BNDES

PROJETO DESESTATIZAÇÃO DO SETOR POSTAL BRASILEIRO

AUDIÊNCIA PÚBLICA

CONTRATO DE CONCESSÃO
SERVIÇO POSTAL UNIVERSAL

24/03/2022

Agenda

01 Abertura (MCOM)

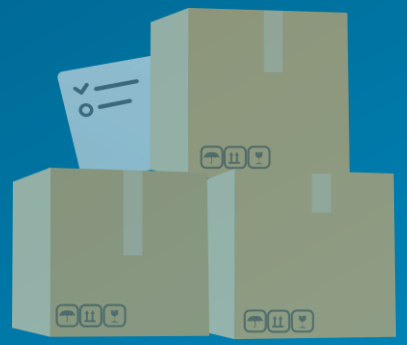
02 Por que repensar o Setor Postal? (MCOM)

03 Visão geral do Projeto e novo Marco Regulatório (PPI)

04 Visão geral da Empresa e Necessidade de Mudança (SEDDM)

05 Desenvolvimento dos Estudos (BNDES)

06 O Contrato de Concessão (Consórcio Postar)



Agenda

01 Abertura (MCOM)

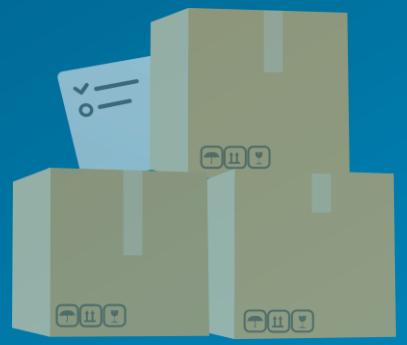
02 Por que repensar o Setor Postal? (MCOM)

03 Visão geral do Projeto Novo Marco Regulatório (MCOM)

04 Visão geral da Empresa e Necessidade de Mudanças (MCOM)

05 Desenvolvimento dos Estudos (MCOM)

06 O Contrato de Concessão (Consórcio Postar)



01 Abertura (MCOM)

02 Por que repensar o Setor Postal? (MCOM)

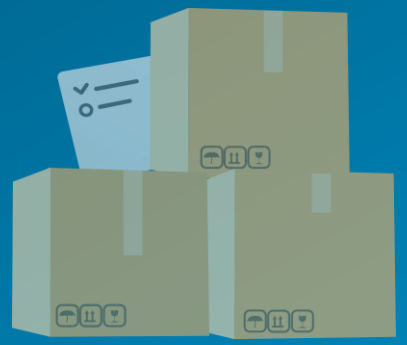
03 Visão geral do Projeto e novo Marco Regulatório (MCOM)

04 Visão geral da Empresa e Necessidade de Mudança (MCOM)

05 Desenvolvimento dos Estudos (MCOM)

06 O Contrato de Concessão (Consórcio Postar)

Agenda



Por que é importante repensar o Setor Postal Brasileiro?

Transformação do Setor

Maior **digitalização** e tecnologias têm resultado em **mudanças estruturais** no segmento Postal em todo o Mundo

Garantia da Universalização

Foco na **regulação** e **fiscalização** do setor via **contrato** de concessão, com mecanismos estabelecidos para atendimento dos **níveis de serviço e direitos dos usuários**

Investimentos e Qualidade dos Serviços

Novos **investimentos modernizarão** o setor e ampliarão a **qualidade** dos serviços postais para todos os **cidadãos brasileiros**

Maior Valor para a Sociedade

Novo modelo promove melhor **alocação** dos **recursos públicos** e geração de **ambiente** favorável para o **desenvolvimento econômico**

01 Abertura (MCOM)

02 Por que repensar o Setor Postal? (MCOM)

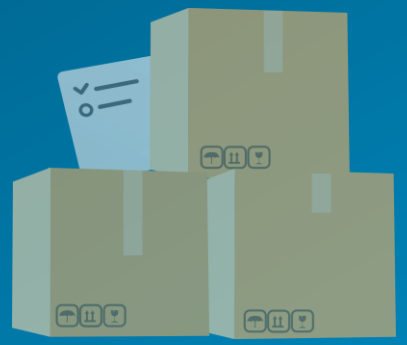
03 Visão geral do Projeto e novo Marco Regulatório (PPI)

04 Visão geral da Empresa e Necessidade de Mudanças (Correios)

05 Desenvolvimento dos Estudos (PPI)

06 O Contrato de Concessão (Consórcio Postar)

Agenda



Cronograma do Projeto

2019

Out.19

Inclusão da ECT no Programa de Parcerias e Investimentos e Criação do Comitê Interministerial

PPI

2020

Abr.20

Processo de contratação das consultorias

BNDES

Ago.20

Início dos Estudos

BNDES

2021

Fev.21

Envio do PL para o Congresso Nacional

Mar.21

Aprovação dos Estudos FASE 01 CPPI

BNDES

Abr.21

Inclusão da ECT no Programa Nacional de Desestatização (PND)

Mai.21

Início da FASE 02 dos estudos

BNDES

Ago/Set.21

Aprovação PL na Câmara de Deputados (ago.21) e envio ao Senado Federal (set.21)

2022

25.Fev.22

Início Consulta Pública do Contrato de Concessão SPU

VCOM

★ **Estamos aqui**

24.Mar.22

Audiência Pública do Contrato de Concessão SPU

VCOM

11.Abr.22

Fim da Consulta Pública

Aprovação do PL no Senado

Sanção do PL

Envio estudos para TCU

Acórdão TCU

Publicação Edital

Concorrência

Marco Regulatório – Atual vs Futuro

	Marco Regulatório Atual		Marco Regulatório Futuro PL 591
1	Empresa estatal (Correios)	Modalidades para prestação do SPU	Permite a venda da estatal somada a um contrato de concessão dos serviços
2	Métricas de universalização e indicadores de desempenho	Escopo, Exigências e Tarifas	Manutenção do escopo, com novos mecanismos contratuais de execução
3	MCOM	Formulador Política Pública e Agente Regulador	MCOM + ANATEL
4	Acompanhamento formal das Metas: não são aplicadas sanções aos Correios	Fiscalização e Penalidades	Novas Regras em contrato e regulamentação ANATEL

SEGURANÇA JURÍDICA

O novo marco regulatório trará **segurança para a desestatização do setor via prestação do SPU por um operador privado** (Concessão SPU).

UNIVERSALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

As regras de universalização e indicadores de qualidade serão cumpridas. Ainda que privado, o operador terá que manter a **população brasileira assistida conforme regras definidas pelo Contrato e pela ANATEL.**

DIVISÃO DE RESPONSABILIDADES

Novo marco regulatório irá manter o **MCOM** como **agente formulador de políticas públicas** e atribuirá à **ANATEL** o papel de **regulador** do setor postal.

FISCALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

Os novos mecanismos jurídicos estabelecem uma **série de regras para fiscalização que hoje não existem**, com o objetivo de **incentivar e garantir a qualidade e a continuidade do SPU,** incluindo a previsão de **penalidades** para o caso de **descumprimento.**

Marco Regulatório – Atual vs Futuro

	Marco Regulatório Atual		Marco Regulatório Futuro PL 591
5	Regulação tarifária sobre produtos monopolistas	Política Tarifária	Regulação tarifária sobre serviços universais + tarifa social.
6	Empregados CLT Agências em áreas remotas	Transição Responsável	Estabilidade por 18 meses + PDV Manutenção de agências remotas
7	Imunidade Tributária	Carga Tributária	Pagamento de tributos inclusive para estados e municípios (com a privatização)

REGULAÇÃO TARIFÁRIA

Haverá regulação tarifária para **todos os produtos universais, inclusive** as **encomendas sujeitas à universalização (ex. PAC)**, hoje não tarifadas. Será mantida a política pública de carta social.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

O marco regulatório prevê **um período de transição** trazendo **estabilidade** e **benefícios para os funcionários** que terão oportunidade de crescimento profissional em um novo contexto e exige a **manutenção** das **agências** em **áreas remotas** do país.

FIM DA IMUNIDADE TRIBUTÁRIA

Com a desestatização, a empresa **perde a imunidade tributária** e **passa a recolher todos os impostos** da operação. **Permitindo**, assim, uma **melhor alocação dos recursos públicos.**

01 Abertura (MCOM)

02 Por que repensar o Setor Postal? (MCOM)

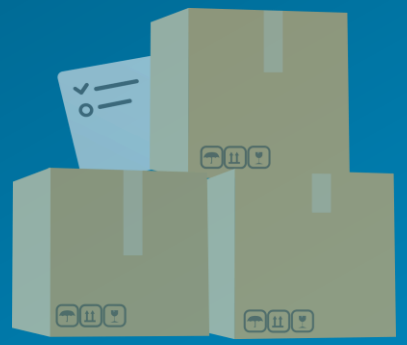
03 Visão geral do Projeto e novo Marco Regulatório (MCOM)

04 Visão geral da Empresa e Necessidade de Mudança (SEDDM)

05 Desenvolvimento dos Estudos (SEDDM)

06 O Contrato de Concessão (Consórcio Postar)

Agenda



Relevância, histórico e papel do Setor Postal e Correios no contexto brasileiro

Empresa Correios e Telégrafos do Brasil

Abrangência, estrutura e pessoas

- **+ 10,7 mil agências de atendimento[1]**
- **+ 1,0 mil centros de distribuição**
- **+ 5.500 municípios atendidos**
- **+150 milhões de clientes**
- **+ 2,3 milhões de encomendas/dia**
- **+ 90 mil profissionais diretos**
- **+ 300 linhas de transporte terr. e aéreo**

Faturamento Bruto[2]

R$ 10 bilhões
Receitas de Encomendas em 2020 (+9,4% x 2019)

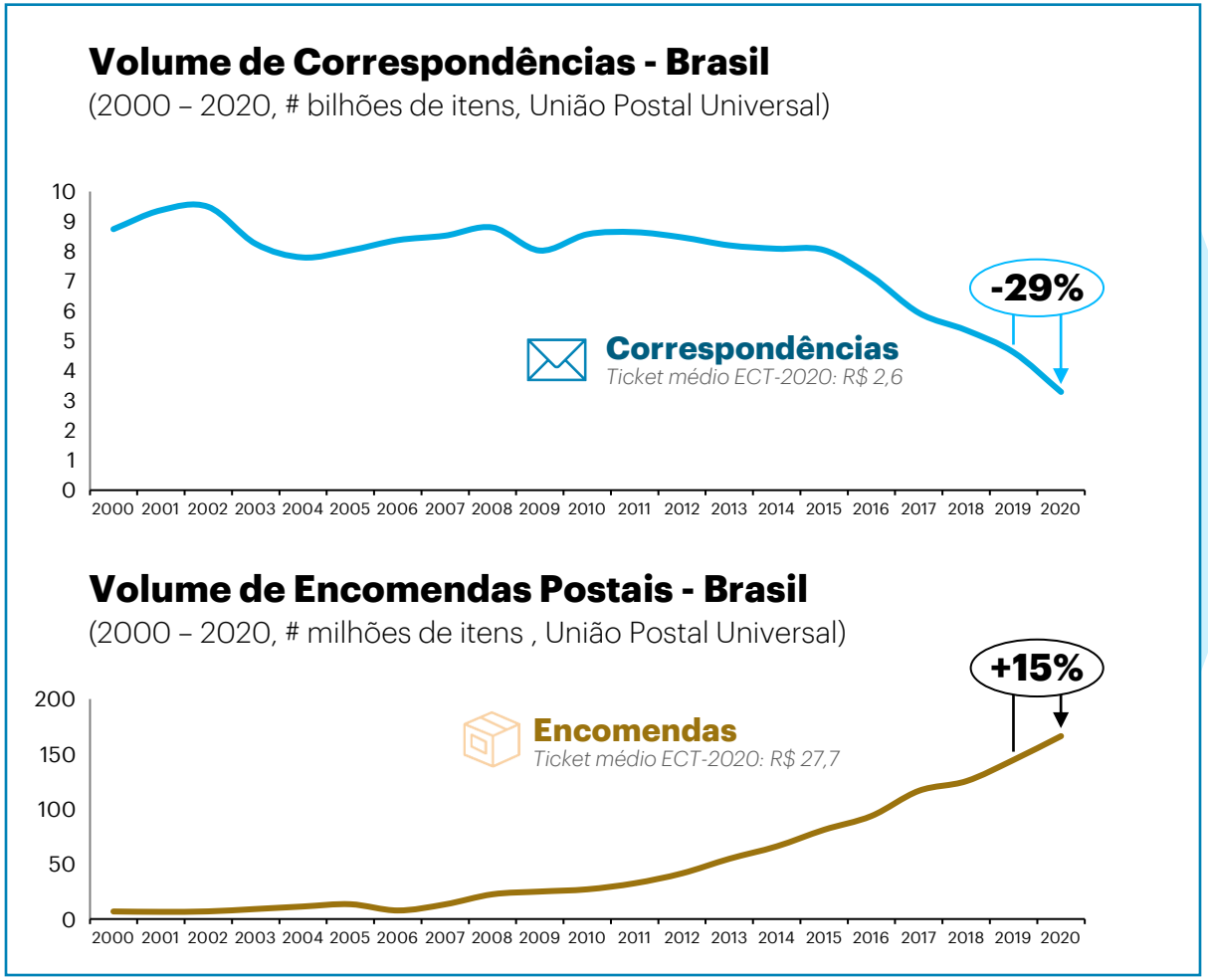
R$ 5,7 bilhões
Receitas de corresp. em 2020 (-27% x 2019)

R$ 3 bilhões
Receitas outros negócios 2020

Notas: [1] 6,3 mil próprias, 3,5 mil comunitárias e 0,9 mil franqueadas [2] Dados de 2020. Valores para 2021 ainda não disponibilizados com detalhamento por segmento.

Fonte: Correios.

Transformação do setor: queda das correspondências e aumento das encomendas e competitividade



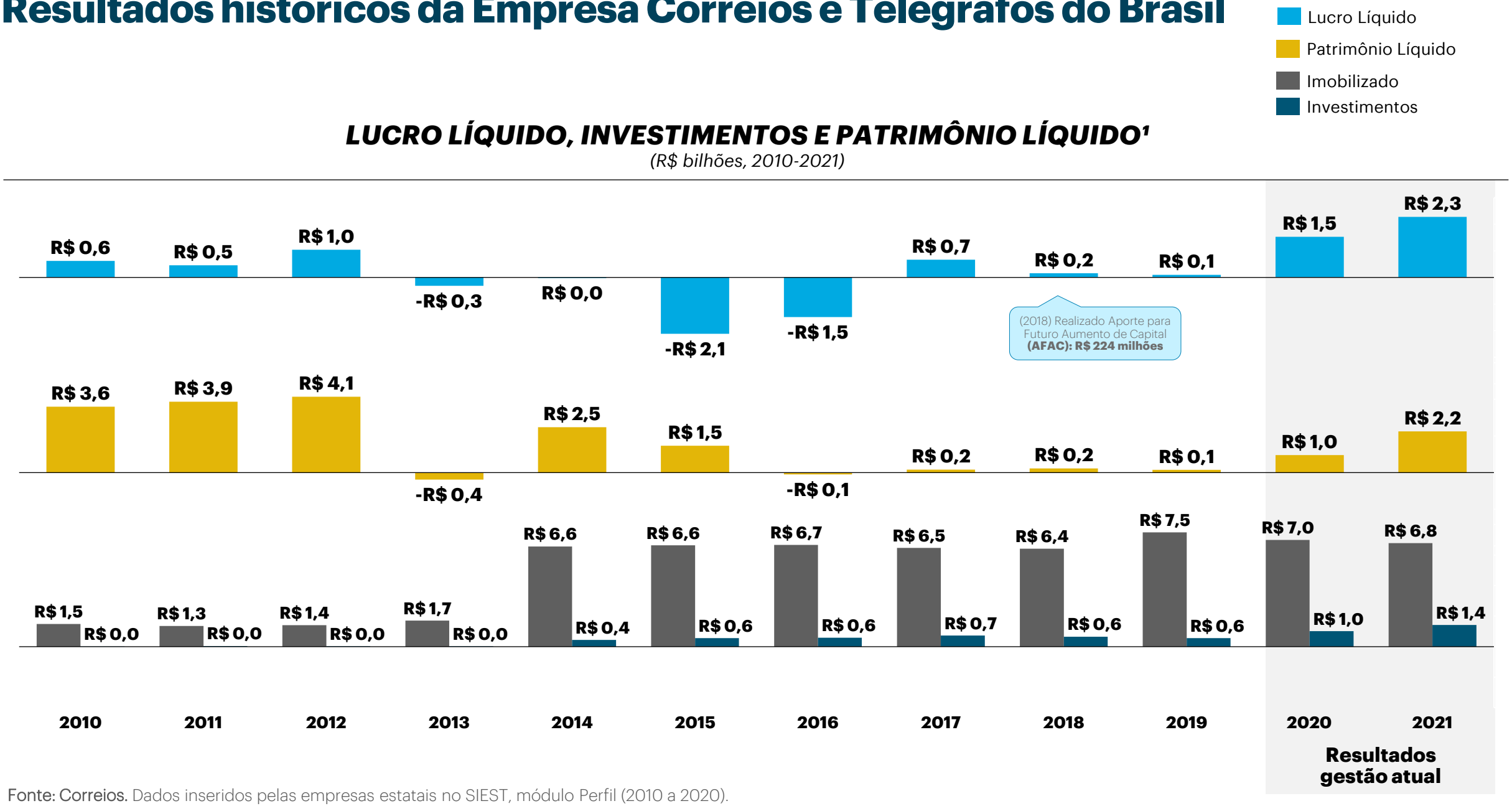
O setor postal está em franca **transformação**, direcionada pelo aporte de **tecnologias** e **a mudança de hábitos** de consumidores inseridos no **mundo digital**, que vem mudando completamente a dinâmica do mercado.

Alguns indícios deste movimento:

1. Tendência Histórica de **queda do volume postal global e no Brasil**, chegando a 29% em 2020, em relação a 2019
2. Segmento de **encomendas em expansão**, com o **aumento do e-commerce** ainda mais alavancado pela **pandemia**
3. **Novos players** expandindo **qualidade** e **modalidade dos serviços** prestados e puxando a dinâmica de inovação do setor

Notas: [1] Fonte: UPU – Postal Statistics. Dados relacionados à entrega de correspondências e encomendas postais no Brasil.

Resultados históricos da Empresa Correios e Telégrafos do Brasil



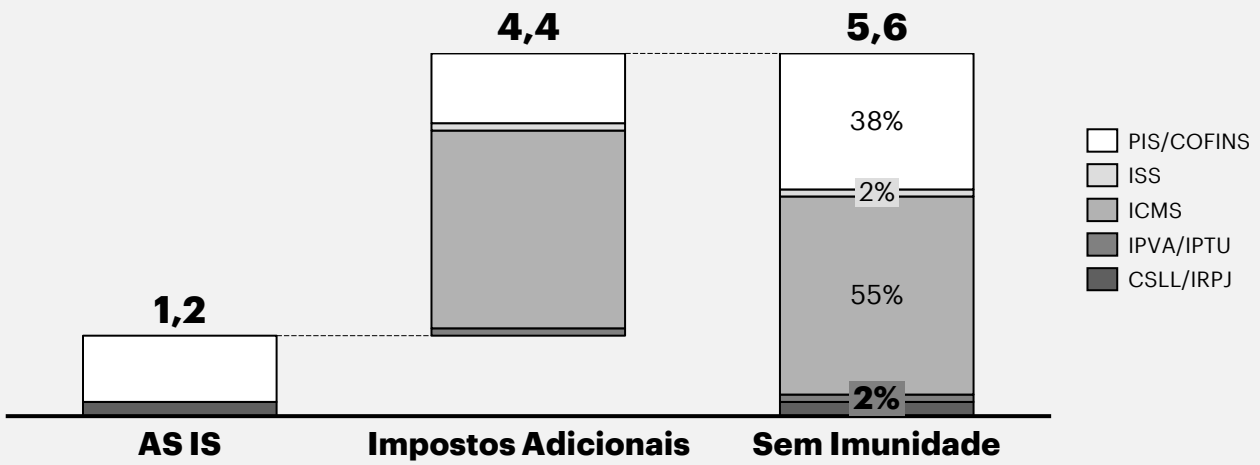
Fonte: Correios. Dados inseridos pelas empresas estatais no SIEST, módulo Perfil (2010 a 2020).

Com o término da imunidade tributária, o Estado[1] pode notar aumento na arrecadação de até R$ 4,4 bilhões/ano

SITUAÇÃO FUTURA:

Imposto Médio Anual[2]

Estimativa do primeiro ano da Operação Privada (R$ bilhões)



- **PIS/COFINS:** 9,65%, crédito de desp. Transportes, utilities e aluguéis
- **ISS**: 5% em receitas intramunicipais
- **ICMS**:
  - 7% interestadual (SE/S para NE/N)
  - 12% interestadual outros trajetos
  - 17% intraestadual
  - Crédito em desp. transportes

NOTAS:

- Hoje os Correios estão sujeitos apenas às contribuições de PIS/COFINS e CSLL
- Essa imunidade é o resultado de construção jurisprudencial do STF
- O principal fundamento utilizado pelo STF foi o de que a imunidade seria uma forma de subsidiar / compensar os custos advindos da exigência da universalização dos serviços postais, que são deficitários na grande maioria dos municípios do país.
- Com a desestatização da empresa, essa imunidade será extinta e, portanto, a empresa passaria a ser tributada dos impostos sobre receita, serviços e propriedade.

[1] arrecadação de impostos de toda a cadeia para os Entes Federativos – União, estados e municípios.
[2] Imposto médio para primeiro ano da operação privada, considerando início no próximo ano. Valores nominais.

Fonte: Correios; Análise Accenture

Principais desafios para os Correios no futuro

Dinâmica do Mercado

Queda do Segmento Postal

- Tendência de **queda do volume Postal global**
- **Deterioração da receita** do segmento postal dos Correios a **partir de 2016**

Competição Crescente em Encomendas

- Segmento de Encomendas em **expansão acelerada**
- **Novos players** expandindo **qualidade e modalidade dos serviços** prestados

Dificuldades Operacionais

Operação Logística Complexa

- **Pressão na reorganização e reestruturação** da empresa para mudança do setor (cartas para encomendas);
- **Necessária agilidade e flexibilidade na operação** para acompanhar crescimento do mercado

Custos de Operação Elevados

- **Oportunidades em estabelecer parcerias** para redução de custos de **atendimento e transportes**;
- **Gestão, Flexibilização e Inovação** para otimização do quadro de pessoal

01 Abertura (MCOM)

02 Por que repensar o Setor Postal? (MCOM)

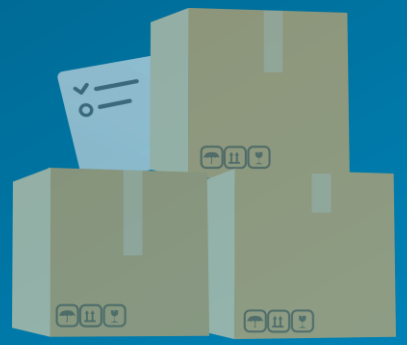
03 Visão geral do Projeto e novo Marco Regulatório (PF)

04 Visão geral da Empresa e Necessidade de Mudança (GEDDM)

05 Desenvolvimento dos Estudos (BNDES)

06 O Contrato de Concessão (Secretaria do Postal)

Agenda



Cronograma dos estudos

Abr.21: Inclusão da ECT no PND

★ **Estamos aqui**

Concluído Mar/2021

Estruturação

FASE 1
DIAGNÓSTICOS E AVALIAÇÃO DE ALTERNATIVAS DE PARCERIAS

- Diagnóstico do setor postal brasileiro e internacional
- Diagnóstico legal e regulatório
- Análises da Empresa
- Benchmarks de desestatização no mundo
- Estruturação de alternativas de parcerias para o setor
- Proposta de alternativas de desestatização

FASE 2
DETALHAMENTO DAS ALTERNATIVAS

- Aprofundamento das alternativas selecionadas pelo CPPI
- Atualização das análises da ECT
- Contrato de Concessão do Serviço Postal
- Consulta Pública e Audiência Pública (Contrato de Concessão)
- Modelagem Econômico-Financeira incorporando os resultados dos relatórios de *Due Diligence* (Serviço B)
- Definição da estrutura da transação

FASE 3
EXECUÇÃO DO PROCESSO DE VENDA

- Roadshows e reuniões com potenciais investidores
- Audiência Pública
- Edital do Leilão
- Relatório final do processo

TRANSIÇÃO PARA NOVO MODELO

- ***Serviço C:***
  - ***Estudo setorial e regulatório + modelagem de desestatização + assessoria jurídica + assessoria de comunicação + PMO***

- **Serviço B:**
  - **Due Diligences;**
  - **Valuation da empresa**

- **Serviço A:**
  - **Valuation da empresa**

- **Serviço D:**
  - **Assessoria na Venda**

Principais Perguntas dos Estudos

Quais os **modelos de desestatização** mais apropriados para aumentar a **qualidade e eficiência** do setor Postal?

1. Quais são as **premissas básicas** que a desestatização e o projeto devem atender?
   - **Expectativas e Diretrizes** para o Projeto
2. Quais são as **lições aprendidas** em países em outros países? Quais os **desafios e tendências globais**?
   - Benchmarking **Jurídico-Regulatório**
   - Benchmarking **Processo de Desestatização**
3. Como o **Setor Postal brasileiro** está estruturado e quais os desafios, impactos e oportunidades?
   - Estado da Indústria, **desafios, tendências e oportunidades**
   - **Arcabouço jurídico**, imunidade tributária e universalização
   - Estrutura do **mercado Postal no Brasil e Pontos Críticos**
4. Como garantir a **continuidade da universalização** do serviço postal no país?
   - **Escopo** dos serviços universais e **nível de serviço**
   - Qual o **modelo tarifário** e regime de exclusividade para os serviços
   - Quais os **mecanismos de enforcement** contratual para continuidade?
5. Como viabilizar uma **transição socialmente responsável**?
   - Tratamento dos **funcionários** e **agências remotas**
   - Condições de **transição** para o início e fim do contrato
   - Condições para caso de **caducidade**
6. Qual o potencial de **criação de valor e qual a sistemática de parceria** com maior sucesso e valor financeiro?
   - **Performance** financeira, operacional e organizacional
   - **Potencial de mercado e alavancas de valor**
   - **Condições do Leilão e Tratamentos dos Ativos & Passivos**

Benchmark e análise do mercado/setor

Contrato de Concessão

Alienação da empresa

Um projeto com essa complexidade necessita interação com dezenas de instituições e seus representantes

Governança / Executivo

Poderes Executivo, Judiciário e Legislativo; Ministérios

PPI

ANATEL

COM

Gerenciamento Projeto

BNDES

Consórcios

accenture

Machado Meyer

BR PARTNERS

KPMG

MANESCO, RAMIRES, PEREZ, AZEVEDO MARQUES SOCIEDADE DE ADVOGADOS

bcw

genial

Stakeholders

NÃO EXAUSTIVO

Empresa & Partes Relacionadas	Correios; POSTALIS; Postal Saúde; APOST; ABRAPOST Associação Brasileira de Franquias Postais
Órgãos de Controle, Fiscalizadores e Reguladores	AGU ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO; TCU TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO; Receita Federal; CGU; STF SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL; MPF Ministério Público Federal; CADE Conselho Administrativo de Defesa Econômica
Mercado & Potenciais Interessados	Contato com empresas para coleta de percepções, boas práticas e atratividade — Principais segmentos: Varejo & E-Commerce; Empresas Postais; Operadores Logísticos; Fundos de Invest., Bancos; Consultorias
Associações & Entidades de Classe	ABCOMM Associação Brasileira de Comércio Eletrônico; IDV Instituto para Desenvolvimento do Varejo; SEBRAE; CNT; ABRALOG

Agenda

01 Abertura (MCOM)

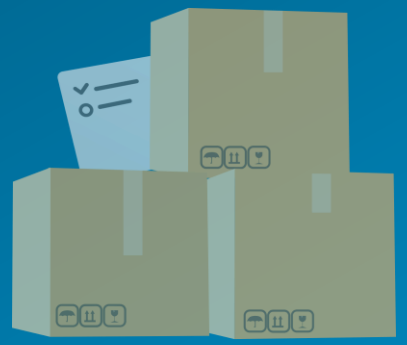
02 Por que repensar o Setor Postal? (MCOM)

03 Visão geral do Projeto e novo Marco Regulatório (PPI)

04 Visão geral da Empresa e Necessidade de Mudança (GEDDM)

05 Desenvolvimento dos estudos (BNDES)

06 O Contrato de Concessão
(Consórcio Postar)



06 O Contrato de Concessão
(Consórcio Postar)

6.1 Considerações Gerais

6.2 Escopo da Concessão

6.3 Metas de Atendimento e Cobertura

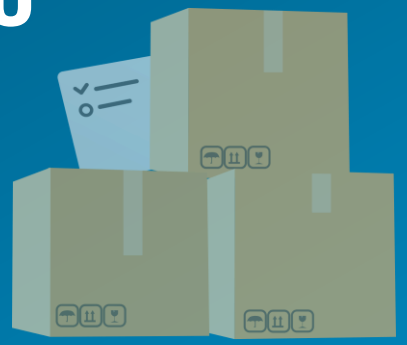
6.4 Regime Tarifário

6.5 Valores e prazos

6.6 Fiscalização e Penalidades

6.7 Reversão e Garantia da Continuidade do SPU

Capítulos



06 O Contrato de Concessão
(Consórcio Postar)

6.1 Considerações Gerais

6.2 Escopo da Concessão

6.3 Metas de Atendimento e Cobertura

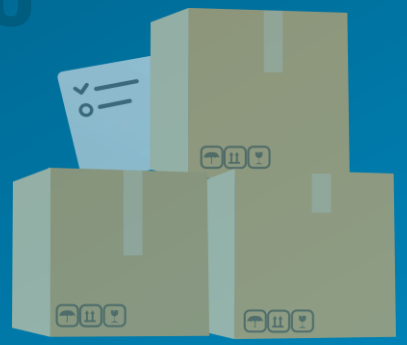
6.4 Regime Tarifário

6.5 Valores e prazos

6.6 Fiscalização e Penalidades

6.7 Rescisão e Garantia da Continuidade do SPU

Capítulos



Natureza do Serviço e o Escopo da Regulação

Bases para a criação do regime de concessão postal

CONCEITOS

Atividades Postais Privadas

Executadas por qualquer interessado, sem a necessidade de autorização/contrato com o poder público.

Serviços Públicos

Obrigação da União (Art. 21, X da Constituição. Dever de assegurar a universalização e a continuidade desses serviços a todos os cidadãos.

CONTEXTO ATUAL

- O PL nº 591/2021 propõe o reconhecimento desses dois regimes de prestação de serviços postais (público e privado), sendo que os **serviços postais universais constituem serviço público.**
- Apesar da ausência de uma regulamentação clara, hoje, todo o **mercado de encomendas é tratado como um serviço privado**, aberto à livre concorrência.
- Os serviços de **monopólio dos Correios** são, hoje, considerados **serviços públicos. Regime de exclusividade será mantido como contrapartida ao ônus da universalização postal**.

AVALIAÇÃO DAS OPÇÕES REGULATÓRIAS

NATUREZA DO SERVIÇO

- **Público**
  - Segmento de encomendas já é visto e tratado como privado
- **Público e Privado**
  - **Mantém entendimento atual dos Tribunais sobre o setor postal (ex: ADPF 46).**
- **Privado**
  - Riscos de questionamento jurídico e à garantia da universalização

ESCOPO DA REGULAÇÃO

- **Apenas Serviços Públicos**
  - **Regulação restrita aos serviços universais (serviços públicos)**
- **Todo o Setor**
  - Aumento de custos regulatórios;
  - Insatisfação do setor privado atualmente não regulado
  - Desalinhamento com a proposta de transformação do setor

Serviço Postal Universal (SPU)

Conjunto de Elementos para Garantir que todos os Usuários recebam um Nível de Serviço Adequado

O conceito do serviço postal universal existe em todos os países analisados durante os estudos do projeto de desestatização, **assegurando que o <u>operador postal designado</u> mantenha:**

Cobertura geográfica

Acesso a serviços e instalações postais

Frequência de entrega e Qualidade do Serviço

Preços acessíveis e uniformes

- O operador postal designado é o player postal oficial de um país, responsável pela universalização e atendimento dos níveis de serviço exigidos pela regulação em vigor. No Brasil, os Correios executam esse papel por delegação legal.

- Para viabilizar a operação em áreas menos rentáveis ou deficitárias, geralmente são previstos **instrumentos para subsidiar a operação do Serviço Postal Universal**. Hoje, o monopólio legal dos Correios é um dos mecanismos que permitem que áreas mais rentáveis compensem as operações menos rentáveis por meio de mecanismo de subsídio cruzado.

Fonte: Análise Accenture

Regime jurídico da concessão do Serviço Postal Universal

Projeto de Lei nº 591/2021, Atos Normativos Complementares e Contrato de Concessão

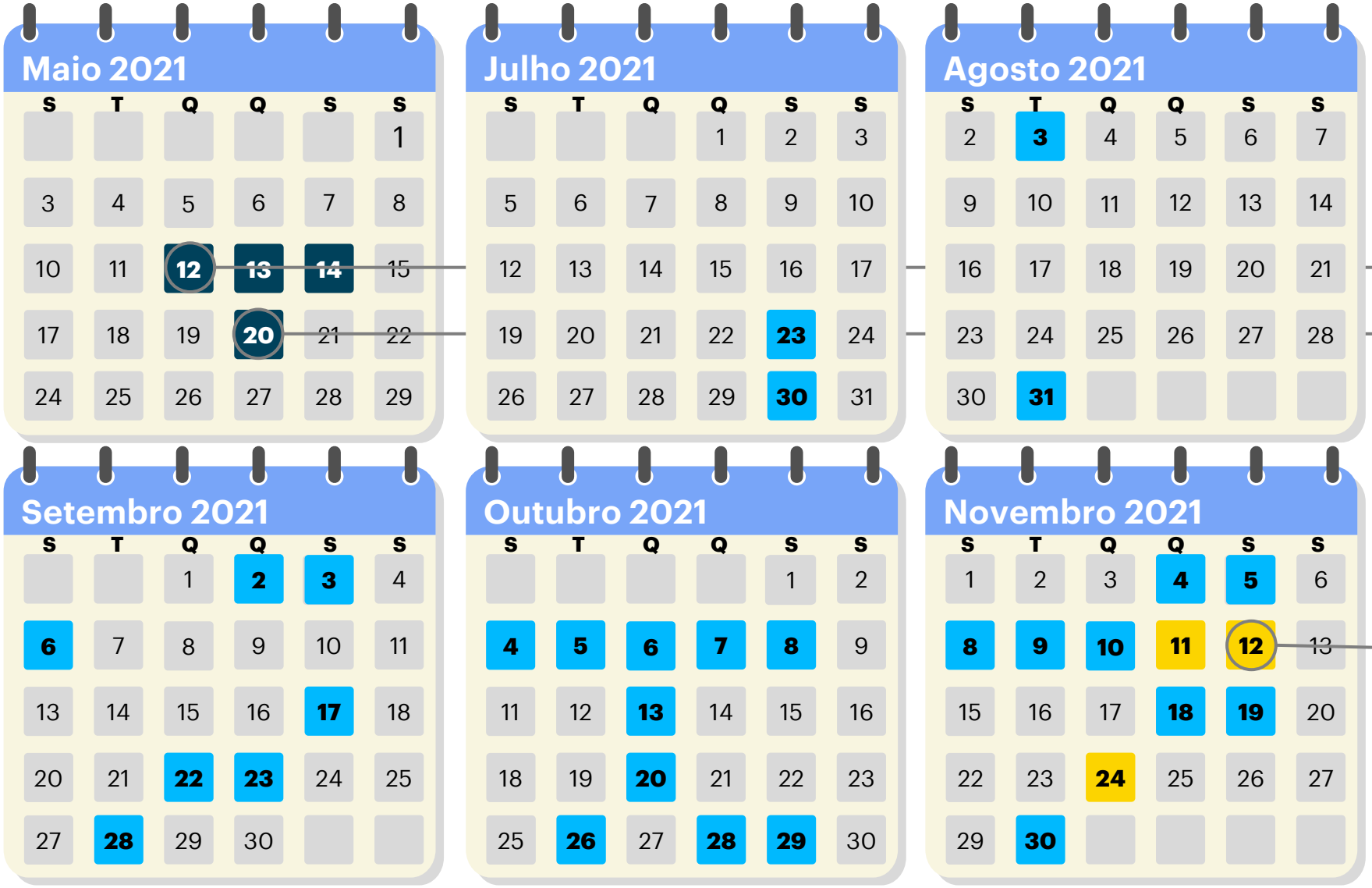
- Criação do conceito do SPU e de diretrizes gerais para sua prestação e garantia da universalização.
- As diretrizes veiculadas no PL abrangem, dentre outros temas: escopo geral SPU e prazo mínimo da exclusividade (mínimo de 5 anos, prorrogável no caso de concessão pelo prazo do contrato); regime tarifário e tarifa social para SPU; obrigação de universalização e garantia para áreas remotas; serviços parapostais e de interesse social; atribuição à ANATEL de competências para regulação do SPU; regras de estabilidade para funcionários e para PDIs.

- Regulamentação e detalhamento de temas abertos ou em relação aos quais o PL não tenha conferido meios para aplicação direta, a exemplo da inclusão de cartão-postal e correspondência agrupada no escopo do SPU e do regime de tarifação; do modo de prestação dos serviços parapostais; escopo da tarifa social (apenas carta-social), dentre outros.
- Ato normativo de competência do Presidente da República a ser editado após aprovação do PL.

- Consolidação de regras esparsas na legislação postal atual editada pelo MCOM;
- *Objeto*: Detalhamentos de escopo do SPU; exigências mínimas da universalização (manutenção das atuais metas atendimento, distribuição e qualidade); conceito áreas remotas; modelo inicial de tarifação da modalidades do SPU, valores e reajustes.
- Regras serão revistas pela ANATEL e resultarão em regulamentação específica.

- Definição do serviço e seus encargos
- Matriz de Riscos
- Sistema de mensuração do desempenho e de remuneração
- Mecanismo de equilíbrio contratual
- Governança (revisões ordinárias e extraordinárias)
- Resolução de conflitos
- Penalidades
- Reversibilidade do serviço público

Foram realizadas diversas reuniões e discussões de alinhamento para a elaboração do contrato



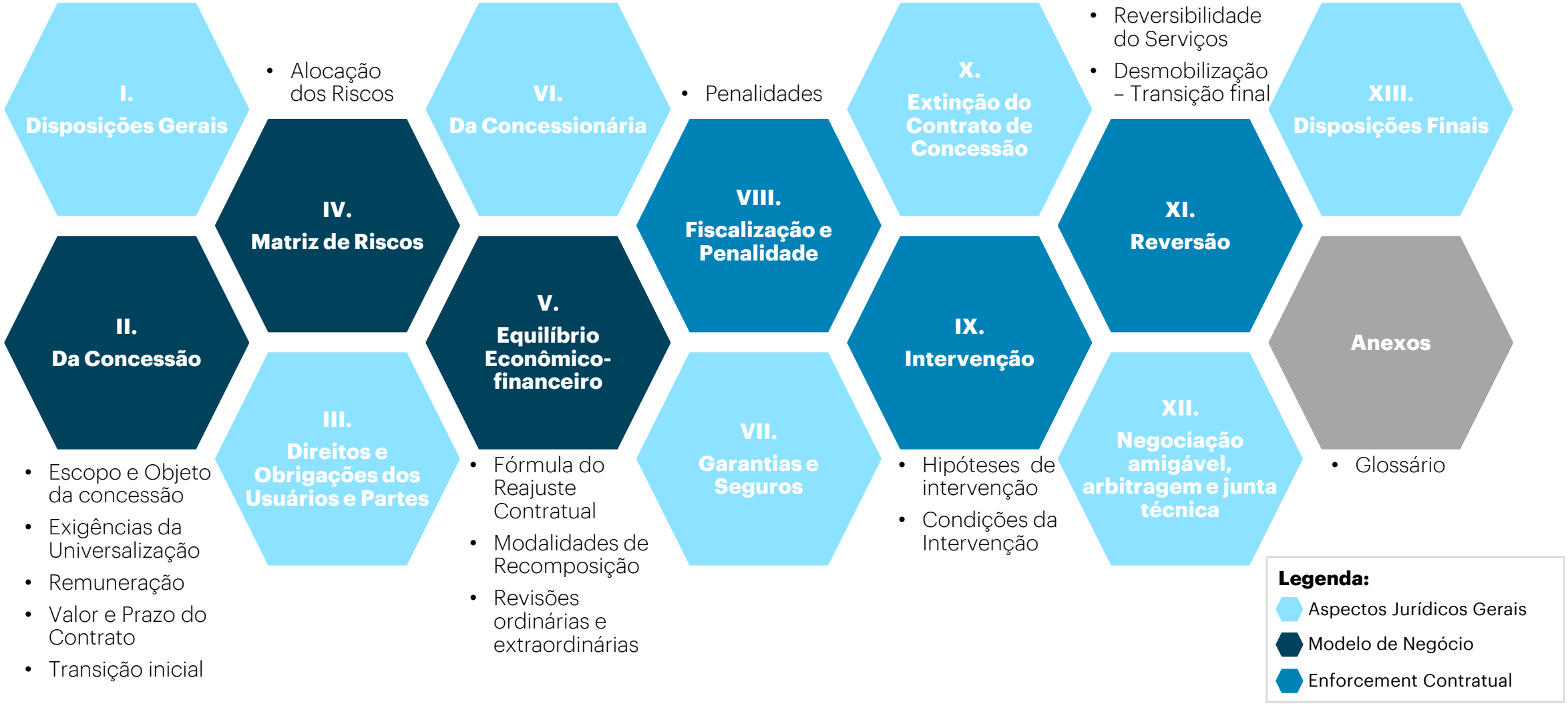
Legenda:

- Reunião Online
- Reunião Presencial
- Workshop

Workshop Concessão do Serviço Postal Universal

Workshop Desestatização dos Correios e a Dimensão de Pessoas

Os próximos capítulos detalharão os Principais Componentes do Contrato de Concessão



Principais Componentes do Contrato

01 ESCOPO E OBJETO DA CONCESSÃO

*Os **produtos exclusivos da concessão (SPU) são os previstos em contrato**, incluindo cartão-postal, cuja previsão será realizada em decreto. Em **portaria há a definição** de objeto postal, com volume e peso como dimensão máxima para tarifa (encomendas não urgentes, hoje equivalente ao PAC). As responsabilidades dos serviços **para-postais serão previstas em decreto**.*

02 INDICADORES E METAS

*Contrato referencia a **metas definidas em portaria**.*

*Portaria de transição **mantém metas atuais** e dispõe **possibilidade de revisão no futuro** pelo órgão regulador.*

03 MODELO TARIFÁRIO

***PAC:** Previsão de tarifa teto máxima por distância, peso e volume;*

***Correspondência agrupada:** decreto presidencial para que ocorra a tarifação;*

***Demais produtos SPU:** manutenção da tabela tarifária atual.*

04 REAJUSTE TARIFÁRIO

*Contrato define **fórmula de reajuste e limites máximos e mínimos** dos fatores;*

***Fórmula de cálculo dos fatores** detalhados em portaria.*

05 VALORES E PRAZOS

***Prazo da concessão:** igual ou superior à 40 anos*

***Valor da concessão:** valor presente do valor econômico adicionado pelos produtos exclusivos da concessão*

***Valor do contrato:** margem adicional dos produtos exclusivos da concessão*

06 PENALIDADES

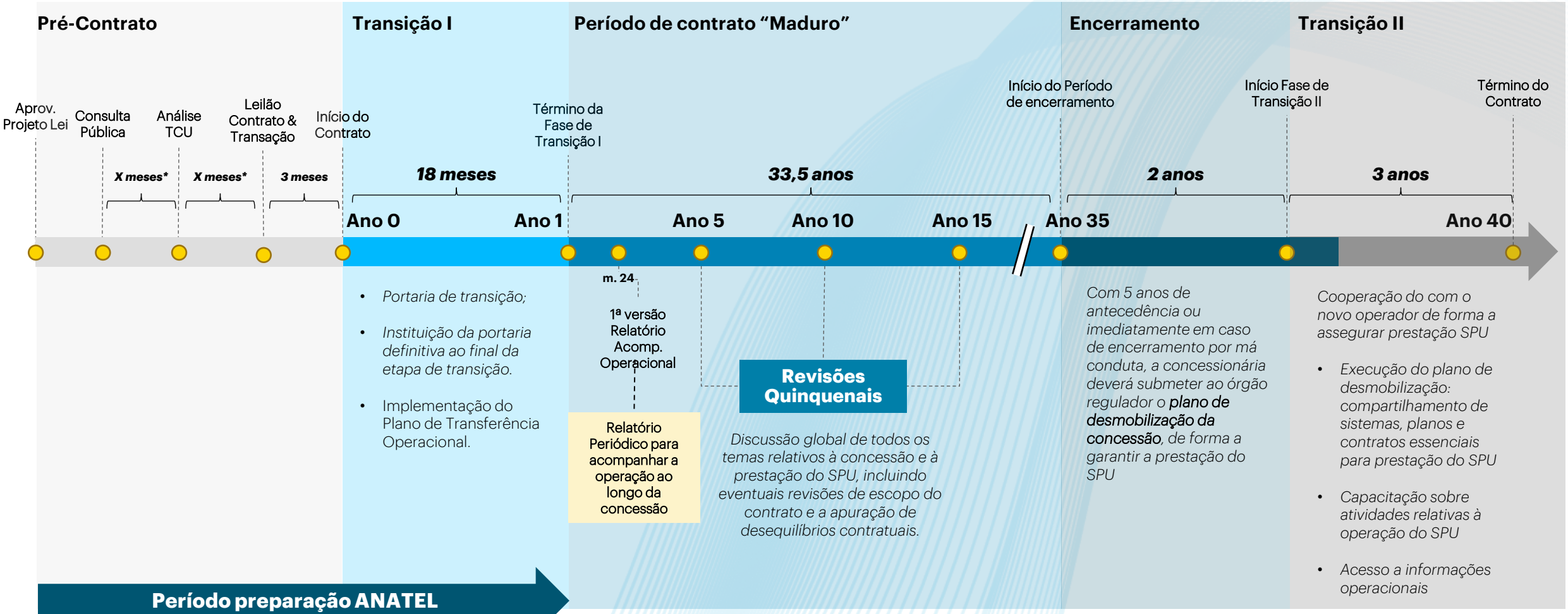
***Mecanismos de enforcement contratual** estarão previstos em contrato, de forma a garantir o serviço universal;*

*Está previsto em **contrato infrações exemplificativas**. Teto para multas de R$ 50 milhões, referência LGT*

07 TÉRMINO DA CONCESSÃO

Em casos de término por má conduta, está prevista uma **multa** ao concessionário. O valor da multa é a estimativa de 5 anos do déficit operacional da universalização.

O contrato terá duração de 40 anos e prevê diversas etapas e prazos ao longo deste período



Fonte: Minuta Contrato de Concessão

* Prazos indefinidos

06 O Contrato de Concessão
(Consórcio Postar)

6.1 Considerações Gerais

6.2 Escopo da Concessão

6.3 Metas de Atendimento e Cobertura

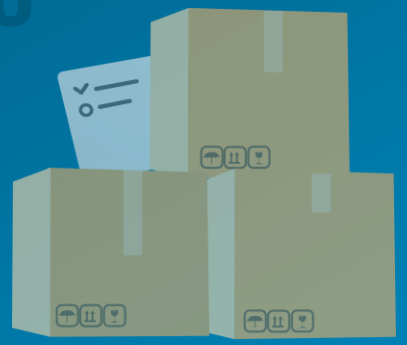
6.4 Regime Tarifário

6.5 Valores e prazos

6.6 Fiscalização e Penalidades

6.7 Intervenção e Garantia da Continuidade do SPU

Capítulos



VISÃO EXECUTIVA
DEFINIÇÕES, COM BASE NO PL Nº 591/2021

ESCOPO DA CONCESSÃO

*O Escopo da Concessão são os Serviços Postais Universais (SPU), definidos pelo PL como: **carta**; **impresso**; **objeto postal** sujeito à universalização; **telegrama**; e **outros objetos postais** definidos em ato do Poder Executivo federal **com base na essencialidade do serviço**.*

EXCLUSIVIDADE

*Os **produtos exclusivos** da Concessão são os de monopólio e parte do internacional (UPU); o PL prevê coleta e expedição internacional de **carta, cartão postal** e **correspondência agrupada** e telegrama.*

Os produtos exclusivos da concessão (SPU) são os previstos em contrato, incluindo cartão-postal, cuja previsão será realizada em decreto.

REVISÕES E PRAZOS

*O PL prevê a possibilidade de **revisão do escopo** do SPU pelo Poder Executivo **a cada 5 anos**, com base na essencialidade do serviço, e a **exclusividade terá a duração mínima de 5 anos** após aprovação da lei, podendo o Contrato, estipular prazo superior para garantir o SPU.*

SERVIÇOS SOB RESPONSABILIDADE DOS CORREIOS

Encomendas: "objeto postal sujeito a universalização" e suas características, referente à encomendas não urgentes.

CEP: gestão e supervisão pelo órgão regulador, enquanto a execução e manutenção do sistema será responsabilidade do operador designado;

Filatelia: manutenção da Comissão Filatélica Nacional que deterá a responsabilidade de definição dos motivos temáticos dos selos, que terão sua fabricação e emissão sob responsabilidade do operador designado.

ENCOMENDAS SUJEITAS À UNIVERSALIZAÇÃO

Artigo 9º item III e V do PL não esclarece de forma objetiva o escopo das encomendas sujeitas à universalização.

Portaria do MCOM definirá que a encomenda sujeita à **universalização corresponde ao produto PAC dos Correios** e tal definição (pesos e dimensões) deverá ser refletida no Contrato de Concessão.

DEFINIÇÕES DE CARTA E CARTÃO POSTAL

Definição de cartas no PL é dúbia, permitindo judicialização sobre o efetivo alcance do monopólio e definição do cartão postal.

Decreto Presidencial definirá, de forma clara, os produtos sob exclusividade, com base em **parâmetros de dimensão e peso colhidos no benchmarking internacional e prática atual** dos Correios.

SERVIÇOS PARAPOSTAIS E DE INTERESSE PÚBLICO

PL não detalha serviços para-postais (ex: CEP e filatelia) e serviços de interesse público a serem prestados obrigatoriamente a preço de mercado (ex: logística de insumos do SUS, material didático FNDE e urnas eletrônicas).

Decreto Presidencial definirá responsáveis e responsabilidades d operador designado**:**
CEP: supervisão > ANATEL; gestão e operação Correios, nos termos do Contrato.
Filatelia: Casa da Moeda > produção; MCOM > definição; operação > distribuição facultativa.
Serviços Logísticos: principal prestador > União/ANATEL; prestador subsidiário > Correios.

PRODUTOS UNIVERSAIS E PRODUTOS NÃO UNIVERSAIS

Diferenciação realizada na legislação atualmente em vigor

Produtos definidos por lei[1] como sendo universais e/ou de monopólio:

	Universal	Não Universal
Monopólio	• **Cartas**; • Cartão Postal; e • Telegrama.	• Filatelia; e • **Correspondência Agrupada**.
Não Monopólio	• **Encomendas não urgentes**; e • Impressos.	• Encomendas Expressas; • Mala Direta; • Serviços de Logística; • Serviços de Marketing; • Remessas de valor; e • Demais serviços...

Produtos interpretados como cartas:
- Carta;
- FAC; e
- Remessa Econômica

Produto interpretado como Correspondência Agrupada: Malote.

Produto interpretado como encomenda não urgente: PAC

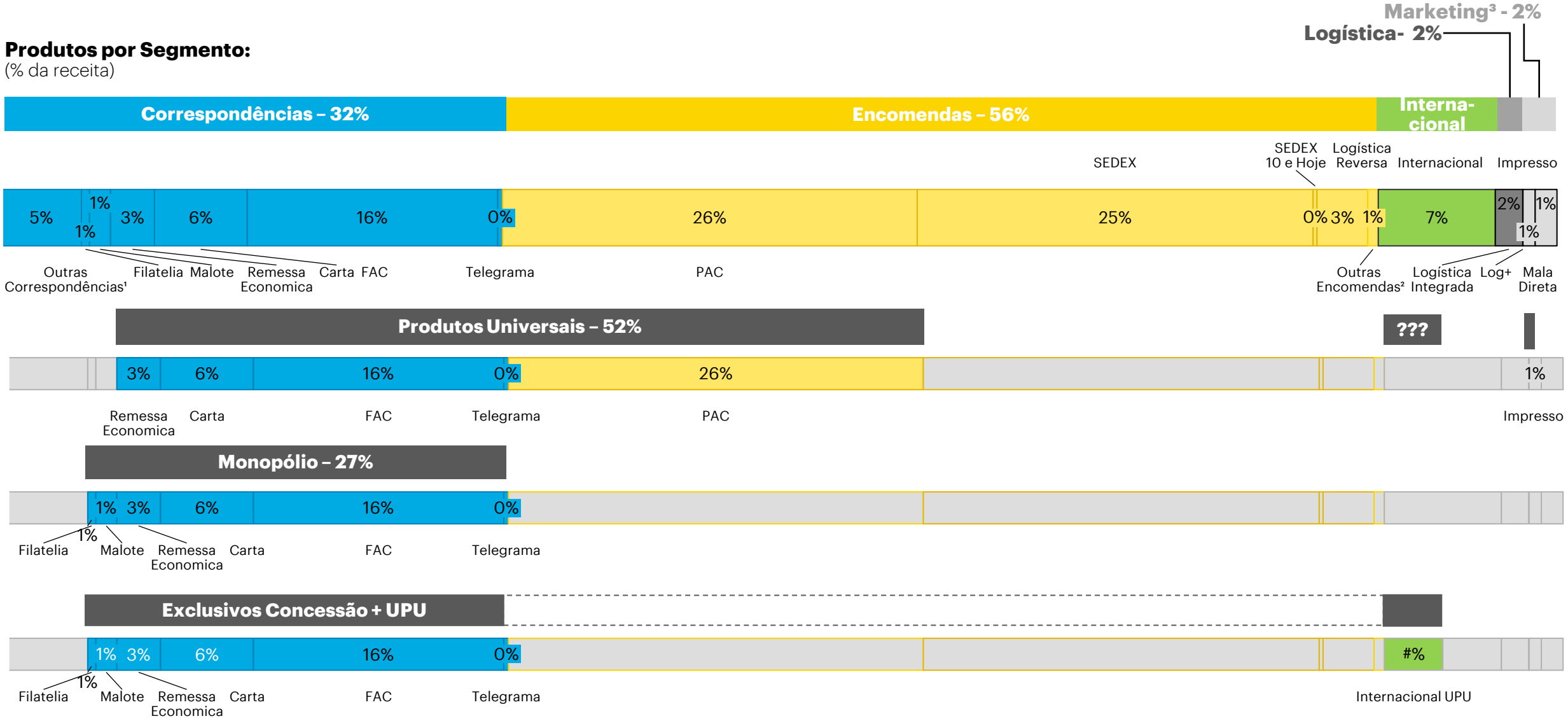
⚠ Regulação atual

- Os **produtos definidos como universais** no arcabouço legal vigente são os seguintes: (i) cartas; (ii) cartão postal; (iii) telegrama; (iv) encomendas não urgentes; e (v) impressos.
- Encomendas não urgentes e impressos **não estão sob regime monopolista**; e
- Algumas definições do SPU e monopólio não deixam claro quais são exatamente os produtos vendidos pela ECT sob tais regimes.

Notas [1] Previsão legislativa vigente; não do projeto de lei em movimentação (PL 591). Fonte: Correios; Análise Accenture.

A Concessão garante exclusividade aos itens do monopólio e itens internacionais da UPU[1]

Produtos por Segmento:
(% da receita)



Notas: [1] A exclusividade dos objetos postais da UPU não advém de garantia contratual/legal, mas é um privilégio do relacionamento com outros operadores postais. Proporção do total da receita internacional que é exclusiva do UPU não indicada; *Fonte: Correios; Análise Accenture*

Garantia de serviços para-postais

Os Correios deverão manter os serviços para-postais, como CEP e filatelia, que devem ser claramente definidos e delegados no regime privado

CEP

O QUE É

O Código de Endereçamento Postal (CEP) é um código de 8 algarismos que correspondem as características específicas do endereço a qual é designado

Importância Correios: simplificar e acelerar as fases dos processos de triagem e distribuição

Importância população: elemento de cidadania que interliga as pessoas e o seu endereço, possibilitando o recebimento de correspondências e encomendas

COMO É DEFINIDO HOJE

Os **Correios são responsáveis pela designação dos CEP's** às localidades; Novos CEP's são atribuídos quando **solicitados pelos municípios** ou quando Correios **entendem que há necessidade.**

Quem recebe CEP:

- Localidades (municípios, distritos e povoados)
- Logradouros (avenidas, ruas..)
- Grandes usuários (empresas, órgãos públicos)
- Eventos Promocionais (caminhão do Faustão)
- Unidades dos Correios (agências, caixas postais comunitárias, lockers)

Responsabilidade pós Privatização: gestão e supervisão pelo órgão regulador, Anatel. Execução e manutenção do sistema de CEP pelo Operador Universal Designado

Pela característica de cidadania e pela utilização do CEP por todos os demais operadores postais e logísticos, recomenda-se que a determinação, gestão e publicação do CEP seja responsabilidade de um órgão regulador público, como a Anatel

RISCOS E PONTOS DE ATENÇÃO

Período de Transição: É necessário definir um período de transição para a Anatel assumir e gerir este serviço

Capilaridade do Serviço: Hoje os Correios utilizam mão de obra nas superintendências e localidades no processo de mapeamento e verificação para determinação dos CEP, apesar da gestão centralizada do sistema de CEP

Rigidez para a gestão: Hoje os Correios tem flexibilidade para adequar os CEP às suas necessidades de gestão logística, que poderá ficar mais "burocrática"

Fonte: Apresentação DIOPE (Correios); Análise Accenture

Garantia de serviços para-postais

Os Correios deverão manter os serviços para-postais, como CEP e filatelia, que devem ser claramente definidos e delegados no regime privado

FILATELIA

O QUE É

A filatelia é a fabricação e emissão de selos postais. Esses selos podem ser comemorativos e personalizados

Importância Correios: comprova o pagamento da taxa pelos serviços postais prestados pelo remetente

Importância população: cumprem um papel social na disseminação de informações e temas de relevância histórica. Além disso, no Brasil estima-se que existam cerca de 100 mil colecionadores

COMO É DEFINIDO HOJE

Os **Correios são responsáveis** pela fabricação (terceirizado pela Casa da Moeda) e emissão dos selos;

Os **motivos temáticos dos selos postais comemorativos e especiais são eleitos pela Comissão Filatélica Nacional** e descritos no documento "Programa de Selos Postais" (PSP) que é ratificado pelo Presidente da ECT e homologado anualmente pelo Ministério das Comunicações (MCOM);

Além disso, é possível contratar os Correios para a execução de selos personalizados para eventos privados, estes produzidos internamente pelos Correios.

COMO DEVERÁ SER DEFINIDO

Responsabilidade pós Privatização: Operador Designado em conjunto com a Comissão Filatélica Nacional

A Comissão Filatélica Nacional deverá ser mantida e deter a responsabilidade de definição dos motivos temáticos dos selos, que após homologado pelo MCOM deverá ter sua fabricação e emissão sob responsabilidade do operador designado, respeitando às necessidades de controle de segurança

RISCOS E PONTOS DE ATENÇÃO

Principal Risco: Comprometimento da fabricação de selos

Com diminuição do envio de cartas, produção de selos pode ficar comprometida e desagradar colecionadores

Fonte: Apresentação DINEG (Correios); Blog Filatélico Correios; Portaria nº 2.014/SIMCOM 17 de fevereiro de 2021; Análise Accenture

Garantia de serviços de interesse público

Os Correios deverão manter o oferecimento de Serviços de Interesse Público a preço de mercado, tais como contratos logísticos para entrega de livros e provas

CONTRATOS LOGÍSTICOS

O QUE É

Soluções logísticas customizadas as quais os Correios são contratados para envio de livros didáticos (operação FNDE) e também para produção de exames para o INEP (ENEM, ENADE) e IMPA (OBMEP)

Importância Correios: relevância nacional e cumprimento do seu papel social

Importância população: Garantia da entrega de livros didáticos em todos os municípios brasileiros e também da entrega de um dos principais exames do país, o ENEM, com qualidade e controle de segurança.

COMO É DEFINIDO HOJE

Os **Correios são responsáveis** pela entrega dos livros e exames contratados.

Cada contrato é definido de forma customizada e precificado de acordo com os custos envolvidos, sendo também possível concorrência via licitações

Em 2020 foram entregues mais de 190 milhões de livros didáticos para 140 mil escolas brasileiras em 5.570 municípios. Além disso, foram produzidas mais de 11 milhões de provas e entregues em cerca de 16,3 mil locais diferentes.

Outros contratos customizados seguem a mesma lógica de contratação para serviços como entrega e distribuição de vacinas, urnas eletrônicas, etc.

COMO DEVERÁ SER DEFINIDO

Responsabilidade pós Privatização: Operador Designado, caso não haja outros interessados em licitações específicas para os serviços. Operador deverá precificar os serviços de acordo com seus custos envolvidos

Obrigatoriedade do operador privado atender ao pedido de serviço, licitação

RISCOS E PONTOS DE ATENÇÃO

Principal Risco: Cobrança de preços elevados pela obrigatoriedade de atender à demanda caso não haja concorrência para controlar a precificação; Hoje há situação similar, em que o serviço é prestado exclusivamente pelos Correios, devido às características da operação;

Fonte: Apresentação DINEG (Correios); Análise Accenture

06 O Contrato de Concessão
(Consórcio Postar)

6.1 Considerações Gerais

6.2 Escopo da Concessão

6.3 Metas de Atendimento e Cobertura

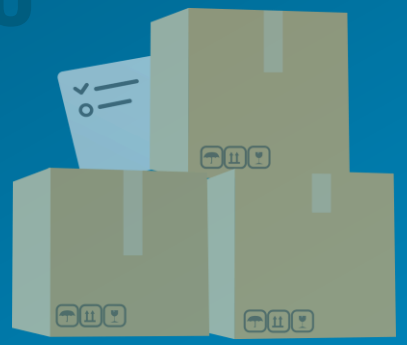
6.4 Regime Tarifário

6.5 Valores e prazos

6.6 Fiscalização e Penalidades

6.7 Rescisão e Garantia da Continuidade do SPU

Capítulos



VISÃO EXECUTIVA
INDICADORES E METAS

CONTINUIDADE

Manutenção das metas de atendimento e distribuição atuais já estabelecidas na Portaria nº 2.729/21, que devem ser **atingidas até 2024,** com **acompanhamento regionalizado**, podendo haver metas distintas para cada região.

CONTRATO DE CONCESSÃO

Previsão da existência e do **acompanhamento de metas globais e regionais**, com referência à portaria;

Discussão de metas entrarão em primeira agenda regulatória e tem **até 2 anos para definição**[1];

Agências em **áreas remotas não poderão ser fechadas** sem aprovação prévia do regulador.

ATUAIS DESAFIOS

Para metas de atendimento:
Dificuldade em investimentos para ampliação das unidades de atendimento, com a abertura de novos guichês, que requer, em alguns casos, a relocalização do imóvel pela insuficiência de espaço físico.

Para metas de distribuição:
O alcance físico proposto foi de 9.824 distritos com população acima de 500 habitantes. No entanto, o PDPE obteve resultados de 89,2%, o que representa 8.763 distritos com efetiva distribuição e decréscimo de 200 distritos em relação a 2019.

Notas: [1] Duração da agenda regulatória.

META DE UNIVERSALIZAÇÃO DO ATENDIMENTO

Verificada com base no número de pontos de atendimento, entendidos como guichês. A meta é definida pela relação entre a **quantidade diária de atendimentos realizados** e a **capacidade diária de uma posição de atendimento físico**, ambas calculadas por município.

META DE UNIVERSALIZAÇÃO DA DISTRIBUIÇÃO

Verificada com base no número de distritos atendidos. A meta é definida a partir do levantamento da **divisão territorial brasileira** (DTB) **realizado pelo IBGE** e são considerados todos os **distritos com mais de 500 habitantes.**

META DE QUALIDADE DE ENTREGA

Verificada com base **no número de entregas realizada dentro do prazo** estipulado em relação ao número de entregas total, assegurando a atualidade e a modernidade aos serviços prestados.

$$Meta = \frac{Entregas\ Dentro\ do\ Prazo}{Entregas\ Total}$$

Os Serviços Universais deverão ser garantidos à toda a população, seguindo as metas de atendimento e distribuição estabelecidas na Portaria nº 2.729/21

Meta:
Universalização do Atendimento

	2021	2022	2023	2024
Posições de Atendimento	9.463	9.523	9.618	9.653
% Realização Meta	98,0%	98,6%	99,6%	**100%**

2020
Posições: 9.408
% Meta: 97,5%

Pontos de atendimento são entendidos como guichês e a quantidade necessária é definida pela relação entre a **quantidade diária de atendimentos realizados** e a **capacidade diária de uma posição de atendimento físico**, ambas calculadas por município.

Meta:
Universalização da Distribuição

	2021	2022	2023	2024
# Distritos	8.842	9.136	9.480	9.824
% Realização Meta	90,0%	93,0%	96,5%	**100%**

2020
Distritos: 8.763
% Meta: 89,2%

O número de distritos é definido a partir do levantamento da **divisão territorial brasileira** (DTB) **realizado pelo IBGE** e são considerados todos os **distritos com mais de 500 habitantes.**

Fonte: Correios; Portaria Interministerial nº 2.729/2021; Análise Accenture

Outra exigência da universalização é a qualidade do serviço, que deverá ser mensurada a partir do cumprimento dos prazos de entrega dos produtos

Meta:

Qualidade de Entrega

		Meta de Entrega no Prazo (%)			
Serviço	**Prazo**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Carta e FAC	Até 5 dias úteis	90%	91%	92%	93%
PAC (encomenda não urgente)	Até 10 dias úteis	90%	95%	95%	95%

2020
Cartas: 84,6%
Encomendas: 90,2%

A meta de qualidade é definida pelo **número de entregas realizada dentro do prazo** estipulado em relação ao número de entregas total.

$$Meta = \frac{Entregas\ Dentro\ do\ Prazo}{Entregas\ Total}$$

Fonte: Correios; Portaria Interministerial nº 2.729/2021; Análise Accenture

Garantia de agências em áreas remotas

Existem 558 agências em áreas remotas que demandarão aprovação da ANATEL para sua eventual remodelagem

Agências em Áreas Remotas[1]

A Concessionária **não poderá promover o fechamento de agências em áreas remotas do país** sem prévia anuência da ANATEL que ateste a devida substituição do modo de prestação do serviço naquela localidade

558

Agências

Faturamento Agências: 61,8 MM (0,3% do total)

Agências Próprias:	**420** unidades
Agências Comunitárias:	**137** unidades
Agências Franqueadas:	**1** unidade

425

Municípios

População: 10,4 MM (0,2% da população)

Deficitários:	**389** municípios
Não Deficitários:	**36** municípios

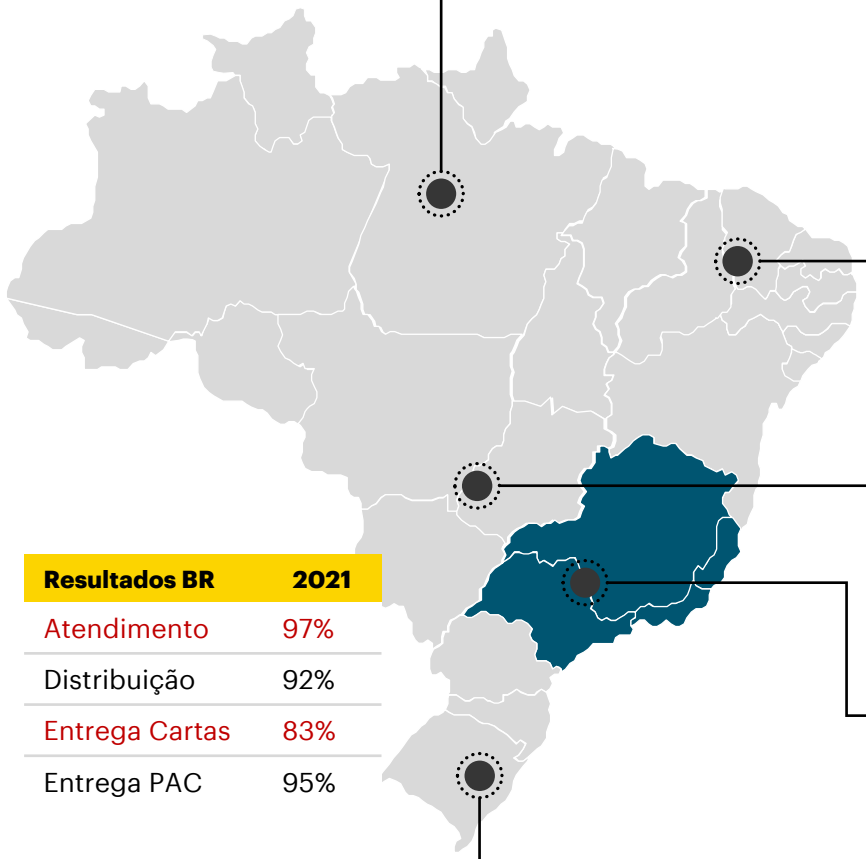
Portaria de Transição MCOM

"As agências ou posições de atendimento essenciais do OPD em área remota serão aquelas localizadas em um raio de distância superior a 20 km do distrito sede do Município, com condições de acesso, existência de qualquer tipo de linha de transporte e frequência que viabilize o deslocamento e acesso da população ao local".

Notas: [1] Foi considerada a classificação do IBGE, municípios classificados como remotos ou muito remotos.
Fonte: Correios; IBGE; Análise Accenture

Os Correios já fazem o acompanhamento das metas por Superintendências e Regiões do país

Metas	2021
Atendimento	98%
Distribuição	90%
Entrega	90%



Resultados BR	2021
Atendimento	97%
Distribuição	92%
Entrega Cartas	83%
Entrega PAC	95%

Legenda Gráfico:

- Atingiu as 3 metas para 2021
- Atingiu 2 metas para 2021
- Atingiu 1 meta para 2021

NORTE

Atendimento	2021
PAP's Ocupadas[1]	473
PAP's Necessárias	487
% Realização Meta	**97%**

Distribuição	2021
# Distritos Atendidos	570
# Distritos Total	583
% Realização Meta	**98%**

Entrega no Prazo	2021
Carta e FAC	**63%**
PAC	**55%**

NORDESTE

Atendimento	2021
PAP's Ocupadas[1]	2.130
PAP's Necessárias	2.199
% Realização Meta	**97%**

Distribuição	2021
# Distritos Atendidos	2.917
# Distritos Total	3.181
% Realização Meta	**92%**

Entrega no Prazo	2021
Carta e FAC	**72%**
PAC	**92%**

CETRO-OESTE

Atendimento	2021
PAP's Ocupadas[1]	991
PAP's Necessárias	1.034
% Realização Meta	**96%**

Distribuição	2021
# Distritos Atendidos	682
# Distritos Total	729
% Realização Meta	**94%**

Entrega no Prazo	2021
Carta e FAC	**77%**
PAC	**90%**

SUDESTE

Atendimento	2021
PAP's Ocupadas[1]	3.807
PAP's Necessárias	3.888
% Realização Meta	**98%**

Distribuição	2021
# Distritos Atendidos	3.129
# Distritos Total	3.237
% Realização Meta	**97%**

Entrega no Prazo	2021
Carta e FAC	**93%**
PAC	**97%**

SUL

Atendimento	2021
PAP's Ocupadas[1]	1.816
PAP's Necessárias	1.855
% Realização Meta	**98%**

Distribuição	2021
# Distritos Atendidos	2.079
# Distritos Total	2.441
% Realização Meta	**85%**

Entrega no Prazo	2021
Carta e FAC	**74%**
PAC	**97%**

Notas: PAP: Ponto de Atendimento Postal
[1] Número de PAP's da meta ocupadas; Fonte: Dados Correios

06 O Contrato de Concessão
(Consórcio Postar)

6.1 Considerações Gerais

6.2 Escopo da Concessão

6.3 Metas de Atendimento e Cobertura

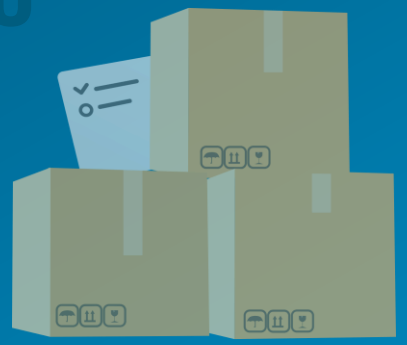
6.4 Regime Tarifário

6.5 Valores e prazos

6.6 Especialização e Finalidades

6.7 Rescisão e Garantia da Continuidade do SPU

Capítulos



De acordo com o PL Nº 591/2021, todos os produtos universais DEVERÃO SER tarifados

DISPOSITIVOS DO PROJETO DE LEI	TÓPICOS REGULAMENTADOS
Art. 10. O órgão regulador deverá definir a estrutura tarifária, com reajustes e revisões para cada uma das modalidades de serviço postal universal estabelecidas no artigo 9º. § 1º As tarifas serão transparentes, podendo ser diferenciadas geograficamente, com base no custo do serviço, na renda dos usuários e nos indicadores sociais, com o fim de garantir o acesso de qualquer pessoa física ou jurídica, independentemente de sua localização e condição socioeconômica, ao serviço postal universal.	I DIRETRIZ LEGAL PARA MODELAGEM DA ESTRUTURA TARIFÁRIA
§ 2º As tarifas do serviço postal universal serão reajustadas periodicamente, considerando o índice de preços previsto no contrato de concessão, podendo incluir um fator de desconto.	II REAJUSTE TARIFÁRIO
§ 3º No momento em que realizado o reajuste periódico de que trata o § 2º, será avaliada a necessidade de revisão tarifária para definição de incrementos ou reduções de valor com base nos critérios, nos indicadores e nos parâmetros definidores da cobertura e da qualidade do serviço estabelecidos pelo órgão regulador.	III REVISÃO TARIFÁRIA
Art. 11. Fica criada tarifa social para atendimento aos usuários que não tenham condições econômicas de custear o serviço.	IV TARIFA SOCIAL

MODELO TARIFÁRIO

Torna obrigatória a Tarifação do PAC e Desobriga a tarifação das correspondências agrupadas

MODELO ATUAL

SERVIÇOS TARIFADOS:

A Portaria nº 386/2018 do extinto Ministério da Fazenda estabelece os critérios para reajuste e revisão das tarifas dos serviços prestados com exclusividade pela ECT (monopólio). O modelo adotado é o de teto de preços, definidos anualmente pelo Ministério das Comunicações, por meio de portarias.

Produtos tarifados	Universal	Não Universal
MONOPÓLIO	• Cartas • Cartão Postal • Telegrama	• Correspondência Agrupada
Não Monopólio	• Encomendas não urgentes (PAC) • Impressos	• Encomendas Expressas • Mala Direta • Serviços de Logística • Serviços de Marketing • Remessas de valor • Demais serviços...

MODELO FUTURO

SERVIÇOS TARIFADOS:

O art. 10 do PL indica expressamente que o órgão regulador deverá definir a estrutura tarifária para todas as modalidades de serviço postal universal. Isto significa, na prática, que os serviços que não tinham tarifação definida pelo Ministério poderão passar a ter controle de preços fixado pelo regulador.

Novos produtos tarifados

	UNIVERSAL	Não Universal
Monopólio	• Cartas • Cartão Postal • Telegrama	• **Correspondência Agrupada**
Não Monopólio	• **Encomendas não urgentes (PAC)** • **Impressos**	• Encomendas Expressas • Mala Direta • Serviços de Logística • Serviços de Marketing • Remessas de valor • Demais serviços...

DISCUSSÃO

- Impressos e encomendas não possuem qualquer regulação tarifária pelo MCOM e com a promulgação do PL passará a ser necessário instituir tarifas sobre todos os produtos universais
- Por outro lado, a correspondência agrupada, que atualmente possui tarifação, passará a não ter mais tal obrigatoriedade

NOVO CENÁRIO

- Tarifação do PAC: ocorrerá com base em peso, distância e percurso da encomenda.
- Outras encomendas: não estão sujeitas à universalização, serviço de natureza privada.
- Tarifação correspondência agrupada e impresso: Decreto poderá prever tarifação.

Fonte: Dados gerenciais dos Correios; Análise Accenture Strategy.

VISÃO EXECUTIVA
MODELO TARIFÁRIO

MODICIDADE

- *A tarifa é o **meio de remuneração da Concessionária**. Suas regras e métricas, como valores, regras de arredondamento e respectivas variações, serão definidas em Portaria e demais regulamentos a serem expedidas pela ANATEL;*
- *A **modicidade tarifária é um dos requisitos** para a adequada prestação do SPU;*
- *O PL nº 591/2021 propõe a criação da **tarifa social** para usuários que não tenham condições econômicas de custear o serviço, pendente de regulamentação.*

REAJUSTE E REVISÃO

- *É dever da ANATEL executar o reajuste periódico das tarifas, além de fixar e autorizar os reajustes;*
- *O **reajuste** de cada modalidade do SPU será anual e seguirá a variação do IPCA/IBGE, além de fatores de eficiência e qualidade.*
- *A **revisão** ocorrerá a cada 5 anos ou poderá ser solicitado pelas partes à ANATEL, devendo se apresentada a descrição dos impactos e documentação comprobatória.*

DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

- *Os usuários têm direito a receber informações claras sobre os produtos que compõem o SPU e o valor das tarifas aplicáveis;*
- *A ANATEL poderá avaliar e divulgar o grau de satisfação do usuário; e*
- *É obrigação da Concessionária informar as tarifas aplicáveis a cada serviço, assim como suas alterações, vigências e prazos.*

RISCOS E RECOMPOSIÇÃO

- *Inadimplementos nos pagamentos de tarifas devem ser arcados pela Concessionária;*
- *A ANATEL poderá adotar a alteração do valor das tarifas como forma de recomposição do equilíbrio econômico-financeiro da concessão; e*
- *A diminuição ou descontos da receita obtida pela cobrança de tarifas são riscos da Concessionária e não poderão ensejar pleito de reequilíbrio.*

As tarifas do PAC serão estabelecidas através de valores máximos, conforme Parâmetros de Cálculo e Corredores de Negócio

CENÁRIO ATUAL

Peso (kg) e Volume (m³)

São aceitas encomendas até 30kg, e quanto mais pesado, maior o preço. Há calculo do peso bruto ou peso cúbico[1].

Distância (km)

Quanto maior a distância, maior a taxa de entrega. Contudo, o valor de rotas com as mesmas distâncias podem variar de preço de acordo com o corredor de negócio

Corredor de negócio

O valor do corredor de negócio é determinado pelos Correios em uma análise de 3 fatores:

- Potencial de mercado
- Quantidade de concorrentes
- Volume de postagem e distribuição

O preço é inversamente proporcional aos fatores, ou seja, quanto maior o potencial de mercado, número de concorrentes ou volume de postagens, menor será o preço da rota.

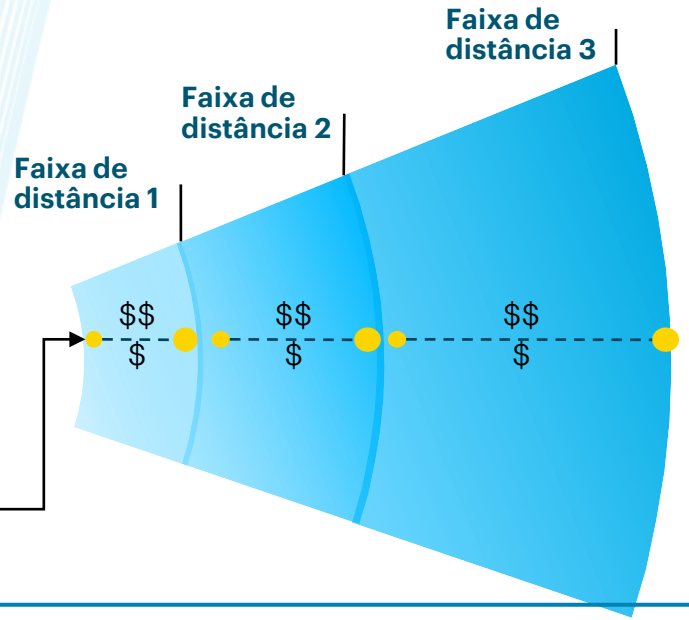
CENÁRIO ACORDADO

PROPOSTA

O modelo sugerido para a tarifação do PAC é determinar **taxas máximas** por peso em diferentes faixas de distância (R$/Kg ou R$/m³), que deverão estar previstos em portaria.
Para se determinar a taxa máxima de cada percurso deve-se utilizar como **referência os corredores de negócio com maior preço** em cada uma das categorias de distância.

	Faixa Distância 1	Faixa Distância 2	Faixa Distância 3
Preço	R$/kg ou R$/m³ máximo	R$/kg ou R$/m³ máximo	R$/kg ou R$/m³ máximo

O corredor de negócios com maior preço por kg em cada uma das faixas deverá ser referência para a tarifa máxima



Notas: [1] Peso cúbico é calculado a partir do volume (m³) e densidade média dos produtos.
Fonte: Dados gerenciais dos Correios; Análise Accenture Strategy.

Hoje, o MCOM é responsável por aprovar o reajuste tarifário anualmente

Portaria n° 386, de 30/08/2018, do Ministério da Fazenda (atual Ministério da Economia)

Ministério das Comunicações deve aprovar o reajuste tarifário até o último dia útil de janeiro de cada ano.

Deverá adotar **mecanismo de teto de preços** e obedecerão ao **percentual acumulado do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA)** no ano civil anterior, **descontado o Fator de Produtividade**.

O valor calculado será constituído no limite para o percentual final do reajuste geral, que será aplicado linear e indistintamente sobre **todo o rol de tarifas e preços públicos cobrados pela ECT na prestação dos serviços postais exclusivos.**

O Fator de Produtividade, **Fator X**, é o mecanismo que permite repassar aos consumidores dos serviços postais prestados em regime de exclusividade as **projeções de produtividade da ECT**. O reajuste será inversamente proporcional aos ganhos de produtividade da empresa.

Quanto **maior** a produtividade/ganho da ECT, **menor** o reajuste final da tarifa.

Quanto **menor** a produtividade/ganho da ECT, **maior** o reajuste final da tarifa.

Fonte: Correios; Análise Accenture Strategy.

VISÃO EXECUTIVA
MODELO DE REAJUSTE TARIFÁRIO

FINALIDADE

- O modelo tarifário deve garantir a regulação dos preços no contexto de redução acelerada no volume de correspondências.

DISPOSIÇOES CONTRATUAIS

- O fator de reajuste anual deverá incidir sobre os **preços dos produtos tarifados**;
- A **fórmula de reajuste** estará prevista em contrato, para garantia de segurança jurídica; e
- Há delimitação **valor mínimo e máximo** dos fatores variáveis (X e Q).

DISPOSIÇOES EM PORTARIA

- Definição dos critérios para determinação da **metodologia de cálculo** do fator X;
- Definição dos critérios para determinação da **metodologia de cálculo** do fator Q (se houver); e
- **Fixação de range** para ambos os fatores.

CENÁRIO ATUAL

- O reajuste tarifário é calculado a partir do IPCA do último ano e um Fator X de produtividade fixo, sendo esse determinado pelo Ministério das Comunicações até o último dia útil de janeiro de cada ano; e
- Regulamentada pela Portaria n° 386/2018, do Ministério da Fazenda (atual Ministério da Economia).

CENÁRIO PROPOSTO

FATOR DE EFICIÊNCIA

Nos **5 anos iniciais do Contrato,** Eficiência (X) e Fator de Desempenho (Q) não interferem no Fator de Reajuste Tarifário (fixados em ZERO, e 01, respetivamente).

Para os **anos seguintes serão estabelecidos pelo regulador**, por meio de portaria, podendo variar entre:

Fator Eficiência X: de 0 a 5%;

Fator Desempenho Q*: de 0,8 a 1,2

$$FR = IPCA \times (1 - X) \times Q^*$$

Cujo,

$$X = Eficiência$$
$$Q = Fator\ de\ Desempenho$$

Vantagens do novo cenário:

- Cenário similar à prática atual;
- Flexibilidade inicial da eficiência;
- Considera **desempenho**; e
- Compartilhamento com os consumidores apenas das **projeções de ganho de eficiência** dos Correios.

06 O Contrato de Concessão
(Consórcio Postar)

6.1 Considerações Gerais

6.2 Escopo da Concessão

6.3 Metas de Atendimento e Cobertura

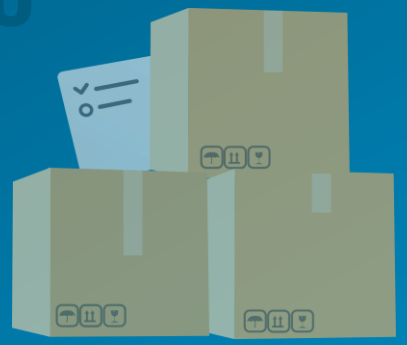
6.4 Regime Tarifário

6.5 Valores e prazos

6.6 Formalização [illegible] nalidades

6.7 [illegible] são e Garantia da Continuidade do SPU

Capítulos



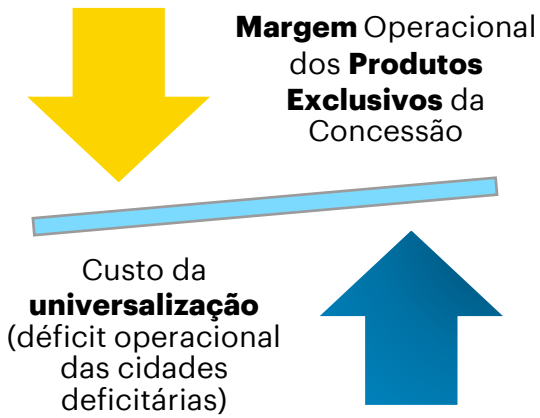
VISÃO EXECUTIVA
VALORES E PRAZOS

PRAZO DA CONCESSÃO	VALOR DA CONCESSÃO	VALOR DO CONTRATO
Igual a 40 anos, definido a partir do tempo em que o incremento do VPL se torna marginal	*Valor presente do valor econômico adicionado pelos produtos exclusivos da concessão*	*Soma da Margem Adicional dos produtos exclusivos durante a concessão*

- O **valor da concessão equivale ao impacto econômico** adicional decorrentes dos direitos e ônus exclusivos da concessão
- A **concessão está atrelada à alienação da ECT**, ou seja, a aquisição da empresa considera a operação da concessão, assim como, só receberá a concessão quem adquirir a empresa
- O valor econômico da concessão, neste primeiro contrato, **considera premissas com a estrutura e posição de mercado da ECT** (ou seja, é o valor da concessão do ponto de vista da ECT considerando a captura das alavancas de valor no cenário privatizado)
- **O valor da concessão não é equivalente ao valor de desestatização da empresa**

O valor da concessão considerou o acesso a mercados e a obrigações da universalização

Valor da concessão



Benefícios da Concessão

- Margem Operacional dos **Produtos Exclusivos do Monopólio**
- Margem média da operação: alto grau de compartilhamento dos ativos e atividades
- Margem dos itens sob regime monopolista: itens sob exclusividade.

Segmento SPU	Direitos da Concessão
Correspondências	**Exclusivos** (se mantido monopólio)
Encomendas	**N/A – não há restrições** para atividade no setor **sem a concessão**
Internacional	**Produtos UPU** e **de cooperação** dos operadores designados

Ônus da Concessão

- Déficit operacional em localidades com obrigação de universalização
- Déficit operacional total: produtos da concessão e demais (SPU e privado);
- **Sem a obrigação**, a empresa poderia se retirar das cidades deficitárias, deixando de atender qualquer serviço;
- Com a obrigação da concessão, ela tem de assumir o **déficit dessas localidades**

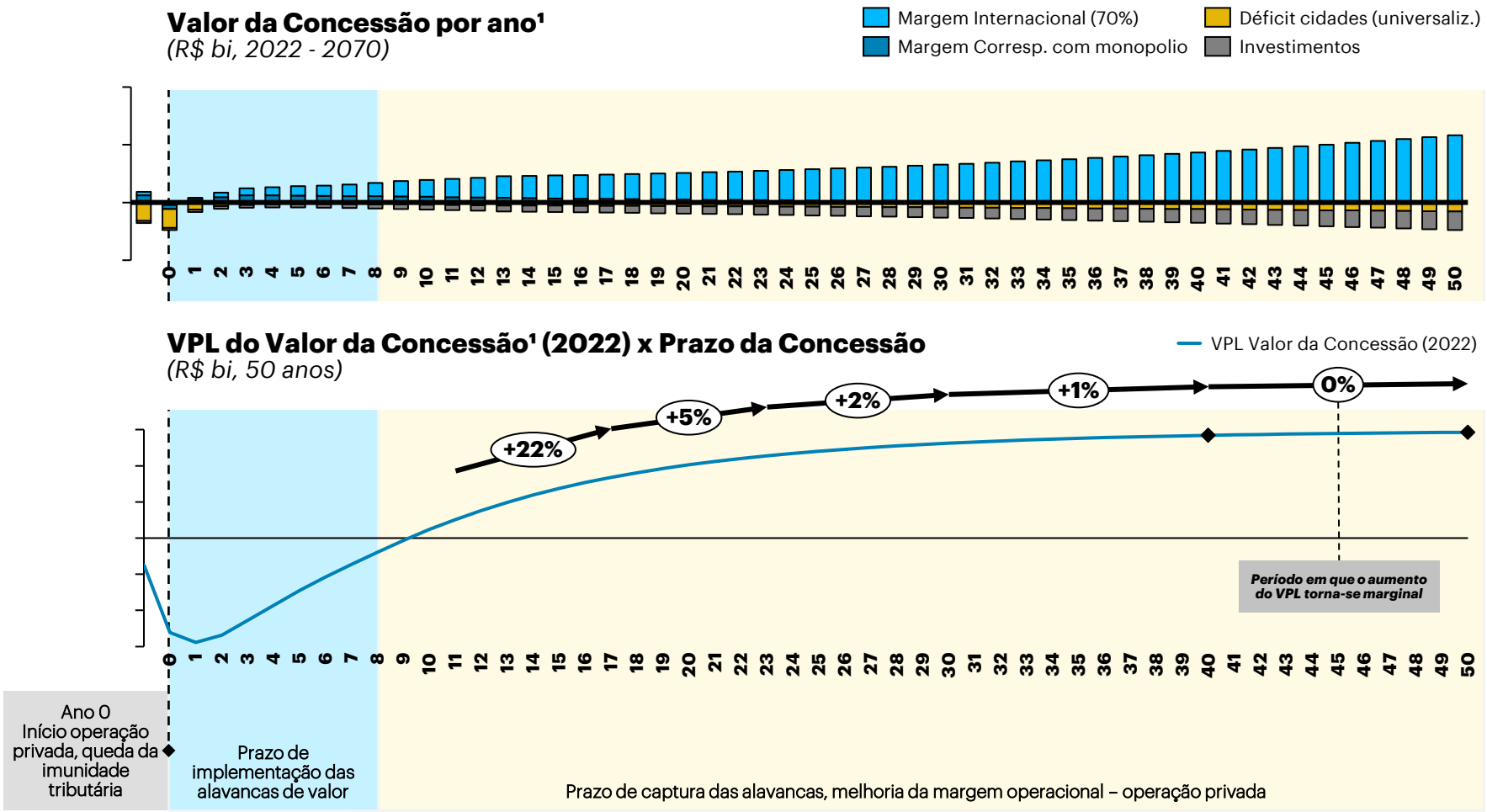
Obrigações da Concessão
Universalização do atendimento e Distribuição

- Consideramos as receitas tarifárias e acessórias (se aplicáveis) dos produtos exclusivos da concessão
- Para encomendas, não consideramos a obrigação de tarifação dos produtos como um ônus adicional uma vez que é segmento de alta competição onde entendemos não haver perda de oportunidade na definição de preços

Fonte: Análise Accenture Strategy.

Metodologia para determinação do Prazo, Valor da Concessão e do Contrato

MODELO CONCEITUAL DO VALOR DA CONCESSÃO



Valor do contrato

Soma das margens dos produtos exclusivos durante prazo da concessão

O valor do contrato é um valor referencial das obrigações, que visa transmitir a dimensão das obrigações contratualizadas. Valor é usualmente utilizado para determinar a garantia pública do contrato e pode ser utilizado para mensurar dimensões de penalidades, seguros e afins;

Valor da concessão

VPL da concessão em 40 anos

40 anos

Nota: [1] Percentual de produtos internacionais exclusivos não foram indicados, adotada premissa de 70%. Fonte: Correios, Análise Accenture.

06 O Contrato de Concessão
(Consórcio Postar)

6.1 Considerações Gerais

6.2 Escopo da Concessão

6.3 Metas de Atendimento e Cobertura

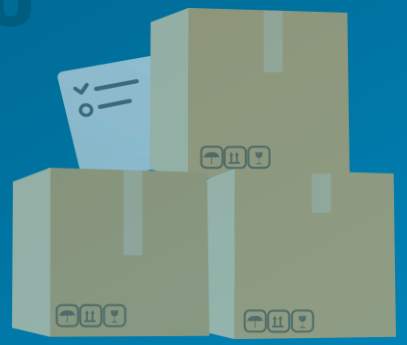
6.4 Regime Tarifário

6.5 Valores e prazos

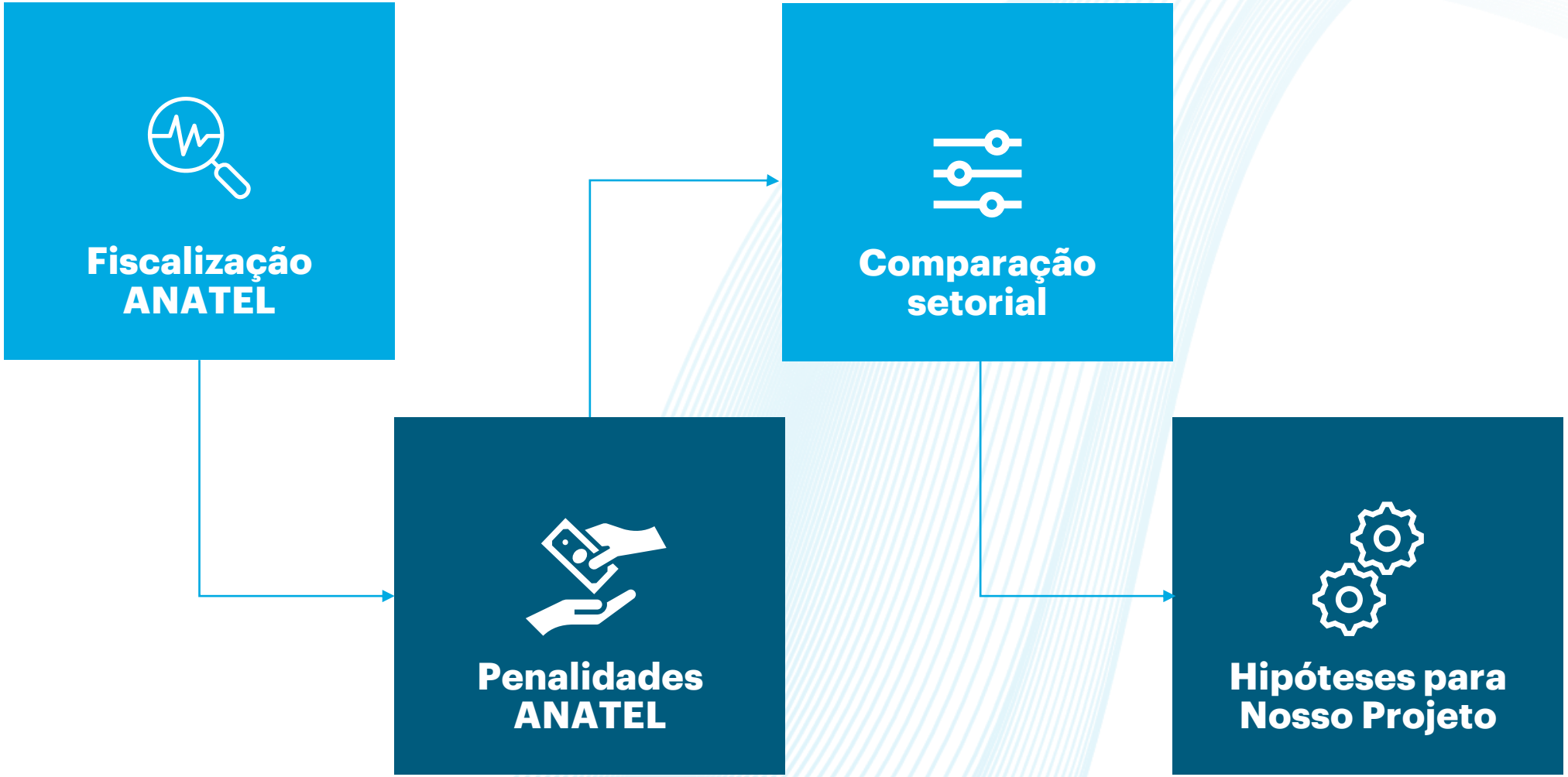
6.6 Fiscalização e Penalidades

6.7 Rescisão e Garantia da Continuidade do SPU

Capítulos



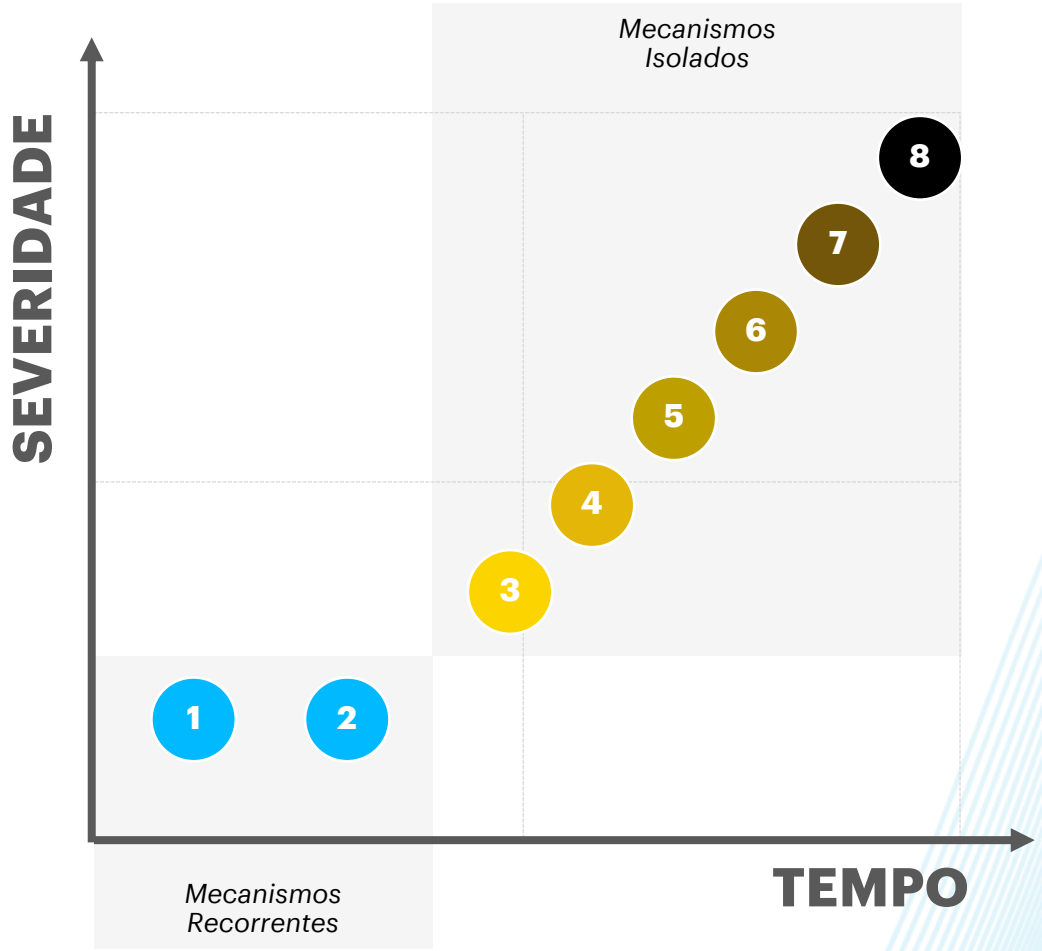
As penalidades previstas em contrato consideraram as práticas de fiscalização da ANATEL, além de benchmark setorial



Fonte: Análise Machado Meyer;

Penalidades

Estruturação de mecanismos de enforcement contratual para garantir a prestação do SPU



MECANISMOS DE ENFORCEMENT CONTRATUAL

1. Monitoramento e Controle/Governança do Contrato

- Fiscalização do Poder Concedente e Agência Reguladora;
- Controle Integrado de Mudanças
- Auditoria e Verificação Anual
- Canais de Denuncia do Usuário

2. Revisões Ordinárias

- Aplicação de deflator de performance no fator de reajuste da tarifa;
- Revisão dos encargos metas de universalização
- Revisão Quinquenal do Escopo do SPU

Mecanismos Recorrentes

3. Reequilíbrio Econômico-Financeiro (Matriz de Risco)

4. Penalidades por descumprimento contratual

5. Acionamento da Garantia de Execução (Performance *bond*)

6. Mecanismos de solução de controvérsias

7. Step in e Administração Temporária por Financiadores & Intervenção pelo Poder Concedente

8. Extinção do Contrato de Concessão

Mecanismos Isolados

Fonte: Análise Machado Meyer; Minuta Contrato Concessão

VISÃO EXECUTIVA
PENALIDADES

DEFINIÇÃO

Mecanismos de enforcement contratual estarão previstos em contrato, de forma a garantir o serviço universal.

As **penalidades são aplicáveis desde o início do contrato.**

Previsão de **penalidades em razão da violação** das seguintes condutas, com valores de multas a serem julgados caso a caso:

- **Violação contratual** e de regulamentação;
- Descumprimento das **metas de universalização;**
- Omissão dos **direitos do consumidor;**
- Atos que dificultem a **fiscalização da ANATEL;**
- Descumprimento de **ação regulatória da ANATEL;**
- Ações, omissão ou atos de negligência que coloquem em **risco a segurança de terceiros**.

- Referência no contrato à LGT, com **teto de R$ 50 milhões para multas**, regulamentação da agência e regimento interno.
- Previsão de **penalidade em razão da violação** do contrato, com gradação de multas a ser aplicada caso a caso;
- Grupo de **condutas a serem penalizadas** e seus exemplos, de forma não exaustiva;

Competência

- *Cabe à ANATEL aplicar penalidades legais regulamentares e contratuais;*
- *Deve observar a Lei Federal nº 9.472/97, regulamentação específica o Regimento Interno da ANATEL.*

Sanções

Aplicação isolada ou cumulativa de:

- *Advertência;*
- *Multa pecuniária;*
- *Suspensão temporária do direito de licitar e/ou*
- *Impedimento ou declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública federal.*

Extinção do Contrato

- *A extinção da Concessão, por culpa da concessionária, pode ensejar em penalidades;*
- *A caducidade pode ser decretada a despeito da aplicação e sanções; e*
- *A intervenção poderá ser aplicada frente a reiteradas infrações graves na prestação.*

06 O Contrato de Concessão
(Consórcio Postar)

6.1 Considerações Gerais

6.2 Escopo da Concessão

6.3 Metas de Atendimento e Cobertura

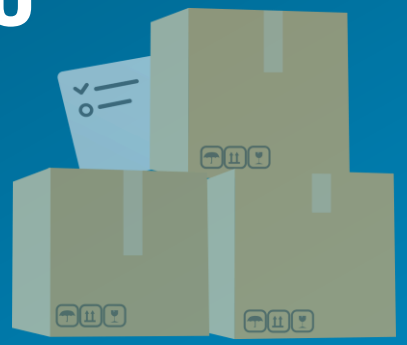
6.4 Regime Tarifário

6.5 Valores e prazos

6.6 Fiscalização e penalidades

6.7 Reversão e Garantia da Continuidade do SPU

Capítulos



GARANTIA DA CONTINUIDADE DO SPU

Existem Mecanismos Contratuais para garantia do SPU – antes, durante e após a execução do CONTRATO

	MECANISMO CONTRATUAL	FINALIDADE
PLANO DE TRANSFERÊNCIA OPERACIONAL	• *Plano a ser elaborado pela Concessionária como **condição precedente** à assinatura do Contrato.* • *Descreverá a transferência do SPU, incluindo cronograma e ações necessárias para sua assunção pela Concessionária.*	• *O plano estrutura as atividades a serem realizadas na Fase de Transição I – período de até 18 meses, a partir da data de assinatura do Contrato, no qual ocorre o início da operação plena do SPU pela Concessionária.* • *Busca **garantir a continuidade da prestação dos serviços** a despeito das mudanças provocadas pela desestatização.*
RELATÓRIOS DE ACOMPANHAMENTO OPERACIONAL	• *Relatórios a serem entregues anualmente pela Concessionária à ANATEL, a partir do 24º mês de Concessão.* • *Deverão conter dados atualizados sobre a prestação dos serviços e dos resultados obtidos, sem prejuízo dos demais instrumentos fiscalizatórios adotados pela ANATEL.*	• *Permite que a ANATEL acompanhe a prestação dos serviços aos usuários e determine adequações, inclusive nas revisões quinquenais.* • *Busca garantir a reversão funcional do SPU, com o **contínuo acompanhamento dos contratos essenciais à prestação do SPU e subcontratação de serviços**.*
PLANO DE DESMOBILIZAÇÃO DA CONCESSÃO	• *Plano a ser elaborado pela Concessionária 5 anos antes da data de término da Concessão, deve ser aprovado pela ANATEL..* • *Descreverá o processo de desmobilização do SPU, com transferência da prestação ao Estado ou a futuro operador a ser contratado.*	• *Viabiliza a reversão dos direitos, serviços e/ou contratos essenciais ao SPU, sem interrupção na prestação dos serviços.* • *Busca **antecipar e evitar adversidades no encerramento do Contrato, vinculando a Concessionária a futura transição com o Estado ou eventual futuro operador.***

BNDES

PROJETO DESESTATIZAÇÃO DO SETOR POSTAL BRASILEIRO

AUDIÊNCIA PÚBLICA

24/03/2022