenSignal, Portugal surge em 15º lugar na qualidade de vídeo num conjunto de 100 países e à frente de países como Espanha, Reino Unido, Itália, França, Polónia, todos com 4 operadores.

Sobre a evolução das quotas, se analisarmos a quota de mercado em número de acessos móveis ativos (excluindo M2M) com utilização efetiva no período de 2010 a 2020 podemos claramente identificar alterações significativas de quotas de mercado, fruto da concorrência que a NOS veio trazer ao mercado. A NOS conseguiu entre 2013 e 2017 desafiar a Vodafone e crescer a sua quota de mercado em dez pontos percentuais. E se, entretanto, as variações de quota têm sido menos intensas, tal deve-se efetivamente ao empenho de os operadores em reunirem condições para conseguirem responder e mimetizar de forma o mais rápida possível às iniciativas que os concorrentes avançam no sentido de se diferenciarem e ganharem terreno.

Em suma, Portugal apresenta um número de operadores de rede móvel similar à maioria dos países e com um número de habitantes por operador muito reduzido, sendo que, como demonstram estudos de qualidade assentes na experiência dos utilizadores, a qualidade dos serviços móveis disponibilizados não tem correlação com a quantidade de operadores.

A responsabilidade pelo facto de o mercado nacional não ser atrativo para mais MVNO’s não pode ser assacada aos atuais operadores de rede (a não ser na componente de elevada concorrência que o mercado já regista e que diminui a atratividade do mercado), mas sim às características do próprio mercado nacional que geram uma rentabilidade pouco atrativa.

Ainda no que respeita aos MVNO’s vs MNO’s de referir que não deixa de ser contraditório que a ANACOM – apesar de reconhecer a diversidade de ofertas dos operadores de redes - defenda que a proximidade das características de ofertas destas entidades é negativa e ao mesmo tempo considere também negativo que os MVNO’s tenham modelos e abordagens diferentes – designadamente de nicho – ao mercado face às seguidas pelos operadores de redes móveis.

Na pandemia o setor demonstrou uma vez mais a sua resiliência, qualidade e compromisso com o país

Por último, de referir que foi graças à qualidade, cobertura e resiliência das infraestruturas de comunicações nacionais, que a ANACOM teima em não reconhecer de forma clara, que as empresas Portuguesas, com atividade compatível com modelos de trabalho à distância, puderam manter a sua atividade, mesmo nos períodos de confinamento obrigatório, e as

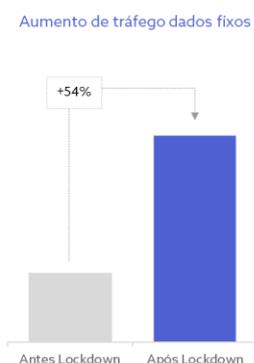
⁴ <https://www.opensignal.com/reports/2019/11/state-of-mobile-video-2019>



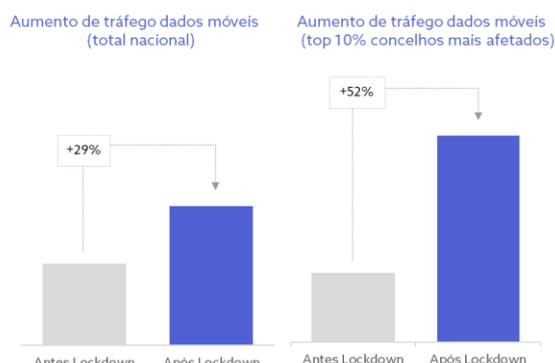
crianças e jovens puderam manter os seus planos de aprendizagem que o encerramento dos estabelecimentos escolares havia colocado em causa.

E foi também graças à qualidade, cobertura e resiliência dessas mesmas redes que, perante o aumento abrupto e imprevisível do tráfego nelas cursado, o qual atingiu 54% na rede fixa e, na rede móvel, em concelhos não urbanos, 52%, os serviços de comunicações eletrónicas se mantiveram ininterruptos e sem perturbações de maior.

Ao aumento muito significativo de tráfego fixo



Ao aumento muito significativo de tráfego móvel com concentração expressiva em alguns concelhos não urbanos



Todos os dados e indicadores que sumariamente se expuseram apenas nos conduzem à conclusão inevitável de que o mercado nacional é dinâmico e concorrencial.

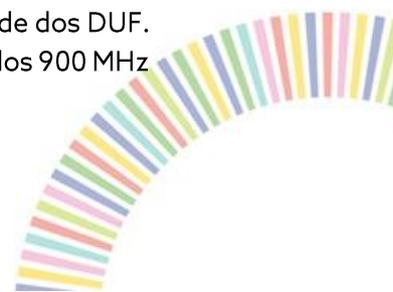
Critérios de avaliação da concorrência de um setor

O setor das telecomunicações em Portugal

Utilização de serviços	Nos últimos 8 anos o tráfego de internet no telemóvel cresceu em 350% e o tráfego Voz cresceu 57%.	✓
Penetração de serviços	A penetração de serviços móveis em Portugal cresceu até patamares de 170% e é a 3ª mais alto valor da União Europeia.	✓
Investimento	Em Portugal a principal variável para adesão/abandono a um serviço de telecomunicações é a qualidade de serviço, o nosso país tem a mais alta taxa de investimento da Europa e investe mais de mil milhões de euros por ano.	✓
Preços do setor	Os ARPUs dos clientes em Portugal são dos mais baixos da Europa, do decréscimo de receitas do setor e da subida de serviços subscritos resulta uma queda de 42% nos preços nos últimos 10 anos.	✓
Receitas do setor	Nos últimos 10 anos as receitas do setor em Portugal caíram 27%, com acréscimo de número de serviços subscritos pelos clientes em 25%.	✓

2.2. As condições de renovação do espectro devem respeitar o princípio da não discriminação e devem promover condições favoráveis ao investimento

A ANACOM revela preocupação em fazer convergir a data de termo de validade dos DUF. Nesta sequência, adianta que no momento de renovação dos DUF nas faixas dos 900 MHz



e 1800 MHz atribuídos à NOS cujo prazo de validade termina em 2027, a ANACOM pretende renovar aqueles DUF apenas até 2033, ou seja, por menos de 6 anos.

A concretizar-se este cenário, tal significaria que os DUF equivalentes da Vodafone e MEO seriam renovados por um período de 12/11 anos enquanto a NOS teria direito a uma renovação por cerca de metade do tempo.

Atendendo à relevância do espectro na atividade dos operadores móveis, a NOS entende que as condições de renovação, incluindo as eventuais obrigações associadas à renovação e respetivo prazo de renovação, devem ser equivalentes, no sentido de garantir tratamento igual e não discriminatório entre os detentores do espectro.

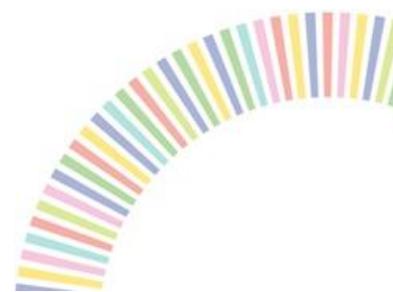
A renovação do mesmo tipo de direitos por períodos de tempo tão díspares como aquele que a ANACOM está a admitir constitui uma violação do princípio de não discriminação a que estão sujeitas todas as decisões do regulador. Consequentemente, nas decisões relativas à renovação dos DUF a ANACOM deverá ter em conta a necessidade de tratamento não discriminatório entre os vários detentores de DUF, incluindo, necessariamente, o prazo pelo qual é concedida a renovação dos DUF. A convergência da data de vigência dos DUF dos diferentes operadores e da respetiva renovação não constitui motivo para subverter um dos princípios fundamentais da intervenção regulatória, como é o caso do princípio da não discriminação. Acresce que o interesse global do próprio objetivo de fazer coincidir a validade e renovação dos DUF é questionável, como desenvolveremos no ponto seguinte.

Para além disso, a renovação, no sentido de garantir maior certeza jurídica necessária ao investimento deverá, em geral, favorecer prazos mais longos de utilização dos DUF. Ora, o prazo de renovação de DUF por 6 anos como aquele que resulta da posição revelada pela ANACOM no documento de consulta é manifestamente exíguo para promover condições favoráveis aos desafios exigentes de investimento que os operadores móveis portugueses, incluindo a NOS, enfrentam.

2.3. A concentração da renovação dos DUF num único momento gera riscos desnecessários

A ANACOM revela o propósito de fazer convergir a data de termo de validade dos DUF das várias faixas e dos vários operadores. A NOS tem dúvidas sobre os méritos deste objetivo.

Fazer coincidir os prazos de validade e, consequentemente, de renovação do espectro de todas as faixas de frequências detido por todos os operadores pode criar grande pressão sobre o mercado num período específico, na medida em que se concentrará num único momento a renovação de todo (ou grande parte) dos DUF em que os operadores sustentam a sua oferta.



Trata-se de um cenário “de tudo ou nada”, isto é, ou se renova todo o espectro em dado momento ou não se renova, podendo, neste último caso, criar uma grande e indesejável disrupção no mercado.

Para além disso, concentrar a decisão sobre a utilização de todo (ou quase todo) o espectro num momento único limita a flexibilidade na gestão do espectro quer do lado dos operadores, quer da ANACOM. Pois, tal concentração diminui a possibilidade de os operadores e regulador ajustarem as respetivas estratégias de espectro à evolução do mercado, quer do ponto de vista de evolução da procura, quer da evolução tecnológica e potencialidades das diferentes faixas de espectro.

Assim sendo, a NOS não está convencida dos méritos de fazer convergir para uma única data a validade e renovação de todos os DUF. Aliás, a NOS considera que tal movimento comporta riscos que devem ser tidos em devida conta.