



Quarta-feira, 4 de Janeiro de 2023

II Série – N.º 2

# DIÁRIO DA REPÚBLICA

ÓRGÃO OFICIAL DA REPÚBLICA DE ANGOLA

**Preço deste número - Kz: 1.530,00**

<p>Toda a correspondência, quer oficial, quer relativa a anúncio e assinaturas do «Diário da República», deve ser dirigida à Imprensa Nacional - E.P., em Luanda, Rua Henrique de Carvalho n.º 2, Cidade Alta, Caixa Postal 1306, <a href="http://www.impresnanacional.gov.ao">www.impresnanacional.gov.ao</a> - End. teleg.: «Imprensa».</p>	<p style="text-align: center;"><b>ASSINATURA</b></p> <p style="text-align: right;"><b>Ano</b></p> <p>As três séries . . . . . Kz: 1 675 106,04</p> <p>A 1.ª série . . . . . Kz: 989.156,67</p> <p>A 2.ª série . . . . . Kz: 517.892,39</p> <p>A 3.ª série . . . . . Kz: 411.003,68</p>	<p>O preço de cada linha publicada nos Diários da República 1.ª e 2.ª série é de Kz: 75.00 e para a 3.ª série Kz: 95.00, acrescido do respectivo Imposto de Selo, dependendo a publicação da 3.ª série de depósito prévio a efectuar na tesouraria da Imprensa Nacional - E. P.</p>
---	--	---

## INSTITUTO ANGOLANO DAS TELECOMUNICAÇÕES

**Deliberação n.º 1/23**  
de 4 de Janeiro

Considerando que, nos termos do artigo 78.º do Decreto Presidencial n.º 108/16, de 25 de Maio, que aprova o Regulamento Geral das Comunicações Electrónicas, abreviadamente RGCE, compete ao INACOM determinar, declarar e publicar, anualmente, a lista dos operadores que dispõem de poder de mercado significativo;

Considerando que, de acordo com o artigo 79.º do RGCE, compete ao INACOM elaborar e determinar as obrigações a impor aos operadores com poder de mercado significativo;

Considerando que o INACOM submeteu, nos termos do n.º 1 do artigo 7.º do Decreto Presidencial n.º 243/14, de 9 de Setembro, que aprova o Estatuto Orgânico do INACOM, o Sumário Executivo da Análise ao Mercado das Comunicações Electrónicas;

Considerando que, no âmbito da Consulta Pública realizada, foram recolhidos contributos de grande valia submetidos pelos operadores e considerados no processo de decisão sobre indicação de mercados relevantes, avaliação de poder de mercado significativo e imposição de remédios regulatórios aos operadores declarados com poder de mercado significativo;

Considerando que a determinação de mercados relevantes e a consequente declaração de OPMS, consagrada no RGCE, afigura-se como um dos aspectos fundamentais para a prossecução dos objectivos acima definidos, na promoção de medidas regulatórias mais eficazes que atendam a dinâmica do Sector no contexto internacional;

Considerando que o INACOM realizou o estudo de análise ao mercado das comunicações electrónicas, com base na legislação nacional, nas directrizes de organizações regionais e internacional de que Angola é parte, bem como nas boas práticas internacionalmente aceites sobre a matéria, suportadas no conjunto de informações de índole técnica, administrativa, comercial e financeira, disponibilizada pelos operadores de comunicações electrónicas nacionais;

Considerando que o estudo de análise ao mercado consubstanciou-se em identificar os segmentos de mercados relevantes das Comunicações Electrónicas, em termos de estrutura e pressão concorrencial, determinar os OPMS nos respectivos mercados e aplicar caso a caso, gradualmente, os remédios regulatórios aos OPMS, declarados como tal;

Considerando que os critérios de análise aos segmentos de mercado consubstanciaram-se essencialmente na verificação da pressão concorrencial de cada mercado, na análise das barreiras a entrada ao mercado, na eficácia da Lei da Concorrência e disposições complementares, bem como na aplicação do chamado teste do monopolista hipotético;

Havendo a necessidade de se determinar, declarar, publicar, bem como determinar os remédios regulatórios a impor aos operadores com poder de mercado significativo, nos mercados relevantes declarados;

O Conselho de Administração do INACOM, reunido em sessão extraordinária, nos termos do n.º 3 do artigo 13.º do

Decreto Presidencial n.º 243/14, de 9 de Setembro, aos 8 de Julho de 2022, deliberou o seguinte:

1. São definidos, nos termos da alínea a) do n.º 3 do artigo 42.º da LCESSI, os mercados relevantes de produtos e serviços no Sector das Comunicações Electrónicas os seguintes, abaixo designados:

<b>Mercados relevantes</b>
Telefonia voz móvel
Internet móvel
Internet Fixa (Residencial, Empresarial e Grandes Empresas / Wholesale)
Transmissão de dados / VPN
TV por assinatura
Terminação de chamadas na rede móvel
Originação de chamadas para números não geográficos
Interligação de Angola com o exterior

2. Nos termos da alínea c) do n.º 3 do art.º 42.º da LCESSI é determinado que, nos mercados relevantes definidos no ponto anterior, os seguintes operadores de comunicações electrónicas detêm poder de mercado significativo:

<b>Mercados relevantes</b>	<b>Declaração de Operador(es) com PMS</b>
Telefonia voz móvel	Com OPMS
Internet móvel	Declaração de OPMS no segmento do móvel – UNITEL, com extensão à comunicação internacional móvel
Internet fixa - Residencial	Sem OPMS
Internet fixa - Empresarial	Sem OPMS
Internet fixa – Grandes Empresas e Wholesale	Declaração de OPMS à Angola Cables
Transmissão de dados / VPN	Sem OPMS
TV por assinatura	Declaração de OPMS à Finstar, Multichoice e Zap Media, S.A.
Terminação de chamadas na rede móvel	Declaração de OPMS à UNITEL e MOVICEL
Originação de chamadas para números não geográficos	Declaração de OPMS aos operadores, mas apenas nos seus números de apoio
Interligação de Angola com o exterior	Declaração de OPMS à Angola Telecom, Angola Cables e GIA, S.A.

3. Nos termos da alínea d) do n.º 3 do artigo 42.º da LCESSI são aplicados aos operadores com poder de mercado significativo, os seguintes remédios regulatórios:

N.º de Ordem	Mercados Relevantes	OPMS	Medidas regulatórias (Remédios)
1	Voz móvel e internet móvel	UNITEL	(i)Transparência na publicação de informações; (ii)Publicação dos seus tarifários; (iii)Prestação de serviço de interligação aos restantes operadores; (iv)Dar resposta aos pedidos razoáveis de acesso; (v)Partilha de infra-estruturas de comunicações electrónicas.
2	Internet fixa (segmento grandes clientes)	Angola Cables	(i)Transparência na publicação de informações; (ii)Publicação de tarifários; (iii)Não discriminação.
3	Tv por assinatura (segmento de distribuição por cabo)	Zap Media, S.A.	(i)Transparência na publicação de informações; (ii)Publicação de tarifários;
	Tv por assinatura (segmento de distribuição por satélite)	FINSTAR, S.A. e Multichoice Angola, Lda.	(iii)Não discriminação.
4	Originação de chamadas para números não geográficos	todos os operadores detentores de números não geográficos	(i)Transparência na publicação de informações; (ii)Não discriminação.
5	Terminação de chamadas	UNITEL e MOVICEL	(i)Dar resposta aos pedidos razoáveis de acesso; (ii)Publicação de tarifários; (iii)Não discriminação.
6	Interligação de Angola com o exterior (nos segmentos de dados e internet)	Angola Telecom e a Angola Cables	i) Transparência na publicação de informações; (ii)Publicação de tarifários; (iii)Não discriminação;

N.º de Ordem	Mercados Relevantes	OPMS	Medidas regulatórias (Remédios)
			Dar resposta aos pedidos razoáveis de acesso.
	Interligação de Angola com o exterior (segmento de voz internacional)	Gateway Internacional Angola, S.A.	(i) Transparência na publicação de informações; (ii) Publicação de tarifários; (iii) Não discriminação; Dar resposta aos pedidos razoáveis de acesso.  (Os remédios acima apresentados não precluem a adopção de outras medidas, tendo em conta as especificidades do modelo de oferta do serviço)

4. A definição dos mercados relevantes, identificação de operadores com poder de mercado significativo e respectivos remédios regulatórios, são feitos nos exactos termos constantes no documento em anexo, que faz parte integrante da presente Deliberação.

A presente Deliberação entra em vigor na data da sua publicação.

Luanda, [...] de [...] de 2022.

O Conselho de Administração:

*Pascoal Borges Alé Fernandes* — Presidente.

*Lúisa de Freitas Bernardo Augusto* — Administradora Executiva;

*Joaquim Domingos Múhongo* — Administrador Executivo;

*Francisco Gomes Quinunga* — Administrador Executivo;

*Elsio Carlos Domingos Manuel* — Administrador Executivo;

*João Jorge Marques Morais* — Administrador Não Executivo.

#### ANEXO

### Sumário Executivo do Relatório da Análise ao Mercado das Comunicações Electrónicas de Angola para Determinação de Operadores com Poder de Mercado Significativo

#### 1. Contexto do Documento

O presente documento é um resumo executivo das conclusões do «Relatório da Análise ao Mercado das Comunicações Electrónicas de Angola para a Determinação de Operadores com Poder de Mercado Significativo» e

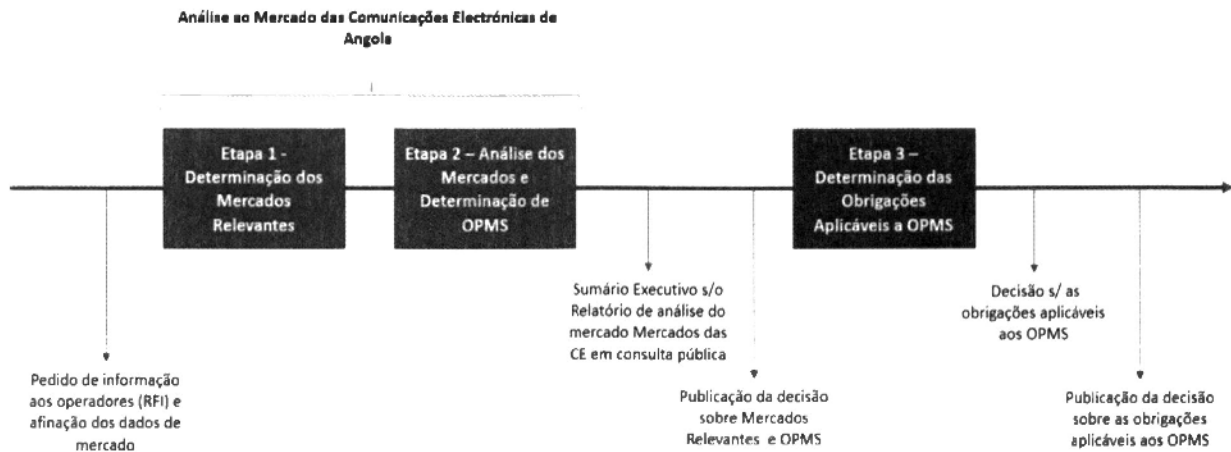
tem como objectivo suportar o processo de obtenção de comentários e sugestões dos interessados, em cumprimento do disposto no n.º 3 do artigo 7.º do Decreto Presidencial n.º 243/14, de 9 de Setembro, que aprova o Estatuto Orgânico do Instituto Angolano das Comunicações — INACOM.

Este processo tem como finalidade última os seguintes objectivos:

- i.* Estabelecer o procedimento e requisitos aplicáveis à definição e análise de mercados relevantes de produtos e serviços no Sector das Comunicações Electrónicas;
- ii.* Definir os procedimentos e critérios para avaliação de poder de mercado significativo dos operadores que participam nestes mercados, e
- iii.* Enunciar as obrigações específicas a impor aos operadores de comunicações electrónicas com poder de mercado significativo.

Este documento faz uma análise sobre as componentes da determinação dos mercados relevantes e dos respectivos operadores com poder de mercado significativo (OPMS), que constituem duas das principais etapas do processo, conforme se pode perceber pela figura seguinte:

Figura 1 – Etapas do Processo de Determinação de OPMS e das Obrigações Respectivas



No seguimento destas etapas e após a consulta pública a realizar aos operadores de mercado em Angola serão determinadas as obrigações aplicáveis àqueles operadores que forem considerados com poder de mercado significativo (OPMS) nos mercados relevantes, após o que se produzirá uma decisão final que encerra o processo.

**2. Processo de Request for Information — RFI**

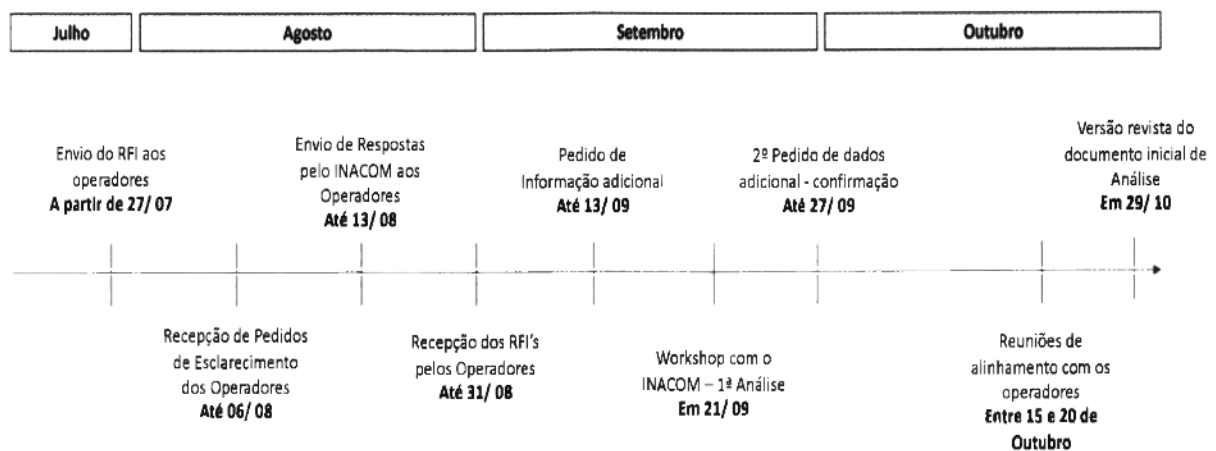
O presente documento foi realizado com a informação disponibilizada pelos operadores em diversas vagas de solicitações que o INACOM foi realizando durante o decorrer do processo e que durou desde o final de Julho, até ao final de Outubro de 2021.

A primeira solicitação foi através de um modelo de RFI estruturado com um conjunto de folhas EXCEL de suporte que os operadores deveriam preencher, umas de carácter geral e outras específicas de cada mercado.

As principais etapas do processo ocorreram em:

- Julho — envio do RFI aos operadores;
- Agosto — recepção das respostas dos operadores;
- Setembro — pedidos adicionais aos operadores;
- Outubro — reuniões finais de alinhamento com os operadores.

Figura 2 – Calendário do RFI Realizado



### 3. Definição de Mercados

Em termos da definição de mercados relevantes as melhores práticas internacionais de referência preconizam que esta deve ser realizada, em primeira análise, através da delimitação dos mercados em termos de serviços e produtos, incluindo os mercados geográficos relevantes, considerando a substituíbilidade do lado da procura e do lado da oferta.

No processo de definição de mercados relevantes para efeitos de imposição de obrigações regulatórias, o INACOM considerou previamente:

- i. A existência de barreiras significativas, de carácter estrutural, económico ou legal, à entrada, bem como à expansão, no mercado;

- ii. A eventual ineficácia dos normativos sobre a concorrência, admitindo apenas os mercados cuja estrutura não tenda para uma concorrência efectiva.

No processo de definição de mercados relevantes, foram ainda considerados os princípios orientadores das organizações internacionais a que Angola faça parte, *benchmarks* de outros países, assim como as boas práticas internacionalmente aceites sobre a matéria, sem prejuízo da devida consideração das especificidades da realidade do Sector das Comunicações Electrónicas angolana.

Os mercados que foram considerados para efeitos deste relatório foram os seguintes:

Figura 3 – Organização dos Mercados para Efeitos do Trabalho



A avaliação dos mercados relevantes incluiu um conjunto de critérios, nomeadamente, o teste SSNIP — *Small Significant Non-transitory Increase in Price* — pequeno, mas significativo aumento não transitório de preço). Ou seja, na definição do Mercado, foi considerado o menor grupo de serviços em que um SSNIP sustentado por 12 meses poderia ser mantido de forma lucrativa por um operador de serviço. No entanto, dada a natureza ex-ante do processo, também leva em consideração, questões práticas na definição dos mercados nos casos em que a aplicação pura do teste SSNIP, pode resultar em mercados muito granulares e que não tenha impacto sobre as outras fases do processo.

De igual modo é aplicado o Teste dos 3 (três) Critérios — TTC para determinar se um mercado é susceptível à regulamentação ex-ante. Assim, são analisados os pressupostos:

- a) Se o mercado está sujeito a barreiras altas e não transitórias de entrada;

- b) Se o mercado tenderia naturalmente, no curto ou longo prazo, para a concorrência efectiva para proteger os interesses dos clientes, mesmo sem intervenção regulatória; e

- c) Se a Lei da Concorrência por si só seria bastante para resolver as deficiências detectadas no mercado.

Os mercados que atendem a todos os critérios são classificados como susceptíveis à regulamentação ex-ante e denominados «Mercados Relevantes» e considerados na fase seguinte do processo, para a avaliação de Operadores com Poder de Mercado Significativo — OPMS.

Após a aplicação dos critérios houve um conjunto de mercados que não foram considerados relevantes, apresentados de seguida com a devida fundamentação.

#### Telefonia Voz Fixa

Este mercado encontra-se em declínio e apresenta uma reduzida (e cada vez mais decrescente) dimensão em receitas e clientes, onde a forte substituíbilidade pela telefonia

de voz móvel é o critério fundamental para determinar que não seja um mercado relevante e que por via disso, não haja lugar à declaração de nenhum operador como OPMS.

#### **Terminação de Chamadas na Rede Fixa**

Este mercado apresenta a mesma tendência que o mercado de voz fixa e, sendo um mercado de operadores para operadores, todas as chamadas terminadas num operador constituem mercado cativo e monopolista desse mesmo operador. Como já visto para a voz fixa, existe substituição, no cliente final, pela voz móvel. Além disso, cada operador de voz fixa é pequeno e não tem poder de impor preços não concorrenciais, para o recebimento de chamadas, aos operadores angolanos e, principalmente aos internacionais.

Em consequência, tendo em consideração o critério da substituição não há razões para determinar que seja um mercado relevante e, em consequência disso, para a declaração de qualquer OPMS neste mercado.

#### **Fornecimento de oferta desagregada ao lacete local**

Apenas 3 (três) operadores responderam afirmativamente à oferta desagregada de circuitos no lacete local.

Trata-se de um mercado limitado e facilmente substituível, sobretudo em termos tecnológicos — com várias opções e de custos comportáveis, pelo que não há cabimento para o definir como um mercado relevante e por consequência fazer qualquer declaração de OPMS sobre o mesmo.

#### **Trânsito na rede fixa**

Este mercado é um mercado competitivo, pois os operadores podem entregar o seu tráfego de forma livre em concorrência a outros operadores, bastando para isso fazerem os acordos que entenderem entre si. Tem vários operadores e não parece haver um condicionamento de mercado por parte de nenhum deles. Por outro lado, não tem uma estrutura de mercado estável em termos de receitas e informação fiável. Em qualquer caso, e tratando-se a voz fixa de um mercado em declínio e com substituíbilidade também não há lugar a determinar que seja um mercado relevante e por consequência à declaração de OPMS para qualquer operador que nele intervenha.

Sem prejuízo desta análise acrescenta-se ainda que:

O mercado de retalho da comunicação internacional fixa e móvel é de pequena dimensão em receitas, e encontra-se em declínio principalmente devido à crescente utilização das aplicações OTT enquanto produto substituto da comunicação internacional. Este mercado foi analisado em conjunto com os mercados de voz (fixa e móvel) uma vez que não há ofertas de comunicações internacionais separadas das ofertas existentes para a voz fixa e móvel. Assim, as conclusões que foram retiradas para os mercados da voz fixa e da voz móvel são também extensíveis a esta oferta.

O mercado da internet fixa será repartido em 3 (três) segmentos (residencial, empresarial e *Wholesale*) uma vez que a oferta dos operadores e a dinâmica de mercado destes segmentos são totalmente diferentes.

Foi ainda considerada de forma transversal a resposta dos operadores na área das infra-estruturas, para compreender o impacto que as mesmas têm em cada mercado.

De acordo com a fundamentação anterior, alinhada com as boas práticas internacionais em processos de OPMS desta natureza, os mercados considerados relevantes são os seguintes:

#### **Segmento Retalhista:**

- a) Telefonia Voz Móvel;
- b) Internet Móvel;
- c) Internet Fixa;
- d) Transmissão de Dados/VPN;
- e) TV por Assinatura;
- f) Originação de chamadas para números não geográficos.

#### **Segmento Grossista:**

- a) Terminação de chamadas na rede móvel;
- b) Interligação de Angola com o exterior.

### **4. Avaliação dos Mercados Relevantes e Declaração de OPMS**

Em termos da declaração de OPMS nos mercados relevantes, apresenta-se uma breve fundamentação da análise efectuada, bem como uma tabela resumo com os critérios aplicados em cada mercado.

#### **Telefonia Voz Móvel**

O maior mercado em volume de receitas e abrangência de clientes em termos do Sector das Comunicações Electrónicas em Angola, apresenta um desequilíbrio muito significativo entre os (apenas) 2 (dois) operadores presentes com histórico de actividade. Neste momento, verificou-se a entrada de um terceiro operador, mas o seu impacto no mercado é ainda praticamente irrelevante e existe uma licença de operação (na Angola Telecom) que está inoperativa, pois a empresa não está a prestar este serviço.

A forte distância entre os 2 (dois) operadores em alguns importantes critérios de avaliação do mercado (cerca de 90% de quota para a Unitel em receitas e clientes), demonstra que a Unitel possui capacidade de influenciar as condições do mercado e de limitar a concorrência do segundo operador e de (potenciais) novos entrantes.

Para além da diferença na quota de mercado verifica-se ainda uma superior cobertura e controlo das infra-estruturas de rede que presta os serviços e uma presença comercial muito mais significativa por parte da Unitel.



**Conclusão:** tendo por base principalmente os critérios de quota de mercado dos clientes e das receitas e a sua evolução recente, bem como a extensão da rede de vendas e o controlo sobre a infra-estrutura física da Unitel, determina-se que a Unitel deve ser declarada como OPMS.

#### **Internet Móvel**

Um mercado em crescimento significativo. Não há substituíbilidade com a *internet* fixa, já que até com um *router* portátil não existe a mesma funcionalidade.

Considera-se pela análise realizada que se pode juntar, em termos de delimitação dos mercados, a telefonia de voz móvel e SMS com o serviço de *internet* móvel, uma vez que os operadores do mercado (apenas 2 (dois) com a nova entrada de mais um, mas ainda sem impacto no mercado) e a pressão concorrencial existente levam às mesmas conclusões. Tendo em consideração a delimitação dos mercados considerada, a declaração de PMS deve ser realizada em conjunto para o serviço móvel, abrangendo os mercados de voz móvel e SMS e o mercado de *internet* móvel, sendo a Unitel declarada como OPMS.

**Conclusão:** tendo por base principalmente os critérios de quota de mercado dos clientes e das receitas e a sua evolução recente, bem como a extensão da rede de vendas e o controlo sobre a infra-estrutura física da Unitel, determina que a Unitel deve ser declarada como OPMS.

#### **Internet Fixa**

Este mercado foi subdividido em 3 (três) mercados, onde se colocaram os operadores uma vez que têm uma oferta específica e endereçam segmentos de clientes totalmente diferenciados entre eles. A segmentação foi realizada tendo em consideração o volume de receitas e o número de clientes de cada um dos operadores.

#### **Internet Fixa — Residencial**

Este mercado é analisado de forma autónoma da *internet* móvel, tendo em conta a insubstituíbilidade da oferta que os principais operadores (em receitas) apresentam nos principais meios urbanos: a oferta de *internet* na fibra ou cabo tem tráfego ilimitado e débitos elevados quando comparada com a oferta actual por meios rádio (fixa ou móvel), com pagamento pelo valor consumido e menores débitos.

Em termos da delimitação, este mercado está interligado com o mercado da voz fixa e da TV por assinatura, uma vez que os operadores tendem a apresentar a sua oferta em pacotes «dual» ou «triple play». É um mercado em crescimento e constituído por um duopólio quase puro com quotas semelhantes e total de 93% do mercado em receita; em termos de preço e produtos e serviços, existe concorrência, pese embora a ZAP Media obrigar à compra do pacote com TV. Fora dos grandes aglomerados urbanos a *internet* fixa residencial é substituída pela oferta de satélite ou pela *internet* móvel.

**Conclusão:** com base nos critérios da quota de mercado de clientes e da receita, a crescer à oferta de mercado dos 2 (dois) principais concorrentes, nenhum operador deve ser declarado com PMS.

#### **Internet Fixa — Empresarial**

Considerou-se que este mercado deve ser analisado de forma autónoma dos restantes em termos de *internet* fixa — especialmente a residencial, tendo em conta a insubstituíbilidade da oferta que os operadores apresentam. Em termos da delimitação há, no entanto, a referir que este mercado está muitas vezes interligado com a oferta para as redes privadas (VPN) pelo que nem sempre é possível ter uma clara separação de clientes e de receitas destas duas ofertas.

Em termos de critérios específicos de análise do mercado, refira-se que as receitas e os clientes encontram-se bastante repartidos pelos diversos operadores, não havendo um operador que se destaque. Os clientes têm uma oferta diversificada entre os vários operadores, havendo escolha de tecnologias, capacidades e preços, conforme se verifica no portefólio de produtos e serviços e nos tarifários.

**Conclusão:** por todos estes motivos, se considera que não há lugar a declaração de OPMS.

#### **Internet fixa — Grandes Empresas e Wholesale**

Mercado com um único operador, a empresa Angola Cables, que pela sua génese surgiu para prestar serviços a outros operadores (e grande parte destes operadores são também os seus accionistas de referência, com a Angola Telecom detendo 51% do capital) e a grandes clientes. Estes serviços são também fundamentais para o bom funcionamento da maior parte dos restantes operadores e mercados de prestação de serviços de *internet*.

Deve ser garantido que a Angola Cables dê o mesmo tratamento (condições comerciais e acesso) aos novos clientes, de modo a não distorcer o mercado grossista e as condições de venda final ao cliente no mercado de retalho.

**Conclusão:** considera-se que, com as condições actuais de mercado, faz sentido declarar a Angola Cables como OPMS neste mercado, uma vez que é fundamental o controlo dos preços praticados para o retalho.

#### **Transmissão de Dados/VPN**

Este mercado encontra-se em crescimento considerável e tem já um peso significativo no total de receitas do Sector das Comunicações Electrónicas em Angola. Tem diversos operadores com ofertas bastante diferenciadas para os clientes, em termos de tecnologia e de modelos de actuação.

Em termos de base de clientes verifica-se uma repartição dos mesmos (mesmo que a Unitel tenha reportado cerca de 69% do total, pese embora a interpretação seja de que o conceito de VPN para clientes de serviços móveis seja diferenciado). Todos os outros operadores apresentam um número de clientes bastante equilibrado e indiciador de um mercado concorrencial.

**Conclusão:** a distribuição das receitas é muito repartida pelos diversos operadores, com diferentes ofertas — incluindo pacotes para PMES — Pequenas e Médias Empresas, grandes empresas de sectores específicos, etc. — o que permite inferir que não existe qualquer problema de concorrência, ou seja, não há lugar a declarar qualquer operador como OPMS.

#### TV por Assinatura

Em termos de oferta de serviços este mercado considera apenas a distribuição de pacotes de TV por assinatura em Angola. Em termos globais este mercado tem apresentado uma tendência de estabilidade em termos de crescimento de clientes e receitas, descontando o efeito da inflação em Angola.

Em termos de delimitação de mercado é necessário separar a distribuição do sinal em termos das duas opções tecnológicas que se encontram disponíveis no mercado uma vez que elas não são passíveis de ser analisadas como concorrentes de uma forma homogénea em todo o território angolano.

De facto, nos cascos urbanos das grandes cidades a oferta que mais vigora é a oferta por cabo (praticamente de forma isolada). Pela sua qualidade a maioria dos clientes utiliza esta oferta podendo o satélite ser uma opção. No entanto, como esta oferta normalmente vem acoplada com um pacote de *internet* os consumidores acabam por optar por ela. Nesta opção há duas empresas a trabalhar, sendo uma a ZAP Media (que tem cerca de metade da quota de mercado em receita e cartões activos) e a TV Cabo (que tem a restante, embora não tendo números disponíveis estima-se que possa vender 50%-50%, em termos dos pacotes dos operadores ZAP Media e Multichoice). No entanto, a TV Cabo não tem oferta original — coloca no mercado a oferta dos outros operadores, sendo apenas um revendedor de pacotes, pelo que se pode afirmar que a ZAP Media é o operador único de mercado. Sendo assim, estima-se que a quota de mercado da ZAP Media, no mercado do cabo possa ser próxima ou superior a 3/4 do total do mercado.

Em todo o restante território há apenas 2 (dois) operadores que são a Finstar, uma empresa de base angolana e a Multichoice, uma empresa pan-africana de distribuição de TV por assinatura com um *footprint* em toda a África. Em termos de quotas de mercado de cartões activos e de receita verifica-se que a ZAP Media tem uma quota significativa correspondente a cerca de 2/3 do mercado ao passo que o restante 1/3 é da Multichoice.

No entanto, o que se verifica é que apesar da oferta de canais ser semelhante em diversas partes do pacote (nomeadamente na parte dos canais nacionais e nos canais de informação) há uma oferta singular em diversos pacotes de preços equivalentes. Ou seja, o consumidor escolhe em primeiro lugar com base no preço (a sua disponibilidade a pagar) e depois dentro do mesmo leque de preços escolhe os conteúdos que mais lhe interessam e que muitas vezes

são únicos (por exemplo em termos de conteúdos desportivos e de novelas — que são dos mais importantes para o consumidor em Angola). Isso implica que as ofertas sejam muito semelhantes excepto nos conteúdos que são realmente relevantes para os consumidores.

**Conclusão:** neste mercado em termos de distribuição por cabo (que é um nicho de mercado dos grandes cascos urbanos) a ZAP Media tem uma quota de mercado de 50% do total de cartões activos e a TV Cabo dos restantes 50%. A TV Cabo vende o pacote da Multichoice e ainda o pacote da própria ZAP Media, actuando como um revendedor. A ZAP Media tem uma cota de mercado de, pelo menos, 3/4 dos clientes, o que lhe dá uma grande relevância e por esse motivo declarada como OPMS.

Na distribuição de satélite os 2 (dois) operadores principais (Finstar e Multichoice) apresentam um alinhamento e uma concertação bastante significativa no mercado em termos de grande parte dos atributos da sua oferta (tecnologia utilizada, estrutura da oferta, preços, etc), mas apresentam uma oferta singular e muito específica, actuando praticamente como empresas monopolistas nesta oferta. De facto, nos conteúdos realmente relevantes para a escolha dos consumidores, os mesmos estão privados de poderem fazer as suas escolhas tendo de optar por um ou outro operador. Por isso, são declarados como OPMS por impossibilitarem a escolhas dos consumidores.

#### Originação de Chamadas para Números não Geográficos

Este mercado contempla segmentos de serviço diferentes:

- i. Nos números curtos, números não geográficos e alguns dos números especiais pode haver concorrência e há escolha para os clientes, uma vez que podem utilizar as diversas redes para fazer esta chamada;
- ii. Nos números especiais relativos aos seus serviços a clientes os operadores são monopolistas cada um no seu próprio mercado, uma vez que não têm concorrência.

**Conclusões:** em i) não foi encontrado nenhum problema de concorrência, pelo que não se declara OPMS para nenhum operador do mercado.

Em ii), há que considerar OPMS para todos os operadores no seu mercado cativo, pois é fundamental regular o acesso a estes números no sentido a que os operadores cobrem preços equilibrados pelos mesmos, seja da sua própria rede, seja de uma rede alternativa.

#### Terminação de Chamadas na Rede Móvel

À semelhança da terminação na rede fixa, este é um mercado de operadores para operadores em que cada um tem 100% no seu mercado — ou seja, todas as chamadas terminadas num operador constituem mercado cativo e monopolista desse mesmo operador. Em consequência, cada operador é OPMS no seu mercado cativo.

Ao invés da rede fixa, este mercado não apresenta uma forte substituíbilidade unilateral do lado da procura do cliente final; pelo contrário, a substituíbilidade é unilateral do fixo para móvel. Por isso não há qualquer efeito de substituição. O que se mantém é que cada operador tem o «seu» mercado de terminação, sendo um monopolista nesse mercado, e o serviço de voz do móvel apresenta uma grande importância no Sector, pelo que se deve garantir que nenhum operador tem capacidade de distorcer a concorrência impondo preços de uma forma unilateral.

**Conclusões:** desta forma, tendo por base estes critérios, cada operador (Unitel e Movitel) deve ser considerado OPMS no seu mercado cativo. O PMS deve ser estendido a novos operadores que entrem neste mercado, como é o caso do Africell que acabou de entrar, mas as obrigações podem ser mais leves, pelo menos, numa primeira fase.

#### **Interligação de Angola com o Exterior**

Neste mercado, para efeitos da presente análise, foram considerados os 3 (três) operadores com capacidade de servir os clientes: Angola Cables, Angola Telecom e Gateway Internacional Angola, S.A. Assim, durante o período a que se reporta a presente análise, constatou-se que todos os restantes operadores baseiam de alguma forma a sua oferta na utilização da infra-estrutura destes operadores. Assim para todo o tipo de tráfego o mercado é dominado até ao momento pela Angola Cables com quase 80% das receitas. No entanto, a Angola Cables é uma empresa participada por todos os principais operadores (Angola Telecom, com 51%, Unitel, Movitel, MS Telcom e Startel), criada tendo em vista as comunicações de Angola com o exterior.

Por outro lado, o Estado Angolano, representado pelo Órgão Regulador das Comunicações Electrónicas celebrou aos 23 de Dezembro de 2020, um Contrato de Concessão como Título Específico para a Prestação de Serviço de Comunicações Electrónicas com a operadora GIA, S.A., concedendo a esta operadora os direitos de gestão e exploração do Gateway Internacional para Angola enquanto único ponto de passagem das chamadas de voz originadas em todas as redes de Angola para fora do território nacional e todas as chamadas de voz originadas nas redes de comunicações electrónicas fora de Angola para as redes dentro do território nacional.

Diante deste quadro legal, constatou-se que a operadora GIA, S.A celebrou contratos de interligação com grande parte dos operadores nacionais no exercício dos direitos a si concessionados pelo Estado Angolano.










Neste contexto, numa análise de direito, a operadora GIA, S.A, detém, por força da Concessão Específica, o controlo do tráfego de voz internacional, este facto afigura-se como sendo ausência de concorrência potencial para o segmento de voz internacional, e como tal, num futuro próximo poderá deter a gestão da totalidade do tráfego internacional de voz *inbound e outbound*.

**Conclusões:** com base nestes critérios devem ser declaradas a Angola Telecom e a Angola Cables com PMS no Mercado de Interligação de Angola com o exterior nos segmentos de dados e *internet*, ao passo que a GIA, S.A deve ser declarada com PMS no mesmo mercado no segmento de voz internacional *inbound e outbound*.

#### **5. Conclusões dos Mercados**






Em relação aos mercados de «Cliente Final», as conclusões são as seguintes:

Figura 4 – Avaliação dos Mercados de “Cliente Final”

	Análise Síntese do Mercado	Recomendação / Declaração OPMS
 <b>Telefonia Voz Fixa</b>	Mercado em total substituição pela voz móvel (one sided substitution) e em declínio, em clientes e receita, apesar da AT ter quota de mercado elevada. TV Cabo tem apresentado oferta mas clientes revelam pouco interesse	<b>Não é um Mercado Relevante</b> <b>Sem OPMS</b>
 <b>Telefonia Voz Móvel</b>	Mercado mais expressivo em total de receita. Unitel não tem qualquer pressão concorrencial (apenas um concorrente) num mercado relevante	<b>Com OPMS</b>
 <b>Internet Móvel</b>	Mercado em forte crescimento, embora mais pequeno que a Voz. Não há pressão concorrencial sobre a UNITEL. Com o 5G isso pode mudar mas vai levar alguns anos.	<b>Declaração de OPMS no Mercado Móvel (voz com extensão à comunicação internacional móvel e Internet) à UNITEL</b>
 <b>Comunicação Internacional fixa e móvel (originação)</b>	Este mercado resulta da análise que é feita dos mercados da voz fixa e da voz móvel, pelo que é considerado dentro desses mesmos mercados.	<b>Sem OPMS</b> <b>Sem OPMS no mercado da voz fixa. No móvel há OPMS</b>
 <b>Internet Fixa</b>	Segmento Grandes Clientes – AC é um operador único neste segmento com influência significativa nos operadores do retalho  Segmento Empresarial – Há oferta existente no mercado e considera-se que a concorrência existe. Vários operadores com ofertas diferenciadas  Segmento Residencial – Verifica-se a existência de um duopólio (ZAP Media + TV Cabo) equilibrado e com possibilidade de escolha pelo cliente	<b>Com OPMS</b> <b>Declaração de OPMS à Angola Cables, operador único</b>
	<b>Análise Síntese do Mercado</b>	<b>Recomendação / Declaração OPMS</b>
 <b>Transmissão de Dados /VPN</b>	Segmento Empresarial – Há oferta existente no mercado e considera-se que a concorrência existe. Vários operadores com ofertas diferenciadas	<b>Sem OPMS</b>
 <b>Mobile Money</b>	Mercado emergente, a oferta dos operadores ainda está a ser desenvolvida	<b>Não é um Mercado Relevante</b> <b>Sem OPMS</b> <b>Verificar a necessidade de regulamentar este segmento de mercado. O operador que apresenta oferta é a Unitel que tem OPMS no móvel</b>
 <b>TV por Assinatura</b>	No mercado de distribuição por cabo a ZAP Media tem uma quota de mercado de pelo menos ¼ dos clientes. O que lhe dá uma grande relevância e por isso é declarada OPMS. No mercado da distribuição por satélite os operadores apresentam uma oferta singular com conteúdos específicos que são exclusivos, privando os consumidores de poderem ter acesso a muitos canais e actuando quase como monopolistas em cada um dos seus pacotes de serviços. Por isso são declarados como OPMS a Finstar e a Multichoice.	<b>Com OPMS</b> <b>Declaração de OPMS à ZAP Media, Finstar e Multichoice</b>
 <b>Originação de chamadas para números não geográficos</b>	Inconclusivo. Porém no caso dos números de apoio ao cliente cada operador é PMS. Necessário obrigações de controlo de preços	<b>Com OPMS</b> <b>Declaração de OPMS aos operadores mas apenas nos seus números. É PMS tanto no retalho (os seus números) como grossista (para outras redes)</b>

Em relação aos mercados «entre operadores» as conclusões são as seguintes:

Figura 5 – Avaliação dos Mercados Entre Operadores

	Análise Síntese do Mercado	Recomendação / Declaração OPMS
 <b>Terminação de chamadas na rede fixa</b>	Segue Voz Fixa. Substituição pelo móvel e mercado em declínio, em clientes e receita, apesar da AT ter quota de mercado elevada.	Não é um Mercado Relevante Sem OPMS
 <b>Terminação de chamadas na rede móvel</b>	Este mercado é fundamental para assegurar a concorrência do mercado móvel. A terminação em cada rede fixa e móvel é um mercado separado (não se pode substituir por terminação noutra rede porque o cliente não lá está). Por isso, cada operador tem 100% deste "seu" mercado - e PMS. Fundamental existirem obrigações de controlo de preços.	Com OPMS Declaração de OPMS à Unitel e à Movitel com implementação de obrigações para que o mercado seja competitivo e possa permitir a entrada de novos operadores no mercado móvel
 <b>Trânsito na Rede Fixa</b>	Mercado em declínio, em clientes e receita, apesar da AT ter quota de mercado elevada.	Não é um Mercado Relevante Sem OPMS
 <b>Fornecimento de oferta de acesso desagregado ao LL</b>	Mercado concorrencial e com disponibilidade de várias tecnologias para os operadores.	Não é um Mercado Relevante Sem OPMS
 <b>Interligação de Angola com o Exterior</b>	No que diz respeito ao tráfego de dados e internet a AC e a AT têm uma forte presença, sendo que grande parte dos operadores baseiam de alguma forma a sua oferta na utilização da infra-estrutura destes operadores, sendo por isso declarados OPMS. A operadora GIA, S.A. enquanto concessionada para a gestão e manutenção do Gateway Internacional para Angola detém o monopólio de tráfego de voz das chamadas originadas em todas as redes de Angola para fora do território e vice-versa, como tal declarada como OPMS	Com OPMS Declaração de OPMS sobre a AT e a AC, bem como a GIA, S.A., e necessidade de controlo dos preços praticados com os diversos operadores.

## 6. Próximos Passos

Determinado que um operador tem PMS, os remédios a aplicar têm essencialmente a ver com o tipo de operador e poderão ser um ou mais, consoante o mercado e a situação específica encontrada.

Para os mercados grossistas ou intermédios, aplicam-se os seguintes princípios alinhados com as boas práticas internacionais: transparência, não discriminação, separação de contas, obrigações de acesso e controlo de preços:

**Transparência** — implica que o operador disponibilize informação técnica, características da rede, informação contabilística, termos e condições de fornecimento e utilização dos seus recursos, incluindo a publicação de uma oferta de referência. Tem particular importância o nível de desagregação do acesso aos meios, que podem ser intervencionados;

**Não Discriminação** — obrigação de aplicar condições idênticas em circunstância equivalentes para o fornecimento a terceiros do mesmo tipo de serviços; tem particular importância no caso dos operadores integrados verticalmente a garantia de que uma oferta para terceiros é feita nas mesmas condições que para a sua área interna equivalente;

**Separação de Contas** — aplicável principalmente aos operadores verticalmente integrados, requerendo transparência dos seus preços grossistas e preços internos de transferência;

**Obrigação de Acesso** — impõe ao operador a não retirada de acesso, negociação de boa fé e permissão a terceiros de acesso a serviços e equipamentos específicos da sua rede

por uma compensação justa; o acesso pode ser entendido a elementos da rede fixa ou móvel, infra-estrutura física ou sistemas de suporte à operação; no entanto, o regulador deve promover o acesso de novos operadores ao incumbente no seu arranque, mas a progressiva construção da sua própria infra-estrutura;

**Controlo de Preços** — fixação directa de preços ou tetos para os mesmos. Estes valores podem ser determinados com base em *benchmarking* de mercados competitivos similares ou podem ser usados modelos LRIC — *Long Run Incremental Cost*.

Na área de retalho, deve-se apenas actuar se existem um ou mais operadores com PMS e os remédios a montante no mercado grossista não assegurem as condições necessárias para uma concorrência efectiva.

O controlo de preços pode obrigar à implementação de sistemas de contabilidade de custos, verificados por uma autoridade independente. Pode ser necessário proibir a discriminação entre diferentes tipos de utilizadores (por exemplo, beneficiando no acesso os que têm planos *premium*) ou o *bundling* excessivo de produtos (por exemplo, só fornecer acesso a *internet* se levar um pacote *triple* ou *quadruple play*).

De uma forma geral, as obrigações impostas devem ser as mínimas necessárias para garantir o funcionamento do mercado e a protecção dos clientes.

Anexo I - Tabela Resumo da Análise

	Quota de mercado do operador	Dimensão global do operador	Controlo de infra. difícil de duplicar	Superior. ou vantagens tecnológicas e comerciais	Baixo nível ou falta de contrapoder dos consumi.	Acesso facilitado ou privilegiado a rec. financ.	Diversifica. de produtos/ serviços	Economias de escala	Economias de gama	Integração vertical	Rede de vendas e distribuição desenvol.	Ausência de concorrência potencial	Obstáculos de entrada ou expansão no mercado
Telefonia Voz Fixa	Não foi considerado Mercado Relevante												
Telefonia Voz Móvel	0	0	0	0	0						0		
Internet Móvel	0	0	0	0	0						0		
Comunicação Int. fixa e móvel (originação)	Considerado em conjunto com os mercados de Telefonia Voz Fixa e Telefonia Voz Móvel												
IF – Residencial	Não foi declarado OPMS												
IF - Empresarial	Não foi declarado OPMS												
IF – Grandes Emp. e Who.			0									0	
Transmissão Dados /VPN	Não foi declarado OPMS												
Mobile Money	Não foi considerado Mercado Relevante												
TV por Assinatura	0				0		0					0	
Terminação de chamadas na rede fixa	Não foi considerado Mercado Relevante												
Terminação de chama. na rede móvel												0	
Originação de cha. para n° não geogr												0	
Trânsito na rede fixa	Não foi considerado Mercado Relevante												
Form. oferta de acesso desagregado ao LL	Não foi declarado OPMS												

	Quota de mercado do operador	Dimensão global do operador	Controlo de infra. difícil de duplicar	Superior. ou vantagens tecnológicas e comerciais	Baixo nível ou falta de contrapoder das consumi.	Acesso facilitado ou privilegiado a rec. financ.	Diversifica. de produtos/ serviços	Economias de escala	Economias de gama	Integração vertical	Rede de vendas e distribuição desenvol.	Ausência de concorrência potencial	Obstáculos à entrada ou expansão no mercado
Interligação de Angola com o exterior			<input type="checkbox"/>									<input type="checkbox"/>	

a. na TV por assinatura o OPMS da ZAP Media baseia-se na quota de mercado deste operador e o OPMS da Finstar e da Multichoice baseia-se nos restantes factores.

(22-9736-A-PRO)