



João Bento
Presidente Executivo / CEO

18.SET.2019 052569

Exmo. Senhor,
Dr. João Cadete de Matos
M.I Presidente do Conselho de Administração da
ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações
Av. José Malhoa, 12
1099-017 Lisboa

Exmo. Senhor Presidente, *com Dr. João Cadete de Matos,*

Em resposta à consulta pública sobre o plano plurianual de atividades da ANACOM para o triénio de 2020-2022, junto envio, em anexo, os comentários dos CTT – Correios de Portugal, S.A.

Sem outro assunto, de momento, com os meus melhores cumprimentos, *o senhor*



CTT – CORREIOS DE PORTUGAL, S.A.
COMENTÁRIOS AO PLANO PLURIANUAL DE ATIVIDADES 2020-2022 DA ANACOM

I. INTRODUÇÃO

Os CTT congratulam-se com a oportunidade para apresentarem o seu contributo para o plano plurianual de atividades da ANACOM para o próximo triénio. A audição das partes interessadas é, neste contexto, uma boa prática regulatória, a qual poderia inclusivamente ser desenvolvida periodicamente, através de fóruns e discussões públicas com as entidades reguladas.

Contudo, quanto ao conteúdo do projeto de plano, não podem os CTT deixar de notar que o mesmo se dirige fundamentalmente ao setor das comunicações eletrónicas, como adiante se analisará em maior detalhe. A analogia entre os dois setores – comunicações eletrónicas e postal, que em tempos poderão ter revelado algumas afinidades – é cada vez mais desajustada, pelo que as orientações estratégicas, à exceção da que se prende com a proteção dos direitos dos utilizadores não deverão necessariamente coincidir.

Expõem-se de seguida os comentários específicos dos CTT às orientações estratégicas e às ações constantes do plano submetido a consulta pública.

II. ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS

- 1. *Contribuir para que todo o País obtenha o máximo benefício em termos de escolha, preço, qualidade e segurança dos serviços postais e de comunicações eletrónicas, através de uma regulação ativa e exigente que promova o investimento eficiente, facilite a partilha de infraestruturas e assegure uma concorrência leal e dinâmica.***

Esta orientação estratégica, podendo ser pertinente para o setor das comunicações eletrónicas, não serve o sector postal. Ao longo das últimas décadas, os dois setores, já fundamentalmente distintos na sua natureza, têm vindo a divergir de forma bastante acentuada. O setor postal não é uma indústria de rede de capital intensivo, mas uma indústria de trabalho intensivo, onde os elementos da infraestrutura são facilmente replicáveis, e que regista um baixo nível de barreiras à entrada no mercado e de custos afundados. Por outro lado, a procura está concentrada em grandes remetentes, como os bancos, seguradoras, *utilities* e Estado, enquanto que nas comunicações eletrónicas, a procura é dispersa, com um elevado número de clientes individuais. Finalmente, enquanto este último mercado cresce, e assegura as necessidades dos utilizadores, não sendo necessário definir obrigações de Serviço Universal (SU), no setor postal o mercado está em declínio e continua a ser necessário designar um prestador para o SU.



No que à concorrência diz respeito, no setor postal, e no que concerne ao correio, a mesma advém sobretudo de outros modelos de negócio, tais como os de operadores que servem áreas específicas, as mais lucrativas, de consolidadores de correio e das próprias comunicações digitais. Relativamente às encomendas, o mercado é altamente competitivo e não requer intervenção. Assim sendo, a promoção da concorrência à imagem do setor das comunicações eletrónicas é desadequada.

No setor postal o objetivo estratégico essencial será antes assegurar a prestação do serviço universal, de forma sustentável, reconhecendo a sua importância para a coesão social e territorial e o seu papel para a economia. Para tal é imperativo garantir a flexibilidade necessária para adaptar a operação postal e as obrigações do SU ao declínio da procura e à transformação do negócio, face ao aumento das encomendas e diversificação das volumetrias.

2. *Assegurar uma proteção máxima dos direitos dos utilizadores das comunicações, em todo o território e, em especial, junto das populações mais vulneráveis, através da promoção de um enquadramento regulatório que dê prioridade à informação e transparência e que desincentive e sancione más práticas.*

Os CTT consideram indiscutível a necessidade de definir a proteção dos utilizadores como uma prioridade. Os CTT partilham com a ANACOM os objetivos de assegurar o serviço universal no território nacional, mantendo a proximidade às populações e trabalhando continuamente na melhoria da qualidade de serviço. A este respeito cumpre apenas sublinhar que a ação regulatória deve ser proporcional aos fins que se destina prosseguir, sustentada em dados concretos relativos às necessidades dos utilizadores, e tomando em consideração a pronúncia de todos interessados, incluindo os regulados.

3. *Fortalecer e responsabilizar a regulação em Portugal, através do respeito integral pela sua autonomia, isenção e independência e da exigência de um cumprimento rigoroso da sua missão, nomeadamente através da partilha de informação e conhecimento e da promoção da eficiência e da economia de meios e recursos indispensáveis à assunção plena das suas responsabilidades*

Historicamente, a ação da ANACOM tem vindo a pautar-se pelos mais altos padrões de isenção e independência. Por outro lado, e concretamente no setor postal, a regulação é das mais exigentes, senão a mais exigente, da União Europeia e a ANACOM dispõe de equipas competentes e tecnicamente capazes e de amplos recursos que efetuam frequentes ações de fiscalização por todo país. Neste contexto, não sendo necessário fortalecer a regulação no setor postal, parece pertinente a "*partilha de informação e conhecimento e da promoção da eficiência e da economia de meios e recursos*".



Em qualquer caso, no setor postal, a regulação deve ser reforçada através do robustecimento da sua fundamentação, designadamente, através de dados que a sustentem e justifiquem adequadamente a necessidade e a proporcionalidade das medidas regulatórias atendendo aos fins a que as mesmas se destinam prosseguir, bem como a análise de “custo-benefício” de tais medidas que, em cada momento, o regulador se propõe impor aos regulados.

III. AÇÕES

Das 26 ações previstas no plano, apenas 2 (6 e 7) são específicas do setor postal e traduzem-se numa mera remissão para o que já resultaria das atribuições e competências da ANACOM. Relativamente à ação assinalada com o número 6, remete-se para o que se expôs acima, a propósito da orientação estratégica 1.

Dado o carácter genérico da redação de ambos os pontos, não é possível tecer comentários mais desenvolvidos. No entanto, e para melhor informar a atuação da ANACOM aí prevista, os CTT propõem incluir no plano de atividades a realização de um estudo sobre as necessidades dos utilizadores em Portugal, de modo a atualizar os dados do Estudo sobre as necessidades dos consumidores de serviços postais, realizado pelo Instituto de Marketing Research (IMR) em 2017. Sendo os últimos dados de 2016 e dada a dinâmica do mercado e queda acentuada do tráfego, parece fundamental atualizar os dados disponíveis. Tal exercício deveria também incluir uma análise mais aprofundada da valorização dos serviços postais pelos utilizadores do serviço ocasional, para aferir de forma mais exata as efetivas necessidades que as obrigações do SU devem suprir.

Uma melhor compreensão da evolução da procura e das necessidades dos utilizadores, permitiria uma regulação assente em factos objetivos, obtidos com rigor científico, através de estudos especializados, trazendo uma legitimidade acrescida à ação do regulador, bem como uma maior aderência das medidas regulatórias à realidade do mercado quer do lado da procura quer do lado da oferta.
