

# A concorrência no setor das Comunicações e os efeitos na implementação do 5G

## Autoridade da Concorrência

Comissão de Economia, Inovação, Obras Públicas e Habitação



12 de janeiro de 2021

- O **sector das telecomunicações tornou-se ainda mais vital** para a economia e famílias
- A **falta de dinâmica de concorrencial** tem-se traduzido em comportamentos que suscitam preocupações de concorrência, que levaram a investigação e sanção pela AdC
- Regras nas fidelizações e outros custos, a par da proliferação de ofertas em pacote, contribuem para a **fraca mobilidade dos consumidores**
- Em 2020 a AdC recomendou ao legislador a adoção de **medidas para facilitar a mudança de operador**
- A **remoção de barreiras** à mobilidade dos consumidores é particularmente importante num momento em que se **potencia a entrada de novos *players***
- Face à média da EU, **os preços em Portugal são elevados**, como vêm confirmar novos dados
- O **desenvolvimento de MVNO em Portugal é muito reduzido**
- A **entrada de mais operadores** (pela aquisição de espectro ou MVNO) pode criar disciplina concorrencial, maior inovação, melhoria do serviço e menores preços
- AdC fez comentários ao projeto de leilão no sentido de **promover a concorrência no mercado e de assegurar condições para que novos operadores possam entrar** no mercado

## **1. Relevância da promoção da concorrência nas telecomunicações em Portugal**

1. A importância crescente das telecomunicações para consumidores e empresas
2. Indicadores sobre o posicionamento relativo dos preços em Portugal
3. Barreiras à mudança de operador
4. O fraco desenvolvimento de MVNO em Portugal
5. Preocupações concorrenciais e investigações AdC no setor

## **2. Redução das barreiras à entrada**

1. A entrada como fonte de pressão concorrencial em benefício dos consumidores
2. A redução das barreiras à mobilidade dos consumidores
3. O leilão como oportunidade para reduzir barreiras à entrada

## **3. Regras do leilão para a atribuição de espectro**

1. Principais comentários da AdC ao regulamento colocado em consulta pública
2. Instrumentos de promoção de entrada (legislação europeia e exemplos de outros países)

## O posicionamento relativo dos preços em Portugal

- No seu estudo de 2020 sobre *as fidelizações nos serviços de telecomunicações* a AdC destacou o **nível de preços praticados no setor**, por referência a um conjunto de indicadores e estudos da Comissão Europeia e do Eurostat, pelos quais **Portugal compara mal com a média da UE**.
- Os dados entretanto publicados para esses mesmos indicadores confirmam que **esta preocupação se mantém**:

### Principais indicadores de preços (dados 2019)

#### Eurostat:

- As comunicações em Portugal são **21% mais caras** do que a média da UE
- Portugal é o **8.º país onde os preços das comunicações são mais elevados** face à média da UE

#### Comissão Europeia (DESI 2020<sup>1</sup>):

- Portugal é o **7.º país da UE com preços mais elevados** no acesso à Internet fixa
- Portugal é o **5.º país da UE com preços mais elevado** no acesso à Internet móvel
- Portugal é o **5.º país da UE com preços mais elevados** em pacotes com Internet móvel e Internet fixa



<sup>1</sup>DESI – Digital Economy and Society Index (DG CONNECT)

# Relevância da promoção da concorrência no setor

## A importância crescente das telecomunicações

- **O sector das telecomunicações é vital para a economia e famílias**, em particular neste **contexto de acelerada digitalização**, que se tornou essencial com a pandemia e de que são exemplo o teletrabalho, o comércio online ou o ensino à distância.

### Tráfego de Internet<sup>1</sup>

O tráfego de Internet fixa no 3T 2020 aumentou **52,8%** (YoY) e o tráfego de acesso à Internet móvel aumentou 25,6% (YoY).

### Comércio online<sup>2</sup>

Em 2020, aumentou de **38,7%** para **44,5%** (YoY) o número de pessoas que indicou ter feito **compras online** nos últimos 12 meses.

### Educação<sup>2</sup>

Em 2020, aumentou de **14,5%** para **30,8%** (YoY) o número de pessoas que indicou ter usado a **Internet para comunicar em portais educativos** nos últimos 3 meses.

### Teletrabalho<sup>2</sup>

Entre os utilizadores de Internet empregados inquiridos em 2020, **31,1%** indicaram ter exercido a sua **profissão em teletrabalho**.

### Saúde<sup>3</sup>

**Aumentaram as consultas à distância em 2020: +69%** (YoY) consultas realizadas na ARS de Lisboa e Vale do Tejo no 1º Semestre.



<sup>1</sup> Fonte: ANACOM

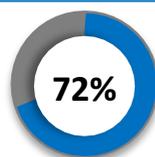
<sup>2</sup> Fonte: INE - Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias (IUTICF); dados recolhidos entre 21 de abril e 31 de agosto

<sup>3</sup> Fonte: SNS

# Relevância da promoção da concorrência no setor

## Barreiras à mudança de operador

- No seu estudo sobre **A Fidelização nos Serviços de Telecomunicações**, a AdC identificou que os consumidores enfrentam custos de mudança elevados para trocar de operador. A política de fidelização dos operadores de telecomunicações é manifestamente excessiva.
  - **Estas barreiras à mobilidade – em particular as associadas às políticas de fidelização** limitam a dinâmica concorrencial e traduzem-se numa ausência de alternativas para os consumidores e no aumento do poder de mercado dos operadores.
- Empolamento de “vantagens” aparentes, que se reflete no aumento dos encargos com a denúncia do contrato.
  - Estratégias de preços que tornam inviáveis alternativas à fidelização de 24 meses.
  - Interesses conflitantes na avaliação de situações extraordinárias, como a mudança de morada.
  - **Elevada % de consumidores (re)fidelizados.**



**Clientes fidelizados**  
set-2019



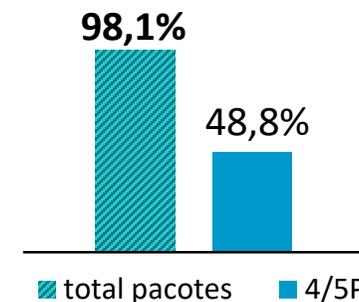
**das fidelizações são de 24 meses**  
set-2019

# Relevância da promoção da concorrência no setor

## Barreiras à mudança de operador

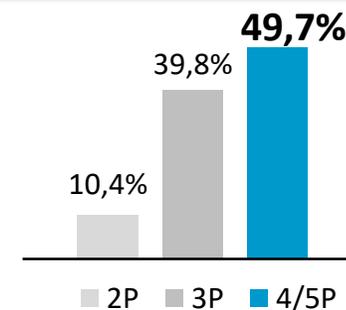
- A **predominância de serviços em pacote restringe a mobilidade** e reforça as barreiras à entrada
- **Aos pacotes convergentes está associado um maior custo de mudança por parte dos consumidores**, o que pode dificultar a captação de clientes por um novo operador.
- **O acesso ao espectro é crucial para a concorrência** não só nos serviços móveis, mas também nos serviços fixos.
- Devido à proliferação de pacotes, **para conseguir captar clientes um novo entrante poderá ter que oferecer serviços que incluam serviços fixos e serviços móveis.**

Penetração de serviços em pacote (em % de famílias)



Ofertas em pacote abrangem quase 100% das famílias

Pacotes por tipologia (em % de subscritores de pacotes)



Quase metade das famílias subscrive pacotes convergentes

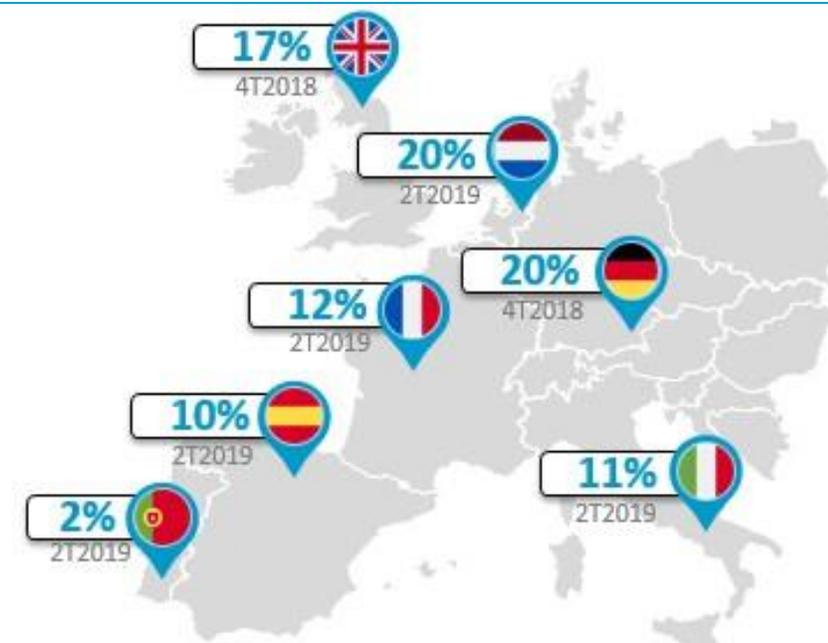
FONTE:

ANACOM (2020), Pacotes de serviços eletrónicos - 2019

## O fraco desenvolvimento de MVNO em Portugal

- Face a outros países europeus, **em Portugal os operadores móveis virtuais (MVNO) estão pouco desenvolvidos**. Em Portugal os MVNO representam apenas 2% dos clientes, enquanto nos restantes países assinalados, os MVNO chegam a representar 20% dos clientes.
- À data, existem MVNO de 2 empresas em Portugal (Lycamobile & Nowo/ONI)
- A aquisição de espectro deve ser a forma de entrada privilegiada para fortalecer a concorrência – por ser a que permite maior independência entre os operadores.
- **Contudo os MVNO permitem aumentar a concorrência, via entrada de novos operadores** sem suportar elevados custos com infraestruturas.
- O leilão pode ser uma ferramenta **para melhorar as condições de acesso ao mercado** também **através da modalidade MVNO**.

### REPRESENTATIVIDADE NO MERCADO DE OPERADORES MVNO



FONTE:  
Reguladores nacionais e InformaPLC

## Preocupações concorrenciais e investigações AdC no setor

A falta de dinâmica de concorrencial no setor tem-se traduzido em práticas dos operadores contrárias à lei da concorrência e ao interesse dos consumidores.

1. **Em dezembro de 2020** a AdC impôs à MEO uma coima de 84 M€ **por combinar preços e repartir mercados** com a NOWO nos serviços de comunicações móveis e fixas.
  - Após celebrarem um contrato de MVNO, a **MEO e a NOWO** entraram num **acordo anticoncorrencial**
  - Cartel implicou **umentos de preços e redução da qualidade** dos serviços, e **restrições na sua disponibilização geográfica, penalizando os consumidores em todo o território nacional**
  - Cartel vigorou, pelo menos, entre o princípio de jan. e o final de nov. 2018 (diligências de busca AdC)
2. **Em julho de 2020 a AdC acusou os operadores MEO, NOS, NOWO e Vodafone de participarem em cartel** para limitar a concorrência na publicidade *online* no motor de busca Google, **em prejuízo dos consumidores**.
  - Este cartel é passível de reduzir o incentivo e a capacidade de concorrer pela apresentação de propostas com os melhores preços e condições, limitando, assim, a concorrência e prejudicando os consumidores.
  - O cartel terá tido início em 2010.

# Investigações & Decisões AdC no setor

## Decisão de sanção à MEO e a NOWO

### No âmbito do acordo anticoncorrencial

#### A NOWO comprometeu-se a:

- **não lançar serviços móveis fora das áreas geográficas onde disponibilizava serviços fixos.** Assim, comprometia-se a não concorrer com a MEO nas zonas de Lisboa e do Porto;
- **NOWO dava inclusive instruções aos *call centers* e lojas para ocultar a possibilidade de prestarem serviço em zonas para as quais havia acordo de não penetração com a MEO.**
- **não disponibilizar ofertas móveis a 5€ ou menos** (ou com preços mais baixos face aos preços de ofertas similares no mercado);
- **implementar aumentos de preços e reduzir a qualidade** nas ofertas em pacote (serviços fixos e móveis);

#### A MEO comprometeu-se a:

- **melhorar as condições contratuais do contrato MVNO com a NOWO** (preços praticados entre ambas no contexto da utilização de infraestruturas; resolver problemas operacionais).

# Investigações & Decisões AdC no setor

## Decisão de sanção à MEO e a NOWO

- Email interno **NOWO** que evidencia a restrição à concorrência
  - “não é verdade que estejamos a vender fora das nossas zonas”.
  - “Vendas fora do nosso footprint” “serão certamente marginais e associadas a processos de mudança de residência”.
  - **“Qualquer desvio a isto, será um erro de vendas, que deverá ser corrigido”.**
  - **“Sinceramente, se menos de 3.000 SIMS activados em Abril preocupam uma estrutura como a MEO, mal vamos...”**

18/05/2018 09:54  
RE: need for action

In my humble opinion:

1. Subimos os nossos preços

	Convergente		Stand Alone
	Antes	Agora	
500 min/sms	4€	descontinuado	
250 MB+500 min/sms	5€	5€	5€ promo até Junho depois 7,99€
1 GB+1000 min/sms	-	7,99€	7,99€ promo até Junho depois 9,99€
2 GB + 2000 min/sms	7€	Descontinuado	
3 GB + 3000 min/sms		11,99€	11,99€ promo até Julho depois 13,99€
4 GB + 4000 min/sms	10€	Descontinuado	

As vendas do produto de 5€ são mínimas (826 SIMs em Abril) – Mercado demonstra muito pouca apetência para este produto com tão baixo nível de dados.

2. Não é verdade que estejamos a vender fora das nossas zonas
  - a. Colocamos elegibilidade no simulador online (com validação à base de moradas)
  - b. Instruções para call center e lojas para vender apenas nas nossas zonas (com validação ao CP7)
  - c. Poderes pedir ajuda ao reporting para identificar vendas fora do nosso footprint (por código postal)? Serão certamente marginais e associadas a processos de mudança de residência. Qualquer desvio a isto, será um erro de vendas, que deverá ser corrigido
3. Campanha de comunicação de mobile em Março/Abril foi apenas como adicional à de convergente (junte móvel ao seu pacote por +5€). Em Maio, começamos com campanha digital, com price point de 5€; Ambas as campanhas de reduzido impacto, devido ao reduzido investimento que fizemos. Não explicitamos que passamos a vender as novas zonas, pelo que os consumidores não foram alertados para nenhuma alteração do nosso mercado target (que não existiu)
4. A comprovar o baixo impacto das campanhas, vendemos em Abril 1.016 SIMs em novos clientes e 1.914 clientes SIMs na base (o pior mês do ano). Se o
5. Inclusivé, alteramos as nossas ofertas de retenção também para os novos price points, o que levou a um aumento do nosso churn

Sinceramente, se menos de 3.000 SIMs activados em Abril preocupam uma estrutura como a MEO, mal vamos... para mim é embaraço puro de quem empenha pelos ouvidos...

# Investigações & Decisões AdC no setor

## Decisão de sanção à MEO e a NOWO

- Email entre um Administrador **NOWO** e um Administrador **MEO** (tradução nossa):
  - **“Portabilidade nos Sim’s móveis da Altice desceu para 44% enquanto da Vodafone aumentou para 31%”.**
  - **“Estamos a ganhar mercado da Vodafone e a criar valor para a Altice através do MVNO”.**
  - **“As instruções para os nossos call centers e lojas são claras, que apenas podem vender no nosso footprint”.**
- NOWO procura reforçar junto de MEO que:
  - os preços da NOWO aumentaram;
  - a intensidade concorrencial das suas ofertas diminuiu e está a afetar sobretudo outros operadores que não a MEO;
  - a NOWO não se encontrava a vender serviços fora do seu *footprint*



144 18/05/2018 11:07  
[Redacted]@nowo.pt  
FW: follow-up  
[Redacted]  
Respondeu a esta mensagem em 22/05/2018 20:32.

Dear [Redacted]

Following your concerns on 5€ plan and selling mobile out of Nowo footprint I would like to confirm the following :

- Since the price increase in March we noticed that Mobile Gross Adds drop 2%;
- The sales of 5€ plan in April were 826 Sim's which are a very marginal number;
- Port in Mobile Sim's from Altice drop to 44% while Vodafone moved up to 31% in April, which in fact means that we are gaining market from Vodafone and creating value to Altice through the MVNO.

%Port in vs GAs	85,7%	86,1%	84,5%	82,8%	88,8%	90,2%	82,7%	76,4%	77,4%	78,6%	77,4%	75,5%	76,2%
	8,7	4,2	8,4	8,2	5,8	6,6	5,1	8,8	2,9	8,9	2,8	2,8	2,2
	22%	24%	24%	22%	28%	30%	24%	28%	28%	31%	25%	25%	31%
	50%	51%	53%	55%	60%	55%	46%	47%	46%	46%	45%	45%	44%
	A17	M17	I17	J17	A17	S17	O17	N17	O17	I18	F18	M18	A18

Legend: MEO (blue), NOS (green), VDF (red), Others (yellow)

In what concerns Selling mobile in Footprint:

- The Web simulator obliged to validate customer address – so, it is impossible to buy in this tool if it is out of our footprint
- The instructions for our call center and stores, is clear, that they only can sell on our footprint and all the acquisitions are validated against postal code with 7 digits
- It is possible to identify customers out of the footprint ( marginal ) which are current customers that changed residence and Nowo / Dni employees.

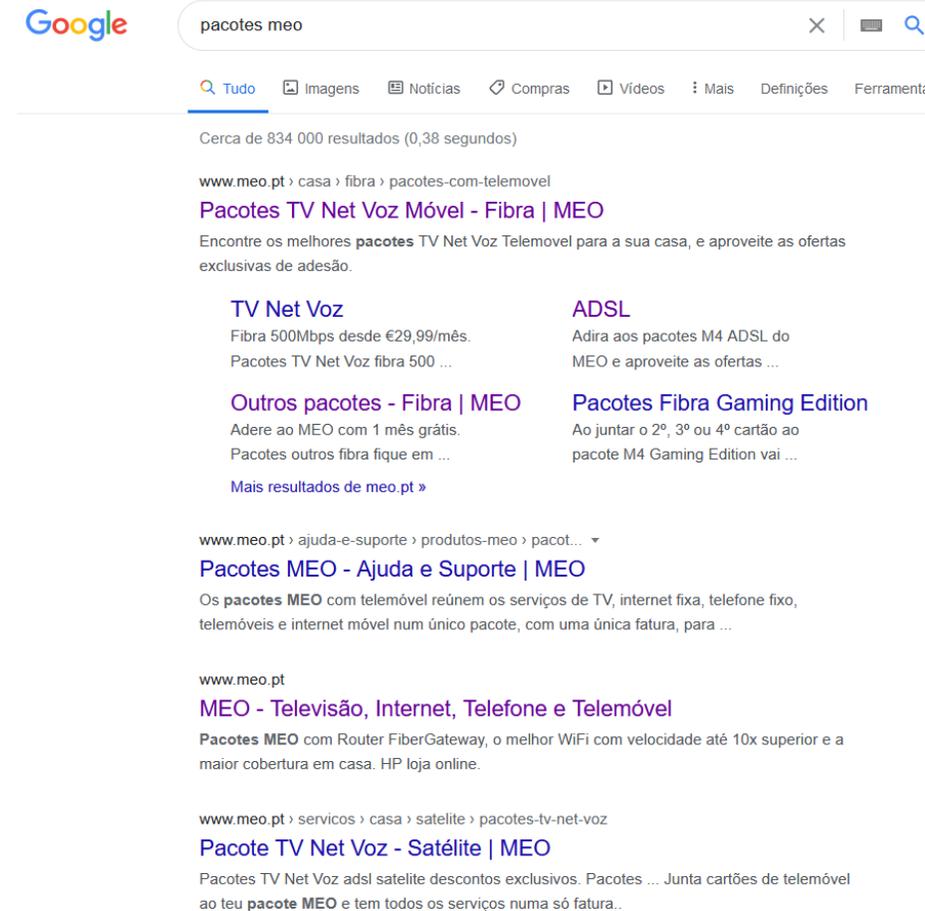
Hope this clarify your concerns.

Best Regards  
[Redacted]

# Investigações & Decisões AdC no setor

## Acusação AdC à MEO, NOS, NOWO e Vodafone por acordo anticoncorrencial

- **MEO , NOS, NOWO e Vodafone** participaram em **cartel para limitar a concorrência na publicidade online** no motor de busca **Google**.
- Acordo com impacto na informação ao consumidor:
  - Quando os utilizadores faziam pesquisas no Google sobre serviços de telecomunicações com o nome de um dos operadores, veriam com menor frequência, ou não veriam de todo, os **resultados pagos** com ofertas alternativas dos três operadores concorrentes;
  - **Dificulta a comparação das ofertas pelos consumidores, num mercado onde essa comparação já é complexa;**
  - Torna mais difícil a pesquisa sobre ofertas disponíveis e, como tal, a mobilidade dos consumidores.
- Em condições normais de concorrência, qualquer operador pretendia que a sua oferta tivesse a melhor visibilidade possível sempre que um consumidor fizesse uma pesquisa sobre serviços de telecomunicações.



Google

pacotes meo

Tudo Imagens Notícias Compras Vídeos Mais Definições Ferramentas

Cerca de 834 000 resultados (0,38 segundos)

www.meo.pt > casa > fibra > pacotes-com-telemovel

**Pacotes TV Net Voz Móvel - Fibra | MEO**

Encontre os melhores **pacotes** TV Net Voz Telemovel para a sua casa, e aproveite as ofertas exclusivas de adesão.

<b>TV Net Voz</b> Fibra 500Mbps desde €29,99/mês. Pacotes TV Net Voz fibra 500 ...	<b>ADSL</b> Adira aos pacotes M4 ADSL do MEO e aproveite as ofertas ...
<b>Outros pacotes - Fibra   MEO</b> Adere ao MEO com 1 mês grátis. Pacotes outros fibra fique em ...	<b>Pacotes Fibra Gaming Edition</b> Ao juntar o 2º, 3º ou 4º cartão ao pacote M4 Gaming Edition vai ...

[Mais resultados de meo.pt »](#)

www.meo.pt > ajuda-e-suporte > produtos-meo > pacot...

**Pacotes MEO - Ajuda e Suporte | MEO**

Os **pacotes** MEO com telemóvel reúnem os serviços de TV, internet fixa, telefone fixo, telemóveis e internet móvel num único pacote, com uma única fatura, para ...

www.meo.pt

**MEO - Televisão, Internet, Telefone e Telemóvel**

**Pacotes MEO** com Router FiberGateway, o melhor WiFi com velocidade até 10x superior e a maior cobertura em casa. HP loja online.

www.meo.pt > servicos > casa > satellite > pacotes-tv-net-voz

**Pacote TV Net Voz - Satélite | MEO**

Pacotes TV Net Voz adsl satellite descontos exclusivos. Pacotes ... Junta cartões de telemóvel ao teu **pacote** MEO e tem todos os serviços numa só fatura..

# A entrada como fonte de pressão concorrencial

- **O mercado português apresenta várias fragilidades de concorrência:** preços significativamente mais elevados que em outros países da UE, elevadas taxas de fidelização, fraca mobilidade dos consumidores e fraco desenvolvimento de MVNO.
- **A entrada de mais operadores, seja por via de aquisição de espectro ou MVNO, com capacidade de exercer pressão concorrencial poderia introduzir mais dinâmica no mercado.**
- A adoção de medidas de promoção de entrada no leilão de espectro podem contribuir para mais dinâmica concorrencial em benefício dos consumidores.

### Benefícios que resultam da entrada de novos operadores

- Estes operadores tipicamente focam a sua estratégia na captação de clientes para ganhar quota.
- A entrada de um novo operador pode desestabilizar o mercado no sentido de **entregar preços mais competitivos e mais qualidade e inovação para os consumidores** (prova na decisão AdC relativa a acordo MEO e NOWO mostra receio da MEO de que MVNO NOWO pudesse desencadear guerra de preços).
- Mais um operador pode ser também um **importante elemento para prevenir a coordenação de estratégias e a estagnação das ofertas disponíveis.**

# A entrada como fonte de pressão concorrencial

- **A redução das barreiras à entrada** não deve ser entendida como a defesa de um número ideal e teórico de operadores, mas sim como a **necessidade de assegurar que existem condições para que novos operadores possam entrar no mercado.**
- **A necessidade de medidas que reduzam as barreiras à entrada prende-se com as preocupações de concorrência no mercado,** e com o facto de eventuais novos operadores estarem em desvantagem na disputa pelo acesso ao mercado.
- Face a novos entrantes, **os incumbentes beneficiam de um conjunto de fatores que os colocam numa posição de vantagem sobre novos entrantes** na licitação pelos mesmos inputs, e têm incentivos para tentar proteger essa posição instalada no mercado.
- Medidas de promoção de entrada como a reserva de espectro para novos entrantes ou de limites à quantidade de espectro que um operador pode adquirir, **visam reduzir as barreiras à entrada, facilitando assim a entrada e evitando riscos para o grau de concorrência** no mercado.

# A redução das barreiras à mobilidade dos consumidores



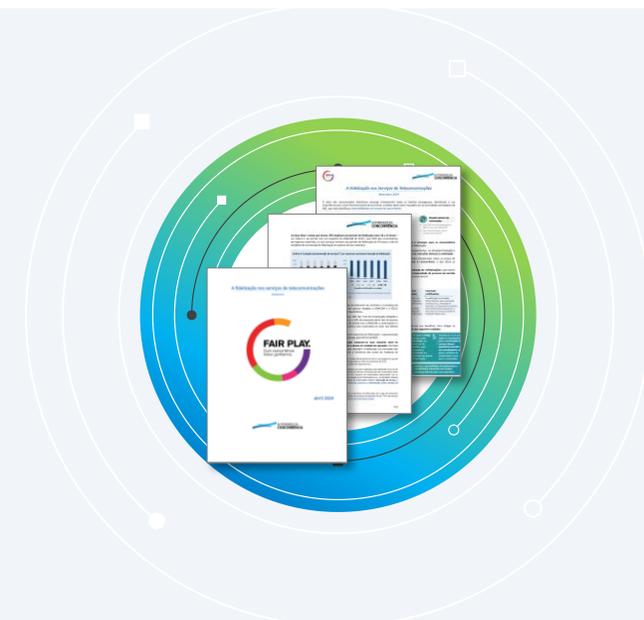
Com o objetivo de promover medidas que facilitem a mudança de operador, no seu estudo a AdC dirigiu um conjunto de recomendações ao legislador:

1. **Proíba as refidelizações à exceção de situações específicas** em que seja necessária a instalação de novos equipamentos (impedindo refidelizações por via de descontos ou outras ofertas promocionais).
2. Mesmo quando é o consumidor a ligar para o operador, **o contrato só se torne válido depois do consentimento do consumidor expresso por escrito.**
3. Definição clara **das situações em que a mudança de residência deve permitir ao consumidor terminar o seu contrato** sem ter que pagar os elevados encargos associados.
4. O **Código Europeu**, que prevê importantes medidas de promoção da transparência e da mobilidade dos consumidores, seja **transposto o mais brevemente possível para o quadro legal nacional** (prazo 21 Dez. 2020).
5. Se estabeleça que **terminar um contrato deva ser tão fácil e acessível quanto contratar um serviço**, pelo que os operadores devem disponibilizar aos consumidores os mesmos meios, com igual ónus e simplicidade, quer para contratar serviços, quer para os cancelar.

## A redução das barreiras à mobilidade dos consumidores

E à ANACOM recomendou que

1. Afira o tempo necessário para as empresas amortizarem os **investimentos específicos no consumidor**.
2. Defina regras para **aumentar a informação disponibilizada aos consumidores** sobre o custo que têm de suportar com a denúncia antecipada.
3. **Promova a possibilidade de, na mudança, o consumidor só ter de interagir com o novo operador** (à semelhança da portabilidade do número de telefone).



# O leilão como oportunidade para reduzir barreiras

- O **espectro** é um recurso finito, escasso e necessário à provisão de serviços de comunicações móveis.
- A sua **aquisição** é a principal forma de **entrada de operadores** no mercado de forma independente.
- **O leilão é uma oportunidade** para se refletir sobre a existência de **barreiras à entrada** e sobre os efeitos que a forma de atribuição de espectro pode ter nas condições de concorrência do mercado.
- Esta reflexão é particularmente relevante atendendo a que:

os direitos de utilização de frequências serão atribuídos por um prazo de **20 anos**

o mercado apresenta **vulnerabilidades em termos de concorrência**

no leilão se incluem **lotes de frequências relevantes para a tecnologia 5G**



# A redução das barreiras à mobilidade dos consumidores

- **Se a mobilidade dos consumidores é importante a qualquer momento, é-o ainda mais neste momento**, em que se potencia a entrada de novos *players*. Se continuarem a existir fortes entraves à mobilidade dos consumidores, os incentivos para os novos entrantes podem ser reduzidos.
- **O Código Europeu das Comunicações Eletrónicas (CECE) incorpora já um conjunto de medidas favoráveis à mobilidade dos consumidores.**
- **Pelos benefícios que as medidas previstas no CECE podem trazer** para um mercado com entraves à mudança dos consumidores, como o Português, a **AdC defendeu a transposição o mais rapidamente possível.**
- Contudo, ainda que o **prazo para a transposição tenha terminado a 21 de dezembro de 2020, a transposição ainda não ocorreu.**
- A transposição do CECE representa também uma **oportunidade privilegiada para implementar algumas das recomendações da AdC.**
  - E.g.: Estabelecer que deve ser tão fácil contratar um serviço quanto cancelá-lo ou eliminar a referência à “ativação de serviços” como justificação para se estabelecerem períodos de fidelização.

## Principais comentários da AdC ao projeto de leilão

AdC emitiu um conjunto de comentários e recomendações para promover a concorrência no mercado.

### LICITAÇÃO RESERVADA A NOVOS ENTRANTES

- A fase reservada a novos entrantes não inclui espectro 5G [700 MHz e 3,6 GHz], a que acresce os incumbentes poderem captar a totalidade dos lotes de faixas 5G para utilização imediata. **A AdC recomendou medidas que reduziram o risco de exclusão no acesso ao 5G, como seja incluir lotes 5G na fase reservada a novos entrantes.**

### OBRIGAÇÕES DE COBERTURA

- Os operadores incumbentes podem cumprir algumas obrigações de cobertura com *roaming*, mas não se coloca um limite temporal a esta solução. **Para mitigar eventuais riscos de concorrência preservando os benefícios da solução, a AdC recomendou limitar no tempo o recurso ao roaming no contexto das obrigações de cobertura**, eventualmente com uma reavaliação das condições no final desse período.

### OBRIGAÇÕES DE ACESSO À REDE

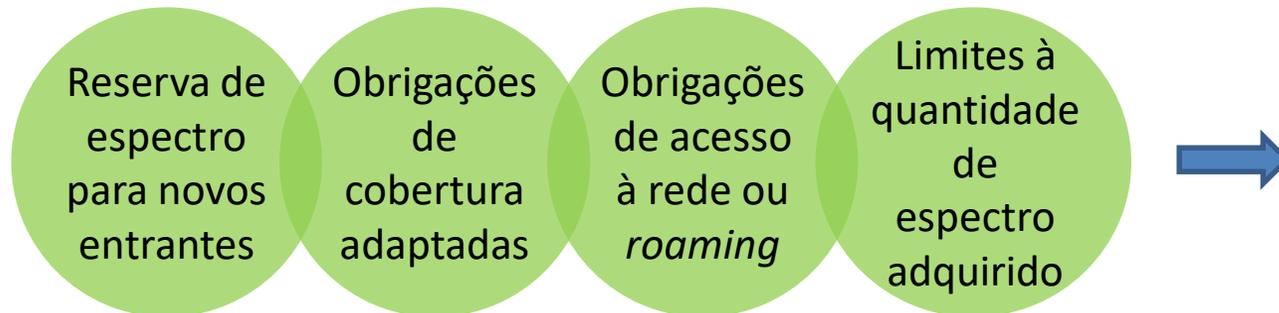
- As obrigações de acesso impostas aos incumbentes podem ser determinantes para a entrada de operadores MVNO. A AdC assinalou que a eficácia das obrigações depende de como são operacionalizadas e **recomendou que se privilegiassem e densificassem no regulamento modelos favoráveis à entrada e que não desincentivem a expansão de novos operadores. Atendendo à posição incipiente dos MVNO em Portugal, vemos esta medida como necessária, justificada e proporcional.**
- O regulamento final não densificou os moldes da obrigação de acesso. Assim, **importa no futuro atentar às condições em que são concretizadas as obrigações de acesso.**

# Regras do leilão para a atribuição de espectro

## Instrumentos de promoção de entrada

- A adoção de medidas para a promoção da concorrência efetiva está prevista no Código Europeu das Comunicações Eletrónicas, que indica de forma expressa a possibilidade de se reservar espectro a novos operadores e de associar à atribuição de espectro obrigações de acesso.

### Instrumentos que visam reduzir barreiras à entrada



### Outros países também recorreram a estes instrumentos:

- **República Checa:** espectro 5G condicionado à existência de *roaming* nacional e quantidades máximas de aquisição de espectro diferenciadas.
- **Bélgica, Itália:** reserva de espectro 5G para novos entrantes.
- **Países Baixos:** reservas de espectro 4G no sentido de promover a entrada de novos operadores.
- **Alemanha:** obrigações de cobertura diferenciadas para novos entrantes (5G).



# FAIR PLAY.

Com concorrência  
todos ganhamos.



AUTORIDADE DA  
CONCORRÊNCIA