



INVESTIMENTO ATÉ 15 MILHÕES DE EUROS

CTT apostam no comércio eletrónico

Os CTT captaram uma poupança de 11,7 milhões de euros com o seu plano de reestruturação e querem atingir um total de 13,8 milhões em 2018, um valor próximo do que pretendem investir na sua plataforma de comércio eletrónico para PME e marcas portuguesas. O

plano de reestruturação dos CTT "não se faz apenas de encerramentos", afirma, em entrevista à VE, António Pedro Silva, administrador executivo. A recolocação de trabalhadores permite aumentar a qualidade de serviços em lojas com maior procura.

Págs. 32 e 33





ANTÓNIO PEDRO SILVA, ADMINISTRADOR EXECUTIVO DOS CTT, ASSEGURA

Plano de reestruturação dos CTT "não se faz apenas de encerramen

Integrado no seu Plano de Transformação Operacional, os CTT têm em curso um plano de ajustamento da sua rede de retalho que visa "adequar a oferta dos CTT em função da procura e das necessidades das populações", de acordo com o seu administrador-executivo, António Pedro Silva. Porém, o encerramento de 22 lojas em todo o país provocou a contestação das populações afetadas. O executivo admite, em entrevista à "Vida Económica", que tem existido alguma "falta de comunicação dos CTT, pois não temos conseguido passar a mensagem correta". Afirmando que o plano de racionalização "já conseguiu capturar em termos de poupança, cerca de 11,7 milhões de euros", o responsável pela rede de lojas e operações assegurou que a reestruturação da empresa "não se faz apenas de encerramentos". Nesse sentido, lembra que os "CTT estão também a investir, quer ao nível das suas operações quer ao nível de rede de lojas".

FERNANDA SILVA TEIXEIRA
fernanda.teixeira@vidaeconomica.pt

Vida Económica – No âmbito do plano de reestruturação, os CTT anunciaram no início do ano o encerramento de 22 lojas em todo o país. Quais os objetivos estratégicos deste plano?

António Pedro Silva – O plano de ajustamento da rede de retalho está incluso naquilo que é um plano mais abrangente de transformação dos próprios CTT e tem por intenção adequar aquilo que é a oferta dos CTT em função da procura e das necessidades das populações. Um modelo diferente, mas garantindo sempre a proximidade e o serviço público universal às populações, mas também, uma matéria muito sensível para as pessoas mais idosas, que são os pagamentos de vales e de faturas e também dos avisados que são disponibilizados num modelo diferente que são os postos de correios. Nesse sentido, gostaria de salientar que os postos de



"O nosso plano de transformação já conseguiu capturar em termos de poupança, cerca de 11,7 milhões de euros daquilo que é o plano para 2018, num total de 13,8 milhões de euros", refere António Pedro Silva.

correio são um modelo que responde a tudo o que são necessidades dos clientes, existindo apenas duas exceções ao serviço que prestam, que são os certificados de aforro e do tesouro e as transferências.

VE – Quais foram os critérios que definiram o encerramento destas lojas e não de outras?

APS – No caso destes encerramentos existem duas dimensões que é importante percebermos. Uma delas tem a ver com aquilo que é a procura e o nível de serviço que as populações procuram nestas lojas. Mas também percebemos que, existem algumas sobreposições e utilizamos este plano de ajustamento para racionalizar o nosso posicionamento em algumas áreas, permitindo através da recolocação dos nossos trabalhadores aumentar a qualidade de serviços, pois sabemos que existem lojas com muita procura, garantindo a mesma

proximidade às populações através dos postos de correio.

VE – Para além destas, falou-se recentemente no encerramento de mais 14 postos. Quantos espaços irão ser encerrados no total?

APS – Os CTT estão permanentemente a olhar para a sua rede, para a procura dos nossos clientes que se tem vindo a reduzir de ano para ano, nesse âmbito não nos podemos esquecer que um dos produtos mais procurados são os pagamentos de vales (reformas e pensões) e que também estes se têm vindo a reduzir desde 2004-2005. Nesse sentido, ajustamos os nossos modelos, num critério de tentativa de utilização dos nossos trabalhadores, para reforçar lojas que tenham uma maior procura e garantir às populações esta contínua proximidade. Temos uma observação, não temos nem uma opção nem uma visão

Os trabalhadores percebem que a gestão dos CTT preocupa-se com a sustentabilidade da empresa e, por isso, preocupam-se sim com a manutenção do seu posto de trabalho.

reduzida daquilo que devemos fazer. E fizemos com as autarquias uma análise daquilo que é o nosso posicionamento atual e futuro. Por isso, não temos um número certo fechado, no momento certo, falaremos.

VE – Na prática, qual o valor da poupança para os CTT com estes encerramentos?

APS – Temos um racional de transformação daquilo que são custos fixos e variáveis, pois a um prestador pagamos em função de um serviço. Mas temos uma poupança em termos de edifício, renda e eletricidade. Agora, o nosso plano de transformação já conseguiu capturar em termos de poupança, cerca de 11,7 milhões de euros daquilo que é o plano para 2018, num total de 13,8 milhões de euros. Quanto aos funcionários, chegaram a um acordo com os CTT para a sua saída, pela sua idade ou por outros motivos, despedimentos 'puros e duros' nunca existiram.

"Não temos conseguido passar a mensagem correta" relativamente aos encerramentos

VE – Uma vez que os serviços continuam a estar garantidos, por que razão as populações queixam-se e manifestam-se tanto? O que que está a falhar?

APS – Acredito que seja mesmo uma questão da falta de comunicação dos CTT, pois não temos conseguido passar a mensagem correta. Por contra ponto também é verdade que é mais fácil passar uma mensagem negativa, que condiciona o que é o pensamento das pessoas versus aquilo que é uma mensagem positiva. Sabemos que somos humanos e que a mudança é sempre algo com a qual não gostamos muito de conviver, mas a verdade é que não tem sido fácil passar a mensagem certa.

Quando estamos a olhar para um posto de correio, estamos a olhar para um espaço que faz exatamente os mesmo serviços que faz uma loja, com apenas duas exceções mencionadas anteriormente, onde o cliente pode encontrar o mesmo nível de serviço, em muitos dos casos mesmo melhor do que



tos"

tinha, devido aos horários alargados por parte dos nossos prestadores de serviços, o que permite maior conveniência aos clientes, e não podemos esquecer que falamos de uma rede com supervisão e responsabilidade por parte dos CTT. Depois há uma dinâmica económica que não devemos esquecer, que é a dinamização do próprio negócio local. Muitos dos nossos parceiros são e têm pequenos negócios que têm todo o interesse em ter mais afluência nos seus pontos de venda e ter com o cliente uma oportunidade de negócio. Mas também temos a consciência que temos de acompanhar este modelo de negócio de modo a garantir a qualidade e a proximidade às pessoas.

VE – De que modo se propõe os CTT a atenuar os constrangimentos para os seus clientes motivados por estes encerramentos?

APS – Passando as lojas para postos, sempre com a preocupação de manter a maior parte destes a 300 ou 400 metros, no máximo a mil metros, de distância de uma loja que encerre.

VE – A Anacom anunciou recentemente que os CTT vão ter de reduzir em 0,085 pontos percentuais os preços em vigor este ano, por terem falhado os indicadores de qualidade do serviço postal universal. Como viu esta sanção?

APS – Hoje em dia temos e cumprimos um nível de avaliação com os 11 indicadores de qualidade dos mais diversos e exigentes a nível europeu. E estes 11 indicadores concorrem para um indicador global no qual os CTT tem de ter uma pontuação acima de 100, e assim é há muito tempo. Mas dois indicadores de qualidade do serviço postal universal dos CTT não cumpriram os indicadores: a demora no encaminhamento no correio azul no Continente e a demora no encaminhamento no correio transfronteiriço intracomunitário, e por isso aceitamos essa sanção. A redução dos preços praticados pelos CTT, decorrente da aplicação da dedução de 0,085 pontos percentuais, será aplicada no mínimo durante três meses e deve entrar em vigor até 1 de outubro de 2018.

VE – E descontentamento por parte dos trabalhadores, tem existido ou não?

APS – Os nossos trabalhadores percebem que a gestão dos CTT preocupa-se com a sustentabilidade da empresa e, por isso, preocupam-se sim com a manutenção do seu posto de trabalho e, portanto, fazem aquilo que é necessário fazer para defenderem o seu posto de trabalho. Não vemos nada que nos indique e que se possa catalogar como descontentamento. Eles estão até ao último dia nas lojas, no dia seguinte estão a trabalhar noutra

loja e, pelo contrário, vemos e sentimos que eles entendem e colaboram em todo este processo, porque a sustentabilidade da empresa e a manutenção dos seus postos de trabalho é muito importante para todos. Quer a rede de carteiros quer a rede de atendimento vêm e sabem que há cada vez menos cartas, sobretudo para os clientes particulares, e sabem que muitas lojas estão parte do seu dia sem clientes. Há menos 4 milhões de visitas por ano nos CTT, isto apesar de ainda atenderem cerca de 100 mil clientes por dia, e os nossos trabalhadores têm essa consciência. Mas se é verdade que o correio desce, também é verdade que outras áreas cresceram, como os serviços financeiros onde já estávamos presentes mas que foi alavancada com a implementação do banco, assim como o serviço Expresso de encomendas e o e-commerce.

CTT e Sonae estabelecem parceria para a criação de plataforma de comércio eletrônico

VE – As compras online estão a crescer e serão uma tendência no futuro. Como se estão a preparar os CTT para esta nova realidade?

APS – O nosso serviço Expresso de encomendas existe há muito tempo e os CTT tem seguido de perto esta aceleração. Por isso, a preocupação em termos de formação e reconversão de alguns postos de trabalho está presente e em crescente na empresa. Nesta área os CTT fizeram um investimento e um rejuvenescimento importante, como por exemplo através da App 'SIGA', ou do 'Express2Me'.

VE – Foi este crescimento que motivou com que os CTT estabelecessem uma parceria com a Sonae na área do comércio eletrônico?

APS – Esta parceria nasce da preocupação e da evidência que o comércio eletrônico tem para todos nós. Quando fazemos compras encontramos muitos 'e-sellers' que estão em plataformas lá fora e também percebemos que os nossos comerciantes não têm plataformas online. Nesse sentido, a criação de um marketplace vai-lhes possibilitar ter a sua loja online permitindo aos consumidores não ter de ir a sites internacionais. A criação deste marketplace constitui uma forte aposta no desenvolvimento do comércio eletrônico com foco nas PME e nas marcas portuguesas, através de um posicionamento assente na proximidade, numa experiência de compra simples, segura e conveniente e com uma oferta abrangente de produtos e serviços disponibilizados online por cada vez mais empresas. O investimento estimado é de 10 a 15 milhões de euros. Porém, antes deste negócio acontecer, a Autoridade da Concorrência vai ter de se pronunciar, mas a intenção está lá.