

# Os preços das telecomunicações em Portugal



*Frequently Asked Questions*

2ª Edição

## Principais questões



- 1** *Os preços das telecomunicações aumentaram em Portugal?*
- 2** *O Índice de Preços no Consumidor sobreavalia a variação dos preços das telecomunicações em Portugal?*
- 3** *Mas como é possível que os preços estejam a aumentar quando as receitas totais e as receitas unitárias estão a diminuir?*
- 4** *E as alterações de “qualidade” e de “quantidade” das ofertas não deviam ser levadas em conta na contabilização da variação dos preços?*
- 5** *Qual a explicação para a diminuição de algumas mensalidades?*
- 6** *Os dados do EUROSTAT permitem concluir que os preços das telecomunicações aumentaram mais em Portugal do que na média da U.E.?*
- 7** *Os preços das telecomunicações em Portugal são mais caros do que na U.E.?*
- 8** *Mas esses estudos são representativos dos preços das telecomunicações em Portugal? Porque razão os valores apresentados são diferentes dos valores que eu pago?*
- 9** *Como compreender o estudo da Aritel que diz que Portugal tem dos preços mais baratos da U.E.?*

1

**Os preços das telecomunicações aumentaram em Portugal?**

Os principais prestadores de comunicações eletrónicas (MEO, NOS e Vodafone) aumentaram as mensalidades e outros elementos tarifários dos serviços de telecomunicações residenciais em Portugal entre 2009 e 2016, normalmente no início de cada ano. Estes aumentos são designados pelos prestadores como “ajustamentos” ou “atualizações”. Em 2016 os “ajustamentos de preços” ocorreram duas vezes.

Entre 2017 e 2019 alguns prestadores efetuaram “ajustamentos de preços” que afetaram os contratos celebrados em anos anteriores, mas que não implicaram alterações significativas dos preços publicitados para novos clientes. Para o ano de 2020, a MEO e a NOS anunciaram novo “ajustamento de preços”.

Para além destes ajustamentos anuais, foram ocorrendo outros aumentos e diminuições de preços ao longo dos anos (i.e. ofertas específicas, descontos e promoções temporários, reduções por imposição regulamentar). De referir, em particular, a significativa diminuição dos preços das chamadas intra-U.E. e dos preços das telecomunicações resultante da entrada em vigor, em 2019, do Regulamento (U.E.) 2018/1971.

Entre agosto de 2013 e outubro de 2017, o crescimento dos preços das telecomunicações em termos homólogos foi quase sempre superior ao crescimento do Índice de Preços no Consumidor (IPC). No entanto, a situação inverteu-se em novembro de 2017.

**1. Entre 2009 e 2016 os prestadores aumentaram as mensalidades e outros elementos tarifários dos serviços de telecomunicações residenciais**

Até 2016, as mensalidades e outros elementos tarifários dos serviços de telecomunicações residenciais aumentaram no início de cada ano. Em 2016, ocorreram ainda “ajustamentos” adicionais entre setembro e dezembro.

Estes “ajustamentos de preços”, implementados pelos principais prestadores, foram confirmados pelos próprios em declarações aos *media*, nas comunicações enviadas aos seus clientes e nos seus relatórios e contas.

Por exemplo, no período entre 2009 e 2016, os relatórios e contas dos prestadores referem o seguinte:

- “A adesão a serviços adicionais por parte dos clientes de cabo da ZON está a impulsionar o crescimento do ARPU<sup>1</sup> Global, que aumentou 5,5% no 2T09 para 33,6 euros, o que compara com 31,8 euros no 2T08, reflectindo não apenas o nível mais elevado de RGUs<sup>2</sup> por Subscritor, mas também **o aumento de preços que teve lugar em 1 de Abril de 2009**”

(Cf. Resultados do primeiro semestre 2009 da ZON Multimédia, 31 de julho 2009, pág. 6)

- “O ARPU Global registou um novo trimestre de forte crescimento anual, de 7,6% para 35,2 euros no 1T10. O ARPU multi-serviço de cabo registou um crescimento anual ainda mais elevado de 11%, que mais que compensou o decréscimo do ARPU gerado pelos clientes de satélite, que se cifrou em 6,5%. No 1T10, a ZON anunciou um **aumento médio de preços entre 2 e 3%, tanto em serviços individuais como nos pacotes, que foi implementado em 1 de Maio de 2010**”

(Cf. Resultados do primeiro trimestre 2010 da ZON Multimédia, 12 de maio 2010, pág. 6)

- “O número de clientes de TV por Subscrição registou uma redução de 17,1 mil no 1T11, para 1.554,4 mil o que compara com 1.588,4 mil no final do 1T10, um decréscimo que afectou sobretudo clientes Single Play de cabo e satélite, com ARPU inferior à média. A redução foi registada principalmente em Janeiro, e menos em Fevereiro, notando-se uma melhoria gradual à medida que o trimestre se aproximava do final. O **aumento dos preços de tabela que foi implementado em Janeiro**, em conjugação com o aumento do IVA de 21% para 23% explica muito do impacto negativo em Janeiro e Fevereiro... A recuperação do ARPU também foi influenciada pelo já mencionado ajuste de preços realizado no início do ano...”

O crescimento das receitas core de Triple Play registou um abrandamento devido à redução da base de subscritores no trimestre. No entanto, este declínio foi mais do que compensado pelo aumento do ARPU impulsionado pelo contínuo crescimento da penetração de Triple Play, pelo **aumento de preços implementado no início de 2011**”

(Cf. Divulgação de Resultados primeiro trimestre 2011 da ZON Multimédia, pág. 3 e 7)

- “o ARPU Base continuou a demonstrar a sua resiliência no 1S12, com um decréscimo anual de 0,1% (1% no 2T12), suportado pela estabilidade dos serviços de Triple Play, pelo crescimento dos RGUs e pelo **aumento de preços que teve lugar em Janeiro de 2012**, apesar de se ter sentido alguma diluição provocada pela adesão a pacotes de gama mais baixa”

(Cf. Divulgação de Resultados primeiro trimestre 2012, ZON Multimédia, pág. 7)

- “No 1T13, o ARPU Global registou um aumento de 2,7% face ao trimestre anterior para 34,9 euros, tendo-se verificado um decréscimo de apenas 0,4% face ao 1T12, o que representa uma inflexão na tendência dos últimos trimestres. Embora as subscrições de canais premium, principalmente o pacote de canais de desporto, continue a pressionar as tendências trimestrais do ARPU, o seu impacto negativo foi mais do que compensado pelo efeito do **aumento de preços que foi implementado em Janeiro**, levando à inflexão muito positiva na tendência trimestral do ARPU”

(Cf. Relatório e Contas Consolidadas Primeiro Trimestre 2013 da ZON Multimédia, pág. 14)

“No final do 4T14, a NOS notificou os seus clientes de **um aumento de preços que se tornou efetivo no início de 2015**. Por exemplo, o pacote 4P Light aumentou de € 49,99 para € 51,99”

(Cf. Divulgação de Resultados Quarto Trimestre 2014 da NOS, pág. 18)

<sup>1</sup> ARPU – Average Revenue per User ou receita média por utilizador.

<sup>2</sup> RGU – Revenue Generating Unit ou número de serviços geradores de receita subscritos por cada cliente.

- “A receita por utilizador residencial de acesso fixo (ARPU) cresceu em 2,3% face ao 1S16 para 44,4 euros, refletindo a continuação do crescimento do número médio de RGUs por conta, maiores receitas de tráfego e principalmente o **aumento anual de preços implementado no final de 2016**”

(Cf. Divulgação de Resultados da NOS 2T17, pág. 5)

Também os *media* noticiaram estes aumentos:

- “As operadoras já comunicaram os aumentos de preços a aplicar nas faturas de janeiro... os novos preços começaram a ser comunicados aos clientes em dezembro, com a entrada em vigor a 1 de janeiro no caso da MEO e da NOS e 13 ou 18 de janeiro no caso da Vodafone, e o aumento médio aponta para perto de 3%... Tito Rodrigues, responsável pelas relações institucionais da associação de defesa do consumidor adiantou ao TeK as principais conclusões desta análise. **Mais uma vez, como acontece desde 2009, temos um arranque do ano com aumentos de preços nas mensalidades de comunicações que se situam em média nos 2,6%**, explica, detalhando que a lógica de aumento constante com valores acima da inflação prevista tem impacto na perda de poder de compra dos consumidores e não é justificada no nível de maturidade que o mercado português já atingiu neste sector”

(SapoTEK, 05/01/2016)

- “**Depois da actualização dos preços no início deste ano em cerca de 4%, como costuma acontecer, as operadoras decidiram aumentar novamente os valores, antecipando em alguns meses a subida anual dos tarifários.** A primeira a dar este passo foi a Vodafone, no final de Agosto. A operadora aumentou em 7,4% o seu pacote de televisão, internet e telefone fixa. A oferta passou de 26,9 para 28,9 euros. A Meo aumentou este mês o preço das suas ofertas em 2,5%, em média, e a Nos prepara-se para aumentar no próximo mês. **Estas subidas deverão substituir as actualizações dos preços no início de 2017.** Como explicou ao Negócios fonte oficial da Vodafone, “à data de hoje não está prevista nenhuma actualização anual”

(Jornal de Negócios, 14/11/2016)

- “O presidente-executivo da Nos, Miguel Almeida, admitiu **ontem subir os preços entre 4% a 5%**, salientando que o aumento vai ter impacto no ‘fluxo dos clientes’. De acordo com a Bloomberg, o gestor disse ainda que a operadora de telecomunicações, que resultou da fusão entre a Optimus e a Zon, vai continuar a somar clientes, ‘mas não ao mesmo ritmo que no passado”.

(Jornal de Notícias, 17/11/2016)

Entre agosto de 2013 e outubro de 2017, o crescimento dos preços das telecomunicações em termos homólogos foi quase sempre superior ao crescimento do IPC. Ou seja, os crescimentos de preços ocorridos neste período foram crescimentos em termos reais. No entanto, a situação inverteu-se em novembro de 2017.

## 2. Entre 2017 e 2019 alguns prestadores efetuaram “ajustamentos de preços”

Entre 2017 e 2019 alguns prestadores efetuaram “ajustamentos de preços” que afetaram os contratos celebrados em anos anteriores, mas que não implicaram alteração dos preços publicitados para novos clientes:

- *“O ARPU de receitas base de cliente cresceu 1,3% face ao 3T18, reflexo da venda adicional de serviços por conta e de alterações de preços baseadas na inflação, que contribuíram para compensar o decréscimo anual das receitas de canais premium, bem como o impacto negativo nas receitas discricionárias de tráfego, resultantes da imposição regulatória de limites de preços nas chamadas internacionais na Europa a partir de maio de 2019”*

(Cf. NOS, Divulgação de resultados do 3.º trimestre de 2019, pág. 3)

## 3. Para 2020, MEO e NOS anunciaram novos “ajustamentos de preços”

Para 2020, a MEO e a NOS anunciaram novos “ajustamentos de preços” que, de acordo com as informações disponíveis, atingiu 1%. De referir que a inflação registada em 2019 foi de 0,3%. Estes aumentos de preços foram divulgados pelos órgãos de comunicação social.

- *“... Como adiantou ao Negócios fonte oficial da Altice Portugal, “a Meo procederá a uma atualização de preços em tarifários/pacotes de mensalidade, com efeitos a 1 de janeiro de 2020, de acordo com o previsto contratualmente”. ... Já fonte oficial da Nos explicou que no arranque do próximo ano “os preços de alguns serviços serão atualizados, conforme previsto nas condições de serviço, em 1% que corresponde à última taxa de inflação nacional anual publicada pelo INE”. Por sua vez, a Nowo garantiu que não terá aumento de preços no próximo ano. Uma estratégia semelhante à da Vodafone Portugal que assegura que também não tem prevista qualquer alteração...”*

(Jornal de Negócios, 10/12/2019)

- *“Há alguns preços que vão aumentar no próximo ano nas telecomunicações. Apesar disso, a alteração de preços, a partir de janeiro, não será transversal a todas os serviços e empresas. A Meo e a Nos admitem atualizar o tarifário de alguns serviços, enquanto a Nowo e a Vodafone Portugal não têm previstas mexidas nos preços, pelo menos, de forma generalizada.*

*Fonte oficial da Altice Portugal revelou ao Negócios que “a Meo procederá a uma atualização de preços em tarifários/pacotes de mensalidade, com efeitos a 1 de janeiro de 2020, de acordo com o previsto contratualmente”, sendo o aumento calculado com base na inflação, “no valor mínimo de 50 cêntimos, com IVA incluído”.*

*A Nos, segundo fonte oficial, explicou que no arranque do próximo ano “os preços de alguns serviços serão atualizados, conforme previsto nas condições de serviço, em 1%”. Por sua vez, a Nowo garantiu que não terá aumento de preços e a Vodafone Portugal faz referência ao que fez para 2019 para explicar a estratégia de 2020: “Tal como aconteceu no ano passado, não houve aumento generalizado de preços.”*

(Jornal de Negócios, 01/01/2020)

#### 4. Para além destes aumentos anuais, ocorreram ainda outras alterações nos preços praticados

Para além destes ajustamentos anuais, foram ocorrendo outros aumentos e diminuições de preços ao longo dos anos (i.e. ofertas específicas, descontos e promoções temporários, reduções por imposição regulamentar). Por exemplo, os prestadores nos seus Relatórios e Contas e os *media* destacaram os seguintes aumentos de preços:

- “As operadoras de telecomunicações Vodafone, Nowo, NOS vão manter no próximo ano os preços cobrados, assim como a Meo, que não altera os valores para os serviços fixos, mas **atualiza ‘alguns tarifários móveis pós-pagos’**, informaram esta quarta-feira estas empresas”  
(Jornal de Negócios, 21/12/2017)
- “As receitas móveis stand - alone cresceram em 5,8% em resultado do aumento significativo de utilizadores ativos face ao 2T17, em conjunto com **aumentos de preços “more for more” em planos tarifários específicos**”  
(Cf. NOS, Divulgação de Resultados do 2.º trimestre de 2018, pág. 8)
- “Depois de terem estado dois anos sem fazer grandes alterações nos tarifários, a Meo e a Nos preparam-se para avançar com algumas mexidas. Mas não para todos os clientes. A Vodafone não prevê subida de preços. **A partir de 1 de Janeiro do próximo ano, alguns clientes das principais operadoras de telecomunicações vão ver a sua factura aumentar.** Uma decisão que inverte a tendência dos dois últimos anos, período em que não houve mexidas, depois de em 2016 terem aumentado os preços por duas vezes. No próximo ano, a Meo “vai apenas proceder a uma actualização de preços prevista contratualmente, em linha com a actualização dos valores da inflação”, disse fonte oficial ao Negócios, sem detalhar o aumento concreto. A operadora destaca, contudo, que este aumento não se aplica a toda a base de subscritores. “Esta actualização aplica-se exclusivamente aos clientes que têm contratos com estas condições particulares”, detalha, acrescentando que entra em vigor a 1 de Janeiro de 2019. A Nos também não vai alargar o aumento de preços a todos os clientes. Vai actualizar “apenas alguns dos seus tarifários, em 1,37%, que corresponde à última taxa de inflação anual, a partir de 1 de Janeiro de 2019”. “Uma parte significativa dos serviços/tarifários não sofre alteração de preços”, sublinhou fonte oficial da operadora liderada por Miguel Almeida. Ao contrário das rivais, a Vodafone Portugal disse ao Negócios que “não está previsto nenhum aumento” dos preços para 2019. A Nowo não respondeu. Desde 2017 que as operadoras não procedem como, até então, habitual aumento anual no arranque de cada ano, tendo como referência a taxa de inflação. Na base desta mudança estiveram os dois aumentos realizados no mesmo ano, em 2016, após a guerra pelos conteúdos de futebol entre a Nos e Meo. Esta batalha resultou numa factura pesada que ainda estão todas a pagar, no âmbito do acordo de partilha dos direitos televisivos, bem como dos custos, assinado em 2016. Após esta dupla subida, no ano seguinte nenhuma operadora mexeu nos preços. Uma tendência mantida este ano, à excepção da Meo que aumentou alguns tarifários nos móveis pós-pagos”  
(Jornal de Negócios, 19 de novembro de 2018)

Neste contexto, destaca-se a evolução ocorrida na oferta “TV Net Voz” da Vodafone, pelo impacto que teve no mercado nos anos posteriores ao seu lançamento, nomeadamente no

que respeita ao crescimento das quotas de subscritores de serviços fixos deste prestador. Como se poderá verificar na Tabela 1, desde o seu lançamento em 2013, a mensalidade desta oferta aumentou cerca de 20%.

**Tabela 1 – Evolução da mensalidade da oferta “TV Net Voz” da Vodafone**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Mensalidade	€24,9	€24,9	€25,9	€28,9	€28,9	€29,9	€29,9
Número de canais	100	100	120	145	145	100	100
Box TV incluída	Não						
Velocidade download Mbps	50	50	200	100	100	100	100

Fonte: Site do prestador.

Paralelamente ocorreram algumas reduções de preços resultantes de imposição regulamentar (p.ex. preços de chamadas em *roaming*, chamadas internacionais intra-U.E., preços das chamadas para gamas de numeração específicas). De referir, em particular, a significativa diminuição dos preços das chamadas intra-U.E. e dos preços das telecomunicações resultante da entrada em vigor, em 2019, do Regulamento (U.E.) 2018/1971.

**2**

## ***O Índice de Preços no Consumidor sobreavalia a variação dos preços das telecomunicações em Portugal?***

A ANACOM, utilizando a informação recolhida nos sites dos prestadores, tem tido oportunidade de verificar que as variações de preços das telecomunicações calculadas no âmbito do IPC não sobreavaliam os aumentos de preços ocorridos nos últimos anos.

Em particular, sublinha-se que o IPC é um índice de preços dinâmicos que incorpora periodicamente as alterações de padrões de consumo (p.ex. serviços consumidos, formas de comercialização), com base em informação recolhida regularmente junto dos prestadores pela ANACOM e remetida ao INE para o fim citado.

### **1. O IPC permite avaliar a evolução dos preços das telecomunicações em Portugal**

O Índice de Preços no Consumidor (IPC) é um índice de preços produzido pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) que permite medir a evolução temporal dos preços de um conjunto de bens e serviços representativos da estrutura de despesa de consumo da população residente em Portugal<sup>3</sup>. Sublinha-se que o IPC não é um indicador do nível de preços, mas antes um indicador da respetiva variação.

Uma das classes de despesa de bens e serviços considerada no IPC diz respeito aos serviços de telecomunicações. A evolução desta classe de despesa permite avaliar a variação dos preços das telecomunicações em Portugal.

O INE recolhe mensalmente informação sobre os preços de telecomunicações nos *sites* dos prestadores para um conjunto de ofertas e para perfis de utilização representativos do universo das ofertas residenciais em Portugal. A identificação das ofertas representativas é feita com base em informação recolhida anualmente junto dos prestadores pela ANACOM e remetida ao INE para o fim citado.

São depois calculadas as variações de preços para cada oferta. As variações de preços são agregadas de acordo com o peso das receitas de cada tipo de oferta/prestador.

---

<sup>3</sup> O documento metodológico pode ser consultado em [http://www.ine.pt/publicacoes/DOCMET\\_PDF\\_246\\_1\\_0.pdf](http://www.ine.pt/publicacoes/DOCMET_PDF_246_1_0.pdf).

Sempre que surgem novas ofertas, estas são refletidas no índice no momento da atualização (anual) dos ponderadores.

As variações de “qualidade” são levadas em conta de acordo com a metodologias definidas, sempre que o INE considere que estas alterações resultam em aumento de utilidade para o consumidor.

As alterações de padrões de consumo, nomeadamente no que respeita aos tipos de serviços, quantidades consumidas e formas de comercialização, são tratadas de acordo com o método prescrito para o efeito (i.e. construção de índices de preços dinâmicos, em que as quantidades consumidas vão sendo periodicamente atualizadas). A ANACOM fornece ao INE periodicamente informação recolhida junto dos prestadores que permite fazer o referido ajustamento (como já anteriormente mencionado).

## **2. A ANACOM tem verificado que os “ajustamentos de preços” e outras alterações tarifárias foram adequadamente refletidos no IPC**

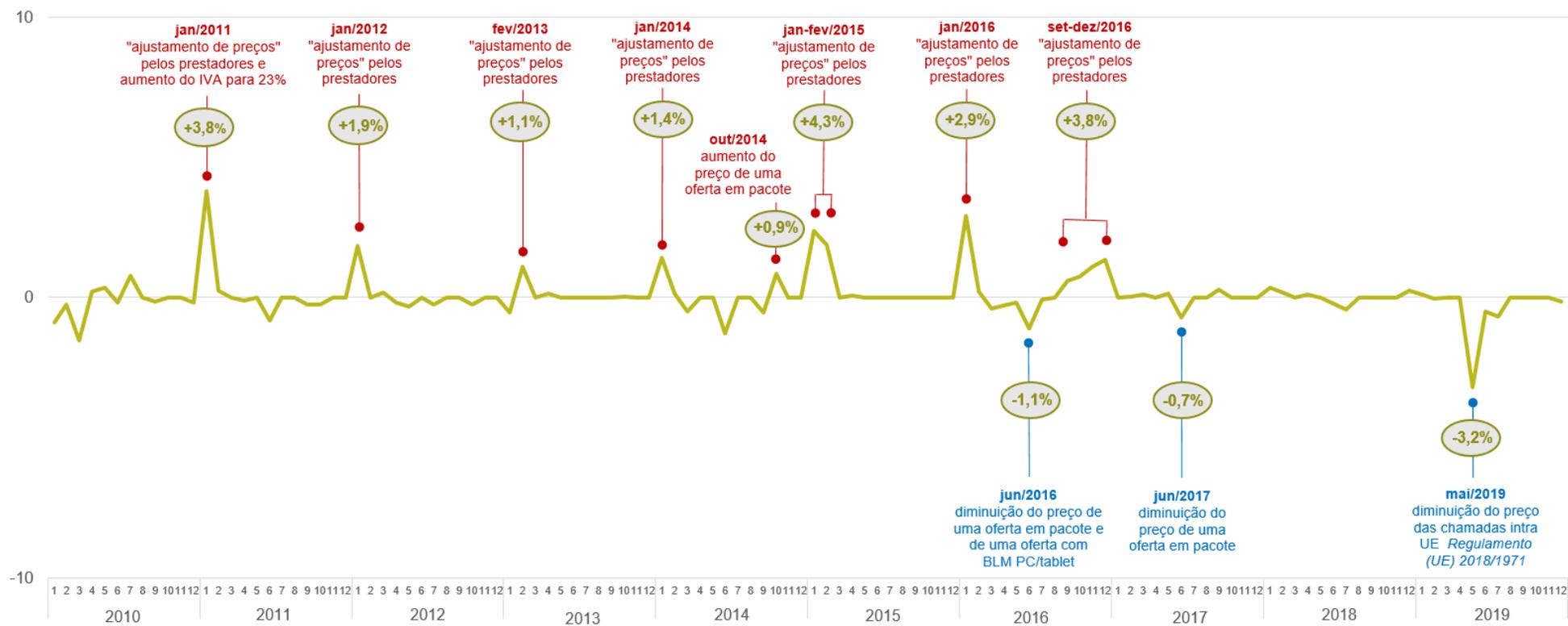
A ANACOM, recorrendo a informação recolhida nos *sites* dos prestadores, tem tido oportunidade de verificar que as variações de preços das telecomunicações calculadas no âmbito do IPC têm refletido adequadamente os “ajustamentos de preços” e outras alterações tarifárias implementadas pelos prestadores, conforme se pode verificar na Figura 1. Mensalmente, procede-se à identificação das alterações ocorridas e das suas causas.

Os “ajustamentos de preços” afetam diretamente o que os consumidores pagam pelos serviços de telecomunicações sempre que:

- durante a vigência do período de fidelização estes veem a sua fatura aumentar em resultado destes “ajustamentos de preços”;
- no final do período de fidelização os mesmos solicitam a renovação do seu contrato nas mesmas condições.

O IPC não reflete, porém, os aumentos de preços que ocorrem no fim do período de fidelização sempre que não exista refidelização.

**Figura 1 – Taxa de variação mensal dos preços das telecomunicações**



Unidade: %.

Fonte: ANACOM, com base nos dados do INE

**3**

***Mas como é possível que os preços estejam a aumentar quando as receitas totais e as receitas unitárias estão a diminuir?***

Do ponto de vista metodológico, as receitas totais e as receitas unitárias não são um bom indicador dos preços praticados.

Por um lado, a variação das receitas totais e das receitas unitárias é compatível com qualquer variação de preços. Em particular, aumentos de preços podem ocorrer em simultâneo com uma redução da receita unitária devido, por exemplo, à redução do consumo de canais *premium*, mudança de prestador, *downgrade* para uma oferta mais barata, upgrade para uma oferta convergente mais barata, etc... Este tipo de alterações dos padrões de consumo ocorreu de facto no período em análise.

Por outro lado, as receitas totais e as receitas unitárias do sector incluem todos os prestadores e todos os segmentos de clientes (residencial e não residencial). Desta forma, é possível que, por exemplo, as receitas de determinados prestadores ou segmentos (i.e. clientes empresariais) estejam a diminuir e provoquem uma diminuição das receitas totais, enquanto que os preços cobrados a outro segmento de clientes (i.e. clientes residenciais) estejam a aumentar. De acordo com os Relatórios e Contas dos prestadores, as receitas do segmento não residencial caíram de forma significativa devido, nomeadamente, à conjuntura económica (i.e. falências, corte de custos, concorrência acrescida, etc...).

De referir ainda que, de acordo com a informação disponível e publicada nos Relatórios e Contas dos principais prestadores, não é possível concluir que o *Average Revenue per User* (ARPU) residencial tenha decrescido entre 2010 e 2017.

**1. A diminuição da receita média é compatível com qualquer variação de preços**

Em primeiro lugar, é necessário esclarecer uma questão de natureza metodológica.

De um ponto de vista conceptual, a evolução de preços deve ser avaliada com recurso a índices de preços cujos ponderadores são as quantidades consumidas num determinado período base. Ou seja, deve-se avaliar a evolução do preço de um mesmo bem ou serviço ao longo do tempo.

O recurso a receitas unitárias, receitas médias, faturas médias ou €/RGU (*revenue generating unit*) não permite avaliar a evolução dos preços de um determinado serviço visto que não entra em linha de conta com a composição das receitas em cada momento. Estes indicadores que são, sem dúvida, úteis para analisar a evolução do sector, não podem ser utilizados para avaliar a evolução dos seus preços.

Uma diminuição da receita unitária, receita média, fatura média ou de €/RGU é compatível com qualquer evolução de preço, seja ela um aumento, uma diminuição ou um congelamento de preços.

Em particular, conforme se pode comprovar pelos exemplos numéricos que de seguida se apresentam (Tabela 2 a Tabela 5), aumentos de preços podem ocorrer em simultâneo com uma redução da receita unitária devido, por exemplo, à redução do consumo de canais *premium*, mudança de prestador, *downgrade* para uma oferta mais barata, *upgrade* para uma oferta convergente mais barata, etc...

**Tabela 2 – Exemplo numérico 1: Redução de consumos extra**

	Período 0	Período 1	Var. (%)
<b>Mensalidade/preço</b>			
. Pacote base	40	41,2	3,0%
. Consumo extra (ex: canal <i>premium</i> )	5	5,15	3,0%
<b>Consumo unitário / Quantidade consumida</b>			
. Pacote base	1	1	
. Consumo extra (ex: canal <i>premium</i> )	1	0	
Receita unitária ou Fatura média	45	41,2	-8,4%

**Tabela 3 – Exemplo numérico 2: Mudança de prestador ou *downgrade* de pacote**

	Período 0	Período 1	Var (%)
<b>Mensalidade/preço</b>			
. Pacote base inicial	40	41,2	3,0%
. Pacote base mais barato / de prestador alternativo	30	30,9	3,0%
<b>Consumo unitário / Quantidade consumida</b>			
. Pacote base	1	0	
. Pacote base mais barato / de prestador alternativo	0	1	
Receita unitária ou Fatura média	40	30,9	-22,8%

**Tabela 4 – Exemplo numérico 3: upgrade de 3P + móvel para 4P**

	Período 0	Período 1	Var (%)
<b>Mensalidade/preço</b>			
. Pacote 3P	40	41,2	3,0%
. Serviço telefónico móvel	15	15,45	3,0%
. Pacote 4P	50	51,5	3,0%
<b>Quantidade consumida / consumo unitário</b>			
. Pacote 3P	1	0	
. Serviço telefónico móvel	1	0	
. Pacote 4P	0	1	
Fatura /receita unitária	55	51,5	-6,4%

**Tabela 5 – Exemplo numérico 4: €/RGU – upgrade de 2P para 3P**

	Período 0	Período 1	Var (%)
<b>Mensalidade/preço</b>			
. Pacote 2P	30	30,9	3,0%
. Pacote 3P	40	41,2	3,0%
<b>Consumo unitário / Quantidade consumida</b>			
. Pacote 2P	1	0	
. Pacote 3P	0	1	
<b>RGU</b>			
. Pacote 2P	2	2	
. Pacote 3P	3	3	
€/RGU ( <i>revenue generating unit</i> )	15	13,73	-8,4%

Portanto, não apenas é possível que os preços e as receitas totais e as receitas unitárias tenham uma evolução díspar, como não é adequado – e pode induzir em erro – criticar os resultados de um índice de preços com recurso à evolução das receitas unitárias, do valor das faturas médias ou de €/RGU.

## 2. Em Portugal verificaram-se de facto as circunstâncias que justificam diferentes evoluções dos preços e das receitas médias

Em Portugal, nos últimos anos, eventualmente por razões de natureza conjuntural e de mercado, verificaram-se alterações dos padrões de consumo que resultaram em reduções de receitas. Este facto é comprovado, quer pelos elementos estatísticos recolhidos pela ANACOM (e.g. evolução das receitas, evolução da adesão a canais *premium*, adesão a pacotes convergentes, mudanças de operador com ofertas significativamente mais baratas), quer pelos próprios prestadores nos seus Relatórios e Contas:

- **“As receitas de canais premium continuam a apresentar um desempenho inferior aos níveis registados no ano anterior, impactando assim o nível do ARPU Global... Paralelamente, com o sucesso das ofertas Dual e Triple Play de gama mais baixa durante os últimos meses, o ARPU Global registou alguma diluição no 1T12 para os 35 euros”**

(Cf. ZON Multimédia, Divulgação de Resultados do Primeiro Trimestre de 2012, pág. 7)

- **“No 4T12, as receitas de cliente do segmento Pessoal diminuíram 9,1% face ao 4T11, para 136 milhões de euros, uma melhoria quando comparado com o 3T12 (-11,2% face ao 3T11), o que é uma tendência notável considerando a situação económica desafiante. As recargas mensais diminuíram 5,8% em 2012 face a 2011 tendo permanecido voláteis durante o ano. Adicionalmente, a continua agressividade ao nível dos preços, tanto em voz como em banda larga móvel, continua a pressionar os preços de retalho e o ARPU de cliente. As receitas de cliente refletem também uma quebra de receitas proveniente dos serviços de banda larga móvel, num contexto de elevada popularidade da banda larga fixa, de concorrência nos preços e de migração para planos tarifários de menor valor, não obstante o forte crescimento das receitas de "internet no telemóvel" sustentadas no aumento da penetração de smartphones... em janeiro de 2013 a PT lançou o M4O, o primeiro serviço quadruple-play, verdadeiramente convergente fixo-móvel incluindo TV, internet, telefone e telemóvel com voz e SMS ilimitados para todas as redes móveis. Este novo serviço convergente quadruple-play está ancorado na oferta única de triple play do MEO e é dirigida para diferenciar ainda mais os serviços móveis oferecidos no segmento Pessoal, afastando-se assim da concorrência de preços”**

(Cf. Resultados anuais 2012, Portugal Telecom, Press Release, 28 de fevereiro de 2013, pág.19)

- **“A diminuição nas receitas de cliente refletiu: (1) recargas mais baixas e voláteis, em resultado de condições económicas difíceis, e (2) a concorrência nos preços e a migração para tarifários mais baratos”**

(Cf. Primeiros nove meses de 2013, Portugal Telecom, Press Release, 13 de novembro de 2013, pág. 16)

- **“Embora as subscrições de canais premium, principalmente o pacote de canais de desporto, continue a pressionar as tendências trimestrais do ARPU, o seu impacto negativo foi mais do que compensado pelo efeito do aumento de preços que foi implementado em Janeiro, levando à inflexão muito positiva na tendência trimestral do ARPU”**

(Cf. ZON Multimédia, Relatório e Contas Consolidadas do Primeiro Trimestre de 2013, pág. 14)

- “Em 2014, as receitas dos negócios de telecomunicações em Portugal diminuíram 4,1% face a 2013 ..., penalizadas ... (2) pela diminuição nas receitas do segmento Pessoal (-6,0% face a 2013), resultado de menores receitas de cliente que refletem condições económicas adversas, pressão ao nível do preço e **migração para planos tarifários mais baixos**”

(Relatório e Contas consolidado da PT Portugal – 2014)
- “A redução nas receitas é explicada essencialmente por: ... (2) uma redução nas receitas do segmento de cliente Pessoal ... em resultado de menores receitas de cliente, as quais refletem **recargas mais baixas e voláteis em resultado de condições económicas adversas, concorrência nos preços e migração para tarifários mais baratos**”

(Relatório e Contas consolidado da PT Portugal – 1.º semestre de 2014)
- “As receitas do mercado português de telco têm vindo claramente a descer, quase 6% ao ano, sobretudo, pelo menos no entender de Miguel Almeida, por três principais razões: o PIB nacional e o consumo privado têm vindo a diminuir, as decisões regulamentares também têm impactado as receitas dos interoperadores e, por último, a exacerbada concorrência pelos preços tem atingido obviamente todos os segmentos. A ironia de tudo isto é que a receita desce mas a penetração dos serviços tem vindo a aumentar significativamente, quer em termos de pay TV, quer em termos de 4P e 3P, e mesmo em termos da já madura rede móvel”

(Vida Económica, 30/04/2014)
- [Mário Vaz afirma que o segmento móvel] “continua a ser afetado pelas **ofertas convergentes e pela reestruturação do mercado móvel, em que os clientes deixam de ter tantos cartões, tornados desnecessários com a adesão aos planos all net/ilimitados**”

(Dinheiro Vivo, 10/03/2015)
- “a comparação do ARPU com o período homólogo foi impactada principalmente pelas taxas de terminação mais reduzidas (este efeito deixará de ser material a partir de agora), menores receitas da subscrição discricionária de serviços premium e uma menor contribuição do VoD, entre outros

(NOS, Divulgação de resultados do 2.º trimestre de 2017, pág. 5)
- “As subscrições de canais premium de desporto continuam a apresentar um desempenho negativo, com uma quebra de 7,2% face ao 2T18”

(NOS, Divulgação de resultados do 4.º trimestre de 2018, pág. 3)
- “O ARPU Residencial Fixo permaneceu estável face ao período homólogo e ao trimestre anterior, cifrando-se em 44,1 euros. No entanto, isto é reflexo da combinação de tendências subjacentes mais positivas nos serviços de base, que foram mitigadas por efeitos regulatórios e pelo **desempenho ainda negativo das receitas premium**. O ARPU de receitas base de cliente cresceu 1,3% face ao 3T18, reflexo da venda adicional de serviços por conta e de alterações de preços baseadas na inflação, que contribuíram para compensar o decréscimo anual das receitas de canais premium, bem como o impacto negativo nas receitas discricionárias de tráfego, resultantes da imposição regulatória de limites de preços nas chamadas internacionais na Europa a partir de maio de 2019”

(Cf. NOS, Divulgação de Resultados do 3.º trimestre de 2019, pág. 3)
- “In Portugal, service revenue grew by 5.9%\* (Q2: 5.3%\*), supported by mobile contract customer base growth and fixed customer and ARPU growth.”

(Cf. Vodafone, Press Release - Trading update for the quarter ended 31 December 2019, pág.7)

De referir que, num contexto de aumentos de preços, o efeito da elasticidade-preço da procura poderia igualmente justificar a evolução ocorrida. No entanto, neste caso, o efeito da elasticidade-rendimento parece ter sido preponderante.

Em conclusão, misturar a evolução dos preços com a evolução das receitas unitárias, sobretudo quando estas são afetadas por fatores exógenos (p.ex. macroeconómicos), é criar um equívoco e uma eventual contradição. Note-se que:

- Quando os prestadores procedem a “ajustamentos de preços” que têm um impacto real nos preços pagos pelos consumidores no momento do “ajustamento” ou no momento da renovação da fidelização, **estamos perante um aumento de preços**;
- Quando os utilizadores se adaptam a estas alterações dos preços dos serviços, às alterações no seu rendimento disponível ou às condições macroeconómicas, e tal resulta numa redução do valor faturado, **isso não é uma redução de preços**;
- Se essa adaptação dos comportamentos dos consumidores implica uma redução das receitas globais ou unitárias, **isso não implica que os preços estejam a descer**.



### 3. A evolução dos indicadores de receitas totais e de preços residenciais não é comparável

Em terceiro lugar, os indicadores de receitas totais e de preços residenciais que são utilizados para ilustrar o aparente paradoxo entre preços crescentes e receitas totais/receitas unitárias decrescentes não são comparáveis.

De facto, as receitas totais/receitas unitárias dos principais serviços de comunicações eletrónicas englobam todos os prestadores e todos os segmentos de cliente (residencial e não residencial), não permitindo distinguir eventuais diferentes tendências de evolução das receitas unitárias destes dois segmentos (residencial/não residencial).

Ora, é possível que, por exemplo, as receitas de determinados prestadores ou segmentos de cliente estejam em queda, provocando uma diminuição das receitas totais, enquanto as receitas de outros prestadores ou segmentos aumentam.

Desta forma, é aritmeticamente possível que as receitas globais/unitárias dos serviços de comunicações eletrónicas estejam em queda e, simultaneamente, que os preços dos consumidores residenciais estejam a aumentar.

### 4. Receitas do segmento não residencial caíram de forma significativa

E, de facto, de acordo com os Relatórios e Contas dos prestadores, as receitas do segmento não residencial caíram de forma significativa devido à conjuntura económica, às alterações tecnológicas e à concorrência:

- “As **receitas de dados e de serviços empresariais decresceram 15,3% no 4T10 face ao 4T09**, em resultado da diminuição das receitas de gestão de redes, outsourcing e TI (-27,8% face ao 4T09) e de VPN e circuitos alugados (-8,2% face ao 4T09), num contexto de condições económicas desafiantes que afetam os segmentos *PMEs / SOHO* e empresarial, nomeadamente devido à forte pressão sobre os preços”

(Cf. Resultados anuais 2010, Portugal Telecom, Press Release, 24 de fevereiro de 2011, pág. 21)

- “No 1S12, as receitas dos negócios de telecomunicações em Portugal diminuíram 5,8% face ao 1S11 (84 milhões de euros), devido: (1) ao **decréscimo nas receitas do segmento Empresas (46 milhões de euros, -9,3% face ao 1S11)**, impactadas por pressão ao nível do preço e do consumo quer a nível das *PMEs* como das grandes empresas, corte de custos significativo na administração pública e adiamento de decisões de investimento das grandes empresas...”

(Cf. Primeiro Semestre 2012, Portugal Telecom, Press Release, 2 de agosto de 2012, pág. 4)

- “No 3T13, a PT lançou o M30 Fibra, ADSL e Satellite, disponível para as pequenas e médias empresas, com TV por subscrição e voz fixa e móvel, para os clientes que não pretendem banda larga fixa. Para os clientes M40, a PT lançou uma nova opção ilimitada com condições especiais para o terceiro e quarto cartão SIM, em conjunto com as já existentes para o primeiro e segundo. No 3T13, a **pressão competitiva deteriorou-se, levando a uma diminuição ainda mais significativa dos preços, mais visível nos serviços de voz móvel.** Apesar deste contexto competitivo e das condições económicas adversas, a PT esta a ganhar momento operacional no segmento das pequenas e médias empresas com adições líquidas positivas em todos os serviços fixos. Em resultado, no 3T13, o peso dos clientes que detém pelo menos 1 serviço fixo e 1 móvel aumentou 4,9pp face ao 3T12, enquanto o peso dos clientes que subscrevem ofertas convergentes (4P e 5P) aumentou 6,9pp face ao 3T12. Esta melhoria do desempenho operacional reflete o sólido sucesso da oferta M40, permitindo a PT ser líder de mercado em todos os serviços: voz (fixa e móvel), banda larga (fixa e móvel) e televisão por subscrição, no segmento das pequenas e médias empresas”

(Cf. Primeiros nove meses de 2013, Portugal Telecom, Press Release, 13 de novembro de 2013, pág. 16)

- “No segmento empresarial, o **ARPU por RGU registou também um decréscimo de 4,9% no 1T14 para 25,2 euros, refletindo principalmente a alteração de preços na base de clientes de PME e SoHo devido à tendência para a subscrição de soluções convergentes, conforme mencionado anteriormente**”

(Cf. ZON Optimus, Divulgação de Resultados do 1.º trimestre de 2014, pág. 8)

- “O **ARPU por RGU no segmento Empresarial continuou a registar uma tendência anual negativa, devido à continuação do impacto da alteração de preços no segmento de SoHo e PME...**No segmento Empresarial, as grandes contas Corporate adquiridas ao longo dos últimos trimestres começaram a apresentar uma contribuição relevante para o crescimento anual das receitas de cliente (+11%), ajudando a compensar as tendências negativas das receitas do mercado de PME e SoHo (-10%), **ainda impactado pelo efeito de alteração de preços**”

(Cf. NOS, Divulgação de Resultados do 2.º trimestre de 2015, pág. 6 e 12)

- “No segmento empresarial, **a evolução do ARPU por RGU foi ainda negativa face ao período homólogo, embora o ritmo de decréscimo tenha melhorado significativamente devido ao nível progressivamente mais reduzido de alteração de preços que tem afetado em particular o segmento de Mass Business**”

(Cf. NOS, Divulgação de Resultados 1.º trimestre de 2016, pág. 5);

- “**desempenho negativo das receitas de PME, negativamente impactadas pela comparação desafiante com o nível de preços do ano passado e pela pressão adicional sobre o nível de preços na sequência do impacto regulatório do verão passado**”

(Cf. NOS, Divulgação de Resultados do 2.º trimestre de 2018)

## 5. Os indicadores de *Average Revenue per User* (ARPU) residencial publicados pelos prestadores não permitem concluir que o ARPU esteja em queda

Mas, mesmo que os argumentos acima apresentados não fossem válidos, e as receitas médias permitissem de facto medir as variações de preços destes serviços, a informação constante dos Relatórios e Contas dos prestadores não permite concluir que o ARPU

residencial tenha vindo a diminuir, ao contrário do que acontece com o ARPU do segmento empresarial (Tabela 5).

No caso dos serviços fixos da MEO e da NOS, o ARPU residencial cresceu todos os anos até 2017. No caso dos serviços móveis, registou-se uma tendência de descida até 2013-15 (consoante os prestadores), que terá sido influenciada pelos fatores conjunturais anteriormente mencionados e também pelo lançamento de pacotes convergentes.

**Tabela 6 – Average revenue per user (ARPU) – anual**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Segmento residencial – serviços fixos</b>										
PT Comunicações/Altice	29,2	30,8	31,6	31,7	32,2	32,9	33,8	33,8	32,4	
NOS				36,4	38,2	42,3	43,3	44,3	44,1	44,1
<b>Serviços móveis</b>										
PT Comunicações/Altice	11,0	9,7	8,7	7,6	7,1	6,9	6,9	9,8 <sup>(1)</sup>	9,8 <sup>(1)</sup>	
NOS				9,6	9,3	9,0	8,6	8,6 <sup>(3)</sup>	n.d.	
Vodafone	15,7	14,5	13,1	12,3	11,9 <sup>(2)</sup>	11,9	11,8	12,1	11,8 <sup>(4)</sup>	11,9 <sup>(5)</sup>
<b>Segmento empresarial</b>										
PT Comunicações/Altice	28,7	25,8	23,8	21,8	20,2					
NOS					18,9	16,8	16,3	15,5	14,8	

Unidade: euros (sem IVA)

Fonte: Relatórios e Contas da Portugal Telecom (até 2013) e da Altice Portugal (a partir de 2014), Relatórios e Contas da NOS Comunicações, Relatórios e Contas da Vodafone (ano fiscal).

Notas:

- (1) PT Comunicações/Altice – Até 2013 inclusive os dados referem-se à Portugal Telecom. A partir de 2014 referem-se à Altice Portugal.
- (2) Primeiro semestre fiscal (dezembro 2014).
- (3) Dados referentes ao segmento pós-pago.
- (4) Ano fiscal 2018/2019.
- (5) Ano fiscal 2019/2020.

4

***E as alterações de “qualidade” e de “quantidade” das ofertas não deviam ser levadas em conta na contabilização da variação dos preços?***

As alterações de “qualidade” das ofertas devem ser levadas em conta na contabilização da variação dos preços desde que resultem da livre escolha do consumidor e impliquem um efetivo aumento de utilidade.

Por outro lado, é necessário levar em conta que, em outros países da U.E., está a ocorrer uma evolução semelhante em termos de “qualidade” e “quantidade” consumidas e que, em média, nesses países, os preços diminuíram nos últimos anos.

**1. As alterações de “qualidade” das ofertas devem ser levadas em conta na contabilização da variação dos preços desde que resultem da livre escolha do consumidor e impliquem um efetivo aumento de utilidade**

As alterações de “qualidade” das ofertas devem ser levadas em conta na contabilização da variação dos preços, existindo vários métodos previstos para o efeito.

No entanto, estas alterações de “qualidade” devem resultar da livre escolha do consumidor e implicar um efetivo aumento de utilidade.

Se os aumentos de preços dos bens e serviços fossem acompanhados por aumento dos atributos das ofertas muito superiores aos procurados pelos consumidores, poderíamos ser levados a concluir que não teria de facto existido um aumento de preço em termos reais. No entanto, se os consumidores não tivessem a oportunidade de consumir o mesmo bem ou serviço que consumiam ao preço inicial, teria de facto ocorrido um aumento de preços.

Existem casos reais de consumidores em Portugal que, no final do período de fidelização, são confrontados com um aumento da mensalidade em caso de não refidelização ou, em alternativa, a uma refidelização por uma mensalidade superior à mensalidade original, mas inferior ao preço de “não fidelização”. Nestas últimas circunstâncias por vezes é proposto

um *upgrade* do pacote ou a inclusão no pacote de serviços adicionais que poderão não ser utilizados pelo consumidor. Ou seja, o preço por RGU diminui, mas, na realidade, ocorre um aumento de preço.

Da mesma forma, se os atributos das ofertas aumentarem em paralelo com um aumento de preços sem que se tenha verificado um real aumento da utilidade dos consumidores, deve-se concluir que os preços aumentaram. Por exemplo, a inclusão de serviços que não são utilizados por uma percentagem significativa de consumidores (i.e. telefonia fixa), o aumento dos *plafonds* de consumo para níveis muito superiores à utilização média ou habitual (i.e. tráfego, número de canais), ou a publicitação de atributos teóricos ou que ocorrem apenas em situações particulares (i.e. “velocidade”, “cobertura”), nem sempre resultarão num aumento de utilidade. Desta forma, estas situações devem ser consideradas como aumentos de preços.

## **2. Em média, na U.E., a “qualidade” aumenta e os preços baixam**

Por último, é necessário levar em conta que, em outros países da U.E., está a ocorrer uma evolução semelhante em termos de “qualidade” e “quantidade”<sup>4</sup> e que, em média, nesses países, os preços diminuíram nos últimos anos.

A este propósito será de referir um estudo efetuado pela OCDE que analisou os preços da banda larga fixa nos países da OCDE recorrendo a uma abordagem de preços hedónicos<sup>5</sup>. De acordo com este estudo, que leva em conta as características “qualitativas” das ofertas de banda larga (incluindo componentes do serviço de televisão), em 2017 os preços praticados em Portugal (em paridades de poder de compra) encontravam-se acima da média da OCDE.

Ou seja, os estudos que captam as diferenças qualitativas entre as várias ofertas existentes em cada país não colocam em causa os resultados dos estudos de comparações internacionais anteriormente citados.

---

<sup>4</sup> De referir que a média de tráfego de Internet móvel em Portugal é inferior à média da OCDE.

<sup>5</sup> “Hedonic Price Measures for Fixed Broadband Services”, OECD, 2018.

---

**5**

***Qual a explicação para a diminuição de algumas mensalidades?***

---

Existem consumidores que se encontram a pagar menos do que em anos anteriores.

Tal poderá ocorrer nas circunstâncias anteriormente mencionadas, nomeadamente a redução do nível de consumo (i.e. canais *premium*, carregamentos, serviços, ...), mudança de prestador, *downgrade* para uma oferta mais barata, *upgrade* para uma oferta convergente mais barata, etc...

A probabilidade de a mensalidade ter diminuído aumenta com o nível de poder negocial do consumidor. Destaca-se, em particular, as situações em que vários prestadores oferecem serviços na mesma área geográfica, especialmente no caso em que um desses prestadores é a Vodafone devido à oferta 3P anteriormente mencionada. No entanto, esta oferta que permitiu à Vodafone ganhar uma significativa quota de mercado nos serviços fixos, tem vindo a sofrer aumentos de preços, como se mostrou anteriormente. Atualmente, as ofertas 3P dos três principais prestadores apresentam mensalidades quase idênticas: 29,90 euros no caso da Vodafone e 29,99 euros nos casos da MEO e NOS, sem box incluída.

## 6

***Os dados do EUROSTAT permitem concluir que os preços das telecomunicações aumentaram mais em Portugal do que na média da U.E.?***

A variação de preços das telecomunicações resultante do Índice de Harmonizado de Preços no Consumidor (IHPC) e divulgada pelo EUROSTAT resulta da informação recolhida pelo INE nos sites dos principais prestadores. As ofertas selecionadas, os perfis médios e os ponderadores utilizados refletem informação representativa e atualizada sobre o consumo de serviços de comunicações eletrónicas em Portugal. Esta informação é recolhida junto dos prestadores pela ANACOM e remetida regularmente ao INE para o fim citado. De acordo com o IHPC, em termos acumulados desde o final de 2010, os índices de preços das telecomunicações em Portugal e na U.E. afastaram-se (sobretudo a partir do início de 2012) devido aos “ajustamentos de preços” promovidos pelos prestadores em Portugal.

**1. O IHPC é calculado com informação representativa e atualizada fornecida pelo INE**

O Índice de Harmonizado de Preços no Consumidor (IHPC) é um índice de preços produzido pelo EUROSTAT com base na informação recolhida pelos institutos de estatística dos Estados-Membro da U.E.

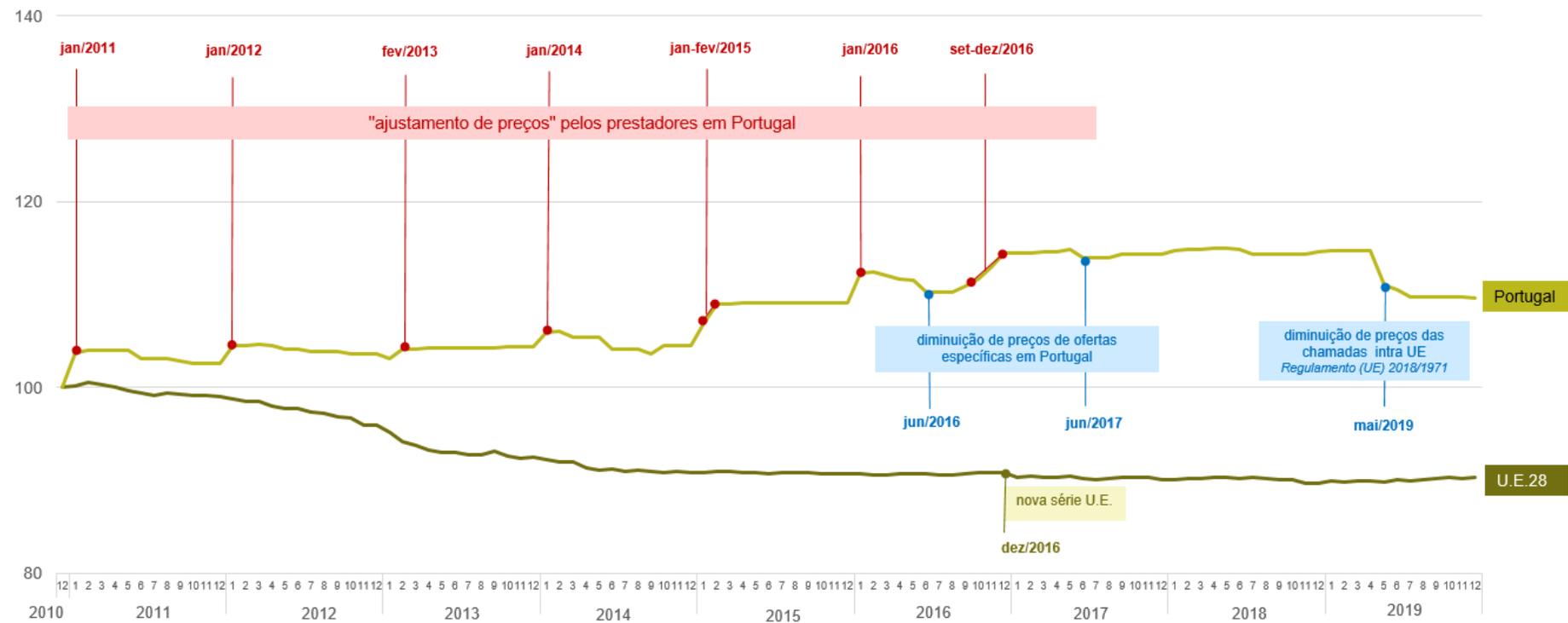
No caso de Portugal, o INE disponibiliza ao EUROSTAT a informação em causa.

Em particular, no caso dos preços das telecomunicações, a informação fornecida é recolhida nos *sites* dos prestadores nacionais. De referir que as ofertas selecionadas, os perfis médios e os ponderadores utilizados refletem informação representativa e atualizada sobre o consumo de serviços de comunicações eletrónicas em Portugal. Esta informação é recolhida junto dos prestadores pela ANACOM e remetida regularmente ao INE para o fim citado.

**2. Em termos acumulados, desde 2010, os preços das telecomunicações em Portugal cresceram mais do que na média da U.E.**

Em termos acumulados desde o final de 2010, os índices de preços das telecomunicações em Portugal e na U.E. afastaram-se (sobretudo a partir do início de 2012) devido aos “ajustamentos de preços” promovidos pelos prestadores. Desde 2017 que a diferença se manteve entre os 24 p.p. e os 25 p.p., tendo diminuído para entre 19 p.p. e 21 p.p. a partir de maio de 2019 em parte devido à entrada em vigor do Regulamento (U.E.) 2018/1971 do Parlamento Europeu e do Conselho que impôs um preço máximo às chamadas e SMS internacionais intra-U.E. (Figura 2).

Figura 2 – Evolução dos preços das telecomunicações em Portugal e na U.E. (2010M12 = Base 100)



Unidade: índice (2010M12 = Base 100)

Fonte: ANACOM, com base nos dados do EUROSTAT

Nota: Os preços das telecomunicações da U.E. a partir de dezembro de 2016 diferem do publicado anteriormente devido a alterações efetuadas pelo EUROSTAT. A informação até novembro de 2016 foi recolhida no dia 16 de março de 2018. A informação a partir de dezembro de 2016 foi recolhida no dia 17 de janeiro de 2020.

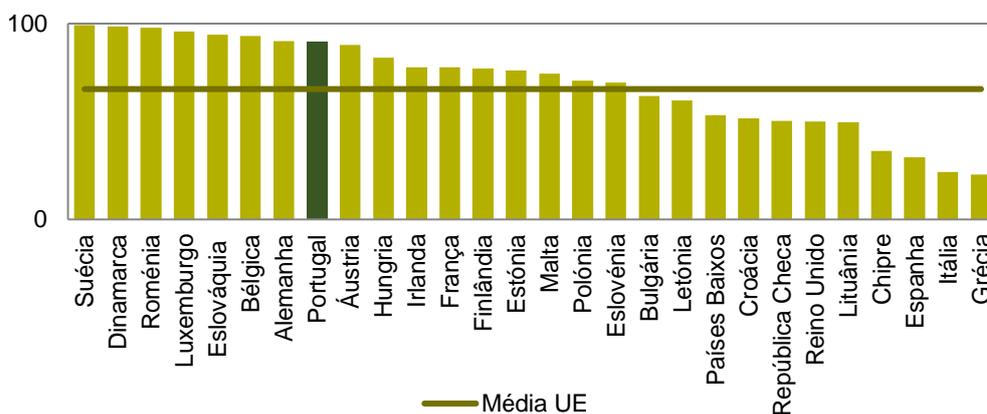
### 3. A relativamente elevada penetração de pacotes de serviços e de TV por subscrição em Portugal não coloca em causa os resultados obtidos

O facto de a penetração dos pacotes de serviços e da TV por subscrição ser relativamente elevada em Portugal não coloca em causa os resultados acima apresentados.

O que o IPC e o IHPC procuram medir é a variação dos preços de telecomunicações, independentemente da forma de comercialização dos serviços em causa (serviços individualizados e/ou em pacote). O índice reflete a forma como os serviços são comercializados em cada país.

Quanto à crescente penetração da TV por subscrição, a penetração deste serviço em Portugal, apesar de se encontrar acima da média, não é a mais elevada, encontrando-se abaixo da Suécia, Dinamarca, Roménia, Luxemburgo, Eslováquia, Bélgica e Alemanha (Error! Reference source not found.)<sup>6</sup>.

Figura 3 – Comparação da penetração do serviço de distribuição de sinais de TVS – 2017



Unidade: assinantes por 100 famílias clássicas

Fonte: CE, *Digital Economy and society Index 2019*

<sup>6</sup> Sector das Comunicações 2018

([https://www.anacom.pt/streaming/SectorComunicacoes2018.pdf?contentId=1485099&field=ATTACHED\\_FILE](https://www.anacom.pt/streaming/SectorComunicacoes2018.pdf?contentId=1485099&field=ATTACHED_FILE)).

Entre os países mencionados, existem países onde os preços cresceram mais devagar do que em Portugal, não se justificando assim a crítica apresentada.

Por outro lado, como refere a Aritel, “o *esforço e o foco competitivo são colocados sobre ofertas multiserviço*”, pelo que dificilmente os consumidores são levados a escolher um pacote que não tenha TV por subscrição incluída, mesmo que pretendam apenas consumir os restantes serviços. Desta forma, devem ser levados em conta os preços das ofertas tal como são comercializadas em Portugal.

#### **4. O facto de o IHPC ser utilizado para outros fins não o desqualifica enquanto índice de preços de telecomunicações**

O IHPC é utilizado por outras entidades, nomeadamente o Banco Central Europeu, para determinados fins (i.e. aferir a evolução da inflação na zona Euro). Isto não coloca em causa que, no que respeita aos preços das telecomunicações, o sub-índice respetivo não seja um verdadeiro índice de preços.

Quer no que respeita aos tarifários recolhidos pelo INE, quer no que respeita aos ponderadores utilizados (informação recolhida pela ANACOM junto dos prestadores e disponibilizada ao INE regularmente), quer no que respeita à própria mecânica do índice, estamos em presença de um verdadeiro índice de preços de telecomunicações.

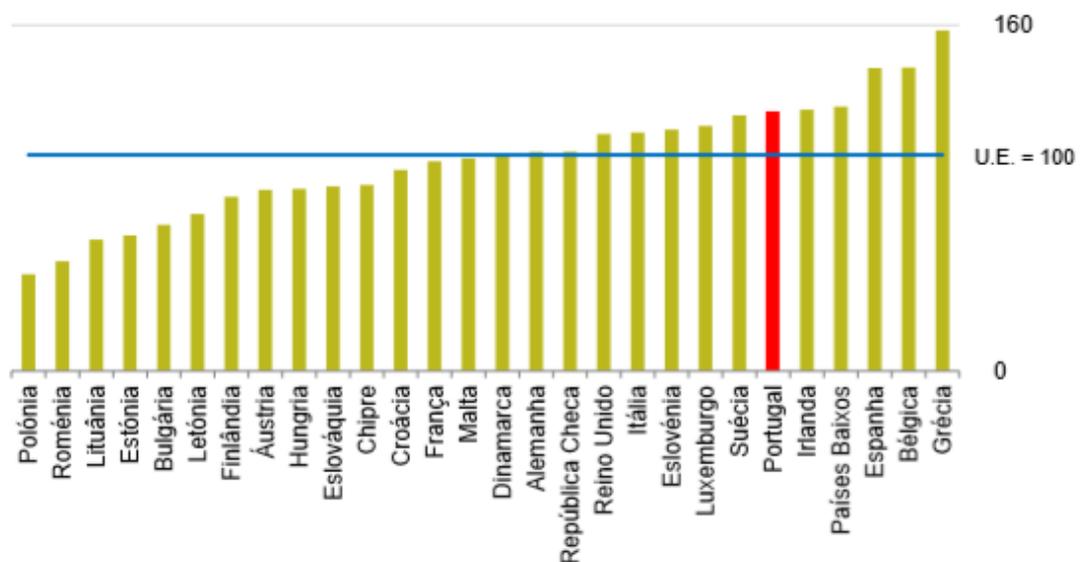
#### **5. O IHCP permite comparar a evolução de preços em cada país, mas não o seu nível absoluto**

A ANACOM não utiliza este índice para comparar os níveis absolutos de preços entre os vários países, mas antes a sua evolução (que é o fim para o qual este índice foi desenvolvido). A ANACOM recorre a comparações internacionais de preços para avaliar o nível absoluto de preços nos vários países.

De referir que o EUROSTAT também não utiliza o IHPC para este fim. O EUROSTAT recorre a outros métodos. Por exemplo, a ANACOM teve já a oportunidade de divulgar em agosto de 2019 a seguinte informação publicada pelo EUROSTAT sobre os níveis absolutos de preços de comunicações:

*“de acordo com o EUROSTAT, em 2018 os preços das comunicações em Portugal encontravam-se 19,7% acima da média da U.E. Portugal encontrava-se na 6ª posição entre os países com os preços das comunicações mais elevados. O país onde os preços apresentaram o valor mais elevado era a Grécia (57,6% acima da média da U.E.), enquanto que a Polónia apresentava os preços mais baixos (55,2% abaixo da média da U.E.).*

**Figura 4 - Níveis de preços no consumo das comunicações na U.E. em 2018**



Unidade: índice (U.E. = 100)

Fonte: EUROSTAT, “Consumer price levels in the EU”, 2018, disponível em <https://ec.europa.eu/eurostat/news/themes-in-thspotlight/price-levels-2018>

**7**

**Os preços das telecomunicações em Portugal são mais caros do que na U.E.?**

Várias organizações internacionais têm efetuado ao longo dos anos comparações internacionais de preços de telecomunicações para o segmento residencial. Apresenta-se na Tabela 1 uma síntese dos resultados das comparações efetuadas. Em geral, os preços dos serviços móveis, dos serviços individualizados de Internet e de pacotes de serviços encontram-se acima da média.

De referir que, nas comparações de preços de pacotes mais recentes promovidas pela Comissão Europeia, a posição relativa de Portugal melhorou face a anos anteriores. Este resultado ficou a dever-se às ofertas “à medida” que os prestadores de maior dimensão disponibilizaram entre meados de 2018 e final do 3.º trimestre de 2019. Algumas destas ofertas foram, entretanto, descontinuadas.

**Tabela 7 – Resumo dos resultados de comparações internacionais de preços – 2017-2019**

	DESI Broadband Price Index 2020 (2019)	CE - BIAC (2018) <small>(exceto 1Gbps)</small>	CE - <i>Mobile broadband prices</i> (2019)	ITU <i>price trends</i> (2019)	OECD <i>broadband baskets</i> (2017) <small>(exceto low user)</small>
2P	↑	↑	-	-	-
3P	↑	↑	-	-	-
STM	↑	-	↑	↓ utilização inferior à média	↑
BLF	↑	↑ <small>(exceto 1Gbps)</small>	-	↑	↑
BLM	↑		↑	↑	

Fonte: ANACOM

Notas: Seta vermelha indica preços acima da média e seta verde indica preços abaixo da média; BLF- Banda larga fixa;

BLM – Banda larga móvel; STM – Serviço telefónico móvel; TVS – Serviço de distribuição do sinal de TV por subscrição

**1. Estudos de comparações internacionais de preços de telecomunicações elaborados por entidades internacionais**

A Comissão Europeia, a OCDE e a UIT têm publicado regularmente comparações internacionais de preços de telecomunicações para o segmento residencial.

Todos estes estudos são acompanhados pela ANACOM, que participa na definição da metodologia, dos perfis de utilização, dos ponderadores utilizados e na validação dos tarifários considerados. Em geral, os preços dos pacotes de serviços, da banda larga fixa e da banda larga móvel encontram-se acima da média.

Apresenta-se de seguida um resumo dos resultados mais recentes destas comparações de preços.

### **DESI *Broadband Price Index 2020***

De acordo com os resultados provisórios do *DESI Broadband price index 2020*, calculado pela Comissão Europeia, em 2019 os preços dos pacotes em geral, dos serviços fixos, dos serviços móveis e dos pacotes convergentes encontravam-se significativamente acima da média da U.E.

### ***Broadband Internet Access Cost (BIAC)*<sup>7</sup>**

O *Broadband Internet Access Cost (BIAC)* é um do estudo de comparações internacionais de preços de serviços de comunicações eletrónicas promovido pela Comissão Europeia.

A versão mais recente deste estudo tem como data de referência outubro de 2018, embora o relatório apenas tenha sido publicado a 12 de novembro de 2019.

O estudo compara os preços de ofertas em pacote que integram o serviço de acesso à Internet em banda larga fixa (BLF) e os preços das ofertas isoladas deste serviço nos

---

<sup>7</sup> *European Commission, Broadband Internet Access Cost (BIAC)* – Estudo realizado com ofertas disponíveis em outubro de 2018. Os preços são calculados em euros e euros/PPC e incluem outros custos para além da mensalidade, como por exemplo custos de instalação, do *modem* ou router e custos de ativação. No valor das mensalidades são incluídos os custos da linha de assinante ou subscrição do serviço de televisão por cabo, caso estes sejam requeridos para a oferta. São levados em conta os descontos e promoções caso estes estejam acessíveis a todos os consumidores que adquirirem a mesma oferta no mesmo período, independentemente da duração do contrato. Os custos não recorrentes, assim como os descontos, são incluídos na mensalidade dividindo por 36, assumindo-se ser esta a duração do contrato. São também considerados determinados perfis de utilização para os serviços de voz fixa e móvel e Internet fixa e móvel (designados “normalização”).

Disponível em <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/fixed-broadband-prices-europe-2018>.

países da UE28. O estudo não contempla ofertas 4P/5P (a próxima versão deste estudo, que se encontra na fase da recolha de informação, já incluirá estas ofertas).

De acordo com o estudo *Broadband Internet Access Cost* (BIAC), em outubro de 2018:

- Os preços do **pacote Internet + telefone fixo + televisão**, que no final de 2018 tinha uma penetração em Portugal de 39,1%, eram superiores à média da UE28 entre 2% e 12,7%. A exceção eram as ofertas de 1Gbps que apresentavam preços inferiores à média da UE28 (-22,3%) – Vd. Tabela 8.

**Tabela 8 - Comparação dos preços mensais das ofertas em pacote *triple play* (com Internet, telefone fixo e televisão)**

Intervalos de velocidade de <i>download</i>	Valor Portugal	Média UE	Desvio face UE	N.º países	Rank (PPC)
Intervalos de <144 Kbps a 12 Mbps	NA	NA	NA	NA	NA
12Mbps-30Mbps	44,0	40,1	9,8%	27	20.º
30Mbps-100Mbps	46,6	41,4	12,7%	27	19.º
100Mbps-200Mbps	54,3	53,2	2,0%	27	15.º
200Mbps+	54,3	52,4	3,6%	25	13.º
1Gbps	60,7	78,1	-22,3%	18	9.º

Unidades: euros com IVA e PPC; %.

Fonte: ANACOM, Comissão Europeia, *Broadband Internet Access Cost* (BIAC), Outubro 2018

Nota: Inclui custos de normalização para o serviço de telefone fixo.

- No caso do pacote **Internet + telefone fixo** os preços praticados em Portugal eram superiores à média da UE28 entre 1,3% e 19,3%. A exceção eram as ofertas com velocidades de 1 Gbps, cujos preços em Portugal eram 20% mais baixos que a média da UE28 (Tabela 9).

**Tabela 9 - Comparação dos preços mensais das ofertas em pacote *double play* (Internet e telefone fixo)**

Intervalos de velocidade de download	Valor Portugal	Média UE	Desvio face UE	N.º países	Rank (PPC)
Intervalos de <144 Kbps a 8 Mbps	NA	NA	NA	NA	NA
8Mbps-12Mbps	34,5	28,9	19,3%	11	9.º
12Mbps-30Mbps	34,5	30,3	13,8%	27	18.º
30Mbps-100Mbps	37,0	31,9	16,0%	27	19.º
100Mbps-200Mbps	44,7	44,1	1,3%	27	17.º
200Mbps+	44,7	43,5	2,7%	25	14.º
1Gbps	51,1	63,9	-20,0%	18	9.º

Unidades: euros com IVA e PPC; %.

Fonte: ANACOM, Comissão Europeia, Broadband Internet Access Cost (BIAC), Outubro 2018

Nota: Inclui custos de normalização para o serviço de telefone fixo.

- Quanto às ofertas em **pacote *double play* com Internet e televisão**, o preço das ofertas mais baratas em Portugal eram entre 10,8% e 27,3% inferiores à média da UE28 nos intervalos 8Mbps-12Mbps (oferta da NOS com 12Mbps e 6 canais de TV) e 1 Gbps (Vodafone TV Net Voz 1Gbps), respetivamente, e superiores à média entre 2,5% e 22,8% nos restantes intervalos de velocidade (Tabela 10).

**Tabela 10 - Comparação dos preços mensais das ofertas em pacote *double play* (Internet e televisão)**

Intervalos de velocidade de download	Valor Portugal	Média UE	Desvio face UE	N.º países	Rank (PPC)
Intervalos de <144 Kbps a 8 Mbps	NA	NA	NA	NA	NA
8Mbps-12Mbps	24,9	27,9	-10,8%	9	2.º
12Mbps-30Mbps	37,7	30,7	22,8%	28	22.º
30Mbps-100Mbps	38,2	32,2	18,8%	28	19.º
100Mbps-200Mbps	44,7	43,7	2,5%	28	17.º
200Mbps+	45,3	44,3	3,5%	26	15.º
1Gbps	52,3	72,0	-27,3%	18	9.º

Unidades: euros com IVA e PPC; %.

Fonte: ANACOM, Comissão Europeia, Broadband Internet Access Cost (BIAC), Outubro 2018

- Os preços das **ofertas single play** de banda larga fixa em Portugal eram entre 9,3% e 28,7%, superiores à média da UE28, com exceção das velocidades acima de 1 Gbps, onde os preços em Portugal se encontravam 16,9% abaixo da média (Tabela 11).

**Tabela 11 – Comparação dos preços mensais das ofertas de banda larga fixa *single play***

Intervalos de velocidade de <i>download</i>	Valor Portugal	Média UE	Desvio face UE	N.º países	Rank (PPC)
Intervalos de <144 Kbps a 8 Mbps	NA	NA	NA	NA	NA
8Mbps-12Mbps	24,9	19,4	28,7%	12	9.º
12Mbps-30Mbps	28,0	22,1	26,5%	28	22.º
30Mbps-100Mbps	29,4	23,5	25,3%	28	22.º
100Mbps-200Mbps	38,2	35,0	9,3%	28	21.º
200Mbps+	38,2	34,4	11,1%	26	17.º
1Gbps	44,6	53,7	-16,9%	21	12.º

Unidades: euros com IVA e PPC; %.

Fonte: ANACOM, Comissão Europeia, Broadband Internet Access Cost (BIAC), Outubro 2018

De referir que, nas comparações de preços de pacotes mais recentes promovidas pela Comissão Europeia, a posição relativa de Portugal melhorou face a anos anteriores. Este resultado ficou a dever-se às ofertas “à medida” que os prestadores de maior dimensão disponibilizaram entre meados de 2018 e final do 3.º trimestre de 2019. Algumas destas ofertas foram, entretanto, descontinuadas.

### Mobile Broadband Prices<sup>8</sup>

Este estudo é promovido pela Comissão Europeia e utiliza a metodologia de comparação de preços de banda larga móvel da OCDE<sup>9</sup>. A data de referência da informação é fevereiro de 2019. Os resultados desta comparação são os seguintes:

- No que diz respeito aos pacotes de voz móvel e Internet no telemóvel, Portugal apresentava preços entre 19% e 98% superiores à média da UE28 (Tabela 12). Mais de três quartos dos países europeus apresentam preços inferiores aos praticados em Portugal.

**Tabela 12 – Comparação dos preços mensais das ofertas em pacote de voz e Internet no telemóvel – resultados obtidos para Portugal**

	Valor Portugal	Média UE28	Desvio face UE28	Rank (PPC)
100 MB + 30 chamadas	14,3	8,2	+62%	26. <sup>o</sup>
500 MB + 30 chamadas	16,7	10,8	+55%	27. <sup>o</sup>
500 MB + 100 chamadas	16,7	14,0	+19%	20. <sup>o</sup>
1 GB + 300 chamadas	24,3	17,4	+40%	22. <sup>o</sup>
<b>2 GB + 100 chamadas</b>	<b>20,5</b>	<b>16,6</b>	<b>+24%</b>	<b>22.<sup>o</sup></b>
2 GB + 900 chamadas	30,7	22,7	+35%	21. <sup>o</sup>
5 GB + 300 chamadas	32,0	23,3	+37%	22. <sup>o</sup>
5 GB + chamadas ilimitadas	60,2	30,4	+98%	27. <sup>o</sup>
10 GB + 900 chamadas	44,2	31,7	+40%	23. <sup>o</sup>
20 GB + chamadas ilimitadas	75,6	44,5	+70%	24. <sup>o</sup>

Unidades: euros com IVA e PPC, %

Fonte: CE, *Mobile Broadband Prices*, 2019

<sup>8</sup> [European Commission, Mobile Broadband Prices, 2019](#) – estudo realizado com ofertas disponíveis em fevereiro de 2019. Os preços são calculados em euros e euros/PPP e a metodologia usada baseia-se na abordagem de cabazes, tendo sido utilizados os perfis de utilização definidos pela OCDE. Note-se que, de acordo com a metodologia deste estudo, a oferta de preço mínimo respeita à oferta que oferece o volume de dados definido. Caso existam ofertas com um *plafond* de tráfego superior e com um preço inferior, estas não são consideradas.

<sup>9</sup> OECD (2012), "Methodology for Constructing Wireless Broadband Price Baskets", OECD Digital Economy Papers, No. 205, OECD Publishing (<http://dx.doi.org/10.1787/5k92wd5kw0nw-en>). Esta abordagem calcula o preço total de um conjunto de ofertas (incluindo mensalidade, custos não recorrentes e custos de utilização) de forma a identificar a oferta mais barata para os três tipos de equipamentos de banda larga móvel (i.e., PC (laptop), Tablet e telemóvel) e para cinco níveis diferentes de utilização (com base no volume de dados consumido). No total são analisados 15 diferentes combinações ou cabazes.

Considerando o perfil de consumo em Portugal, em média 75 chamadas e 2,5GB de Internet no telemóvel, o preço da oferta mais barata em Portugal eram a 7.<sup>a</sup> mais elevada da UE28 (+24% que a média da UE28).

- No caso das ofertas *single play* de banda larga móvel para PC/Tablet, os preços praticados em Portugal são entre 25% e 110% superiores à média da UE28, para todos os perfis de utilização, com exceção das ofertas de maior volume de tráfego (50 GB) onde a diferença é de -36%. Os preços praticados em Portugal encontram-se sempre na segunda metade do *ranking* dos preços mais baratos na UE28, ocupando mesmo os últimos lugares (27.<sup>o</sup> e 28.<sup>o</sup>), no caso dos perfis de utilização mais baixos – Vd. Tabela 13.

**Tabela 13 – Comparação dos preços mensais das ofertas de BLM através de PC (*laptop*)/Tablet – resultados obtidos para Portugal**

	Valor Portugal	Média UE28	Desvio face UE28	Rank (PPC)
500 MB	14,9	7,1	+110%	27. <sup>o</sup>
1 GB	16,7	8,1	+107%	28. <sup>o</sup>
2 GB	17,9	10,0	+80%	27. <sup>o</sup>
5 GB	17,9	13,8	+30%	22. <sup>o</sup>
<b>10 GB</b>	<b>25,1</b>	<b>17,5</b>	<b>+43%</b>	<b>21.<sup>o</sup></b>
20 GB	29,8	23,8	+25%	21. <sup>o</sup>
50 GB	29,8	46,3	-36%	15. <sup>o</sup>

Unidades: euros com IVA e PPC, %

Fonte: CE, *Mobile Broadband Prices*, 2019

A Figura 5 resume os resultados deste estudo.

Figura 5 - *Mobile Broadband Prices, 2019*



### **OECD price baskets**

O *OECD Digital Economy Outlook 2017*, publicação bienal da OCDE, inclui comparações internacionais de preços de serviços de comunicações eletrónicas calculadas de acordo com a metodologia desenvolvida pela OCDE<sup>10</sup> e os tarifários recolhidos pela Teligen. A data de referência da comparação é maio/junho de 2017.

De acordo com a OCDE, no caso da banda larga fixa, Portugal apresentava preços superiores à média, encontrando-se na segunda metade do *ranking* dos países da UE22 (i.e. os 22 países da U.E. que integram a OCDE).

<sup>10</sup> Foram considerados os perfis de utilização/cabazes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE). Os valores são apresentados em euros e correspondem a faturas mensais, líquidas de IVA e de custos não recorrentes. Os valores apresentados para o segmento residencial excluem descontos e promoções, enquanto no caso do segmento empresarial estes foram incluídos. A média é calculada com base nos resultados dos 22 países da UE considerados pela OCDE.

**Tabela 14 – Comparações internacionais de preços de banda larga fixa**

	Portugal EUR PPC	UE22 EUR PPC	Desvio face UE22 EUR PPC	Ranking
Elevado 1: 20 GB/ > 0,250 Mbps	28,14	24,65	+14,2%	19. <sup>o</sup>
Elevado 4: 200 GB/ > 25 Mbps	29,40	28,12	+4,5%	14. <sup>o</sup>

Unidade: Euros PPC, %.

Fonte: Teligen, OCDE Digital Economic Outlook 2017 (Junho de 2016, Junho 2017), ANACOM

No que diz respeito aos pacotes de voz móvel e *Internet* no telemóvel, o cabaz de menor consumo encontrava-se 1,9% abaixo da média da UE22, e ocupava a 13.<sup>a</sup> posição do *ranking*. Os cabazes de maior consumo apresentavam preços 31,3% e 50,3% acima da média.

**Tabela 15 – Comparações internacionais de preços do Serviço Telefónico Móvel + Banda Larga Móvel (smartphone) – desvio em relação à média e ranking**

	Portugal EUR PPC	UE22 EUR PPC	Desvio face UE22 EUR PPC	Ranking
Cabaz 100 chamadas + 500 MB	17,62	17,96	-1,9%	13. <sup>o</sup>
Cabaz 300 chamadas + 1 GB	32,44	24,71	31,3%	17. <sup>o</sup>
Cabaz 900 chamadas + 2 GB	46,91	31,21	50,3%	18. <sup>o</sup>

Unidade: Euros PPC, %.

Fonte: Teligen, OCDE Digital Economic Outlook 2017 (Maio 2016/Maio 2017), ANACOM

Comparativamente aos restantes países da UE22, Portugal encontrava-se na segunda metade do *ranking*, entre a 13.<sup>a</sup> e 19.<sup>a</sup> posição.

### ICT Price Trends

O estudo “Measuring Digital Development - ICT Price Trends 2019”<sup>11</sup> da UIT, apresenta os seguintes resultados para Portugal face aos países da UE28 (Tabela 16 – ICT Price Trends 2019 – percentagem do RNB p.c. (média mensal) ):

- os preços da banda larga móvel em Portugal encontram-se no 25<sup>o</sup> lugar do *ranking*;
- no caso da banda larga fixa, os preços em Portugal ocupavam a 21.<sup>a</sup> posição;
- no caso dos serviços de voz móvel e Internet no telemóvel, Portugal encontrava-se entre a 11<sup>a</sup> e a 18<sup>a</sup> posição, consoante os serviços e perfis de utilização considerados. Nestes casos, os valores eram inferiores à média.

Tabela 16 – ICT Price Trends 2019 – percentagem do RNB p.c. (média mensal)

	Voz e dados móveis (Baixo consumo)	Voz e dados móveis (Elevado consumo)	Voz móvel	Dados móveis (BLM)	Banda Larga Fixa
% em Portugal	0,6	1,0	0,6	1,0	1,4
% na UE28	0,8	1,2	0,7	0,7	1,2
Desvio de Portugal face a média UE28	-0,21 p.p.	-0,15 p.p.	-0,13 p.p.	0,33 p.p.	0,21 p.p.
<i>Ranking Portugal na UE28</i>	11. <sup>o</sup>	18. <sup>o</sup>	12. <sup>o</sup>	25. <sup>o</sup>	21. <sup>o</sup>

Unidade: % da média mensal do RNB p.c, p.p.

Fonte: UIT, ICT Price Trends 2019

<sup>11</sup> A UIT recolhe anualmente dados de preços do STM, BLF e BLM. Os preços recolhidos para cada país, referem-se aos praticados pelo operador com maior quota de mercado, em termos de número de subscritores, em cada um dos serviços. Todos os preços são convertidos em dólares, usando as taxas de câmbio do Fundo Monetário Internacional e em USD PPC, usando como referência os dados do Banco Mundial. O resultado é apresentado como percentagem da média mensal do rendimento nacional bruto *per capita* (RNB p.c.).

Metodologia e resultados disponíveis em

[https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/prices2019/ITU\\_ICTpriceTrends\\_2019.pdf](https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/prices2019/ITU_ICTpriceTrends_2019.pdf)

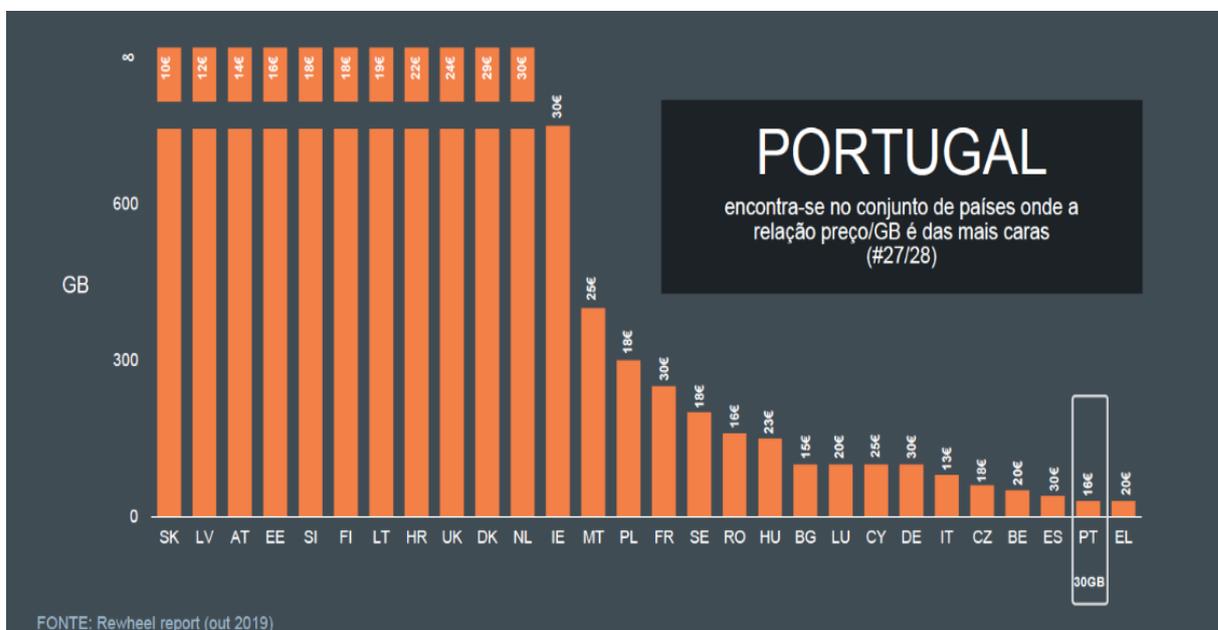
Na análise dos resultados deste estudo da UIT deve levar-se em conta que os perfis de utilização utilizados são significativamente inferiores à média nacional nos casos da voz e dados móveis.

## 2. Comparações internacionais de preços de telecomunicações efetuadas por outras entidades

Para além das organizações internacionais anteriormente citadas, outras entidades têm divulgado comparações de preços de telecomunicações recorrendo a metodologias alternativas. Também nestes casos os preços das telecomunicações em Portugal surgem entre os mais elevados.

Apresenta-se na Figura 6 um exemplo dos resultados destas comparações.

Figura 6 – GB que podem ser adquiridos por 30 euros (ou menos)



8

***Mas esses estudos são representativos dos preços das telecomunicações em Portugal? Porque razão os valores apresentados são diferentes dos valores que eu pago?***

As metodologias utilizadas pelas principais organizações que promovem comparações internacionais de preços de telecomunicações têm como objetivo ser representativas do consumo residencial destes serviços. Estes estudos são acompanhados pela ANACOM, que participa na definição da metodologia, dos perfis de utilização, dos ponderadores utilizados e na validação dos tarifários considerados.

Em 2016, a ANACOM realizou pela segunda vez um estudo de comparações internacionais de preços de telecomunicações que refletiu de forma tão próxima quanto possível a realidade nacional e que permitiu simular os efeitos das principais opções metodológicas, tendo concluído que estas não afetavam de forma materialmente relevante as principais conclusões obtidas.

Por outro lado, caso um determinado consumidor tenha um perfil de utilização diferente do perfil de utilização considerado, seja subscritor de uma oferta/prestador que não foi selecionada/o ou que se afasta da média nacional, ou caso a metodologia utilizada amortize os preços não recorrentes ou expresse os resultados em moeda estrangeira e/ou em PPC, é possível que os resultados se afastem da fatura efetivamente paga por um determinado consumidor. Não quer isto dizer, no entanto, que os resultados desta comparação não sejam representativos.

**1. As metodologias de comparações internacionais de preços utilizadas pelas organizações internacionais produzem resultados representativos**

Ao longo dos anos as organizações internacionais que elaboram estudos de comparações internacionais de preços de telecomunicações recorreram a diferentes metodologias.

Atualmente, a maioria destas entidades considera que a melhor forma de realizar comparações de preços de telecomunicações consiste em determinar qual o preço de um determinado perfil ou perfis de utilização representativos (ver as metodologias descritas nas notas da questão anterior).

Estes perfis de utilização são definidos em termos de serviços, número de minutos, número de chamadas, tráfego de dados, número e tipo de canais de televisão, equipamentos utilizados (quando aplicável), etc...

Posteriormente, é determinado para cada prestador de cada país o preço para este perfil ou perfis de utilização, sendo selecionada a oferta mais barata ou a mais subscrita. Os preços considerados podem incluir os preços recorrentes (p.ex. mensalidades, preços de tráfego) ou os preços recorrentes e não recorrentes (p.ex. instalação, ativação), sendo que neste último caso os mesmos são amortizados num determinado período. Por outro lado, alguns estudos consideram apenas os descontos e promoções que abrangem todos os clientes e que não sejam de curta duração.

A agregação de resultados entre os prestadores de cada país é efetuada considerando o preço mínimo ou o preço médio.

Estes resultados podem depois ser convertidos utilizando taxas de câmbio de mercado ou paridades de poder de compra (PPC). Todas as entidades internacionais que promovem estudos de comparações internacionais de preços retalhistas de telecomunicações – UIT, Comissão Europeia, OCDE -, publicam resultados com PPC e IVA no caso do segmento residencial<sup>12</sup>. As PPC ajustam os resultados para levar em conta as diferenças entre países tais como o nível de vida, as diferenças nas estruturas de custos ou as diferenças no rendimento disponível médio.

No caso concreto da UIT, esta organização sugere mesmo aos reguladores que, no caso dos serviços residenciais, se utilizem PPC:

*“A conversão de preços com base em PPC é particularmente relevante em comparações de preços retalhistas ... conversões de preços com base em taxas de câmbio médias é geralmente mais apropriada para comparações de preços grossistas, apesar de, nalguns casos ser mais apropriado utilizar uma média ponderada de taxas de câmbio e PPC com ponderadores que reflitam o proporção dos custos do operador que são gerados nos mercados internacionais (e.g. compras de equipamentos de rede) e aqueles que são incorridos localmente (e.g. trabalho)”*.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Ver p.ex. *Broadband Internet Access Cost (BIAC) 2013* (Van Dijk, 2013), disponível em <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/study-retail-broadband-access-prices-2013-smart-20100038>, *Measuring the Information Society 2012* (ITU, 2013), disponível em <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/>, e *OECD Communications Outlook 2013* (OECD, 2013).

<sup>13</sup> Cf. *Practical guide on benchmarking telecommunication prices* (ITU, 2014).

A alternativa à utilização de PPC consiste na utilização de taxas de câmbio correntes e a restrição das comparações a países com custos de contexto (sobretudo custos salariais) semelhantes, levando igualmente em conta a dimensão do mercado e o conseqüente grau de economias de escala e de gama.

Como referido anteriormente, estes estudos são acompanhados pela ANACOM, que participa na definição da metodologia, dos perfis de utilização, dos ponderadores utilizados e na validação dos tarifários considerados.

## **2. As diferenças metodológicas entre os vários estudos não afetam de forma materialmente relevante as principais conclusões obtidas**

A ANACOM promoveu em 2016, pela segunda vez, um estudo de comparações internacionais de preços de telecomunicações que refletiu de forma tão próxima quanto possível a realidade nacional. Os resultados deste estudo e a metodologia encontra-se descrita no relatório “Sector das Comunicações 2016”<sup>14</sup>.

Com base nos resultados obtidos, foi possível simular o impacto das diversas opções de natureza metodológica. As principais conclusões desta análise foram as seguintes:

- Caso não se aplique PPC, Portugal sobe no *ranking* dos preços mais baixos. Esta opção não tem sido, no entanto, aceite quer a nível nacional, quer a nível internacional (ver comentários anteriores sobre esta matéria);
- A redução do tráfego médio em 25% leva a uma descida da posição de Portugal no *ranking*;
- Por outro lado, aumentar o tráfego de BLF para 500 GB torna Portugal no país com os preços mais baixos. Este cenário e o anterior ilustram o facto de que as ofertas em Portugal são relativamente baratas para níveis de utilização elevados. Pelo contrário, a redução da velocidade média de *download* ou do número médio de canais implica uma queda no *ranking*.

---

<sup>14</sup> Disponível em <https://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1409782>.

### **3. As diferenças qualitativas entre as ofertas dos vários países não comprometem os resultados destes estudos**

Será ainda de referir que, por vezes, estas metodologias de comparações de preços são criticadas por não levarem em conta as diferenças qualitativas entre as ofertas. O facto das ofertas consideradas em cada país terem diferentes atributos e níveis de serviço é por vezes apresentado como uma limitação deste tipo de comparações, levando até alguns a colocarem em causa os resultados das mesmas.

Esta crítica tem subjacente uma abordagem que consiste na comparação dos preços de ofertas específicas (abordagem igualmente seguida no estudo da Aritel) e não a comparação da mensalidade associada a um determinado perfil de consumo representativo, que é a abordagem seguida e aconselhada pelos organismos internacionais que se dedicam a estudar esta realidade.

A este propósito será de referir um estudo efetuado pela OCDE que analisou os preços da banda larga fixa nos países da OCDE recorrendo a uma abordagem de preços hedónicos<sup>15</sup>. De acordo com este estudo, que leva em conta as características “qualitativas” das ofertas de banda larga (incluindo componentes do serviço de televisão), em 2017 os preços praticados em Portugal (em paridades de poder de compra) encontravam-se acima da média da OCDE.

Ou seja, de acordo com a informação disponível, a componente qualitativa não parece pôr em causa as conclusões resultantes dos estudos de comparações internacionais anteriormente citados.

### **4. As comparações de preços de serviços isolados continuam a ser relevantes, mesmo que a sua penetração seja reduzida**

A elevada penetração de pacotes de serviços poderia levar a concluir que alguns dos resultados apresentados anteriormente, nomeadamente as comparações de preços de serviços isolados e de pacotes com penetrações mais reduzidas, seriam irrelevantes.

---

<sup>15</sup> “Hedonic Price Measures for Fixed Broadband Services”, OECD, 2018.

Esta crítica seria eventualmente restringida aos serviços prestados em local fixo, visto que mais de metade dos serviços móveis é comercializada de forma “isolada”.

Mas, mesmo no caso dos serviços fixos, é necessário levar em conta que existe uma relação entre os preços dos serviços isolados e os serviços em pacote. De facto, se a soma das mensalidades dos serviços isolados fosse inferior à soma dos serviços em pacote, produzir-se-ia um efeito de substituição. Dessa relação resulta que os preços dos serviços isolados podem ser um estimador do nível de preços nesse mercado (que inclui ofertas em pacote).

**5. Os resultados destas comparações internacionais não refletem necessariamente a fatura paga por um determinado consumidor, não deixando por isso de ser representativos**

Como resulta do que anteriormente foi dito, caso um determinado consumidor tenha um perfil de utilização diferente do perfil de utilização considerado, seja subscritor de uma oferta/prestador que não foi seleccionada/o ou que se afasta da média nacional, ou caso a metodologia utilizada amortize os preços não recorrentes ou expresse os resultados em moeda estrangeira e/ou em PPC, estes valores podem afastar-se da fatura efetivamente paga por um determinado consumidor. Não quer isto dizer, no entanto, que os resultados desta comparação não sejam representativos.

9

**Como compreender o estudo da ApriteL que diz que Portugal tem dos preços mais baratos da U.E.?**

O estudo apresentado diz apenas respeito a ofertas 3P e 4P, não colocando em causa os resultados apresentados na primeira secção relativos aos preços dos serviços móveis, dos serviços individualizados de Internet (e restantes serviços individualizados) e dos pacotes de serviços para níveis de utilização mais reduzidos.

Por outro lado, a ANACOM considera que a metodologia utilizada não é a mais adequada. A metodologia resulta em “perfis de utilização” que não são representativos da média nacional, nem refletem a penetração dos vários serviços e combinações de serviços. Acresce que os resultados apresentados para os restantes países tenderão igualmente a estar sobreavaliados, visto que “os ajustes necessários para identificar «réplicas» noutros países da oferta predominante portuguesa, podem exigir combinações que não existem enquanto oferta de outras operadoras” e que a seleção de países conduzirá, em princípio, a uma média mais elevada.

**1. Os resultados apresentados não colocam em causa as conclusões sobre os serviços móveis, serviços fixos individualizados e pacotes de serviços para níveis de utilização mais reduzidos**

O estudo da ApriteL diz apenas respeito a ofertas 3P e 4P. Desta forma, não se coloca em causa os resultados apresentados pelos estudos de organizações independentes (cf. secção 7), nomeadamente no que respeita:

- às ofertas individualizadas de serviços móveis. Estas representam mais de metade dos acessos móveis;
- aos serviços individualizados de Internet (e restantes serviços individualizados); e
- e aos pacotes de serviços para níveis de utilização mais reduzidos.

Contradiz, no entanto, os resultados provisórios do DESI *Broadband Price Index 2020*, da autoria da Comissão Europeia que conclui que os preços dos pacotes 3P e 4P são superiores à média da U.E.

## **2. A ANACOM considera que metodologia utilizada não é a mais adequada visto que resulta num “perfil de utilização” muito superior à média nacional**

A ANACOM considera que a metodologia utilizada não é a mais adequada.

Tal como mencionado na apresentação pública dos resultados e na divulgação de resultados publicada pela Aritel, metodologia utilizada consistiu efetivamente em “aferir o custo equivalente de cada oferta nacional nos vários países da UE”:

*“Pressupõe a identificação das características de cada componente dos pacotes com maior penetração num determinado mercado e da sua 'réplica' noutras geografias, para posterior comparação de preços” (p. 10).*

Os “ajustes” efetuados são depois resumidos nas páginas 15 e 16 da divulgação de resultados.

Ou seja, ao comparar o preço de uma oferta específica, a Aritel considera um “perfil de utilização” exatamente idêntico aos atributos da oferta considerada. Este perfil de utilização não é representativo da média nacional, nem reflete a penetração dos vários serviços e combinações de serviços.

Tanto no caso dos serviços utilizados, como no caso do tráfego de voz fixa, tráfego de voz móvel, tráfego de SMS, tráfego de dados móveis e canais de televisão, os valores considerados são muito superiores à média nacional.

Por exemplo, a grande maioria dos pacotes de telecomunicações obriga a contratar um telefone fixo, mas de acordo com a informação disponível apenas 65% das famílias com telefone fixo usam realmente este serviço.

Da mesma forma, o número de canais por pacote pode chegar aos 200, enquanto a maioria dos utilizadores tende a assistir a um número muito reduzido de canais de forma regular. Por outro lado, os *plafonds* de tráfego de voz e mensagens atingem 3.500 minutos/mensagens, quando, no final de 2019, o tráfego médio mensal dos serviços móveis, considerando todos os utilizadores efetivos e excluindo M2M e PC/tablet, era de 204 minutos e 103 SMS (2019)<sup>16</sup>. Por último, no caso da voz fixa, existem ofertas que

---

<sup>16</sup> [https://www.anacom.pt/streaming/ServicosMoveis2019.pdf?contentId=1509682&field=ATTACHED\\_FILE](https://www.anacom.pt/streaming/ServicosMoveis2019.pdf?contentId=1509682&field=ATTACHED_FILE)

proporcionam mil minutos de chamadas internacionais, mas apenas são utilizados, em média, cinco minutos por mês.

Acresce que os resultados apresentados para os restantes países tenderão igualmente a estar sobreavaliados. Por um lado, tal como a Apritel reconhece “... a oferta predominante de um país pode não ser representativa da realidade de outro país âmbito de comparação. Adicionalmente, os ajustes necessários para identificar «réplicas» noutros países da oferta predominante portuguesa, podem exigir combinações que não existem enquanto oferta de outras operadoras (ex. uma operadora pode não oferecer voz fixa ilimitada, mas apenas a hipótese de cobrar o serviço por minuto).”

Especificamente no caso da TV, não se considera que noutros países a TDT dispõe de um maior número de canais, pelo que não seria necessário acrescentar às ofertas em pacote tantos canais como os considerados. Um cliente nesses países não necessitaria de pagar mais para ter um número de canais subscritos equivalente ao que é oferecido em Portugal e, no entanto, o estudo da Apritel somou, nesses casos, um valor monetário por esses canais adicionais. Nesses países, o cliente pode escolher recorrer à TDT e utilizar uma *box* menos sofisticada ou pagar um preço mais elevado por uma *box* que permita efetuar gravações.

As conclusões do estudo podem também ser enviesadas pela seleção de países. Do ponto de vista teórico, ou se utilizam paridades de poder de compra, ou se selecionam apenas países com custos de contexto semelhante e utilizam-se taxas de câmbio de mercado. Neste estudo, utilizam-se paridades de poder de compra e excluem-se maioritariamente países com (supostamente) níveis de desenvolvimento inferiores onde, à partida, os preços poderiam ser inferiores aos praticados em Portugal. Desta forma, selecionaram-se, na sua maioria, países com níveis de desenvolvimento superiores aos de Portugal onde, à partida, os preços dos bens não transacionáveis são superiores. Foram também selecionados países com muito baixos níveis de penetração 3P/4P, o que parece ser contraditório com o objetivo definido.

### 3. A inclusão do serviço telefónico fixo nos pacotes de serviços resulta em mensalidades mais elevadas

Como se referiu acima, a grande maioria dos pacotes de telecomunicações obriga a contratar o serviço telefónico fixo, mas apenas 65% das famílias com telefone fixo usam realmente este serviço.

Apesar da utilização da voz fixa não ser generalizada e apesar da inclusão do serviço num pacote poder implicar um **custo** marginal reduzido, os **preços** (i.e. mensalidades) dos pacotes são afetados pela sua inclusão no pacote, como se pode observar na Tabela 17:

Tabela 17 – Preço opcional da introdução do STF

Oferta	Preço opcional da introdução do STF
<b>MEO by (descontinuada)</b>	
Basic: Rede fixa (noite & fim de semana)	3,00
Standard: Rede fixa (24H) + 50 destinos internacionais (21H – 9H)	4,00
Plus: Rede fixa e móvel (24H) + 50 destinos internacionais (21H – 9H)	6,00
<b>Vodafone Fibra ID (descontinuada)</b>	
Start: (noite & fim de semana)	3,00
Standard: Rede fixa (24H) + 50 destinos internacionais (21H – 9H)	4,00
Plus: Rede fixa e móvel (24H) + 50 destinos internacionais (21H – 9H)	6,00
<b>NOWO</b>	
9.000 minutos para Rede Fixa Nacional e 1.000 minutos para 50 destinos Rede Fixa Internacional	2,50
300 minutos para Rede Móvel Nacional	2,50
9.000 minutos para Rede Fixa Nacional e 1.000 minutos para 50 destinos Rede Fixa Internacional + 300 minutos para Rede Móvel Nacional	5,00

Unidade: Euros

Fonte: sítio dos prestadores

Os valores em causa podem representar vários pontos percentuais da mensalidade do pacote e são comparáveis aos valores das *boxes*, por exemplo.

Por outro lado, se o serviço telefónico fixo é marginal em termos de custo e preço, então não deveria ser somado às ofertas dos restantes países que não o incluem, ao contrário do que é feito no estudo promovido pela Apritel, que soma o preço deste serviço quando ele não está incluído na mensalidade dos pacotes dos outros países, como referido nas páginas 15 e 16 da divulgação de resultados.

#### **4. Quanto maior o número de canais incluídos nos pacotes de serviços, maior a mensalidade dos mesmos**

Como se referiu acima, os pacotes de serviços disponibilizam um número de canais muito significativo, apesarem de os utilizadores tenderem a assistir a um número reduzido de canais de forma regular.

Mesmo que os **custos** da inclusão de canais nos pacotes sejam reduzidos, desde que a ANACOM iniciou a análise do preço dos serviços em pacote, os preços destas ofertas sempre estiveram positivamente correlacionados com o número de canais:

*“A análise econométrica efetuada [em 2012] comprova que os principais determinantes do preço das ofertas comerciais de serviços fixos são a velocidade de download, o número de canais contratados no STVS, a presença de mais serviços no pacote (especificamente BLF) e a tecnologia de suporte dos mesmos. Estimou-se, assim, que ... o aumento de 10 canais no STVS traduz-se num aumento de 2,18 euros...”*

Vd. “Situação das Comunicações 2012”, p. 134

*“A análise econométrica efetuada [em 2017] permite concluir que os principais determinantes da mensalidade das ofertas comerciais de serviços fixos são a presença de BLF, a velocidade de download, o número de canais contratados de TVS, o número de canais premium, a rede de suporte do serviço de TVS (especificamente o satélite) ... O aumento de dez canais de TV traduz-se num acréscimo de 0,61 euros na mensalidade e a presença de canais premium na oferta faz a mensalidade aumentar 5,18 euros, em média.”*

Vd. “Situação das Comunicações 2017”, p. 134.

Este resultado não será uma peculiaridade nacional, visto ser igualmente observável a nível da OCDE.

Por outro lado, as próprias ofertas dos prestadores assumem esta relação: quanto maior o número de canais, maior o preço associado (Tabela 18).

**Tabela 18 – Preço opcional da introdução da TVS**

Oferta	Preço opcional da introdução da TVS
MEO by (descontinuada)	
Basic: Sem BOX 120 canais	7,50
Standard: Com BOX 150 canais	10,00
Plus: Com BOX 200 canais	12,50
Advanced: Com BOX 200 canais + VDD	15,00
Vodafone Fibra ID (descontinuada)	
Sem BOX 100 canais	7,50
Com BOX 145 canais	10,00
Com BOX 180 canais	12,50
Com BOX 180 canais e FOX+	14,99
NOWO	
90 canais digitais	2,50
90 canais digitais + experiência avançada	5,00
140 canais digitais + experiência avançada	7,50

Unidade: Euros

Fonte: sítio dos prestadores

Em conclusão, de acordo com a informação disponível, quanto mais canais apresentar a oferta, mesmo que não tenham direta utilidade para o consumidor, maior a mensalidade.

A ANACOM valoriza a **diversidade** de escolha, e reconhece a necessidade de racionalizar custo, mas também valoriza a **liberdade** de escolha e a **acessibilidade** dos preços. Neste contexto, recordamos a proliferação nalguns mercados dos designados **skinny bundles**<sup>17</sup>, em que o número de canais é mais reduzido e a respetiva mensalidade também. Nestes casos, parece existir um maior equilíbrio entre diversidade de escolha, liberdade de escolha e acessibilidade de preços.

<sup>17</sup>Ver <https://cordcutting.com/blog/what-is-a-skinny-bundle/>

**5. Os consumidores preferem pacotes com maiores níveis de serviço e os prestadores estão a seguir as tendências criadas pelos prestadores OTT?**

Note-se que na ausência de opções competitivas com menores níveis de utilização, não se pode assumir que os clientes preferem as ofertas com maiores níveis de serviço ou “ilimitadas”. No caso dos pacotes, não há pacotes com menor número de canais, menos minutos, menos tráfego internet, SMS, etc...

Da mesma forma, não se pode entender as decisões dos prestadores sobre os níveis de utilização de serviço a incluir nas suas ofertas, como uma extensão das estruturas de preços dos serviços OTT aos serviços tradicionais. Os preços dos serviços OTT são discriminados de acordo com o número de écrans/sessões simultâneas ou de acordo com atributos *premium*. Os prestadores discriminam simultaneamente por número de écrans/sessões simultâneas (opções *multiscreen*), por número de canais (como se viu atrás) e por atributos *premium*.