

Procedimentos de Mudança de Comercializador

Comentários da EDP Serviço Universal às questões colocadas no documento de consulta pública sobre os "Procedimentos de Mudança de Comercializador", de Fevereiro de 2008.

A EDP Serviço Universal agradece à Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos (ERSE) a oportunidade para apresentar os seus comentários ao documento referido em título.

Sendo a EDP Serviço Universal o Comercializador de Último Recurso, tem naturalmente a incumbência de ser garante da universalidade do serviço de fornecimento eléctrico. Por esse motivo, pode ser vista como uma plataforma de "pivotagem" de consumidores "em trânsito" entre comercializadores no regime liberalizado. Adicionalmente, tendo actualmente a EDP Serviço Universal um número massivo de clientes, todas as questões de mudança de comercializador e de eficiência/eficácia dos respectivos procedimentos colocam-se com especial acuidade. Assim, para além dos princípios da Transparência, Imparcialidade e Confidencialidade da Informação, entre outros, que defende, a EDP Serviço Universal entende ser desejável a existência de mecanismos e procedimentos de mudança de comercializador bem definidos e que não suscitem dúvidas, e que sejam necessariamente economicamente eficientes, escorreitos e assentes em tarefas automatizadas.

No âmbito das questões colocadas, a EDP Serviço Universal considerou conveniente, para simplificação e facilidade de consulta emitir os seus comentários referentes às diferentes questões colocadas, em correspondência com os títulos dos parágrafos constantes do documento

1. Harmonização

Considera-se da maior importância a harmonização de procedimentos, no âmbito do MIBEL, para um funcionamento transparente do mercado, permitindo a um comercializador, que actue nos dois lados da fronteira, proceder de forma rápida e a custos reduzidos à mudança solicitada por um consumidor.

Desejavelmente a harmonização deverá estender-se a todos os procedimentos, protocolos de comunicação e estruturas de mensagens. Só assim se poderá tirar proveito da desejável harmonização. Está-se no entanto consciente de que o processo de harmonização poderá obrigar a um período de transição, cuja extensão dependerá da profundidade da compatibilização e da necessidade de adaptação dos sistemas pelos diferentes agentes.

Não devendo o cliente suportar quaisquer custos com o processo de mudança (em condições normais) e não podendo a entidade responsável pela gestão do processo de mudança de comercializador cobrar aos comercializadores qualquer encargo pela cedência dos dados necessários, há que ponderar os custos associados, dependentes da profundidade da harmonização, e a respectiva imputação. Naturalmente, estando Comercializador de Último Recurso obrigado a acolher todos os consumidores que assim o desejem, considera-se que eventuais custos de mudança para o CUR não devem ser-lhe imputados, ou deverão poder ser recuperados na tarifa.

2. Gestão do registo do ponto de entrega

Face à informação de que dispomos, o modelo em vigor em Portugal tem sido bem aceite, não se conhecendo reclamações com origem nos comercializadores sobre o processo de mudança. Pensamos que a entidade executora do processo poderá coincidir com o operador da rede de distribuição, havendo vantagens operacionais e de custos para o sistema, devendo ser criados processos que permitam a supervisão por entidade independente, não executiva, de forma a garantir a transparência do processo.

3. Conteúdo do registo do ponto de entrega

Deverão ser tomadas as medidas adequadas à protecção da base de dados pessoais do consumidor. De qualquer modo, deverá ser disponibilizada informação que permita ao comercializador efectuar uma proposta comercial personalizada (pricing), nomeadamente o histórico de consumos da instalação, desde que expressamente autorizada a divulgação dessa informação pelo consumidor em questão.

4. Determinação do consumo de mudança de comercializador

A experiência leva-nos a considerar ser possível manter a estimativa de consumos como método de determinação do consumo associado à mudança de comercializador. Naturalmente, seria preferível que sempre que fosse possível, se deveria recorrer a leituras efectivas ou telemedida.

No caso de se recorrer a estimativas de consumos, defende-se que o método de estimativa deve ser publicamente divulgado, contribuindo para a transparência do processo. Em todo o caso poderá ser reconhecida a utilidade e necessidade da realização de uma leitura sempre que a última leitura real tenha sido executada há mais de quatro meses, prevenindo eventuais prescrições de valores a cobrar em casos de acertos futuros de consumos.

Qualquer um dos intervenientes poderá, se assim o entender, solicitar a realização de uma leitura extraordinária assumindo, nesse caso, o respectivo encargo.

5. Existência de limites à mudança de comercializador

Também neste aspecto nos parece adequado a existência de harmonização entre os dois países.

Afigura-se correcto, numa actividade em que a venda do produto é efectuada a crédito, que sejam tomadas medidas que protejam os comercializadores. A limitação do número de mudanças a realizar por ano e cliente parece ser a mais consentânea com liberalização do mercado.

6. Aprovação dos procedimentos

Os procedimentos de mudança de comercializador deverão ser aprovados pela entidade reguladora, constituindo assim um factor de confiança e transparência. Para agilização do processo poderão ser contemplados procedimentos de aprovação rápida de pequenos ajustes aos procedimentos. Tal poderia passar por uma consensualização prévia entre todos os agentes das alterações pretendidas, para posterior submissão à ERSE, sem necessidade de se despoletar todo o processo de consulta que para além de funcionalmente pesado poderá ser moroso, não se justificando pela eventual simplicidade das alterações que poderão ser tidas por necessárias.

7. Medidas para assegurar a confiança dos consumidores

O documento refere as boas práticas que contribuem para garantir a confiança dos consumidores, nomeadamente a simplicidade e rapidez dos processos associadas a uma completa divulgação dos procedimentos. A divulgação de tarifas e indicadores de qualidade associada a uma estratégia de comercialização, bem como a disponibilização de simuladores contribuirão também para a transparência do processo assegurando a confiança dos intervenientes. Há, no entanto, que garantir que a informação comercial publicada é comparável entre si de forma a possibilitar uma escolha consciente pelo consumidor.

A nível da informação que poderia ser disponibilizada e eventualmente divulgada de forma agregada pela entidade supervisora do processo de mudança, sugere-se: listagem dos comercializadores em actividade; metodologia de mudança de comercializador; prazos médios e máximos de mudança de comercializador; número de transferências por mês e por nível de tensão entre comercializadores; quotas de mercado e quantidade de reclamações .

Desejavelmente deverá ser o novo comercializador, devidamente mandatado pelo cliente, o único interlocutor do processo perante a entidade executora do processo de mudança de comercializador. O comercializador "de destino" deverá garantir a prova da obtenção da autorização do cliente em causa para o acesso à respectiva informação e para a realização do processo de mudança.

8. Monitorização e mecanismos de auditabilidade dos processos de mudança de comercializador

Os principais indicadores que se sugerem são os mencionados no ponto anterior, com especial relevância para os tempos médios e máximos de resposta, número de mudanças por nível de tensão e reclamações. Estes indicadores deverão ser disponibilizados com indicação clara dos universos envolvidos permitindo uma análise comparativa. De um modo geral, este tipo de indicadores são facilmente obtidos, pelo que a sua actualização poderá ser mensal ou trimestral.

No que respeita à realização de auditorias, considera-se adequada a um correcto acompanhamento do sistema uma periodicidade bienal. No entanto, poder-se-á aumentar a frequência perante um sistema particularmente activo – com elevado número de mudanças ou incremento de reclamações.