



## TRÊS PERGUNTAS A...

# Margarida Matos Rosa

“O reforço da capacidade de investigação no contexto da economia digital é uma das prioridades da Autoridade da Concorrência para 2018”

**Presidente**  
da Autoridade  
da Concorrência  
desde 2016

Entre 2011 e 2016,  
dirigiu o Departamento  
de Supervisão da  
Gestão do Investimento  
Coletivo na Comissão  
do Mercado de Valores  
Mobiliários (CMVM)



Foto: Autoridade da Concorrência

que têm por missão garantir o bem-estar dos consumidores. Por essa razão, entre as prioridades de atuação da Autoridade da Concorrência para 2018, defini o reforço da capacidade de investigação no contexto da economia digital, procurando investigar novas tendências no que se refere à utilização de tecnologias que permitam ou facilitem comportamentos anticoncorrenciais, nomeadamente a cartelização, uma das mais graves infrações à concorrência, especialmente lesiva para os consumidores.

## Quais as grandes conquistas dos consumidores nos últimos anos?

Sem esquecer a atuação das entidades com responsabilidades diretas na defesa dos consumidores, como a DECO, que nos últimos anos tem assumido um papel primordial como bastião dos direitos dos consumidores portugueses, compete-me assinalar algumas conquistas para as quais a Autoridade da Concorrência contribuiu, nomeadamente, a eliminação das restrições à instalação de farmácias, a venda de combustíveis líquidos nos hipermercados e a eliminação de restrições geográficas na distribuição do gás de botija, que geraram amplos benefícios para a generalidade dos consumidores portugueses.

## O que falta fazer?

O acesso dos consumidores a uma maior diversidade e qualidade de bens e serviços, a melhores preços, proporcionado pela concorrência e pelo mérito entre empresas, constitui o principal desígnio promovido pela Autoridade da Concorrência. A sua atuação é transversal a toda a economia portuguesa e a monitorização dos principais setores de atividade económica é permanente. Para 2018, esperamos obter resultados significativos na punição de práticas restritivas da concorrência em setores de atividade económica com impacto direto nos consumidores. ■

Os Big Data e os algoritmos que as empresas aproveitam em seu benefício, contra os interesses dos consumidores, são uma das maiores preocupações da presidente da Autoridade da Concorrência

Entrevista Ricardo Nabais & Filipa Rendo

## Quais os novos desafios para os consumidores portugueses?

Para os portugueses, como para os consumidores em qualquer parte do mundo, os novos desafios prendem-se com a garantia dos seus direitos perante evoluções como repositórios de gigantescas quantidades de dados (Big Data) e algoritmos que tentam descobrir padrões ou relações entre esses dados. E que podem ser aproveitados pelas empresas em seu benefício e em detrimento dos consumidores. Mas esses são também os desafios das entidades

## Como consumidora

### Uma conquista...

Nos automóveis, liberdade de fazer revisões com outras garagens que não as da marca, sem perda de extensão da garantia.

### Uma frustração...

A difícil comunicação com as empresas de *utilities* (em especial, energia e comunicações).

### Um desejo...

Maior concorrência pelo mérito nas áreas da energia e das comunicações.