

Resposta à consulta pública sobre os parâmetros de qualidade de serviços e objetivos de desempenho associados à prestação do Serviço Postal Universal

SPD

5 de setembro de 2014

PREÂMBULO

A Associação Portuguesa de Imprensa (APImprensa) representa mais de 400 editores de jornais e revistas que anualmente enviam por correio mais de 70 milhões de publicações periódicas, livros e outras peças de comunicação, tais como convites para assinaturas, faturas de assinaturas e de publicidade, renovações de assinaturas e outro expediente habitual nas empresas.

Esta tomada de posição da APImprensa é a sétima sobre matérias relacionadas com a atividade postal.

Sem querermos por em causa o calendário escolhido pelo ICP-Anacom no que diz respeito à época do ano em que as instituições estão menos preparadas para analisar documentos com a novidade e a complexidade dos que foram submetidos a consulta pública, não podemos deixar de reforçar um pedido em jeito de sugestão, que já consta de anteriores participações nesta actividade de representação da sociedade civil, que consideramos de grande mérito e indispensável para o melhor funcionamento da administração pública e dos mercados:

Dada a novidade deste tipo de regulação num mercado recentemente totalmente liberalizado e a caminho da privatização do operador histórico o que vai reflectir mudanças estruturais e empresariais profundas, como é o caso da distribuição postal, a realização de audiências prévias, ou de reuniões mais informais, com os representantes dos stakeholders contribuiria para uma melhor preparação da

participação da sociedade civil nesta importantíssima actividade de transmitir pontos de vista essenciais para uma melhor regulação.

Aproveitando o facto de esta oportunidade ser a sétima deste novo ciclo de ajustamento regulatório postal, reforçamos a anterior ideia já expressa em respostas a consultas públicas com a constatação que o sector das telecomunicações já passou pelo mesmo caminho e foram produzidas análises que do ponto de vista técnico e de avaliação de modelos representam uma importante densificação em relação a muitas das opções agora aplicadas ao sector postal.

Relativamente aos critérios e objetivos de desempenho propostos no presente SPD, a APImprensa vem chamar a atenção para o seguinte:

1. O nº 3 do art. 3º do Anexo prevê que a medição dos parâmetros da qualidade e respetivos indicadores de qualidade, é efetuada por uma entidade externa independente dos CTT, contratada pelos CTT, utilizando os métodos referidos nos nº 1 e 2 (do art. 3º).
2. Já em anteriores oportunidades a Associação exprimiu estranheza pelo facto de a entidade contratante dos estudos de medição, referidos no atrás citado nº 3 do art. 3º do Anexo ser a mesma que vai ser avaliada.

Esta disposição, apesar de prevista na lei, contraria, a nosso ver, as regras básicas de transparência definidas internacionais como a OCDE, aceites e implementadas pelo Estado Português.

3. Sublinhamos que esta nossa perceção é reforçada pelos resultados de um inquérito realizado durante o mês de agosto último junto dos associados que utilizam os CTT para a sua distribuição postal, que indica que com exceção dos envios por correio azul, todas as outras modalidades atingem percentagens de regularidade abaixo dos 60 por cento, completamente distinta dos objetivos que se estabelecem, para o futuro, nesta decisão da ANACOM.

Proposta:

Face ao exposto propomos que ao art. 3º seja aditado um nº 4 com a seguinte redacção:

“Para efeitos da realização dos estudos de medição dos parâmetros de qualidade referidos neste artigo, os CTT deverão promover a existência de uma comissão de acompanhamento, em que participem entidades representativas dos utilizados, a qual deverá emitir um parecer sobre a forma como cada estudo foi realizado, parecer este que deverá ser também enviado ao ICP-ANACOM e fazer parte da informação referida no art. 6º e nos termos do nº 2 e do nº 4 do art. 5º.”

Para conhecimento, junta-se em anexo o inquérito realizado pela Associação Portuguesa de Imprensa sobre a preceção da qualidade em agosto de 2014.

ANÁLISE DO INQUÉRITO

A) JPP enviados pelos CTT no último ano 11.983.836 (ano)

B) Utilização da Cláusula 5ª do Acordo Postal 92%

C) Percepção da qualidade do serviço ao nível da utilização

1	Muito satisfatória	0%
2	Satisfatória	75%
3	Insatisfatória	21%
4	Nada satisfatória	4%

	Universo	Conctatos	%
Inquérito API (8/2014)	355 (Publicações)	76 (Publicações)	21,41%
Inquérito CTT (12/2012)	3.500.000 (Lares)	1.374 (Lares)	0,04%

D) Serviços postais utilizados pelas editoras nos CTT

1	Jornais e Publicações Periódicas	89%
2	Correio normal	55%
3	Cobranças postais	21%
4	Jornais e Publicações Periódicas Azul	0,7%
5	Correio expresso	3%
6	Publicidade endereçada	0%

E) Tráfego postal que os Editores recebem pelos CTT

1	Cartas	600.000
2	Publicidade endereçada	180.000
3	Facturas de fornecedores	390.000
4	Encomendas postais	230.000

F) Regularidade distribuição JPP por zonas geográficas

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Açores	Madeira	Média
Correio Azul	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Todos dias	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
2 em 2 dias	26%	11%	19%	22%	16%	15%	14%	18%
3 em 3 dias	23%	24%	16%	28%	29%	22%	25%	24%
Mais 3 dias	52%	66%	66%	50%	55%	63%	61%	59%

G) Satisfação com o atendimento e eficiência dos funcionários dos CTT

1	Muito satisfeito	3%
2	Satisfeito	89%
3	Insatisfeito	5%
4	Nada satisfeito	3%

H) O encerramento ou substituição de algumas Estações de Correio por Postos de Correio representa algum inconveniente para a sua empresa ou para os seus assinantes

1	Não	18%
2	Sim	38%
3	Algum inconveniente sem impacto no negócio	44%

I) Motivo de reclamações dos assinantes

1	Entrega em morada diferente	4%
2	Demora na entrega	67%
3	Extravio da publicação	20%
4	Desentendimento com o carteiro	1%
5	Mau estado da publicação	4%
6	Outro	4%

J) Quantas reclamações recebeu, reclamou aos CTT e a demora da resposta

1	Reclamações recebidas dos Assinantes	3.500
2	Reclamações feitas junto dos CTT	631
3	Média dias de resposta por parte dos CTT	10

L) Onde se faz a aceitação dos JPP

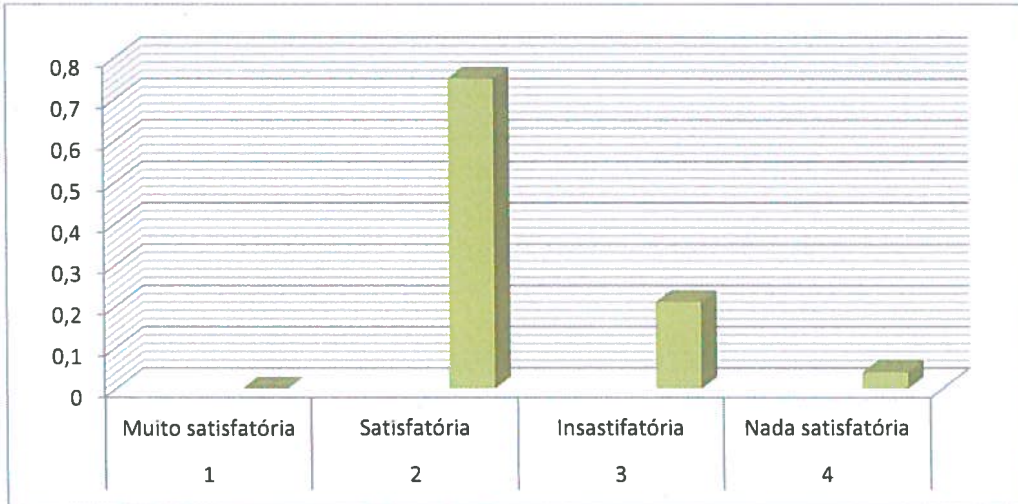
1	Nas Estações Postais	25%
2	Nos Centros de Distribuição Postal	75%

M) Quem faz a entrega dos JPP

1	O Editor	35%
2	A Gráfica onde são impressos as JPP	65%

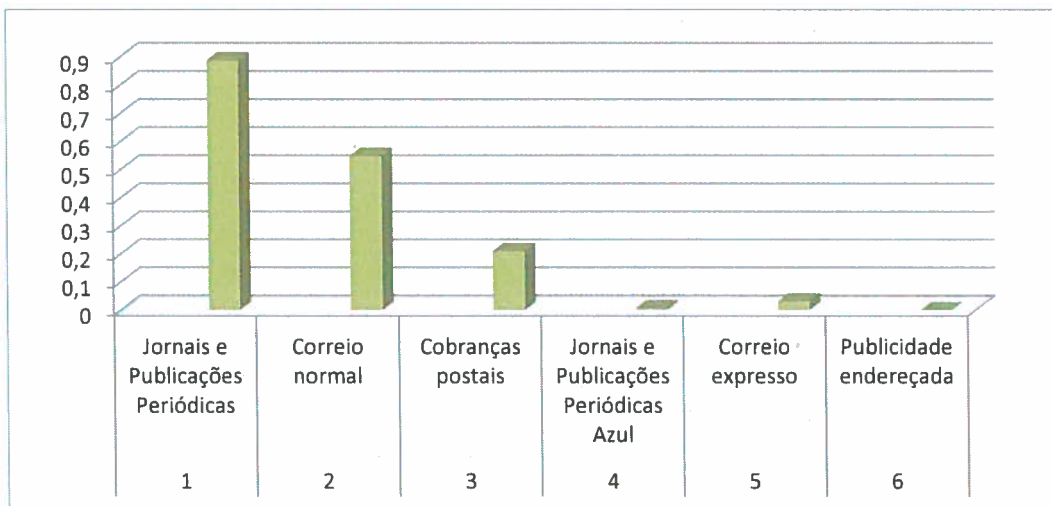
C) Percepção da qualidade do serviço ao nível da utilização

1	Muito satisfatória	0%
2	Satisfatória	75%
3	Insatisfatória	21%
4	Nada satisfatória	4%



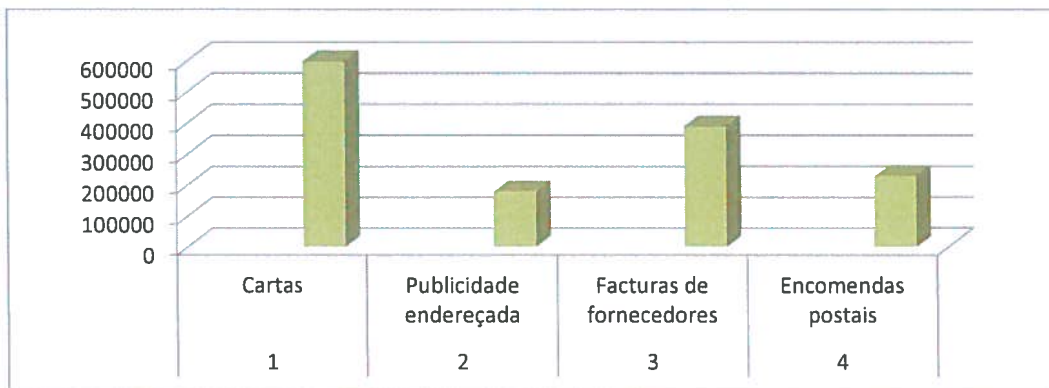
D) Serviços postais utilizados pelas editoras nos CTT

1	Jornais e Publicações Periódicas	89%
2	Correio normal	55%
3	Cobranças postais	21%
4	Jornais e Publicações Periódicas Azul	0,7%
5	Correio expresso	3%
6	Publicidade endereçada	0%



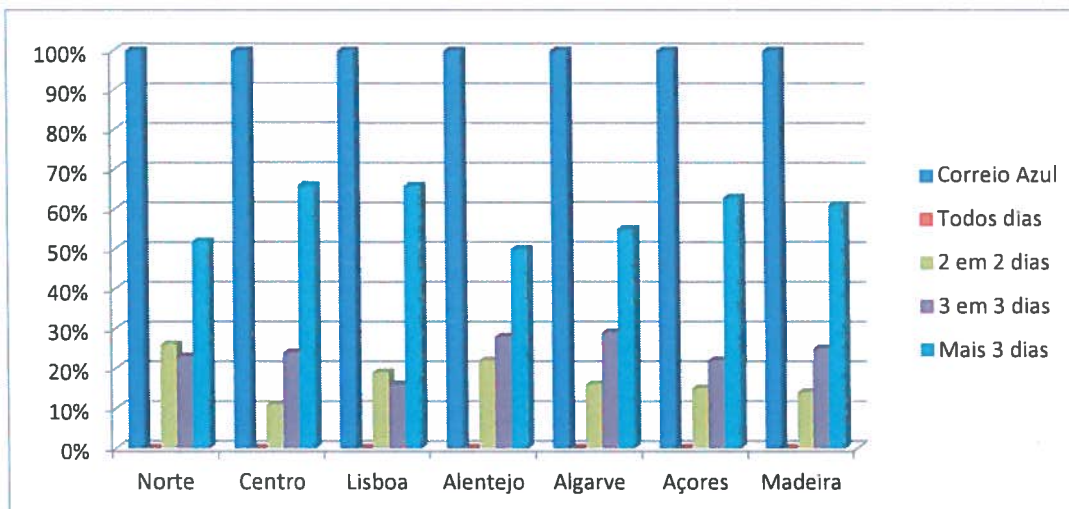
E) **Tráfego postal que os Editores recebem pelos CTT**

1	Cartas	600.000
2	Publicidade endereçada	180.000
3	Facturas de fornecedores	390.000
4	Encomendas postais	230.000



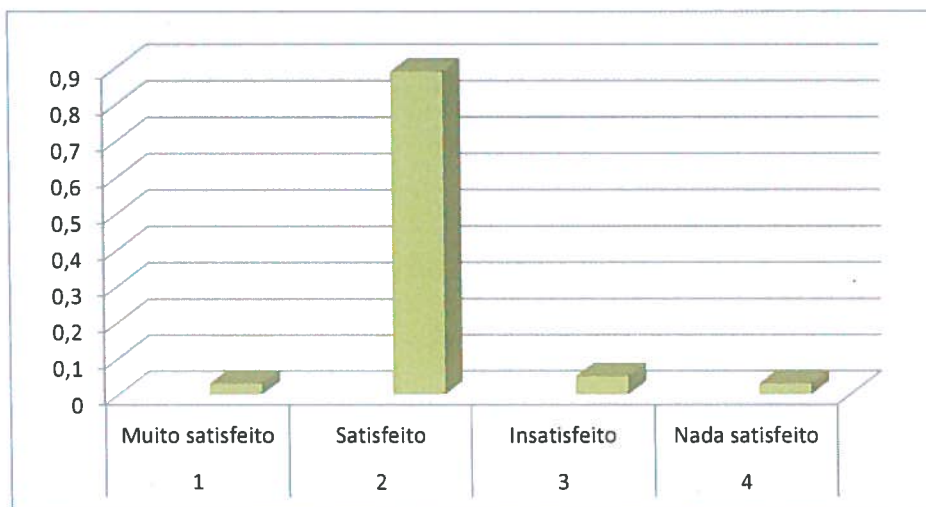
F) **Regularidade distribuição JPP por zonas geográficas**

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Açores	Madeira
Correio Azul	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Todos dias	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
2 em 2 dias	26%	11%	19%	22%	16%	15%	14%
3 em 3 dias	23%	24%	16%	28%	29%	22%	25%
Mais 3 dias	52%	66%	66%	50%	55%	63%	61%



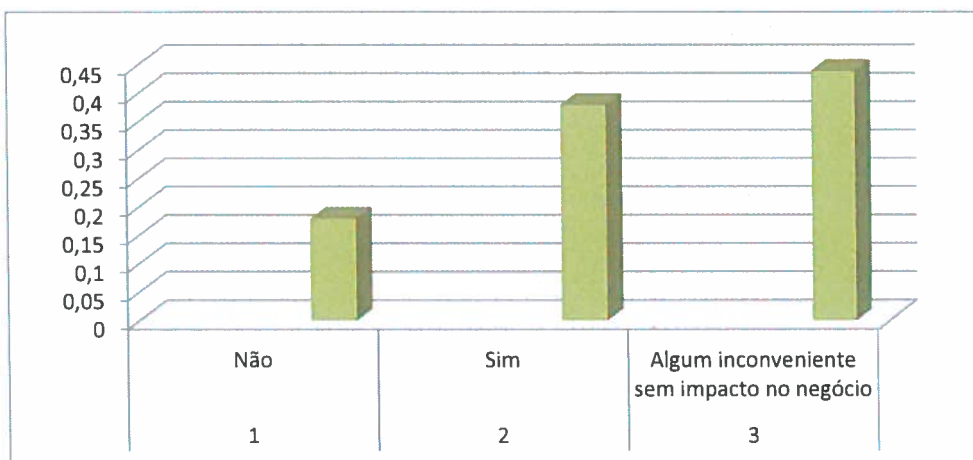
G) Satisfação com o atendimento e eficiência dos funcionários dos CTT

1	Muito satisfeito	3%
2	Satisfeito	89%
3	Insatisfeito	5%
4	Nada satisfeito	3%



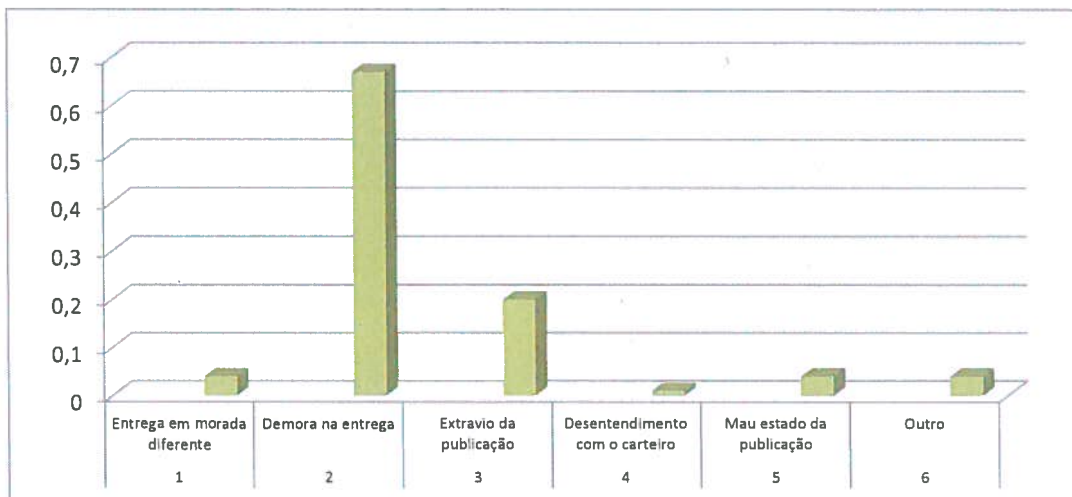
H) O encerramento ou substituição de algumas Estações de Correio por Postos de Correio representa algum inconveniente para a sua empresa ou para os seus assinantes

1	Não	18%
2	Sim	38%
3	Algum inconveniente sem impacto no negócio	44%



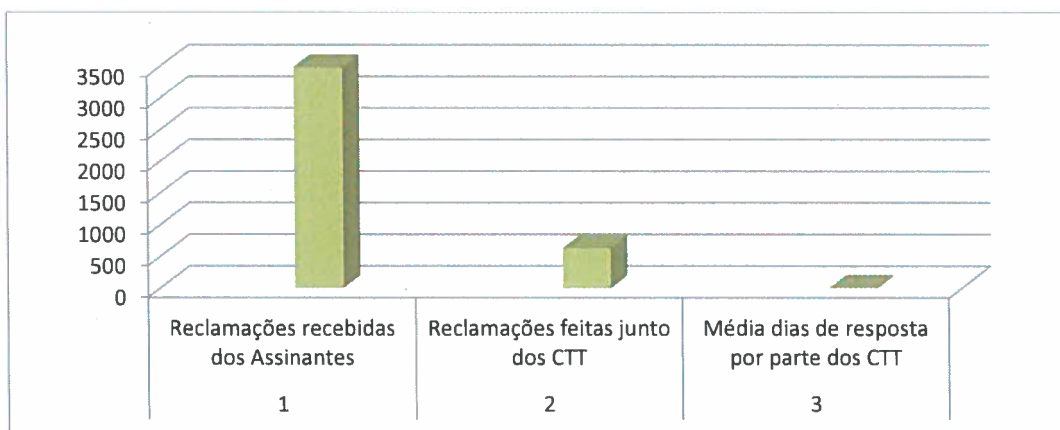
I) Motivo de reclamações dos assinantes

1	Entrega em morada diferente	4%
2	Demora na entrega	67%
3	Extravio da publicação	20%
4	Desentendimento com o carteiro	1%
5	Mau estado da publicação	4%
6	Outro	4%



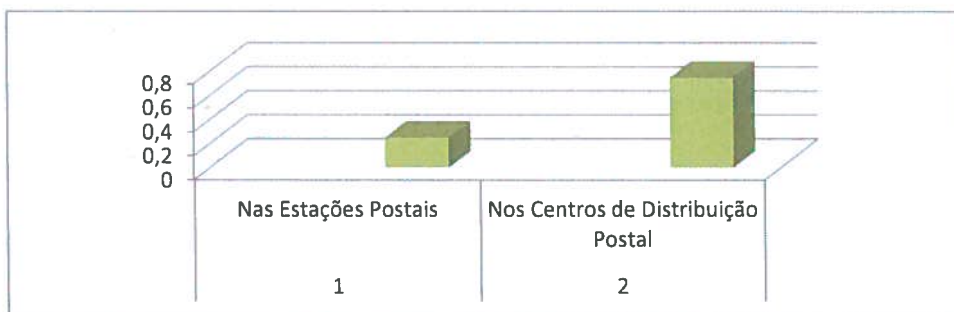
J) Quantas reclamações recebeu, reclamou aos CTT e a demora da resposta

1	Reclamações recebidas dos Assinantes	3.500
2	Reclamações feitas junto dos CTT	631
3	Média dias de resposta por parte dos CTT	10



L) Onde se faz a aceitação dos JPP

1	Nas Estações Postais	25%
2	Nos Centros de Distribuição Postal	75%



M) **Quem faz a entrega dos JPP**

1	O Editor	35%
2	A Gráfica onde são impressos as JPP	65%

