

INTRODUÇÃO

O funcionamento da economia em rede, tendo por base a partilha de informação e a possibilidade de interligação entre os agentes, gera a necessidade de adequar novas formas de estratégias competitivas, por parte dos produtores (ou operadores), no sentido de dar a melhor resposta aos consumidores (ou subscritores), e de incorporar uma das principais características dos mercados de serviços de rede, ou seja, a interactividade estabelecida entre a oferta e a procura, de modo a superar a volatilidade e a obsolescência acelerada da tecnologia, assim como colmatar a progressiva redução da necessidade de deter a posse de determinados serviços de rede, face à proeminência da preferência revelada pelo acesso a este tipo de serviços, por parte dos consumidores.

Os operadores efectuam uma conjugação estratégica expressa pela adopção da integração vertical de actividades físicas, a montante, e da integração vertical de serviços compatíveis, a jusante. Essa conjugação proporciona uma interacção imediata e mais próxima relativamente à massa de consumidores devidamente segmentada, e uma vigilância das movimentações estratégicas dos concorrentes directos e indirectos, o que, em última instância, contribui para o aumento da probabilidade de sucesso, em termos de performance competitiva, das empresas integradas que operam em mercados onde se transaccionam serviços de rede.

O ponto de partida da presente investigação assenta na observação de uma complementaridade e simultaneidade entre as estratégias implementadas pelos principais operadores de televisão por cabo em Portugal, que conjugam a visão mais clássica de integração vertical, a qual congrega a reunião das diferentes fases sequenciais da cadeia de produção dos serviços de rede, sob a égide de um operador de telecomunicações global, com a integração complementar de serviços compatíveis, operada a partir da rede de cabo.

Esta plataforma comum de distribuição permite disponibilizar uma oferta integrada de serviços, alvo de uma integração vertical simultânea, na medida em que resulta da acoplagem de *outputs* das diferentes fases do processo de produção, agregando, progressivamente, um maior valor acrescentado ao conjunto de serviços integrados verticalmente, o qual inclui os serviços básico, *premium*, acesso de banda larga à Internet e Televisão Interactiva (integração vertical dos três primeiros), e cujo ritmo de introdução é determinado pela interacção entre a oferta diversificada dos produtores e a procura reveladora das preferências dos consumidores.

Nos mercados de serviços de rede, isto é, as Redes de Televisão por Cabo, objecto de estudo da presente Tese, assume especial importância a curva de procura com expectativas realizadas.

O interesse da incorporação dessa formalização analítica prende-se a duas razões fundamentais. Em primeiro lugar, proporciona a análise da formação múltipla de curvas de procura tendo em consideração os efeitos de externalidades de rede (directas e indirectas), consoante os diferentes níveis de densidade da rede (dada pelo quociente entre o número de subscritores do serviço e o número total de alojamentos cablados). Em segundo lugar, permite efectuar uma aproximação à realidade sectorial em estudo e, deste modo, modelizar as estratégias diferenciadas que são implementadas pelos operadores no sentido de assegurar a massa crítica da rede (ou seja, a dimensão mínima da rede que assegura a viabilidade económico-financeira do negócio), de implementar práticas de discriminação de preços (para captar o máximo de excedente, atendendo à segmentação adequada da massa de consumidores) e de influenciar as expectativas dos subscritores com o objectivo de determinar a trajectória evolutiva do mercado de serviços de rede, em questão.

A questão central da presente Tese é se a interactividade entre a oferta e a procura de serviços integrados influencia a definição das estratégias de integração vertical (de actividades físicas e de serviços) e de fixação de preços, implementadas pelos operadores de Televisão por Cabo em Portugal.

Em termos de objectivos genéricos, a realização da presente Tese visa efectuar um estudo, até agora inexistente, aplicado ao Subsector da Televisão por Cabo (STVC) em Portugal, assim como analisar e contrastar as estratégias dos principais operadores de cabo (com idades e densidades de rede diferentes), sendo que um deles se encontra integrado verticalmente e que ambos procedem à integração vertical de serviços.

Em termos de objectivos específicos, pretende-se analisar, em termos dinâmicos, as relações interactivas entre a taxa de penetração do serviço de televisão por cabo e a procura do serviço básico (como forma de *supply push*), bem como entre a referida procura e a integração vertical de serviços (como mecanismo de *demand pull*). Além disso, visa-se conhecer o efeito decorrente da implementação da estratégia de integração vertical de serviços sobre o preço do serviço básico e justificar a implementação de disposições regulatórias mais interventivas, de modo a orientar a regulação do subsector em análise, num sentido pró-concorrencial.

A estrutura da presente Tese compreende três partes fundamentais. Na primeira parte, que inclui o Capítulo I, efectua-se uma revisão de literatura referente à problemática da integração vertical das diferentes fases da cadeia de produção e conceptualiza-se a integração vertical de serviços, assim como a existência de um processo sequencial entre estes dois tipos de integração, no âmbito das Redes de Televisão por Cabo.

Na segunda parte, apresentam-se três modelos nos Capítulos II, III e IV, respectivamente, cujas formalizações analíticas versam as diferentes formas de discriminação de preços (designadamente, esquemas de tarifas com duas partes, potenciados pelas vendas ligadas ao serviço básico de televisão por cabo, serviço que funciona como âncora obrigatória para a subscrição de outros serviços integrados), a determinação da dimensão óptima da rede de postos de venda (aplicável a estruturas que contemplam a criação de divisões internas de vendas, ou, alternativamente, a constituição de redes de postos de venda, em regime de franchising) e uma proposta de regulação conducente à interligação entre os operadores de televisão por cabo (implementável, em termos específicos, ao serviço de acesso de banda larga à Internet, via cabo).

Na terceira parte, apresenta-se o estudo empírico em dois Capítulos: V e VI, respectivamente. No Capítulo V efectua-se o enquadramento do Sector das Comunicações (SC) e do Subsector da Televisão por Cabo (STVC), de modo a traçar um panorama evolutivo dos serviços de telecomunicações em Portugal, revelar a sua importância crescente no processo de criação da riqueza nacional, e apresentar algumas perspectivas pró-concorrenciais conducentes à disseminação dos serviços de telecomunicações, tendo por base uma lógica de coexistência de plataformas alternativas, o que consubstancia a emergência do Paradigma de Rede Aberta que preconiza o reforço da concorrência entre os operadores e a possibilidade de livre comutação dos subscritores de serviços de rede. No Capítulo VI procede-se ao desenvolvimento de dois estudos de caso referentes aos principais operadores de Televisão por Cabo em Portugal (no período compreendido entre 1992 e o 3.º Trimestre de 2003), comportando uma abordagem qualitativa das empresas em análise, e uma abordagem econométrica das mesmas, utilizando um Modelo Vectorial Auto-Regressivo (VAR), cuja aplicação se justifica, fundamentalmente, pela possibilidade de efectuar estudos longitudinais através da utilização de séries temporais, assim como de

realizar uma análise dinâmica das variáveis incluídas na especificação do modelo seleccionado, tendo presente uma revisão de literatura sobre estudos empíricos aplicados à Indústria de Televisão por Cabo nos E.U.A., considerada adequada para esse efeito.

Ao longo da presente Tese, denomina-se por incumbente (TV Cabo), o primeiro operador que está presente no mercado, e por entrante (Cabovisão), o que entra posteriormente no mercado.

Ressalva-se ainda que, apesar de nas formalizações apresentadas nos Capítulos II (Pacotes de Vendas Ligadas) e IV (Interligação nos Serviços de Internet), se considerarem diferentes cenários com a massa de consumidores segmentada por níveis de rendimento disponível (alto ou baixo), na análise econométrica não é utilizada esta variável, dada a indisponibilidade de informação referente aos níveis de rendimento disponível dos subscritores de televisão por cabo, desagregados de acordo com os aglomerados populacionais que são alvo de cobertura local, por parte de cada um dos operadores

Da mesma forma, não se procedeu à inclusão de variáveis referentes às taxas de entrada (instalação e aluguer) dos serviços oferecidos via cabo, dado que o entrante não cobrou, em termos históricos, a taxa de instalação, o que inviabiliza a realização de uma análise comparativa face ao incumbente que sempre cobrou a referida taxa; além disso, ambos os operadores procederam apenas à introdução do serviço *premium* de televisão, no terceiro trimestre de 1998, e do serviço de acesso de banda larga à Internet, no quarto trimestre de 1999, factos que não permitem a obtenção de um número de observações suficiente para a construção de séries temporais passíveis de serem testadas através do modelo VAR seleccionado.

No final, apresentam-se as conclusões da investigação, as recomendações aos operadores, em termos da adequação das suas estratégias no âmbito do processo de desenvolvimento do mercado de comunicações, as recomendações às entidades governamentais e reguladoras, em termos da redefinição, num sentido pró-concorrencial, das políticas de regulação, assim como as linhas orientadoras para a realização de investigações futuras.