



ICP - Autoridade Nacional de Comunicações
Av. José Malhoa, nº12 - 1099-017 Lisboa
Portugal

Internet - <http://www.anacom.pt>
e-mail - info@anacom.pt
Telefone - 217211000
Fax - 217211001

Esta informação encontra-se publicada no sítio da Anacom na Internet em:

**MERCADOS DE ACESSO EM BANDA ESTREITA À REDE
TELEFÓNICA PÚBLICA NUM LOCAL FIXO**

- Definição dos mercados relevantes e avaliações de PMS -

- Projecto de Deliberação -

ÍNDICE

INTRODUÇÃO: ENQUADRAMENTO REGULAMENTAR	6
1. DEFINIÇÃO DOS MERCADOS RETALHISTAS DE ACESSO À REDE TELEFÓNICA PÚBLICA NUM LOCAL FIXO	9
1.1. Tipos de acesso à rede telefónica pública num local fixo.....	10
1.2. Os acessos à rede telefónica pública num local fixo em Portugal	10
1.3. Definição do Mercado do Produto	14
1.3.1. Serviços de acesso vs. Serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo	15
1.3.1.1. Análise da procura de serviços de acesso e de serviços telefónicos publicamente disponíveis	15
1.3.1.2. Substituibilidade do lado da oferta.....	17
1.3.1.3. Conclusão: Acesso vs. Serviços telefónicos publicamente disponíveis.....	17
1.3.2. Serviço de acesso em banda estreita vs. Serviço de acesso em banda larga.....	18
1.3.2.1. Substituibilidade do lado da procura	19
1.3.2.2. Substituibilidade do lado da oferta.....	23
1.3.2.3. Conclusão: Serviço de Acesso em Banda estreita vs. Serviço de Acesso em Banda Larga.....	23
1.3.3. Serviço de acesso em banda estreita comutado vs. Serviço de circuitos alugados	23
1.3.3.1. Substituibilidade do lado da procura	24
1.3.3.2. Substituibilidade do lado da oferta.....	27
1.3.3.3. Conclusão: Serviço de Acesso em Banda estreita vs. Serviço de Circuitos Alugados	27
1.3.4. Serviço de acesso num local fixo vs. Serviço de acesso móvel	27
1.3.4.1. Substituibilidade do lado da procura	29
1.3.4.2. Substituibilidade do lado da oferta.....	34
1.3.4.3. Concorrência Potencial.....	34
1.3.4.4. Conclusão: Serviço de Acesso num local Fixo vs. Serviço de Acesso Móvel	34
1.3.5. Acesso analógico, acesso RDIS básico e acesso RDIS primário.....	34
1.3.5.1. Substituibilidade do lado da procura	34
1.3.5.2. Substituibilidade do lado da oferta.....	36
1.3.5.3. Conclusão: acesso analógico, acesso RDIS básico e acesso RDIS primário	36
1.3.6. Segmentação do mercado: acesso residencial, acesso não residencial.....	36
1.3.6.1. Tipos de serviços procurados pelos clientes residenciais e não residenciais	38
1.3.6.2. Discriminação de Preços.....	39
1.3.6.3. Substituibilidade do lado da procura	41
1.3.6.4. Substituibilidade do lado da oferta.....	41
1.3.6.5. Conclusão: acesso residencial e acesso não-residencial.....	42

1.3.7. Segmentação do mercado por tipo de cliente: grandes clientes	42
1.3.7.1. Os “serviços corporativos” e os grandes clientes empresariais	42
1.3.7.2. Os canais de venda	43
1.3.7.3. Discriminação tarifária.....	43
1.3.7.4. Substituibilidade do lado da procura	45
1.3.7.5. Substituibilidade do lado da oferta.....	45
1.3.7.6. Condições concorrenciais	45
1.3.7.7. Análise e Conclusão.....	47
1.4. Definição do Mercado Geográfico.....	47
1.5. Conclusão: mercados dos acessos em banda estreita à rede telefônica pública em local fixo em todo o território nacional	49
1.6. Mercados susceptíveis de regulação <i>ex-ante</i>	49
2. AVALIAÇÃO DE PMS DOS MERCADOS DE ACESSO EM BANDA ESTREITA Á REDE TELEFÔNICA PÚBLICA NUM LOCAL FIXO	51
2.1. Dominância individual	51
2.1.1. Quotas de mercado	52
2.1.2. Concorrência entre as empresas instaladas.....	52
2.1.2.1. Grau de Concentração.....	53
2.1.2.2. Dimensão do(s) líder(es) de mercado.....	53
2.1.2.3. Barreiras à expansão.....	56
2.1.2.3.1. Barreiras legais.....	57
2.1.2.3.2. Economias de escala e/ou gama e/ou experiência	58
2.1.2.3.3. Infra-estruturas dificilmente duplicáveis.....	61
2.1.2.3.4. Integração vertical e/ou acordos de exclusividade	62
2.1.2.3.5. Superioridade tecnológica não acessível às restantes empresas presentes no mercado	62
2.1.2.3.6. Acesso a recursos financeiros/mercados de capitais.....	63
2.1.2.3.7. Barreiras à expansão: conclusão.....	63
2.1.2.4. Rivalidade: preços.....	64
2.1.2.5. Rivalidade: outros aspectos	66
2.1.2.6. Rentabilidade.....	68
2.1.3. Concorrência potencial: barreiras à entrada e histórico da entrada e saída do mercado.....	69
2.1.4. Contrapoder negocial dos compradores	73
2.1.5. Dominância individual: Conclusão	73
2.2. Alavancagem de poder de mercado	74
2.3. Dominância conjunta	74
2.4. Análise prospectiva.....	74
2.5. Avaliação de PMS: Conclusão	74

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Algumas ofertas de acesso à rede telefónica pública num local fixo.....	11
Tabela 2 – Distribuição por tipo dos acessos ao SFT oferecidos em Portugal.....	13
Tabela 3 – Distribuição por tipo de acessos ao SFT oferecidos em Portugal (cont.).....	13
Tabela 4 – Clientes de acesso directo e indirecto.....	16
Tabela 5 – Preços do lacete local e dos acessos analógicos da PTC.....	17
Tabela 6 – Evolução dos preços dos serviços de Banda Larga.....	20
Tabela 7 – Evolução do número de clientes do serviço de acesso à Internet.....	20
Tabela 8 – Preços de alguns serviços de acesso à Internet.....	21
Tabela 9 – Preços dos acessos comutados e dedicados.....	25
Tabela 10 – Evolução do parque de acessos da PTC entre 2000 e 2003.....	26
Tabela 11 – Preços de acesso móvel à Internet.....	28
Tabela 12 – Evolução das densidades do SFT e do SMT.....	30
Tabela 13 – Evolução dos acessos fixos e assinantes móveis.....	30
Tabela 14 – Desvios entre os preços mínimos das comunicações com origem nos móveis e os preços das comunicações com origem na rede fixa da PTC (tarifário standard).....	32
Tabela 15 – Desvios entre preços mínimos das comunicações com origem nos móveis e os preços das comunicações com origem na rede fixa da PTC efectuadas a preços reduzidos.....	33
Tabela 16 – Preços PTC dos acessos analógicos e RDIS.....	35
Tabela 17 – Exemplos de ofertas optativas PTC para o segmento não residencial.....	39
Tabela 18 – Concorrência no negócio da rede fixa.....	41
Tabela 19 – Segmentos empresariais.....	42
Tabela 20 – Plano Oni Empresas com pré-selecção total.....	44
Tabela 21 – Novis – Negócios.....	44
Tabela 22 – Planos “Corporate” e “Corporate Plus” da Jazztel.....	44
Tabela 23 – Quota de Mercado em volume.....	46
Tabela 24 – Quotas de Mercado nas PME (Receitas).....	47
Tabela 25 – Evolução do IHH.....	53
Tabela 26 – Indicadores de dimensão dos principais operadores (31.12.2002).....	53
Tabela 27 – Tipologias de encargos a suportar pelos operadores para a instalação de infra-estrutura.....	57
Tabela 28 – Prazo requerido pelos municípios para a realizações de obras de instalação de infra-estruturas no mesmo local.....	58
Tabela 29 – Tarifário da PTC.....	64
Tabela 30 – Ofertas relativas ao acesso analógico.....	65
Tabela 31 – Investimento em telecomunicações (milhões de Euros).....	67
Tabela 32 – Número de prestadores no mercado de SFT.....	70
Tabela 33 – Prestadores em actividade (2.º Trim. 2003).....	71
Tabela 34 – Prestadores licenciados.....	71
Tabela 35 – Número de clientes que representam x% da facturação.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução nominal dos preços médios anuais da assinatura mensal, das comunicações e do cabaz do SFT (tarifário standard).....	26
Gráfico 2 –Evolução global de preços dos circuitos alugados, em termos nominais.....	26
Gráfico 3 – Evolução das quotas de mercado - residencial (em volume).....	52
Gráfico 4 – Evolução das quotas de mercado - não residencial (em volume).....	52
Gráfico 5 – Custo médio de longo prazo – Rede de Acesso.....	60
Gráfico 6 – Custo médio de longo prazo – Redes de Comutação e Transmissão.....	60
Gráfico 7 –Custo médio de longo prazo – Rede de transmissão.....	61
Gráfico 8 – Evolução dos índices de preços do SFT-PTC.....	64
Gráfico 9 – Investimento em publicidade.....	67
Gráfico 10 – Evolução das margens dos acessos analógicos.....	68

Gráfico 11 – Evolução das margens dos acessos digitais.....	68
Gráfico 12 – Evolução das margens dos acessos totais.....	68
Gráfico 13 – Evolução dos prestadores em actividade.....	70

INTRODUÇÃO: ENQUADRAMENTO REGULAMENTAR

A Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro, aprovou o regime jurídico aplicável às redes e serviços de comunicações electrónicas e aos recursos e serviços conexos, definindo as competências da autoridade reguladora nacional neste domínio.

Este diploma (Lei n.º 5/2004) transpõe as Directivas n.ºs 2002/19/CE, 2002/20/CE, 2002/21/CE, 2002/22/CE, todas do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de Março, e a Directiva n.º 2002/77/CE, da Comissão, de 16 de Setembro.

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

Este processo desenvolve-se de acordo com as seguintes fases (art.ºs 55.º a 61.º da Lei n.º 5/2004)¹:

- Definição do mercado relevante (art.º 58.º da Lei n.º 5/2004)

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

Na definição de mercados relevantes deve a ARN, em função das circunstâncias nacionais, ter em conta a *Recomendação sobre Mercados Relevantes de Produtos e Serviços de Comunicações Electrónicas*², da Comissão Europeia, daqui em diante designada por ‘Recomendação’ e as *Linhas de Orientação da Comissão Europeia relativas à análise e avaliação do poder de mercado significativo no âmbito do quadro regulamentar comunitário para as redes e serviços de comunicações electrónicas*³, daqui em diante designadas por ‘Linhas de Orientação’.

- Análise do mercado relevante (art.º 59.º da Lei n.º 5/2004)

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

O procedimento de análise de mercado tem como objectivo investigar a existência de concorrência efectiva. Não existe concorrência efectiva caso seja possível identificar empresas⁴ com poder de mercado significativo (PMS).

¹ Artigos 7º e 14º a 16º da Directiva Quadro.

² Disponível em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=55017&contentId=87570>.

³ Disponível em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=55015&contentId=87568>.

⁴ “No âmbito do quadro regulamentar, os mercados serão definidos e o PMS avaliado com metodologias idênticas às do direito da concorrência. (...) e a avaliação da concorrência efectiva pelas ARN devem ser coerentes com a jurisprudência e a prática em matéria de concorrência. Com vista a garantir essa coerência, as presentes orientações baseiam-se em: 1. Jurisprudência do Tribunal de Primeira Instância e do Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias no que diz respeito à

Considera-se que uma empresa tem PMS se, individualmente ou em conjunto com outras, gozar de uma posição equivalente a uma posição dominante, ou seja, de uma posição de força económica que lhe permita agir, em larga medida, independentemente dos concorrentes, dos clientes e dos consumidores.

- Imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares (art.º 55.º e 59.º da Lei n.º 5/2004)

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

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

As obrigações impostas:

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

O presente documento fundamenta o projecto de deliberação do ICP-ANACOM sobre a definição dos mercados dos acessos em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo e a avaliação de PMS nos referidos mercados.

definição de mercado e à noção de posição dominante na acepção do artigo 82.º do Tratado CE e do artigo 2.º do regulamento relativo ao controlo das concentrações.” (Cf. Linhas de Orientação §24).

Em matéria de direito da concorrência, a noção de empresa “*deve ser entendida como designando uma unidade económica do ponto de vista do objecto do acordo em causa, mesmo que, do ponto de vista jurídico, esta unidade económica seja constituída por várias pessoas físicas ou morais*” (Acórdão TJCE de 12 de Julho de 1984, Hydrotherm).

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

NOTA:

Considerando que os dados subjacentes à presente análise respeitam ao período anterior à entrada em vigor da Lei n.º 5/2004, surgem ao longo do documento diversas referências aos diplomas revogados pela referida Lei.

1. DEFINIÇÃO DOS MERCADOS RETALHISTAS DE ACESSO À REDE TELEFÓNICA PÚBLICA NUM LOCAL FIXO

O ICP-ANACOM iniciará o processo de revisão das obrigações regulamentares em vigor tomando como ponto de partida a lista de mercados recomendada pela Comissão⁵.

Conforme previsto no n.º 1 do Art.º 15.º da Directiva-Quadro, a Comissão adoptou, no dia 11.02.2003, a Recomendação na qual foram identificados 18 mercados relevantes de comunicações electrónicas cujas características podem justificar a imposição de obrigações regulamentares *ex-ante*.

Na área do acesso à rede telefónica pública num local fixo, a Comissão identificou dois mercados retalhistas relevantes:

1. Acesso à rede telefónica pública num local fixo para clientes residenciais;
2. Acesso à rede telefónica pública num local fixo para clientes não residenciais.

A Comissão identifica o mercado do produto em causa da seguinte forma:

*“O mercado retalhista pode ser descrito, em termos gerais, como a oferta de ligação ou acesso (num local ou endereço fixo) à rede telefónica pública para a realização e/ou recepção de chamadas telefónicas e serviços conexos.”*⁶

Acresce ainda que, de acordo com a Comissão:

*“É habitual fazer uma distinção entre mercados empresariais e mercados residenciais, dado que as condições contratuais de acesso e de serviço podem ser diferentes. Além disso, não será normalmente possível a um fornecedor no mercado empresarial responder a aumentos de preços por parte de um eventual operador monopolista no mercado residencial, dado que os aspectos económicos da prestação do serviço aos clientes dos dois mercados podem ser significativamente diferentes.”*⁷

Os mercados a regulamentar deverão ser definidos de acordo com os princípios do direito europeu da concorrência. De acordo com estes princípios, o mercado relevante é determinado tendo em conta duas dimensões: mercado do produto e mercado geográfico. Tanto o mercado do produto, como o mercado geográfico são delineados através uma análise de substituíbilidade de produtos/serviços do lado da procura e do lado da oferta.

⁵ Cf. Recomendação §17.

⁶ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos p. 16.

⁷ Idem, pp. 16-17.

1.1. Tipos de acesso à rede telefónica pública num local fixo

De acordo com a Comissão, os acessos à rede telefónica pública num local fixo “*podem ser fornecidos por vários meios em função da empresa que fornece o serviço e da tecnologia utilizada. As tecnologias actualmente mais empregues são as redes telefónicas tradicionais que utilizam pares de fios metálicos entrelaçados. Os meios alternativos actuais são as redes de televisão por cabo que oferecem serviços telefónicos, as redes celulares móveis que foram adaptadas para a oferta de serviços em locais fixos e outras redes sem fios. Destes meios alternativos, apenas as redes de cabo estão amplamente implantadas nos Estados-Membros. A sua actual capacidade para a oferta de serviços vocais varia consideravelmente de um Estado-Membro para outro e, em geral, é ainda reduzida. Nos locais em que a procura se eleva a um grande número de ligações para os utilizadores, poderá recorrer-se a uma forma de acesso específico. No futuro, deverá ser possível utilizar comercialmente uma gama mais vasta de tecnologias na oferta de acesso local e de serviços, como o serviço telefónico público.*”⁸

1.2. Os acessos à rede telefónica pública num local fixo em Portugal

Em Portugal, o acesso à rede telefónica pública num local fixo é disponibilizado por alguns dos prestadores que presentemente se encontram licenciados para a prestação do serviço fixo de telefone (SFT).

Os prestadores que disponibilizam acessos directos, quer através das respectivas redes, quer através da exploração de acessos de terceiros prestadores (lacete local desagregado e circuitos alugados), são em número de 9, a saber:

- Cabovisão;
- Coltel;
- Jazztel;
- Novis Telecom;
- OniTelecom;
- PT Comunicações (PTC) – Grupo Portugal Telecom (Grupo PT);
- PT Prime – Grupo PT;
- Refer Telecom (Refer);
- Vodafone Telecel (Vodafone).

Três prestadores de SFT – Netvoice, TMN (Grupo PT) e Telemilénio – não oferecem este tipo de acessos, prestando apenas serviços de acesso indirecto^{9,10}.

⁸ Idem.

⁹ Pré-selecção e/ou selecção chamada-a-chamada de prestador para realização de chamadas.

¹⁰ Por deliberação do Conselho de Administração do ICP-ANACOM de 13 de Novembro de 2003, foi atribuída à empresa G9, SA – Telecomunicações, licença de prestador de SFT e de operador de redes públicas. Esta entidade não foi considerada para efeitos de cálculo de indicadores, uma vez que a informação utilizada diz respeito ao período anterior à atribuição da licença.

Apresentam-se de seguida (**Tabela 1**) algumas ofertas de acesso à rede telefónica pública num local fixo:

Tabela 1 – Algumas ofertas de acesso à rede telefónica pública num local fixo

Empresa	Oferta	Tecnologia de Acesso	Activação/ Instalação	Mensalidade
PTC	Standard	Analógico	€71,83	€12,30
PTC	Standard	RDIS básico	€143,65	€24,50
PTC	Standard	RDIS primário	€718,27	€230,00
Cabovisão	IPhone ⁽¹⁾	Analógico sobre Cabo coaxial	€42,86	€12,86
Cabovisão	IPhone ⁽¹⁾	RDIS básico sobre cabo coaxial	€42,86	€20,00
Cabovisão	IPhone ⁽¹⁾	RDIS primário sobre cabo coaxial	€550,00	€175,00
Vodafone	Voz Corporate ⁽²⁾	RDIS primário sobre FWA ou Fibra óptica	€4.500,00	€175,00
Coltel	COLT Line Standard – BRI	RDIS básico sobre Fibra óptica	€500,00	€25,00
Coltel	COLT Line Standard – PRI	RDIS primário Fibra óptica	€2.400,00	€125,00
Jazztel	Plano Corporate	RDIS primário sobre FWA	n.a.	€150,00
Novis Telecom	Directo empresas ⁽⁴⁾	Analógico sobre FWA	€44,89	€4,99
Novis Telecom	Directo empresas ⁽⁴⁾	RDIS básico sobre FWA	€74,81	€9,98
OniTelecom	OniVoz OLL ⁽³⁾	Lacete local desagregado	€25,21	€14,20
<p>(1) A oferta em conjunto com outros serviços proporciona preços mais reduzidos. (2) Se o tempo de permanência for superior a 2 anos não é cobrada a instalação. Se o tempo de permanência for entre 1 e 2 anos será cobrada 50% instalação. (3) Período mínimo de permanência de 12 meses. (4) Oferta de €75, €150, €250 ou €500 e activação na adesão à Novis com acordo de permanência (24 meses). Na adesão por 12 ou 18 meses é oferecida apenas activação. (IVA excluído)</p>				

Fonte: Prestadores de SFT em Outubro 2003

Os diferentes tipos de acesso disponibilizados por estes operadores são suportados fisicamente em:

- Pares de fio de cobre – este suporte é usado maioritariamente pela PTC, o operador histórico, e é aquele que garante actualmente uma maior cobertura geográfica e populacional;

- Cabo coaxial – cabo constituído por um fio de cobre central, envolto por uma cinta de fios de cobre entrelaçados, da qual se encontra separado por um material isolador. Este tipo de cabo está vocacionado para transporte de sinais eléctricos de frequências superiores às suportadas por um simples par de fios metálicos. É um dos elementos essenciais das redes híbridas de distribuição de televisão por cabo (CATV). Presentemente, existe um prestador¹¹ de serviço fixo de telefone que disponibiliza acesso fixo através de cabo coaxial (Cabovisão);
- Acesso fixo via rádio (FWA) – tecnologia de acesso que permite aos operadores fornecerem aos clientes uma ligação directa à sua rede de telecomunicações através de uma ligação rádio fixa entre as instalações destes e a central local do operador. Quatro prestadores em actividade (Jazztel, Novis, Vodafone e OniTelecom) têm licenças de acesso fixo via rádio¹². As ligações rádio são usadas em complemento às respectivas redes de acesso não rádio, normalmente para acesso a clientes não residenciais;
- Fibra óptica – meio físico de transmissão (geralmente um cabo com vários pares de fibra de vidro) em que a informação é transportada sob a forma de impulsos de luz. Trata-se de um suporte de banda larga que pode, associado a equipamento adequado, fornecer capacidade para transmissão de elevadas quantidades de informação a grande distância e com reduzida distorção. Tanto os novos prestadores (OniTelecom, Novis, Colt, Jazztel, Refer, Cabovisão) como a PTC têm instalado fibra óptica nas respectivas redes de acesso, sobretudo para utilização do mercado não residencial. Entre os novos prestadores, a Cabovisão possui um anel nacional de fibra óptica, com 1.811 km, correspondendo a uma capacidade de 2,5 Gbit/s e a Colt, está a construir toda a sua rede em fibra óptica;
- Feixes hertzianos – sistema de transmissão por propagação de ondas electromagnéticas na atmosfera utilizando antenas parabólicas. As ligações em feixes hertzianos têm uma utilização residual tendo em conta o elevado investimento necessário para assegurar a sua manutenção.

Sobre estes suportes físicos são oferecidos os seguintes tipos de acesso:

- Acessos analógicos – correspondem a acessos que disponibilizam um único canal de 64kbit/s, em princípio para transporte de voz e dados até 56 kbit/s;
- Acessos digitais básicos (acessos RDIS básicos) – correspondem a acessos com dois canais de 64 kbit/s, para transporte de voz e dados, e um canal a 16 kbit/s, para sinalização;
- Acessos digitais primários (acessos RDIS primários) – correspondem a acessos em que são disponibilizados 30 canais a 64 kbit/s para voz ou dados, um canal a 64 kbit/s para sinalização e outro canal para sincronismo, proporcionando um débito global de 2 Mbit/s;

¹¹ Um segundo operador de CATV, a TVTel anunciou recentemente que pretende oferecer no futuro serviços telefónicos suportados na sua rede. De referir que o operador em causa não solicitou a atribuição de licença.

¹² A PT também está habilitada a utilizar frequências rádio para este efeito (Cf. Despacho nº24327/99, de 22 de Novembro).

- Acessos digitais fraccionados – tratam-se de acessos que correspondem a parte de um acesso digital primário, representando a utilização de uma fracção de $n/30$ canais de 64 kbit/s, em que n é um número inteiro que pode variar entre 1 e 29.

Apresenta-se de seguida a evolução da distribuição dos acessos ao SFT oferecidos em Portugal por tipo (Tabela 2 e Tabela 3):

Tabela 2 – Distribuição por tipo dos acessos ao SFT oferecidos em Portugal

	2001		2002		Variação 2001- 2002
	Valores Abs.	Penetração	Valores Abs.	Penetração	
Acessos Totais ⁽¹⁾	4.382.913	42,41%	4.354.647	42,13%	-0,65%
dos quais Acessos Principais instalados a pedido de clientes	4.289.875	41,51%	4.269.854	41,31%	-0,47%
dos quais FWA	5.435	0,05%	8.587	0,08%	57,99%
dos quais Acessos Analógicos	3.482.428	33,69%	3.409.031	32,98%	-2,11%
dos quais Acessos Digitais Equivalentes	805.409	7,79%	860.823	8,33%	6,88%
dos quais RDIS básicos	480.292	4,65%	534.856	5,17%	11,36%
dos quais RDIS primários	321.990	3,12%	321.420	3,11%	-0,18%
dos quais outros acessos	3.127	0,03%	4.547	0,04%	45,41%
dos quais Postos Públicos	45.467	0,44%	43.765	0,42%	-3,74%

(1) Este valor corresponde aos acessos principais instalados a pedido de clientes, aos postos públicos e ao parque próprio dos prestadores

Fonte: ICP-ANACOM, vide <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=520>

Tabela 3 – Distribuição por tipo de acessos ao SFT oferecidos em Portugal (cont.)

	1.º Trimestre 2003		2.º Trimestre 2003	
	Valores Abs.	Penetração	Valores Abs.	Penetração
Acessos Totais ⁽¹⁾	4.330.177	41,90%	4.318.712	41,78%
dos quais Acessos Principais instalados a pedido de clientes	4.245.281	41,07%	4.233.893	40,96%
dos quais FWA	12.147	0,12%	12.990	0,13%
Acessos Analógicos	3.384.782	32,75%	3.369.199	32,60%
Acessos Digitais Equivalentes	860.499	8,33%	864.694	8,37%
dos quais RDIS básicos	535.048	5,18%	539.104	5,22%
dos quais RDIS primários	322.890	3,12%	323.460	3,13%
dos quais outros acessos	2.561	0,02%	2.130	0,02%
dos quais Postos Públicos	43.373	0,42%	42.951	0,42%

(1) Este valor corresponde aos acessos principais instalados a pedido de clientes, aos postos públicos e ao parque próprio dos prestadores

Fonte: ICP-ANACOM, vide <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=520>

1.3. Definição do Mercado do Produto

O processo de definição do mercado do produto tem como objectivo identificar todos os produtos e/ou serviços suficientemente permutáveis ou substituíveis, não só em termos das suas características objectivas, graças às quais estão particularmente aptos para satisfazer as necessidades constantes dos consumidores, mas também em termos dos seus preços e da sua utilização pretendida¹³.

O exercício de definição do mercado do produto ou serviço relevante inicia-se com o agrupamento dos produtos ou serviços utilizados pelos consumidores para as mesmas finalidades/utilização final¹⁴.

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

Neste contexto, identificam-se dois tipos principais de pressões da concorrência: (i) a substituíbilidade do lado procura e (ii) a substituíbilidade do lado da oferta¹⁵.

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

Uma das formas utilizadas na avaliação da existência de substituíbilidade do lado da procura e da oferta consiste na aplicação do denominado "teste do monopolista hipotético" (teste SSNIP – *Small but significant non-transitory increase in price*)¹⁶.

De seguida, discute-se a possibilidade de:

- (i) os serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo;
- (ii) o acesso em banda larga;
- (iii) os circuitos alugados;
- (iv) o acesso móvel;
- (v) os acessos RDIS básico e RDIS primário e
- (vi) os serviços prestados a clientes residenciais e não residenciais,

fazerem parte do mercado de acesso à rede telefónica pública num local fixo, utilizando para o efeito as ferramentas acima descritas.

¹³ Cf. Linhas de Orientação §44.

¹⁴ Cf. Linhas de Orientação §44.

¹⁵ Cf. Linhas de Orientação §38. Existe, também, uma terceira fonte de pressão concorrencial no comportamento do operador que é a concorrência potencial. Esta possibilidade será considerada sempre que relevante.

¹⁶ Cf. Linhas de Orientação §40-43.

1.3.1. Serviços de acesso vs. Serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo

Os serviços de acesso e os serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo têm sido tradicionalmente oferecidos em pacote, podendo este facto resultar do reconhecimento por parte dos operadores das vantagens do consumo conjunto dos dois serviços.

Sobre esta questão a Comissão considera que:

“O serviço telefónico é habitualmente fornecido como um pacote global que permite o acesso e a utilização...Embora, aparentemente, muitos utilizadores finais prefiram comprar acesso e chamadas de saída à mesma empresa, outros escolhem, para algumas ou todas as chamadas de saída, empresas diferentes da que fornece acesso (e recepção de chamadas)...Os utilizadores finais podem, com relativa facilidade, escolher empresas alternativas mediante códigos de acesso curtos (por contrato ou em regime de pré-pagamento) ou ainda através da pré-selecção do operador. As empresas que fornecem acesso entram em concorrência no mercado das chamadas de saída, mas as empresas que fornecem chamadas de saída através da selecção ou pré-selecção do operador não parecem entrar por norma no mercado do acesso em resposta a um aumento ligeiro mas significativo e não-transitório do preço de acesso. Assim, é possível identificar mercados retalhistas separados para o acesso e as chamadas de saída.”¹⁷

Por sua vez, as entidades que responderam à Consulta Pública preliminar sobre o processo de definição de mercados relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações¹⁸, consideram que, de facto, os dois tipos de serviço em causa devem ser analisados separadamente. Em resumo, os operadores que responderam a esta consulta consideram que os acessos e os serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo são “produtos não substituíveis e com condições de concorrência significativamente distintas”. O Grupo Portugal Telecom, no entanto, ressalva a situação das grandes contas empresariais; neste caso, a dimensão dos clientes permite adoptar soluções do tipo VPN IP¹⁹ que seriam substitutas do acesso e do tráfego. [Esta última questão será analisada no ponto 1.3.7 - Segmentação do mercado por tipo de cliente: grandes clientes.]

Analisa-se, de seguida, as restrições da concorrência do lado da procura e do lado da oferta que permitirão concluir sobre a inclusão ou não dos serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo no mercado do acesso à rede telefónica pública num local fixo.

1.3.1.1. Análise da procura de serviços de acesso e de serviços telefónicos publicamente disponíveis

- As características dos serviços de acesso e dos serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo permitem concluir que estes satisfazem necessidades diversas, não sendo por isso substitutos.

¹⁷ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos p. 17. Vide igualmente Linhas de Orientação §65.

¹⁸ Respostas disponíveis em <http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=78292>.

¹⁹ VPN – Virtual Private Network; IP-Internet Protocol.

O acesso consiste na instalação de uma linha desde o local onde o cliente está domiciliado até um ponto de entrada de uma rede pública comutada de telecomunicações.

O conjunto de acessos de uma central telefónica constitui a rede de acesso local através da qual o prestador pode oferecer serviços telefónicos bem como o acesso a serviços de dados e outros.

Por outro lado, o serviço telefónico consiste na ligação através de um canal de transmissão entre dois ou mais intervenientes, permitindo desta forma a emissão, a troca e a recepção de informação (sinais ou mensagens) dentro de uma rede, de acordo com uma série de regras predefinidas e do conhecimento das entidades envolvidas.

Tendo em conta as características físicas e técnicas dos serviços em análise, verifica-se que existirá uma relação de complementaridade e não de substituição, entre os dois serviços.

- A existência de complementaridade entre acesso e serviços telefónicos e sua tradicional comercialização e consumo em pacote poderia justificar a análise conjunta destes serviços.

No entanto, existe já um número elevado de utilizadores que escolhem, para algumas ou todas as chamadas, prestadores diferentes daquele que fornece acesso e recepção de chamadas, através dos serviços de acesso indirecto (**Tabela 4**).

Tabela 4 – Clientes de acesso directo e indirecto

Prestadores de SFT	2000		2001		2002		2.º Trimestre 2003	
	Acesso Directo	Acesso Indirecto	Acesso Directo	Acesso Indirecto	Acesso Directo	Acesso Indirecto	Acesso Directo	Acesso Indirecto
Grupo PT	3.537.000*	11.653	3.191.750	2.847	3.059.067	2.354	3.011.121	2.714
Operador B	44	125.979	124	447.873	233	465.085	618	435.184
Operador C	0	193.410	617	n.d.	1.187	111.063	696	146.706
Operador D	0	82.449	0	118.334	134	148.542	100	165.228
Operador E	116	57.324	385	68.487	245	62.700	236	17.986
Operador F	1.521	0	58.089	1	161.420	2	164.278	4
Outros Prestadores	528	280.138	262	6.487	624	1.621	0	1.220
Total	3.539.209	750.953	3.251.227	644.029	3.222.910	791.367	3.177.049	769.042

* Abril.

Fonte: ICP-ANACOM.

- As diferentes dinâmicas de concorrência associadas aos serviços de acesso e aos serviços telefónicos, identificadas no [capítulo 2](#) deste documento e no capítulo 2 do documento “*Mercados dos serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo – Definição de mercados relevantes e avaliação de PMS*”, sugerem, igualmente, uma razoável independência entre os dois produtos, configurando uma situação de mercados distintos.

Em conclusão, os dois serviços em análise não são substitutos do ponto de vista da procura. As características destes serviços, a generalização do acesso indirecto e as diferentes dinâmicas de concorrência justificam a não inclusão do dois serviços no mesmo mercado.

1.3.1.2. Substituibilidade do lado da oferta

Os operadores de acesso indirecto que não oferecem actualmente SFT poderiam decidir entrar no mercado de acesso à rede de telecomunicações pública num local fixo num horizonte temporal razoável. Por outro lado, a oferta de lacetes locais desagregados (OLL) poderia permitir o fornecimento destes serviços por novos operadores de redes públicas de telecomunicações.

No entanto:

- no caso dos operadores de acesso indirecto, a construção de uma rede de acesso implicaria investimentos significativos, nalguns casos irrecuperáveis, e realizados ao longo de um período de tempo relativamente longo.
- a utilização do acesso desagregado do lacete local para oferta a retalho de acesso à rede de telecomunicações pública num local fixo para a prestação de serviços de banda estreita sobre um acesso analógico, apesar de tecnologicamente possível, não tem constituído uma estratégia de entrada no mercado muito utilizada. Foi possível identificar apenas uma oferta de retalho baseada nesta solução tecnológica. Eventualmente, isto dever-se-á ao facto da desagregação do lacete local constituir uma estratégia mais rentável para uma oferta conjunta de banda larga e banda estreita. (**Tabela 5**).

Tabela 5 – Preços do lacete local e dos acessos analógicos da PTC

Acesso Completo⁽¹⁾ (por grosso)	
Instalação	€84,07
Mensalidade – SFT e RDIS AB	€11,96
Linha Analógica (retalho)	
Instalação	€71,83
Mensalidade	€12,30
⁽¹⁾ Existem ainda outros custos relevantes relacionados, nomeadamente, com a verificação de elegibilidade dos lacetes, testes de qualificação (caso o prestador queira oferecer serviços de banda larga) e de co-instalação quer em espaço aberto ou em sala de operadores.	

(IVA excluído)

Fonte: ORALL 2003 e Tarifário do SFT para 2003 da PTC

1.3.1.3. Conclusão: Acesso vs. Serviços telefónicos publicamente disponíveis

As características dos serviços em análise, a generalização do acesso indirecto e as diferentes dinâmicas de concorrência justificam a não inclusão do dois serviços no mesmo mercado. Estas

considerações do lado da procura são corroboradas, nas actuais condições de mercado, pela análise da substituíbilidade do lado da oferta.

1.3.2. Serviço de acesso em banda estreita vs. Serviço de acesso em banda larga²⁰

A eventual substituíbilidade entre acessos de banda estreita e banda larga depende da substituíbilidade potencial entre os serviços suportados pelos mesmos.

No caso dos acessos de banda larga, o serviço predominantemente suportado é o acesso à Internet.

Este serviço é também suportado pelos acessos de banda estreita, podendo, por esta razão, os dois tipos de acesso pertencerem ao mesmo mercado.

De acordo com a Comissão, estes dois tipos de acesso constituirão mercados diferentes:

“No que diz respeito aos serviços a retalho de telefonia fixa oferecidos aos utilizadores particulares, as características da oferta e da procura parecem indicar que actualmente são oferecidos dois tipos principais de serviços: por um lado, serviços tradicionais de telefonia fixa (transmissão de voz e de dados em banda estreita) e, por outro, serviços de comunicações de elevado débito (actualmente sob forma de serviços xDSL).”²¹

Por sua vez, as entidades que responderam à Consulta Pública preliminar sobre o processo de definição de mercados relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações²², apresentaram os seguintes argumentos:

- O Grupo PT considera, nomeadamente, que os acessos em análise não se encontram no mesmo mercado em virtude de, apesar de se verificar uma migração gradual dos clientes de banda estreita para a banda larga, não existir evidência que o processo inverso se verifique na sequência de um aumento sensível e duradouro dos preços da banda larga.
- O Grupo Sonae entende que a Internet de banda estreita é relativamente substituível pelos serviços de dados de alto débito, mas não considera que os serviços são substituíveis entre si ou que a Internet de banda larga é substituível pela de banda estreita e, logo, que pertençam ao mesmo mercado.
- A OniTelecom refere que os dois tipos de acesso têm diferentes exigências de infraestrutura associadas, pelo que não podem constar do mesmo mercado.
- A REN Telecom também partilha do entendimento que os tipos de acesso em análise não pertencem ao mesmo mercado.

²⁰ “Os serviços Internet em maior largura de banda ou em banda larga caracterizam-se por proporcionar débitos no sentido descendente, para os utilizadores finais, superiores a 128 kbit/s” (Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, nota de rodapé n.º 33).

²¹ Cf. Linhas de Orientação §65.

²² Respostas disponíveis em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=65370>.

Analisam-se, de seguida, as restrições da concorrência do lado da procura e do lado da oferta que permitirão concluir sobre a análise conjunta dos acessos em banda estreita e em banda larga.

1.3.2.1. Substituibilidade do lado da procura

- Os acessos analógicos e RDIS descritos no ponto 1.2 suportam o acesso à Internet em banda estreita na modalidade de serviço de acesso por chamada através de linhas telefónicas e modems.

Os acessos em banda larga, nomeadamente serviços que utilizam as tecnologias de linha de assinante digital (ou equivalentes) ou modems de cabo e acesso dedicado²³, serão sobretudo utilizados sempre que a procura de tráfego de dados seja elevada, em termos de largura de banda média/de pico ou ainda de tempo de ligação.

Para além das diferenças entre acesso em banda estreita e banda larga directamente resultantes das diferentes velocidades de transmissão de dados, as ofertas suportadas em ligações de banda larga proporcionam também, ao contrário da maioria das ligações em banda estreita, a possibilidade de descarregar conteúdos que exijam maior largura de banda, o acesso permanente (“*always on*”), o acesso com controlo de custos e não temporizado²⁴ e a possibilidade do cliente manter o telefone disponível para realizar ou receber chamadas enquanto acede à Internet (ao contrário dos acessos analógicos).

Existem portanto diferenças significativas entre os dois serviços considerados.

- Verifica-se, igualmente, que de acordo com a informação disponível, os preços do serviço em banda estreita não apresentam um comportamento paralelo em relação aos preços do serviço em banda larga. O preço do acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo e os preços dos serviços de acesso à Internet por chamada aumentaram^{25,26}, contrariamente ao que se tem verificado nos acessos de banda larga (**Tabela 6**).

²³ As redes de televisão por satélite e terrestres (desde que tenham capacidade adequada e estejam ligadas a uma via de retorno), assim como outras tecnologias sem fios e tecnologias que utilizam as linhas eléctricas para o acesso em locais fixos podem também fornecer serviços de dados e acesso à Internet de banda larga. No entanto, de acordo com a informação recolhida, estas formas de acesso não se encontram disponíveis ou têm uma penetração muito reduzida.

²⁴ Por deliberação de 21.02.2001, (vide <http://www.anacom.pt/template13.jsp?categoryId=7916>) foram definidas as novas condições de acesso à Internet. Entre estas, refira-se a obrigação de disponibilização pela PTC de ofertas grossistas não temporizadas (tarifas planas) para acesso à Internet na rede telefónica fixa. Apesar da disponibilização de ofertas grossistas não temporizadas de acesso à Internet, os *Internet Service Providers* (ISP) não as reflectiram na constituição de ofertas retalhistas próprias, pelo que o acesso não temporizado a partir do acesso de banda estreita não constitui, de momento, uma escolha para o acesso à Internet.

²⁵ Por deliberação de 21.02.2001, o Conselho de Administração do ICP-ANACOM determinou que todo o tráfego Internet devia transitar do modelo de repartição de receitas entre o operador de acesso directo e os ISP para um modelo de interligação assente numa lógica de pagamentos de originação, no qual os ISP são responsáveis pela definição do preço suportado pelo utilizador final do acesso à Internet via rede telefónica fixa, pagando ao operador de acesso directo um preço de originação.

Até aquela data os utilizadores pagavam a ligação à Internet de acordo com o tarifário de retalho praticado pela PTC. Com o novo modelo de originação, cabe ao ISP definir o preço de retalho e proceder ao pagamento da interligação à PTC.

Tabela 6 – Evolução dos preços dos serviços de Banda Larga

	Ofertas mais significativas	2001	Opções	Ofertas mais significativas	2002	Opções	Ofertas mais significativas	2003	Opções
ADSL	Telepac NETFast 256/64 Kbps	38.36 €	Inclui 2 GB de tráfego	Telepac ADSL.PT 512/128 Kbps	38.00 €	Inclui 4 GB de tráfego	Telepac ADSL.PT 512/128 Kbps	38.00 €	Inclui 4 GB de tráfego internacional e 40 GB nacional
	Novis ADSL Familiar 256/64 Kbps	55.00 €	n.d.	NovisNet ADSL 512/128 Kbps	50.00 €	Inclui 8 GB de tráfego	Novis NetADSL Light 512/128 Kbps	32.00 €	Inclui 4GB de tráfego
	n.a	n.a	n.a	CLIX Turbo 512/128 Kbps	31.00 €	Inclui 2 GB de tráfego	CLIX Turbo 512/128 Kbps	31.01 €	Inclui 3 GB de tráfego
	OniNetSpeed 256	36.24 €	Inclui 2 GB de tráfego	Pack ADSL OniNetSpeed 512	29.33 €	Inclui 2 GB de tráfego	Pack ADSL OniNetSpeed 512	29.33 €	Inclui 3 GB de tráfego
Modem por Cabo	NetCabo Speed On 640	29.41 €	Inclui 1 GB de tráfego internacional e 20 GB nacional	NetCabo Speed On 640	29.41 €	Inclui 1 GB de tráfego internacional e 20 GB nacional	NetCabo Speed On 640	29.41 €	Inclui 1 GB de tráfego internacional e 20 GB nacional
	NetCabo Speed Pro+ 1Mb/256 Kbps c/IP dinâmico	112.23 €	Inclui 10 GB de tráfego internacional e tráfego nacional ilimitado	NetCabo Speed Pro+ 1Mb/256 Kbps c/IP dinâmico	112.23 €	Inclui 10 GB de tráfego internacional e tráfego nacional ilimitado	NetCabo Speed Pro+ 1Mb/256 Kbps c/IP dinâmico	112.23 €	Inclui 10 GB de tráfego internacional e tráfego nacional ilimitado
	Netvisão 256 Kbps	28.78 €	Inclui 5 GB de tráfego	Netvisão 256 Kbps	29.83 €	Inclui 5 GB de tráfego	Netvisão 256 Kbps	29.83 €	Inclui 5 GB de tráfego

(IVA excluído)

Fonte: Sítios dos prestadores de serviço.

De facto, verifica-se que algumas ofertas de acesso em banda larga têm evidenciado descidas de preço, enquanto que outras, apesar de manterem o preço, proporcionam maiores larguras de banda e/ou maior volume de tráfego incluído.

- De referir, também, que apesar da evolução dos preços acima apresentada, o número de clientes dos dois serviços (acesso à Internet em banda estreita e em banda larga) tem aumentado (**Tabela 7**).

Tabela 7 – Evolução do número de clientes do serviço de acesso à Internet

	1998	1999	2000	2001	2002	IIT2002	IIT2003
Número total de clientes	172.698	645.146	2.110.828	3.459.640	5.165.057	4.299.769	6.157.566⁽⁵⁾
Clientes de acesso por chamada ⁽¹⁾	n.d.	n.d.	2.083.613	3.360.324	4.902.294	4.146.149	5.779.763
Clientes de acesso dedicado ⁽²⁾	n.d.	n.d.	2.061	2.709	3.272	2.816	3.168
Clientes de acesso ADSL ⁽³⁾	n.a.	n.a.	n.a.	2.886	52.005	5.500	112.296
Clientes de	n.a.	297	25.154	93.721	207.486	145.304	262.339

Actualmente os principais ISP praticam preços superiores ao tarifário das chamadas locais da PTC. Este facto evidencia que os mesmos aumentaram os preços do serviço de acesso à Internet, na medida em que, anteriormente, a generalidade dos ISP cobrava o preço de uma chamada local, sem que tal se tenha reflectido no número de clientes.

²⁶ O preço de assinatura mensal da linha telefónica analógica praticado pela PTC não se alterou entre 2001 e 2002. Entre 1998 e 2001, verificaram-se aumentos médios anuais de 5,4% (em termos nominais).

acesso modem por cabo ⁽⁴⁾							
<p>(1) Pode verificar-se alguma sobrestimação do número de clientes de acesso por chamada, na medida em que é de prever que existam situações em que um utilizador recorra a mais de um ISP.</p> <p>(2) A oferta do serviço de acesso à Internet por linhas dedicadas, com recurso a diversas tecnologias, é maioritariamente de banda larga e direccionada para o segmento empresarial. Inclui a oferta do serviço com recurso a acessos FWA (acesso fixo via rádio).</p> <p>(3) A oferta comercial de acesso ADSL iniciou-se no 1.º trimestre de 2001.</p> <p>(4) O início da oferta comercial do serviço de acesso à Internet via redes de distribuição de televisão por cabo ocorreu no final de 1999.</p> <p>(5) Inclui estimativa para dois prestadores em actividade (não enviaram a informação atempadamente), tendo por base a taxa de crescimento do mercado, verificada no trimestre, face ao trimestre anterior, considerando os elementos efectivamente recebidos dos prestadores (o valor estimado representa cerca de 0,004% do global do mercado efectivamente contabilizado).</p>							

Fonte: ICP-ANACOM.

- Para além da comparação entre as diferentes características dos serviços em análise e entre as trajectórias dos respectivos preços, poderá igualmente avaliar-se a existência de substituíbilidade recorrendo ao teste SSNIP.

Um utilizador de um serviço de acesso à Internet em banda estreita que tenha preferência por longos períodos de utilização ou por um produto com maior largura de banda, poderá, caso os serviços estejam disponíveis, optar por uma oferta de banda larga através de acesso por ADSL ou modem de cabo (ou equivalente), na sequência de um pequeno aumento não-transitório de preços ou de uma deterioração equivalente da qualidade.

Esta eventual substituíbilidade dependeria do diferencial de preços entre os serviços e da avaliação dos utilizadores.

Em relação à primeira variável, verifica-se que as diferenças entre o preço do acesso em banda estreita e o preço do acesso em banda larga (Cabo e ADSL) são significativos (**Tabela 8**).

Tabela 8 – Preços de alguns serviços de acesso à Internet

		Instalação/ Activação	Assinatura Mensal	Preço do Modem	Outros Preços Relevantes
Acesso em banda estreita					
Linha Analógica		€71,83	€12,30	n.a.	Tráfego de Internet
Linha Básica RDIS		€143,65	€24,50	n.a.	Tráfego de Internet
Acesso em banda larga					
ADSL	PT 1.ª vez ADSL	Oferta de Instalação de linha analógica no valor de €71.83 /€42	€29,40 ^(a)	Oferta de Modem no valor de €42	Assinatura linha analógica €12,30/mês
	OninetSpeed	Valor de Instalação da linha analógica da PTC €71.83/€42	€29,32 ^(b)	Oferta de Modem no valor de €42	Assinatura da linha analógica: €12,30 no caso das linhas da PTC

	ClixTurbo	Valor de Instalação da linha analógica da PTC €71.83/€42	€31,00 ^(c)	Oferta de Modem no valor de €42	Assinatura da linha analógica: €12,30 no caso das linhas da PTC
CABO	CATVP – NetCabo	Valor de instalação da TV por Cabo €73.31/€42	€29,41 ^(d)	Oferta de Modem	Assinatura de TV Cabo pelo mínimo de €11,34
	Cabovisão – Netvisão	Valor da instalação €43/€42	€45,50 ^(e)	€42	n.a.
<p>(a) Não inclui Assinatura da linha Analógica. Inclui Acesso Internet ADSL 512/128 kbit/s; limite de tráfego de 22GB: 20GB de tráfego nacional + 2GB de tráfego internacional; 2 caixas de correio SAPO, com 25 MB cada e POP3 incluído; 1 Página pessoal com 25 MB. Pressupõe um período de fidelização de 12 meses.</p> <p>(b) Acesso à Internet a 512 kbit/s. Inclui 3 GB, sendo o tráfego tarifado a €0,015 por cada 1 MB adicional. Período de fidelização de 12 meses. 50 MB disponíveis para o número de caixas de correio à escolha e 50 MB para alojamento de uma página pessoal.</p> <p>(c) Acesso à Internet a 512 kbit/s. Período de fidelização de 12 meses. Inclui 3GB, 35 MB para caixa de correio e 35MB para página pessoal.</p> <p>(d) Na assinatura mensal estão incluídos 1 GB de downloads de tráfego internacional de 20 GB de downloads de tráfego nacional. Velocidade máxima de 640 kbit/s. Tem ainda gratuitamente 15 MB para gerir 5 endereços de e-mail disponibilizados e construir a sua página pessoal. O valor de instalação da TV Cabo compreende acesso, uma tomada e equipamento.</p> <p>(e) Na assinatura mensal estão incluídos 8 GB de downloads, velocidade máxima de 512 kbit/s e inclui ainda 10 MB de espaço para criação de página pessoal e 5 caixas de correio electrónico.</p> <p>(IVA excluído)</p>					

Fonte: Sítios da Internet dos prestadores

De referir que, para além da assinatura mensal dos acessos ADSL e Cabo, pode ainda ser necessário o pagamento adicional da assinatura mensal do SFT ou da subscrição de canais da televisão por cabo, respectivamente.

Os diferenciais de preços identificados indiciam que os preços dos acessos em banda larga não limitam a possibilidade de um monopolista hipotético realizar um aumento, pequeno mas significativo e duradouro, dos preços dos acessos de banda estreita. Mesmo que o preço do acesso em banda estreita aumentasse 10%, o referido preço (i) ficaria bastante distante do preço do acesso por Cabo e (ii) seria reflectido nos custos incorridos pelos clientes de acessos ADSL (vide coluna “Outros preços Relevantes” da **Tabela 8**).

Acresce que, de acordo com a informação disponível, a maioria dos utilizadores não estaria disposta a pagar um preço superior por uma capacidade ou velocidade de transmissão de dados mais elevada^{27,28}.

Desta forma, tendo em conta que: (i) os serviços em causa apresentam diferentes características e funcionalidades; (2) os seus preços não se movem de forma paralela; e (3) um monopolista hipotético não veria o seu comportamento constringido, o ICP-ANACOM considera que não

²⁷ Cf. “Utilização das TIC pela população portuguesa – 2000” – Grupo de Trabalho para Acompanhamento das Estatísticas sobre a Sociedade de Informação no seio do Conselho Superior de Estatística.

²⁸ Fonte: Yankee Group.

dispõe evidência suficiente que permita concluir que os serviços em análise são substitutos do lado da procura.²⁹

1.3.2.2. Substituibilidade do lado da oferta

Do lado da oferta, a possibilidade de um prestador de acesso em banda larga iniciar a oferta de serviços de banda estreita na sequência de um aumento pequeno mas significativo e não transitório (10% p.ex.) do preço deste serviço não parece provável, na medida em que os prestadores de banda larga, à excepção da Cabovisão, também participam activamente na oferta de serviços sobre acessos de banda estreita. O potencial efeito limitador do poder de mercado que estes operadores poderão oferecer será avaliado aquando da avaliação de PMS.

1.3.2.3. Conclusão: Serviço de Acesso em Banda estreita vs. Serviço de Acesso em Banda Larga

Dadas as distintas funcionalidades e as diferenças nos níveis e da evolução dos preços, e atendendo a que a substituibilidade do lado da oferta não se apresenta determinante para a definição deste mercado, entende-se que os acessos de banda estreita e de banda larga não estão incluídos no mesmo mercado relevante.

1.3.3. Serviço de acesso em banda estreita comutado vs. Serviço de circuitos alugados

As ligações dedicadas poderão ser substitutas parciais dos acessos comutados nos casos em que o perfil de tráfego do utilizador implique um volume de tráfego elevado entre cada dois locais fixos pré-determinados (e.g. entre a sede e as sucursais de uma empresa ou entre uma pequena empresa e o seu prestador de acesso à Internet), devendo o tráfego gerado ser suficiente para tornar o valor da assinatura do circuito alugado inferior ao montante despendido com a assinatura do acesso comutado e com a factura de tráfego comutado.

Considera-se que poderão existir as seguintes possibilidades de substituição, do ponto de vista dos utilizadores:

- Entre circuitos alugados analógicos e acessos comutados analógicos;
- Entre circuitos alugados digitais n*64 kbit/s e um acesso RDIS básico;
- Entre circuitos alugados digitais 2 Mbit/s e um acesso RDIS primário.

Sobre esta questão, a Comissão refere que:

²⁹ O recente lançamento de ofertas com preços e velocidades de transmissão inferiores não permite ainda considerar os seus efeitos na actual análise.

“O mercado retalhista pode ser descrito, em termos gerais, como a oferta de ligação ou acesso (num local ou endereço fixo) à rede telefónica pública para a realização e/ou recepção de chamadas telefónicas e serviços conexos. Este acesso e estes serviços podem ser fornecidos por vários meios... Nos locais em que a procura se eleva a um grande número de ligações para os utilizadores, poderá recorrer-se a uma forma de acesso específico.”³⁰

No entanto, a Comissão define mercados relevantes diferentes para os acessos comutados e para os circuitos alugados.

De referir que as entidades que responderam à Consulta Pública preliminar sobre o processo de definição de mercados relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações³¹, apresentaram as seguintes considerações sobre esta questão:

- O Grupo Portugal Telecom refere que os circuitos alugados são autonomamente considerados na Recomendação e que os serviços comutados e dedicados deverão ser analisados separadamente, sem perder de vista que a oferta de serviços dedicados e comutados no segmento das grandes contas empresariais reveste-se de características totalmente distintas, uma vez que a actual tecnologia utilizada nas redes corporativas tem vindo a afirmar-se como um forte substituto de qualquer um destes serviços. Esta questão específica é tratada em secção própria.
- Para a Clixgest, Novis Telecom e OniTelecom, a análise destes dois mercados deverá ser realizada de forma separada, dadas as diferenças técnicas dos serviços, as diferentes funcionalidades e a qualidade de serviços associada. A Clixgest e a Novis referem ainda que, do lado da procura, estes serviços não respondem a necessidades similares e essas diferenças invalidam a aplicação do teste do monopolista hipotético, na medida em que as diferenças nos *mark-ups* podem ser justificáveis pelas diferenças de níveis de serviço e de funcionalidades.
- A REN Telecom refere que, para além das diferentes características técnicas, estes serviços apresentam modelos de determinação de preços distintos, não existindo substituíbilidade do lado da oferta sem investimento e aumento de custos.

Analizam-se, de seguida, as restrições à concorrência do lado da procura e do lado da oferta que permitirão concluir sobre a análise conjunta dos acessos comutados e dos acessos dedicados.

1.3.3.1. Substituíbilidade do lado da procura

- Os circuitos alugados definem-se como *“meios de telecomunicações de uma rede pública que proporcionam capacidade de transmissão transparente entre pontos terminais sem envolvimento de funções de comutação controladas pelo utilizador”³²*. Ao contrário do

³⁰ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, p. 16.

³¹ Respostas disponíveis em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=65370>.

³² Cf. alínea b) do Art.º 2.º do Regulamento de Exploração de Redes Públicas de Telecomunicações, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 290-A/99, de 30.07.

que acontece no caso dos acessos comutados, o circuito alugado apenas permite a ligação entre dois locais fixos pré-determinados.

Por outro lado, o tarifário do serviço de circuitos alugados é composto por um preço de instalação fixo e por uma mensalidade que varia com o número de troços, com o comprimento dos mesmos, com a capacidade do circuito e com a tecnologia utilizada, mas que é independente do tráfego cursado. No caso dos acessos comutados, o utilizador está sujeito a um pagamento adicional pelo tráfego cursado, normalmente, proporcional ao tráfego.

Existem assim diferenças significativas entre os dois serviços em análise, verificando-se apenas uma possibilidade de substituição no caso descrito na introdução a esta secção. Os montantes de tráfego associados a esta possibilidade de substituíbilidade parcial e o tipo de necessidades acima descritas parecem indicar que estas duas opções de acesso poderão ser substitutas apenas no caso de clientes não residenciais (**Tabela 9**).

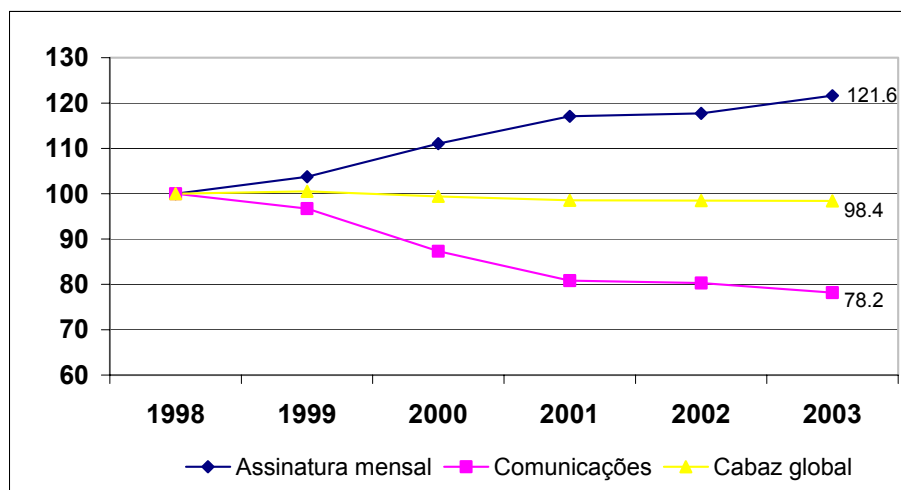
Tabela 9 – Preços dos acessos comutados e dedicados

	Instalação	Assinatura Mensal
Acesso Banda estreita		
Linha Analógica	€71,83	€12,30
Linha Básica RDIS	€143,65	€24,50
Linha Primária RDIS	€718,27	€230,00
Circuitos Alugados ⁽¹⁾		
Analógico Qualidade M.1040	€89,78	€13,66
64 kbit/s	€850,00	€86,90
128 kbit/s	€1.000,00	€134,00
2 Mbit/s	€1.500,00	€268,60
Break-even entre acessos de Banda estreita e os circuitos alugados ⁽²⁾		
Circuito Analógico M.1040 e Linha Analógica		€1,36
Circuito de 64 kbit/s e Linha Analógica		€74,60
Circuito de 128 kbit/s e Linha Básica RDIS		€109,50
Circuito de 2 Mbit/s e Linha Primária RDIS		€36,80
(1) Circuitos entre dois pontos terminais fixos, dentro da mesma rede local sem ocupações de junções, compostos por duas terminações locais.		
(2) Despesa em tráfego entre dois pontos fixos que torna indiferentes as opções linha dedicada e acesso em banda estreita (não tomando em consideração os custos incorridos com a instalação).		
(IVA excluído)		

Fonte: Tarifários da PTC (Setembro de 2003)

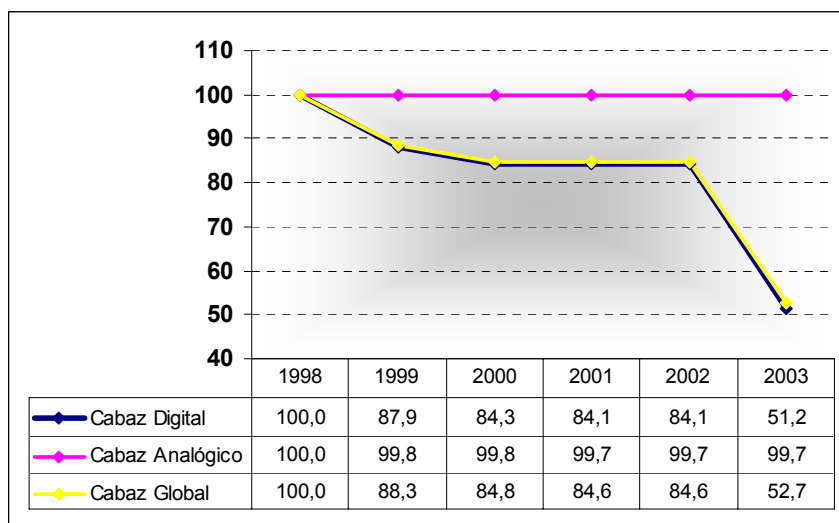
- Por outro lado, não existe evidência de que os preços dos dois serviços se comportem de forma paralela. De acordo com a informação disponível, os preços do SFT têm-se mantido constantes enquanto os preços dos circuitos alugados têm sofrido uma redução significativa (**Gráfico 1 e Gráfico 2**).

Gráfico 1 – Evolução nominal dos preços médios anuais da assinatura mensal, das comunicações e do cabaz do SFT (tarifário standard)



Fonte: Sítio do ICP-ANACOM

Gráfico 2 –Evolução global de preços dos circuitos alugados, em termos nominais



Fonte: Sítio do ICP-ANACOM

De referir, também, que não existe evidência de que o aumento do preço relativo do SFT se tenha traduzido numa migração de acessos comutados para acessos dedicados (**Tabela 10**).

Tabela 10 – Evolução do parque de acessos da PTC entre 2000 e 2003

	06/2000 a 06/2001	06/2001 a 06/2002	06/2002 a 06/2003

Analógicos ⁽¹⁾	-3%	-5%	-4%
RDIS 2	35%	17%	4%
RDIS 30	28%	-2%	-8%
Circuitos de acesso de assinante	16%	4%	-1%
⁽¹⁾ Exclui Postos Públicos			

Fonte: ICP-ANACOM

- De acordo com as informações disponíveis, menos de 16% dos clientes não residenciais utilizam os circuitos alugados para voz e dados, o que poderá indicar que a grande maioria destes clientes não residenciais não considera os serviços em análise como substitutos³³.

O ICP-ANACOM não dispõe de evidência que justifique que a possibilidade de substituição parcial entre os dois tipos de serviços em análise limite o comportamento de um monopolista hipotético, tendo em conta as características dos serviços e das ofertas em causa, a evolução dos preços dos mesmos e a dimensão do segmento afectado por esta possibilidade.

1.3.3.2. Substituibilidade do lado da oferta

A substituição de um circuito alugado por um circuito para o SFT implica que o prestador de serviço tenha uma rede com capacidade de comutação para que um assinante possa comunicar com todos os outros assinantes. Os custos afundados de converter uma linha alugada numa linha comutada analógica, RDIS básica ou RDIS primária são significativos, pelo que a probabilidade de utilização desta possibilidade pelo lado da oferta é remota.

1.3.3.3. Conclusão: Serviço de Acesso em Banda estreita vs. Serviço de Circuitos Alugados

De acordo com a informação disponível, o serviço de circuitos alugados apresenta características distintas do serviço de acesso comutado, não restringindo o comportamento de um monopolista hipotético que oferecesse este último serviço. Nas actuais condições de mercado, a probabilidade de substituição pelo lado da oferta é muito reduzida. Desta forma, conclui-se que os serviços em análise não fazem parte do mesmo mercado relevante.

1.3.4. Serviço de acesso num local fixo vs. Serviço de acesso móvel

O acesso à rede telefónica pública num local fixo poderá ser substituído pelo acesso móvel para a realização de chamadas de voz e dados (SMS e acesso à Internet). Uma chamada originada num telefone móvel poderá substituir uma chamada entre destinos fixos ou entre destino fixo e destino móvel (chamada fixo-móvel). Também o acesso à Internet poderá ser realizado através de um acesso móvel.

³³ Cf. “Utilização das TIC pelas empresas – 2000” – Grupo de Trabalho para Acompanhamento das Estatísticas sobre a Sociedade de Informação no seio do Conselho Superior de Estatística.

No que diz respeito ao acesso à Internet, e de acordo com a informação disponível, a percentagem de acessos por telemóvel é muito reduzida³⁴. O acesso à Internet por telemóvel não é, em princípio, do lado da procura, um substituto eficaz do acesso à Internet por redes fixas, sobretudo por razões relacionadas com o diferencial de preços, com as dimensões dos terminais e com a disponibilidade de conteúdos. Por outro lado, o preço do acesso à Internet via redes móveis utilizando PC é, geralmente, superior ao acesso via rede fixa, exigindo igualmente equipamento específico (**Tabela 11**).

Tabela 11 – Preços de acesso móvel à Internet

	Preço do Equipamento	Adesão/ Mensalidade	Acesso móvel à Internet
TMN	Não disponível	Não aplicável (€10 caso o cliente não tenha serviço de voz activo)	<i>Valores para acesso GSM : €0,251/€0,184 por minuto, consoante respeite a cartões recarregáveis ou a planos de preços, Valores para acesso em GPRS: o preço é de 0.008€/1kbyte (c/ IVA).</i>
Vodafone Telecel	Não disponível	Não aplicável	Tarifário das chamadas para a rede Vodafone, dependente do tarifário e do tipo de comunicações + €0,09/min
Optimus	€229	€5 (inclui 1MB de tráfego)	€0,002/Kb até 10MB/€0,0018>10MB

(IVA excluído)

Fonte: Sítios dos operadores

Desta forma, a eventual substituíbilidade entre acessos móveis e fixos, a existir, terá sobretudo relevância ao nível do tráfego de voz.

Sobre esta questão, a Comissão considera que:

“No que diz respeito à oferta de serviços de telecomunicações móveis, ...do ponto de vista da procura, os serviços de telefonia móvel e fixa constituem mercados distintos”³⁵.

...Pode igualmente argumentar-se que o acesso telefónico à Internet através dos telefones móveis de segunda geração constitui um mercado distinto do acesso telefónico através das redes de telecomunicações comutadas públicas. Segundo a Comissão, é pouco provável que o acesso à Internet através dos telefones móveis seja um substituto dos actuais métodos de acesso à Internet através de um PC, devido às dimensões diferentes do ecrã e ao formato do material que pode ser obtido através das várias plataformas”³⁶.

³⁴ Cf. “Utilização das TIC pela população portuguesa – 2000” – Grupo de Trabalho para Acompanhamento das Estatísticas sobre a Sociedade de Informação no seio do Conselho Superior de Estatística.

³⁵ Cf. Linhas de Orientação §66.

³⁶ Cf. Linhas de Orientação nota n.º 60.

As entidades que responderam à Consulta Pública preliminar sobre o processo de definição de mercados relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações³⁷, apresentaram as seguintes considerações sobre esta questão:

- O Grupo PT considera que as comunicações fixas e móveis pertencem, indiscutivelmente, a mercados diferentes, devendo-se, no entanto, reconhecer que as empresas que operam no mercado fixo sofrem a concorrência dos operadores móveis. Acrescenta ainda o Grupo PT que a avaliação de PMS nos mercados retalhistas fixos e a imposição de eventuais controlos regulatórios, não poderá deixar de levar em linha de conta a pressão concorrencial que a plataforma móvel impõe à fixa (sem que a inversa seja verdadeira);
- De acordo com a Optimus e a Novis/Clixgest, estes dois serviços constituem mercados separados, ideia que se suporta em: diferentes percepções dos consumidores sobre cada um dos serviços (destaque para a mobilidade do serviço móvel terrestre), diferenças de preços, diferente valor social e hábitos de consumo, serviços suportados, existência de diferentes níveis de saturação dos mercados, estrutura de custos e configuração tecnológica de redes radicalmente distintas e elevados custos globais e esforço de investimento. Acrescentam ainda estes operadores que a perda de tráfego do SFT para o SMT (Serviço Móvel Terrestre) não deverá ser confundida com uma eventual substituíbilidade do lado da procura entre estes dois serviços.
- Segundo a OniTelecom, estes mercados deverão ser analisados separadamente, já que o nível de convergência actualmente existente não é susceptível de ser tão elevado que contrarie essa aproximação. Acrescenta este operador que não existe um elevado nível de substituíbilidade do lado da procura, pois os serviços móveis funcionam em larga medida como complementares dos fixos, propiciando a mobilidade no acesso. São igualmente destacadas as diferenças entre o acesso à Internet proporcionado pelo acesso fixo e pelo acesso móvel (e.g. ao nível da funcionalidade, acessibilidade, estruturas e níveis tarifários das duas redes);
- De acordo com a REN Telecom, o serviço fixo e o serviço móvel têm diferentes características técnicas e diferente percepção por parte dos utilizadores quanto à sua funcionalidade e utilização final. Os modelos e determinação de preços são diferentes. Os custos globais da mudança inviabilizam a substituíbilidade do lado da oferta. São mercados distintos pelo que devem ser analisados separadamente.

1.3.4.1. Substituíbilidade do lado da procura

- As redes de acesso fixo e de acesso móvel e os equipamentos terminais que lhes estão associados têm características próprias que as distinguem e diferenciam.

Estas diferentes características traduzem-se em diferentes funcionalidades ao nível da mobilidade e da qualidade. Simultaneamente, verifica-se que existem diferentes condições de oferta (e.g. diferentes preços; está generalizada a oferta de acesso móvel

³⁷ Respostas disponíveis em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=65370>.

sem assinatura e com controlo de custos). Estes factores justificarão a forma diferenciada como os dois serviços são utilizados³⁸ e os diferentes perfis de utilização dos dois serviços (e.g. a duração média e o volume de tráfego médio associado aos dois tipos de serviços são substancialmente diferentes; também a sazonalidade é diferente).

- Apesar das diferenças acima referidas, a evolução do número de acessos/clientes e do tráfego pode sugerir a existência de substituíbilidade do lado da procura.

A densidade telefónica do SFT estagnou em torno dos 42 acessos por 100 habitantes. O número de residências equipadas com telefone fixo cresceu a uma taxa anual de 10% durante a primeira metade da década de 90, altura do lançamento dos serviços móveis em Portugal³⁹. No ano 2000, 76% dos alojamentos dispunham de um acesso à rede telefónica pública num local fixo⁴⁰.

Durante o mesmo período, a densidade do SMT atingiu 83 acessos por 100 habitantes (Tabela 12).

Tabela 12 – Evolução das densidades do SFT e do SMT

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003*
SFT (acessos por 100 habitantes)	40,2	41,3	42,3	43,0	42,4	42,1	41,7
SMT (assinantes por 100 habitantes)	15,1	30,8	46,7	65,1	77,2	82,5	83,5

* 2.º Trimestre de 2003

Fonte: ICP-ANACOM

De acordo com a informação disponível, o número de acessos fixos em Portugal atingiu um valor próximo dos 4 milhões, tendo a taxa de crescimento do parque apresentado valores muito reduzidos e mesmo ligeiramente negativas nos últimos anos (Tabela 13). Pelo contrário, durante o mesmo período, os acessos móveis cresceram a taxas elevadas, atingindo um valor acima de 8 milhões.

Tabela 13 – Evolução dos acessos fixos e assinantes móveis

	1998	1999	2000	2001	2002	2º Trim.03
Acessos Fixos Totais	4.116.900	4.229.800	4.313.556	4.382.913	4.354.647	4.318.712
Clientes Móveis	3.074.633	4.671.458	6.664.951	7.977.500	8.528.900	8.628.737
Taxas Crescimento Acessos Fixos	2,86%	2,74%	1,98%	1,61%	-0,64%	-0,83%
Taxas Crescimento Clientes Móveis	104,03%	51,94%	42,67%	19,69%	6,91%	1,17%

Fonte: ICP-ANACOM

³⁸ Destaca-se que parte das chamadas efectuadas pelos telefones móveis são, à partida, chamadas de conveniência (e.g. chamadas de curta duração efectuadas em movimento, no exterior), um tipo de chamada que, por definição, não pode ser efectuada a partir de um telefone fixo. Este facto sugere que, até determinado ponto, o móvel contribuiu para a expansão das chamadas telefónicas, mais do que para a substituição das chamadas fixas. Por outro lado, o telefone móvel é um dispositivo de comunicações pessoal.

³⁹ Cf. INE – “Alojamentos que dispõem dos principais equipamentos domésticos (em percentagem do total)”.

⁴⁰ Cf. INE – “Portugal Social 1991-2001”.

O tráfego originado nas redes fixas e terminado nessas redes tem vindo a decrescer desde 2001. As variações anuais e as variações trimestrais homólogas têm sido negativas. Nos últimos dois trimestres as variações homólogas foram negativas na ordem dos -11% e -14%, respectivamente.

Quanto ao tráfego originado nas redes móveis, têm-se verificado acréscimos anuais importantes. Entre 2001 e 2002, verificou-se um aumento de 7,7%, enquanto a variação homóloga relativa ao 1.º trimestre de 2003 foi de 7,8% e a relativa ao 2.º trimestre de 7,9%.

No entanto, a evolução do número de acessos e do tráfego não será suficiente para justificar a existência de substituíbilidade do lado da procura. Por exemplo, a evolução recente do parque de acessos poderá ser determinada pela conjuntura económica (verifica-se uma correlação muito elevada entre a evolução do parque e algumas variáveis macro-económicas)⁴¹.

Por outro lado, mesmo que se verifique uma substituição entre fixo e móvel, não é líquido que a mesma limite o comportamento maximizador de lucro de um monopolista hipotético. De facto, a evolução do preço relativo do parque e do tráfego não afectou de forma significativa a rentabilidade dos serviços fixos.

Mas, mesmo que tal efeito de substituição tenha ocorrido anteriormente, não é lícito concluir que o mesmo se mantenha a partir da extrapolação da evolução passada do serviço móvel. De facto, assiste-se já a uma redução significativa da taxa de crescimento deste serviço. Por outro lado, a substituição em larga escala não será muito atractiva para os próprios operadores móveis, dado que o preço do tráfego teria que descer de 30% a 50% para duplicar o tráfego, o que implicaria investimentos e custos acrescidos⁴².

- Por outro lado, verifica-se que as evoluções dos preços dos dois serviços não são paralelas:
 - Entre 1998 e 2003, os preços do serviço fixo de telefone desceram em termos nominais 1,5%. No que diz respeito especificamente ao acesso, o preço da instalação de uma nova linha telefónica mantém-se inalterado desde Fevereiro de 1998, enquanto a assinatura mensal aumentou 4%, em termos nominais (preço médio anual)⁴³.
 - Os preços praticados pelos operadores móveis registaram, entre 1999 e 2002, uma redução substancial⁴⁴. No que diz respeito, especificamente, à TMN, verificou-se a seguinte evolução:

⁴¹ A evolução recente do número de acessos fixos resultará também da substituição, por parte das empresas, das linhas analógicas por acessos RDIS básicos e primários.

⁴² OVUM, “The future of voice” – Julho de 2003.

⁴³ Cf. evolução de preços do SFT disponível em <http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=79971>.

⁴⁴ Fonte: BCG-Boston Consulting Group.

- Plano de assinatura (para chamadas de 3 minutos no horário de pico):
 - i. chamadas internacionais – variação de 0%;
 - ii. assinatura – variação de -1%;
 - iii. chamadas móvel-fixo – variação de -60%;
 - iv. chamadas móvel-móvel (intra-rede) – variação de -70%
 - Pré-pagos (para chamadas de 3 minutos no horário económico)
 - i. chamadas nacionais – variação de -70%;
 - ii. chamadas internacionais – variação de -86%.
- Verifica-se, igualmente, um significativo diferencial de preços entre os dois serviços, como se pode verificar nos quadros seguintes, onde se compara o tarifário base da PTC com os preços mínimos cobrados pelos vários operadores do serviço móvel terrestre (**Tabela 14**), e um tarifário com desconto da PTC com os preços mínimos praticados pelos operadores do SMT (**Tabela 15**).

Tabela 14 – Desvios entre os preços mínimos das comunicações com origem nos móveis e os preços das comunicações com origem na rede fixa da PTC (tarifário standard)⁴⁵

	TMN		VODAFONE		OPTIMUS	
	Dia útil:11h00m	Fim de semana	Dia útil:11h00m	Fim de semana	Dia útil:11h00m	Fim de semana
Rede Fixa Local	177%	218%	210%	272%	320%	404%
Rede Fixa Regional	59%	138%	78%	179%	141%	278%
Rede Fixa nacional	15%	93%	29%	126%	74%	206%
Outra rede móvel	-59%	-46%	-49%	-46%	-45%	-27%
Própria rede móvel vs. rede fixa local	62%	95%	81%	118%	75%	110%
Própria rede móvel vs. rede fixa regional	-7%	46%	4%	63%	0%	58%
Própria rede móvel vs. rede fixa nacional	-33%	18%	-25%	32%	-27%	27%

Fonte: ICP-ANACOM (Setembro 2003)

⁴⁵ Nota: tarifários mínimos dos operadores móveis de acordo com os tarifários disponíveis no ICP-ANACOM. Não foram considerados preços entre grupos restritos de consumidores.

Tabela 15 – Desvios entre preços mínimos das comunicações com origem nos móveis e os preços das comunicações com origem na rede fixa da PTC efectuadas a preços reduzidos⁴⁶

	TMN		VODAFONE		OPTIMUS	
	Dia útil:11h00m	Fim de semana	Dia útil:11h00m	Fim de semana	Dia útil:11h00m	Fim de semana
Rede Fixa Local	336%	530%	387%	638%	560%	900%
Rede Fixa Regional	336%	530%	387%	638%	560%	900%
Rede Fixa nacional	44%	311%	61%	382%	118%	552%
Outra rede móvel	-56%	-56%	-45%	-56%	-40%	-40%
própria rede móvel vs. rede fixa local	155%	287%	185%	332%	175%	317%
própria rede móvel vs. rede fixa regional	155%	287%	185%	332%	175%	317%
própria rede móvel vs. rede fixa nacional	-16%	152%	-6%	182%	-9%	172%

Fonte: ICP-ANACOM (Setembro 2003)

- De referir, ainda, que de acordo com a informação disponível, aqueles utilizadores que afirmam pretender substituir o serviço telefónico fixo pelo móvel justificam maioritariamente a sua decisão com base em factores não preço^{47,48}.

Pelo contrário, os motivos apresentados para a não substituição do acesso fixo pelo móvel estão sobretudo relacionados com o preço do serviço.

Refira-se, ainda, que a PTC anunciou e implementou recentemente medidas comerciais destinadas a aumentar o grau de diferenciação dos seus serviços em relação aos serviços móveis, quer a nível tarifário, quer a nível da percepção do diferencial de preços existente⁴⁹.

Em conclusão, na sequência de um aumento não transitório de 10% no preço do serviço fixo, considera-se que um cliente do SFT não substituiria o serviço fixo pelo serviço móvel, visto que o diferencial de preços entre os dois serviços é muito significativo⁵⁰.

O ICP-ANACOM voltará a analisar esta questão logo que disponha de informação adicional relevante sobre a mesma.

⁴⁶ Nota: tarifários mínimos dos operadores móveis de acordo com os elementos disponíveis no ICP-ANACOM. Nos pacotes de minutos foram admitidos consumos idênticos aos considerados na deliberação do ICP-ANACOM de 03/07/03 – vide <http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=70156>.

⁴⁷ Cf. “Utilização das TIC pela população portuguesa – 2000” – Grupo de Trabalho para Acompanhamento das Estatísticas sobre a Sociedade de Informação no seio do Conselho Superior de Estatística.

⁴⁸ De acordo com um estudo de mercado encomendado pelo ICP referente ao ano de 1999, (disponível no endereço <http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=17844>), apenas 5% dos inquiridos teriam prescindido definitivamente do telefone fixo e cerca de 80% dos inquiridos afirmaram ter acesso ao serviço fixo de telefone nas suas residências.

⁴⁹ Fonte: PT – Dia do Investidor.

⁵⁰ Alguns autores defendem, igualmente, que o consumo do serviço móvel é determinado maioritariamente por factores que não têm a ver com o preço do serviço. Esta substituíbilidade, a existir, será uma substituíbilidade mais tecnológica do que económica, sendo melhor caracterizada como uma tecnologia que permite novas funcionalidades - Ver Banerjee, Aniruddha e Ros, Agustín “Drivers of demand growth for mobile telecommunications services: evidence from international panel data”, the 14th Biennial Conference of International Telecommunication Society.

1.3.4.2. Substituibilidade do lado da oferta

Do lado da oferta, parecem existir poucas oportunidades de substituição entre o serviço fixo de telefone e o serviço móvel terrestre, dado o nível de custos afundados envolvidos na construção de uma rede fixa de banda estreita.

1.3.4.3. Concorrência Potencial

A questão da substituibilidade poderá ser revista no futuro em função da evolução tecnológica de outros serviços de comutação de pacotes, como por exemplo o GPRS (General Packet Radio Service) e o UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), que permitirão oferecer o acesso à Internet e a outros serviços de banda larga com uma qualidade semelhante à proporcionada actualmente pelos acessos fixos.

No momento presente, considera-se que eventuais ofertas baseadas nas tecnologias acima referidas não afectarão a definição do mercado dos acessos à rede telefónica pública num local fixo no horizonte temporal relevante.

1.3.4.4. Conclusão: Serviço de Acesso num local Fixo vs. Serviço de Acesso Móvel

As considerações efectuadas sobre a possibilidade de substituição do acesso num local fixo pelo acesso móvel indiciam que os dois serviços não são actualmente substitutos efectivos ao nível do retalho, tanto do lado da procura como do lado da oferta, quando utilizados para chamadas de voz ou de acesso à Internet. Por outro lado, o grau de substituibilidade existente ao nível das comunicações não é suficientemente elevado para constranger a fixação de preços nas comunicações fixas.

Estas conclusões serão, no entanto, revistas logo que as informações que as fundamentam se alterem de forma significativa.

1.3.5. Acesso analógico, acesso RDIS básico e acesso RDIS primário

O objectivo desta secção é investigar a possibilidade de os vários tipos de acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo constituírem mercados relevantes distintos.

1.3.5.1. Substituibilidade do lado da procura

- Para além da maior largura de banda disponível, os acessos RDIS apresentam um conjunto de funcionalidades não disponíveis no caso dos acessos analógicos porque permitem:
 - O acesso simultâneo à Internet e às comunicações de voz;

- Um maior número de serviços suplementares (e.g. serviços de selecção digital e DDI-Direct Dialing In);
- A utilização dos PPCA⁵¹ mais modernos;
- Configurações do tipo ponto-multiponto, isto é, configurações que permitem a existência de mais do que um equipamento ligado ao acesso. Neste tipo de configuração é possível ligar simultaneamente até 8 equipamentos RDIS independentes, como PCs com placa RDIS, telefones, faxes, videotelefonos, routers, centrais telefónicas, etc., embora só um (utilizando os 2 canais) ou dois equipamentos (utilizando um canal cada) possam realizar/receber chamadas simultaneamente.

Considera-se que os consumidores residenciais utilizam geralmente o acesso RDIS básico para acederem à Internet e, simultaneamente, poderem fazer chamadas telefónicas. Pelo contrário, muitos dos consumidores não residenciais utilizam os acessos RDIS básicos para disporem de múltiplos canais de voz ligados a um PPCA.

Os acessos RDIS primários dirigem-se essencialmente a grandes empresas. Os consumidores residenciais não adquirem acessos RDIS primários.

- Apesar das diferenças em termos de cliente-tipo e em termos de funcionalidades, verifica-se que o preço de 2 acessos analógicos é muito semelhante ao preço de um acesso RDIS básico e que a partir de 9 acessos RDIS básicos torna-se menos dispendioso adquirir um acesso RDIS primário (**Tabela 16**).

Tabela 16 – Preços PTC dos acessos analógicos e RDIS

Acesso banda estreita	Residenciais		Não residenciais	
	Instalação	Assinatura Mensal	Instalação	Assinatura Mensal
Linha Analógica	€71,83	€12,30	€71,83	€12,30
Linha RDIS Básica	€143,65	€24,50	€143,65	€24,50
Linha RDIS Primária	-	-	€718,27	€230,00

(IVA excluído)

Fonte: PTC

De referir ainda que aqueles operadores que necessitem de mais do que 6 acessos RDIS básicos têm à sua disposição ofertas de acessos fraccionados de 15 canais a preços mais reduzidos.

⁵¹ Posto privado de comutação automática.

- Por outro lado, os acessos RDIS fazem parte do *portfolio* de serviços oferecido pelos prestadores de acessos analógicos, sendo geridos conjuntamente do ponto de vista da política comercial dos operadores⁵².

Tendo em conta a informação acima referida, os utilizadores que procuram múltiplos canais de voz ou de voz e dados levarão em consideração os vários tipos de acesso anteriormente identificados no momento da sua escolha, sendo certo que determinados acessos são procurados apenas por determinados tipos de utilizadores.

1.3.5.2. Substituibilidade do lado da oferta

Os prestadores de acessos analógicos oferecem já acessos RDIS.

1.3.5.3. Conclusão: acesso analógico, acesso RDIS básico e acesso RDIS primário

O ICP-ANACOM considera que os vários tipos de acesso referidos pertencem ao mesmo mercado relevante.

De acordo com a informação disponível, uma definição mais fina do mercado não seria relevante para efeitos da avaliação de PMS.

1.3.6. Segmentação do mercado: acesso residencial, acesso não residencial

Num determinado mercado, as diferenças em termos de condições da oferta e de modelos de determinação de preços podem justificar a segmentação do referido mercado por tipo de utilizador.

Sobre a eventual necessidade de segmentação do mercado em análise de acordo com o tipo de cliente, refira-se que a Comissão define na Recomendação dois mercados diferentes de acesso à rede telefónica pública num local fixo: o mercado residencial e o mercado não residencial. De acordo com a Comissão:

“...É habitual fazer uma distinção entre mercados empresariais e mercados residenciais, dado que as condições contratuais de acesso e de serviço podem ser diferentes. Além disso, não será normalmente possível a um fornecedor no mercado empresarial responder a aumentos de preços por parte de um eventual operador monopolista no mercado residencial, dado que os aspectos económicos da prestação do serviço aos clientes dos dois mercados podem ser significativamente diferentes. Convém, pois, distinguir diversas categorias de utilizadores finais nos mercados definidos.”⁵³

Por outro lado, na sua prática de definição de mercados, a Comissão considera que:

⁵² Por exemplo, a PT Comunicações afirma que “*continuou-se a fomentar a migração de analógico para RDIS*” (Fonte: Relatório e Contas Consolidadas do exercício de 2001).

⁵³ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos pp. 16-17.

*“Em relação a um produto ou serviço determinado, as diferenças em termos de modelos de determinação de preços e de outras condições da oferta podem igualmente implicar grupos distintos de consumidores. Assim, ao analisar os preços, as ARN podem, em relação basicamente ao mesmo serviço, definir mercados distintos para a clientela de particulares e a clientela de empresas...”*⁵⁴

*...Os serviços a retalho são oferecidos a duas classes distintas de consumidores, a saber, os utilizadores particulares e as empresas, podendo esta última categoria ser subdividida no mercado para as profissões liberais e as pequenas empresas e no mercado das grandes empresas.”*⁵⁵

As entidades que responderam à Consulta Pública preliminar sobre o processo de definição de mercados relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações⁵⁶, apresentaram as seguintes considerações sobre esta questão:

- De acordo com a Clixgest/Novis Telecom, a recolha de informação ao nível da satisfação das necessidades dos consumidores deverá respeitar a diversidade da oferta e passar pelo levantamento das ofertas disponíveis no mercado, por segmento de mercado residencial e não residencial.
- A Optimus considera adequados os critérios referidos na Consulta Pública relativamente à segmentação do mercado (identificar diferentes grupos de utilizadores em relação aos quais seja possível praticar discriminação de preços entre os vários segmentos) ressaltando que se devem evitar fragmentações excessivas dos mercados, apenas com o propósito de potenciar a aplicação da regulação *ex-ante*.
- O Grupo PT refere que deverá haver uma segmentação mais fina ao nível do segmento não residencial, em dois *clusters*: PME e grandes contas empresariais em virtude de existirem diferenças significativas na utilização final.

Para as grandes contas empresariais, a PT considera ser necessário ter em consideração algumas especificidades ao nível da homogeneidade dos produtos e da substituição pelo lado da procura relativamente às chamadas “soluções corporativas”.

Quanto aos critérios de segmentação, o Grupo PT considera que deverão ser utilizados os seguintes: diferenciação de preços, inexistência de transacções ou arbitragem entre os diferentes grupos (causada pela diversidade da dimensão das empresas), modelo de negociação de preços e a percentagem de clientes com mais do que um fornecedor de serviços.

Desta forma, o Grupo PT considera que deverão ser analisados 3 grupos de utilizadores distintos: residenciais, PME e grandes contas empresariais.

⁵⁴ Cf. Linhas de Orientação §46.

⁵⁵ Cf. Linhas de Orientação §66.

⁵⁶ Respostas disponíveis em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=65370>.

- A REN Telecom considera que os critérios referidos na consulta permitem proceder à segmentação do mercado.

1.3.6.1. Tipos de serviços procurados pelos clientes residenciais e não residenciais

Os serviços procurados por clientes residenciais e não residenciais apresentam algumas diferenças que se reflectem nas diferentes características das ofertas:

- A maioria dos clientes residenciais utiliza o acesso analógico à rede telefónica pública num local fixo para a realização e/ou recepção de chamadas telefónicas e serviços conexos, nomeadamente para aceder à Internet, o que é corroborado pela informação remetida pelos operadores. Com efeito, cerca de 97% dos acessos residenciais são analógicos sendo os restantes 3% constituídos por acessos RDIS básicos.

Relativamente às tecnologias, a maioria dos clientes residenciais utiliza acessos analógicos suportados em pares de cobre e os que pretendem agregar vários serviços como o acesso telefónico, o acesso à Internet e à televisão podem optar pelo ADSL (voz e dados) ou pelo Cabo (voz e dados, no caso do Grupo PT, e “triple play”, no caso da Cabovisão).

- A distribuição dos acessos não residenciais por tipo de acesso apresenta, igualmente, diferenças significativas em relação aos clientes residenciais. Com efeito, cerca de 44% dos acessos dos clientes não residenciais são analógicos, sendo os restantes 56% acessos digitais. Destes, cerca de 58% são acessos básicos RDIS e 41% são acessos RDIS primários. Os restantes são acessos RDIS fraccionados e outros⁵⁷.

De referir ainda que as empresas necessitam, em geral, de PPCAs para ligarem as extensões telefónicas dos seus trabalhadores à rede telefónica pública. Esta necessidade, em princípio, poderia ser satisfeita através de várias linhas analógicas ou de acessos RDIS. No entanto, os PPCA modernos são digitais e consequentemente exigem acessos RDIS. As linhas digitais permitem ainda o DDI (*Direct Dialling In*), ou seja, a marcação directa das extensões individuais do PPCA.

Os utilizadores não residenciais, para além dos pares de cobre, utilizam outras tecnologias de suporte do acesso, como por exemplo, os acessos por FWA, feixes hertzianos ou acessos em fibra óptica, que permitem maiores larguras de banda e velocidades de transmissão.

Para além das diferentes características dos serviços procurados por clientes residenciais e não residenciais, destaca-se o facto de diversos prestadores de serviço disporem de canais de venda e de assistência diferenciados por tipo de cliente (e.g. forças de vendas próprias e gestores de clientes dedicados essencialmente aos clientes não residenciais enquanto que a relação comercial com os clientes residenciais é gerida prioritariamente pelos agentes ou através de um *call center* do operador).

⁵⁷ Fonte: ICP-ANACOM (informação relativa ao 1.º trimestre de 2003).

1.3.6.2. Discriminação de Preços

Os preços dos acessos oferecidos pela PTC aos clientes residenciais e não residenciais são idênticos. De facto, o preço do aluguer mensal da linha analógica da PTC é €14,64 e o preço da instalação é de €85,47. O mesmo acontece para os acessos RDIS básicos, cujo preço da instalação é €170,95 e a mensalidade €29,16. Os acessos RDIS primários são fornecidos a clientes não residenciais, sendo o valor da instalação de €854,74 e a mensalidade €273,70.⁵⁸

Não obstante a proibição da discriminação de preços, a prática de tarifas optativas (discriminação de terceiro grau) e de descontos de quantidade (discriminação de segundo grau) são também formas de discriminação de preços que, não violando o princípio acima citado, permitem segmentar o mercado por tipo de cliente. Estes planos são, no entanto, aplicáveis às comunicações e não ao acesso (**Tabela 17**).

Tabela 17 – Exemplos de ofertas optativas PTC para o segmento não residencial

Oferta	Escalão facturação em €	Tarifário em € Pico /Fora de pico 1.º minuto + minutos seguintes	Comentários
Plano de alto consumo	de 997,6 a 1995,19	Curta distância: 0,032 Média distância: 0,044 Longa distância: 0,60 Fixo-Móvel: 0,282 + 0,287	Sem modulação horária
	de 1995,19 a 4987,98	Curta distância: 0,031 Média distância: 0,040 Longa distância: 0,56 Fixo-Móvel: 0,279 + 0,284	
	de 4987,98 a 14963,94	Curta distância: 0,030 Média distância: 0,038 Longa distância: 0,52 Fixo-Móvel: 0,277 + 0,282	
	mais de 14963,94	Curta distância: 0,028 Média distância: 0,036 Longa distância: 0,48 Fixo-Móvel: 0,274 + 0,280	
Plano Mega Cidade	de 997,6 a 1995,19	Curta distância: 0,040 / 0,032 Média distância: 0,044 / 0,040 Longa distância: 0,086 / 0,060	No tráfego F-M o desconto é de 5%
	de 1995,19 a 4987,98	Curta distância: 0,039 / 0,031 Média distância: 0,040 / 0,039 Longa distância: 0,085 / 0,056	
	de 4987,98 a 14963,94	Curta distância: 0,037 / 0,030 Média distância: 0,038 / 0,037 Longa distância: 0,079 / 0,052	
	mais de 14963,94	Curta distância: 0,035 / 0,028 Média distância: 0,036 / 0,035 Longa distância: 0,076 / 0,048	
Plano Mega Longa Distância	de 997,6 a 1995,19	Curta distância: 0,040 / 0,032 Média distância: 0,063 / 0,044 Longa distância: 0,063 / 0,060	No tráfego F-M o desconto é de 5%

⁵⁸ Todos os preços mencionados incluem IVA.

Oferta	Escalão facturação em €	Tarifário em € Pico /Fora de pico 1.º minuto + minutos seguintes	Comentários
	de 1995,19 a 4987,98	Curta distância: 0,039 / 0,031 Média distância: 0,058 / 0,040 Longa distância: 0,058 / 0,056	
	de 4987,98 a 14963,94	Curta distância: 0,037 / 0,030 Média distância: 0,055 / 0,038 Longa distância: 0,055 / 0,052	
	mais de 14963,94	Curta distância: 0,035 / 0,028 Média distância: 0,052 / 0,036 Longa distância: 0,052 / 0,048	
Plano option 1-nacional	de 0 a 99,75	Curta distância: 0,045 Média distância: 0,062 Longa distância: 0,080	Mensalidade de 9.98€ Tempo mínimo de permanência de 1 ano A mensalidade não se aplica a consumos superiores a €99,76. 50% de desconto entre as 13h e as 14h
	de 99,76 a 249,4	Curta distância: 0,043 Média distância: 0,059 Longa distância: 0,076	
	de 249,4 a 498,8	Curta distância: 0,042 Média distância: 0,058 Longa distância: 0,074	
	de 498,8 a 997,6	Curta distância: 0,038 Média distância: 0,052 Longa distância: 0,067	
	de mais de a 997,6	Curta distância: 0,033 Média distância: 0,045 Longa distância: 0,058	

(IVA excluído)

Fonte: PTC

No caso dos restantes prestadores de serviço fixo de telefone, a PT Prime, a Refer, a Colt e a OniTelecom⁵⁹ apenas oferecem acesso directo às empresas. A Vodafone e a Jazztel também têm ofertas maioritariamente dirigidas a empresas. A Cabovisão tem igualmente uma oferta dirigida apenas a empresas (RDIS).

No caso em que os prestadores têm ofertas de acesso directo dirigidas a utilizadores residenciais e não residenciais (Novis), existem diferenças no preço do acesso para clientes residenciais (“Voz Familiar Directo”: €12,30)⁶⁰ e clientes não residenciais (“Directo Empresas”: FWA analógico €4,998, e digital €9,998).

No caso concreto do plano “Directo Empresas”, o cliente não residencial apesar de pagar menos pelo acesso do que um cliente residencial, compromete-se a efectuar um consumo mensal em chamadas equivalente ao valor contratado (entre os €75 e os €500). Os preços das chamadas são tanto mais baixos quanto mais elevado for o valor do consumo mensal do cliente.

A discriminação das ofertas referidas anteriormente é explicada pelo facto de os prestadores em causa estarem a instalar redes de acesso em fibra óptica e usarem ligações rádio para chegarem aos clientes finais. Estes acessos, que implicam custos mais elevados, proporcionam

⁵⁹ A OniTelecom tem também uma oferta dirigida ao segmento residencial, mas através do acesso desagregado do lacete local, actualmente sem grande significado.

⁶⁰ Esta oferta foi, entretanto, retirada.

maior capacidade do que os pares de fios de cobre e, como tal, são mais apropriados para utilizadores não residenciais, que geram facturações elevadas ao nível das comunicações.

Em conclusão, a existência da discriminação de preços no caso do acesso não afecta a maioria dos utilizadores.

1.3.6.3. Substituibilidade do lado da procura

Um pequeno aumento não transitório do preço do acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo não seria suficiente para levar um consumidor residencial a subscrever os serviços exclusivamente consumidos por clientes não residenciais (e.g. acesso primário) ou a subscrever as tarifas acima descritas, visto não satisfazer os níveis mínimos de consumo necessários para tal.

Por outro lado, um cliente não residencial que beneficia das ofertas acima descritas não as substituiria pela oferta de acesso *standard*, na sequência de um pequeno aumento não transitório do preços das primeiras visto, que o diferencial de preços entre os dois tipos de ofertas é suficientemente elevado para tal não acontecer.

1.3.6.4. Substituibilidade do lado da oferta

Vários dos operadores presentes neste mercado operam apenas ou maioritariamente num determinado segmento (**Tabela 18**).

Tabela 18 – Concorrência no negócio da rede fixa

Interveniente	Mercado Alvo
OniTelecom	Operador global com forte presença no mercado empresarial
Novis ⁶¹	Dirige-se ao mercado global, maior presença em PMEs
Vodafone	Centrado em PMEs e SOHO (Small Office, Home Office)
Cabovisão	Residencial
Jazztel	Centrado em PMEs e SOHO (Small Office, Home Office)

Fonte: Grupo PT

Este facto, aliado a que os clientes dos vários mercados-alvo estão normalmente localizados em zonas geográficas diferentes é um obstáculo à substituição do lado da oferta.

Um operador que não se encontre presente num determinado mercado-alvo não deslocaria a sua capacidade produtiva para esse segmento num horizonte temporal de curto/médio prazo, na sequência de um pequeno aumento de preço não transitório, visto que tal decisão implicaria um investimento adicional significativo, incluindo um montante apreciável de custos irre recuperáveis, na construção de rede própria.

⁶¹ No seu Relatório e Contas referente ao exercício de 2002, a Novis refere que o seu segmento estratégico é o segmento das PMEs.

1.3.6.5. Conclusão: acesso residencial e acesso não-residencial

Apesar da não existência generalizada da prática de discriminação de preços do acesso, as ferramentas utilizadas para verificar a substituíbilidade da oferta e da procura (em especial no primeiro caso) indiciam a existência de diferentes mercados para clientes residenciais e não residenciais.

1.3.7. Segmentação do mercado por tipo de cliente: grandes clientes

O Grupo PT considera: “*ser oportuna uma divisão mais “fina”, criada a partir da divisão dos clientes não residenciais em dois clusters: PME e grandes contas empresariais.*”

Essa segmentação mais fina justifica-se em virtude da existência de diferenças significativas na utilização final aliada à ocorrência de pressões competitivas criadas por mercados conexos que deverão ser analisados 3 grupos de utilizadores distintos: residenciais, PME e grandes contas empresariais.”

Na sua prática de definição de mercados em matéria de concorrência, em particular nos processos IV/JV.15 – BT/AT&T, COMP/M.1741 – MCI WorldCom/Sprint e COMP/M.2257 – France Télécom/Equant, a Comissão optou por definir como mercado relevante um mercado global para todos os serviços de telecomunicações fornecidos aos grandes clientes empresariais.

Analisa-se de seguida a eventual necessidade de definir os segmentos propostos pelo Grupo PT.

1.3.7.1. Os “serviços corporativos” e os grandes clientes empresariais

As ofertas dos operadores às Grandes Empresas constituem, normalmente, ofertas integradas de soluções de telecomunicações de voz e dados, sistemas de informação, Internet, comércio electrónico, *outsourcing* de redes, entre muitos outros.

Para o Grupo PT, as PME e os grandes clientes caracterizam-se da seguinte forma (**Tabela 19**):

Tabela 19 – Segmentos empresariais

	Facturação média anual	Facturação anual do total de clientes	Peso dos Dados no total da facturação de cada cliente
Grandes Empresas	> 1 Milhão Euros	40 Milhões Euros	60%
PMEs	10 mil Euros		10%

Fonte: Resposta da PT à Consulta Pública

Os restantes intervenientes no mercado poderão ter critérios distintos para classificação dos respectivos clientes, em função da sua dimensão, da existência de acordos, entre outros.

1.3.7.2. Os canais de venda

Segundo informação do Grupo PT⁶², o segmento das grandes contas empresariais caracteriza-se por um atendimento especializado por gestores de conta que controlam em média 4-5 clientes e realizam a adaptação da oferta às necessidades do cliente. Segundo a mesma entidade, o segmento das PME's caracteriza-se por ter um atendimento via força de vendas PME's com uma carteira média de 100 a 200 clientes que promovem planos de preços padronizados.

Ainda sobre esta questão será de relevar que o Grupo PT criou recentemente a PT Corporate, que está vocacionada para a disponibilização de soluções de telecomunicações, sistemas e tecnologias de informação aos Grandes Clientes do Grupo PT. De acordo com as informações disponibilizadas pelo operador, a PT Corporate visa agregar e gerir as contas dos 48 melhores clientes do Grupo, que representam cerca de 6% das receitas totais do Grupo em Portugal (260 milhões de euros, em 2002). A PT Corporate pretende ser um agente das restantes empresas do grupo, não tirando clientes às mesmas, mas visando captar sinergias, fidelizar clientes e ainda aumentar a taxa de penetração da TMN nas grandes empresas, passando de 60% para 100%⁶³. A facturação de serviços continuará a ser directamente efectuada pelas diferentes empresas operacionais do Grupo.

Os restantes operadores, de uma forma geral e segundo informação disponível nos seus sítios na Internet, também dispõem de canais de venda diferenciados para os clientes não residenciais, não distinguindo, no entanto, entre grandes, pequenas e médias empresas.

1.3.7.3. Discriminação tarifária

No que diz respeito à discriminação tarifária, o Grupo PT⁶⁴ considera que a elevada concorrência entre os operadores no segmento das grandes contas conduziu ao lançamento de propostas tarifárias individualizadas com margens reduzidas, enquanto que no segmento das PME's a diferenciação de preços não é tão frequente e a maioria dos clientes utiliza ofertas da PTC.

Os restantes operadores oferecem tarifas optativas e descontos de quantidade que, contudo, não serão dirigidos ao tipo de clientes em análise. Os serviços em causa, os escalões de facturação e os níveis de desconto justificarão esta opinião (**Tabela 20 a Tabela 22**):

⁶² Vide resposta à Consulta Pública preliminar sobre o processo de definição de mercados relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações. Respostas disponíveis em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=65370>.

⁶³ Cf. Comunicação Social, 2 e 4 de Junho de 2003.

⁶⁴ Vide resposta à Consulta Pública preliminar sobre o processo de definição de mercados relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações. Respostas disponíveis em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=65370>.

Tabela 20 – Plano Oni Empresas com pré-selecção total

Desconto/ Fidelização	0 Meses	12 Meses
> €35	5%	5%
> €125	10%	16%
> €250	15%	22%
> €625	18%	27%
> €1000	20%	28%

Desconto por volume incide sobre tráfego nacional fixo e internacional.
Desconto por volume desde a primeira factura em função do compromisso de fidelização do cliente.
Desconto por volume reflectido mensalmente na factura.
Em caso de incumprimento do contrato, a OniTelecom debitará ao cliente os descontos acumulados até à data.

Fonte: Sítio da OniTelecom (4º trimestre de 2003)

Tabela 21 – Novis – Negócios

Consumo Mensal	Desconto Novis
€0 a €25	10%
€25 a €50	11%
Mais de €50	12%

Fonte: Sítio da Novis (4º trimestre de 2003)

Tabela 22 – Planos “Corporate” e “Corporate Plus” da Jazztel

Consumo Mensal	Desconto por Volume
€75 a €149,99	6%
€150 a €249,99	12%
Mais de €249,99	16%
Desconto Débito Directo*	2%
Bónus de permanência	até 3,5 vezes o valor médio de um mês de facturação

*Pagamento por débito directo em conta

Fonte: Sítio da Jazztel (4º trimestre de 2003)

Na sua oferta para o segmento “Empresas”, a Novis Telecom apresenta igualmente tarifários que reflectem uma redução nos preços à medida que aumenta o consumo mensal. Refira-se no entanto que, segundo informação presente no Relatório e Contas de 2002 da Sonaecom, “a Novis Telecom optou por focar a sua actividade nos segmentos de mercado em que acredita que pode atingir níveis razoáveis de rentabilidade, nomeadamente o dos pequenos escritórios de profissionais liberais e o das PME’s”.

A Jazztel oferece aos seus clientes dois planos tarifários: o “Corporate” e o “Corporate Plus”, que são constituídos por um conjunto de descontos em função do volume de chamadas a efectuar e por um bónus de permanência. O bónus de permanência é concedido aos clientes que

assinem um “contrato de permanência” no qual se comprometem a utilizar o serviço de pré-selecção total da Jazztel e consumir no mínimo €3.

Registe-se ainda que nos sítios dos operadores não é possível conhecer as condições oferecidas especificamente às grandes contas empresariais.

1.3.7.4. Substituibilidade do lado da procura

Relativamente à substituibilidade do lado da procura, *a priori*, as ofertas dirigidas a PME e a Grandes Empresas não são directamente substituíveis entre si. No entanto, parece provável a existência de substituibilidade em cadeia entre clientes não residenciais de diferentes dimensões, o que pode determinar a definição de um único mercado relevante.

A substituibilidade do lado da procura é reforçada pelo facto de alguns operadores terem começado a disponibilizar recentemente às PME ofertas que, até à pouco tempo, se encontravam apenas ao alcance do segmento dos Grandes Empresas. Por exemplo, a PTC apresenta uma oferta de redes privadas virtuais para PMEs, anteriormente disponíveis apenas para grandes empresas, o mesmo sucedendo com a recente oferta da Jazztel de serviços de banda larga às PMEs, até ao momento apenas ao alcance das grandes empresas.

1.3.7.5. Substituibilidade do lado da oferta

No que se refere à substituibilidade do lado da oferta, parece pouco provável que empresas que oferecem serviços apenas a PME passem a oferecer também serviços a Grandes Empresas, como resposta a um aumento de preços pequeno mas significativo e não transitório por parte de um monopolista hipotético.

De facto, maioritariamente, os operadores apesar de se assumirem como operadores globais, tendem a concentrar-se na oferta de serviços apenas a um destes segmentos (vide **Tabela 18**). Acresce ainda que, do ponto de vista geográfico, as Grandes Empresas tendem a localizar-se em zonas distintas das PMEs, encontrando-se estas em locais mais próximos dos clientes residenciais.

1.3.7.6. Condições concorrenciais

A análise da concorrência no mercado tem como ponto de partida o cálculo das quotas de mercado, adoptando-se os critérios de segmentação sugeridos pelo Grupo PT, no documento de resposta à Consulta Pública (vide **Tabela 23**).

Foram analisados os clientes dos principais operadores que actuam no mercado não residencial, nomeadamente o Grupo PT (através da PT Prime, para dados e PTC, para voz), a OniTelecom, a Novis Telecom, a Coltel e a Jazztel.

Relativamente ao Grupo PT, considera-se que correspondem a grandes clientes aqueles que foram apresentados no lançamento da PT Corporate, visando assim agregar e gerir as contas de 48 dos seus maiores clientes, que representam 6% da facturação do Grupo em Portugal (264 milhões de euros em 2002).

A PT Prime, de acordo com o Relatório e Contas Consolidado do Grupo PT de 2002, tinha nesse ano 3.320 grandes clientes e 3.180 clientes PME, responsáveis por 55% e 45% das receitas, respectivamente. Desconhece-se qual o critério utilizado pela PT Prime para efectuar a referida segmentação⁶⁵.

Relativamente à OniTelecom e à NovisTelecom, foi utilizada a informação disponibilizada por estes operadores em resposta ao questionário sobre serviços de retalho e interligação fixos⁶⁶.

Desta forma, conclui-se que, em termos de número de clientes, o Grupo PT tem uma “quota de mercado” de 96%.

Tabela 23 – Quota de Mercado em volume

Grandes Contas Empresariais	N.º Clientes	QM
Grupo PT (PT Corporate)	48	96%
Operador B	2	4%

Fonte: ICP-ANACOM

Em termos de facturação, a diferente informação disponível permite calcular as quotas de mercado com base em 3 hipóteses distintas, no que se refere à facturação de grandes clientes do Grupo PT:

- Hipótese A – considerando que a PT factura no global dos seus 48 grandes clientes, 40 milhões de euros (segundo critério adiantado pela PT). Neste caso, a sua quota de mercado seria igualmente elevada, superando os 77%.
- Hipótese B – considerando que os seus grandes clientes são responsáveis por 6% da facturação do Grupo PT em Portugal (264 milhões de euros em 2002). Neste caso a quota de mercado seria ainda superior, na ordem dos 96%.
- Hipótese C – considerando que os grandes clientes do grupo são os 3.320 da PT Prime e responsáveis por 55% das receitas desta empresa. De acordo com esta hipótese, a quota de mercado do Grupo PT seria de 93%.

No segmento das PMEs, a informação disponível indicia também uma clara liderança do Grupo PT, patente em quotas de mercado superiores a 60% (vide **Tabela 24**).

⁶⁵ No entanto, verifica-se que a receita média por cliente é inferior a 1 milhão de contos (cerca de 439 mil euros).

⁶⁶ Disponível em

http://www.anacom.pt/streaming/pedido_de_informacao.xls?categoryId=67010&contentId=107309&field=ATTACHED_FILE.

Tabela 24 – Quotas de Mercado nas PMEs (Receitas)

	Quota de Mercado
PT Prime	34%
PTC	28%
Operador B	18%
Operador E	7%
Operador C	13%
Operador G	0%
Total	100%

Fonte: ICP-ANACOM

1.3.7.7. Análise e Conclusão

Utilizando a definição do mercado do produto e o critério de selecção de Grandes Clientes e PME definido pela PT, verifica-se que a satisfação das necessidades dos grandes clientes envolve soluções em pacote que incluem serviços de telecomunicações publicamente disponíveis num local fixo. Identificaram-se também canais de venda e modelos de determinação dos preços dos serviços distintos para estes serviços e para estes clientes.

No entanto, de acordo com a informação disponível, as condições de concorrência não parecem ser suficientemente distintas para merecer a definição de um segmento de grandes clientes.

Acresce que a definição de mercado do produto apresentada pela PT não será a mais adequada. A análise anteriormente efectuada pressupõe a definição de um mercado global de telecomunicações nos termos e com os critérios propostos pela PT (mercado das “soluções corporativas” para grandes clientes empresariais com uma determinada factura de serviços de telecomunicações). No entanto, a inclusão de todos os serviços de telecomunicações no mesmo mercado relevante não é justificada pela aplicação do teste do monopolista hipotético, tanto no que se refere à substituíbilidade do lado da procura como à substituíbilidade do lado da oferta. De facto, a oferta de serviços em pacote não implica que estes pertençam necessariamente ao mesmo mercado relevante, tal como aferido nas análises de substituíbilidade anteriormente realizadas.

Da mesma forma, os critérios de definição de Grande Cliente e de PME não são consensuais. A definição de mercados com base em critérios arbitrários poderia resultar na criação de um mercado artificial e desta forma contribuir para enviesar o desenvolvimento do mercado e da concorrência.

1.4. Definição do Mercado Geográfico

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

De acordo com as Linhas de Orientação “o mercado geográfico relevante inclui uma área na qual as empresas em causa participam na oferta e procura dos produtos ou serviços relevantes, onde as condições de concorrência são semelhantes ou suficientemente homogéneas e que podem ser distinguidas das áreas vizinhas onde as condições de concorrência prevaletentes são consideravelmente diferentes”⁶⁷.

As entidades que responderam à Consulta Pública preliminar sobre o processo de definição de mercados relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações⁶⁸, apresentaram as seguintes considerações sobre esta questão:

- A OniTelecom, Novis Telecom, Clixgest e REN Telecom entendem que o mercado geográfico relevante é o território nacional.
- O Grupo PT entende que a avaliação do mercado geográfico relevante é uma questão crítica na definição do âmbito dos serviços analisados neste agrupamento. Na opinião desta entidade, através deste processo poderá revelar-se possível separar e, posteriormente, desregular áreas onde a concorrência atingiu o estágio de desenvolvimento desejado e que cabe ao ICP-ANACOM submeter a Consulta Pública, com base em dados objectivos e concretos, a definição do mercado geográfico para os diferentes serviços do agrupamento de serviços considerados no documento de Consulta Pública.

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

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

No caso português, as licenças dos prestadores de SFT são todas de âmbito nacional.

A PTC presta SFT ao abrigo das suas obrigações de prestador de serviço universal, estando obrigada a prestar SFT em todo o território nacional.⁶⁹

A PTC pratica a uniformidade tarifária. Apesar do Decreto-Lei do Serviço Universal prever a possibilidade de preços especiais ou diferenciados abrangendo, designadamente zonas rurais ou zonas de custos elevados, tendo como objectivo garantir a acessibilidade dos preços do serviço universal⁷⁰, esta não foi reflectida na Convenção de Preços do Serviço Universal⁷¹, não sendo por isso relevante.

De acordo com a Lei n.º 5/2004, o ICP-ANACOM poderá manter a obrigação de uniformidade tarifária.

⁶⁷ Cf. Linhas de Orientação §56.

⁶⁸ Respostas disponíveis em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=65370>.

⁶⁹ Cf. Art.º 3.º do Decreto-Lei n.º 458/99, de 05.11.

⁷⁰ Cf. n.ºs 2 e 3 do Art.º 10.º do Decreto-Lei n.º 458/99, de 05.11.

⁷¹ Cf. Art.º 11.º do Decreto-Lei n.º 458/99, de 05.11.

- A área abrangida por uma rede.

A rede da PTC abrange todo o território nacional.

A Cabovisão está presente em 60 concelhos, atingindo uma quota nacional de cerca de 6% nos acessos.

A rede de acesso em banda estreita à rede pública num local fixo dos restantes prestadores de SFT estará sobretudo presente nos grandes centros urbanos.

Tendo em conta as informações acima apresentadas e o facto de, devido à uniformidade tarifária praticada pela PTC, qualquer resposta desta empresa à alteração das condições de concorrência se reflectir em todo o território nacional, considera-se que o mercado geográfico relevante no caso em apreço corresponde ao território nacional.

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

1.5. Conclusão: mercados dos acessos em banda estreita à rede telefónica pública em local fixo em todo o território nacional

Na sequência da análise efectuada considera-se que existem em Portugal os seguintes mercados de acesso à rede telefónica pública num local fixo:

- Acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo para clientes residenciais;
- Acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo para clientes não residenciais.

Os mercados acima referidos englobam os acessos referidos no ponto 1.2 e abrangem todo o território nacional.

O ICP-ANACOM considera que os factores considerados nesta análise não se irão alterar a curto/médio prazo, até à realização da próxima definição de mercado e análise de PMS⁷².

1.6. Mercados susceptíveis de regulação *ex-ante*

A Comissão considera que os mercados identificados para efeitos de regulação *ex-ante* deverão obedecer a três critérios cumulativos⁷³:

⁷² A próxima definição de mercado será desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no Mercado ou (2) logo que a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados ou (3) no espaço de 18 meses.

⁷³ Cf. Recomendação (9).

- Obstáculos à entrada e ao desenvolvimento da concorrência: persistência de fortes obstáculos à entrada, sejam de natureza estrutural, jurídica ou regulamentar.

A Comissão refere explicitamente que “*tais obstáculos podem ainda ser identificados em relação à implantação e/ou oferta generalizada de redes de acesso local a locais fixos*”⁷⁴.

Considera-se que, em relação a estes mercados, este critério é cumprido, tal como se explica no capítulo 2 deste documento.

- Aspectos dinâmicos: verificar se as características do mercado não conduzirão a uma concorrência efectiva num horizonte temporal pertinente, sem necessidade de intervenção regulamentar *ex-ante*. A aplicação deste critério implica o exame da situação da concorrência por detrás dos obstáculos à entrada.

Considera-se que, em relação a estes mercados, este critério é cumprido, tal como se explica no capítulo 2.1.2. deste documento.

- Eficácia relativa do direito da concorrência e da regulamentação *ex-ante* complementar: suficiência do direito da concorrência por si só para suprir as insuficiências persistentes no mercado.

Tal como resulta do parecer disponível no sítio do ICP-ANACOM na Internet⁷⁵, a informação disponível e os diferentes instrumentos existentes, a frequência, o detalhe e a urgência das intervenções e o facto de existir PMS nestes mercados (Cf. capítulo 2 deste documento) determinam que a regulação *ex-ante* seja essencial para minorar os efeitos das falhas destes mercados.

⁷⁴ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos p.9-10

⁷⁵ <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=774&contentId=128076>

2. AVALIAÇÃO DE PMS DOS MERCADOS DE ACESSO EM BANDA ESTREITA À REDE TELEFÓNICA PÚBLICA NUM LOCAL FIXO

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

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

O PMS é aferido em função dos critérios referidos nas Linhas de Orientação e no documento da Consulta Pública sobre o processo de Definição de Mercados Relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações⁷⁶.

2.1. Dominância individual

De acordo com o documento da Consulta Pública preliminar sobre o processo de definição de mercados relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações⁷⁷, a análise da concorrência efectiva será iniciada com o cálculo de quotas de mercado. Identificar-se-ão desta forma, e numa primeira fase, os candidatos a operadores com PMS.

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

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

⁷⁶ Disponível em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=65430>

⁷⁷ Disponível em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=79170>

2.1.1. Quotas de mercado

De acordo com a informação disponível, a quota de mercado⁷⁸ do Grupo PT⁷⁹ tem sido sempre superior a 90% nos mercados dos acessos em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo.

Quanto ao parque de acessos telefónicos principais, no final do 2.º trimestre de 2003, o Grupo PT detinha uma quota de 93,9%, sendo a quota de mercado dos restantes prestadores de 6,1% (**Gráfico 3**).

Gráfico 3 – Evolução das quotas de mercado - residencial (em volume)

[CONFIDENCIAL]

[CONFIDENCIAL]

Quanto ao mercado não residencial, a quota do Grupo PT ainda é mais significativa, situando-se em 96,2% no final do 2.º trimestre de 2003, enquanto os restantes prestadores têm uma quota total de 3,8% (**Gráfico 4**).

Gráfico 4 – Evolução das quotas de mercado - não residencial (em volume)

[CONFIDENCIAL]

De acordo com a Comissão, empresas com quotas de mercado muito elevadas – superiores a 50% –, são consideradas dominantes, salvo em situações excepcionais⁸⁰.

2.1.2. Concorrência entre as empresas instaladas

O ICP-ANACOM analisará de seguida o grau de concorrência entre as empresas instaladas, tendo em conta o grau de concentração, a dimensão do líder de mercado, a existência de barreiras à expansão, a rivalidade entre empresas e a rentabilidade.

⁷⁸ Calcularam-se quotas com base no número de acessos, visto que “[n]o caso de produtos em grande quantidade é dada primazia ao volume, enquanto no caso de produtos diferenciados (isto é, produtos de marca) o valor das vendas e a quota de mercado serão considerados os melhores indicadores da posição relativa e da força de cada fornecedor ” (Cf. Linhas de Orientação §76).

⁷⁹ Conceito de empresa no direito de concorrência.

⁸⁰ Cf. Linhas de Orientação §75.

2.1.2.1. Grau de Concentração

Analisando o grau de concentração do mercado de acesso, através do Índice *Herfindahl-Hirshman* (IHH), verifica-se um grau de concentração muito próximo do nível de concentração máximo⁸¹, quer no segmento residencial, quer no segmento não residencial (vide **Tabela 25**).

Tabela 25 – Evolução do IHH

		2000	2001	2002	1.º Trim. 2003	2.º Trim. 2003
Segmento residencial	IHH	0,9990	0,9606	0,8950	0,8883	0,8858
	IHH mínimo	0,1250	0,1000	0,1000	0,1111	0,1111
Segmento não residencial	IHH	0,9861	0,9715	0,9385	0,9266	0,9265
	IHH mínimo	0,1250	0,1000	0,1000	0,1111	0,1111

Estando, no segundo trimestre de 2003, 9 prestadores de acesso directo em actividade, o IHH mínimo⁸² seria de 0,1111, um valor bastante inferior ao valor real obtido para o indicador de concentração, o que vem reforçar a conclusão anterior sobre o nível elevado de concentração neste mercado.

A análise da concentração dos mercados em causa não indicia a existência de concorrência efectiva neste mercado e não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

2.1.2.2. Dimensão do(s) líder(es) de mercado

A PTC é o prestador do SFT com maior dimensão nestes mercados (**Tabela 26**):

Tabela 26 – Indicadores de dimensão dos principais operadores (31.12.2002)

Empresa	Vendas	Activo	N.º Trabalhadores*	VAB
PTC ⁸³	2.301.362	3.972.213	10.270	1.443.262
Novis Telecom	156.996	175.578	200	3.632
OniTelecom	155.425	505.618	732	9.276

⁸¹ Segundo a Comissão Europeia (vide glossário da Direcção da Concorrência da Comissão Europeia (http://europa.eu.int/comm/competition/general_info/glossary_en.html), a relação entre os valores do IHH e a concentração no Mercado é a seguinte:

“Classificação” do mercado	Valor do IHH
“não concentrado”	IHH < 0,10
“moderadamente concentrado”	0,10 < IHH < 0,18
“altamente concentrado”	IHH > 0,18

⁸² IHH mínimo = 1/n em que n é o número de empresas em actividade.

⁸³ A informação sobre a PT Prime não se encontra disponível.

Jazztel	25.566	90.843	149	(3.451)
Cabovisão	79.359	357.810	351	19.267

Valores em milhares de €, excepto *

Fonte: Relatórios e Contas 2002

A análise deste critério deverá, no entanto, levar em consideração que alguns dos operadores de SFT estão inseridos em grupos económicos:

- O Grupo PT, liderado pela empresa Portugal Telecom SGPS, é constituído por várias empresas que operam, a nível nacional e internacional, nas seguintes áreas de negócio: infra-estruturas e serviços a operadores, serviço fixo de telefone, comunicações móveis, transmissão de dados e distribuição de televisão por cabo, entre outras. Estes serviços de telecomunicações e multimédia são disponibilizados em Portugal, no Brasil e em outros mercados internacionais.

Em termos de volume de negócios, o Grupo PT ocupa a segunda posição entre os maiores grupos nacionais sendo apenas superado pelo Grupo EDP (o accionista maioritário do Grupo ONI).

A Portugal Telecom SGPS tem como accionistas vários bancos dos quais se destacam os Grupos BES, CGD e BPI. Da estrutura accionista faz também parte a Telefónica (o operador histórico em Espanha).

No âmbito da avaliação de PMS no mercado de acesso importa referir que o Grupo PT detém a totalidade do capital da PTC e exerce uma relação de domínio sobre a PT Prime e sobre o maior operador de distribuição de televisão por cabo em Portugal (TV Cabo). A empresa do Grupo PT que oferece serviços de distribuição de televisão por cabo não oferece aos seus clientes acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo.

- A ONI foi fundada no ano 2000, contando entre os seus principais accionistas, os grupos EDP (com 56% do capital), o Banco Comercial Português (BCP) e a Brisa.

O Grupo EDP é o único grupo empresarial do sector eléctrico da Península Ibérica com actividades de produção e distribuição de energia em Portugal e Espanha.

O Grupo BCP constitui o maior grupo financeiro privado português e detém a mais vasta rede bancária em Portugal, com cerca de 1.100 sucursais, que serve mais de 3,5 milhões de clientes.

A OniTelecom dispõe de uma rede de transmissão de fibra óptica (vários milhares de quilómetros provenientes do Grupo EDP e do seu accionista Brisa).

A relação entre a ONI e a EDP poderá conceder ao primeiro operador vantagens no que diz respeito à infra-estrutura instalada da EDP, assim como à oferta de soluções de acesso à rede telefónica pública baseadas na utilização da rede de energia eléctrica de baixa tensão para transmissão de voz (tecnologia *powerline*), dados e acesso à Internet.

Segundo as informações disponíveis, existirão neste momento 300 clientes cujos serviços de telecomunicações são fornecidos utilizando a rede eléctrica em regime de testes, preparando-se a EDP, em parceria com a ONI, para lançar comercialmente os serviços de fornecimento de voz e acesso à Internet aos lares e às empresas⁸⁴.

Entretanto, e de acordo com informações divulgadas pela comunicação social, a EDP assumiu que as telecomunicações e as novas tecnologias deixaram de fazer parte do seu *core business*.

- A Sonaecom é a *sub-holding* do Grupo Sonae para a área das telecomunicações, Internet e Multimédia cabendo à sua participada Novis Telecom (na qual detém 56,67% do capital) a operação dos serviços de telecomunicações fixas.

A SONAE SGPS, SA, o maior grupo privado não financeiro português, gere um *portfolio* de negócios que se estende, para além dos sectores de retalho e de imobiliário, à indústria de derivados de madeira, turismo, telecomunicações móveis e fixas, construção, *media*, transportes e capital de risco. As suas *sub-holdings* têm o papel de gestor de participações. Estas diversas actividades possibilitam, entre outros aspectos, a existência de sinergias comerciais entre as diversas empresas do grupo, com particular destaque para a área da distribuição, que poderá constituir um veículo importante para acesso aos utilizadores finais (e.g. Campanha Teledesconto da Novis lançada em parceria com o Modelo-Continente).

A Novis Telecom é também participada em 43,3% pela France Telecom, o operador histórico francês, que lidera os mercados das comunicações fixas e móveis bem como o mercado de acesso à Internet em França.

- A Cabovisão é detida pelo Grupo canadiano CSII (Cable Satisfaction International Inc.), que se dedica, através das suas participadas, à exploração de redes de distribuição de televisão por cabo em mercados internacionais. Actualmente, encontra-se presente apenas em Portugal.
- A Jazztel Portugal foi detida até recentemente pelo Grupo Jazztel p.l.c., criado em Espanha em 1998, na sequência da liberalização do mercado da voz naquele país. Actualmente, é controlada pelo Grupo SGC que comprou a totalidade do capital da filial do grupo espanhol⁸⁵.

Apesar das ligações dos principais operadores a grupos de grande dimensão, a reduzida dimensão dos concorrentes não permitiu aos mesmos rivalizar com a PTC.

Relativamente à dimensão do líder de mercado, será ainda relevante avaliar o eventual acesso facilitado ou privilegiado a recursos financeiros e/ou mercado de capitais (vide ponto 2.1.2.3.6 Acesso a recursos financeiros/mercados de capitais).

⁸⁴ Fonte: Público, 19.01.2004.

⁸⁵ Fonte: Público 20.01.2004.

A dimensão do líder do mercado e a diferença entre esta e a dimensão dos seus concorrentes não indicia a existência de concorrência efectiva neste mercado e não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

2.1.2.3. Barreiras à expansão

A Comissão considera que as quotas de mercado serão bons indicadores de poder de mercado apenas nos casos em que os concorrentes não possam expandir facilmente o seu volume de produção, para fazer face ao aumento de procura resultante de um aumento de preço do rival.

Nos casos em que as barreiras à expansão são reduzidas, a capacidade de um concorrente tirar partido de um aumento de preços anti-concorrencial ou de uma restrição da produção de outro concorrente, aumenta consideravelmente. Assim, a probabilidade de uma empresa conseguir agir, em larga medida, independentemente dos concorrentes e dos clientes é consideravelmente limitada. O risco torna-se ainda menor nos casos em que os custos de mudança são baixos.

As entidades que responderam à Consulta Pública preliminar sobre o processo de definição de mercados relevantes, avaliação de PMS e imposição de obrigações⁸⁶, pronunciaram-se sobre esta questão nos seguintes termos:

- O Grupo PT considera como critérios principais para avaliar a existência de barreiras à expansão a existência de ofertas a nível grossista e, para o segmento das grandes contas empresariais, a existência de infra-estruturas instaladas.

O Grupo PT considera não existirem barreiras à expansão significativas no segmento das grandes contas empresariais.

Relativamente aos segmentos residencial e PMEs, o Grupo PT entende que as ofertas grossistas de acesso ao lacete local e interligação permitem a qualquer operador expandir a sua oferta como resposta a um eventual aumento de preços de um “monopolista hipotético”. Deste modo, também neste segmento o Grupo PT considera não existirem barreiras à expansão significativas⁸⁷.

- A OniTelecom considera que uma das mais importantes barreiras à expansão são os custos afundados e as economias de escala e de gama de que beneficia o operador histórico. Para este operador, as subsequentes dificuldades de duplicação de infra-estruturas, associadas às vantagens já referidas por parte do operador histórico, decorrem também de prazos de construção longos, de restrições tecnológicas e custos elevados das alternativas aos sistemas tradicionais (FWA, Satélite, etc.) e também de restrições no acesso ao domínio público que só afectam os novos operadores (licenciamentos e regulamentos municipais, pagamento de taxas de utilização do subsolo).

⁸⁶ Respostas disponíveis em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=65370>.

⁸⁷ A propósito dos argumentos apresentados pelo Grupo PT, convirá referir que a análise da concorrência deverá efectuada tomando como hipótese a ausência de obrigações regulamentares.

Analisam-se de seguida as principais barreiras à expansão existentes nos mercados de acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo.

2.1.2.3.1. Barreiras legais

A partir de 01.01.2000, a entrada nos mercados em análise passou apenas a estar sujeita a um processo de licenciamento obedecendo ao cumprimento dos requisitos jurídico-formais, económicos e técnicos constantes no Decreto-Lei n.º 381-A/97, de 30.12⁸⁸.

Continuaram, no entanto, a existir barreiras de natureza legal ao desenvolvimento da concorrência.

- Uma das barreiras à expansão referenciada pelos novos operadores é a dificuldade de relacionamento entre estes e os municípios, nomeadamente nos aspectos relacionadas com as taxas de licenciamento e de ocupação do espaço municipal e com a celeridade dos processos de obtenção de licenças para execução de obras na via pública.

Uma investigação levada a cabo no final do ano 2001 pelo ICP-ANACOM concluiu que para um operador de telecomunicações o custo da aplicação de licenças e de taxas pelos municípios podia ser dividido segundo as seguintes componentes: (a) licenças de construção, (b) taxa de ocupação do solo e (c) taxa de ocupação do subsolo.

Apresenta-se na **Tabela 27** a comparação entre as tipologias de encargos que são necessários suportar pelos operadores em alguns municípios representativos.

Tabela 27 – Tipologias de encargos a suportar pelos operadores para a instalação de infra-estrutura

	Municípios que exigem a instalação gratuita de infra-estruturas para uso próprio	Caução/garantia bancária necessária para que se possa realizar obras na via pública	Câmaras que exigem um valor de licenciamento	Municípios que cobram uma taxa de ocupação do solo	Municípios que cobram uma taxa de ocupação do subsolo	Municípios que detêm um cadastro de infra-estruturas municipais
Lisboa	Sim	€70/m ²	Não	Sim	Sim	Sim
Porto	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim
Braga	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não
Aveiro	Não	Não	Não	Sim	Sim	Não
Coimbra	Não	Sim	Não	Sim	Não	Não
Viseu	Não	Sim	Não	Não	Não	Não
Santarém	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Setúbal	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não
Sintra	Não	Não	Não	Sim	Sim	Não
Faro	Não	Não	Não	Sim	Sim	Não

Fonte: ICP-ANACOM

⁸⁸ Vide <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=2804&contentId=13111>.

Registe-se ainda que, na tentativa de evitarem a repetição de obras na via pública, acontece frequentemente que as autarquias fixam intervalos mínimos de tempo para a realização de novas obras para a instalação de infra-estruturas no mesmo local. Este período varia entre os 2 anos e os 5 anos, conforme se pode observar na **Tabela 28**:

Tabela 28 – Prazo requerido pelos municípios para a realizações de obras de instalação de infra-estruturas no mesmo local

Município	Lisboa	Porto	Braga	Aveiro	Coimbra	Viseu
Prazo	3 anos	5 anos	5 anos	5 anos	2 anos	2 anos

Fonte: ICP-ANACOM

Estes prazos podem constituir uma barreira à entrada e/ou à expansão de novos operadores que pretendam desenvolver a sua rede própria de acesso ao cliente final.

A Portugal Telecom, enquanto concessionária do serviço público de telecomunicações e operador da rede básica de telecomunicações, esteve isenta do processo de licenciamento municipal da implantação das infra-estruturas afectas à concessão.

Com a entrada em vigor da Lei n.º 5/2004, os direitos e encargos relativos à implantação, passagem e atravessamento de sistemas, equipamentos e demais recursos das empresas que oferecem redes e serviços de comunicações electrónicas acessíveis ao público, em local fixo, dos domínios público e privado municipal podem dar origem ao estabelecimento de uma Taxa Municipal de Direitos de Passagem (TMDP)⁸⁹. Esta TMDP é determinada com base na aplicação de um percentual sobre cada factura emitida pelas empresas que oferecem redes e serviços de comunicações electrónicas acessíveis ao público, em local fixo, para todos os clientes finais do correspondente município, aprovado anualmente por cada município até ao fim do mês de Dezembro do ano anterior a que se destina a sua vigência, não podendo ultrapassar os 0,25%⁹⁰.

- Acresce a barreira tarifária resultante da acessibilidade dos preços imposta pelo Decreto-Lei do Serviço Universal e concretizada nas sucessivas Convenções de Preços do Serviço Universal.

2.1.2.3.2. Economias de escala e/ou gama e/ou experiência

A literatura económica conclui, de uma forma geral, pela existência de economias de escala e de gama nas redes de telecomunicações fixas⁹¹. Os serviços de telecomunicações exigem a

⁸⁹ Nos termos do art. 128º, n.º 2 da Lei n.º 5/2004, a TMDP entra em vigor nos 90 dias seguintes à publicação do diploma.

⁹⁰ Art. 106º, n.º 2, als. a) e b) da Lei n.º 5/2004.

⁹¹ Bush, C., Kennet, M., Prisbey, J. e Sharkey, W. 1998, The Hybrid Cost Proxy Model: Customer Location and Loop Design Modules, U. S. Federal Communications Commission; Kennet, D. e Sharkey, W. 1999, Interoffice and Switching Cost Modules, U. S. Federal Communications Commission; Banker, R., Chang, H. e Majumdar, S. 1998, "Economies of scope in

instalação de infra-estruturas com indivisibilidades significativas, o que implica, para os níveis de produção relevantes, a existência de custos fixos extremamente elevados, o que se traduz na existência de economias de escala.

O ICP-ANACOM desenvolveu um modelo económico de processo de engenharia *scorched node* – Hybrid Cost Proxy Model (HCPM)⁹² – que, baseado em informação de custos e localizações de comutadores e dos clientes finais do operador histórico, permite determinar os custos médios de longo prazo em que um operador eficiente incorreria, quer para a rede de acesso, quer para a rede de interligação, para os vários níveis de procura de serviços de telecomunicações⁹³.

Relativamente à rede de acesso (**Gráfico 5**), existem decréscimos significativos dos custos médios unitários de longo prazo à medida que a procura de linhas telefónicas aumenta.

telecommunications industry”, *Information Economics and Policy*, 10, pp. 253-272; Bloch, H., Madden, G., e Savage, S. 2001, “Economies of Scale and Scope in Australian telecommunications”, *Review of Industrial Organization*, 18, pp. 219-227;

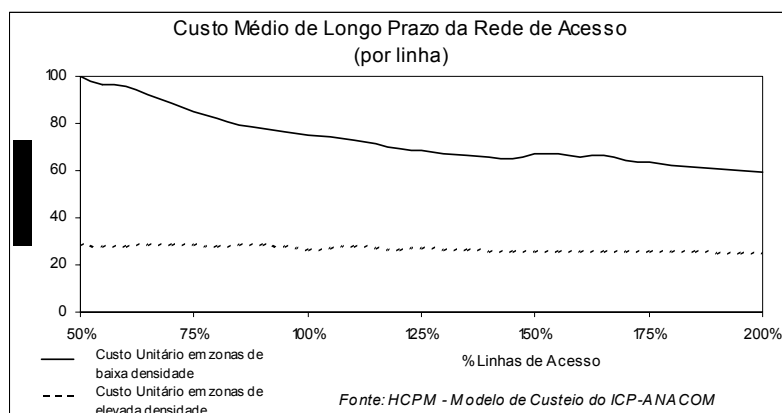
Charnes, A., Cooper, W. e Sueyoshi, T. 1988, “A goal programming/constrained regression review of the Bell System breakup”, *Management Science*, 34, pp. 1-26; Christensen, L., Cummings, D. e Schoech, P. 1983, “Econometric estimation of scale economies in telecommunications”, In *Economic Analysis of Telecommunication*, edited by Leon Courville, Alan de Fontenay, and Rodney Dobell. Amsterdam: North Holland; Evans, D. e Heckman, J. 1984, “A test for subadditivity of the cost function with an application to the Bell System”, *American Economic Review*, 74(4), September, pp. 615-23; Fuss, M. e Waverman, L. 1977, “Multi-product, Multi-input Cost Functions for a Regulated Utility: The Case of Telecommunications in Canada”, Institute of Policy Analysis, Working Paper 7810; Fuss, M. e Waverman, L. 1981, “The Regulation of Telecommunications in Canada”, Technical Report 7, Ottawa: Economic Council of Canada; Fuss, M. 1983, “A survey of recent results in the analysis of production conditions in the telecommunications”, In *Economic Analysis of Telecommunication*, edited by Leon Courville, Alan de Fontenay, and Rodney Dobell. Amsterdam: North Holland; Gabel, D. e Kennet, D. 1994, “Economies of Scope in the local telephone market”, *Journal of Regulatory Economics*, 6(4), pp. 381-398; Gasmí, F., Laffont, J. e Sharkey, W. 1997, “Incentive Regulation and the cost structure of the local telephone exchange network”, *Journal of Regulatory Economics*, 12, pp. 5-25; Gasmí, F., Laffont, J.J. e Sharkey, W.W. 2002, “The natural monopoly test reconsidered: an engineering process-based approach to empirical analysis in telecommunications”, *International Journal of Industrial Organization*, 20, pp. 435-459; Gentzoglani, A. 1993, “Entry and competition in the Canadian telecommunications industry: the case of Alberta Government Telephones”, *Atlantic Economic Journal*, 21(3), pp. 38-46; Kiss, F., Karabadjian, S. e Lefebvre, B. 1983, *Economies of Scale and Scope*, In *Economic Analysis of Telecommunication*, edited by Leon Courville, Alan de Fontenay, and Rodney Dobell. Amsterdam: North Holland;

Leite, A. e Seabra, C. 1993, *Tarifcação nas Telecomunicações*, *Economia*, XVII (3), pp. 265-320; Maher, M. 1999, “Access costs and entry in the local telecommunications network: a case for de-averaged rates”, *International Journal of Industrial Organization*, 17, pp. 593-609; Roller, L. 1990, “Proper quadratic cost functions with a application to the Bell System”, *Review of Economics and Statistics*, 72, pp. 202-210; Serafica, R. 1998, “Was PLDT a natural monopoly? Na economic analysis of pre-reform Philippine telecoms”, *Telecommunications Policy*, 22(4/5), pp. 359-370; Shin, R. e Ying, J. 1992, “Unnatural monopolies in local telephone”, *RAND Journal of Economics*, 23(2), pp. 171-183; Shin, R. e Ying, J. 1994, *Viable Competition in Local Telephones: Superadditive Costs in the Post-divestiture Period*, Working Paper No. 94-8, College of Business and Economics, University of Delaware; Sueyoshi, T. 1996, “Divestiture of Nippon Telegraph and Telephone”, *Management Science*, 42(9), pp. 1326-1351; Wilson, W. e Zhou, Y. 1997, “Costs, productivity, and firm heterogeneity in local telephone markets”, *Journal of Regulatory Economics*, 11, pp. 291-310; Wilson, W. e Zhou, Y. 2001, “Telecommunications deregulation and subadditive costs: are local telephone monopolies unnatural?”, *International Journal of Industrial Organization*, 19, pp. 909-930.

⁹² Para informação detalhada sobre o modelo consultar o site www.anacom.pt.

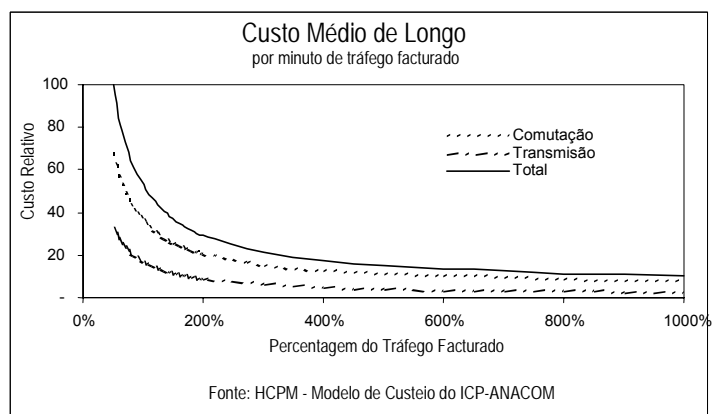
⁹³ Note-se que as estimativas obtidas através do modelo, à semelhança do que acontece para todos os modelos de processo de engenharia, não incluem custos não rede tais como a facturação ou marketing.

Gráfico 5 – Custo médio de longo prazo – Rede de Acesso



Também na comutação e na transmissão (**Gráfico 6**) parecem existir decréscimos apreciáveis no custo médio unitário de longo prazo. Tais resultados indiciam a existência de economias de escala tanto na rede de acesso como nas redes de transmissão e comutação.

Gráfico 6 – Custo médio de longo prazo – Redes de Comutação e Transmissão

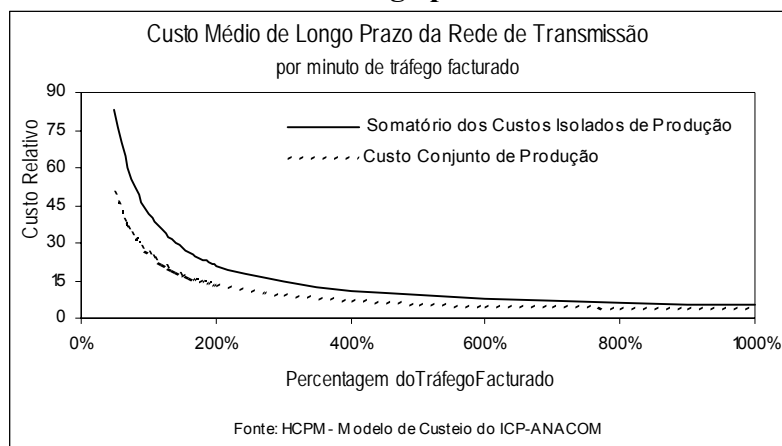


Os resultados apresentados até ao momento foram obtidos tendo em consideração que os custos totais da rede de acesso e da rede de interligação incluem não apenas os custos relativos às linhas comutadas, mas também os das linhas dedicadas.⁹⁴

Uma vez que o HCPM permite estimar o custo isolado de produção de ambos os serviços, é igualmente possível verificar a existência de economias de gama. Verifica-se que o somatório dos custos isolados de transmissão de tráfego das linhas comutadas e das linhas alugadas é sempre superior ao custo de produção conjunta dos dois serviços, o que parece indicar a existência de economias de gama (**Gráfico 7**).

⁹⁴ Note-se que os custos em edifícios e terrenos são também partilhados entre a rede de acesso e a rede de interligação. Para efeitos da presente análise considerou-se que estes custos são partilhados na mesma proporção pelas duas redes.

Gráfico 7 –Custo médio de longo prazo – Rede de transmissão



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

Um novo operador que pretenda expandir a sua actividade será assim obrigado - tudo o resto constante - a conquistar uma parte significativa do mercado para conseguir concorrer com o operador histórico.

2.1.2.3.3. Infra-estruturas dificilmente duplicáveis

Determinadas infra-estruturas de telecomunicações envolvem elevados custos e prazos de construção longos. Por essa razão, um operador instalado poderá ter dificuldades em responder de imediato a um acréscimo de procura motivado por um aumento de preços de um concorrente.

As redes de acesso local são infra-estruturas dificilmente duplicáveis, representando valores na ordem dos 70% do investimento numa rede de telecomunicações fixas. A implantação destas redes é morosa.

A impossibilidade de implantar rapidamente e oferecer de forma generalizada uma rede de acesso constitui uma significativa barreira à expansão dos novos operadores. Em particular, a impossibilidade de oferecer conjuntamente serviços de acesso e comunicações e criar um sistema tarifário multi-parte retira flexibilidade tarifária aos novos operadores e impede a oferta de uma “factura única”. Tal constitui uma importante barreira à expansão e ao desenvolvimento da concorrência.

Na análise da questão das infra-estruturas dificilmente duplicáveis, será de registar o facto de a rede da PTC se encontrar fortemente implantada em todo o país, quer em termos de rede de acesso, quer em termos de interligação. Actualmente, possui infra-estrutura que lhe permite oferecer mais de 4 milhões de acessos directos.

De facto, a cobertura nacional da PTC, que advém da sua posição histórica de prestador de serviço universal, é claramente superior à cobertura apresentada pelos novos operadores: a Cabovisão cobre 60 municípios, enquanto que os outros operadores se encontram a operar principalmente nas grandes cidades.

A oferta do lacete local desagregado não tem permitido ultrapassar esta barreira.

2.1.2.3.4. Integração vertical e/ou acordos de exclusividade

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

A PTC é um operador de telecomunicações integrado verticalmente, com presença quer ao nível do mercado grossista quer ao nível do mercado de retalho. Assim, se a PTC tiver PMS num mercado a montante, tal situação poderá conferir a oportunidade de transferir poder de mercado para mercados a jusante, afectando desse modo a concorrência. Em particular, se existir dificuldade em conseguir *inputs* do mercado grossista ou em obter esses *inputs* a um preço competitivo podem acentuar-se as barreiras à entrada ao nível do retalho.

Este facto justificará a imposição das actuais obrigações de interligação e ofertas grossistas existentes.

Outra situação potencialmente geradora de desvantagens concorrenciais será a existência de acordos de exclusividade entre empresas verticalmente integradas e empresas participadas que operam nos mercados retalhistas.

2.1.2.3.5. Superioridade tecnológica não acessível às restantes empresas presentes no mercado

Este critério foi avaliado de acordo com as inovações introduzidas ao nível de redes e serviços pelos vários operadores presentes neste mercado. Levaram-se, igualmente, em conta os investimentos em pesquisa e desenvolvimento.

A análise deste critério não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

2.1.2.3.6. Acesso a recursos financeiros/mercados de capitais

Analisou-se este critério tendo em conta a facilidade de acesso aos mercados de capitais e ao crédito bancário, o *rating* da dívida das várias empresas e as eventuais ligações privilegiadas com grandes grupos económicos e empresas do sector financeiro.

A análise deste critério não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

2.1.2.3.7. Barreiras à expansão: conclusão

A quantidade e a dimensão das barreiras à expansão nos mercados em análise impediram o desenvolvimento de uma concorrência efectiva e não permitem contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

As obrigações entretanto impostas para tentar ultrapassar as barreiras à concorrência não parecem ter atingido este objectivo:

- No final de 2001, o número de acessos em pré-selecção ascendia a 355 mil⁹⁵ o que corresponde a cerca de 8% dos acessos telefónicos principais existentes no final do referido ano. No entanto, no final de 2002, na sequência da recuperação de clientes pela PTC, o número de acessos em pré-selecção diminuiu cerca de 23%, ascendendo a 275 mil⁹⁵. No final do 1.º semestre de 2003, o número de acessos em pré-selecção aumentou para 304 mil⁹⁵ – segundo a PTC, tal resultou em parte de uma forte campanha promocional de um concorrente.
- Relativamente à portabilidade, verifica-se que, no final de 2002, existiam 63.572 números portados, o que corresponde apenas a cerca de 1,5% dos acessos telefónicos principais existentes no final do ano referido, apesar de traduzir um aumento de 68,5% face ao trimestre anterior.
- O número de lacetes locais desagregados é reduzido. No final de 2003, existiam apenas 1.867 acessos desagregados.

Deste modo, constata-se que apesar da introdução destas novas funcionalidades a sua expressão é ainda reduzida, continuando a manter-se os factores que colocam em desvantagem os novos prestadores face ao operador histórico.

Refira-se que em virtude das barreiras acima identificadas, a PTC aumentou o preço de assinatura mensal dos acessos analógicos em 7% e 6% em 01.01.2000 e em 06.02.2001, sendo que no mesmo período (até ao final de 2001), partindo de uma situação de monopólio, apenas perdeu 1,67% de quota de mercado. No mesmo período, a margem obtida pela PTC no acesso aumentou cerca de [CONFIDENCIAL]⁹⁶.

⁹⁵ Fonte: Relatórios e Contas Consolidadas da Portugal Telecom (2001, 2002 e 1.º semestre de 2003).

⁹⁶ Fonte: Sistema de contabilidade analítica da PTC.

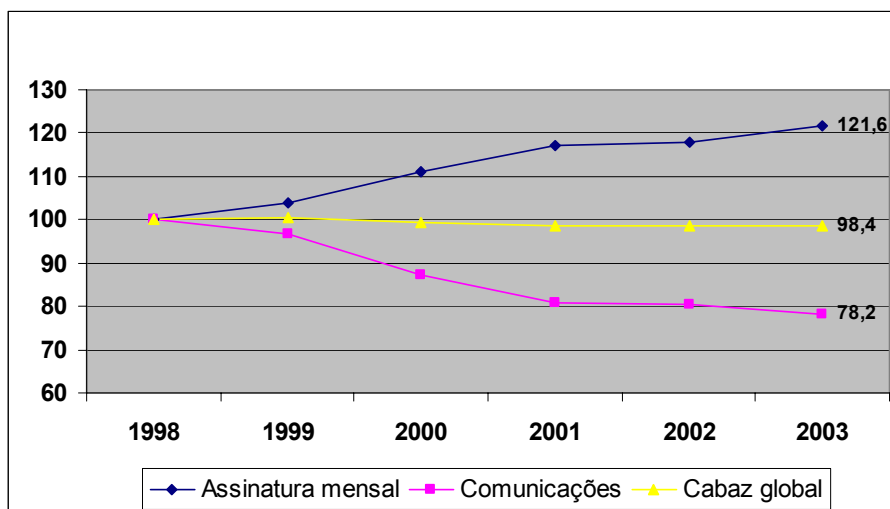
2.1.2.4. Rivalidade: preços

O comportamento das empresas no mercado é, também, indiciador do grau de concorrência efectiva.

A existência de uma intensa rivalidade tarifária é um indício claro de concorrência efectiva. No processo Hoffmann La-Roche vs. Comissão, o Tribunal de Justiça notou que “o facto de uma empresa reduzir os seus preços como resultado da pressão exercida pelos seus concorrentes é em termos gerais incompatível com a conduta independente característica das posições dominantes”.

Os preços estabelecidos pela PTC para o acesso à rede telefónica pública num local fixo têm sido objecto de regulação. As variações de preços têm sido motivadas pela necessidade de rebalancear o tarifário e de orientar os preços para os custos. Historicamente, os preços do acesso não se encontravam orientados para os custos. As rentabilidades negativas dos serviços de instalação e da assinatura eram subsidiadas pelo tráfego. Assim, têm-se verificado movimentos divergentes nos preços do tráfego, com decréscimos acentuados, por oposição aos preços da assinatura que sofreu acréscimos graduais (**Gráfico 8**).

Gráfico 8 – Evolução dos índices de preços do SFT-PTC



Fonte: ICP-ANACOM

As variações de preços do acesso foram muito graduais, prolongando-se por vários anos (**Tabela 29**).

Tabela 29 – Tarifário da PTC

Data de fixação do tarifário standard	Assinatura mensal IVA excluído (linha analógica)
01.01. 1998	€10,77
01. 02. 1998	€10,03
01. 02. 1999	€10,47
01.01. 2000	€11,17

06.02. 2001	€11,85
21.02. 2003	€12,30

Fonte: Tarifários PTC

Entre 1998 e 2003, o tarifário *standard* para a assinatura da linha telefónica analógica teve aumentos médios anuais de 4%. Esta tendência mantém-se no período mais limitado que se inicia com o processo de liberalização do serviço fixo de telefone, em 2000, e termina no final de 2003. Neste período verificaram-se aumentos médios anuais de 3% no preço da assinatura de um acesso analógico.

No que diz respeito aos novos prestadores, verifica-se que estes não apresentam normalmente ofertas com valores inferiores aos da PTC. Por outro lado, verifica-se que a maioria das ofertas disponibilizadas na modalidade do acesso directo visam exclusivamente o segmento não residencial e assentam sobre acessos digitais.

A Novis Telecom é um dos únicos prestadores que dispõe de ofertas com preços de acesso significativamente inferiores aos da PTC. No entanto, tratam-se de ofertas em pacote (Directo Empresas), que implicam um compromisso de consumo mensal em chamadas igual ou superior a um valor contratado, tornando-se estas ofertas mais atractivas para clientes com elevados volumes de tráfego. Na publicidade associada à referida oferta surge a referência ao facto do preço do acesso representar uma “redução de 50% na assinatura mensal”, numa clara alusão ao preço dos acessos da PTC.

Entre as ofertas dos novos prestadores destacam-se as da Novis Telecom (Voz Familiar Directo) e da Cabovisão (iPhone), que apresentam preços para o acesso equivalentes aos da PTC. De referir que a oferta da Novis foi entretanto retirada.

Como se pode verificar pela **Tabela 30**, as decisões dos novos prestadores quanto à fixação de preço do acesso são posteriores às decisões da PTC. Os tarifários de acesso disponibilizados por esses prestadores estão sempre associados a tarifários específicos de comunicações, não sendo comercializados isoladamente.

Tabela 30 – Ofertas relativas ao acesso analógico

Ofertas	Preço Acesso s/ IVA	Data Lançamento
PTC	€12,30	21.02.2003
Cabovisão iPhone ⁹⁷	€12,86	01.03.2003
Novis Voz Familiar Directo ⁹⁸	€12,30	01.03. 2003

Fonte: Tarifários dos prestadores

De acordo com a informação disponível, não é possível concluir que se registam reduções de preços como resultado da pressão concorrencial. As informações disponíveis sugerem antes a existência de um operador líder e de operadores seguidores.

⁹⁷ No que se refere ao plano tarifário da Cabovisão, a alteração de preço anterior à que consta da **Tabela 30** data de Agosto de 2002, sendo então de €12,57.

⁹⁸ Após o seu surgimento em Março de 2003, manteve-se em vigor apenas alguns meses, tendo sido substituído recentemente por uma oferta integrada de voz e de acesso à Internet.

2.1.2.5. Rivalidade: outros aspectos

A concorrência entre as empresas no mercado processa-se, igualmente, noutras dimensões para além do preço. Analisam-se de seguida um conjunto de outras variáveis que permitirão identificar a dimensão da concorrência não preço.

- Inovação das ofertas

Com o processo de liberalização do SFT surgiram novos prestadores de acesso directo e novas ofertas. No entanto, decorridos quatro anos após o início desse processo, a diversidade das ofertas não é ainda muito visível relativamente às linhas de assinante. Exceptuando as diferenças que resultam dos vários tipos de acesso (analógicos e digitais) e das várias tecnologias de suporte (e.g. cobre, cabo coaxial, FWA, entre outros), não existem ofertas muito diversificadas, pelo menos atendendo à componente específica do acesso.

Os novos prestadores tendem a disponibilizar ofertas de acesso conjuntamente com as comunicações, publicitando frequentemente as referidas ofertas como mais favoráveis do que as disponibilizadas pela PTC, ou aplicando descontos sobre os tarifários da PTC. Em alguns casos, os novos prestadores oferecem um serviço de facturação que permite a comparação detalhada dos valores facturados com os que resultariam da aplicação do tarifário da PTC.

Para além das vendas conjuntas do acesso e das comunicações, alguns dos novos prestadores apresentam também ofertas em pacote com outros serviços, nomeadamente o serviço de acesso à Internet e o serviço de acesso à televisão por cabo. Nessas ofertas, o preço do acesso reflecte a possibilidade de aceder aos referidos serviços, sendo normalmente inferior à soma dos preços do acesso para serviços de voz e do acesso para outros serviços, considerados individualmente.

De referir que, logo após a liberalização do SFT, a PTC lançou diversas ofertas promocionais dirigidas aos respectivos clientes.

Por outro lado, os mercados do acesso em banda estreita à rede telefónica fixa não apresentam um nível de introdução de novos serviços que possa ser considerado muito relevante.

Quanto aos serviços disponibilizados sobre o acesso em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo, as inovações têm sido limitadas, restringindo-se aos serviços de voz e de acesso à Internet por chamada com contagem, envio de correio electrónico e mais recentemente envio de mensagens escritas.

- Investimento

Relativamente aos investimentos em telecomunicações, verifica-se que houve um esforço importante ainda anterior ao início do processo de liberalização do SFT, centrado sobretudo nas redes de acesso e de distribuição.

As entidades que viriam a estar licenciadas para a prestação do SFT e que actualmente se mantêm em actividade na modalidade de acesso directo, investiram na rede em 1999 valores que ascendem a 600 milhões de euros (**Tabela 31**). No período que se seguiu à liberalização, verificou-se um acréscimo no valor global dos investimentos no sector, na sua maioria realizados pelos novos operadores, [CONFIDENCIAL]. Em 2002, este valor voltou a descer, tendo sido investidos apenas 573 milhões de euros, representando um decréscimo de 10,2% face a 1999.

Tabela 31 – Investimento em telecomunicações (milhões de Euros)

[CONFIDENCIAL]

Os novos prestadores de SFT, globalmente são responsáveis pela maioria dos investimentos. No entanto, há que referir que alguns desses investimentos se destinam a áreas de negócio distintas do SFT, tais como o serviço móvel terrestre e o serviço de transmissão de dados.

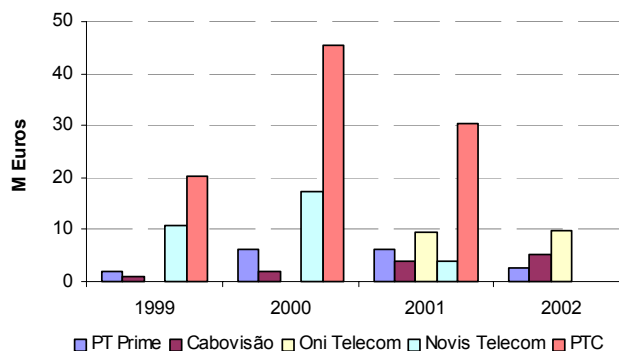
Tendo em conta o nível de desenvolvimento geográfico da rede dos novos operadores, esta evolução do investimento não representa um indício de concorrência potencial ou futura.

- Investimentos em Publicidade

Relativamente ao investimento em publicidade (**Gráfico 9**), o operador que maiores valores apresenta é a PTC, com cerca de 30 milhões de euros em 2001, tendo este valor decrescido 33% face ao ano anterior.

De acordo com a informação disponível, a OniTelecom tem também investido acima dos 9 milhões de euros em cada ano.

Gráfico 9 – Investimento em publicidade



Fonte: Relatórios e Contas

A análise dos aspectos acima referidos não revela uma concorrência não-preço excessivamente dinâmica.

2.1.2.6. Rentabilidade

A capacidade de definir preços contínua e significativamente acima do nível concorrencial é um importante indicador de poder de mercado. Num mercado competitivo, as empresas não deverão ter capacidade para, individualmente, manter persistentemente os preços acima dos custos (incluindo uma rentabilidade normal) e assim sustentar lucros anormais. No entanto, deve ser tido em conta que, no curto prazo, elevadas taxas de rentabilidade podem ser explicadas por factores como inovação e alterações não esperadas da procura. Inversamente, lucros baixos poderão indiciar ineficiência da empresa ao invés de concorrência efectiva.

De um modo geral, e conforme se pode constatar pela observação dos **Gráfico 10 a**

Gráfico 12, as rentabilidades dos serviços de acesso (mensalidades e instalações) da PTC têm vindo a aumentar, num processo de aproximação dos preços aos custos⁹⁹. No tocante aos acessos primários RDIS, e apesar da deliberação do ICP-ANACOM de 21.02.2001¹⁰⁰ que determinou uma redução em 10% (face ao preço praticado no final de 2000), e da deliberação do ICP-ANACOM relativa ao preço máximo dos acessos primários RDIS utilizados pelos ISPs para interligar os seus POPs aos comutadores da PTC (redução de 20% em vigor desde 01.03.2001¹⁰¹), as margens referentes às mensalidades deste tipo de acessos têm vindo a aumentar. Este tipo de acessos apresenta-se, também, como o único que (desde 2001) apresenta margens positivas na instalação.

Gráfico 10 – Evolução das margens dos acessos analógicos

[CONFIDENCIAL]

Gráfico 11 – Evolução das margens dos acessos digitais

[CONFIDENCIAL]

Gráfico 12 – Evolução das margens dos acessos totais

[CONFIDENCIAL]

⁹⁹ Importará referir que preços de acesso da PTC (assinatura e instalação de linhas analógicas e digitais), têm vindo a ser regulados de acordo com a cláusula 14.^a da Convenção de Preços de Telecomunicações 98/00, que previa que a PTC procedesse “a um reequilíbrio gradual dos preços do Serviço Fixo de Telefone, de acordo com o princípio da orientação para os custos”. Esta Convenção previa, para além do regime de variação de preços do SFT (instalação, assinatura, comunicações locais, regionais, interurbanas e internacionais), a relação entre os preços dos acessos básicos e primários e os acessos analógicos.

A Convenção de Preços para o Serviço Universal de Telecomunicações, assinada a 30.12.2002 entre a Direcção- Geral do Comércio e da Concorrência (DGCC), o ICP-ANACOM e a PTC, prevê também que os preços das prestações do serviço universal devem ter em conta, nomeadamente, o ajustamento progressivo dos preços aos custos e a garantia da acessibilidade para os utilizadores. As linhas RDIS, foram, naquela data, excluídas do âmbito da referida Convenção.

¹⁰⁰ Vide <http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=33754>.

¹⁰¹ Vide <http://www.anacom.pt/template13.jsp?categoryId=7916>.

2.1.2.8 Concorrência entre as empresas instaladas: Conclusão

Os mercados dos acessos à rede telefónica pública num local fixo são altamente concentrados, sendo a dimensão do líder do mercado muito superior à dimensão dos seus concorrentes. Identificaram-se significativas barreiras à expansão, não existindo indícios claros da existência de rivalidade das empresas no mercado. A evolução da rentabilidade do líder de mercado não é compatível com a existência de concorrência efectiva neste mercado.

Em conclusão, a análise da concorrência entre as empresas instaladas não é suficiente para contrariar a conclusão retirada da análise das quotas de mercado.

2.1.3. Concorrência potencial: barreiras à entrada e histórico da entrada e saída do mercado

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

- As barreiras à expansão referidas no ponto 2.1.2.3. são, igualmente, barreiras à entrada de novos operadores nestes mercados. A estas acresce o lento processo de rebalanceamento tarifário dos preços do acesso.

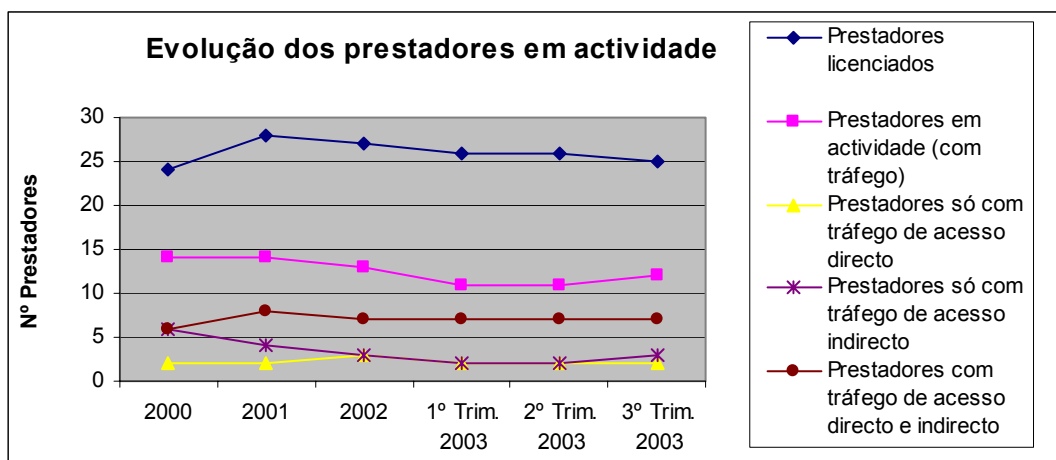
Os custos irrecuperáveis (ou afundados) poderão constituir uma outra importante barreira estrutural à entrada. Um potencial novo operador pretenderá suportar tais custos de investimento se for expectável cobrir os mesmos, bem como os custos de produção, através das receitas conseguidas. Os operadores instalados por seu lado já realizaram os seus investimentos. O operador histórico poderá assim explorar esta assimetria sinalizando junto do potencial novo operador que, caso decida iniciar a actividade naquele mercado, os preços serão demasiado baixos para cobrir os custos irrecuperáveis. Desta forma a entrada será desencorajada.

Os custos irrecuperáveis são particularmente relevantes no mercado das telecomunicações. De facto, é necessário um investimento elevado para criar uma rede de telecomunicações eficiente, sendo previsível que apenas uma parcela reduzida deste investimento seja recuperada se o novo operador decidir abandonar o mercado.¹⁰²

- A existência destas barreiras traduziu-se no movimento de entradas e saídas ilustrado pelo **Gráfico 13**.

¹⁰² No âmbito da consulta pública, a OniTelecom levanta a questão dos custos afundados ou irrecuperáveis “onde o operador incumbente goza de enorme vantagem já que, face ao histórico de desenvolvimento da sua rede, poderá suportar agora preços que cubram apenas os restantes custos”.

Gráfico 13 – Evolução dos prestadores em actividade



Fonte: ICP-ANACOM, vide <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=520>

De acordo com a **Tabela 32**, em 2000, foram atribuídas 24 licenças de SFT a novos operadores. Destes, presentemente, apenas 8 se encontram em actividade (3 destes operadores pertencem ao Grupo PT).

Entre 2001 e 2002, licenciaram-se 8 novos prestadores. Deste grupo, apenas 4 estão presentemente em actividade.

No 3.º trimestre de 2003, 25 prestadores detinham uma licença de serviço fixo de telefone (acesso directo e acesso indirecto), dos quais apenas 12 estavam em actividade.

De todos os operadores que obtiveram licença de prestador de SFT (32), 6 tiveram as suas licenças revogadas, um faliu e 5 suspenderam a actividade¹⁰³.

Tabela 32 – Número de prestadores no mercado de SFT

	2000	2001	2002	2003*
Prestadores Licenciados	24	28	27	25
Prestadores em Actividade	14	14	13	12
Prestadores apenas de Acesso Directo em actividade	2	2	3	2
Prestadores apenas de Acesso Indirecto em actividade	6	4	3	3
Prestadores de Acesso Directo e Indirecto em actividade	6	8	7	7

*Final do 3.º Trimestre

Fonte: ICP-ANACOM

¹⁰³ A Global One, que presta serviços de acesso indirecto, deixou de comunicar qualquer informação ao ICP-ANACOM, tendo apenas informado que ainda tem alguns clientes residuais. Para efeitos desta análise considerou-se que suspendeu a sua actividade.

Dos prestadores em actividade no segundo trimestre de 2003, a Coltel apenas oferece acesso directo e a Netvoice, a TMN e Telemilénio apenas fornecem serviços de acesso indirecto. Os restantes 7 prestadores oferecem acesso directo e indirecto (vide **Tabela 33**).

Tabela 33 – Prestadores em actividade (2.º Trim. 2003)

	Acesso Directo	Acesso Indirecto
Cabovisão – Televisão por Cabo S.A.	x	x
Coltel – Serviços de Telecomunicações, Unipessoal, Lda	x	
Jazztel Portugal – Serviços de Telecomunicações S.A.	x	x
Netvoice – Comunicações e Sistemas Lda		x
Novis Telecom S.A.	x	x
OniTelecom – Infocomunicações S.A.	x	x
PT Comunicações S.A.	x	x
PT Prime – Soluções Empresariais Telecomunicações e Sistemas S.A.	x	x
Refer Telecom – Serviços de Telecomunicações S.A.	x	x
Telemilénio – Telecomunicações, Sociedade Unipessoal, Lda		x
TMN – Telecomunicações Móveis Nacionais S.A.		x
Vodafone Telecel – Comunicações Pessoais S.A.	x	x

Fonte: ICP-ANACOM

Analisando o número de entradas e saídas no mercado (vide **Tabela 34**), verifica-se um reduzido número de entradas (no último ano apenas um prestador entrou no mercado) associado a um número de saídas superior (desde 2002, 7 prestadores abandonaram este mercado).

Tabela 34 – Prestadores licenciados

	2000	2001	2002	2003*
Prestadores Licenciados	24	28	27	25
Novas licenças	24	7	1	-
Declararam falência	-	1	-	-
Licença revogada	-	2	2	2
Suspenderam actividade	-	2	1	2

* Final do 3.º Trimestre

Fonte: ICP-ANACOM

- O desenvolvimento da tecnologia *powerline* poderá vir a constituir uma oferta alternativa no âmbito do mercado de acesso à rede telefónica pública num local fixo. No entanto, esta nova tecnologia não se encontra ainda muito difundida, sendo que os vários Estados-Membros têm desenvolvido diferentes abordagens – e.g. a Áustria e a Holanda têm

evitado activamente o desenvolvimento e implementação desta tecnologia enquanto a Espanha e a Alemanha têm permitido o seu livre desenvolvimento¹⁰⁴.

Registe-se, no entanto, que a Comissão Europeia se encontra a promover a discussão sobre esta tecnologia tendo em vista o estabelecimento de uma abordagem comum, com o objectivo último a promoção da tecnologia *powerline* como uma tecnologia de banda larga competitiva face à tecnologia DSL, cabo e satélite¹⁰⁵. Este interesse da CE em desenvolver a tecnologia *powerline* terá também como suporte o interesse em promover a banda larga nos futuros Estados-Membros, onde as tecnologias de banda larga tradicionais se encontram menos estabelecidas.

Até agora não tem havido regulação harmonizada na banda larga sobre cabos de electricidade porque não tem havido acordo da indústria sobre qual a interferência que esses cabos emitem e, por isso, como afectam outros equipamentos que recebem sinais *wireless*.

Em Portugal, a EDP, em parceria ONI, anunciou recentemente o lançamento de uma experiência comercial de fornecimento de serviço de voz e de acesso à Internet aos lares e às empresas, utilizando para tal a tecnologia *powerline*¹⁰⁶.

- Quanto à eventualidade da entrada no mercado dos acessos dos operadores de CATV, tal é tecnicamente viável mas exige investimentos avultados¹⁰⁷.

De acordo com as informações disponíveis, a oferta de soluções “triple play” no horizonte temporal de curto e médio prazo não permitirá alterar o *status quo*¹⁰⁸.

Conclui-se que existem elevadas barreiras à entrada nos mercados de acesso à rede telefónica pública num local fixo. As conclusões retiradas a propósito da análise das barreiras à expansão, da rivalidade – outros aspectos (investimento; publicidade) e as informações anteriormente referidas sobre questões tarifárias aplicam-se, igualmente, neste ponto. O registo de entrada e saídas neste mercado ilustrarão as conclusões retiradas a propósito das barreiras à entrada.

¹⁰⁴ Fonte: “Telecom Markets” – Publicação de 09.09.2003.

¹⁰⁵ E.g Workshop organizado pela CE para dia 16.10.2003 (vide http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/publicconsult/powerline_communications/index_en.htm)

¹⁰⁶ Fonte: Público, 19.01.2004.

¹⁰⁷ Os operadores de distribuição de televisão por cabo têm actualizado progressivamente as suas redes híbridas de fibra óptica e cabo coaxial unidireccionais para oferecerem para além do vídeo, o acesso à Internet e a voz, i.e. o chamado “triple play”.

Os investimentos nestas actualizações são vultuosos e alguns estudos apontam para cerca de €300 a €400 para os dados e €250 a €300 para a voz, por cliente, sem contabilizar o equipamento que é necessário instalar na casa do cliente: uma set top box para o vídeo, um cable modem para a Internet e um MTA para a voz.

¹⁰⁸ A TVTel Porto anunciou recentemente o lançamento de serviços de telefonia vocal sobre a sua rede de CATV no final de 2003. A empresa prevê alcançar, em dois anos, 20 mil clientes residenciais e promete oferecer 20% de economias face ao tarifário da PT Comunicações. O novo projecto implicará investimentos totais, durante dois anos, de dois milhões de euros e, de acordo com a empresa, será recuperado num prazo de 3 anos. A TVTel opera nos concelhos do Porto, Gaia, Matosinhos e Gondomar.

Esta eventual entrada representaria apenas 0.5% dos acessos num horizonte nunca inferior a 2 anos.

De referir que o operador em causa não solicitou até ao momento a atribuição de licença.

Por outro lado, as alternativas baseadas em novas soluções tecnológicas não parecem constituir uma ameaça de entrada que reduza o poder de mercado no período que mediará até à próxima análise do PMS nestes mercados.

2.1.4. Contrapoder negocial dos compradores

Segundo a Comissão, o contrapoder por parte dos compradores deve ser entendido como a “*capacidade de grandes clientes num período de tempo razoável adquirirem alternativas credíveis se o fornecedor decidir aumentar os preços ou deteriorar as condições de oferta*”.

De acordo com a informação disponível, o peso dos grandes clientes na facturação das empresas que actuam neste mercado não é muito significativo no caso das empresas do Grupo PT, quando comparado com as restantes empresas presentes neste mercado (**Tabela 35**).

Tabela 35 – Número de clientes que representam x% da facturação

[CONFIDENCIAL]

Por outro lado, de acordo as informações disponíveis, apenas a OniTelecom (e eventualmente a Novis) oferece serviços a grandes clientes. Os restantes concorrentes oferecem serviços, exclusiva ou maioritariamente, a empresas de menor dimensão (vide **Tabela 18**).

Existem, igualmente, contratos de médio prazo estabelecidos entre as empresas do Grupo PT e os grandes clientes que dificultarão a mobilidade dos mesmos¹⁰⁹.

Por outro lado, alguns dos principais grandes clientes dos novos operadores estão integrados no grupo económico de que aqueles fazem parte ou detêm parte do capital desses operadores.

De referir, ainda, que a eventual existência de contrapoder dos clientes não se reflectiu na rentabilidade do negócio dos acessos, como foi referido anteriormente.

Desta forma, conclui-se que o contrapoder negocial dos compradores não será significativo no caso das empresas do Grupo PT visto que cada cliente individual não representa uma parcela significativa da sua facturação, [CONFIDENCIAL].

O ICP-ANACOM continuará a recolher informação sobre o contrapoder negocial dos compradores que fará reflectir na próxima análise de mercado.

2.1.5. Dominância individual: Conclusão

As quotas de mercado das empresas do Grupo PT, a dimensão da empresa líder do mercado e o grau de concentração do mesmo, a existência de barreiras à expansão, a inexistência de indícios que comprovem a existência de concorrência efectiva entre as empresas (preços e outras

¹⁰⁹ Relatório e Contas da PT Prime – 2001.

variáveis) e a inexistência de concorrência potencial e de contrapoder dos utilizadores, permitem concluir que as empresas do Grupo PT que actuam neste mercado detêm PMS (dominância individual).

2.2. Alavancagem de poder de mercado

Nos casos em que uma empresa tem PMS num mercado relevante específico, pode também considerar-se como tendo PMS num mercado estreitamente relacionado, no qual as ligações entre os dois mercados são tais que permitem que o poder de mercado detido num mercado sirva de alavanca para entrar no outro mercado, fortalecendo assim o poder de mercado da empresa.

A detenção da principal rede telefónica do país (com mais de 95% dos acessos) e o poder de mercado exercido a nível das tarifas e condições de interligação poderão conceder à PTC todo o enquadramento para o exercício de um poder de alavancagem sobre os outros serviços retalhistas.

2.3. Dominância conjunta

Não se aplicam a estes mercados os critérios de dominância conjunta.

2.4. Análise prospectiva

O ICP-ANACOM considera que todos os factores que justificam a designação das empresas do Grupo PT que actuam nos mercados dos acessos em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo como empresas com PMS se manterão num horizonte de curto/médio prazo, até à próxima avaliação de PMS¹¹⁰.

2.5. Avaliação de PMS: Conclusão

Considera-se que as empresas do Grupo PT que actuam nos mercados dos acessos em banda estreita à rede telefónica pública num local fixo detêm PMS nestes mercados.

¹¹⁰ A próxima análise de PMS será desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no Mercado, e/ou (2) a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados; e/ou (3) no espaço de 18 meses.