

ANACOM

AUTORIDADE
NACIONAL
DE COMUNICAÇÕES



**AUTORIDADE NACIONAL DE COMUNICAÇÕES (ANACOM)
DIREÇÃO FINANCEIRA E ADMINISTRATIVA
DIREÇÃO DE APOIO AO CONSELHO**

**CONCURSO PÚBLICO
PARA AQUISIÇÃO DE UM ESTUDO SOBRE AS NECESSIDADES DOS CONSUMIDORES
DE SERVIÇOS POSTAIS**

CADERNO DE ENCARGOS

JULHO 2016

**CONCURSO PÚBLICO PARA AQUISIÇÃO DE UM ESTUDO
SOBRE AS NECESSIDADES DOS CONSUMIDORES DE SERVIÇOS POSTAIS**

PARTE I – Condições Gerais

CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS

1. Apresentação	6
2. Objeto	6
3. Contrato.....	6
4. Preço	7
5. Prazo.....	7

CAPÍTULO II – OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

Secção I – Obrigações do prestador de serviços

Subsecção I – Disposições gerais

6. Obrigações principais do prestador de serviços.....	7
7. Prazo da prestação dos serviços.....	8
8. Equipa	8
9. Receção dos elementos a produzir ao abrigo do contrato	9
10. Transferência da propriedade.....	10
11. Conformidade e garantia técnica	10

Subsecção II – Dever de sigilo

12. Sigilo e diligência.....	10
13. Prazo do dever de sigilo	11

Subsecção III – Prevenção de conflito de interesses

14. Prevenção de conflito de interesses	11
---	----

Secção II – Obrigações da ANACOM

15. Preço contratual.....	12
16. Condições de pagamento.....	13

CAPÍTULO III – PENALIDADES CONTRATUAIS E RESOLUÇÃO

17. Penalidades contratuais.....	13
----------------------------------	----



18. Força Maior	14
19. Resolução por parte da ANACOM	15
20. Resolução por parte do prestador de serviços.....	16
CAPÍTULO IV – SEGUROS	
21. Seguros	16
CAPÍTULO V – RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS	
22. Foro Competente.....	17
CAPÍTULO VI – DISPOSIÇÕES FINAIS	
23. Subcontratação e cessão da posição contratual.....	17
24. Comunicações e notificações	17
25. Contagem de prazos	17
26. Legislação aplicável.....	18
PARTE II – Especificações Técnicas	
1. Enquadramento	20
2. Objeto do Estudo.....	30
3. Estrutura e objetivos do Estudo	31
4. Metodologia	34
4.1. Considerações gerais	34
4.2. Requisitos associados à metodologia	38
5. Necessidade de informação para input da análise.....	39
6. Entregáveis.....	40
7. Calendarização.....	41
Referências	42



ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Parâmetros de qualidade do serviço postal universal.....	23
Tabela 2: Vantagens e desvantagens das metodologias: questões tradicionais, avaliação contingente e preferências declaradas.	35
Tabela 3: Exemplo de escolha apresentado aos inquiridos por Rand Europe (2011).	37
Tabela 4: Relação entre indicador de ruralidade e indicador de vulnerabilidade.....	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tráfego postal total e correspondência (inclui correio editorial e publicidade endereçada) (em milhões de objetos postais).....	25
Figura 2: Proporção de correspondência versus encomendas no tráfego postal total em 2005 e em 2014.	26
Figura 3: Encomendas (em milhões de objetos postais).....	27
Figura 4: Principais necessidades dos utilizadores do sector postal	30



PARTE I
CONDIÇÕES GERAIS



CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

Cláusula 1.^a

Apresentação

A Entidade Adjudicante é a Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM), pessoa coletiva de direito público, com natureza de entidade administrativa independente, dotada de autonomia administrativa, financeira e de gestão, bem como de património próprio, com sede em Lisboa, na Avenida José Malhoa, n.º 12.

Cláusula 2.^a

Objeto

O presente caderno de encargos compreende as cláusulas a incluir no contrato a celebrar na sequência do procedimento pré-contratual que tem por objeto principal a aquisição de um estudo sobre as necessidades dos consumidores de serviços postais.

Cláusula 3.^a

Contrato

- 1 - O contrato é composto pelo respetivo clausulado contratual e os seus anexos.
- 2 - O contrato a celebrar integra ainda os seguintes elementos:
 - a) os suprimimentos dos erros e das omissões do caderno de encargos identificados pelos concorrentes, desde que esses erros e omissões tenham sido expressamente aceites pelo Conselho de Administração da ANACOM;
 - b) os esclarecimentos e as retificações relativos ao caderno de encargos;
 - c) o presente caderno de encargos;
 - d) a proposta adjudicada;
 - e) os esclarecimentos sobre a proposta adjudicada prestados pelo adjudicatário.
- 3 - Em caso de divergências entre os documentos referidos no número anterior, a respetiva prevalência é determinada pela ordem pela qual aí são indicados.

- 4 - Em caso de divergências entre os documentos referidos no n.º 2 e o clausulado do contrato e seus anexos, prevalecem os primeiros, salvo quanto aos ajustamentos propostos de acordo com o disposto no artigo 99.º do Código dos Contratos Públicos (CCP) e aceites pelo adjudicatário, nos termos do disposto no artigo 101.º desse diploma legal.

Cláusula 4.ª

Preço

O preço base para efeitos do presente procedimento pré-contratual é de 71 767 euros (setenta e um mil, setecentos e sessenta e sete euros).

Cláusula 5.ª

Prazo

O contrato mantém-se em vigor até à conclusão e aceitação dos serviços em conformidade com os respetivos termos e condições e o disposto na lei, sem prejuízo das obrigações acessórias que devam perdurar para além da cessação do contrato.

CAPÍTULO II

OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

Secção I

Obrigações do prestador de serviços

Subsecção I

Disposições gerais

Cláusula 6.ª

Obrigações principais do prestador de serviços

- 1 - Sem prejuízo de outras obrigações previstas na legislação aplicável, no caderno de encargos ou nas cláusulas contratuais, da celebração do contrato decorre para o prestador de serviços a obrigação de exata e pontual execução dos serviços adjudicados, de acordo com o previsto no presente caderno de encargos e na proposta adjudicada.

- 2 - O prestador de serviços fica obrigado, designadamente, a recorrer a todos os meios humanos, materiais e informáticos que sejam necessários e adequados à prestação do serviço, bem como ao estabelecimento, monitorização e aperfeiçoamento do sistema de organização necessário à perfeita e completa execução das tarefas a seu cargo, de acordo com o previsto no presente caderno de encargos.
- 3 - A deteção de situações anómalas no âmbito da prestação de serviços obriga à sua comunicação imediata à entidade adjudicante, sendo o prestador de serviços responsabilizado pelas consequências da sua não comunicação imediata.

Cláusula 7.^a

Prazo de prestação dos serviços

- 1 - O prestador de serviços obriga-se a concluir os serviços objeto do contrato a celebrar, com todos os elementos referidos na parte II do presente caderno de encargos, no prazo de vinte semanas, a contar da data da celebração do contrato, cumprindo, igualmente os prazos intercalares indicados no ponto 7, da parte II do presente caderno de encargos.
- 2 - O prazo previsto no número anterior pode ser prorrogado por iniciativa da ANACOM ou a requerimento do prestador de serviços devidamente fundamentado, e após acordo entre as partes.

Cláusula 8.^a

Equipa

- 1- Para a realização dos serviços objeto do contrato o prestador de serviços afetará os elementos identificados na sua proposta.
- 2- Na eventualidade de o prestador de serviços se ver obrigado a substituir, no decorrer do projeto, qualquer um dos elementos identificados na sua proposta, esta substituição terá que ser efetuada por outro elemento de perfil equivalente ou superior.
- 3- A eventual substituição de qualquer um dos elementos identificados na proposta terá sempre que ser comunicada previamente à ANACOM, a qual terá que dar a sua autorização avaliada à luz do perfil apresentado.

**Cláusula 9.ª****Receção dos elementos a produzir ao abrigo do contrato**

- 1 - O prestador de serviços obriga-se a entregar à ANACOM todos os documentos indicados no ponto 6, da parte II do presente caderno de encargos, em conformidade com o requerido.
- 2 - No prazo máximo de vinte dias a contar da entrega dos relatórios (preliminares e finais), a ANACOM procede à respetiva análise, com vista a verificar se os mesmos reúnem as características, as especificações e os requisitos técnicos definidos na parte II do presente caderno de encargos e na proposta adjudicada, bem como outros requisitos exigidos por lei.
- 3 - Na análise a que se refere o número anterior, o prestador de serviços deve prestar à ANACOM toda a cooperação e informação e todos os esclarecimentos necessários.
- 4 - No caso de a análise da ANACOM a que se refere o n.º 2 não comprovar a conformidade dos elementos entregues com as exigências legais, ou no caso de existirem discrepâncias com as características, as especificações e os requisitos técnicos definidos na parte II do presente caderno de encargos, a ANACOM deve disso informar, por escrito, o prestador de serviços.
- 5 - No caso previsto no número anterior, o prestador de serviços deve proceder, à sua custa e no prazo razoável que for determinado pela ANACOM, às alterações e complementos necessários para garantir o cumprimento das exigências legais e das características, das especificações e dos requisitos técnicos exigidos.
- 6 - Após a realização das alterações e complementos necessários pelo prestador de serviços, no prazo respetivo, a ANACOM procede a nova análise, nos termos do n.º 2.
- 7 - Caso a análise da ANACOM comprove a conformidade dos elementos entregues pelo prestador de serviços com as exigências legais, e neles não sejam detetadas quaisquer discrepâncias com as características, as especificações e os requisitos técnicos definidos na parte II do presente caderno de encargos, deve ser emitida, no prazo máximo de trinta dias a contar do termo dessa análise, declaração de aceitação pela ANACOM.

**Cláusula 10.^a****Transferência da propriedade**

- 1 - Com a declaração de aceitação a que se refere o n.º 7 da cláusula anterior, ocorre a transferência da posse e da propriedade dos relatórios emitidos em versão final pelo prestador de serviços após a conclusão dos serviços objeto do contrato, bem como toda a documentação a este fornecida, quer em suporte físico, quer em suporte eletrónico, reservando a ANACOM o direito de divulgar os resultados do trabalho objeto do presente concurso.
- 2 - Pela cessão dos direitos a que alude o número anterior não é devida qualquer contrapartida para além do preço a pagar nos termos do presente caderno de encargos.

Cláusula 11.^a**Conformidade e garantia técnica**

O prestador de serviços fica sujeito, com as devidas adaptações e no que se refere aos elementos entregues à ANACOM em execução do contrato, às exigências legais, obrigações do fornecedor e prazos respetivos aplicáveis aos contratos de aquisição de bens móveis, nos termos do CCP e demais legislação aplicável.

Subsecção II**Dever de sigilo****Cláusula 12.^a****Sigilo e diligência**

- 1 - O prestador de serviços e os respetivos colaboradores estão sujeitos, nos termos da legislação penal e dos estatutos da ANACOM, a sigilo profissional sobre os factos cujo conhecimento lhes advenha da prestação dos serviços objeto do contrato a celebrar e, seja qual for a finalidade, não podem divulgar nem utilizar, em proveito próprio ou alheio, diretamente ou por interposta pessoa, o conhecimento que tenham desses factos.
- 2 - O prestador de serviços e os respetivos colaboradores estão igualmente sujeitos a sigilo sobre toda a informação, documentação ou outros elementos de que tenham conhecimento, no âmbito da prestação de serviços objeto do contrato a celebrar.

- 3 - A informação e a documentação cobertas pelo dever de sigilo não podem ser transmitidas a terceiros, nem objeto de qualquer uso ou modo de aproveitamento que não o destinado direta e exclusivamente à execução do contrato.
- 4 - Excluem-se do dever de sigilo previsto a informação e a documentação que sejam comprovadamente do domínio público à data da respetiva obtenção pelo prestador de serviços, e pelos seus colaboradores, ou que estes sejam legalmente obrigados a revelar, por força da lei, de processo judicial ou a pedido de autoridades reguladoras ou outras entidades administrativas competentes.
- 6 - Sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal que dela resulte, a violação do sigilo pelo prestador de serviços e pelos seus colaboradores prevista na presente cláusula confere à ANACOM o direito a resolver imediatamente o contrato sem qualquer contrapartida para a outra parte.
- 7 - O prestador de serviços e os respetivos colaboradores estão ainda sujeitos ao dever de diligência sobre todos os assuntos que lhes sejam confiados.

Cláusula 13.ª

Prazo do dever de sigilo

O dever de sigilo mantém-se em vigor indefinidamente, até autorização expressa em contrário pela ANACOM, a contar do cumprimento ou cessação, por qualquer causa, do contrato, sem prejuízo da sujeição subsequente a quaisquer deveres legais relativos, designadamente, à proteção de segredos comerciais ou da credibilidade, do prestígio ou da confiança devidos às pessoas coletivas.

Subsecção III

Prevenção de conflitos de interesses

Cláusula 14.ª

Prevenção de conflitos de interesses

O prestador de serviços declara sob compromisso de honra que:

- 1 - Não mantém, nem manterá, direta ou indiretamente, qualquer vínculo ou relação



contratual, remunerada ou não, com empresas, grupos de empresas ou outras entidades destinatárias da atividade reguladora da ANACOM que possam originar conflitos de interesses na prestação dos serviços abrangidos pelo contrato a celebrar, durante a vigência do mesmo, nos termos e para os efeitos do artigo 43.º dos Estatutos da ANACOM, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 39/2015 de 16 de março.

- 2 - Não detém qualquer participação social ou interesses nas empresas, grupos de empresas ou outras entidades destinatárias da atividade reguladora da ANACOM que possam originar conflitos de interesses na prestação dos serviços abrangidos pelo contrato a celebrar, durante a vigência do mesmo, nos termos e para os efeitos do artigo 43.º dos Estatutos da ANACOM, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 39/2015 de 16 de março.
- 3 - Não mantém, nem manterá, direta ou indiretamente, qualquer vínculo ou relação contratual, remunerada ou não, com outras entidades cuja atividade possa colidir com o exercício das atribuições e competências da ANACOM e que possa originar conflitos de interesses na prestação dos serviços abrangidos pelo contrato a celebrar, durante a vigência do mesmo, nos termos e para os efeitos do artigo 43.º dos Estatutos da ANACOM, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 39/2015 de 16 de março.
- 4 - Se ao longo da prestação de serviços vier a ocorrer algum facto relevante suscetível de originar conflito de interesses, nos termos acima indicados, compromete-se a informar a ANACOM desse facto e a tomar as medidas necessárias para a sua superação.

Secção II

Obrigações da ANACOM

Cláusula 15.ª

Preço contratual

- 1 - Pela prestação dos serviços objeto do contrato, bem como pelo cumprimento das demais obrigações constantes do presente caderno de encargos, a ANACOM deve pagar ao prestador de serviços o preço constante da proposta adjudicada, acrescido de IVA à taxa legal em vigor, se este for legalmente devido.
- 2 - O preço referido no número anterior inclui todos os custos, encargos e despesas cuja responsabilidade não esteja expressamente atribuída à ANACOM, nomeadamente as



despesas de alojamento, alimentação e deslocação de meios humanos, despesas de aquisição, transporte, armazenamento e manutenção de meios materiais, bem como quaisquer encargos decorrentes da utilização de marcas registadas, patentes ou licenças e apresentação do estudo.

Cláusula 16.^a

Condições de pagamento

- 1 - A quantia devida pela ANACOM deve ser paga no prazo de trinta dias após a receção pela ANACOM das respetivas faturas, as quais só podem ser emitidas após o vencimento da obrigação respetiva, de acordo com o seguinte plano de faturação:
 - a) vinte por cento do valor total do contrato, após entrega e aceitação pela ANACOM da versão final do instrumento de notação referente à inquirição telefónica (CATI) prevista nas especificações técnicas;
 - b) oitenta por cento do valor total do contrato, após a entrega e aceitação pela ANACOM, nos termos da cláusula 9.^a, da versão final do relatório do estudo.
- 2 - Em caso de discordância por parte da ANACOM quanto ao valor indicado na fatura, deve esta comunicar ao prestador de serviços, por escrito, os respetivos fundamentos, ficando o prestador de serviços obrigado a prestar os esclarecimentos necessários ou proceder à emissão de nova fatura corrigida.
- 3 - Desde que devidamente emitida e observado o disposto no n.º 1, a fatura é paga através de transferência bancária.

CAPÍTULO III

PENALIDADES CONTRATUAIS E RESOLUÇÃO

Cláusula 17.^a

Penalidades contratuais

- 1 - Pelo incumprimento de obrigações emergentes do contrato, a ANACOM pode exigir do prestador de serviços o pagamento de uma pena pecuniária, de montante a fixar em função da gravidade do incumprimento, nos seguintes termos:



- pelo incumprimento do prazo de realização da totalidade dos serviços, dois por cento por cada dia útil de atraso, até ao limite de vinte por cento do valor global contratual.
- 2 - Em caso de resolução do contrato por incumprimento do prestador de serviços, a ANACOM pode exigir-lhe uma pena pecuniária de até cinco por cento do valor contratual.
- 3 - Ao valor da pena pecuniária prevista no número anterior são deduzidas as importâncias pagas pelo prestador de serviços ao abrigo do n.º 1, relativamente aos serviços cujo atraso na respetiva conclusão tenha determinado a resolução do contrato.
- 4 - Na determinação da gravidade do incumprimento, a ANACOM tem em conta, nomeadamente, a duração da infração, a sua eventual reiteração, o grau de culpa (dolo ou negligência) do prestador de serviços e as consequências do incumprimento.
- 5 - A ANACOM pode compensar os pagamentos devidos ao abrigo do contrato com as penas pecuniárias devidas nos termos da presente cláusula.
- 6 - As penas pecuniárias previstas na presente cláusula não obstam a que a ANACOM exija uma indemnização pelo dano excedente.

Cláusula 18.^a

Força maior

- 1 - Não podem ser impostas penalidades ao prestador de serviços, nem é havida como incumprimento a não realização pontual das prestações contratuais a cargo de qualquer das partes que resulte de caso de força maior, entendendo-se como tal as circunstâncias que impossibilitem a respetiva realização, alheias à vontade da parte afetada, que ela não pudesse conhecer ou prever à data da celebração do contrato e cujos efeitos não lhe fosse razoavelmente exigível contornar ou evitar.
- 2 - Podem constituir força maior, se se verificarem os requisitos do número anterior, designadamente, tremores de terra, inundações, incêndios, epidemias, sabotagens, greves, embargos ou bloqueios internacionais, atos de guerra ou terrorismo, motins e determinações governamentais ou administrativas injuntivas.

- 3 - Não constituem força maior, designadamente:
- a) circunstâncias que não constituam força maior para os subcontratados do prestador de serviços, na parte em que intervenham;
 - b) greves ou conflitos laborais às sociedades do prestador de serviços ou a grupos de sociedades em que este se integre, bem como a sociedades ou grupos de sociedades dos seus subcontratados;
 - c) determinações governamentais, administrativas, ou judiciais de natureza sancionatória ou de outra forma resultantes do incumprimento pelo prestador de serviços de deveres ou ónus que sobre ele recaiam;
 - d) manifestações populares devidas ao incumprimento pelo prestador de serviços de normas legais;
 - e) incêndios ou inundações com origem nas instalações do prestador de serviços cuja causa, propagação ou proporções se devam a culpa ou negligência sua ou ao incumprimento de normas de segurança;
 - f) avarias nos sistemas informáticos ou mecânicos do prestador de serviços não devidas a sabotagem;
 - g) eventos que estejam ou devam estar cobertos por seguros.
- 4 - A ocorrência de circunstâncias que possam consubstanciar casos de força maior deve ser imediatamente comunicada à outra parte.
- 5 - A força maior determina a prorrogação dos prazos de cumprimento das obrigações contratuais afetadas apenas pelo período de tempo comprovadamente correspondente ao impedimento resultante da força maior.

Cláusula 19.ª

Resolução por parte da ANACOM

- 1 - Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução previstos na lei, a ANACOM pode resolver o contrato, a título sancionatório, no caso de o prestador de serviços violar de forma grave ou reiterada qualquer das obrigações que lhe incumbem, designadamente nos seguintes casos:



- a) pelo atraso na conclusão dos serviços ou na entrega dos elementos superior a trinta dias;
 - b) não resolução das não conformidades ou discrepâncias mencionadas no ponto 4 da cláusula 9.^a, no prazo de trinta dias após o prazo determinado pela ANACOM mencionado no ponto 5 da mesma cláusula.
- 2 - O direito de resolução referido no número anterior exerce-se mediante declaração enviada ao prestador de serviços e não determina a repetição das prestações já realizadas, a menos que tal seja determinado pela ANACOM.

Clausula 20.^a

Resolução por parte do prestador de serviços

- 1 - Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução previstos na lei, o prestador de serviços pode resolver o contrato quando:
- a) qualquer montante que lhe seja devido esteja em dívida há mais de seis meses ou quando o montante em dívida exceda vinte cinco por cento do preço contratual, excluindo juros;
- 2 - O direito de resolução é exercido mediante declaração enviada à ANACOM, que produz efeitos trinta dias após a receção dessa declaração, salvo se esta última cumprir as obrigações em atraso nesse prazo, acrescidas dos juros de mora a que houver lugar.
- 3 - A resolução do contrato nos termos dos números anteriores não determina a repetição das prestações já realizadas pelo prestador de serviços, cessando, porém, todas as obrigações deste ao abrigo do contrato, com exceção daquelas a que se refere o artigo 444.º do CCP.

CAPÍTULO IV

SEGUROS

Cláusula 21.^a

Seguros

- 1 - É da responsabilidade do prestador de serviços a cobertura, através de contratos de seguro, da perda e extravio de informação confidencial.



- 2 - A ANACOM pode, sempre que entender conveniente, exigir prova documental da celebração dos contratos de seguro referidos no número anterior, devendo o prestador de serviços fornecê-la no prazo de cinco dias.

CAPÍTULO V

RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS

Cláusula 22.^a

Foro competente

Para resolução de todos os litígios decorrentes do contrato fica estipulada a competência do tribunal administrativo de círculo de Lisboa, com expressa renúncia a qualquer outro.

CAPÍTULO VI

DISPOSIÇÕES FINAIS

Cláusula 23.^a

Subcontratação e cessão da posição contratual

A subcontratação pelo prestador de serviços e a cessão da posição contratual por qualquer das partes depende da autorização da outra, nos termos do CCP.

Cláusula 24.^a

Comunicações e notificações

- 1 - Sem prejuízo de poderem ser acordadas outras regras quanto às notificações e comunicações entre as partes do contrato, estas devem ser dirigidas, nos termos do CCP, para o domicílio ou sede contratual de cada uma, identificadas no contrato.
- 2 - Qualquer alteração das informações constantes do contrato deve ser comunicada à outra parte.

Cláusula 25.^a

Contagem dos prazos

Os prazos previstos no contrato são contados em dias contínuos, correndo em sábados, domingos e feriados.



**Cláusula 26.^a
Legislação aplicável**

O contrato é regulado pela legislação portuguesa.



PARTE II
ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS



ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS PARA AQUISIÇÃO DE UM ESTUDO SOBRE AS NECESSIDADES DOS CONSUMIDORES DE SERVIÇOS POSTAIS

1. ENQUADRAMENTO

A Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM) é uma pessoa coletiva de direito público, com natureza de entidade administrativa independente, dotada de autonomia administrativa, financeira e de gestão, bem como de património próprio.

São atribuições da ANACOM, nos termos dos seus estatutos aprovados pelo Decreto-Lei n.º 39/2015, de 16 de março, nomeadamente, assegurar a realização de estudos nas áreas das comunicações (artigo 8.º, n.º 1, alínea t)) e colaborar com outras entidades públicas e privadas na promoção da investigação científica aplicada às comunicações, bem como na divulgação nacional e internacional do sector (artigo 8.º, n.º 1, alínea s)). Cabe igualmente à ANACOM, nos termos do disposto na alínea i) do n.º 1 do artigo 8.º, assegurar o acesso ao serviço universal de comunicações eletrónicas e postal, designadamente garantindo o cumprimento das obrigações de serviço universal.

Um dos objetivos definidos no artigo 2.º da Lei n.º 17/2012¹ (doravante designada por Lei Postal), de 26 de abril, alterada pelo Decreto-Lei n.º 160/2013, de 19 de novembro, e pela Lei n.º 16/2014, de 4 de abril, é assegurar a prestação eficiente e sustentável de um serviço postal universal, devendo para tal ser observados os seguintes princípios:

- a) Assegurar a existência, disponibilidade, acessibilidade e a qualidade da prestação do serviço universal;
- b) Assegurar a sustentabilidade e viabilidade económico-financeira da prestação do serviço universal;
- c) Garantir a aplicação e respeito dos requisitos essenciais previstos no artigo 7.º da mesma lei²;

¹ Esta lei estabelece o regime jurídico aplicável à prestação de serviços postais, em plena concorrência, no território nacional, bem como de serviços internacionais com origem ou destino no território nacional e transpõe para a ordem jurídica interna a Diretiva n.º 2008/6/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de fevereiro de 2008.

² Artigo 7.º: Requisitos essenciais na prestação de serviços postais.

- 1) Na prestação de serviços postais devem ser salvaguardados os seguintes requisitos essenciais:
 - a) A inviolabilidade e o sigilo dos envios postais, com os limites e exceções previstos na lei penal e demais legislação aplicável;
 - b) A segurança da rede postal, nomeadamente em matéria de transporte de substâncias perigosas;
 - c) A confidencialidade das informações transmitidas ou armazenadas;
 - d) A proteção de dados pessoais e da vida privada;
 - e) A proteção do ordenamento do território e do ambiente;
 - f) O respeito pelos termos e pelas condições laborais e pelos regimes de segurança social estabelecidos por lei, por regulamentação, por disposições administrativas e por instrumentos de regulamentação coletiva de trabalho.



- d) Assegurar a proteção dos utilizadores no seu relacionamento com os prestadores de serviços postais, designadamente no tratamento e resolução de reclamações;
- e) Assegurar igualdade de acesso ao mercado.

O atual âmbito e características do serviço universal encontram-se definidos nos artigos 10.º a 12.º da Lei Postal, sendo que a definição concreta das características do serviço postal universal, mencionado no artigo 2.º, é esmiuçada no artigo 11.º, no qual se refere que a prestação do serviço postal universal deve assegurar a satisfação das seguintes necessidades:

- a) A prestação do serviço postal a preços acessíveis a todos os utilizadores;
- b) A satisfação de padrões adequados de qualidade, nomeadamente no que se refere a prazos de entrega, densidade dos pontos de acesso, regularidade e fiabilidade do serviço;
- c) A prestação do serviço em condições de igualdade e de não discriminação;
- d) A continuidade da prestação do serviço, salvo em casos de força maior;
- e) A evolução na prestação do serviço em função do ambiente técnico, económico e social e das necessidades dos utilizadores;
- f) O cumprimento de obrigações inerentes à prestação do serviço universal que resultem de vinculação internacional do Estado português.

É mencionado adicionalmente, no mesmo artigo 11.º e na alínea c) do n.º 1 do artigo 37º da Lei Postal, que, não só os prestadores do serviço postal universal mas todos os prestadores de serviços postais, devem publicitar de forma adequada, nomeadamente no seu sítio na Internet, e fornecer regularmente aos utilizadores e aos prestadores de serviços postais informações precisas e atualizadas sobre as características do serviço postal universal oferecido, designadamente sobre as condições gerais de acesso e utilização do serviço, preços e níveis de qualidade³.

O âmbito do serviço postal universal é definido no artigo 12º da Lei Postal:

-
- 2) A inviolabilidade e o sigilo dos envios postais e a proteção de dados a que alude o número anterior abrangem, nomeadamente:
 - a) A proibição de leitura de quaisquer envios postais, mesmo que não encerrados em invólucros fechados, bem como a mera abertura de envios postais fechados;
 - b) A proibição de revelação a terceiros do conteúdo de qualquer mensagem ou informação de que se tenha tomado conhecimento, devida ou indevidamente, bem como da revelação de identidades e das relações entre remetentes e destinatários e dos endereços de ambos.

³ Em relação à qualidade do serviço postal universal, conforme estabelecido no artigo 13º da Lei Postal, a ANACOM é responsável pela fixação dos "parâmetros de qualidade de serviço e os objetivos de desempenho associados à prestação do serviço universal, para cada ano, (...) ouvidos os prestadores do serviço universal e as organizações representativas dos consumidores". Adicionalmente, a ANACOM "assegurarà a realização de auditorias ou outros mecanismos de controlo dos níveis de qualidade de serviço oferecidos pelos prestadores de serviço universal, de forma independente, através de organismos externos, a fim de garantir a exatidão e a comparabilidade dos dados disponibilizados pelos prestadores de serviço universal."

- a) O serviço universal compreende um serviço postal, no âmbito nacional e internacional, de envios de correspondência, excluindo a publicidade endereçada, e ainda de envio de catálogos, livros, jornais e outras publicações periódicas até 2 kg de peso e de encomendas postais até 10 kg de peso, bem como um serviço de envios registados e um serviço de envios com valor declarado;
- b) O serviço universal abrange igualmente a entrega no território nacional de encomendas postais recebidas de outros Estados Membros da União Europeia com peso até 20 kg;
- c) Os prestadores de serviço universal devem assegurar uma recolha e uma distribuição dos envios postais abrangidos no âmbito do serviço universal pelo menos uma vez por dia, em todos os dias úteis, salvo em circunstâncias ou condições geográficas excecionais previamente definidas pela ANACOM⁴.

Não estão abrangidos pelo serviço universal os serviços de correio expresso, entendendo-se como tais os serviços de valor acrescentado, caracterizados pela aceitação, tratamento, transporte e distribuição, com celeridade acrescida, de envios postais, diferenciando-se dos respetivos serviços postais de base por um conjunto de características suplementares⁵.

A ANACOM definiu, por decisões de 30 de dezembro de 2014 e de 13 de março de 2015, os parâmetros de qualidade do serviço postal universal e respetivos objetivos de desempenho para 2015, 2016 e 2017, que os CTT – Correios de Portugal, S.A. (CTT), entidade designada para a prestação de serviço postal universal até 31.12.2020, se encontram obrigados a assegurar. Os parâmetros de qualidade definidos são apresentados na Tabela 1:

⁴ Nos termos do n.º 5 deste mesmo artigo, esta distribuição é feita no domicílio do destinatário ou, nos casos e condições previamente definidas pela ANACOM, em instalações apropriadas.

⁵ Tais como prazos de entrega predefinidos, registo de envios, garantia de responsabilidade do prestador, mediante seguro pelo qual o remetente conheça previamente a fórmula de ressarcimento dos prejuízos causados e controlo do percurso dos envios pelo circuito operacional do prestador (permitindo a identificação do estado dos envios e informação ao cliente).

Tabela 1: Parâmetros de qualidade do serviço postal universal.

N.º	Descrição	IR%	2015		2016-2017		
			Min	Obj	IR%	Min	Obj
IQS1	Demora de Encaminhamento no	45,0	95,5	96,3	32,0	95,5	96,3
IQS2	Demora de Encaminhamento no Correio Azul - Continente ⁷	15,0	93,5	94,5	6,0	93,5	94,5
IQS3	Demora de Encaminhamento no	4,0	84,0	87,0	3,0	84,0	87,0
IQS6	Demora de Encaminhamento de Jornais e Publicações Periódicas ⁹	11,0	95,5	96,3	10,0	95,5	96,3
IQS7	Demora de Encaminhamento no Correio Transfronteiriço	3,5	85,0	88,0	2,5	85,0	88,0
IQS9	Demora de Encaminhamento na Encomenda Normal ¹¹	5,0	90,5	92,0	3,0	90,5	92,0
IQS11	Demora de Encaminhamento no	-	-	-	30,0	89,0	91,0
IQS4	Correio Normal não entregue até 15 dias úteis (por cada mil cartas) ¹³	5,0	2,3	1,4	3,0	2,3	1,4
IQS5	Correio Azul não entregue até 10 dias úteis (por cada mil cartas) ¹⁴	3,0	2,5	1,5	3,0	2,5	1,5
IQS8	Demora de Encaminhamento no Correio Transfronteiriço	3,5	95,0	97,0	2,5	95,0	97,0
IQS10	Tempo em fila de espera no atendimento ¹⁶	5,0	75,0	85,0	5,0	75,0	85,0

"IR%" - importância relativa do indicador; "Min" - Padrão mínimo de qualidade; "Obj" - Objetivo de qualidade.

Fonte: ANACOM (2015a).

⁶ A percentagem média de cartas permutadas entre qualquer ponto do território nacional, enviadas na modalidade correio normal, que atingem o seu destino até 3 dias úteis após terem sido depositadas num ponto de receção de correio. A base é o total das cartas enviadas.

⁷ A percentagem média de cartas permutadas entre qualquer ponto do Continente, enviadas na modalidade correio azul, que atingem o seu destino até 1 dia útil após terem sido depositadas num ponto de receção de correio. A base é o total das cartas enviadas.

⁸ A percentagem média de cartas permutadas entre qualquer ponto do Continente e das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira (e vice-versa) ou entre estas, designados por fluxos CAM, enviadas na modalidade correio azul, que atingem o seu destino até 2 dias úteis após terem sido depositadas num ponto de receção de correio, tomando como base o total das cartas enviadas.

⁹ A percentagem média de objetos representativos da categoria de jornais e publicações periódicas permutados entre qualquer ponto do território nacional, que atingem o seu destino até 3 dias úteis após terem sido depositados num ponto de receção de correio, tomando como base o total dos objetos enviados.

¹⁰ A percentagem média de cartas transfronteiriças intracomunitárias, enviadas de e para Portugal na modalidade correio internacional de primeira velocidade, que atingem o seu destino até 3 dias úteis após terem sido depositadas num ponto de receção de correio, tomando como base o total das cartas enviadas.

¹¹ A percentagem média de encomendas postais permutadas entre qualquer ponto do território nacional, enviadas na modalidade de encomenda normal, que atingem o estabelecimento postal de destino até 3 dias úteis após terem sido depositadas num ponto de receção de correio, tomando como base o total das encomendas postais enviadas.

¹² A percentagem média de cartas permutadas entre qualquer ponto do território nacional, enviadas na modalidade correio registado em mão, que atingem o seu destino (entrega na morada do destinatário ou, em caso de

Por decisão de 21 de novembro de 2014, a ANACOM definiu as regras de fixação de preços do serviço postal universal, destacando-se os seguintes critérios:

- a) Os preços dos serviços que integram o serviço postal universal obedecem aos princípios da acessibilidade a todos os utilizadores, da orientação para os custos (devendo incentivar uma prestação eficiente do serviço postal universal), da transparência e da não discriminação;
- b) Aplicação do princípio da uniformidade tarifária, com a aplicação de um preço único em todo o território, aos envios de correspondência no serviço nacional com peso inferior a 50 gramas, remetidos por utilizadores do segmento ocasional¹⁷;
- c) A variação média anual ponderada dos preços do cabaz formado pelos serviços de correspondências, encomendas, livros, jornais e publicações periódicas, não pode ser superior, em termos nominais, ao valor da inflação prevista no Orçamento de Estado acrescida de 1,6 pontos percentuais. Verificando-se desvios face à inflação e às estimativas de tráfego inicialmente previstas, estas passam a ser incorporadas na variação máxima de preços do ano seguinte. Os desvios verificados face às estimativas de tráfego são apenas parcialmente incorporados na variação máxima de preços do ano seguinte, criando-se assim um incentivo para o prestador de serviço postal universal ser mais eficiente, ao mesmo tempo beneficiando também os utilizadores;
- d) A variação média anual ponderada dos preços dos serviços postais reservados (serviço de citações e notificações postais) não pode ser superior, em termos nominais, ao valor da inflação prevista no Orçamento de Estado deduzida de 3,5 pontos percentuais. Também neste caso se incorporam, na variação máxima de preços do ano seguinte, os

impossibilidade de entrega, data de primeira tentativa de entrega na morada do destinatário, com passagem de aviso de entrega) até 1 dia útil após terem sido depositadas num ponto de receção de correio, tomando como base o total das cartas registadas na modalidade de correio registado em mão.

¹³ O número de cartas permutadas entre qualquer ponto do território nacional, enviadas na modalidade correio normal, não devolvidas, que não atingem o seu destino até 15 dias úteis após terem sido depositadas num ponto de receção de correio, por cada mil cartas enviadas.

¹⁴ O número de cartas permutadas entre qualquer ponto do território nacional, enviadas na modalidade correio azul, não devolvidas, que não atingem o seu destino até 10 dias úteis após terem sido depositadas num ponto de receção de correio, por cada mil cartas enviadas.

¹⁵ A percentagem média de cartas transfronteiriças intracomunitárias, enviadas de e para Portugal na modalidade correio internacional de primeira velocidade, que atingem o seu destino até 5 dias úteis após terem sido depositadas num ponto de receção de correio, tomando como base o total das cartas enviadas.

¹⁶ A percentagem média de operações de atendimento nos diferentes tipos de estabelecimentos postais, nomeadamente nas estações de correio e postos de correio cujo tempo de espera dos clientes se situa até dez minutos. O tempo de espera é medido entre o início de espera em fila e o atendimento efetivo, para todo o período de abertura dos estabelecimentos postais.

¹⁷ Na decisão de 21 de novembro de 2014, a ANACOM definiu segmento ocasional como o "segmento de utilizadores que engloba qualquer pessoa singular ou coletiva que utiliza ou solicita, de forma pontual, a prestação de um serviço postal aos CTT, sem que para o efeito formalize um contrato escrito com os CTT."



desvios verificados face à inflação e (parcialmente) face às estimativas de tráfego inicialmente previstas.

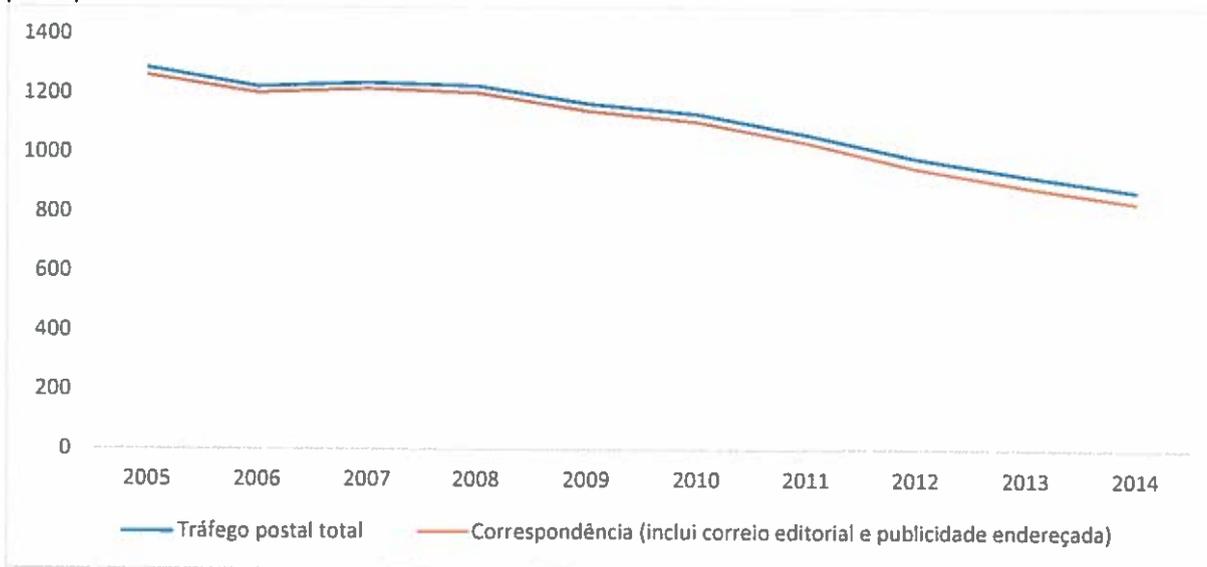
A ANACOM, por decisão de 28 de agosto de 2014, ao abrigo da base XV da concessão do serviço postal universal na redação introduzida pelo Decreto-Lei n.º 160/2013, de 19 de novembro, aprovou os objetivos de densidade da rede postal e de ofertas mínimas de serviços que os CTT se encontram obrigados a assegurar no período de 1 de outubro de 2014 a 30 de setembro de 2017. Os referidos objetivos dizem respeito a:

- a) Objetivos de densidade de estabelecimentos postais;
- b) Objetivos de densidade dos marcos e caixas do correio;
- c) Objetivos de ofertas mínimas de serviços, incluindo regras sobre períodos mínimos de funcionamento dos estabelecimentos postais.

Para se perspetivar a ponderação da eventual necessidade de evolução das prestações incluídas no conceito de serviço postal universal importa primeiramente observar, em traços gerais, a evolução recente do serviço postal.

Como se pode verificar na Figura 1, o tráfego postal total em Portugal tem vindo a decrescer, pelo menos, desde 2005, salvo durante um período de 2006 a 2008 em que se manteve estagnado. A partir de 2009 este decréscimo acentuou-se.

Figura 1: Tráfego postal total e correspondência (inclui correio editorial e publicidade endereçada) (em milhões de objetos postais).



Fonte: ANACOM (2015b)

A forte relação verificada entre a evolução do tráfego postal total e a evolução da correspondência resulta do facto de a correspondência postal ser o principal componente do

tráfego postal total (representando a correspondência mais de 95% do tráfego postal tanto em 2005 como em 2014, o que está ilustrado na Figura 2), sem prejuízo da importância crescente que as encomendas estão a assumir.

Figura 2: Proporção de correspondência versus encomendas no tráfego postal total em 2005 e em 2014.



Fonte: ANACOM (2015b)

Tendo em conta o crescimento acentuado das comunicações eletrónicas e a comumente referida relação de substituibilidade entre a correspondência postal e certos serviços de comunicações eletrónicas (e.g. correio eletrónico)¹⁸, não é surpreendente que a redução do envio de correspondência postal seja o principal motivador do tal decréscimo do tráfego postal total patente na Figura 1.

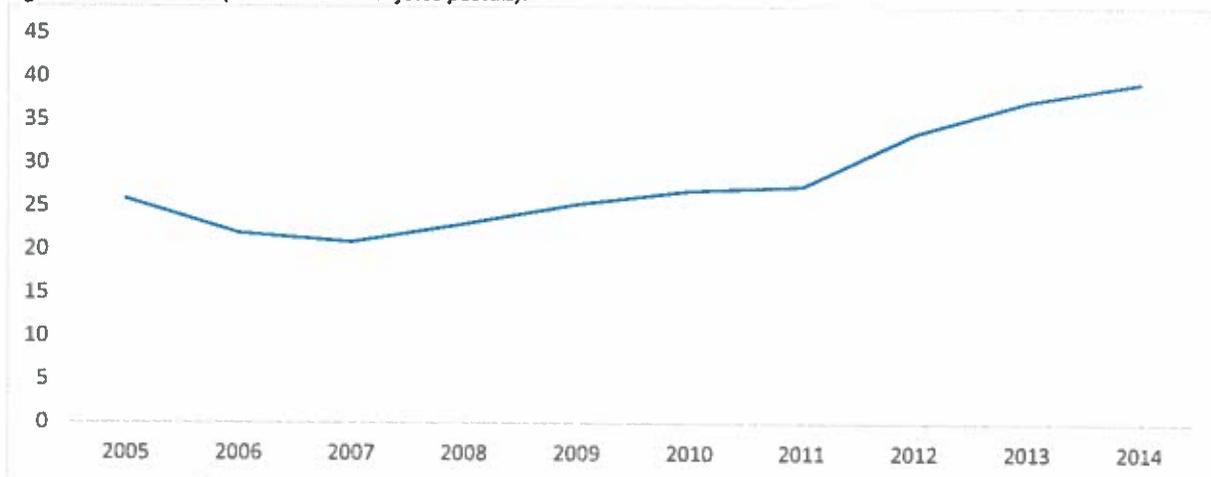
¹⁸ A International Post Corporation (2011) afirma que "os fatores mais significativos para a mudança em relação à troca de correspondência postal é a redução de custos e a substituição eletrónica."



No que se refere especificamente à relação entre as comunicações eletrónicas e os serviços postais, esta não é exclusivamente de substituibilidade. A adesão ao comércio eletrónico por um número crescente de consumidores aumentou a necessidade por serviços de entrega de encomendas, fomentando assim uma relação de complementaridade¹⁹ entre ambos os meios de comunicação. De facto, o número de encomendas aumentou significativamente de 2007 a 2011 e cresceu ainda mais de 2011 até 2014, como é observável na Figura 3. Esta evolução verificada desde 2007 é explicada pelo aumento de encomendas expedidas através de correio expresso.

No entanto, de acordo com o Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços Postais (European Regulators Group for Postal Services - ERGP) (2015), também ao nível europeu o aumento de encomendas expedidas através de correio expresso não é suficientemente forte para compensar as contínuas diminuições de correio não expresso e de correspondência.

Figura 3: Encomendas (em milhões de objetos postais).



Fonte: ANACOM (2015b)

A pertinência da aferição de eventuais alterações nas preferências dos utilizadores finais de serviços postais é bem documentada por estudos de caso recentes que se reportam à situação de outros países, tais como, por exemplo, os Estados Unidos da América (EUA), a Austrália, a Nova Zelândia e o Reino Unido.

Kull et al (2015) conduziram um estudo²⁰ sobre as necessidades postais dos consumidores dos EUA, tendo obtido resultados interessantes, destacando-se os seguintes:

¹⁹ A Comissão Europeia (s.d.) considera, em relação ao e-comércio, que "o sector das encomendas está a crescer de forma dinâmica em termos de volume e assume um papel importante no desenvolvimento do e-comércio."

²⁰ O número de inquiridos foi de 2 256, entre 2 de julho e 13 de agosto de 2015, tendo as suas preferências sido recolhidas através de inquéritos.



- a) A maioria dos inquiridos manifestou-se favoravelmente a que o U.S. Postal Service seja autorizado a oferecer um conjunto mais vasto de produtos e serviços²¹;
- b) Dois terços dos inquiridos afirmaram achar “tolerável” o relaxamento das obrigações do serviço universal;
- c) Um terço dos inquiridos concordaria com o fecho das estações de correio menos rentáveis, o que resultaria no encerramento de 12% das estações de correio. Dois terços dos inquiridos aprovariam o fecho de 5% das estações de correio;
- d) Cerca de dois terços dos inquiridos recomendaram a eliminação da entrega de cartas ao sábado, mas defenderam a manutenção da entrega de encomendas e correio prioritário aos sábados (nos EUA a obrigação de distribuição é de seis dias por semana);
- e) Uma potencial medida de redução de custos que não foi recomendada pela maioria dos inquiridos foi a migração das caixas de correio domiciliárias para uma zona próxima do passeio (na via pública) ou para uma zona de aglomeração de caixas de correio.

O Boston Consulting Group (BCG) (2014) efetuou a avaliação de uma revisão interna²² dos Australia Post em relação ao seu negócio de correspondência postal na qual concluiu que:

- a) Dois terços dos clientes não utilizam a sua correspondência diretamente no dia em que a recebem;
- b) Aproximadamente metade dos inquiridos estaria disposta a aceitar uma mudança para entregas de correspondência três vezes por semana, em vez das atuais cinco vezes por semana. Um terço dos inquiridos rejeitaria esta mudança, enquanto cerca de um sexto dos inquiridos se manifestou “neutro”. Da proporção de inquiridos que rejeitaria a alteração, apenas 5% estariam disponíveis para pagar 16,22 euros²³ por ano para manter o serviço atual e mais de três quartos dos inquiridos não estariam dispostos a pagar qualquer quantia para manter o serviço atual;
- c) Um terço dos clientes inquiridos pelo Australia Post apoiaria uma mudança para uma caixa postal (“PO box”) em vez da entrega ao domicílio. Contudo, apenas 6% dos australianos estariam dispostos a pagar 19,46 euros²⁴ por ano para manter a entrega ao domicílio. Aproximadamente três quartos dos inquiridos não estariam dispostos a pagar 19,46 euros ou uma quantia inferior para manter a entrega ao domicílio.

Na Nova Zelândia, o Minister for Communications and Information Technology e os New Zealand Post Limited (2013) acordaram, entre outras alterações, a redução da frequência obrigatória das entregas de objetos postais de cinco ou seis dias por semana em 99,88% de

²¹ Por exemplo, serviços de fotocópias, serviços de acesso à Internet, ou até serviços de consultoria a países que estejam a procurar modernizar a sua rede de serviços postais.

²² O número de inquiridos foi de 8 000, em fevereiro de 2014, tendo as suas preferências sido recolhidas através de inquéritos.

²³ 16,22 euros correspondem a 25 dólares australianos (conversão efetuada através do conversor do Banco de Portugal, à taxa de câmbio de referência do dia 13.01.2016).

²⁴ 19,46 euros correspondem a 30 dólares australianos (conversão efetuada através do conversor do Banco de Portugal, à taxa de câmbio de referência do dia 13.01.2016).

pontos de entrega para “*não menos que três vezes por semana em 99,88% de pontos de entrega*”²⁵, sendo isto considerado pelo New Zealand Post (2015) “*um, de uma série de passos que o New Zealand Post está a tomar no seu plano de transformação a cinco anos para se adaptar à rápida e contínua queda na quantidade de cartas que estão a ser enviadas e para se recentrar no seu negócio de encomendas, que está em crescimento*”.

O Office of Communications²⁶ (Ofcom) (2012b), na consulta efetuada sobre as necessidades razoáveis dos utilizadores, tanto residenciais como empresariais, do sector postal no Reino Unido, apresentou igualmente algumas conclusões interessantes, destacando-se as seguintes:

- a) Os utilizadores apresentaram uma menor exigência pela entrega no dia seguinte, tendo considerado que, em muitos casos, entregas mais lentas seriam toleráveis se fossem compensadas por preços mais baixos e com maior segurança;
- b) Os utilizadores finais consideraram prejudicial a redução do número de dias de entrega semanal, de seis para cinco dias. Contudo, após o debate da questão, os utilizadores passaram a achar aceitável a eliminação das recolhas e entregas ao sábado, desde que houvesse maior flexibilidade de horários nos estabelecimentos postais que lhes permitisse continuar a recolher encomendas ao fim de tarde durante a semana e durante o dia de sábado;
- c) Os utilizadores de serviços postais afirmaram valorizar a entrega de objetos postais no domicílio, sendo que 58% se opuseram à migração das caixas de correio para o limite da sua propriedade e 83% se opuseram à entrega efetuada numa caixa postal segura numa localização geográfica central;
- d) A maior parte dos participantes classificou certos serviços menos conhecidos²⁷ como “*interessantes de ter*”, em vez de essenciais.

A Rand Europe (2011), no seu estudo para a Comissão Europeia, realçou a importância que os diferentes utilizadores dos serviços postais, distinguidos entre remetente e recetor, atribuem aos diferentes atributos do serviço universal.

Tendo em conta as atribuições da ANACOM no âmbito da regulação do sector postal, o objetivo do estudo que se pretende efetuar é contribuir para uma intervenção mais informada da ANACOM sobre uma possível evolução futura do âmbito do serviço postal universal, no contexto da reavaliação das condições de prestação do serviço postal universal e das suas obrigações (como por exemplo ao nível da qualidade do serviço e dos preços) que cabe à ANACOM definir. Esta Autoridade inscreveu, por isso, no seu plano de atividades para 2016, a adjudicação de um estudo sobre as necessidades dos consumidores de serviços postais.

²⁵ <http://www.stuff.co.nz/the-press/news/69875582/post-deliveries-reduced-to-three-days-a-week>

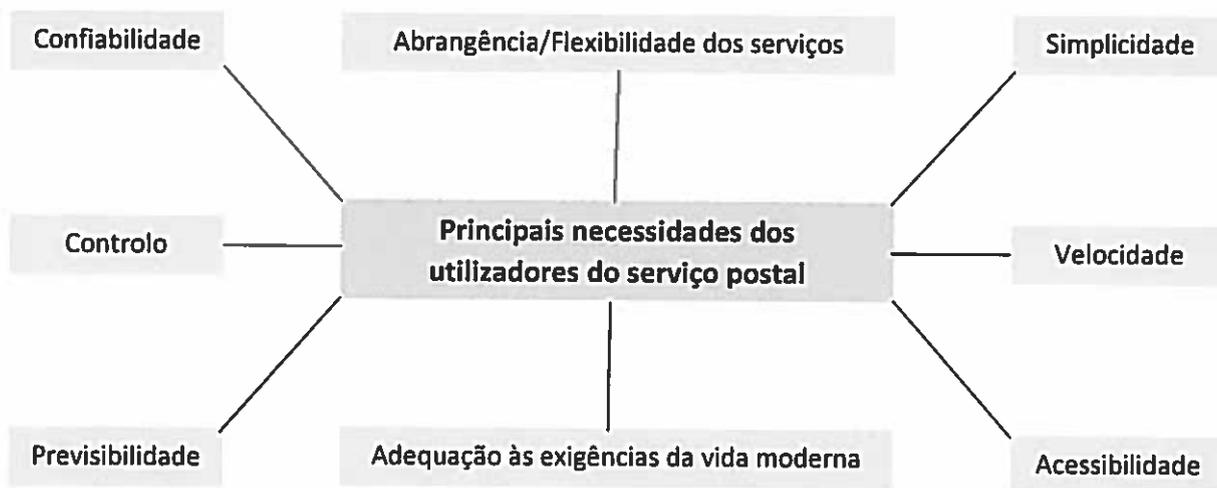
²⁶ Autoridade reguladora nacional do Reino Unido.

²⁷ Devolução ao remetente, retenção dos objetos postais quando o utilizador está fora ou a posta restante, que permite ao utilizador receber os seus objetos postais em praticamente qualquer estação de correios no Reino Unido e na maior parte das grandes cidades no estrangeiro.

2. OBJETO DO ESTUDO

O objeto do estudo é a identificação e avaliação das necessidades dos utilizadores finais residenciais do sector postal em Portugal, em particular no que concerne a eventuais falhas no fornecimento de serviços úteis aos consumidores ou na identificação de elementos do serviço postal que poderão já não ser valorizados pelos consumidores. Na Figura 4, são apresentadas as principais necessidades dos utilizadores finais do serviço postal, identificadas pela Ipsis Moris (2012), num estudo referente ao Reino Unido, constituindo uma referência útil à situação em Portugal.

Figura 4: Principais necessidades dos utilizadores do sector postal.²⁸



Fonte: Ipsis Moris (2012)

²⁸ De acordo com Ipsis Moris (2012), os conceitos sintetizados na Figura 4 traduzem-se no seguinte:

- Confiabilidade - um serviço regulado, com a adesão a um elevado código de conduta por parte dos funcionários, fiável e seguro;
- Abrangência/Flexibilidade dos serviços - um serviço postal universal mais abrangente permitiria aos consumidores uma maior flexibilidade na hora de escolher o serviço que melhor serve as suas necessidades;
- Simplicidade - os participantes no estudo da Ipsis Moris (2012) revelaram ter necessidade por um serviço menos complexo, por exemplo, ao nível do cálculo do custo do envio de correspondência;
- Controlo - um elevado nível de controlo envolve, por exemplo, a possibilidade de aceder a serviços de localização dos objetos postais ou de garantias de horários de entrega;
- Velocidade - a velocidade de entrega dos objetos postais;
- Previsibilidade - maioritariamente os clientes empresariais atribuem valor à previsibilidade de entrega de objetos postais cedo, pela manhã, de modo a aumentar a rapidez das respostas;
- Adequação às exigências da vida moderna - por exemplo, o facto de os horários de entrega e recolha de objetos postais serem durante o dia interfere com o horário de trabalho dos utilizadores dos serviços postais, sendo esta uma situação que poderia ser atualizada;

O escopo do estudo está delimitado às necessidades dos utilizadores residenciais do serviço postal, estando portanto excluída deste desígnio a aferição das necessidades dos utilizadores postais empresariais, uma vez que estas já foram analisadas no passado recente²⁹, por exemplo, pela ANACOM (2015c).

O estudo deverá abranger a análise dos seguintes aspectos (entre outros), que deverão ser apresentados aos inquiridos para que estes indiquem a sua opinião tanto enquanto remetentes como enquanto recetores:

- a) Locais de distribuição (e.g. qual a perspetiva dos utilizadores finais do serviço postal em relação à entrega dos objetos postais: serão indiferentes a receber os objetos postais numa caixa postal segura, numa localização geográfica central ou no domicílio, ou terão forte preferência por receber os objetos postais diretamente no domicílio?).
- b) Frequência de distribuição (e.g. qual a importância atribuída pelos utilizadores finais à manutenção da frequência de distribuição atual definida pelo serviço postal universal de cinco dias por semana?; será que são indiferentes a que esta frequência seja reduzida, por exemplo, para três dias por semana?);
- c) Relação entre a rapidez de entrega (D+1, D+2, ...) e o cumprimento de padrões de qualidade de serviço;
- d) Aplicação de um preço geograficamente uniforme para envios de correspondência até 50 gramas;
- e) Importância que os utilizadores atribuem ao envio de correspondências e ao envio de encomendas, separadamente, tendo em conta as tendências de diminuição do tráfego postal (envio de correspondência) e aumento do número de encomendas, observadas nos últimos anos, ambas associadas à evolução das comunicações eletrónicas e também do comércio eletrónico.
- f) Facilidades de serviço (e.g.: qual a importância atribuída pelos utilizadores finais em relação a certas facilidades de serviço, como por exemplo, o envio registado, o envio com valor declarado, o aviso de receção, o reencaminhamento para outra morada, a devolução ao remetente, a posta restante, etc.?); na análise deste aspeto devem ser tidas em conta as condições de acessibilidade.

3. ESTRUTURA E OBJETIVOS DO ESTUDO

O estudo a desenvolver deverá estar alinhado com a seguinte estrutura e especificações técnicas:

Sumário executivo

h) Acessibilidade – neste contexto, relaciona-se com o preço do serviço permitir que este seja acessível principalmente aos consumidores de baixos rendimentos e aos consumidores mais idosos.

²⁹ Em ANACOM (2008) já se discutia esta temática, estando este já algo desatualizado.



Este capítulo deverá descrever brevemente os objetivos, a estrutura do documento e as conclusões com impacto mais significativo sobre a função regulativa da ANACOM e sobre o desenvolvimento de políticas públicas.

Introdução

Este capítulo deverá expor os objetivos do estudo, a sua estrutura e os principais assuntos endereçados em cada capítulo do estudo. Adicionalmente, deverá resumir brevemente as principais linhas do enquadramento regulamentar nacional e comunitário do sector postal e cenários possíveis para a sua evolução.

Para além disso, a introdução deverá mencionar também as principais áreas de intervenção regulatória a nível nacional e europeu que têm contribuído para a dinamização dos serviços postais e para a respetiva salvaguarda dos direitos dos utilizadores finais.

Revisão de literatura

Deverá ser efetuada uma revisão, a nível nacional e internacional, da principal literatura económica disponível relevante sobre a evolução das necessidades dos consumidores dos serviços postais.

O consumo de serviços postais em Portugal

Com base, em especial, nos resultados da inquirição, cujo detalhe se esmiúça na seção 4.2, deverão ser apresentados com o maior detalhe possível os diferentes tipos de serviços postais disponíveis em Portugal (bem como aqueles cuja oferta se prevê a médio prazo), os padrões de consumo dos serviços postais em Portugal e as condições da oferta disponível. Pretende-se que seja igualmente estimada a evolução previsível das condições da oferta e da procura de serviços postais oferecidos aos consumidores.

Deverá também ser averiguada a perceção do consumidor sobre a entidade que presta o serviço postal.

Deverá ainda estimar-se a procura atual e futura de serviços postais por parte dos consumidores, em especial mas não só, tendo em conta o crescimento do comércio eletrónico e o seu impacto ao nível do tráfego de encomendas.

Estratégia e economia do negócio

Neste capítulo, deverá ser exaustivamente descrita e analisada a natureza do mercado dos serviços postais (e.g. no tocante às encomendas geradas pelo comércio eletrónico, mercado com um único lado *versus* mercado "com dois lados"), a relevância das externalidades de rede e o papel da inovação e desenvolvimento, a economia do negócio e as estratégias seguidas pelos principais intervenientes no sector, em especial no tocante às variáveis relacionadas com

receitas, preços, posicionamento face à concorrência e qualidade de serviço. Esta apreciação deve explicitar e enquadrar as eventuais parcerias, em formação ou as já constituídas.

Neste âmbito deve também estar explicitada a cadeia de valor que tem estado associada à prestação de serviços postais e de que forma se perspetiva a sua evolução. Deverão ser abordadas as relações de substituíbilidade (e.g. correspondência postal *versus* correio eletrónico) e complementaridade (e.g. comércio eletrónico e entrega de encomendas) existentes entre os serviços postais e as comunicações eletrónicas.

Para este efeito, deverá recorrer-se à relevante informação estatística, financeira e de mercado disponível, bem como à informação recolhida através de um mínimo de 16 entrevistas com os principais agentes económicos intervenientes no sector. Em especial, deverão nomeadamente ser realizadas entrevistas com:

- a) Os principais operadores de redes e prestadores de serviços postais - limite mínimo de cinco entrevistas;
- b) Empresas envolvidas na área do comércio eletrónico – limite mínimo de cinco entrevistas;
- c) Associações de consumidores - limite mínimo de uma entrevista;
- d) Entidades públicas nacionais cuja esfera de atuação releve para o objeto do estudo (e.g. Autoridade da Concorrência e Direção-Geral do Consumidor) - limite mínimo de duas entrevistas;
- e) Autoridades reguladoras nacionais de outros países - limite mínimo de três entrevistas.

No caso de os entrevistados se encontrarem no estrangeiro poderão as entrevistas decorrer com recurso a sistemas de videoconferência ou teleconferência.

Propostas com menos de 16 entrevistas ou com menos entrevistas do que as requeridas por cada um dos grupos supramencionados não serão aceites.

Conclusões

Neste capítulo deverão ser apresentadas as principais conclusões do estudo.

Lista de acrónimos

Referências de literatura



4. METODOLOGIA

4.1. Considerações gerais

Na literatura foram identificadas três formas principais de recolher as preferências dos consumidores, através de inquirição aos mesmos:

- a) Utilizando questões mais tradicionais sobre a real experiência do consumidor: como se verifica em Ofcom (2012a);
- b) Utilizando uma avaliação contingente: quando as questões dos inquiridos abordam o que os consumidores estariam dispostos a pagar por uma melhoria do serviço (ou alternativamente a compensação que requerem por uma deterioração do mesmo) – ver Nera Economic Consulting (2009), no qual se utiliza este método para obter informação acerca do valor, para os clientes, da rede postal como um todo;
- c) Utilizando o método de propostas discretas de escolha de declaração de preferências (“preferências declaradas”): que consiste em solicitar ao consumidor que escolha entre serviços alternativos hipotéticos para extrair, por exemplo, a disponibilidade para pagar por certos atributos do serviço. A Rand Europe (2011) e o Ofcom (2012b) aplicaram esta metodologia no pressuposto de que esta abordagem permite espelhar as escolhas com que os consumidores são confrontados na vida real. Adicionalmente, a Rand Europe (2011) considera que esta metodologia facilita a análise de características específicas de um bem em vez do seu valor como um todo.

Na Tabela 2 é apresentada uma breve análise de vantagens e desvantagens de cada uma destas metodologias:



Tabela 2: Vantagens e desvantagens das metodologias: questões tradicionais, avaliação contingente e preferências declaradas.

(a) Questões tradicionais (e.g. satisfação do utilizador com o serviço)	(b) Avaliação contingente (disponibilidade para pagar)	(c) Preferências declaradas
Simples e de fácil interpretação por se relacionar com uma experiência real do consumidor.	Pode apresentar problemas cognitivos aos inquiridos por não espelhar uma escolha com que estes se deparem com frequência.	Por espelhar escolhas reais as dificuldades cognitivas são minimizadas.
Tipicamente mais de uma resposta recolhida por inquirido o que torna o processo mais eficiente.	Tipicamente apenas uma resposta é recolhida por inquirido.	Tipicamente mais de uma resposta recolhida por inquirido o que torna o processo mais eficiente.
Custos menores de elaboração do inquérito e de análise.	Custos menores de elaboração do inquérito e de análise.	Custos maiores de elaboração do inquérito e de análise.
Não se quantifica a disponibilidade para pagar por parte dos consumidores em relação ao serviço postal.	Na literatura, é considerado que esta metodologia deve ser aplicada quando é necessário obter a disponibilidade para pagar do bem ou serviço como um todo.	Tipicamente usada para obter o valor de atributos específicos de um bem ou serviço. Permite quantificar o valor da necessidade dos utilizadores por cada atributo do sector postal.
Baseado em Rand Europe (2011)		

Na literatura, a metodologia de inquérito administrada através de questões mais convencionais é aplicada por Ofcom (2012a) e por Kull et al (2015) no sentido de avaliar, por exemplo, a satisfação dos consumidores com a localização das caixas postais na sua área de residência (Ofcom (2012a)) ou a sua opinião acerca da possibilidade de o U.S. Postal Service oferecer uma gama de serviços mais diversificada aos seus utilizadores (Kull et al (2015)).

A metodologia de avaliação contingente, que se considera uma subdivisão da metodologia de inquérito, é aplicada por Nera Economic Consulting (2009) para obter informação acerca do valor, para os clientes, da rede postal como um todo comparando com uma situação em que a rede postal não existe. Duas questões de avaliação contingente foram expostas aos inquiridos:

- a) Escolha dicotómica proposta aos inquiridos entre manter a rede de serviços postais inalterada e pagar um imposto mensal mais elevado ou não existir nem a rede de serviços postais nem um aumento de impostos;
- b) Escolha que permitia aos indivíduos selecionar, de entre um conjunto de valores predeterminados todos situados entre 0 e 133,3 euros³⁰, o valor mensal que estariam dispostos a pagar para manter a rede de serviços postais em comparação com a alternativa da não existência da rede de serviços postais.

O Ofcom (2012b) e a Rand Europe (2011) optaram pela metodologia de preferências declaradas visto que era objetivo dos estudos perceber como os consumidores avaliavam determinadas características ou atributos do sector postal e o que estes priorizavam. No caso da Rand Europe (2011), o primeiro passo foi a definição dos atributos do sector postal a abordar no estudo, atributos estes que, os autores afirmam, devem ser selecionados tendo em conta o seu impacto direto no consumidor (e.g. velocidade de entrega) em vez de constituírem indicadores para os atributos mencionados, não impactando eles próprios diretamente o consumidor (e.g. frequência de recolha dos objetos postais). Com esta distinção em consideração, a Rand Europe (2011) decidiu testar os seguintes atributos:

- a) Velocidade de entrega – medida através do número de dias decorrido a partir do momento de recolha até o item ser entregue, incluindo serviços de classe singular (D+1, D+2, D+3) e serviços de duas classes (D+1 e D+3); é adicionalmente proposta uma especificação não uniforme de serviço - D+1 (local) e D+3 (nacional);
- b) Possibilidade de entrega ao sábado;
- c) Percentagem de cartas perdidas;
- d) Confiabilidade – medida através da percentagem de objetos postais entregues a tempo;
- e) Garantia de horário de entrega;
- f) Opção de local de entrega – domicílio, caixa de correio ou no centro de serviço postal da área de residência;
- g) Preço – diferentes escolhas de preço são apresentadas, baseadas no preço atual dos selos e no preço médio para as encomendas, em cada país.

Estes atributos foram posteriormente inseridos em “cartões de escolha” diferenciados (ao nível das características dos atributos) e apresentados em pares aos indivíduos que posteriormente foram encorajados a escolher o seu cartão preferido do par apresentado. É igualmente importante referir que, antes da realização do inquérito ao universo de inquiridos selecionado para o estudo, foram elaborados pré-testes a um grupo de indivíduos representativos do universo amostral, para a realização de testes cognitivos, no sentido de verificar a adequação dos materiais a utilizar no estudo.

³⁰ 133,30 euros correspondem a 100 libras esterlinas (conversão efetuada através do conversor do Banco de Portugal à taxa de câmbio de referência do dia 13.01.2016).

A abordagem utilizada por Rand Europe (2011) foi a realização de entrevistas por telefone. Respondentes com acesso a correio eletrónico poderiam receber o instrumento de notação por essa via durante a entrevista inicial, permitindo que o respondente o observasse durante a chamada telefónica de modo a que esta continuasse sem interrupção. Porém, os respondentes que não pudessem ou não quisessem aceder à Internet durante o processo de inquirição poderiam receber os materiais via fax ou via correspondência postal e completar a entrevista numa data posterior. A inclusão de uma opção que permitisse aos respondentes receber os materiais via correspondência postal assegurou que aqueles que não possuísem acesso à Internet pudessem também ser incluídos na inquirição.

Na Tabela 3, é exposto um exemplo de um “cartão de escolha” apresentado aos inquiridos por Rand Europe (2011):

Tabela 3: Exemplo de escolha apresentado aos inquiridos por Rand Europe (2011).

	Alternativa A	Alternativa B
Número de classes e velocidade do serviço	Uma classe: entrega até ao dia útil seguinte.	Duas classes: entrega no dia útil seguinte e até três dias úteis.
Local de entrega	Entrega numa caixa postal segura a 100 m do domicílio.	Entrega ao domicílio somente durante as horas de expediente.
Tempo de entrega garantido	Entrega até às 9h.	Entrega até às 13h.
Percentagem de correspondência entregue a tempo	Mínimo de 90 em cada 100 cartas entregues a tempo.	Mínimo de 80 em cada 100 cartas entregues a tempo.
Percentagem de cartas perdidas	Máximo de 1 em cada 100 cartas perdidas.	Nenhuma carta perdida.
Preço do selo³¹	Preço:	Dia seguinte: Três dias:
Escolha (selecionar com um “X” a opção preferida)		

Fonte: Rand Europe (2011)

Para além destes “cartões de escolha”, a Rand Europe (2011) realizou algumas questões mais diretas, semelhantes aquelas realizadas na metodologia mais tradicional, no sentido de investigar, por exemplo, opiniões acerca do valor pelo dinheiro despendido oferecido pelo serviço postal ou opiniões acerca da necessidade da uniformidade dos serviços postais.

³¹ Os preços de cada alternativa foram baseados no preço atual dos selos e encomendas, em cada país.



Por fim, em termos amostrais, a Rand Europe (2011) recomenda que a amostra inclua “residentes vulneráveis” (pessoas com idade superior a 65 anos, portadores de deficiência ou de doença crónica, ou membros de famílias com um rendimento baixo) devido à sua maior dependência dos serviços postais. Ainda em termos amostrais parece importante referir que a Rand Europe (2011) observou que a sua amostra constituída por 475 entrevistas (350 a utilizadores residenciais e 125 a utilizadores empresariais) em cada país objeto de estudo (Itália, Polónia e Suécia) gerou erros padrão muito elevados, pelo que é aconselhada a utilização de uma amostra maior.

4.2. Requisitos associados à metodologia

A metodologia de preferências declaradas presume-se ser a mais adequada ao objeto do estudo a adjudicar pela ANACOM, devendo ser adotada pela entidade que realizar o estudo. Com efeito, esta metodologia permite analisar os atributos da rede de serviços postais em pormenor, percebendo quais os mais valorizados pelos utilizadores de serviços postais tanto no envio como na receção de objetos postais, de modo a aferir as preferências dos inquiridos sobre cada um dos atributos individualmente. Esta metodologia pode igualmente ser complementada com informações recolhidas através de questões de inquérito mais tradicionais, conforme formuladas, por exemplo, em ANACOM (2013)³² ou ANACOM (2015d)³³.

A entidade que realizar o estudo deverá proceder à condução de, no mínimo, um grupo de foco, numa fase prévia à aplicação do instrumento de notação correspondente à metodologia escolhida, no sentido de garantir a sua adequação aos objetivos propostos. A inquirição deverá ser realizada por telefone (método CATI – *Computer Assisted Telephone Interview*). Respondentes com acesso a correio eletrónico deverão poder receber o instrumento de notação por essa via durante o contacto telefónico, permitindo que o respondente o observe e responda à entrevista sem interrupção. Os respondentes que não puderem ou não quiserem aceder à Internet durante o primeiro contacto telefónico devem poder receber os materiais via fax ou via correspondência postal e completar a entrevista numa data posterior. A inclusão de uma opção que permita aos respondentes receber os materiais via correspondência postal assegura que aqueles que não possuam acesso à Internet possam também ser incluídos na inquirição.

Em termos amostrais, a amostra selecionada para o presente estudo deverá ser representativa ao nível dos seguintes grupos:

- Por indicador de vulnerabilidade³⁴ (residentes “vulneráveis” versus residentes “não vulneráveis”);

³² http://www.anacom.pt/streaming/ICSPdezembro2012.pdf?contentId=1161731&field=ATTACHED_FILE

³³

http://www.anacom.pt/streaming/Inquerito_consumo_ServicosPostais2014_v1abril2015.pdf?contentId=1350843&field=ATTACHED_FILE

³⁴ Os residentes são considerados como “vulneráveis” se:

- Por indicador de ruralidade (população a viver em zonas urbanas e população a viver em zonas rurais).

A população alvo é a população residente em Portugal, com 15 ou mais anos de idade.

O erro amostral máximo exigido, associado a cada grupo³⁵ para o qual se pretende representatividade da amostra, não deverá ser superior a 2,5%. Neste sentido, a dimensão amostral para cada um dos grupos deverá ser superior ou igual a 1 536 inquéritos finalizados. Considerando que o indicador de ruralidade e o indicador de vulnerabilidade se cruzam, pretende-se a seguinte distribuição da amostra, indicada na Tabela 4.

Tabela 4: Relação entre indicador de ruralidade e indicador de vulnerabilidade.

		Indicador de ruralidade		Total
		Rural	Urbano	
Indicador de vulnerabilidade	Vulnerável	≥ 768	≥ 768	1 536
	Não vulnerável	≥ 768	≥ 768	1 536
Total		1 536	1 536	3 072

Os resultados obtidos deverão poder ser extrapolados para a população residente em Portugal, pelo que a base de dados com os resultados de inquirição deve incluir ponderadores indicados para esse efeito. O estudo também deverá apresentar resultados, sempre que possível, tanto para a população residente, como para cada um dos dois grupos de representatividade indicados.

Por fim, a amostra deverá ser estratificada ao nível de grupo etário, nível de escolaridade, classe social/nível de rendimento, acesso à Internet e dimensão do agregado familiar.

5. NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO PARA INPUT DA ANÁLISE

O estudo deverá recorrer a toda a informação adicional que a entidade que o realizar considere útil para a análise (sendo a recolha dessa informação e o correspondente custo eventual da exclusiva responsabilidade da mesma). Isto, sem prejuízo de a ANACOM poder vir

-
- a) A sua idade é superior a 65 anos; ou
 - b) Sofrem de uma doença crónica ou deficiência; ou
 - c) Pertencem a um agregado familiar de baixo rendimento.

³⁵ Os quatro grupos são: "população vulnerável", "população não vulnerável", "a viver em zonas rurais" e "a viver em zonas urbanas".



eventualmente a disponibilizar informação complementar que os autores deverão igualmente relevar nessa análise.

6. ENTREGÁVEIS

A empresa selecionada deverá comprometer-se a entregar à ANACOM os seguintes documentos:

- a) Relatório relativo ao levantamento do trabalho de campo de inquirição, o qual deverá incluir informação sobre a qualidade dos resultados, avaliar a metodologia utilizada e apresentar o método de cálculo dos ponderadores;
- b) Relatório preliminar com os resultados da condução do/s grupo/s de foco, de modo a esclarecer a adequação do instrumento de notação ao objetivo pretendido;
- c) Relatório preliminar com análise completa das respostas de inquirição, incluindo nomeadamente análise descritiva dos resultados obtidos bem como testes à representatividade desses resultados (incluindo recalibração da base de dados, se necessário), dos quais devem constar estimativas pontuais das médias ou proporções de todas as variáveis do questionário, distribuições de frequências, quadros com cruzamentos entre variáveis (incluindo resultados específicos de cada segmento relevante), mapas percentuais relativos ao posicionamento dos clientes e subpopulações alvo, ensaios estatísticos de hipóteses com interesse para o estudo e medidas de qualidade da estimação;
- d) Notas de síntese das entrevistas efetuadas;
- e) Relatório preliminar com a especificação e descrição detalhada de todos os modelos estatísticos e econométricos desenvolvidos, tais como análises de regressão com objetivo descritivo e exploratório, que se considerem relevantes à análise e que permitam uma melhor explicação do comportamento dos consumidores de serviços postais (incluindo nomeadamente a justificação das suas escolhas, as suas virtualidades e as suas limitações), a apresentação dos resultados obtidos (incluindo, nomeadamente e sempre que relevante, ensaios estatísticos de hipóteses com interesse para o estudo, comparações com resultados obtidos por outras entidades relevantes e medidas da qualidade do ajustamento) e a análise aprofundada e explicação completa desses resultados;
- f) Códigos de programação utilizados para estimação dos modelos apresentados nos relatórios a que se referem as alíneas anteriores;
- g) Todos os ficheiros que foram utilizados nos cálculos e ou que são necessários à verificação e confirmação dos resultados apresentados nos relatórios a que se referem as alíneas anteriores;



- h) Todos os restantes dados, informação e esclarecimentos que permitam replicar, verificar e validar os resultados do estudo, apresentados nos relatórios a que se referem as alíneas anteriores;
- i) Relatório preliminar com revisão, a nível nacional e internacional, da literatura económica disponível sobre os serviços postais e o seu impacto, bem como dos principais resultados dos trabalhos de inquirição publicados;
- j) Relatório preliminar com recomendações concretas, abrangendo a identificação fundamentada de potenciais áreas prioritárias de atuação regulatória, com o propósito de melhorar o funcionamento do mercado postal e aumentar a satisfação dos consumidores dos serviços postais;
- k) Relatório final integrado preliminar, incluindo versões revistas dos relatórios preliminares anteriormente referidos e os restantes conteúdos do estudo, estruturados em linha com o estabelecido na secção 3 destas especificações técnicas;
- l) Versão final do relatório final integrado - entregue numa versão confidencial e numa versão pública (expurgada dos elementos de natureza confidencial) - acolhendo as sugestões que a ANACOM entender pertinentes, após revisão da versão preliminar do relatório final integrado.

Todos os relatórios deverão ser recebidos em ficheiros word e pdf.

7. CALENDARIZAÇÃO

A proposta apresentada à ANACOM deverá incluir um cronograma com os diferentes passos do projeto, tais como o período necessário à revisão de literatura, à elaboração e posterior aprovação, por parte da ANACOM, dos inquéritos a realizar aos utilizadores residenciais do serviço postal, à condução do/s grupo/s de foco de modo a aperfeiçoar as questões do inquérito e a resolver eventuais problemas que estas possam colocar aos inquiridos, à administração dos próprios inquéritos, à realização do tratamento dos dados, entre outros.

O relatório preliminar com a revisão da literatura económica disponível deverá ser entregue à ANACOM no prazo de cinco semanas após a data de assinatura do contrato e cabalmente revisto e entregue novamente, no prazo de duas semanas após a ANACOM remeter a sua apreciação e comentários.

As notas de síntese referentes a cada uma das entrevistas qualitativas deverão ser remetidas à ANACOM o mais tardar até três dias após a realização de cada uma das entrevistas.

A base de dados com os resultados da inquirição quantitativa deverá ser remetida à ANACOM num prazo máximo de cinco dias úteis após a conclusão das inquirições e o relatório preliminar com análise completa das respostas à inquirição deverá ser enviado à ANACOM até 12 semanas após a data de assinatura do contrato.

A realização do estudo não deverá ultrapassar as 20 semanas, as quais já incluem as interações necessárias a realizar com a ANACOM, nomeadamente para aprovação dos instrumentos de notação e guiões dos inquéritos, bem como para comentar os relatórios preliminares e finais remetidos a esta Autoridade, entre outros.

REFERÊNCIAS

ANACOM (2015a). Apêndice 1 - Parâmetros de qualidade do serviço postal universal. Disponível em: <http://www.anacom.pt/render.jsp?categoryId=380465#.VpdIUWFv0>

ANACOM (2015b). Serviços postais - 3.º trimestre de 2015. Disponível em: <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1372826#.VpZ3qEWFv2>

ANACOM (2015c). Desenvolvimento do Setor Postal em Portugal: Comportamentos de Utilização de Produtos e Serviços Postais Pelos Clientes Não Residenciais.

ANACOM (2015d). Inquérito ao Consumo de Serviços Postais – População Residencial. Disponível em: http://www.anacom.pt/streaming/Inquerito_consumo_ServicosPostais2014_v1abril2015.pdf?contentId=1350843&field=ATTACHED_FILE

ANACOM (2013). Inquérito ao Consumo de Serviços Postais – População Residencial. Disponível em: http://www.anacom.pt/streaming/ICSPdezembro2012.pdf?contentId=1161731&field=ATTACHED_FILE

ANACOM (2008). Estudo sobre o consumo empresarial de serviços postais. Disponível em: http://www.anacom.pt/streaming/20080530_ecesp_relatorio_final.pdf?contentId=600482&field=ATTACHED_FILE

BCG (2014). Australian and International Postal Services Overview.

Comissão Europeia (s.d.). Postal Services. Disponível em: http://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/index_en.htm

ERGP (2015). ERGP Report on Core Indicators for Monitoring the European Postal Market.

EUR-Lex (s.d.). EUR-Lex - 31997L0067 – EN. Disponível em: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.1998.015.01.0014.01.POR



International Post Corporation (2011). Role of mail 2020.

Ipsos Mori (2012). Postal User Needs Qualitative Research.

Kull et al (2015). How Americans Would Fix the U.S. Postal Service.

Nera Economic Consulting (2009). The Social Value of the Post Office Network.

Minister for Communications and Information Technology e os New Zealand Post Limited (2013). Deed of Amendment and Restatement. Disponível em: <https://www.nzpost.co.nz/sites/default/files/uploads/shared/2013-deed-of-amendment-restatement.pdf>

New Zealand Post (2015). Update on mail delivery changes. Disponível em: <https://www.nzpost.co.nz/about-us/media-centre/media-release/update-on-mail-delivery-changes>

Ofcom (2012a). Ofcom Review of User Needs residential data tables.

Ofcom (2012b). Review of postal users' needs: A consultation document on the reasonable needs of users in relation to the market for the provision of postal services in the United Kingdom.

Rand Europe (2011). Study on Appropriate Methodologies to Better Measure Consumer Preferences for Postal Services.