

CARLOS COSTA

ESTUDOS
QUE CONTAM

1. Enquadramento

O Gabinete de Estudos e Prospeção (GEP) foi criado em 2007, tendo sido sucedido pela Direção de Apoio ao Conselho – Área de Estudos em 2011. Entre 2007 e 2018 estas unidades orgânicas – para além de terem elaborado centenas de pareceres e análises no âmbito das funções de assessoria ao Governo e no apoio às direções operacionais da ANACOM e de terem assegurado uma participação muito ativa na liderança de grupos de trabalho do BEREC e diversas ações de formação em sede de cooperação internacional – desenvolveram 64 estudos, muitos dos quais foram considerados ações estratégicas no planeamento de atividades da ANACOM.

2. Estudos que contribuíram para mudar o sector

Estudo sobre o impacto das redes de próxima geração (NGN) no mercado¹

Quando as especificações técnicas deste estudo começaram a ser preparadas, Portugal dispunha de uma rede de cobre moderna e a digitalização total dos comutadores do operador histórico era relativamente recente. Numa fase inicial, a intenção de desenvolvimento do estudo foi recebida com alguma perplexidade (tanto internamente como externamente) dado o investimento necessário, o estado preliminar de desenvolvimento tecnológico das NGN, a relativa modernização da rede em Portugal² e o facto de as capacidades de débito descendente da rede permitirem satisfazer a generalidade das necessidades dos utilizadores.

No entanto, quando o estudo foi publicado, em 2008, dada a rápida evolução tecnológica e de mercado registada e perspectivada, já foi acolhido com maior expectativa, em especial porque a profundidade e detalhe do mesmo³ e das suas recomendações permitiu definir um adequado enquadramento para a implementação das NGN em Portugal na década seguinte.

De entre as principais recomendações do estudo, que moldaram o sector, destacam-se:

- a) adequação da legislação de condutas ou adequação da oferta de referência de acesso a condutas (ORAC)⁴ aos investimentos em redes de próxima geração – o que teve seguimento no sucessivo aperfeiçoamento

¹ Disponível em:

<https://www.anacom.pt/>.

² Segundo algumas opiniões, as NGN surgiram primeiramente em países nos quais a rede de cobre era menos desenvolvida, como o Reino Unido.

³ Em especial, foi recolhida informação estatística sobre o comprimento e capacidade de cada linha de assinante associada a cada comutador do operador histórico, foram desenvolvidos modelos de custeio que permitiram estimar despesas de investimento diferenciadas por tipo de área (rural, urbana e semiurbana), foram analisados estudos de caso internacionais, foram estudados os modelos de negócio mais prováveis, foram perspectivadas as condições para a evolução da concorrência no sector (tendo sido recolhida informação estatística e entrevistados os principais atores no mercado) e foram esmiuçadas as condições de interligação e as necessárias medidas de inclusão.

⁴ Foram identificadas necessidades relacionadas designadamente com melhoria da interface entre os operadores alternativos e o operador histórico; a retirada de cabos

mortos das condutas; maior transparência na determinação de viabilidade técnica para passagem de cabos e melhores tempos de resposta.

5 Disponível em:

<https://www.anacom.pt/>.

Esta peça legislativa define o regime jurídico da construção, do acesso e da instalação de redes e infraestruturas de comunicações eletrónicas. Em especial, cria o Sistema de Informação Centralizado (precursor do Sistema de Informação de Infraestruturas Aptas) e alarga o âmbito da oferta de condutas e infraestruturas associadas (a) ao Estado, às Regiões Autónomas e às autarquias locais; (b) a todas as entidades sujeitas à tutela ou superintendência de órgãos do Estado, das Regiões Autónomas ou das autarquias locais, que exerçam funções administrativas, revistam ou não carácter empresarial, bem como às empresas públicas e às concessionárias, nomeadamente as que atuem na área das infraestruturas rodoviárias, ferroviárias, portuárias, aeroportuárias, de abastecimento de água, de saneamento e de transporte e distribuição de gás e de eletricidade, e (c) a outras entidades que detenham ou explorem infraestruturas que se integrem no domínio público do Estado, das Regiões Autónomas e das autarquias locais.

6 Os contratos celebrados com o Estado para cada zona abrangeram uma rede de comunicações eletrónicas de alta velocidade que garanta uma cobertura de, pelo menos, 50 % da população nos concelhos abrangidos pelas adjudicatárias e a disponibilização de serviços de comunicações eletrónicas aos utilizadores finais, com um débito mínimo de 40 Mbps.

7 Disponível em:

<https://www.anacom.pt/>.

das condições de preço e de qualidade de serviço oferecidas na ORAC, na publicação do Decreto-Lei n.º 123/2009, de 21 de maio⁵, e no incentivo genérico ao coinvestimento;

- b) aprofundamento dos modelos de parceria público-privada para desenvolvimento das NGN em áreas rurais — o que teve consequência nos concursos públicos internacionais lançados, logo em 2009, pelo Estado, tendo em vista a celebração de contratos para a instalação, gestão, exploração e manutenção de redes de comunicações eletrónicas de alta velocidade em cinco áreas geográficas (zona Centro, zona Norte, zona Alentejo e Algarve, zona Açores e zona Madeira), de forma a colmatar as falhas de mercado nestas regiões no acesso a NGN⁶,
- c) endereçamento das «barreiras verticais», designadamente nova legislação, garantindo direito à partilha da infraestrutura de fibra instalada em edifícios; regras uniformes de negociação com os condomínios, apoiada por legislação que garanta o direito de passagem da fibra quando solicitado pelos moradores; regras claras de propriedade e usufruto dos cabos dentro do edifício; oferta de referência para serviços de operação e manutenção da fibra interna a edifícios; normalização de pontos de flexibilidade que permitam aos operadores ligarem os seus cabos óticos de distribuição até à fibra que chega ao apartamento — o que resultou na revisão dos regulamentos de infraestruturas de telecomunicações em edifícios (ITED) e de infraestruturas de telecomunicações em loteamentos, urbanizações e conjuntos de edifícios (ITUR).

Estudo sobre separação vertical funcional no sector das comunicações eletrónicas — Quais as implicações para o mercado português?

Este estudo foi realizado num contexto em que um assunto premente da agenda política e regulatória, quer em Portugal quer na generalidade dos Estados-Membros da União Europeia, era averiguar em que medida a obrigação de separação vertical poderia ser adequada para endereçar os problemas decorrentes do poder de mercado significativo do operador histórico nos mercados de banda larga (BL) de acesso local e grossista, bem como para permitir ao regulador concretizar o seu objetivo estatutário de promover a concorrência nas comunicações.

As conclusões deste estudo, publicado em 2009, sugeriram que — face à magnitude dos custos envolvidos e à complexidade das diferentes opções de separação⁸ (sendo que a mais exigente poderia ter como consequências negativas a rutura do serviço ou deterioração significativa da qualidade do serviço) — a avaliação dos custos e benefícios relacionados com os resultados do mercado, os incentivos ao investimento e o processo regulamentar estavam ainda sujeitos a um elevado grau de incerteza (em particular, porque não era possível comprovar que a frequência e extensão das práticas discriminatórias praticadas pelo operador histórico e apontadas no estudo eram suficientes para justificar uma separação vertical).

Estudo sobre o valor económico do espectro radioelétrico⁹

O objeto deste estudo foi a estimação do valor económico privado do espectro radioelétrico, em especial nas faixas de frequências destinadas aos serviços móveis (visto o crescimento da utilização desses serviços ser o principal fator dinamizador da crescente procura por espectro).

Quanto aos objetivos do estudo, destacaram-se a:

- a) determinação do valor económico das diferentes faixas de frequências destinadas a serviços específicos;
- b) quantificação dos custos de «transferência dos utilizadores/operadores/prestadores» existentes numa determinada faixa de frequências;
- c) identificação dos principais impulsionadores do crescimento da procura por espectro radioelétrico no futuro;
- d) análise qualitativa e quantitativa do impacto de fatores como o comércio e transmissão de espectro radioelétrico, a partilha de espectro, a procura por serviços sem fios que utilizam espectro radioelétrico, entre outros, que influenciam o valor do espectro em cada uma dessas faixas.

No âmbito da realização do estudo e tendo em conta a prossecução dos objetivos supramencionados, foram elaborados dois modelos diferentes para a estimação do valor económico do espectro. O primeiro modelo consistia em calcular o custo de oportunidade baseando a estimação no custo dos elementos de rede (e.g. estações base) adicionais que são evitados pela compra de uma quantidade apropriada de espectro radioelétrico e por receita adicional possibilitada pelo espectro adicional. Já o segundo modelo, de *benchmarking* (removendo-se leilões não competitivos e *outliers*), baseou-se na análise dos valores pagos em leilões de espectro radioelétrico realizados recentemente, no próprio país e também em países comparáveis, em frequências de banda similares.

Este exercício reforçou consideravelmente a capacidade de a ANACOM compreender de forma holística e prospetiva o valor económico do espectro e, concomitantemente, preparar adequada e tempestivamente as condições que permitirão a próxima implementação de redes 5G no país.

Estudo sobre custos de mudança de prestador de serviços de comunicações eletrónicas faturados conjuntamente¹⁰

Na senda de outros estudos sobre a mesma matéria, desenvolvidos internamente pela DAC-Área de Estudos, esta obra permitiu identificar pontos de melhoria e atuação regulatória futura em sede do processo de mudança de prestador de serviços de comunicações eletrónicas.

Neste contexto, para além de uma revisão da literatura, foi realizado um conjunto de entrevistas aprofundadas, permitindo analisar esta problemática do lado da oferta (aos principais prestadores de serviços, entidades reguladoras, entidades públicas nacionais, associação de consumidores e fabricantes de equipamentos) e um inquérito quantitativo a uma amostra representativa de 3440 utilizadores segmentados de acordo com a sua situação relativa à mudança de prestador nos últimos 24 meses¹¹ e a sua situação sociodemográfica¹².

A satisfação com a oferta de serviços disponibilizada pelos vários prestadores, no que concerne ao número, tipo e combinação de serviços, apresentou avaliações positivas e, globalmente, o processo de mudança em Portugal, não foi considerado complicado. Os aspetos mais problemáticos subsistentes centram-se no cancelamento do contrato, nas despesas associadas ao período de fidelização e na morosidade dos contactos com o prestador do qual se vai mudar. Em especial, este último aspeto foi endereçado, em parte, através da geração de um código de validação da portabilidade prevista na decisão da ANACOM de

8 O estudo analisou detalhadamente sete opções possíveis de separação.

9 Este estudo foi considerado confidencial e, por conseguinte, não foi publicado.

10 Disponível em: <https://www.anacom.pt/>.

11 Isto é: (a) mudaram de prestador; (b) ponderaram mudar mas não mudaram de prestador; e (c) não mudaram de prestador.

12 Isto é, por género, classe etária, região, nível de escolaridade, situação profissional e dimensão do agregado familiar.

13 de abril de 2018, a qual aprovou o regulamento de alteração do Regulamento da Portabilidade¹³. Como fatores mais impactantes e que têm grande influência na decisão de mudança, destacaram-se a cobertura geográfica de rede, a dupla faturação (pagamento de mensalidades aos dois prestadores durante o processo) e as despesas devido ao período de fidelização.

Estudo sobre a adesão e o impacto das e-iniciativas¹⁴

Este trabalho, desenvolvido pela KPMG e publicado em 2010, atualizou um estudo realizado pela ANACOM com meios internos e publicado em 2009¹⁵ – no âmbito das funções de assessoria ao Governo da República e de acompanhamento do mercado – sobre o impacto das e-iniciativas (integrando os programas e-escola, e-professor e e-oportunidades) e a avaliação das políticas relacionadas, no que à adesão e utilização de tecnologias de comunicação (nomeadamente a BL) diz respeito, com vista à eventual identificação de medidas para otimização do projeto.

Os resultados do inquérito realizado sugeriram a existência de impactos diretos positivos sobre os aderentes e os seus agregados familiares (em especial no que concerne a uma maior regularidade de utilização do computador e da Internet) e permitiram também identificar alguns pontos de melhoria (relacionados, em especial, com o serviço pós-venda e com certas condições de serviço), num programa que teve um elevado impacto público e um forte mediatismo.

As taxas de adesão, em especial no programa e-escola, tendiam a ser maiores nas regiões do interior do que no litoral, o que sugeriu que as e-iniciativas potenciaram a adesão em zonas onde a adesão à BL disponibilizada em condições comerciais normais tinha sido mais lenta.

O fator custo surgiu, de acordo com os resultados do inquérito efetuado, como um dos principais motivadores da adesão, a qualquer um dos programas que compunham as e-iniciativas, sendo que a mobilidade (e.g. computador portátil e Internet móvel) e que foi também relevante para um número expressivo de aderentes aos programas e-escola e e-professor.

Globalmente, os resultados do inquérito realizado no âmbito do estudo apon-tavam para que cerca de 4/5 dos aderentes se podiam considerar «adeptos» das e-iniciativas¹⁶.

Estudo sobre pacotes de serviços de comunicações eletrónicas em Portugal¹⁷

Na sequência do *spin-off* da Zon Multimédia em relação ao Grupo PT, ocorrida no final de 2007, a oferta de serviços em pacote dinamizou os mercados de comunicações eletrónicas e alcançou uma penetração significativa nos lares (no final de 2009, mais de 1/3 dos agregados familiares em Portugal tinha um pacote de serviços), tendo as ofertas em pacote de serviços impulsionado o mercado da BL e contribuído para reduzir drasticamente a tendência de desli-gamento dos acessos telefónicos fixos, a qual, em Portugal, já se verificava há alguns anos.

Após uma revisão de literatura, apontando vantagens e desvantagens das ofertas de pacotes de serviços, este estudo (concluído em 2011) efetuou uma modelização econométrica, aproveitando ao máximo a informação estatística e de mercado então disponível sobre «pacotes» na ANACOM (a qual não abundava), tendo concluído que, de acordo com as suas características, os consumidores

¹³ Disponível em: <https://www.anacom.pt/>.

¹⁴ Disponível em: <https://www.anacom.pt/>.

¹⁵ Disponível em: <https://www.anacom.pt/>.

¹⁶ Entendem-se por «adeptos» os indivíduos aderentes que revelam satisfação com a iniciativa, cumprimento das expectativas iniciais, contributo positivo da mesma para as atividades diárias e disponibilidade à sua recomendação.

¹⁷ Disponível em: <http://comunicar.icp.pt/>.

que têm um pacote de serviços no agregado familiar parecem dividir-se em duas categorias: (a) aqueles que não tinham um pacote de serviços ou que tinham um pacote sem serviço de acesso à Internet, e (b) aqueles que tinham um pacote incluindo serviço de acesso à Internet (*double* ou *triple play*). Face ao primeiro grupo, o segundo parecia ser mais jovem e instruído, de classes sociais mais elevadas e estando empregados. No tocante aos serviços que compõem o pacote, o serviço telefónico fixo (STF) parecia ser o serviço ao qual os consumidores atribuíam menor valor, tanto assim que a proporção de pedidos de portabilidade do número fixo era maior quando o STF era adquirido de forma isolada, face à sua aquisição em pacote de serviços.

Tendo este estudo chamado a atenção para as limitações da informação disponível na ANACOM sobre as ofertas de pacotes de serviços, a ANACOM passou, a partir do primeiro trimestre de 2011, a recolher informação trimestral sobre essas ofertas junto dos prestadores de serviços e a procurar apurar através de dados de inquérito as principais motivações para adesão dos consumidores a pacotes de serviços, permitindo assim alcançar uma melhor compreensão sobre o funcionamento do mercado e sobre a sua evolução futura e suportar melhor as análises de mercados suscetíveis de regulação *ex ante*.

Estudo sobre a qualidade da BL em Portugal (dados speedtest)¹⁸

Até à realização deste estudo, em 2011, a ANACOM apreciava a qualidade do serviço de acesso à Internet apenas com base em medições físicas, método que, ainda que possivelmente mais robusto, se circunscrevia a áreas geográficas muito limitadas e tinha um custo elevadíssimo. Deste modo, na linha de estudos anteriores efetuados noutros países pela Universidade de Oviedo e pela Universidade de Oxford, adquiriu-se informação à Ookla¹⁹ sobre os resultados de testes (cerca de 7,5 milhões) realizados entre 2006 e meados de julho de 2010, por utilizadores com endereço IP português, os quais testaram os débitos e a latência dos seus acessos nos servidores (localizados em Portugal ou no estrangeiro) do *speedtest*.

Concluiu-se que, em média, os débitos e a latência dos acessos em BL tinham vindo a melhorar em Portugal de forma muito significativa, sejam acessos fixos residenciais ou acessos móveis. Entre maio de 2007 e meados de julho de 2010, o débito descendente médio dos acessos fixos residenciais à Internet aumentara de 4,2 Mbps para 16,0 Mbps, o débito ascendente médio aumentou de 0,3 Mbps para 1,6 Mbps e a latência média diminuiu de 108 ms para 42 ms. No mesmo período, o débito descendente médio dos acessos móveis registou um aumento de 0,6 Mbps para 1,8 Mbps, o débito ascendente médio aumentou de 0,1 Mbps para 0,5 Mbps e a latência média diminuiu de 283 ms para 201 ms. Também na parte relativa ao acesso de BL internacional se registaram melhorias.

Esta melhoria nos indicadores, traduzida por um aumento generalizado dos débitos e redução da latência no período considerado, verificou-se em todas as regiões e concelhos do país, ainda que de forma heterogénea. O aumento foi mais acentuado nas zonas do litoral, mais populosas e onde existe mais concorrência. Os avanços verificados no acesso à Internet de BL, sendo um reflexo de investimentos em rede efetuados por operadores, ocorreram a par com uma maior escolha para os consumidores e com menores preços (para ofertas comparáveis).

¹⁸ Disponível em: <http://comunicar.icp.pt/>.

¹⁹ Empresa detentora do serviço *Speedtest*.

Estudo sobre questões concorrenciais e de regulação no mercado do serviço telefónico móvel²⁰

Este estudo desenvolvido pela Indera – Estudos Económicos, L.^{da}, a pedido da ANACOM, foi publicado em 2015 e incidiu sobre o impacto no mercado, na concorrência e nos consumidores das reduções dos preços de terminação nas redes móveis (PTM), tendo-se repartido em duas vertentes:

- a) faturação²¹ – relativa aos efeitos de redução do PTM nos prestadores de serviço telefónico móvel (STM) e nos consumidores finais (em termos de elasticidades-preço da procura e variações do excedente do consumidor);
- b) inquirição – na ótica do utilizador do STM, designadamente quanto a fatores sobre a adesão e permanência na rede do prestador de STM, fatores de valorização do *roaming* e substituíbilidade entre chamadas de voz por Internet e entre o STM.

²⁰ Disponível em: <https://www.anacom.pt/>.

²¹ Dados de faturação mensal dos principais prestadores de STM reportados a uma amostra de 1000 clientes por prestador no período compreendido entre setembro de 2012 e agosto de 2013.

²² Esta redução vem na sequência de uma decisão da ANACOM de maio desse ano que determinou uma descida continuada dos PTM de 0,5 cêntimos por trimestre.

²³ Nas comunicações intra-rede, de uma forma geral, não se verificaram alterações no valor cobrado por minuto. Existiram, em alguns casos, aumentos do valor cobrado pelos operadores móveis pelo minuto marginal que oscilam entre os 3 e os 9 %. No entanto, estes aumentos só se verificaram para tarifários onde o valor do minuto marginal intrarrede já era elevado e que consequentemente tinham pouco peso na população.

²⁴ Os efeitos nos preços de retalho verificados na amostra são aumentos da ordem dos 18 cêntimos a mais por mês por cliente, ou seja, uma ordem de magnitude quase dez vezes superior ao efeito nos custos dos operadores.

²⁵ Designado «efeito de clube».

²⁶ Disponível em: <https://www.anacom.pt/>.

O estudo sobre dados de faturação foi particularmente relevante na medida em que conclui ser muito implausível que os aumentos de preços de retalho dos prestadores de STM registados nas chamadas inter-redes (na ordem dos 3 % por minuto marginal)²² decorressem de uma redução de PTM de 0,5 cêntimos por minuto (determinada pela ANACOM com efeitos a partir de 31 de dezembro de 2012)²³. Ficou assim afastada – tanto pela falta de nexo de causalidade como pela própria ordem de magnitude²⁴ – a possibilidade de ocorrência do designado efeito *waterbed* (o qual essencialmente teoriza que os prestadores aumentam os preços retalhistas para compensar reduções regulatórias de preços grossistas), justificando-se as medidas da ANACOM no sentido da redução continuada de PTM.

Quanto ao estudo baseado em dados de inquirição, destacou-se sobretudo que todas as variáveis analisadas e que definem um determinado produto de STM (a presença de amigos e familiares na mesma rede²⁵; a dimensão de mercado do operador; o período de fidelização; a mensalidade; o preço por minuto intra-rede e o preço por minuto inter-rede móvel) confirmaram o efeito esperado na procura de STM e são significativas (exceto o «efeito de clube»). Apesar de os efeitos de rede puros e os efeitos da duração do período de fidelização serem estatisticamente significativos, a sua reduzida magnitude aponta para uma reduzida significância em termos económicos. Embora os «efeitos de clube» não sejam *per se* significativos, os consumidores são mais sensíveis a variações no preço dentro da rede do que a variações do preço fora da rede pelo que parte de um efeito de clube pode estar já traduzido nesta sensibilidade. Em concreto, a valorização do minuto intrarrede é o dobro da valorização do minuto inter-rede (e.g., um decréscimo de um cêntimo no preço por minuto intra-rede é equivalente, aos olhos dos consumidores, a um decréscimo de 2 cêntimos no preço inter-rede).

Estudo sobre as necessidades dos utilizadores quanto ao acesso a estabelecimentos postais e outros pontos de acesso à rede²⁶

Este trabalho, desenvolvido pela IMR e publicado em 2017, teve por objeto a identificação e avaliação das necessidades dos utilizadores de serviços postais relativamente à acessibilidade a estabelecimentos postais em Portugal, outros pontos de acesso à rede postal afeta à concessão (marcos e caixas) e ofertas mínimas de serviços, incluindo horários mínimos de funcionamento dos estabelecimentos postais.

No âmbito deste estudo, foram efetuadas quinze entrevistas aprofundadas a clientes empresariais, cinco grupos de foco a clientes residenciais e um inquérito amostral a 6480 indivíduos (dos quais 3240 clientes empresariais e 3240 clientes residenciais).

Para além de se ter levado a cabo uma boa revisão da literatura, os objetivos fundamentais do estudo foram: (a) a especificação das necessidades dos clientes residenciais e empresariais, incluindo receptividade a novas soluções de configuração da rede, e (b) a identificação do impacto das necessidades dos utilizadores na regulação.

As conclusões, abaixo sintetizadas, foram importantes porque permitiram — em conjugação com outro estudo sobre as necessidades dos consumidores de serviços postais publicado pela ANACOM no mesmo ano²⁷ — alcançar uma maior compreensão das necessidades dos utilizadores face à evolução do sector postal a médio prazo, contribuindo para gizar políticas públicas e regulatórias mais bem qualificadas.

A localização dos estabelecimentos postais não é exclusivamente concentrada nas zonas com maior capacidade para gerar negócio. Paralelamente, os movimentos de liberalização e privatização que estão a caracterizar o sector, conjugados com a diminuição de tráfego e de clientes por ponto de acesso à rede, pressionam o encerramento dos estabelecimentos postais menos eficientes, podendo gerar desequilíbrio face aos requisitos impostos pelo serviço postal universal.

De forma similar ao já detetado noutros países, em Portugal existem consumidores residenciais que resolvem alguns assuntos do quotidiano através dos estabelecimentos postais (por exemplo, efetuam pagamentos, aplicações financeiras, compra de produtos não postais), sendo mais prevacentes nas zonas rurais e entre os clientes com mais idade. No entanto, também os clientes residenciais mais jovens estão a estabelecer contacto com os operadores postais e com os estabelecimentos postais por efeito do envolvimento crescente com compras eletrónicas e consequente necessidade de receber e expedir encomendas, aumentando assim o potencial de captação destes para outros produtos e serviços.

São as necessidades de expedição que geram o acesso aos estabelecimentos postais por parte dos clientes empresariais. Para estes, a necessidade de acesso aos estabelecimentos postais tende a diminuir, de forma a que cerca de 25 % dos clientes prevê diminuição do tráfego de correio físico nos próximos dois anos.

Os clientes não valorizam os gastos com a deslocação²⁸. Em média, os clientes residenciais consideram adequada a deslocação de 4 km (ida e volta) para aceder a estabelecimentos postais, ainda que 50 % refiram até 2 km. Um eventual aumento de distância de 5 km relativamente à atual distância, para aceder através de carro, provocaria reação negativa em 70,6 % dos clientes residenciais e em 57 % dos clientes empresariais, os quais adotariam outras soluções (digitais, por exemplo) ou reduziriam os envios atuais.

Em média, a predisposição para pagar uma taxa anual como forma para manter a atual dimensão da rede postal é verificada em apenas 15 % dos clientes residenciais e empresariais, com pagamento respetivamente de € 4,8 e € 10,6. Desta forma, em alternativa ao pagamento de anuidade de € 5 (€ 30 nos clientes empresariais), a maioria dos clientes estaria disponível para suportar uma redução do «horário das estações, um acréscimo de 10 minutos na distância»

²⁷ Disponível em: <https://www.anacom.pt/>.

²⁸ Em média, apenas 5,9 % dos clientes residenciais e 5 % dos clientes empresariais têm perceção do gasto com a deslocação, estimando em média, respetivamente, € 1,76 e € 2,75.

tempo, ou um acréscimo no tempo de espera nas estações. Apenas metade dos clientes está disponível ao pagamento de anuidade de € 5 (€ 30 nos clientes empresariais) para não ter uma degradação generalizada nas condições de acesso à rede postal.

Na perspetiva dos clientes residenciais e empresariais, não é necessário alterar a configuração da densidade e características da rede postal atual, sendo que 77,5 % dos clientes residenciais e 85,1 % dos clientes empresariais estão satisfeitos com as características da rede postal.

Estudo sobre a satisfação dos clientes externos da ANACOM²⁹

Este estudo, publicado em 2015, foi desenvolvido pelo Instituto Superior de Estatística e Gestão da Informação da Universidade Nova de Lisboa (ISEGI-UNL) em parceria com a Qdata – Recolha e Tratamento de Dados, tendo incidido sobre a satisfação dos clientes externos da ANACOM, nas vertentes «clientes projetistas e instaladores de ITED-ITUR» e «utilizadores do serviço de solicitações» (e.g., reclamações e pedidos de informação).

Os objetivos do estudo foram os seguintes:

- a) avaliar a qualidade percebida dos serviços e identificar sugestões de melhoria;
- b) determinar o nível de satisfação dos clientes externos com os serviços e identificar e quantificar a importância dos determinantes da satisfação e da confiança nos serviços;
- c) identificar os pontos fortes, constrangimentos e áreas prioritárias de atuação para melhorias nos serviços prestados, tendo em vista um aumento da satisfação e confiança do serviço por parte do utilizador;
- d) analisar os utilizadores no seu conjunto, bem como realizar uma análise independente por segmentos relevantes;
- e) avaliar a imagem da ANACOM;
- f) identificar a opinião e conhecimento dos clientes externos relativamente às ações desenvolvidas pela ANACOM, bem como avaliar o impacto dessas ações e identificar os segmentos alvo para a sua realização;
- g) especificamente para os clientes do serviço de solicitações, avaliar as suas expectativas quanto à atuação da ANACOM, distinguindo a insatisfação com o serviço ou operador e a insatisfação com a intervenção da ANACOM.

O estudo, tendo apontado a resultados positivos na satisfação dos projetistas e instaladores de ITED-ITUR e a resultados negativos na satisfação dos utilizadores do serviço de solicitações, foi importante pelo menos por duas ordens de motivos.

Em primeiro lugar, contribuiu para atenuar um certo receio de ver o trabalho da ANACOM avaliado de forma sistematizada. Inicialmente, gerou-se alguma resistência interna porque se pressupôs que os projetistas e instaladores ITED e ITUR, na medida em que eram fiscalizados e, em especial, os que eram sancionados, teriam de se encontrar necessariamente insatisfeitos. Similar resistência foi suscitada no concernente à avaliação da satisfação com o tratamento das solicitações, admitindo-se que as pessoas que reclamam estariam, por natureza, insatisfeitas.

²⁹ Disponível em:
<https://www.anacom.pt/>.

Em segundo lugar, permitiu identificar, em particular no tocante às solicitações, aspetos em que os clientes externos consideravam que a atuação da ANACOM deixava muito a desejar e, por conseguinte, contribuiu para iluminar pontos de melhoria cujo endereçamento apropriado permitiria tornar o funcionamento desta autoridade mais eficiente. De entre esses pontos de melhoria, poder-se-iam salientar designadamente os seguintes: (a) A ANACOM não parece genuinamente preocupada com os utilizadores; (b) a satisfação global era muito fraca, em especial quando comparada com um «serviço ideal»; (c) a contribuição para a resolução/esclarecimento do problema era fraca, e (d) a realização das expectativas era baixa.

3. Conclusão

Num período de cerca de 11 anos, o GEP e a DAC-Área de Estudos desenvolveram um conjunto de estudos que marcaram a evolução do sector e apoiaram as atividades de regulação, supervisão, fiscalização e assessoria desempenhadas pela ANACOM. Isto demonstra a relevância dos estudos e do planeamento estratégico para a evolução da ANACOM e o seu funcionamento eficaz face a um ambiente externo em constante e célere mudança, no qual esta autoridade funciona também como um catalisador da própria mudança.

