

AUTORIDADE NACIONAL DE COMUNICAÇÕES (ANACOM)

DIREÇÃO FINANCEIRA E ADMINISTRATIVA

DIREÇÃO DE APOIO AO CONSELHO

CONCURSO PÚBLICO

**PARA AQUISIÇÃO DE UM ESTUDO SOBRE CUSTOS DE MUDANÇA DE
PRESTADOR DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS FATURADOS
CONJUNTAMENTE**

CADERNO DE ENCARGOS

JUNHO 2016

**CONCURSO PÚBLICO
PARA AQUISIÇÃO DE UM ESTUDO SOBRE CUSTOS DE MUDANÇA DE
PRESTADOR DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS FATURADOS
CONJUNTAMENTE**

PARTE I – Condições Gerais

CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS

1. Apresentação	5
2. Objeto	5
3. Contrato.....	5
4. Preço	6
5. Prazo.....	6

CAPÍTULO II – OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

Secção I – Obrigações do prestador de serviços

Subsecção I – Disposições gerais

6. Obrigações principais do prestador de serviços	6
7. Prazo da prestação dos serviços.....	7
8. Equipa	7
9. Receção dos elementos a produzir ao abrigo do contrato	8
10. Participação em seminários.....	9
11. Transferência da propriedade.....	9
12. Conformidade e garantia técnica	9

Subsecção II – Dever de sigilo

13. Sigilo e diligência.....	10
14. Prazo do dever de sigilo	11

Subsecção III – Prevenção de conflito de interesses

15. Prevenção de conflito de interesses	11
---	----

Secção II – Obrigações da ANACOM

16. Preço contratual	12
17. Condições de pagamento.....	12

CAPÍTULO III – PENALIDADES CONTRATUAIS E RESOLUÇÃO

18. Penalidades contratuais	13
19. Força Maior	14
20. Resolução por parte da ANACOM	15
21. Resolução por parte do prestador de serviços.....	15

CAPÍTULO IV – SEGUROS

22. Seguros.....	16
------------------	----

CAPÍTULO V – RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS

23. Foro Competente.....	16
--------------------------	----

CAPÍTULO VI – DISPOSIÇÕES FINAIS

24. Subcontratação e cessão da posição contratual.....	17
25. Comunicações e notificações	17
26. Contagem de prazos	17
27. Legislação aplicável	17

PARTE II– Especificações Técnicas

1. ENQUADRAMENTO	19
2. OBJETO DO ESTUDO.....	27
3. METODOLOGIA.....	28
3.1. Vertente da procura – segmento residencial	28
3.2. Vertente da oferta.....	32
4. ESTRUTURA E OBJETIVOS DO ESTUDO.....	33
5. ENTREGÁVEIS.....	35
6. CALENDARIZAÇÃO DO PROJETO	36
7. OUTROS ASPETOS	36
8. ANEXOS	37
REVISÃO DE LITERATURA A.....	37
REVISÃO DE LITERATURA B.....	47

PARTE I
CONDIÇÕES GERAIS



CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

Cláusula 1.ª

Apresentação

A Entidade Adjudicante é a Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM), pessoa coletiva de direito público, com natureza de entidade administrativa independente, dotada de autonomia administrativa, financeira e de gestão, bem como de património próprio, com sede em Lisboa, na Avenida José Malhoa, n.º 12.

Cláusula 2.ª

Objeto

O presente caderno de encargos compreende as cláusulas a incluir no contrato a celebrar na sequência do procedimento pré-contratual que tem por objeto principal a aquisição de um estudo sobre os custos de mudança de prestador de serviços de comunicações eletrónicas faturados conjuntamente, na visão dos utilizadores e dos prestadores dos serviços.

Cláusula 3.ª

Contrato

- 1 - O contrato é composto pelo respetivo clausulado contratual e os seus anexos.
- 2 - O contrato a celebrar integra ainda os seguintes elementos:
 - a) os suprimentos dos erros e das omissões do caderno de encargos identificados pelos concorrentes, desde que esses erros e omissões tenham sido expressamente aceites pelo Conselho de Administração da ANACOM;
 - b) os esclarecimentos e as retificações relativos ao caderno de encargos;
 - c) o presente caderno de encargos;
 - d) a proposta adjudicada;
 - e) os esclarecimentos sobre a proposta adjudicada prestados pelo adjudicatário.
- 3 - Em caso de divergências entre os documentos referidos no número anterior, a respetiva prevalência é determinada pela ordem pela qual aí são indicados.



- 4 - Em caso de divergências entre os documentos referidos no n.º 2 e o clausulado do contrato e seus anexos, prevalecem os primeiros, salvo quanto aos ajustamentos propostos de acordo com o disposto no artigo 99.º do Código dos Contratos Públicos (CCP) e aceites pelo adjudicatário, nos termos do disposto no artigo 101.º desse mesmo diploma legal.

Cláusula 4.ª

Preço

O preço base para efeitos do presente procedimento pré-contratual é de 61 500 euros (sessenta e um mil e quinhentos euros).

Cláusula 5.ª

Prazo

O contrato mantém-se em vigor até à conclusão e aceitação dos serviços em conformidade com os respetivos termos e condições e o disposto na lei, sem prejuízo das obrigações acessórias que devam perdurar para além da cessação do contrato.

CAPÍTULO II

OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

Secção I

Obrigações do prestador de serviços

Subsecção I

Disposições gerais

Cláusula 6.ª

Obrigações principais do prestador de serviços

- 1 - Sem prejuízo de outras obrigações previstas na legislação aplicável, no caderno de encargos ou nas cláusulas contratuais, da celebração do contrato decorre para o prestador de serviços a obrigação de exata e pontual execução dos serviços adjudicados, de acordo com o previsto no presente caderno de encargos e na proposta adjudicada.



- 2 - O prestador de serviços fica obrigado, designadamente, a recorrer a todos os meios humanos, materiais e informáticos que sejam necessários e adequados à prestação do serviço, bem como ao estabelecimento, monitorização e aperfeiçoamento do sistema de organização necessário à perfeita e completa execução das tarefas a seu cargo, de acordo com o previsto no presente caderno de encargos.
- 3 - A deteção de situações anómalas no âmbito da prestação de serviços obriga à sua comunicação imediata à entidade adjudicante, sendo o prestador de serviços responsabilizado pelas consequências da sua não comunicação imediata.

Cláusula 7.ª

Prazo de prestação dos serviços

- 1 - O prestador de serviços obriga-se a concluir os serviços objeto do contrato a celebrar, com todos os elementos referidos na parte II do presente caderno de encargos, no prazo de dezoito semanas, a contar da data da celebração do contrato, cumprindo, igualmente os prazos intercalares indicados no ponto 6, da parte II do presente caderno de encargos.
- 2 - O prazo previsto no número anterior pode ser prorrogado por iniciativa da ANACOM ou a requerimento do prestador de serviços devidamente fundamentado, e após acordo entre as partes.

Cláusula 8.ª

Equipa

- 1- Para a realização dos serviços objeto do contrato o prestador de serviços afetará os elementos identificados na sua proposta.
- 2- Na eventualidade do prestador de serviços se ver obrigado a alterar, no decorrer do projeto, qualquer um dos elementos identificados na sua proposta, esta substituição terá que ser efetuada por outro elemento de perfil equivalente ou superior.
- 3- A eventual substituição de qualquer um dos elementos identificados na proposta, mencionada no número anterior, terá sempre que ser comunicada previamente à



ANACOM, o qual terá que dar a sua autorização avaliada à luz do perfil apresentado.

Cláusula 9.ª

Receção dos elementos a produzir ao abrigo do contrato

- 1 - O prestador de serviços obriga-se a entregar à ANACOM todos os documentos indicados no ponto 5, da parte II do presente caderno de encargos, em conformidade com o requerido.
- 2 - No prazo máximo de vinte dias a contar da entrega dos relatórios (preliminares e finais), a ANACOM procede à respetiva análise, com vista a verificar se os mesmos reúnem as características, especificações e requisitos técnicos definidos na parte II do presente caderno de encargos e na proposta adjudicada, bem como outros requisitos exigidos por lei.
- 3 - Na análise a que se refere o número anterior, o prestador de serviços deve prestar à ANACOM toda a cooperação e informação e todos os esclarecimentos necessários.
- 4 - No caso de a análise da ANACOM a que se refere o n.º 2 não comprovar a conformidade dos elementos entregues com as exigências legais, ou no caso de existirem discrepâncias com as características, especificações e requisitos técnicos definidos na parte II do presente caderno de encargos, a ANACOM deve disso informar, por escrito, o prestador de serviços.
- 5 - No caso previsto no número anterior, o prestador de serviços deve proceder, à sua custa e no prazo razoável que for determinado pela ANACOM, às alterações e complementos necessários para garantir o cumprimento das exigências legais e das características, especificações e requisitos técnicos exigidos.
- 6 - Após a realização das alterações e complementos necessários pelo prestador de serviços, no prazo respetivo, a ANACOM procede a nova análise, nos termos do n.º 2.
- 7 - Caso a análise da ANACOM a que se refere o n.º 2 comprove a conformidade dos elementos entregues pelo prestador de serviços com as exigências legais, e neles

não sejam detetadas quaisquer discrepâncias com as características, especificações e requisitos técnicos definidos na parte II do presente caderno de encargos, deve ser emitida, no prazo máximo de trinta dias a contar do termo dessa análise, declaração de aceitação pela ANACOM.

Cláusula 10.^a

Participação em seminários

- 1 - O prestador de serviços deverá estar disponível para participar, a pedido da ANACOM em dois seminários (um interno à ANACOM e um externo, com participação das entidades interessadas) que incluam a apresentação dos principais resultados do estudo e possibilidade de discussão dos resultados obtidos.
- 2 - Os seminários mencionados no ponto anterior serão organizados pela ANACOM, não sendo imputado qualquer custo ao prestador de serviços por essa organização.

Cláusula 11.^a

Transferência da propriedade

- 3 - Com a declaração de aceitação a que se refere o n.º 7 da cláusula 9.^a do presente caderno de encargos, ocorre a transferência da posse e da propriedade dos relatórios emitidos em versão final pelo prestador de serviços após a conclusão dos serviços objeto do contrato, bem como toda a documentação a este fornecida, quer em suporte físico, quer em suporte eletrónico, reservando a ANACOM o direito de divulgar os resultados objeto do presente concurso.
- 4 - Pela cessão dos direitos a que alude o número anterior não é devida qualquer contrapartida para além do preço a pagar nos termos do presente caderno de encargos.

Cláusula 12.^a

Conformidade e garantia técnica

O prestador de serviços fica sujeito, com as devidas adaptações e no que se refere aos elementos entregues à ANACOM em execução do contrato, às exigências legais,

obrigações do fornecedor e prazos respetivos aplicáveis aos contratos de aquisição de bens móveis, nos termos do CCP e demais legislação aplicável.

Subsecção II

Dever de sigilo

Cláusula 13.^a

Sigilo e diligência

- 1 - O prestador de serviços e os respetivos colaboradores estão sujeitos, nos termos da legislação penal e dos estatutos da ANACOM, a sigilo profissional sobre os factos cujo conhecimento lhes advenha da prestação dos serviços objeto do contrato a celebrar e, seja qual for a finalidade, não podem divulgar nem utilizar, em proveito próprio ou alheio, diretamente ou por interposta pessoa, o conhecimento que tenham desses factos.
- 2 - O prestador de serviços e os respetivos colaboradores estão igualmente sujeitos a sigilo sobre toda a informação, documentação ou outros elementos de que tenham conhecimento, no âmbito da prestação de serviços objeto do contrato a celebrar.
- 3 - A informação e a documentação cobertas pelo dever de sigilo não podem ser transmitidas a terceiros, nem objeto de qualquer uso ou modo de aproveitamento que não o destinado direta e exclusivamente à execução do contrato.
- 4 - Exclui-se do dever de sigilo previsto a informação e a documentação que sejam comprovadamente do domínio público à data da respetiva obtenção pelo prestador de serviços, e pelos seus colaboradores, ou que estes sejam legalmente obrigados a revelar, por força da lei, de processo judicial ou a pedido de autoridades reguladoras ou outras entidades administrativas competentes.
- 6 - Sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal que dela resulte, a violação do sigilo pelo prestador de serviços e pelos seus colaboradores prevista na presente cláusula, confere à ANACOM o direito a resolver imediatamente o contrato sem qualquer contrapartida para a outra parte.
- 7 - O prestador de serviços e os respetivos colaboradores estão ainda sujeitos ao dever de diligência sobre todos os assuntos que lhes sejam confiados.

**Cláusula 14.ª****Prazo do dever de sigilo**

O dever de sigilo mantém-se em vigor indefinidamente, até autorização expressa em contrário pela ANACOM, a contar do cumprimento ou cessação, por qualquer causa, do contrato, sem prejuízo da sujeição subsequente a quaisquer deveres legais relativos, designadamente, à proteção de segredos comerciais ou da credibilidade, do prestígio ou da confiança devidos às pessoas coletivas.

Subsecção III**Prevenção de conflitos de interesses****Cláusula 15.ª****Prevenção de conflitos de interesses**

O prestador de serviços declara sob compromisso de honra que:

- 1 - Não mantém, nem manterá, direta ou indiretamente, qualquer vínculo ou relação contratual, remunerada ou não, com empresas, grupos de empresas ou outras entidades destinatárias da atividade reguladora da ANACOM **que possam originar conflitos de interesses** na prestação dos serviços abrangidos pelo contrato a celebrar, durante a vigência do mesmo, nos termos e para os efeitos do artigo 43.º dos Estatutos da ANACOM, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 39/2015 de 16 de março.
- 2 - Não detém qualquer participação social ou interesses nas empresas, grupos de empresas ou outras entidades destinatárias da atividade reguladora da ANACOM **que possam originar conflitos de interesses** na prestação dos serviços abrangidos pelo contrato a celebrar, durante a vigência do mesmo, nos termos e para os efeitos do artigo 43.º dos Estatutos da ANACOM, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 39/2015 de 16 de março.
- 3 - Não mantém, nem manterá, direta ou indiretamente, qualquer vínculo ou relação contratual, remunerada ou não, com outras entidades cuja atividade possa colidir com o exercício das atribuições e competências da ANACOM e **que possa originar conflitos de interesses** na prestação dos serviços abrangidos pelo contrato a celebrar, durante a vigência do mesmo, nos termos e para os efeitos



do artigo 43.º dos Estatutos da ANACOM, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 39/2015 de 16 de março.

- 4 - Se ao longo da prestação de serviços vier a ocorrer algum facto relevante suscetível de originar conflito de interesses, nos termos acima indicados, compromete-se a informar a ANACOM desse facto e a tomar as medidas necessárias para a sua superação.

Secção II

Obrigações da ANACOM

Cláusula 16.ª

Preço contratual

- 1 - Pela prestação dos serviços objeto do contrato, bem como pelo cumprimento das demais obrigações constantes do presente caderno de encargos, a ANACOM deve pagar ao prestador de serviços o preço constante da proposta adjudicada, acrescido de IVA à taxa legal em vigor, se este for legalmente devido.
- 2 - O preço referido no número anterior inclui todos os custos, encargos e despesas cuja responsabilidade não esteja expressamente atribuída à ANACOM nomeadamente as despesas de alojamento, alimentação e deslocação de meios humanos, despesas de aquisição, transporte, armazenamento e manutenção de meios materiais, bem como quaisquer encargos decorrentes da utilização de marcas registadas, patentes ou licenças e apresentação do estudo.

Cláusula 17.ª

Condições de pagamento

- 1 - A quantia devida pela ANACOM deve ser paga no prazo de trinta dias após a receção pela ANACOM das respetivas faturas, as quais só podem ser emitidas após o vencimento da obrigação respetiva, de acordo com o seguinte plano de faturação:
 - a) vinte por cento do valor total do contrato, após entrega e aceitação pela ANACOM, da versão final do instrumento de notação referente à inquirição telefónica (CATI) prevista nas especificações técnicas;



- b) oitenta por cento do valor total do contrato, após a entrega e aceitação pela ANACOM, nos termos da cláusula 9.^a, da versão final do relatório do estudo.
- 2 - Em caso de discordância por parte da ANACOM, quanto ao valor indicado na fatura, deve esta comunicar ao prestador de serviços, por escrito, os respetivos fundamentos, ficando o prestador de serviços obrigado a prestar os esclarecimentos necessários ou proceder à emissão de nova fatura corrigida.
- 3 - Desde que devidamente emitida e observado o disposto no n.º 1, a fatura é paga através de transferência bancária.

CAPÍTULO III

PENALIDADES CONTRATUAIS E RESOLUÇÃO

Cláusula 18.^a

Penalidades contratuais

- 1 - Pelo incumprimento de obrigações emergentes do contrato, a ANACOM pode exigir do prestador de serviços o pagamento de uma pena pecuniária, de montante a fixar em função da gravidade do incumprimento, nos seguintes termos:
- pelo incumprimento do prazo de realização da totalidade dos serviços, dois por cento por cada dia útil de atraso, até ao limite de vinte por cento do valor global contratual.
- 2 - Em caso de resolução do contrato por incumprimento do prestador de serviços, a ANACOM, pode exigir-lhe uma pena pecuniária de até cinco por cento do valor contratual.
- 3 - Ao valor da pena pecuniária prevista no número anterior são deduzidas as importâncias pagas pelo prestador de serviços ao abrigo do n.º 1, relativamente aos serviços cujo atraso na respetiva conclusão tenha determinado a resolução do contrato.
- 4 - Na determinação da gravidade do incumprimento, a ANACOM tem em conta, nomeadamente, a duração da infração, a sua eventual reiteração, o grau de culpa (dolo ou negligência) do prestador de serviços e as consequências do incumprimento.



- 5 - A ANACOM pode compensar os pagamentos devidos ao abrigo do contrato com as penas pecuniárias devidas nos termos da presente cláusula.
- 6 - As penas pecuniárias previstas na presente cláusula não obstam a que a ANACOM exija uma indemnização pelo dano excedente.

Cláusula 19.^a

Força maior

- 1 - Não podem ser impostas penalidades ao prestador de serviços, nem é havida como incumprimento, a não realização pontual das prestações contratuais a cargo de qualquer das partes que resulte de caso de força maior, entendendo-se como tal as circunstâncias que impossibilitem a respetiva realização, alheias à vontade da parte afetada, que ela não pudesse conhecer ou prever à data da celebração do contrato e cujos efeitos não lhe fosse razoavelmente exigível contornar ou evitar.
- 2 - Podem constituir força maior, se se verificarem os requisitos do número anterior, designadamente, tremores de terra, inundações, incêndios, epidemias, sabotagens, greves, embargos ou bloqueios internacionais, atos de guerra ou terrorismo, motins e determinações governamentais ou administrativas injuntivas.
- 3 - Não constituem força maior, designadamente:
 - a) circunstâncias que não constituam força maior para os subcontratados do prestador de serviços, na parte em que intervenham;
 - b) greves ou conflitos laborais às sociedades do prestador de serviços ou a grupos de sociedades em que este se integre, bem como a sociedades ou grupos de sociedades dos seus subcontratados;
 - c) determinações governamentais, administrativas, ou judiciais de natureza sancionatória ou de outra forma resultantes do incumprimento pelo prestador de serviços de deveres ou ónus que sobre ele recaiam;
 - d) manifestações populares devidas ao incumprimento pelo prestador de serviços de normas legais;
 - e) incêndios ou inundações com origem nas instalações do prestador de serviços cuja causa, propagação ou proporções se devam a culpa ou negligência sua ou ao incumprimento de normas de segurança;

- f) avarias nos sistemas informáticos ou mecânicos do prestador de serviços não devidas a sabotagem;
 - g) eventos que estejam ou devam estar cobertos por seguros.
- 4 - A ocorrência de circunstâncias que possam consubstanciar casos de força maior deve ser imediatamente comunicada à outra parte.
- 5 - A força maior determina a prorrogação dos prazos de cumprimento das obrigações contratuais afetadas apenas pelo período de tempo comprovadamente correspondente ao impedimento resultante da força maior.

Cláusula 20.^a

Resolução por parte da ANACOM

- 1 - Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução previstos na lei, a ANACOM pode resolver o contrato, a título sancionatório, no caso de o prestador de serviços violar de forma grave ou reiterada qualquer das obrigações que lhe incumbem, designadamente nos seguintes casos:
- a) pelo atraso na conclusão dos serviços ou na entrega dos elementos superior a trinta dias;
 - b) não resolução das não conformidades ou discrepâncias mencionadas no ponto 4 da cláusula 9.^a, no prazo de trinta dias após o prazo determinado pela ANACOM mencionado no ponto 5 da mesma cláusula.
- 2 - O direito de resolução referido no número anterior exerce-se mediante declaração enviada ao prestador de serviços e não determina a repetição das prestações já realizadas, a menos que tal seja determinado pela ANACOM.

Cláusula 21.^a

Resolução por parte do prestador de serviços

- 1 - Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução previstos na lei, o prestador de serviços pode resolver o contrato quando:
- a) qualquer montante que lhe seja devido esteja em dívida há mais de seis meses ou quando o montante em dívida exceda vinte cinco por cento do preço contratual, excluindo juros;



- 2 - O direito de resolução é exercido mediante declaração enviada à ANACOM, que produz efeitos trinta dias após a receção dessa declaração, salvo se esta última cumprir as obrigações em atraso nesse prazo, acrescidas dos juros de mora a que houver lugar.
- 3 - A resolução do contrato nos termos dos números anteriores não determina a repetição das prestações já realizadas pelo prestador de serviços, cessando, porém, todas as obrigações deste ao abrigo do contrato, com exceção daquelas a que se refere o artigo 444.º do CCP.

CAPÍTULO IV

SEGUROS

Cláusula 22.ª

Seguros

- 1 - É da responsabilidade do prestador de serviços a cobertura, através de contratos de seguro, da perda e extravio de informação confidencial;
- 2 - A ANACOM pode, sempre que entender conveniente, exigir prova documental da celebração dos contratos de seguro referidos no número anterior, devendo o prestador de serviços fornecê-la no prazo de cinco dias.

CAPÍTULO V

RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS

Cláusula 23.ª

Foro competente

Para resolução de todos os litígios decorrentes do contrato fica estipulada a competência do tribunal administrativo de círculo de Lisboa, com expressa renúncia a qualquer outro.

CAPÍTULO VI

DISPOSIÇÕES FINAIS

Cláusula 24.^a

Subcontratação e cessão da posição contratual

A subcontratação pelo prestador de serviços e a cessão da posição contratual por qualquer das partes depende da autorização da outra, nos termos do CCP.

Cláusula 25.^a

Comunicações e notificações

- 1 - Sem prejuízo de poderem ser acordadas outras regras quanto às notificações e comunicações entre as partes do contrato, estas devem ser dirigidas, nos termos do CCP, para o domicílio ou sede contratual de cada uma, identificadas no contrato.
- 2 - Qualquer alteração das informações de contrato constantes do contrato deve ser comunicada à outra parte.

Cláusula 26.^a

Contagem dos prazos

Os prazos previstos no contrato são contados em dias contínuos, correndo em sábados, domingos e feriados.

Cláusula 27.^a

Legislação aplicável

O contrato é regulado pela legislação portuguesa.

PARTE II
ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

ESTUDO SOBRE CUSTOS DE MUDANÇA DE PRESTADOR DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS FATURADOS CONJUNTAMENTE

1. ENQUADRAMENTO

A Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM) é uma pessoa coletiva de direito público, com a natureza de entidade administrativa independente com funções de regulação do sector das comunicações (no qual se incluem as comunicações eletrónicas e postais), dotada de autonomia administrativa, financeira e de gestão, bem como de património próprio.

Algumas das atribuições da ANACOM, nos termos dos seus estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 39/2015, artigo 8º, n.º 1, de 16 de março¹, são:

- *"Promover a concorrência na oferta de redes e serviços"* - alínea a).
- *"Garantir o acesso a redes, infraestruturas, recursos e serviços"* - alínea b).
- *"Assegurar a garantia da liberdade de oferta de redes e de prestação de serviços"* - alínea c).
- *"Proteger os direitos e interesses dos consumidores e demais utilizadores finais"* - alínea h).
- *"Colaborar com outras entidades públicas e privadas na promoção da investigação científica aplicada às comunicações, bem como na divulgação nacional e internacional do sector"* - alínea s).
- *"Assegurar a realização de estudos nas áreas das comunicações"* - alínea t).

A ANACOM previu no seu plano plurianual 2016-2018 a realização de um estudo sobre custos inerente à mudança de prestador no mercado das comunicações eletrónicas, que aborde a perspetiva dos prestadores de serviços de comunicações eletrónicas e dos consumidores.

Com efeito, o mercado das comunicações eletrónicas é muito dinâmico e algumas alterações mais recentes podem ter contribuído para alterar a forma como prestadores de serviços de comunicações eletrónicas e consumidores abordam o tema da mudança de prestador, nomeadamente:

¹ Ver http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1349601#_Vr4NPk8iu70.

- a) O aumento da adesão a dois ou mais serviços dos consumidores de comunicações eletrónicas pagos na mesma fatura, em Portugal (de acordo com a Marktest, no final de 2015, 80% das famílias clássicas em Portugal tinham subscrito dois ou mais serviços faturados conjuntamente e, nos utilizadores residenciais com essas faturas, 7% tinham intenção de mudar de prestador).

De acordo com os resultados do ECSI 2014, no caso do serviço telefónico fixo (STF) a intenção de permanecer no mesmo prestador era maior quando este serviço era adquirido de forma isolada, sem ser faturado com outros serviços, enquanto para o serviço fixo de acesso à Internet (SAIF) e para o serviço de televisão por subscrição (STVS) o resultado era o contrário, ou seja, a intenção de permanecer no mesmo prestador de serviços era maior quando esses serviços eram faturados conjuntamente – de referir que este estudo é representativo de algumas marcas e não da população portuguesa.

- b) A recente inclusão dos serviços de comunicações eletrónicas móveis em faturas que incluíam serviços fixos, a qual poderá ter induzido utilizadores do serviço telefónico móvel (STM) a mudar de prestador, nomeadamente para uma oferta com serviços fixos faturados conjuntamente, quando esta já existia no lar. Segundo dados da Marktest, enquanto entre 2008 e 2012 a proporção de utilizadores de STM que haviam mudado de prestador de serviço no último ano rondava os 2%, em 2013 alcançou os 5,9% e em 2014 os 9,1%, para em 2015 andar nos 5,8%. De acordo com a mesma fonte, a opção 'conjugação num pacote de serviços' foi a segunda opção mais indicada para a mudança do prestador de STM por utilizadores residenciais que mudaram de prestador, sendo apenas ultrapassada pela opção "preço mais baixo" e tendo ultrapassado a opção "amigos/familiares ligados à rede", sendo que esta última tem vindo a perder relevância na decisão de mudança de prestador ao longo dos anos.
- c) A crescente diferenciação das ofertas de serviços adquiridos conjuntamente e faturados na mesma fatura, através de equipamentos de acesso diferenciados (como *tablets* e *smartphone*) e da oferta de serviços adicionais (por exemplo, bilhetes de cinema, acesso a aplicações (Apps) exclusivas num período limitado de tempo ou com crédito de dados a preço nulo ("zero rating")).
- d) A crescente disponibilização de ofertas de dois ou mais serviços na mesma fatura incluindo serviços de voz, em que os preços das chamadas, seja para



redes fixas ou móveis, não dependem da rede de destino das comunicações (estando incluídas no preço mensal da fatura), coexistindo estas ofertas com outras em que existem tarifários tribais e outros tipos de tarifários em que as comunicações para outras redes continuam a ser tarifadas de forma diferente das comunicações dentro da mesma rede.

- e) Os períodos de fidelização, que podem agir como barreira à mudança de prestador de serviço de comunicações eletrónicas.
- f) A utilização crescente, pelos utilizadores finais, de serviços potencialmente substitutos de serviços de comunicações eletrónicas tradicionais (ex: Skype, Whats app, Facetime, etc) e de conteúdos potencialmente substitutos de conteúdos integrados nas ofertas destes últimos (ex: Netflix, Spotify).
- g) A alteração da estrutura de mercado, com fusões e alterações de relação de domínio relevantes, ocorridas desde 2013².

Em fevereiro de 2010, a Autoridade da Concorrência (AdC) publicou um estudo sobre “Mobilidade dos consumidores no sector das comunicações eletrónicas”³ (excluindo o STVS adquirido de forma isolada), tendo recolhido informação junto dos prestadores de serviços (através de entrevistas) e dos consumidores (através de um inquérito *online*).

² As duas fusões ocorridas no mercado de comunicações eletrónicas:

- Em agosto de 2013 a Altice Holdings S.A.R.L. (“Altice”), acionista da Cabovisão, adquiriu controlo exclusivo da Winreason, S.A. (“Winreason”), detentora da Onitelecom, mediante a aquisição da totalidade das ações representativas do respetivo capital social e respetivas subsidiárias.
- Em maio de 2014, a ZON Multimédia - Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A. foi incorporada pela OPTIMUS - SGPS, S.A., a qual alterou a sua designação social para NOS Comunicações S.A..
- Em dezembro de 2014 ocorreu a fusão por incorporação da empresa MEO – Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A. (MEO), na empresa PT Comunicações, S.A. (PTC) tendo esta última adotado a designação social da primeira.
- Em junho de 2015, a Altice passou a deter 100% da PT Portugal, SGPS, S.A, a qual detém 100% da empresa MEO. Esta aquisição foi previamente autorizada pela Comissão Europeia (Cf. Decisão da Comissão Europeia n.º M.7499 – Altice / PT Portugal, de 20 de Abril de 2015), na condição de a Altice alienar a empresa Cabovisão – Televisão Por Cabo, S.A. e a ONI SGPS, S.A. (detida a 100% pela Cabovisão e, por sua vez, detentora do prestador ONI TELECOM – Infocomunicações, S.A.). Em janeiro de 2016, a Altice deu cumprimento ao determinado pela Comissão Europeia, tendo formalizado a aquisição da Cabovisão pela Cabonitel, SA e passando esta última a deter também (indiretamente) a ONI TELECOM – Infocomunicações, S.A..
- Em outubro de 2015, a sociedade Cabolink S.à.r.L. obtém o controlo exclusivo das sociedades Cabovisão, Winreason, S.A e Oni.

³ Disponível em

http://www.concorrenca.pt/vPT/Estudos_e_Publicacoes/Estudos_Economicos/Comunicacoes_Electronicas_e_Media/Paginas/Mobilidade-Consumidores-Sector-Comunicacoes-Electronicas.aspx.

Com base nos resultados obtidos, a AdC definiu sete categorias de custos de mudança de prestador⁴ e recomendou algumas medidas para simplificar o processo de mudança.

No entanto, por se tratar de um estudo de 2010, algumas conclusões já se encontrarão desatualizadas. Nomeadamente, nesse estudo referiu-se que era no STM que se verificava o menor nível de mudança de prestador de serviços, com menos de 5% de utilizadores residenciais a mudar anualmente. Esta situação já não se parece verificar, dado que, no final de 2015, de acordo com dados da Marktest, 5,8% dos utilizadores residenciais de STM indicavam ter mudado de prestador de STM há um ano ou menos e 7,4% no período entre um a dois anos. Também no supramencionado estudo da AdC se indicou que era ao nível dos pacotes duplos que se verificava uma maior mudança de prestador de serviços (cerca de 12% mudavam), mas atualmente os pacotes duplos têm cada vez menor expressão no mercado das comunicações eletrónicas – de acordo com os dados dos prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, no terceiro trimestre de 2015 faturas com dois serviços de comunicações eletrónicas faturados conjuntamente representavam 16,5% do número total de faturas com dois ou mais serviços de comunicações eletrónicas incluídos (principalmente STF e STVS, seguidos da combinação STF e SAIF), o que compara com 41,8% no caso das faturas com três serviços incluídos (principalmente STF, SAIF e STVS) e 41,6% no caso das faturas com quatro e cinco serviços incluídos (maioritariamente faturas com STF, STM, SAIF, SAIM e STVS).

Em 2011, o Memorando de Entendimento (MoU) celebrado entre o Governo da República e a Troika (Fundo Monetário Internacional - FMI, Banco Central Europeu - BCE e Comissão Europeia - CE) incluía algumas recomendações para aumentar a concorrência no mercado das comunicações fixas e móveis e aliviar as restrições em matéria de mobilidade dos consumidores (medida 5.19), entre outras, com período de implementação até ao terceiro trimestre de 2011.

No que se refere ao mercado de comunicações fixas, como resposta ao MoU, foram desenvolvidas medidas por parte da ANACOM e do Governo da República, as quais

⁴ Os custos definidos no estudo foram os seguintes: 1) custos de pesquisa; 2) custos de transação; 3) custos contratuais; 4) custos psicológicos; 5) custos de incerteza; 6) custos de aprendizagem; 7) Custos de compatibilidade.

são apresentadas na Tabela 1, incluindo o seu nível de implementação a 28 de outubro de 2011.

Tabela 1 - Síntese do nível de implementação, em 28-10-2011, das medidas sugeridas pela AdC no âmbito da facilitação da mudança de prestador de serviços de comunicações eletrónicas

Designação	Nível de Implementação	
Disponibilização e divulgação de ferramentas de comparação de preços e de características das ofertas para a generalidade dos serviços permite ao cidadão comum comparar tarifários de vários serviços de comunicações eletrónicas, seja através da disponibilização isolada desse serviço, seja através da aquisição a partir de um pacote de serviços.	Total	
Ferramentas de comparação de qualidade	Total	
Definição da informação a constar de material promocional (num formato estruturado, transparente e de fácil compreensão) ⁵	Total	
Simplificação e uniformização dos processos de mudança	Parcial (total até 31.10.2011)	
Estandardização dos contratos ⁶	Total	
Divulgação do processo de portabilidade ⁷	Total	
Aferição da proporcionalidade dos períodos de fidelização	Total	
Explicitação da existência do direito de livre resolução	Total	
Publicação de estudos sobre qualidade para os vários serviços	Total	
Publicação de regulamentos sobre qualidade para os vários serviços	Parcial (nos casos não implementados optou-se por medidas alternativas)	
Aumento da eficiência dos mecanismos de resolução de disputas	Total	
Garantia de compatibilidade de equipamentos	Medida não implementável	
Publicação de um guia do consumidor	Total (recorrente)	
Adoção de códigos de conduta	Nula (medidas alternativas de efeito equivalente)	

Fonte: Relatório da ANACOM sobre o grau de cumprimento das medidas referentes ao ponto (i) do parágrafo 5.19 do MoU celebrado entre o Governo da República, o FMI, o BCE e a CE.

⁵ No que se refere a este ponto, está atualmente em desenvolvimento a ficha de informação simplificada, o que é detalhado mais à frente.

⁶ Está atualmente em fase de desenvolvimento o Regulamento sobre a informação pré-contratual e contratual no âmbito das comunicações eletrónicas, assunto detalhado mais à frente.

⁷ Em setembro de 2011, foram acrescentados à obrigação de portabilidade imposta aos prestadores de serviços mecanismos de proteção dos assinantes, tais como compensações a pagar pelos prestadores de serviços aos utilizadores, em caso de atraso na portabilidade do número ou de portabilidade indevida, obrigações que foram objeto de fiscalização por parte da ANACOM, com aplicação de sanções quando justificado. Para mais informação, ver Decreto-Lei n.º 51/2011, de 13 de setembro, disponível em <https://dre.pt/application/dir/pdf1sdip/2011/09/17600/0438304461.pdf>.



No que se refere ao mercado de comunicações móveis, foram desenvolvidas medidas em três áreas:

- Realização de leilão de espectro para acesso à banda larga sem fios e definição de condições e obrigações associadas ao mesmo – foi desenhado um leilão com um limite de espectro que cada operador poderia adquirir (*spectrum caps*) ou, quando esse limite fosse ultrapassado, um limite diferido de espectro, significando que o operador apenas poderia ter o excedente de espectro (superior ao limite definido) por um reduzido período de tempo, com obrigações de acesso e de *roaming* nacional impostas àqueles que adquirissem espectro nos 800/900 MHz e preços de reserva e descontos. Adicionalmente, em 2014 a ANACOM aprovou decisão quanto à avaliação do mercado das comunicações eletrónicas móveis ao abrigo do artigo 39.º do regulamento do leilão multifaixa⁸.
- Redução dos preços de terminação móveis, em 2011, em 2012 e mais recentemente em 2015 (para 0,83 cêntimos de euro por minuto, o que compara com 1,27 cêntimos de euro em 2012)⁹.
- Recomendações ao nível das originações móveis, em formato de pareceres veiculados à AdC.

Para além dessas medidas, outras foram implementadas, com destaque para as seguintes:

- Em junho de 2010, foram definidos limites ao preço a pagar pela prestação do serviço de desbloqueamento dos equipamentos terminais de suporte aos serviços móveis¹⁰.
- Em outubro de 2011, a ANACOM aprovou a decisão final¹¹ sobre a alteração da deliberação relativa ao objeto e forma de divulgação das condições de oferta e de utilização de serviços de comunicações eletrónicas, a qual era originalmente datada de 21 de abril de 2006.

⁸ Para mais informações ver <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1321752#.Vs3GIE-O671>.

⁹ Para mais informações ver <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1363107#.Vs2h50-O670>.

¹⁰ Decreto-Lei n.º 56/2010, de 1 de junho:
<https://dre.pt/application/dir/pdf1sdip/2010/06/10600/0188201883.pdf>.

¹¹ Ver <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1100354#.Vrx2qk8iu70>.



- Em 2012, a ANACOM deliberou sobre os procedimentos exigíveis para a cessação de contratos, por iniciativa dos assinantes, relativos à oferta de redes públicas ou serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público¹². De acordo com a deliberação, as empresas que oferecem redes de comunicações públicas ou serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público (“empresas”) não podem condicionar a cessação do contrato ao cumprimento de requisitos procedimentais para além dos que nela estão previstos, tendo presente o princípio de que não poderá ser exigido o cumprimento de mais requisitos para cessar o contrato do que para celebrá-lo.
- Em junho de 2014, por deliberação da ANACOM¹³, os prestadores de serviços passaram a estar obrigados a disponibilizar, nas respetivas condições de oferta, informação clara e transparente sobre eventuais medidas restritivas ou de condicionamento de tráfego que, com carácter excepcional e nos termos definidos na deliberação, possam vir a aplicar nas ofertas de tráfego ilimitado. Como resultado, foi proibida a qualificação de ofertas “ilimitadas” quando existem restrições associadas à disponibilização dos serviços com tráfego ou chamadas/sms e as expressões “tráfego ilimitado” ou “chamadas/SMS ilimitadas” só podem passar a ser utilizadas nas ofertas de serviços de comunicações eletrónicas que efetivamente disponibilizem estes serviços “sem limites” ou “sem restrições” ao longo de todo o período de duração do contrato.
- Encontra-se em fase de conclusão, após procedimento de consulta, o Regulamento sobre a informação pré-contratual e contratual no âmbito das comunicações eletrónicas. Pretende-se com isto, entre outros aspectos, proceder à revisão e à consolidação do regime aplicável ao conteúdo e à forma do contrato, com vista à sua adaptação ao atual enquadramento jurídico, tendo em conta a experiência adquirida no âmbito do tratamento de reclamações e do acompanhamento da evolução das características das ofertas. Este Regulamento integrará as matérias sobre as quais incidem a Decisão sobre os

¹² Decisão disponível em <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1120684#.Vwuk0E8aFv0>.

¹³ Decisão disponível em <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1254772#.Vrtybk8it1>.

Contratos¹⁴ e a Decisão sobre as Condições de Oferta¹⁵ e integrará a ficha de informação simplificada (FIS), ferramenta essencial no esclarecimento dos cidadãos quanto às características das ofertas, já que a dificuldade na pesquisa de informação e na sua comparabilidade pode ser indutora de inércia à mudança, quando esta for desejada pelo consumidor, bem como o glossário de terminologia comum, a utilizar na fase pré-contratual e contratual.

Além disso, encontram-se atualmente em discussão na Assembleia da República duas propostas de alteração dos artigos 47.º, 47.º-A e 48.º da Lei das Comunicações Eletrónicas, apresentadas pelo Partido Comunista Português e pelo Bloco de Esquerda, sobre períodos de fidelização, sobre as quais a ANACOM também teve oportunidade de se pronunciar, tendo ainda apresentado propostas concretas para aquelas disposições¹⁶.

Ao nível internacional, alguns dos estudos mais recentes encontrados sobre a mudança de prestador no sector das comunicações eletrónicas foram elaborados por entidades reguladoras – é o caso dos dois estudos publicados pelo Ofcom¹⁷ em 2015 e outro, pela ComReg¹⁸, em 2012.

Por outro lado, tanto o Organismo de Reguladores Europeus das Comunicações Eletrónicas (ORECE/BEREC) (em 2010)¹⁹ como a Organização para a Cooperação e

¹⁴ Ver deliberação de 1 de Setembro de 2005 (e subsequentes alterações da mesma), que contém as linhas de orientação sobre o conteúdo mínimo a incluir nos contratos, disponível em <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=406207#.Vrx3-08iu70>.

¹⁵ Ver deliberação de 10 de outubro de 2011, que altera a deliberação de 21 de abril de 2006, disponível em <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1100354#.Vr4ht08iu70>.

¹⁶ As propostas de alteração do Partido Comunista Português, do Bloco de Esquerda e o parecer da ANACOM estão disponíveis, em <http://www.parlamento.pt/ActividadeParlamentar/Paginas/DetailIniciativa.aspx?BID=39803> e <https://www.parlamento.pt/ActividadeParlamentar/Paginas/DetailIniciativa.aspx?BID=39805>.

¹⁷ Os dois estudos elaborados pela Ofcom, em 2015, sobre a mudança de prestador foram Switching Communications Provider: The Consumer Switching Experience (2015), disponível em <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/telecoms-research/consumer-switching/> e Consumer switching: consumer experience of switching mobile communications services and options for process reforms (2015), disponível em <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/mobile-switching/>.

¹⁸ Ver Optimisation of Inter-Operator Processes to facilitate consumer switching (2012), disponível em <http://www.comreg.ie/fileupload/publications/ComReg1240.pdf>.

¹⁹ O relatório BEREC, Report on best practices to facilitate consumer switching (2010), baseia-se nos resultados de um inquérito lançado aos reguladores nacionais de comunicações eletrónicas e em 10 casos de estudo de nove países distintos e identifica aquelas que considera as melhores práticas para facilitar processos de mudança de prestador de serviços. O relatório está disponível em http://berec.europa.eu/doc/berec/bor_10_34_rev1.pdf. A revisão de literatura é efetuada nas páginas 16-24 (inclusive).



Desenvolvimento Económico (OCDE/OECD) (em 2007)²⁰ já efetuaram algumas recomendações sobre o tema.

2. OBJETO DO ESTUDO

O objeto do estudo consiste em analisar as considerações em torno do tema mudança de prestador, seja na visão dos utilizadores de serviços de comunicações eletrónicas, seja na dos que disponibilizam esses mesmos serviços, os prestadores. Uma abordagem ao nível internacional é também relevante, nomeadamente para determinar a posição de Portugal face aos seus parceiros comunitários, permitindo, entre outros aspectos, detetar pontos de melhoria a serem implementados em Portugal.

Neste contexto, o estudo deverá assim incluir quatro vertentes principais.

A primeira é um **enquadramento** conceptual acerca do tema e das principais tendências, quer ao nível nacional como internacional, nomeadamente através de revisão de literatura, com base no mercado nacional e em mercados internacionais das comunicações eletrónicas.

A segunda consiste em abordar o tema na **perspetiva da procura – segmento residencial**, isto é, do utilizador residencial de comunicações eletrónicas. Entre outros, pretende-se aferir os principais motivos associados à mudança de prestador, as facilidades/barreiras sentidas pelos consumidores aquando da mudança (quando esta ocorreu), sejam estas de foro financeiro, contratual, emocional (apego a uma marca, por exemplo) ou outras, quer quando os consumidores chegaram a mudar, quer quando a mudança não chegou a ocorrer, bem como os custos associados (nomeadamente custos com a rescisão contratual, custos com a adesão a contrato, custos de pesquisa e recolha de informação acerca de ofertas concorrentes, entre outros). Por outro lado, os resultados deverão permitir analisar diferenças ao nível regional. Questões sobre o sucesso da mudança, se houve um pagamento pecuniário ou se se pretendia que a mudança tivesse ocorrido noutros moldes, também devem ser consideradas.

Para o efeito, prevê-se a realização de entrevistas em grupos de foco e um inquérito amostral a utilizadores residenciais de serviços de comunicações eletrónicas cujos serviços são pagos na mesma fatura, residentes em Portugal, com 18 anos de idade ou mais e que sejam os responsáveis pela decisão de mudar ou não de fatura de

²⁰ Ver OECD Policy Guidance for Protecting and Empowering Consumers in Communication Services, disponível em <http://www.oecd.org/sti/consumer/40679279.pdf>.

comunicações eletrónicas no lar. Informação de outras fontes também deverá ser considerada para complementar este ponto, nomeadamente dados disponibilizados pela ANACOM no seu sítio na Internet, resultados de outros dados e estudos, nomeadamente do Eurobarómetro da Comissão Europeia, entre outros.

A terceira vertente aborda o tema na **perspetiva da oferta**, disponibilizada pelo prestador de serviços de comunicações eletrónicas. Reconhecendo-se que o prestador também incorre em custos quando o cliente cancela a subscrição, pretende-se aferir quanto às potenciais estratégias dos prestadores para evitar que os clientes cancelem os seus contratos, quanto aos tipos de custos associados à mudança e quanto ao papel de serviços faturados conjuntamente na mesma fatura, na aquisição de serviços fixos e móveis de comunicações eletrónicas e dos períodos de fidelização enquanto potenciais inibidores da mudança de prestador, entre outras.

Prevê-se a realização de entrevistas aos principais prestadores de serviços de comunicações eletrónicas a atuar em Portugal, às associações representativas dos mesmos e a reguladores de comunicações eletrónicas de outros países e a análise detalhada de toda a informação estatística, financeira e de mercado que para o efeito for relevante, devendo também ser considerados os relatórios e contas dos prestadores, entre outros, para o tema em estudo.

A quarta vertente deverá incluir **recomendações** resultantes de toda a análise elaborada que possam contribuir para o processo de mudança de prestador.

3. METODOLOGIA

A metodologia deve dividir-se em dois pontos, especificamente por vertente da procura (segmento residencial) e por vertente da oferta de serviços de comunicações eletrónicas.

3.1. Vertente da procura – segmento residencial

No mercado residencial de comunicações eletrónicas assiste-se atualmente à aquisição massificada de serviços de comunicações eletrónicas pagos na mesma fatura, situação que é comum relativamente aos serviços fixos e que já se começou a verificar também nos serviços móveis.

Esta afirmação é confirmada pelos dados do Barómetro da Marktest para o terceiro trimestre de 2015. De acordo com essa informação, no total dos contratos detidos pelos

utilizadores residenciais de serviços de comunicações eletrónicas, a proporção que era adquirida na mesma fatura com outros serviços era a seguinte:

- No SAIF essa proporção era de 94%.
- No STVS essa proporção era de 87%.
- No STF essa proporção era de 8 em 10 acessos de STF.
- No STM essa proporção era de 32% de acessos.

Por outro lado, de acordo com um estudo do Ofcom elaborado em 2008²¹, quando os utilizadores de serviços de comunicações eletrónicas adquiriam serviços de comunicações eletrónicas em pacote, dificilmente voltariam a contratar os serviços de forma isolada no futuro, mesmo que lhes fossem oferecidos melhores serviços e com benefícios ao nível dos custos incorridos, situação que foi principalmente indicada no caso do SAIF e do STF. A principal motivação associada à não separação dos serviços foi a existência de fatura conjunta para os serviços. Acresce a isto que, na hipótese de substituir o pacote de serviços, a maior parte dos inquiridos mudava todos os serviços do pacote e não apenas alguns. Este estudo também referia que os inquiridos não esperavam que a mudança de prestador de pacote de serviços fosse mais difícil do que a mudança de prestador de um único serviço.

Na definição da população alvo para o presente estudo, tomou-se em conta o facto de atualmente os serviços fixos serem principalmente adquiridos em fatura que inclui dois ou mais serviços e as conclusões do Ofcom supra indicadas.

Assim, a população alvo são os alojamentos familiares clássicos de residência habitual nos quais existam dois ou mais serviços de comunicações eletrónicas pagos na mesma fatura, independentemente dos serviços, devendo a análise dos resultados ser efetuada tendo em conta as diferentes combinações de serviços incluídos na fatura, em vez da tradicional abordagem, que consistia na apresentação dos resultados por serviço isoladamente.

Quanto ao trabalho de campo, deverá ser realizado um inquérito amostral junto de utilizadores de comunicações eletrónicas com dois ou mais serviços de comunicações eletrónicas pagos na mesma fatura, no lar e que sejam responsáveis pela decisão de mudar ou não de fatura. Entrevistas em grupo de foco também poderão, ou não, ser

²¹ Disponível em <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/telecoms-research/switching-bundles.pdf>.

realizadas antes do processo de inquirição, por forma a melhor preparar o instrumento de notação a usar na inquirição.

Para se poder aferir se existem diferenças ao nível regional em Portugal, os inquiridos devem ser repartidos por tipo de localidade de residência do inquirido, desagregada da seguinte forma:

- Concelhos com menos de 15 000 habitantes.
- Concelhos com número de habitantes entre os 15 000 e os 200 000.
- Concelhos com mais de 200 000 habitantes.

A amostra deve ser representativa da população portuguesa com dois ou mais serviços de comunicações eletrónicas pagos na mesma fatura e ter um mínimo de 3 600 entrevistas totalmente conseguidas, as quais devem ser repartidas em 1 200 por cada um dos três grupos de inquiridos supramencionados. O erro amostral máximo esperado para Portugal é de 1,63%.

Pretende-se uma distribuição por quotas, tendo em conta as variáveis prestador de serviço e NUTS II e dimensão do agregado familiar.

A proposta apresentada a concurso deve indicar a dimensão da amostra a considerar e o respetivo universo, discriminados pelos grupos territoriais e pelas quotas e acompanhados da respetiva fonte de informação, bem como deverá ser mencionada a origem da(s) base(s) de amostragem a utilizar para selecionar de forma aleatória os inquiridos e, por sua vez, a sua distribuição por cada um dos grupos indicados. Neste caso, solicita-se ainda que se justifique a interceção da base de amostragem com o universo em causa, bem como a garantia da representatividade pretendida. No caso de não se dispor de base de amostragem, pretende-se que se refira e descreva, de forma clara e detalhada, o método aleatório de seleção dos inquiridos.

A inquirição poderá ser realizada usando o método CATI (entrevistas telefónicas assistidas por computador), devendo a proposta a concurso indicar a proporção de inquiridos a realizar usando o STF e a proporção a usar STM.

O instrumento de notação deverá permitir estudar três grupos de inquiridos: a) aqueles que mudaram de prestador de serviços nos últimos 24 meses; b) aqueles que ponderaram mudar mas não mudaram nos últimos 24 meses; e c) aqueles que não mudaram e nem ponderaram mudar de prestador de serviços nos últimos 24 meses.



Também deverá ser possível caracterizar, tendo em conta as regiões onde se inserem, a forma como os utilizadores de dois ou mais serviços de comunicações eletrónicas pagos na mesma fatura qualificam a capacidade de mudar de prestador de serviços. Assim, a inquirição deverá abordar, entre outros, os seguintes pontos:

- a) Caracterização sociodemográfica dos inquiridos.
- b) Caracterização das ofertas de serviços adquiridos na mesma fatura pacotes de serviços – da oferta atual e da anterior à mudança de prestador.
- c) Quantificação da percentagem de “verdadeiros” novos clientes (ou seja, que contratam pela primeira vez o prestador de dois ou mais serviços na mesma fatura), da percentagem de “novos” clientes que mudaram de prestador e da percentagem de clientes que mudaram para outro operador (“*churn rate*”).
- d) Motivos para a decisão ou ponderação em mudar de prestador, nomeadamente definindo as variáveis mais relevantes à mudança.
- e) Papel do período de fidelização no processo de mudança e penalizações respetivas, nomeadamente medindo a sensibilidade ao período de fidelização a partir de variações do preço para reduzir ou eliminar esse período.
- f) Papel do STM no processo de mudança de prestador.
- g) Papel do *zero-rating* no processo de mudança de prestador, em especial no caso dos prestadores móveis.
- h) Valorização atribuída ao equipamento terminal aquando da decisão de mudar de prestador.
- i) Papel do prestador inicial de serviços no processo de mudança.
- j) Papel do prestador final de serviços no processo de mudança.
- k) Análise dos preços e das diferenças de preços a partir das quais o consumidor terá maior propensão para mudar de prestador, por tipo de oferta.
- l) Expectativas relativamente à mudança.
- m) Dificuldades sentidas aquando da decisão de mudar de prestador.
- n) Identificação do tipo de custos associados à mudança e da sua importância relativa.
- o) Estimativa dos custos financeiros incorridos com a mudança de prestador.

- p) Perspetiva quanto ao número e tipo de ofertas de serviços adquiridos na mesma fatura existentes no mercado.
- q) Prospeção relativa à possibilidade de o utilizador final vir a substituir ofertas combinadas de STVS, STF e SAI apenas por um SAI de alto débito (na medida em que este permite acesso a serviços de fluxo contínuo de vídeo, (*videostreaming*), comunicação de voz e enviar mensagens com texto e com imagens).

Pretende-se uma análise descritiva bem como a modelização estatística e econométrica dos dados obtidos.

O instrumento de notação, a apresentar pela entidade que realizar o estudo, deverá ser comentado e aceite pela ANACOM, antes de ser dado como concluído. Também deverão ser realizados testes piloto ao instrumento de notação, antes de se dar início à inquirição final.

Os resultados apurados na inquirição deverão ser complementados com outros dados, de fontes nacionais (nomeadamente considerando a informação dos prestadores disponibilizada no sítio da ANACOM na Internet) e internacionais (tal como os resultados de Eurobarómetros da Comissão Europeia, entre outros).

3.2. Vertente da oferta

Relativamente à análise da mudança de prestador na ótica da oferta de serviços de comunicações eletrónicas, prevê-se a realização de um mínimo de 12 entrevistas aos seguintes grupos de entidades:

- Aos responsáveis dos principais prestadores de serviços de comunicações eletrónicas ativos em Portugal, que disponibilizam ofertas de serviços faturados conjuntamente: um mínimo de cinco entrevistas, cobrindo um mínimo de 92% de subscritores de serviços prestados em pacote *multiple play*, de acordo com as estatísticas trimestrais disponibilizadas pela ANACOM, para o terceiro trimestre de 2015²².
- Aos reguladores do mercado das comunicações eletrónicas noutros países: um mínimo de quatro entrevistas.

²² Ver http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1372490#_Vs3NH0-O670 (tabela 6).



- Às associações representativas dos consumidores (um mínimo de três entrevistas).

No caso de os entrevistados se encontrarem no estrangeiro poderão as entrevistas decorrer com recurso a sistemas de videoconferência ou teleconferência.

A recolha e análise de informação complementar de outras fontes também deverá ser efetuada.

Especificamente sobre os pontos a abordar, pretende-se que sejam considerados todos aqueles que permitam analisar a mudança de prestador, nomeadamente:

- a) Tempo médio de vida do cliente, por tipo de fatura, isto é, pelos serviços adquiridos na mesma fatura.
 - b) As medidas adotadas para evitar a migração de clientes para outros prestadores.
 - c) As medidas para angariar clientes de outros prestadores de serviços de comunicações eletrónicas.
- a) A natureza dos custos para o prestador de serviços decorrentes da perda de um cliente para outro prestador de serviços de comunicações eletrónicas.
 - b) Os custos de angariação de cliente bem como os custos relacionados com a subsidiação de equipamento terminais.
 - c) Os custos financeiros decorrentes da mudança de prestador.

4. ESTRUTURA E OBJETIVOS DO ESTUDO

O estudo a desenvolver deverá alinhar-se com a seguinte estrutura e especificações técnicas, tendo em conta o tema do estudo:

Sumário executivo

Este capítulo deverá descrever brevemente os objetivos, a estrutura do documento e as conclusões com impacto mais significativo sobre a função regulativa da ANACOM e sobre o desenvolvimento de políticas públicas.

Introdução

Este capítulo deverá expor os objetivos do estudo, a sua estrutura e os principais assuntos endereçados em cada capítulo. Adicionalmente, deverá resumir brevemente



as principais ações tomadas ao nível nacional e comunitário no sector das comunicações eletrónicas quanto à mudança de prestador de serviços.

A introdução também deverá mencionar as principais áreas de intervenção regulatória a nível nacional e europeu que têm contribuído para agilizar e facilitar a mudança de prestador de serviços, no âmbito da salvaguarda dos direitos dos utilizadores finais.

Revisão de literatura

Deverá ser efetuada uma revisão, a nível nacional e internacional, da principal literatura económica disponível relevante sobre a mudança de prestador de serviços no sector das comunicações eletrónicas. Para além das referências mencionadas no Enquadramento deste documento, são também disponibilizadas em anexo duas revisões da literatura existente sobre mudança de prestador realizadas pela ANACOM, uma efetuada durante o ano de 2016 (revisão de literatura B) e outra anteriormente (revisão de literatura A), que devem igualmente ser consultadas.

A mudança de prestador de dois ou mais serviços faturados conjuntamente, em Portugal – abordagem ao nível dos consumidores

Com base nos resultados da inquirição a desenvolver pela entidade que realizar o estudo, bem como em informação de outras fontes (nomeadamente em outros resultados de inquirição, em relatórios dos prestadores de serviços e em outras fontes nacionais e internacionais), deverá ser caracterizada, com o maior detalhe possível, a situação relativa à mudança de prestador de serviços em Portugal (por exemplo também incluindo comparação com outros países), tendo em conta os temas indicados no ponto 3.1 deste documento, assim como outros que se considerem relevantes.

Estratégia e economia do negócio – mudança de prestador de dois ou mais serviços faturados conjuntamente na ótica dos prestadores de serviços

Neste capítulo, deverá ser exaustivamente descrita e analisada a mudança de prestador na ótica dos prestadores de serviços e tendo em conta os temas indicados no ponto 3.2 deste documento. Para o efeito, deverão ser consideradas as respostas às entrevistas por parte das entidades entrevistadas, bem como informação de outras fontes, suportada na revisão de literatura do presente estudo.



Conclusões e recomendações

Neste capítulo deverão ser apresentadas as principais conclusões e eventuais recomendações ao nível da regulação e da formulação de políticas públicas. As recomendações deverão ser solidamente fundamentadas, à luz do quadro legislativo e regulamentar aplicável, da necessidade de salvaguarda dos interesses dos utilizadores finais e do imperativo de se assegurar um tratamento não discriminatório entre todos os agentes económicos presentes no sector.

Lista de acrónimos

Referências de literatura

5. ENTREGÁVEIS

No que se refere às entrevistas na vertente da oferta, deverão ser disponibilizadas à ANACOM as notas de síntese referentes a cada entrevista, no máximo três dias úteis após a realização da mesma.

No que se refere aos inquéritos efetuados aos consumidores, deverá ser disponibilizada à ANACOM informação detalhada sobre os resultados dos pré-testes e sobre os controlos de qualidade utilizados na inquirição. Deverá também ser disponibilizada a base de dados com os resultados dos inquéritos efetuados (em formato Excel e em SPSS) e a ponderação necessária à análise dos dados, no máximo cinco dias úteis após o final do levantamento do trabalho de campo, para que a ANACOM a analise e valide. Também deverá ser disponibilizado à ANACOM o pleno de apuramentos²³ com os resultados de inquirição.

Sendo realizado grupos de foco aos utilizadores de serviços de comunicações eletrónicas cujos serviços são adquiridos na mesma fatura, deverão ser entregues notas de síntese referentes às conclusões obtidas com base em cada um dos grupos, bem como gravação dos mesmos, em áudio e vídeo.

²³ O pleno de apuramentos consiste numa listagem dos principais resultados (em formato .xls).



Finalmente, deverá ser remetido um relatório final à ANACOM com as diferentes vertentes do estudo, o qual deverá incluir a metodologia e outros fatores técnicos associados à inquirição.

6. CALENDARIZAÇÃO DO PROJETO

A proposta a apresentar à ANACOM deverá incluir um cronograma com os diferentes passos do projeto, tais como o período necessário à revisão de literatura, à realização de entrevistas aos prestadores de serviços, à realização os grupos de foco, à realização do inquérito amostral e análise dos dados (de estatística descritiva e do trabalho de modelização dos resultados da inquirição) aos consumidores, entre outros. O cronograma também deverá incluir os tempos necessários (indicativamente cinco dias úteis) para que a ANACOM se pronuncie relativamente aos trabalhos em desenvolvimento, como sejam a aprovação dos instrumentos de notação e guiões de entrevistas ou para comentar os relatórios preliminares e finais remetidos a esta Autoridade.

A realização do estudo não deverá ultrapassar as 18 semanas, as quais já deverão incluir as interações necessárias a realizar com a ANACOM.

7. OUTROS ASPETOS

A ANACOM poderá, querendo, estar presente aquando das diferentes fases de desenvolvimento do projeto, nomeadamente podendo assistir às entrevistas ou no trabalho de campo junto dos consumidores.

Os resultados apurados no estudo devem identificar, claramente e de forma exaustiva, todos os pressupostos, limitações e conclusões da análise descritiva realizada, apresentando igualmente sugestões específicas para se poderem ultrapassar, em futuros inquéritos e análises, as eventuais limitações identificadas.

Devem ainda ser claramente referidas as medidas que foram tomadas para salvaguardar, quando aplicável, a informação de natureza confidencial e os direitos de propriedade intelectual das entidades que contribuam eventualmente com dados e informação para os resultados aferidos.



8. ANEXOS

REVISÃO DE LITERATURA A

No plano teórico, releva-se o trabalho desenvolvido por **Padilla (1995)**, o qual estudou, num horizonte de tempo infinito e recorrendo a um modelo de concorrência duopolística, o efeito dos custos de mudança de prestador sobre o nível de concorrência. De acordo com **Padilla (1995)**, se por um lado os custos de mudança de prestador reduzem os incentivos à existência de desvios relativamente a um acordo de conluio (ao limitar as reações dos consumidores a cortes nos preços), por outro lado também diminuem a severidade das sanções, pelo que aprioristicamente não é intuitivo o efeito destes custos sobre a sustentabilidade de situações de conluio.

De qualquer modo, os resultados desse autor sugerem que os custos de mudança têm um efeito prejudicial sobre a concorrência mas que, num mercado com elevados custos de mudança, as situações de conluio tácito seriam mais difíceis de manter do que num mercado sem custos de mudança, possivelmente porque as recompensas para os prestadores decorrentes da captação de clientes de outros prestadores poderão ser maiores.

To (1996), estudou a mudança de prestador num horizonte de tempo infinito, concluindo que os elevados custos de mudança fazem com que as empresas tendam a explorar, através de preços elevados, a sua base de clientes. No entanto, num segundo momento, estes preços elevados fazem com que a quota de mercado dessas empresas diminua entre os novos clientes que aderem ao serviço, pelos que os preços voltam a baixar, por forma a alargar a base de clientes. Isto pode fazer supor que os custos da mudança de prestador tenham efeitos mais perniciosos sobre a concorrência em mercados em crescimento do que em mercados maduros.

Chen (1997) analisou a mudança de prestador num contexto em que as empresas atuando num determinado mercado maduro podem discriminar os preços praticados entre os atuais clientes e os novos clientes (e.g. oferecendo descontos aos novos clientes para que estes mudem de prestador), com recurso a um modelo de concorrência duopolística em dois momentos. Segundo as conclusões desse autor, a discriminação de preços resulta na prática de níveis de preços médios iguais entre as diferentes empresas atuando no mercado, mesmo quando as suas quotas de mercado são diferentes.

Conclusões adicionais apresentadas por Chen (1997) apontam para que, num mercado maduro: (a) maiores custos de mudança resultem, em equilíbrio, em maior discriminação de preços e (b) exista concorrência mais intensa quando ocorre discriminação de preços do que quando esta inexistente.

Outra implicação dos custos de mudança, pouco estudada, tem a ver com o efeito dos custos de mudança sobre as variáveis macroeconómicas (Beggs e Klemperer, 1990), o que pode contribuir para explicar eventuais evoluções contra cíclicas de preços e respostas menos prontas a variações da taxa de câmbio. No entanto, estas parecem tratar-se de implicações menos relevantes no contexto da presente análise.

Refira-se também, pela sua evidente relevância em termos metodológicos, o estudo desenvolvido por Shy (2002). Esse autor constatou que na prática era virtualmente impossível medir diretamente os custos de mudança (com a exceção de métodos baseados em inquéritos ao consumidor – é o caso, por exemplo, dos estudos da Autoridade da Concorrência (AdC, 2010a) e de Lorincz e Nagy (2007)).

Para ultrapassar esta lacuna, Shy (2002) criou uma metodologia “fácil e simples” de estimar os custos de mudança com base em variáveis observadas, a saber, preços e quotas de mercado das empresas. Esse autor partiu do pressuposto que as empresas operando em cada sector reconhecem os custos de mudança incorridos pelos consumidores e, por isso, maximizam os seus preços sujeitando-os a uma restrição de acordo com a qual nenhuma outra empresa lucraria com a oferta de preços mais baixos por forma a “subsidiar” os consumidores que mudassem de empresa.

De notar que embora Shy (2002) haja aplicado o seu modelo ao STM em Israel e a serviços bancários na Finlândia, este parece generalizável a qualquer outra área de atividade.

Uma das conclusões interessantes do modelo de Shy (2002) é que o aumento dos custos de mudança provoca uma variação positiva sobre os preços. Outra é que mesmo se os custos de mudança fossem nulos, apenas metade dos consumidores mudaria de prestador. Note-se que adiante neste estudo se apresentam estimativas dos custos de mudança de prestador de STM e STF referentes a Portugal, com base no método de Shy.

Um aspecto interessante que este autor remete para o plano da empiria é se os custos de mudança de prestador devem ser analisados de forma “instantânea” ou ao longo de um determinado período, embora pareça privilegiar a primeira abordagem (em função

do seu pressuposto de que a mudança de prestador não é uma atividade muito frequente).

De qualquer modo, uma limitação relevante deste modelo parece ser que o mesmo não distingue os clientes de cada empresa, consoante o seu tempo de permanência nesta.

Por outro lado, o modelo ignora a existência de externalidades de chamada, dado que tem como pressuposto que os clientes escolhem uma rede apenas com base no preço que pagam e nos custos de mudança.

Outra limitação deste modelo, prende-se com o pressuposto de que a composição dos custos de mudança é idêntica entre todos os clientes de cada prestador, o que poderá não aderir à realidade e “esconder” parte da dinâmica concorrencial entre prestadores de serviços, a qual passa pela oferta de soluções tarifárias variadas, a fim de cobrir os principais nichos de mercado (onde, presumivelmente, existem custos de mudança diferentes). Esta dinâmica poderá ajudar a explicar, por exemplo, em Portugal e no STM a criação dos tarifários *low-cost*, naquela que parece ser uma estratégia de discriminação de preços.

Focando-nos agora nos estudos de natureza predominantemente empírica, é possível admitir - em especial nos casos em que os preços intrarrede são significativamente inferiores aos preços inter-redes (como é o caso do STM)²⁴ – que o facto de a rede de contactos mais próximos (e.g. família e amigos) ser cliente do mesmo prestador do serviço pode constituir um obstáculo à mudança de prestador por parte de um dado indivíduo, tendo em conta o acréscimo de custos decorrentes do concomitante aumento do volume de chamadas inter-redes. Isto apesar de certos prestadores de STM disporem de tarifários com preços idênticos para chamadas intrarredes e inter-redes, os quais, todavia, poderão ainda assim ser superiores aos preços intrarrede mais baixos disponibilizados por cada prestador. Desde finais de 2005, com o surgimento dos tarifários *low-cost* (UZO, Vodafone Directo e Rede4), com preços substancialmente inferiores aos até então praticados, estas ofertas ganharam um público mais generalizado.

²⁴ Note-se que, conforme se discutirá mais detalhadamente adiante, a diferença de preços entre chamadas intrarrede e inter-redes é muito menor no STF *vis-à-vis* o STM, facto para o qual contribuiu decisivamente a regulação, nomeadamente em Portugal, das diferenças de preços retalhistas de chamadas inter-redes no STF, com base na diferença entre o preço retalhista das chamadas intrarrede e o preço de terminação na rede fixa do prestador que termina a chamada.



Neste contexto, afigura-se interessante o estudo desenvolvido por Corrocher e Zirulia (2009), baseado em dados de um inquérito realizado a 139 estudantes italianos²⁵, o qual apresenta dois objetivos no âmbito do STM.

O primeiro é ver até que ponto cada pessoa valoriza os seus contactos quando seleciona um prestador (efeitos de rede locais); o segundo é identificar as características daqueles que valorizam mais os seus contactos no processo de escolha de operador. De notar que, no modelo adotado (análise fatorial seguida de análise de *clusters*), se recorrem a variáveis “dummy” para identificar se são efetivamente os estudantes (e não, por exemplo, os pais) a suportar os custos das chamadas e se o prestador a que aderem tem planos tarifários que beneficiem as ligações mais frequentes (família e amigos).

Os resultados do estudo supramencionado sugerem que os utilizadores que conferem maior importância à sua rede de contactos são mais intensivos e conhecem melhor as características das ofertas disponíveis do que os restantes. Este tipo de utilizadores tem custos menores do que aqueles que se poderiam esperar, dado o seu padrão de uso. Segundo os autores, isto mostra que, mesmo após implementação da portabilidade do número, os custos de mudança de operador não se encontram completamente eliminados tendo em conta a importância atribuída à rede de contactos.

Maicas et al (2009) procuraram analisar - no mercado espanhol de STM e no período compreendido entre Janeiro de 2001 e Dezembro de 2004²⁶ - os custos da mudança de prestador a nível do utilizador individual e averiguar o impacto da portabilidade do número nesses custos. Para este efeito, recorreram à aplicação de um modelo hierárquico linear sobre uma amostra de 287 assinantes que mudaram de prestador no período mencionado, dos quais 79 requereram a portabilidade do número.

Os resultados apontam no sentido que os clientes que mantêm o número quando mudam de prestador têm custos de mudança inferiores aos dos clientes que não mantêm o número²⁷. Isto, conforme destacam os autores, evidenciaria que a

²⁵ Uma possível limitação da amostra, para além da sua reduzida dimensão, parece ser a existência de uma relativa distorção a nível do género (29% de inquiridos do género feminino e 71% do género masculino).

²⁶ Note-se que, nesse período, existiam no referido mercado três prestadores (Movistar, Vodafone e Amena), com níveis concorrenciais relativamente baixos.

²⁷ No modelo de custos de mudança de prestador, a variável “portabilidade do número” é interpretada como uma variação no custo de mudança (utilidade marginal de mudar) que pode ser atribuída à portabilidade do número. Um sinal positivo (negativo) indicaria que a portabilidade do número (manter o número) aumentaria (reduziria) os custos de mudança.

portabilidade parece beneficiar sobretudo os clientes que recorrem à mesma e não os clientes como um todo.

Outros resultados interessantes apresentados por Maicas *et al* são os seguintes:

- a) Quando mais longa tiver sido a relação entre o cliente e o prestador e quanto maior o volume de serviços contratados, maior a possibilidade de o cliente manter o número quando muda de prestador;
- b) Os clientes com um nível etário mais alto têm uma menor probabilidade de manter o número quando mudam de prestador;
- c) A probabilidade de portabilidade do número não parece estar estatisticamente ligada ao prestador de onde o cliente é originário.

Grzybowski (2008) estuda também os custos de mudança de prestador de STM mas no Reino Unido (no período compreendido entre 1999 e 2001), com recurso à aplicação de modelos Logit a dados de painel (contando com cerca de 2 600 observações por ano)²⁸.

De acordo com as conclusões deste autor, os custos de mudança de prestador variam significativamente entre prestadores (os clientes da Orange teriam os maiores custos de mudança, ao passo que os da Vodafone teriam os menores).

Ainda segundo o mesmo autor, são os custos de mudança de prestador e também os gostos persistentes do consumidor que enformam a escolha de um dado prestador²⁹. A probabilidade da mudança dependeria, em especial, da idade (tal como no estudo de Maicas *et al*, quanto maior a idade, menor a probabilidade de mudança) e do tipo de ocupação dos tempos livres (os leitores de livros e as pessoas que se ocupam em afazeres domésticos teriam maior probabilidade de mudança).

Grzybowski e Pereira (2007) analisaram também os custos de mudança de prestador de STM em Portugal, recorrendo à construção de modelos logit multinomiais e mistos suportados por dados de painel da Marktest referente a volumes de faturação mensal para 800 consumidores residentes no continente, no período compreendido entre Abril de 2003 e Março de 2004.

²⁸ Cobrindo os prestadores Cellnet, Orange, Vodafone e One2One.

²⁹ Uma vez que nem todos os gostos dos consumidores são observáveis, o autor admite que os custos de mudança de prestador poderão ter sido sobre-estimados.



Embora a apreciação deste artigo fique prejudicada pela não divulgação dos dados e análises quantitativas, destaca-se que os custos de mudança de prestador foram considerados “muito elevados”. Ainda assim, os autores sustentam que mesmo que os custos de mudança fossem nulos, as quotas de mercado dos prestadores pouco se alterariam em termos relativos. Isto devido a preferências duradouras dos consumidores por determinadas marcas e à existência de efeitos de rede associados a tarifários diferenciadores (sendo que estes últimos poderiam ser também considerados, de certo modo, uma expressão dos custos de mudança).

Swann e Birke (2006) procuraram explicar (com base em dados de mercado do Ofcom e de questionários sobre padrões de utilização) até que ponto as escolhas individuais de prestador de STM no Reino Unido dependem das escolhas de prestador dos restantes membros do agregado familiar *vis-à-vis* a dimensão da rede de cada operador.

Interessantemente, concluíram que parte da diferença entre a percentagem de tráfego intrarrede e a percentagem de tráfego inter-redes não é explicável apenas pela diferença de preços retalhistas (tal como parece acontecer também em Portugal), podendo radicar, nomeadamente, em custos de mudança de rede (e.g. portabilidade), falta de informação e inércia do utilizador.

Quanto à escolha que cada indivíduo faz do seu prestador, Swann e Birke (2006) concluíram que a escolha de uma mesma rede móvel por cada membro do agregado familiar é um fator muito mais importante do que a dimensão (em termos de volume de aderentes) de cada uma das redes suscetíveis de escolha, de tal modo que a existência de 9.2 milhões de utilizadores “anónimos” teria o mesmo impacte do que a adesão à mesma rede de apenas um membro do agregado familiar. Isto não preclui, obviamente, que o agregado familiar, no seu conjunto, tenda a escolher preferencialmente a rede de maior dimensão.

Srinuan e Bohlin (2009) estudaram o impacte da introdução da portabilidade do número (ocorrida no final de 2001) na Suécia a nível do STM, com recurso a um método indireto baseado no “modelo de Shy”. De notar que, no período coberto pela análise, menos de metade dos consumidores que mudou de prestador pediu a portabilidade do número, resultando daí que a *ratio* entre volume de números portados e o total de clientes do STM fosse de aproximadamente 4%.

Os autores concluíram que os custos de mudança do prestador histórico (Telia) para a Tele2 e para a Telenor teriam vindo a reduzir-se mais de 50% no período de oito anos,



apenas não se tendo reduzido mais devido à subsidiação de equipamentos terminais (presume-se que associada a condições de “fidelização”) e porque a Telia introduziu tarifários diferenciadores de chamadas intrarrede e inter-redes.

Lee *et al* (2006) estudaram a problemática dos custos de mudança de prestador no âmbito do STM na Coreia do Sul (após a implementação da portabilidade do número em 2004) com base num modelo de análise conjunta, suportado nos resultados de um inquérito efetuado a 500 residentes de Seul.

Estes autores concluíram que os custos de mudança de prestador terão diminuído após a implementação da portabilidade do número, mas são ainda elevados tendo em conta, nomeadamente, a reputação de elevada qualidade de serviço associada ao operador histórico, aspecto este positivo para os utilizadores.

Entre as potenciais medidas que Lee *et al* (2006) identificaram para efeitos de diminuição dos custos de mudança, é possível destacar as seguintes:

- a) Publicação periódica, por uma entidade independente, dos níveis de preços e qualidade de serviço dos diferentes prestadores;
- b) Implementação de um processo expedito para mudança de prestador, através da internet;
- c) Criação de um sistema de faturação comum a todos os prestadores, para maior facilidade no acerto de contas, após rescisão do contrato;
- d) Transferência, entre prestadores, de pontos associados a programas de “fidelização”.

Lyons (2006) procurou averiguar o impacto da portabilidade do número, no âmbito do STM, sobre os preços e o “*churn*”³⁰, com base num modelo OLS, alimentado por uma base de dados englobando 38 países (incluindo quase todos da OCDE, sendo os restantes países em vias de desenvolvimento), com observações trimestrais para o período compreendido entre o início de 1999 e meados de 2004.

As conclusões deste autor sugerem que, nos países em que o prazo para se concluir a portabilidade é igual ou inferior a cinco dias, os preços têm tendência a cair (em média

³⁰ O *churn* (ratio entre o número de clientes que se desliga de uma determinada rede e o número total de clientes dessa rede) foi adotado por Lyons (2006) como *proxy* da mudança de prestador, pese embora nem todos os clientes que se desliguem de um prestador se mudem necessariamente para outro.



cerca de 6.6% no curto prazo e 12% no longo prazo) e o “churn” tem tendência a aumentar (cerca de 13.6% no curto prazo e 34.7% no longo prazo).

Grzybowski (2005) analisou o impacto da portabilidade, no âmbito do STM e dos Estados-Membros da UE15 e nos anos de 1998 a 2002, sobre os preços, com base num modelo econométrico englobando variáveis de dois tipos: regulatórias e não regulatórias. (e.g. rendimento *per capita* em paridades de poder de compra, população total, etc).

Para avaliar os preços do STM, recorreu-se a variáveis exógenas (de natureza regulatória, tais como a existência ou não de portabilidade, revendedores de serviço móvel e liberalização total do STF) e a variáveis determinantes do custo marginal (tais como o custo-hora do trabalho, as taxas de juro para remuneração de obrigações do tesouro a 10 anos e o custo da eletricidade).

As conclusões do estudo sugerem que a portabilidade resulta na diminuição dos preços, já que a concorrência era maior e os preços mais baixos nos países que já a haviam implementado.

Knittel (1997) estudou os custos de mudança de prestador para chamadas de longa distância nos EUA³¹, no período de 1984 a 1993.

O referido economista concluiu que os custos de mudança eram economicamente significativos e influenciavam as margens dos três principais prestadores, constituindo uma fonte de poder de mercado para estes. Por outro lado, a redução dos preços cobrados pelos prestadores quando o cliente mudava de prestador e o aumento da publicidade (ao permitir melhores comparações de preços) deveriam diminuir substancialmente os custos de mudança.

Viard (2006) estudou o impacto da portabilidade de números gratuitos para o chamador (“números verdes”) sobre os preços desses serviços nos EUA, após a introdução da portabilidade, em 1993, para aquele tipo de número, com recurso a dados referentes a um período de quatro anos (três anos antes e um ano depois da introdução da portabilidade). A conclusão encontra-se em linha com o apurado pela generalidade dos estudos já mencionados sobre o impacto da portabilidade dos números do STM sobre o preço, sendo que neste caso se estimou que o preço que o cliente médio pagava pela contratualização dos “números verdes” teria baixado 14%.

³¹ Abrangendo a AT&T, a MCI e a Sprint.

Krafft e Salies (2006) analisam os custos de mudança de prestador de SAI em França, em 2005, com recurso ao “modelo de Shy”. Os resultados do estudo sugerem que os custos de mudança de clientes dos dois principais prestadores de SAI (FT e Free) eram substancialmente superiores aos dos restantes sete prestadores. Para isto contribuiriam as vantagens de “primeiro entrante” da FT e o facto de à tecnologia Wifi da Free se encontrarem associados alguns custos de aprendizagem. De notar que estes resultados sugerem também que a probabilidade de a FT ganhar de volta alguns dos clientes “perdidos” para os novos entrantes poderia ser considerada relativamente elevada.

Lorincz e Nagy (2007) estudaram os custos de mudança de prestador na Hungria, no âmbito do STF, do STM e do SAI, recorrendo a um questionário *online* (assente no método das preferências declaradas) levado a cabo por uma empresa de pesquisa de mercado em Setembro de 2007, ao qual se encontrava associada uma amostra de 2.5 mil indivíduos.

Este inquérito englobou um conjunto assinalável de fatores, tais como os custos de pesquisa de informação referente às diferentes ofertas, os custos de comparação entre as ofertas dos diferentes prestadores, o cancelamento do antigo contrato, a celebração do novo contrato, a aprendizagem da utilização do novo serviço, a instalação do novo serviço, o risco ou incerteza associados à mudança, a satisfação do consumidor e as condições de “fidelização”.

Segundo as conclusões do inquérito, mudar de prestador de STM é considerado relativamente mais fácil e com menos custos do que mudar de prestador de STF e de prestador do SAI.

Contrariamente ao que seria de esperar, as pessoas com idade superior a 30 anos pareciam lidar melhor com a mudança de prestador. Os custos de cancelamento do contrato antigo eram aqueles que mais contribuíam para a dificuldade de mudança, sendo outros fatores considerados negligenciáveis (e.g. custos com procura de informação e custos de aprendizagem) ou pouco importantes (e.g. custos de comparação entre ofertas de diferentes prestadores e custos com celebração de novos contratos). Em qualquer caso, a existência de condições de “fidelização” aumentava os custos de mudança.

De particular relevância para Portugal será o estudo da **AdC (2010)** “Mobilidade dos consumidores no sector das comunicações eletrónicas”, tendo por objeto “a *caracterização da mobilidade dos consumidores e fatores que a condicionam no sector*”



das comunicações eletrónicas em Portugal”, mais concretamente no âmbito do STF, STM, do SAI em banda larga e dos clientes de ofertas em pacote – todos no âmbito do segmento residencial.

O estudo supramencionado fundamenta as suas conclusões nos resultados de um inquérito conduzido pela Marktest aos consumidores de serviços de comunicações eletrónicas, em dados recolhidos junto dos principais prestadores de serviços e em estatísticas divulgadas pelo ANACOM e pela CE.

Sintetizam-se seguidamente as principais conclusões do estudo:

- a) Os consumidores portugueses teriam um reduzido envolvimento na contratação dos serviços (tanto isoladamente como em pacote) – cerca de 70% apresentaria um comportamento inativo ou passivo - com a relativa exceção dos clientes de acesso à internet em banda larga e de ofertas em pacote;
- b) A mudança de prestador, por ano, dar-se-ia a níveis reduzidos - menos de 5 em cada 100 clientes de STM e cerca de 10 em 100 clientes para os restantes serviços – sendo os clientes de pacotes “*dual play*” os que mais mudam (12 em cada 100 clientes mudam de prestador);
- c) Entre os clientes que adquirem serviços isoladamente, 65% nunca mudou de prestador;
- d) As duas razões mais relevantes para os consumidores portugueses não mudarem de prestador seriam a satisfação com os preços e com a qualidade, a que acresceria no caso do STM o facto de os familiares e amigos pertencerem à mesma rede;
- e) O nível médio de dificuldade de mudança sentido pelos consumidores portugueses é moderado, sendo mais elevado para os clientes que não mudaram de prestador nos últimos dois anos;
- f) Os custos de mudança de prestador, percecionados pelos consumidores, estimar-se-iam, na aquisição de serviços isoladamente, entre cerca de 10 euros (nos casos em que há portabilidade do número) e mais de 13 euros (nos casos em que não há portabilidade do número);

- g) No caso dos clientes de pacotes de serviços, os custos de mudança seriam inferiores ao somatório dos custos de mudança dos serviços individualmente considerados³²;
- h) As ferramentas de comparação tarifária seriam consideradas importantes pela generalidade dos consumidores, ao passo que a portabilidade seria considerada importante especialmente pelos clientes de STF.

Finalmente, é bom relevar que embora a portabilidade apresente o conjunto de benefícios já mencionados, não é isenta de custos (os quais se afigura, todavia, ficarem aquém dos benefícios).

Entre estes custos, **Buheler et al (2006)** destacam, para além das despesas de investimento decorrentes da implementação de um sistema global de portabilidade, os custos diretos associados à portabilidade de cada número individual, os custos adicionais de transporte de chamadas e os associados à falta de transparência tarifária (na ausência de um aviso, os chamadores podem não saber que estão a ligar para um número portado, o que será importante no caso de diferenciação entre preços intrarrede e inter-redes).

Buheler e Haucap (2004) sugerem também que a falta de transparência tarifária geraria incentivos para que os prestadores do STM aumentem os seus preços de terminação, explorando a ignorância do chamador quanto à rede para a qual ligam.

REVISÃO DE LITERATURA B

CANAIS DE MUDANÇA

O WIK-Consult (2015) conduziu grupos de foco na Croácia, República Checa, Grécia e Suécia para aferir as opiniões dos consumidores sobre os serviços de acesso à internet (SAI). Uma das questões efetuadas aos consumidores foi sobre os principais canais que utilizam na pesquisa por um novo prestador de SAI. Quando questionados sobre que passos dariam se pensassem em mudar de prestador, surgiram como exemplos de fontes de informação amigos, família, colegas ou vizinhos, sítios dos prestadores na Internet, os estabelecimentos locais dos prestadores, anúncios, comparação de preços

³² Interessantemente, no caso das ofertas em pacote, no estudo de Lorincz e Nagy (2007) sobre a Hungria, foi aferida a percepção dos custos de mudança de prestador nos pacotes *dual play* (e.g. SAI e STF), tendo-se concluído que os custos de mudança de prestador eram equiparáveis aos custos de mudança de prestador no caso da aquisição destes serviços isoladamente.

no *Pricerunner*³³. As chamadas telefónicas de *marketing* dos prestadores ou o contacto com os seus representantes de vendas constituem uma fonte de informação sobre oportunidades especiais (e.g. aplicações gratuitas).

CONCORRÊNCIA

A FCC (Federal Communications Commission) (2010), Autoridade Reguladora Nacional (ARN) dos Estados Unidos da América (EUA), num estudo baseado num inquérito conduzido nos EUA entre 19 de abril e 2 de maio de 2010, segmentou a amostra em estudo entre pessoas que afirmaram poder escolher entre prestadores de SAI e pessoas que não o podiam fazer, situação que se pensa ser ilustrativa de um aparente défice de concorrência no mercado. Esta extrapolação parece ser corroborada por outro estudo da FCC (2014), o qual concluiu que à medida que a velocidade do SAI de banda larga aumenta, o número de prestadores capazes de oferecer essa velocidade decresce. Para débitos descendentes de 50 Mbps e débitos ascendentes de 3 Mbps, 82% dos lares apenas dispõem de um prestador capaz de oferecer esse serviço. O documento da FCC (2014) realça a importância da concorrência na prestação de melhores serviços aos consumidores e no desenvolvimento das redes, utilizando o exemplo da entrada da Google em alguns mercados geográficos (Kansas City e Austin), fator que levou as empresas que já operavam naqueles mercados a melhorar as suas ofertas.

Segundo o WIK-Consult (2015), participantes nos grupos de foco de regiões da Croácia nas quais se percecionava existir um monopólio relataram predominantemente experiências negativas com o seu prestador de SAI.

CUSTOS DE MUDANÇA

O BEREC/ORECE (2016) aborda a temática dos custos de mudança no contexto da Internet das Coisas que são, atualmente, ainda bastante elevados (requerem, por exemplo, uma mudança no *hardware* do equipamento).

Calvo-Porrá e Lévy-Mangin (2016), baseando-se numa amostra de 370 indivíduos obtida em Espanha, afirmaram que os custos de mudança têm um poder explicativo menor sobre a satisfação e lealdade dos clientes de serviços de telemóveis inteligentes, sendo que o valor percecionado do serviço é o fator que mais impacto exerce na satisfação e lealdade do cliente (tema abordado em maior detalhe adiante).

³³ Serviço de comparação de preços lançado em 1999. Endereço eletrónico: <http://www.pricerunner.co.uk/>

Ting (2014), por via da análise de dados obtidos através de questionários apresentados a uma amostra constituída por consumidores de STM em Taiwan, expõe que os custos de mudança são insignificantes para explicar a intenção de recompra dos consumidores. Este estudo propõe que a satisfação do cliente é o fator crucial para explicar a intenção de comprar novamente um serviço.

Diversamente, Czajkowski e Sobolewski (2013), através de dados de preferências declaradas, recolhidos através de propostas de escolhas discretas conduzidas na Polónia, em 2013, com a participação de uma amostra representativa de utilizadores de STM, concluíram que os custos de mudança influenciam de forma importante a escolha dos consumidores. Estes autores afirmam que os principais custos de mudança consistem na portabilidade de número (tema abordado em maior detalhe adiante) e na inércia dos consumidores.

Grzybowski e Liang (2015) conduzem um estudo, em 2013, numa cidade europeia, que possui cobertura total tanto de ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*) como de fibra ótica, cuja análise é baseada na estimação de modelos de escolha discreta tendo em conta a informação prestada por cada indivíduo presente na amostra. Os autores consideram que os custos de mudança se referem primordialmente ao período de fidelização e à inércia dos consumidores e estimam que na ausência de custos de mudança, o excedente dos consumidores seria mais elevado em €49,5 no final do ano de 2013.

O custo de mudança associado à inércia dos consumidores, já referido anteriormente por alguns autores, é abordado novamente por WIK-Consult (2015) com a maioria dos participantes checos a afirmar que a mudança de prestador está associada a tarefas inconvenientes: o processo de recolha de informação, comparação de ofertas, etc.

A FCC (2010), por outro lado, procurou inquirir os consumidores estadunidenses para perceber quais os custos de mudança mais frequentemente mencionados. Os custos de instalação de um novo serviço foram o fator mais vezes referido como obstáculo à mudança de prestador de SAI. Outros fatores mencionados incluem o incómodo associado à mudança, a necessidade de depositar uma caução para o novo serviço, a necessidade de mudança do seu pacote atual, a mudança do endereço de correio eletrónico e a necessidade de pagar um valor para rescindir o contrato celebrado com o prestador atual. A FCC (2014) admite que após a escolha de um prestador os



consumidores enfrentam custos de mudança muito elevados (que vão ao encontro dos mencionados em FCC (2010)).

Martins et al (2013), através de um inquérito apresentado a uma amostra de utilizadores de telemóvel no Brasil e na Alemanha entre março e abril de 2009, concluem que os custos de mudança impactam significativamente as barreiras à mudança afirmando posteriormente que esta é uma possível área de intervenção por parte dos reguladores de forma a fomentar a concorrência.

O custo de mudança abordado por Nakamura (2010) consiste na interoperabilidade do SIM (*Subscriber Identity Module*). O inquérito de preferências declaradas de suporte a este estudo foi conduzido no Japão, em dezembro de 2007. Os resultados deste estudo sugerem que o desbloqueamento do SIM beneficia muito com plataformas de telemóveis e equipamentos standardizados onde todos os conteúdos da Internet estão disponíveis. Mesmo caso se mantivesse a incompatibilidade das plataformas atuais os resultados sugerem que ainda assim, pelo menos 20% dos consumidores beneficiariam do desbloqueamento dos cartões SIM. O autor finaliza com a ideia de este desenvolvimento poderia potencialmente reduzir os custos de mudança de prestador.

A OCDE (2008) foca-se nos custos de mudança numa perspetiva de identificação dos problemas que afetam os consumidores de serviços de comunicações eletrónicas. A identificação destes custos vai largamente ao encontro dos já referidos anteriormente por outros autores, como a portabilidade do número ou a interoperabilidade.

Rhodes (2013) encontrou evidência que sugere que custos de mudança conduziram a preços mais baixos. Os efeitos dos custos de mudança no bem-estar dos consumidores também foram abordados tendo sido considerado que os custos de mudança são uma forma de transferir excedente dos consumidores mais antigos para os mais recentes. Quando o preço de equilíbrio é menor devido aos custos de mudança os consumidores mais recentes têm o benefício de pagar este preço menor enquanto os consumidores mais antigos arcam com os custos de mudança direta (pagando os custos de mudança diretamente) ou indiretamente (comprando um produto inferior para evitar incorrer nos mesmos custos de mudança). Quando os consumidores são relativamente impacientes este dilema é favorável e o bem-estar dos consumidores aumenta.

Park e Koo (2016), num estudo empírico suportado por um inquérito de preferências declaradas a utilizadores de telemóveis inteligentes, conduzido na Coreia do Sul, caracterizam os custos de mudança como estando associados ou à mudança de

equipamento (telemóvel inteligente) ou à mudança de sistema operativo. Os autores sugerem que a valorização positiva que os utilizadores sul-coreanos fazem da substituição do seu telemóvel inteligente não é surpreendente devido à desvalorização que os equipamentos sofrem ao longo do tempo devido a obsolescência. É também mencionado que o custo de mudança associado à substituição do equipamento depende do nível de escolaridade do utilizador, do período de posse do equipamento atual, da tendência de ser o primeiro a adotar o novo equipamento e da incerteza acerca da compatibilidade de aplicações previamente adquiridas. Em relação à mudança de sistema operativo, os custos de mudança aumentam com o custo das aplicações, dos acessórios e com a incerteza acerca da possibilidade de subidas de preço após a transição de sistema operativo. Também referido pelos autores, apesar de não ter sido analisado no estudo, é o facto dos custos de mudança associados à mudança de sistema operativo aumentarem com o número de equipamentos inteligentes que os utilizadores possuem.

EFEITOS DE REDE

Os efeitos de rede são uma barreira à mudança principalmente abordada por Czajkowski e Sobolewski (2013), através de dados recolhidos na Polónia, em 2013. Os autores afirmam que a intensidade destes efeitos de rede está principalmente relacionada com a percentagem do grupo da família e dos amigos que usam o mesmo operador, e não com o número total de clientes do operador.

FACILIDADE DE MUDANÇA

A Comissão Europeia (2014), através de entrevistas presenciais realizadas na casa dos respondentes nos 28 Estados Membros da União Europeia (UE) entre 18 e 27 de janeiro de 2014, questionou uma amostra de consumidores que mudaram efetivamente de prestador de serviço de telefonia móvel (STM), SAI, STF (serviço de telefonia fixo), serviços de televisão por subscrição (STVS) e/ou serviços em pacote, em relação ao grau de facilidade do processo. Na União Europeia como um todo, 33% dos entrevistados afirmou ter sido muito fácil, 43% relativamente fácil, 11% relativamente difícil, 4% muito difícil e 9% não sabe. Em Portugal, os entrevistados reportaram um grau de dificuldade superior sendo que 22% afirmou ter sido muito fácil, 52% relativamente fácil, 15% relativamente difícil, 5% muito difícil e 6% não sabe.

A FCC (2010) concluiu que 63% dos utilizadores de SAI em banda larga que afirmaram poder escolher entre prestadores de SAI, disseram que seria fácil mudar de prestador.

A ComReg (Commission for Communications Regulation) (2014), ARN da Irlanda, não recorre a dados empíricos, mas também realça a importância da facilidade na mudança de prestador como elemento fomentador da concorrência.

A OCDE (2008), por seu lado, é mais específica alertando que a junção de vários serviços num só pacote pode ser benéfica para os consumidores mas também poderá restringir a facilidade de mudança uma vez que a mudança de prestador de um serviço implica uma mudança geral.

FIDELIZAÇÃO

O BEREC/ORECE (2016) aborda a questão da fidelização na perspetiva dos serviços da Internet das Coisas, e que este aspeto assume grande relevância uma vez que a mudança de prestador de serviço de conectividade poderá, em muitos casos, forçar a mudança da tecnologia de conectividade e a mudança do *hardware* relacionado.

Grzybowski e Liang (2015), por via de dados de 2013 recolhidos numa cidade europeia, concluem que existiram custos de mudança substanciais entre prestadores que restringem a capacidade dos consumidores escolherem o melhor serviço. Estes custos de mudança são mais pronunciados para os consumidores que estão sob obrigações contratuais e dependem positivamente do número de meses remanescentes no contrato. Martins et al (2013) apresentam resultados contraditórios, para o Brasil e Alemanha em 2009, afirmando que a perceção de se estar fidelizado ao contrato não apresenta um impacto significativo nas barreiras à mudança.

As conclusões de Nakamura (2010), que se baseia em dados de inquérito conduzido no Japão em dezembro de 2007, já apresentadas em cima são novamente aplicáveis a esta temática já que a necessidade de adquirir um novo equipamento quando se pretende mudar de prestador constitui um custo causado pela fidelização ao prestador atual. A OCDE (2008) apresentou uma posição análoga, afirmando que a ausência de interoperabilidade (entre os equipamentos e os operadores) que força os consumidores a comprar um novo equipamento se pretenderem mudar de prestador pode inibir o processo de mudança.

PERCENTAGENS DE MUDANÇA

Vários estudos procuram igualmente perceber quais as percentagens de consumidores que mudaram efetivamente de prestador num determinado horizonte temporal.

ed

A Comissão Europeia (2014), por exemplo, efetuou um estudo desta índole no qual é possível concluir que para a maior parte dos serviços estudados (pacotes, STM – serviço de telefonia móvel, SAI, STF - serviço de telefonia fixa e STVS – serviço de televisão por subscrição) Portugal está entre os países da UE em que uma maior percentagem da amostra afirma já ter mudado de prestador. Inclusivamente, Portugal apenas se situava abaixo da média da UE na percentagem de respondentes que afirma já ter mudado de prestador de STM. Para todos os outros serviços, Portugal situa-se acima da média da UE sendo inclusivamente o país em que a percentagem mais elevada de respondentes afirma já ter mudado de prestador de STF.

A FCC (2010), por via de dados de inquérito conduzido em 2010, conclui que 36% dos utilizadores estadunidenses de SAI presentes na amostra mudaram de prestador nos três anos anteriores enquanto 62% não o fizeram. Dos que não mudaram de prestador de SAI, 30% consideraram fazê-lo enquanto 69% não o consideraram fazer. Dos utilizadores de SAI de banda larga que afirmaram poder escolher entre prestadores de SAI, 21% afirmou que consideraria seriamente mudar o seu prestador.

O Ofcom (Office of Communications) (2015a), ARN do Reino Unido, conduziu um estudo que consistiu em acompanhar uma amostra de consumidores de serviços de comunicações eletrónicas que pretendiam mudar de prestador de SAI em banda larga, STF, STVS e/ou serviços móveis. No final (o trabalho de campo foi conduzido entre abril e novembro de 2014), ligeiramente mais de um terço da amostra mudou efetivamente de prestador. O Ofcom (2015b) expõe que, nos 12 meses até julho de 2014, 13% dos consumidores mudaram pelo menos um serviço de comunicações eletrónicas, o que compara com 20% em 2013 e 19% em 2012. As taxas de mudança de prestador dos serviços móveis caíram também, de 9% para 6% entre 2013 e 2014.

O The Centre for Market and Public Organisation (2014) conduziu entrevistas presenciais e *online*, em Março de 2010, a uma amostra representativa da população do Reino Unido desenhadas para aferir o número de subscrições, a satisfação e os comportamentos de mudança de prestador de SAI fixo em banda larga, STM, STF e STVS. Em particular foi analisado o impacto da oferta em pacote de quatro serviços de comunicação comuns, por parte de um prestador, na probabilidade de um indivíduo mudar de prestador, tendo sido concluído que quando os indivíduos subscrevem um serviço como parte de um pacote de um prestador único têm uma probabilidade significativamente menor de mudar de prestador desse serviço (esta conclusão vai ao



encontro de uma das advertências da OCDE (2008) mencionada no final do capítulo 6 deste documento).

PORTABILIDADE DE NÚMERO

A ComReg (2012) salienta que a portabilidade de número já está em vigor na Irlanda há muitos anos e constitui uma forma de incentivar a concorrência entre prestadores de serviços fixos e móveis. Czajkowski e Sobolewski (2013) vão mais longe, quantificado o seu impacto, em 2013, na Polónia: a portabilidade de número constitui aproximadamente 50% do inconveniente associado à mudança de prestador, sendo que a amostra utilizada valorizou a possibilidade de portabilidade de número em 13€. As pequenas empresas têm uma disponibilidade maior para pagar por esta funcionalidade (19€).

A OCDE (2008) admite também que a portabilidade de número desempenha um papel importante na promoção da competição através da remoção do custo e inconveniência de mudar o número de telefone quando se muda de prestador.

O Ofcom (2015a) concluiu que cerca de dois terços das pessoas que mudaram de prestador de STM portaram o seu número enquanto todos os que mudaram de prestador de STF portaram o seu número. Também o Ofcom (2015b), na sequência da sua análise em relação às percentagens decrescentes de mudança de prestador, propõe a simplificação do processo de portabilidade do número para contrariar esta tendência.

PREFERÊNCIAS DOS CONSUMIDORES

No que concerne às preferências dos consumidores, Paulrajan e Rajkumar (2011) concluíram que, na Índia, o preço tem uma importância significativamente positiva na perceção dos consumidores aquando da escolha de prestador do serviço de telecomunicação móvel. O estudo mostra igualmente que a qualidade e disponibilidade do serviço tem também um impacto significativo na escolha de prestador.

O WIK-Consult (2015) recolheu informações sobre preferências dos consumidores nos diferentes países em estudo (Croácia, República Checa, Grécia e Suécia). Sumariamente os critérios mais importantes para a escolha do prestador são o preço, a velocidade e estabilidade da conexão, um bom serviço de apoio ao cliente, a reputação do prestador, a oferta de aditivos interessantes (e.g. aplicações gratuitas), a oferta de pacotes atrativos, a ofertas de bónus especiais (e.g. tablete gratuito) e idealmente um contrato curto.

Park e Koo (2016), através de um inquérito conduzido na Coreia do Sul, concluíram que os utilizadores inquiridos valorizam positivamente a mudança de equipamento: os utilizadores preferem substituir, em vez de manter, o seu equipamento. Em relação ao sistema operativo os utilizadores preferem manter o mesmo sistema operativo quando mudam de equipamento.

PROCESSO DE MUDANÇA

O Ofcom (2013) considerou três grupos de opções para melhorar o processo de mudança de prestador dos serviços de telecomunicações: a manutenção dos processos existentes com melhorias incrementais, a harmonização para um processo de mudança de prestador liderado pelo novo prestador ou a harmonização para um novo processo de mudança de prestador liderado pelo antigo prestador. A decisão foi no sentido de melhorar o processo de mudança liderado pelo novo prestador, denominando o novo processo GPL NoT+ (*Gaining Provider Led Notification of Transfer*).

O Ofcom (2015a) aborda novamente o processo de mudança de prestador desta vez não de uma perspetiva de alteração “formal” do processo mas no sentido de acompanhar consumidores que pretendiam mudar o prestador de um ou mais serviços de comunicações durante o processo de mudança. Este processo de mudança de prestador foi caracterizado como tendo quatro fases: decisão de abordar o mercado, avaliação das ofertas disponíveis, negociação com os prestadores, efetivação da mudança de prestador.

A ARN do Reino Unido (Ofcom (2015b)) revela novamente preocupações ao nível do processo de mudança de prestador, reforçando que este deve ser liderado pelo novo prestador de modo a melhorar a experiência do consumidor com o processo.

SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES

Calvo-Porrá e Lévy-Mangin (2016) estudaram especificamente a relação entre os custos de mudança de prestador de serviços de telemóveis inteligentes e a satisfação e lealdade dos clientes, em Espanha. Os resultados mostram que o valor percebido do serviço é o fator que mais impacto exerce na satisfação e lealdade do cliente sendo que os custos de mudança têm um poder explicativo menor sobre a satisfação e lealdade dos clientes.

Os resultados apresentados por Martins et al (2013) para o Brasil e Alemanha em 2009, mostram que o grau de satisfação dos consumidores tem uma relação inversa com a



intenção de mudar de prestador em ambos os países visados no estudo. Este fator é o que exerce um efeito maior na intenção de mudar de prestador.

Ting (2014) relaciona os custos de mudança com a intenção de voltar a comprar o serviço de que se dispõe, no sul de Taiwan, concluindo que a relação entre estas duas variáveis é insignificante. O autor estabelece que é o grau de satisfação dos clientes que determina a intenção de recompra do serviço sendo que apenas quando os consumidores apresentam um nível de satisfação médio tendem a considerar cuidadosamente os custos de mudança.

O estudo do WIK-Consult (2015) apresenta uma perspetiva empírica, analisando os graus de satisfação com os prestadores de SAI na Croácia, República Checa, Grécia e Suécia. Os consumidores reportam níveis de satisfação globalmente altos numa escala de 1-6 (1 significa muito satisfeito e 6 muito insatisfeito). Na República Checa e na Suécia, as notas médias atribuídas pelos consumidores foram de 1-2. Na Grécia as notas vão de bom a médio (2-3), e apenas na Croácia o nível de satisfação dos consumidores vai de médio a baixo com notas de 3-4.

OUTROS PROBLEMAS RELACIONADOS COM A MUDANÇA DE PRESTADOR

A OCDE (2008) compilou um documento onde realça os principais problemas dos consumidores que, na sua maioria, vão ao encontro dos já citados na literatura. Alguns problemas adicionais referidos são: a crescente complexidade dos serviços, o receio, em certos países, que os operadores possam estar a degradar o serviço sem o conhecimento dos clientes, técnicas de venda fraudulentas e enganadoras para os consumidores, os contratos que são muitas vezes renovados sem a aprovação explícita dos consumidores ou modificações contratuais efetuadas sem dar conhecimento aos consumidores do seu direito de desistência nessas situações, práticas de cobrança pouco precisas e os riscos crescentes em termos de privacidade e segurança para os consumidores associados a novos serviços de comunicações.

Se a OCDE (2008) se foca nos problemas que os utilizadores de serviços de comunicações eletrónicas experienciam com os seus prestadores, o Ofcom (2013) identifica os principais problemas que os consumidores enfrentam no processo de mudança de prestador, que são: a complexidade, a existência de múltiplos processos para alterar o mesmo serviço, as dificuldades associadas à coordenação da cessação do serviço anterior com o novo serviço, o conhecimento das implicações de mudar de prestador (e.g. taxas para rescisão antecipada do contrato), "*slamming*" (consiste na



prática ilegal de mudar o prestador tradicional de STF para um serviço local, limitado a uma área geográfica (*“local toll”*) ou de longa distância, sem permissão), alterações erróneas que acontecem quando o ativo errado (e.g. número de telefone móvel) é alterado e o custo associado à reação do operador antigo que pressionará o cliente a não mudar de serviço.

O Ofcom (2015a), durante o acompanhamento do processo de mudança dos consumidores presentes na amostra, recolheu as suas motivações para quererem mudar de prestador sendo que as principais motivações reativas foram falhas de serviço ou subidas substanciais de preço. Os problemas gradualmente crescentes tendem a ser mais fáceis de tolerar até à “gota de água” (*“tipping point”*). Isto tipicamente constituía: uma maior necessidade pelo serviço, um serviço com uma qualidade deteriorada, uma subida de preço, serviço ao consumidor fraco, melhores ofertas disponíveis apenas para novos consumidores ou melhores ofertas por parte de outros prestadores.

O WIK-Consult (2015) concluiu que os principais motivos de descontentamento dos participantes se deviam a problemas técnicos, conexões lentas, falhas de conexão, erros continuados nas faturas apresentadas, estabilidade da conexão de Internet e/ou subidas de preço, fatores por vezes combinados com a identificação de uma melhor oferta.