



1. Como perspectiva o grau de harmonização actual dos procedimentos de mudança de comercializador? São detectáveis diferenças significativas? Se sim, quais considera mais importantes?

Para além das grandes diferenças que encontramos entre os dois sistemas ibéricos ao nível tarifário, torna-se difícil proceder a uma comparação linear entre os dois modelos, dada o diferente nível de liberalização dos dois mercados.

Com efeito, a situação espanhola é bem mais complexa, atenta a respectiva diversidade de práticas regionais existentes no país. A diferença mais significativa existente entre os dois países residirá na possibilidade de criação de um operador logístico destinado a operar a mudança de comercializador, situação que não acontece em Espanha.

Pensamos que a forma que se mostra como a mais eficaz para ultrapassar as diferenças entre os dois modelos será a da harmonização, quer ao nível dos princípios gerais de estabelecimento de procedimentos, quer ao nível dos próprios procedimentos operativos, com a conseqüente convergência dos modelos de operação.



2. No âmbito do Plano de Convergência, poderão existir procedimentos que, não sendo idênticos nos dois países, possam ser coordenados de um lado e de outro da fronteira, da mesma forma como sucede, por exemplo com os procedimentos de operação? Neste caso, que tipo de procedimentos concretos se consideram suficientes para que os processos permaneçam coordenados?

Não dispomos de elementos suficientes para poder responder a esta questão.

3. Dos aspectos referidos no documento do ERGEG (sobre o teor dos procedimentos) e dos que se encontram nos procedimentos aplicáveis actualmente em ambos países, quais serão os mais relevantes e porquê?

Do nosso ponto de vista, os procedimentos que assumem maior relevância são a simplicidade e a gratuidade para os consumidores dos procedimentos de mudança, e o estabelecimento de um contacto único para o consumidor iniciar o procedimento de mudança. Basicamente, o modelo de mudança deve ser simples e gratuito, permitindo uma total transparência da informação prestada ao consumidor e a celeridade do próprio procedimento.

4. A mudança de comercializador exige um tratamento estandardizado. Será suficiente harmonizar os procedimentos em si mesmos (fluxos e organização da informação e das acções em sequencia lógica ordenada de dados e mensagens necessárias para a gestão de cada caso-tipo)? Será necessário uniformizar também os formatos electrónicos a utilizar (estrutura das mensagens, protocolos de comunicação), ou devem-se, inclusivamente, pré-estabelecer os canais de comunicação empregues (plataformas, portais, arquitectura dos mesmos) para assegurar o êxito? Qual das opções será preferível?



Quanto mais estandardizados forem os procedimentos e modelos de comunicação, maior facilidade terão os consumidores dos dois lados da fronteira em compreender e, mais importante, apreender, o conteúdo das mensagens e canais de comunicação, facilitando o afastar de quaisquer desconfianças que naturalmente irão existir inicialmente por parte dos consumidores.

5. Podem considerar-se compatíveis os modelos português e espanhol, no que diz respeito às entidades responsáveis pelo Registo de Pontos de Entrega, mediante a existência de mecanismos de supervisão directa e indirecta por entidades competentes para o efeito?

Não dispomos de elementos suficientes para poder responder a esta questão.

6. Que vantagens e inconvenientes se podem apontar a cada um dos modelos nacionais, tendo presente a sua compatibilização no âmbito do MIBEL?

O modelo espanhol caracteriza-se por uma situação de concorrência efectiva, de mercado liberalizado, onde relevam algumas práticas de auto-regulação elaboradas por agentes do sector e aprovadas pelas entidades administrativas.

Por razões óbvias, relativas à inexistência de um verdadeiro mercado concorrencial, o modelo português tem evoluído num quadro regulatório mais acentuado.

Torna-se por isso difícil identificar qual dos dois modelos nacionais é o que apresenta maiores vantagens, uma vez que partem de premissas opostas. No entanto, sempre se diga que o modelo a seguir deverá ser aquele que

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A DEFESA DO CONSUMIDOR

Pessoa Colectiva de Utilidade Pública - Contribuinte n.º 500 927 693

Rua de Artilharia Um, n.º 79 - 4.º - 1269-160 LISBOA

Telefone: 21 371 02 00 - Fax: 21 371 02 99

E-mail: decolx@deco.pt - Internet: www.deco.proteste.pt



assenta numa regulação forte mas independente, no qual haja, no entanto, espaço de aceitação das “melhores práticas”, sugeridas quer pelo sector, quer pelas organizações de consumidores dos dois lados da fronteira.

7. Que possíveis vantagens e inconvenientes haveria em estender o modelo de regulação da mudança de comercializador do sector eléctrico ao do gás natural?

Pese embora hajam diferenças ao nível de redes de distribuição e de tecnologias utilizadas, pensamos que seria de todo prudente a uniformização de modelos e de procedimentos.

8. Que informação associada aos referidos códigos se deve considerar essencial para facilitar o processo de mudança e que outra se poderá considerar complementar? Seria desejável adicionar outro tipo de informação? Que tipo de informação?

Não dispomos de elementos suficientes para poder responder a esta questão.

9. Ao nível de procedimentos harmonizados de mudança de comercializador em

Portugal e Espanha serão admissíveis estimativas de consumo para determinar o consumo associado à mudança? E, se sim, as regras de estimação deverão ser também harmonizadas?

Somos da opinião de que existe todo o interesse, quer para os consumidores, quer para os comercializadores, que a factura de fecho e a primeira factura após a mudança, tenham por base um consumo real.



Para o comercializador cessante, a leitura de fecho de contrato preveniria qualquer necessidade de futuro acerto de contas com aquele cliente, facto que ganha alguma relevância atentas as regras da prescrição de 6 meses destes serviços.

Para o novo comercializador, existe todo o interesse em iniciar o contrato com uma leitura real, por forma a que futuras leituras por estimativa se aproximem ao máximo do consumo real dos clientes (repare-se que a forma como a cobrança por estimativa tinha vindo a ser realizada pelo comercializador cessante poderá até ter sido o motivo que fundamentou a mudança).

10. Que entidades (comercializador cessante, novo comercializador ou cliente) poderão solicitar a realização de uma leitura real? E, em caso de tal ser possível, quem suporta os encargos?

Na sequência da resposta anterior, parece-nos óbvio que, pelo menos, o cliente deve ter o direito de solicitar a realização de uma leitura real e que a mesma terá forçosamente de ser gratuita.

11. Devem ser introduzidas limitações à mudança de comercializador no caso de existirem dívidas do cliente relativas ao fornecimento de energia? Se sim, como efectuar a comprovação dessas dívidas? E deverão eventuais dívidas constituir o fundamento de recusa de mudança qualquer que seja o fornecedor?

Não. Pensamos que a existirem limitações à mudança de comercializador, as mesmas não podem ter por base a existência de uma suposta dívida imputável ao cliente.



À semelhança de outros sectores de actividade sobre os quais as respectivas entidades reguladoras impuseram procedimentos de mudança de operador (ex: telecomunicações), só no caso de dívida devidamente declarada por sentença condenatória com trânsito em julgado é que será legítima a recusa de contratação.

12. Deve ser adoptado um limite para o número de mudanças a realizar por cliente? Se sim, esse limite deve ter um horizonte temporal? E que valor será o mais ajustado para um eventual limite? Deverá ser harmonizado entre os dois países?

Pese embora considerarmos que o direito do consumidor de mudar de comercializador é um direito absoluto, parece-nos razoável a imposição de um número máximo de mudanças de comercializador por ano (por exemplo: 6 ou 8 vezes), uma vez que os custos de cada operação de mudança acabam por se reflectir nos custos globais de gestão.

13. Considera a aprovação dos procedimentos por entidade independente ou pelos reguladores um factor de confiança nos próprios processos?

Sim. A aprovação destes procedimentos por entidade independente idónea ou pelos reguladores confere um estatuto fundamental de confiança aos mesmos.



14. Tendo presentes as situações em Espanha e Portugal, considera mais vantajosa uma situação que outra?

— Talvez por acreditarmos e defendermos uma regulação forte e independente, consideramos mais vantajosa para o mercado e para os consumidores a situação em Portugal.

15. Que estratégia e fases se poderão propor para a implementação dos procedimentos?

— Consideramos adequado a apreciação prévia de um projecto normativo e respectivas fases de aplicação.

16. Quais as medidas que devem ser tomadas, ao nível da informação a disponibilizar aos consumidores e ao nível dos procedimentos de mudança de comercializador, que considera mais importantes para assegurar a confiança dos consumidores?

— Deverá ser feita uma ampla campanha informativa dos consumidores, utilizando todos os suportes de informação existentes, não só da lista de todos os comercializadores, dados completos, locais e meios de contactos como também acerca dos procedimentos de mudança de comercializador e as garantias de fiabilidade, celeridade e eficácia do processo de mudança.

— De forma a gerar níveis de confiança altos junto dos consumidores, haverá todo o interesse que estas medidas informativas tenham o aval e apresentem o logótipo da entidade reguladora e das associações de consumidores que constituam uma referência para a população.



17. Que tipo de informação inicial deveria estar disponível ao consumidor e porquê? Qual seria o meio mais adequado para proceder à sua divulgação?

Como já aludido na resposta à questão anterior, deverá ser feita uma ampla campanha informativa dos consumidores, utilizando todos os suportes de informação existentes (televisão, radiodifusão, jornais, panfletos, etc), sobre os procedimentos de mudança de comercializador (informação relativa ao ponto de entrega forma como deverá ser apurado o consumo na data de mudança de comercializador, limites à mudança de comercializador - dívidas existentes, nº de mudança possíveis por ano), sendo, desta forma, devidamente esclarecidos sobre os seus direitos, ausência de custos do processo, soluções adoptadas ao nível da facturação pelo comercializador cessante e novo comercializador, contactos dos diferentes comercializadores no mercado, preços e dados de comparação existentes.

18. Que aspectos considera relevantes a respeito de mecanismos de garantia e supervisão e porquê? Qual a informação a disponibilizar pelos diferentes intervenientes na gestão e supervisão do processo de mudança de comercializador (tempos de mudança de comercializador, número de reclamações, etc.)?

A garantia de que a entidade reguladora pode activamente intervir no processo de mudança de comercializador, corrigindo tempos de demora ou obviando procedimentos que estejam a ser unilateralmente impostos pelo comercializador cessante ou pelo novo comercializador, constitui um factor de confiança acrescido a não desprezar para a sucesso deste processo.

Acresce a informação disponibilizada ao cliente acerca das normas a que estão sujeitos os comercializadores no processo de mudança, preços e quotas de



mercado, e as diferentes formas de apresentação das reclamações junto da entidade reguladora.

19. Que entidade deverá operacionalizar a mudança de comercializador, designadamente interagindo com a plataforma de gestão de mudança (comercializador/cliente)? E, no caso de intervenção do comercializador em nome do cliente, deve haver um suporte para essa representação? Em que termos e com que meios de auditabilidade?

Por uma questão de celeridade prática do processo de mudança, deverá ser o novo comercializador a assumir as funções inerentes à mudança de comercializador, bastando para esse efeito ter em sua posse um exemplar do contrato devidamente assinado pelo cliente.

20. Quais os indicadores a determinar para assegurar uma adequada monitorização do processo de mudança de comercializador? De que forma e com que periodicidade devem ser divulgados? Que indicadores devem ser harmonizados entre os dois países?

Consideramos que os indicadores deverão respeitar ao número de mudanças de comercializador, preços e quotas de mercado. Estes indicadores deverão estar acessíveis ao público em geral, nomeadamente, através da elaboração de relatórios que deverão ser divulgados semestralmente.

21. Qual a periodicidade de realização das auditorias? Quais os processos que devem ser alvo de maior atenção (cumprimento das regras, prazos de execução dos procedimentos, protecção dos dados pessoais, etc.)? Os relatórios de auditoria devem ser divulgados publicamente?



Em consonância com o anteriormente exposto, deverão ser semestrais. Consideramos fundamentais a divulgação respeitante ao cumprimento das regras, o cumprimento dos prazos de execução e o prazo de envio da primeira factura após a operação de mudança.

Lisboa, 17 de Março de 2008