

PART 2 – CONSULTATION ON POSTAL SERVICES

ANACOM'S CONTRIBUTION

MARKET OPENING AND THE UNIVERSAL POSTAL SERVICE

UNIVERSAL SERVICE SCOPE

Q1 In relation to the scope of the universal service:

▪ What postal services should the universal service include?

O serviço universal é entendido como uma oferta permanente de serviços postais com qualidade especificada, prestados em todos os pontos do território nacional, a preços acessíveis a todos os utilizadores, visando a satisfação das necessidades de comunicação da população e das actividades económicas e sociais.

Há, por esta razão, uma ligação directa entre o âmbito do Serviço Universal e a existência de um conjunto da população sem alternativas no acesso em virtude da oferta comercial não ser suficiente para o garantir em termos de qualidade e preço.

Sem prejuízo de uma avaliação sobre quais os serviços que devem integrar o serviço universal, à partida o serviço universal poderia incluir a aceitação, tratamento, transporte e distribuição de pelo menos:

- correspondências, prioritárias e não prioritárias;

- encomendas postais;
- envios registados e envios com valor declarado;
- jornais, publicações periódicas, catálogos e livros;

no âmbito nacional e internacional, até 2Kg.

A definição do serviço universal deveria também permitir a redefinição dos serviços que o integram, tendo em conta a evolução das necessidades dos utilizadores e o desenvolvimento técnico, económico e social.

Entende-se também que a abolição da área reservada não significa a redução de serviços abrangidos no âmbito do serviço universal. Em suma, considera-se que deverá ser mantido um serviço universal com especificações de qualidade, universalidade e preço, tendo em conta as necessidades dos utilizadores.

▪ **What steps should be taken by Member States to ensure that the universal services are clearly defined to reflect the needs of customers?**

Considera-se que o envolvimento dos utilizadores (sejam remetentes ou destinatários dos envios, empresas ou pessoas individuais) e das associações representativas dos consumidores e dos operadores, por exemplo através de uma audição pública, poderia contribuir para a definição do serviço universal.

▪ **Should the scope of universal service products be further harmonised at EU level, or should some elements remain an issue for Member States to determine based on users' needs and market developments?**

Tendo em conta o objectivo comunitário de estabelecer um mercado único, considera-se que seria importante a definição de um conjunto mínimo de serviços (integrantes do serviço universal) a nível comunitário, permitindo adicionalmente que os Estados-membros (nomeadamente a ARN dado que possui um melhor conhecimento da realidade social e concorrencial do mercado postal nacional) possam, atendendo ao princípio da subsidiariedade, definir serviços adicionais como pertencentes ao serviço universal, tendo em conta as especificidades e as necessidades dos utilizadores do Estado-membro.

UNIVERSAL SERVICE OBLIGATIONS

Q2

- **. Are the current universal postal service obligations still appropriate? Should universal postal service obligations be applied uniformly?**

As obrigações de serviço universal deveriam, à partida, ter em consideração as necessidades dos consumidores e as especificidades dos Estados-membros, sem prejuízo das obrigações definidas a nível comunitário.

Considera-se que, eventualmente, poderão ser adoptados os mesmos princípios do mercado de comunicações electrónicas, competindo a cada Estado Membro a adopção das soluções mais eficientes e adequadas para assegurar a realização do serviço universal no respeito pelos princípios da objectividade, transparência, não discriminação e proporcionalidade e a redução ao mínimo das distorções de mercado, em especial a prestação de serviços a preços ou em termos e condições que se afastem das condições comerciais normais, sem prejuízo da salvaguarda do interesse público.

Assim, não deveria à partida excluir-se a possibilidade de as obrigações de serviço universal poderem diferir entre Estados-membros, zonas geográficas ou serviços.

THE RESERVED AREA

Q3

- **Is a reserved area necessary to maintain a universal service? What are the risks and opportunities to ensuring a universal service in a competitive environment?**

Esta matéria encontra-se em análise, sendo que a necessidade ou não de definir uma área reservada e os riscos e oportunidades associados à prestação do

serviço universal estão intimamente associados às obrigações de serviço universal que venham a ser definidas.

CALCULATING THE COST OF THE UNIVERSAL SERVICE OBLIGATION

Q4

- **Should a common methodology for assessing the cost of universal service be determined (e.g. following the approach taken in telecoms), and if so, who should determine this? In broad terms what elements should be taken into account in this calculation?**

A definição de uma metodologia comum, a nível Europeu, para avaliar o custo do serviço universal poderia contribuir para a definição de uma metodologia que, em termos conceptuais, poderia ser considerada como uma *best practice*. No entanto, a eventual definição de uma metodologia comum deveria permitir que, na avaliação do custo do serviço universal, pudessem ser consideradas as condições específicas de cada Estado-membro.

Assim, a eventual definição de uma metodologia comum de avaliação do custo do serviço universal deveria permitir ter em consideração o nível de harmonização da definição de serviço universal e das obrigações associadas, bem como as especificidades de cada Estado-membro.

A definição de uma metodologia comum poderia ser efectuada por uma organização independente dos prestadores de serviço universal, por exemplo por um grupo de reguladores eventualmente em coordenação com a Comissão Europeia.

Apesar de ainda não terem sido identificados os elementos a considerar para efeitos de avaliação dos custos do serviço universal, para o seu cálculo poderia eventualmente considerar-se os custos de prestação do serviço por um operador eficiente e os benefícios (tangíveis e/ou intangíveis) associados à prestação do serviço universal.

UNIVERSAL SERVICE –SAFEGUARD MECHANISMS

Q5

- **In the absence of a reserved area, what safeguard mechanisms are needed to ensure the continued ability to provide a universal service that would be appropriate in a liberalised market, equitable to citizens (as both users and taxpayers) and competing market participants, as well as practical and cost effective to administer?**

Esta matéria está dependente da definição de serviço universal e das obrigações associadas. Sem prejuízo, apresenta-se uma lista (não exaustiva) de possibilidades, que no entanto carecem que uma análise mais aprofundada sobre o impacto de cada uma no mercado (operadores e consumidores):

- Financiamento pelo mercado, por exemplo, através da criação de um fundo de compensação para o qual contribuam todos os operadores e através de sistemas tarifários;
- Financiamento pelo Estado.

Relacionado com o mecanismo de financiamento, a escolha do prestador de serviços encarregue do Serviço Universal é igualmente relevante. Esta poderá ser feita por concurso tendo em vista escolher de entre os prestadores de serviços postais existentes no mercado, aquele que, satisfazendo o nível e grau de obrigações de serviço universal, ofereça condições economicamente mais vantajosas.

QUALITY OF SERVICE

Q6

- **Should minimum domestic quality of service levels be further harmonised, to what degree of convergence, for which product types, and how should targets be set?**

Não se considera aconselhável que a Comissão Europeia defina níveis de qualidade de serviço a nível doméstico, dado que estes dependem das especificidades de cada Estado-membro, a nível da procura, das necessidades dos utilizadores, dos preços, do desenvolvimento económico do país, das características geográficas do mesmo, entre outras.

Quando muito, poderia a Comissão Europeia definir parâmetros de qualidade e modos de medição, mas não os respectivos níveis de qualidade.

CONSUMER PROTECTION – COMPLAINTS AND REDRESS

Q7

- **Should complaint and redress procedures be strengthened at EU level; if so, what proportionate intervention would be needed, taking into account experience with existing approaches?**

Considera-se que o tratamento de reclamações relativas a envios transfronteiriços, no qual intervém mais do que um operador, poderia ser objecto de aprofundamento a nível comunitário.

A este nível, uma clara publicitação das condições de prestação do serviço, incluindo informação sobre como reclamar e sobre os direitos dos utilizadores e responsabilidades dos operadores (incluindo uma clara informação sobre a responsabilidade de cada operador no processo), poderia contribuir para assegurar um melhor tratamento de reclamações.

Por outro lado, relativamente aos envios de correspondência no território nacional, a definição de procedimentos de queixas e reclamações deve ser deixada na esfera de cada Estado, não devendo verificar-se uma maior intervenção a nível da UE.

STANDARDISATION

Q8

- **What role should standardisation play in the future postal marketplace?**

A normalização poderá desempenhar um importante papel na definição de metodologias harmonizadas de medição da qualidade de serviço e no desenvolvimento de normas técnicas que promovam a interoperabilidade entre operadores postais, a nível nacional e internacional.

ENSURING FAIR COMPETITION VS. REGULATORY BURDEN

AUTHORISATION AND LICENSING

Q9

- **Respondents are invited to comment on these options, including, where appropriate the nature of conditions that may be associated with authorisations, (in particular universal service obligations), to whom associated conditions should be applied, and how they are to be enforced.**

As condições associadas às autorizações/licenças deveriam ser claras e contribuir para o desenvolvimento da concorrência, ao mesmo tempo salvaguardando a protecção dos utilizadores, dos requisitos essenciais (inviolabilidade e confidencialidade das correspondências, protecção de dados, etc.) e da prestação do serviço universal.

ROLE AND RESPONSIBILITY OF NATIONAL REGULATORY AUTHORITIES

Q10

- **Building on the Postal Directive's objectives, are more precise definitions needed concerning the independence, role and responsibilities of NRAs?**

As definições concernentes à independência, às funções e responsabilidade das ARNs é assunto que deve competir à organização administrativa de cada Estado Membro. Porém, podem ser definidos a nível comunitário alguns princípios de

independência que promovam a transparência das intervenções no mercado, designadamente assegurando a independência entre as ARNs e os operadores.

Q11

- **Should the detailed definition of regulatory tasks and the sharing of best practice be facilitated by setting up a European Group of Postal Regulators, or progressed through existing bodies?**

Entende-se que é bem-vinda qualquer acção que vise a simples colecção e divulgação das práticas regulatórias nos vários Estados-membros, permitindo assim que estes utilizem a informação como melhor considerarem.

Q12

- **Should measures determining the financing of NRAs be prescribed at EU level, or left to Member States to determine?**

A definição do financiamento em concreto deve ser deixada na alçada de cada Estado Membro dadas as diferenças de cada mercado nacional, as específicas necessidades de intervenção/regulação e as exigências de afectação patrimonial. No entanto, a nível comunitário, pode definir-se o princípio que o financiamento da actividade das ARNs, na parte da regulação postal, pode ser assegurado pelo mercado.

ACCESS TO POSTAL INFRASTRUCTURE - DOWNSTREAM NETWORK ACCESS

Q13

- **Should the Postal Directive's provisions on downstream access be maintained or is a more detailed mandatory model necessary?**

Considera-se que as actuais condições definidas pela Directiva Postal associadas a “downstream access” contribuem para garantir a prestação do serviço universal e para a promoção da concorrência, em condições transparentes e não discriminatórias, facilitando o desenvolvimento quer do acesso à rede do prestador de serviço universal (“downstream access”) quer de redes alternativas por parte dos operadores. Relativamente ao acesso à rede, entende-se que a gradual liberalização do mercado é passível de reclamar uma maior intervenção da ARN no acesso à rede, a quem devem ser conferidos mecanismos de intervenção eficazes a concretizar a nível nacional.

ACCESS TO POSTAL INFRASTRUCTURE – OTHER FACILITIES

Q14

- **Leaving aside the issue of downstream network access to which elements of the postal infrastructure should equitable access be required, and how should this be remunerated? Which elements, if any, would best be prescribed at EU level?**

No âmbito do processo de liberalização do sector postal, assume uma crescente importância o acesso, por todos os operadores de serviços postais, a: apartados localizados nas estações de correio do prestador de serviço universal, base de dados do código postal, base de dados de mudança de moradas. Reitera-se a resposta à pergunta anterior relativamente ao acesso à rede.

Considera-se que o acesso aos referidos recursos deveria obedecer ao princípio da não discriminação, independentemente da sua disponibilização ser gratuita ou efectuada mediante o pagamento de um preço. Neste último caso, considera-se que o preço deveria estar relacionado com os respectivos custos.

COST ACCOUNTING AND PRICE CONTROLS

COST COVERAGE AND TERMINAL DUES

Q15

Cost coverage:

- **Cost coverage: should the authorisation for the imposition of uniform tariffs be applicable to all universal service products? How should the decision on uniform tariffs vs. cost coverage be regulated?**

Considera-se que a decisão de impor a aplicação de tarifas uniformes em todo o território nacional, a todos ou parte dos serviços que integram o serviço universal, deveria ser tomada pela ARN visando garantir a prestação do serviço universal e promover a concorrência.

- **Should the Directive's provisions on terminal dues be maintained?**

Considera-se que as condições relativas a encargos terminais deveriam seguir as condições definidas na Directiva Postal relativas à aplicação de preços e ter em consideração eventuais disposições transitórias, destinadas a evitar perturbações indevidas nos mercados postais ou consequências desfavoráveis aos agentes económicos.

- **In the framework of EU competition law, should the postal Directive's provisions for achieving non-discrimination in respect of special tariffs be maintained?**

A manutenção da condição de não discriminação deverá ser avaliada em função da aplicabilidade das regras da concorrência e das obrigações que venham a ser definidas a nível europeu, nomeadamente no que respeita à manutenção de uma área reservada.

COST ACCOUNTING RULES

Q16

- **Are the current cost-allocation principles in the Directive unnecessarily rigid? Are the cost accounting rules in the Directive too rigid or too open, or insufficiently clear?**

Os princípios e as regras relativas ao sistema de contabilidade analítica definidos na Directiva Postal são claras e adequadas, permitindo, por exemplo, uma separação de custos entre os serviços que integram o serviço universal e os que dele não fazem parte.

▪ **Should a common cost allocation methodology be made mandatory?**

A aplicação de regras comuns de alocação de custos, permitindo por um lado a aplicação de uma metodologia harmonizada entre os Estados-membros, não deverá no entanto impossibilitar a aplicação de regras distintas pelos Estados-membros, tendo em conta as especificidades de cada Estado-membro, nomeadamente a nível do desenvolvimento do mercado.

▪ **What should be the level of public disclosure of regulatory accounts of universal service providers, and would full market opening change the appropriate level of disclosure?**

Sem prejuízo do que venha a ser definido a nível comunitário, a eventual publicitação das contas reguladas dos operadores poderia conter informação sobre a metodologia de alocação de custos aos produtos, precavendo, em qualquer caso, a publicitação de dados considerados confidenciais.

PRICE CONTROLS

Q17

▪ **Should price controls be restricted to postal services provided under conditions of market dominance? If so, in broad terms, how should dominance be assessed, at what level, and by whom?**

Relativamente a esta matéria, releva-se que:

a) a eventual aplicação de regras de controlo de preços a serviços prestados sob condições de poder de mercado significativo, não deverá impossibilitar a aplicação de regras de controlo de preços a outros serviços postais

quando considerado necessário ou adequado pelo regulador de um determinado Estado-membro, atentas as características específicas do Estado-membro e desde que permitido pelas regras da Directiva Postal;

b) a eventual aplicação indiscriminada de regras de preços a serviços prestados com poder de mercado significativo poderá implicar que se passe a aplicar regras de controlo de preços a serviços postais que anteriormente não estariam sujeitos a esse controlo (por exemplo: serviços postais que não fazem parte do serviço universal);

c) sem prejuízo do que possa vir a ser definido pela Comissão Europeia, a avaliação das condições de dominância poderia ser efectuada tendo em consideração, por exemplo, as orientações da Comissão relativas aos mercados relevantes no âmbito das comunicações electrónicas, com as necessárias adaptações tendo em conta as especificidades do sector postal.

MARKET OPENING AND ECONOMIC AND SOCIAL IMPACTS

Q18

▪ **Do you envisage overall economic growth in the postal sector following full market opening and how might this develop over time? What will be the impact on employment?**

A liberalização total do mercado poderá constituir um factor potenciador do desenvolvimento no sector postal.

Para o segmento não residencial, os serviços postais podem ser vistos como um intermediário na sua relação com os diferentes *stakeholders*, pelo que qualquer redução no custo dos serviços postais pode contribuir para um reforço da eficiência produtiva, que tem especial relevância nos sectores dependentes dos serviços postais: prestadores de serviços financeiros, prestadores de *utilities* (gás, electricidade, comunicações electrónicas), ou entidades públicas (ver WALSH, Tim, “Postal Infrastructure and Economic Development”, in “Postal and Delivery Services – Pricing, Productivity, Regulation and Strategy”, ed. Michael Crew e Paul

Kleindorfer, Kluwer Academic Publishers, 2002). As empresas podem assim utilizar os serviços postais para facturar/receber pagamentos e/ou encomendar/receber produtos.

A liberalização completa dos serviços postais no sentido em que pode contribuir para uma oferta de serviços mais diversificada, inovadora e a preços mais competitivos, poderá vir a servir de alavancagem a diferentes sectores de actividade.

Por outro lado, ainda de acordo com o autor citado, Tim Walsh, os serviços postais têm a possibilidade de incrementar as oportunidades de *marketing*. Na realidade, as empresas podem utilizar os serviços postais para atingir novos mercados, que seriam inalcançáveis por questões de ordem geográfica.

Ora, tendo presente a integração a jusante, nos serviços postais, de actividades de *marketing* como sejam o auxílio à segmentação de mercado, descrita pelo estudo da Ecorys, os serviços que são objecto da presente consulta poderão vir a ter um papel reforçado na procura de novos clientes e mercados. Também nesta vertente o maior dinamismo do sector que a sua liberalização acarretará poderá contribuir para uma maior competitividade de outros sectores.

Quanto ao impacto no emprego, será difícil prever uma evolução futura deste indicador. No entanto, existem alguns relativos ao passado que se podem considerar neste contexto.

De seguida, apresentam-se os elementos publicados no relatório de regulação do ICP-ANACOM sobre a evolução do emprego desde o início da liberação postal em Portugal (2001) até 2004.

Número de empregados – Portugal					
	2001	2002	2003	2004	Var 01/04
Total dos prestadores	19 205	18 203	17 531	16 809	-12,5%

Prestador do Serviço Universal	17 731	17 650	16 406	15 385	-13,2%
--------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Fonte: ICP-ANACOM; CTT

A tendência em termos do número de empregados em Portugal é assim decrescente desde o início da liberalização. Esta tendência poderá ser explicável pelo facto do prestador do Serviço Universal (CTT) procurar tornar a sua actividade mais eficiente, reduzindo a sua estrutura de custos, nomeadamente de custos fixos.

A mesma tendência de decréscimo do número de empregados é verificável no conjunto dos países da UE.

Número de empregados – UE 15					
	2001	2002	2003	2004	Var 01/04
Total dos prestadores	1.534.692	1.580.103	1.555.447	1.527.340	-0,5%

Fonte: UPU

Conclui-se que desde a liberalização tem existido um decréscimo de número total de empregados, o que poderá estar, de alguma forma, relacionado com o facto de os prestadores postais, nomeadamente, os prestadores de Serviço Universal procurarem uma estrutura de custos menos pesada por forma a reforçar a sua competitividade.

No entanto, como referido a existência de uma oferta postal diversificada a preços reduzidos poderá contribuir para competitividade de outros sectores. A liberalização poderá assim ter impactos não negligenciáveis na criação de emprego indirecto.

De acordo com dados de 2004 relativos ao tráfego postal, verifica-se uma estabilização do tráfego postal, uma vez este se situou ao nível verificado em 2000 (1.339 milhões de objectos em 2000 e 1.341 milhões de objectos em 2004).

É provável que se verifique a manutenção desta tendência nos próximos anos, uma vez que o efeito provocado por produtos substitutos como é o caso do Correio Electrónico será provavelmente superior ao crescimento decorrente da abolição da área reservada no sector postal:

- Os resultados de um inquérito recente realizado pelo INE em colaboração com a UMIC ilustram o efeito positivo registado nos últimos anos no acesso ao Correio Electrónico e à Internet, quer por parte das empresas quer pelas famílias. Em 2005 o Correio Electrónico era utilizado por 79% das pequenas empresas, por 97% das médias empresas e por todas as grandes empresas. Comparativamente com estudos anteriores, de 2002, as pequenas empresas são onde mais cresceu o acesso à Internet (nessa data 67% das pequenas empresas tinha acesso a esta tecnologia).
- crescente ao correio electrónico potencia a diminuição da utilização de serviços de correio tradicional.
- Sendo o segmento de serviços não enquadrados na categoria de correio expresso, o qual está sujeito a licença, o segmento alvo das sucessivas etapas de liberalização, verificou-se que apesar da redução gradual da área reservada (com a liberalização das correspondências com mais de 100 gramas em 2 de Junho de 2003), não surgiram pedidos de licenciamento subsequentes de novas entidades, como poderia ser expectável.

Apenas duas entidades cuja situação financeira, embora equilibrada, atesta a sua dimensão reduzida, actuam no segmento da distribuição de livros e publicações periódicas. Os operadores postais em actividade no mercado de Correio Expresso e habilitados pela ANACOM desde 2001, não têm querido afirmar-se fora deste segmento.

Deste modo, numa situação de abertura total do mercado, embora não seja expectável um forte crescimento do sector por via da habilitação de novas empresas para a prestação de serviços anteriormente reservados, as empresas actualmente no mercado apresentam uma capacidade financeira que lhes permite o investimento em novas áreas de negócio. Temos informação, através de artigos publicado na Imprensa, de que a oportunidade de abertura total do mercado se apresenta interessante para estes operadores no que diz respeito aos serviços de publicidade endereçada.

É expectável de alguma forma que a abertura total do mercado postal, ao nível da União Europeia, e consequente melhoria de preços e condições de acesso aos serviços, possa contribuir para tornar o serviço de publicidade endereçada um serviço bem posicionado relativamente a outros meios comunicação, e poderá impulsionar o crescimento do sector postal.

O serviço de Correio Expresso não será directamente afectado pela abolição da área reservada uma vez que já se encontra liberalizado, sendo de referir o crescimento do tráfego de Correio Expresso desde 2001 e o facto da quota de mercado dos operadores alternativos ter vindo a aumentar (passou de 40% em 2002 para 60% em 2004).

É de salientar que o recurso crescente ao Comércio Electrónico, quer por empresas quer por famílias, pode eventualmente induzir algum crescimento do tráfego postal (até agora impulsionava o serviço de Correio Expresso) com o serviço de entrega física de encomendas solicitadas através da Internet. Registe-se que de acordo com o estudo já referido, em 2004 a prática de Comércio Electrónico foi adoptada por 48% das grandes empresas, 31% das médias e 25% das pequenas, existindo portanto grandes perspectivas de crescimento quer para o segmento de encomendas quer para correspondências em vias de liberalização, uma vez que o Comércio Electrónico abrange igualmente este tipo de envio postal.

O sector postal é uma actividade de mão-de-obra intensiva que exige a afectação de um elevado número de empregados. O Prestador de Serviço Universal (CTT) tem, por esta via, uma estrutura de custos rígida mas, devido à pressão da

liberalização, tem vindo a diminuir o número de trabalhadores, registando um decréscimo de cerca de 7% em 2003 e de 4% em 2004. A rubrica de despesas com o pessoal do PSU diminuiu cerca de 22% em 2003 e 7% em 2004, o que evidencia o esforço do operador no mesmo sentido.

Por outro lado, assiste-se no sector à necessidade de formação de recursos humanos qualificados, uma vez que os operadores do sector postal recorrem cada vez mais a novas tecnologias. A necessidade de maior qualificação que era já sentida na prestação de serviços de correio expresso, passa a ser igualmente exigida para a prestação dos serviços não enquadrados nesta categoria e em vias de liberalização.

As consequências sobre o mercado e sobre o emprego dependerão, no entanto, das estratégias a adoptar pelos operadores postais (quer pelos que já estão activos no mercado quer pelos potenciais entrantes), em termos de serviços a prestar, mercado geográfico alvo, modelo de negócio, etc.

Por exemplo: novos operadores contribuirão para o aumento do emprego no sector; fusões ou aquisições poderão contribuir para a manutenção ou redução do emprego no sector.

O desenvolvimento económico do mercado postal (incluindo a evolução do emprego) estará também dependente do desenvolvimento da economia como um todo e, em particular, do desenvolvimento dos sectores da publicidade, da comunicação, da logística e dos transportes, sectores com os quais o sector postal está intimamente associado.

Q19

▪ **What positive or negative social impacts could result from full market opening? How might negative impacts be avoided or limited?**

A total liberalização do sector postal poderá ter algum impacto positivo, designadamente:

- Redução de preços;

- Maior oferta de serviços;
- Melhoria da qualidade decorrente da pressão da concorrência;
- Investimento dos actuais operadores postais em novas áreas de negócio;
- Melhoria da qualificação dos trabalhadores;
- Melhoria da qualidade de serviço, nomeadamente relacionada com a oferta de serviços mais vocacionada para as necessidades dos utilizadores;
- Diversificação da oferta de serviços, tendo em consideração desenvolvimentos tecnológicos e as referidas necessidades dos utilizadores;
- Utilizadores poderão ter a possibilidade de optar entre diferentes operadores/prestadores de serviço.

Alguns aspectos negativos:

- Nos casos em que os operadores tenham total flexibilidade para gerir a rede de estabelecimentos postais e não tenham obrigações mínimas relativas a garantir o acesso por parte da população aos serviços postais, a eventual supressão de estabelecimentos postais em áreas rurais ou escassamente povoadas poderá dificultar o acesso aos serviços postais, dado que as distâncias a percorrer poderão ser superiores e o acesso a serviços de transporte limitado;
- Do ponto anterior pode também resultar a deterioração da qualidade do serviço prestado;
- Necessidade de reformulação dos trabalhadores;
- Perda de receitas do Prestador de Serviço Universal (CTT) com a entrada de novos operadores no mercado. Os CTT terão de encontrar um caminho de sustentabilidade económica. A empresa apresenta já esforços de modernização e adaptação que se traduziram num Resultado Líquido positivo em 2004, de cerca de 50 milhões de euros, muito superior ao alcançado em 2003. De qualquer modo o impacto negativo da perda de receitas poderá ser limitado com a introdução de novas medidas no financiamento do serviço universal.

- Crescente substituição do serviço postal tradicional de outros meios pelo Correio Electrónico. Este impacto negativo poderá ser um incentivo para o desenvolvimento da concorrência, melhoria da qualidade e a procura de serviços mais adaptados às necessidades dos clientes no mercado. Este impacto negativo poderá ser limitado com a adaptação das empresas às novas estratégias de mercado, nomeadamente como empresas distribuidoras de produtos solicitados na Internet e a entrada em novas oportunidades de negócio como a publicidade endereçada.

- Maior oferta de serviços por prestadores que não tem obrigações de serviço universal exige uma maior protecção dos consumidores. Este impacto negativo poderá ser limitado com a introdução pela ARN de algumas regras adicionais para estes prestadores, nomeadamente ao nível da informação sobre as condições dos serviços oferecidos bem como do tratamento das reclamações.

Os impactos negativos poderão ser evitados ou limitados através da adopção de medidas que visem assegurar a existência e a acessibilidade ao serviço universal em todo o território, com qualidade e em condições não discriminatórias.

OTHER

Q20

- **Please add any final comments you feel may be helpful to the development of the Commission's 2006 Proposal on Postal Services.**

Tendo em conta que os objectivos da Comissão Europeia compreendem a necessidade de disponibilização de serviços postais modernos, importa, antes de mais, definir o que se entende por serviços postais modernos.

Alguns estudos apontam para o facto de a cadeia de valor dos serviços postais na actualidade ser substancialmente diferente da cadeia de valor tradicional destes serviços. Neste contexto, ganham particular relevância estudos que foram realizados a pedido da Comissão Europeia.

A Ecorys no documento "Study on the development of competition in the European postal sector" (ver

http://europa.eu.int/comm/internal_market/post/doc/studies/2005-ecorys-final_en.pdf), refere a existência de uma "Modern postal value chain". Segundo os autores deste estudo os serviços postais não se limitam actualmente a um conjunto de operações tradicionais (recolha, transporte, tratamento e entrega), mas integram outras actividades a montante e a jusante das mencionadas.

Assim, a integração a montante dos serviços postais dar-se-á "through the development of value added services, organising returns of shipments for the mail order and other industries, postal services linked to e-commerce, including fulfilment of web-based service transactions and full integration of postal and financial services";

A integração a jusante será realizada "through the development of databases, using the postal code for market segmentation and improvement of sorting and optimising distribution; content creation in cooperation with the advertising industry and last but not least pre-mailing activities, such as printing and enveloping and the use of hybrid mail services".

Julga-se, assim, que é necessário clarificar, numa primeira fase, o conceito de serviço postal. Refira-se que a Lei nº102/99, de 26 de Julho, pela redacção que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 116/2003, de 12 de Junho, define serviço postal como "a actividade que integra as operações de aceitação, tratamento, transporte e distribuição de envios postais."

STAKEHOLDER IDENTIFICATION

Q21

- **Please explain the nature of your interest in the sector (or that of your organisation), and in what capacity you are responding to this consultation. Anonymous contributions to Part 2 are not possible.**

Name of the organisation: ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações

Email address: Pedro.ferreira@anacom.pt

ANACOMs website: www.anacom.pt

Janeiro 2006