



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.