

INQUÉRITO SOBRE PERÍODOS DE FIDELIZAÇÃO

População residencial

(Trabalho de campo realizado em outubro de 2016)

Novembro de 2016

ANACOM

1. Introdução

Na sequência da revisão da LCE que torna obrigatório para os operadores a disponibilização de ofertas com prazos de fidelização diferentes das ofertas existentes de 24 meses, nomeadamente de 12 meses, 6 meses e sem fidelização, a ANACOM decidiu lançar um inquérito que aferisse a disponibilidade dos consumidores pagarem (e quanto) para eliminar/reduzir o prazo de fidelização de 24 meses. Neste contexto, foi realizado em outubro de 2016 (já depois da entrada em vigor da lei), o «Inquérito sobre períodos de fidelização»¹, apresentando-se de seguida uma síntese dos resultados.

2. Principais resultados

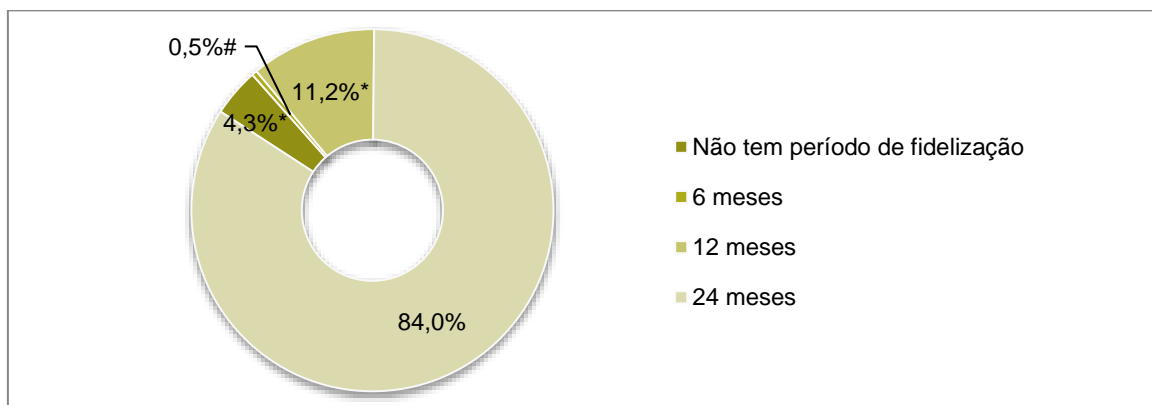
- De acordo com inquiridos, cerca de 84 por cento dos contratos de serviços em pacote estão associados a um período de fidelização de 2 anos;
- Cerca de 3 em cada 4 dos inquiridos não estão dispostos a pagar mais para reduzir o seu período de fidelização e dois terços não estão dispostos a pagar mais para subscreverem uma oferta sem período de fidelização.
- Os valores que os consumidores estão dispostos a pagar para reduzirem ou eliminarem o período de fidelização do seu contrato varia consoante a forma como o correspondente aumento de preço é implementado. Em média, os consumidores estão dispostos a pagar:
 - +5 euros/mês e até +37 euros de ativação/instalação por um contrato com fidelização de 12 meses;
 - +7 ou 8 euros/mês e até +38 euros de ativação/instalação no caso de um contrato com 6 meses de fidelização;
 - +9 ou +10 euros mês e até +44 euros ativação/instalação por um contrato sem fidelização.

¹ Ver anexo I – Notas metodológicas.

3. Períodos de fidelização

De acordo com os inquiridos, cerca de 84 por cento dos contratos de serviços em pacote estão associados a um período de fidelização de 2 anos e apenas 4,3 por cento não tem qualquer período de fidelização associado.

Gráfico 1 – Distribuição dos períodos de fidelização no momento da adesão



Unidade: %.

Fonte: ANACOM, Inquérito sobre períodos de fidelização, outubro de 2016

Base: Indivíduos com 18 ou mais anos residentes em Portugal continental com serviços em pacote (não inclui não respostas)

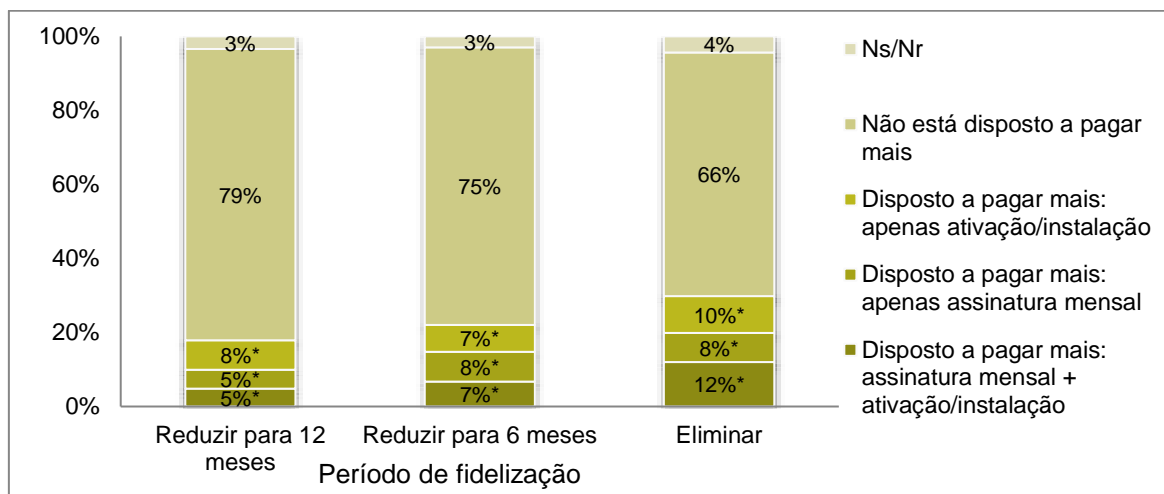
Nota: Significado da sinalética das estimativas: (#) Estimativa não fiável; (*) Estimativa aceitável; (sem sinalética) Estimativa fiável².

4. Disposição dos consumidores para pagar pela redução ou eliminação do período de fidelização

Cerca de 3 em cada 4 dos inquiridos com período de fidelização associado ao contrato não estão dispostos a pagar para reduzir o seu período de fidelização e 66 por cento não estão dispostos a pagar para subscrever uma oferta sem período de fidelização.

² Ver anexo I – Notas metodológicas.

Gráfico 2 – Disposição dos consumidores para pagar mais assinatura mensal e/ou mais custos de ativação/installação pela redução ou eliminação do período de fidelização



Unidade: %

Fonte: ANACOM, Inquérito sobre períodos de fidelização, outubro de 2016

Base: Indivíduos de 18 ou mais anos, residentes em Portugal continental, com serviços em pacote com período de fidelização (por coluna: em situação de redução ou eliminação do período de fidelização)

Nota: Significado da sinalética das estimativas: (#) Estimativa não fiável; (*) Estimativa aceitável; (sem sinalética) Estimativa fiável.

A disposição dos consumidores para pagar pela redução ou eliminação do período de fidelização varia de acordo com a redução do período de fidelização e com a forma como o consequente aumento de preço é implementado (i.e. apenas aumento da mensalidade, apenas aumento da ativação/installação ou aumento simultâneo da mensalidade e da ativação/installação).

Considerando apenas os valores médios resultantes do inquérito³:

- Cerca de 5 por cento está disposto a pagar +5 euros/mês e +30 euros de ativação/installação para reduzir o seu período de fidelização para 12 meses. Por outro lado, cerca de 5 por cento está disposto a pagar +5 euros/mês e 8 por cento está disposto a pagar +37 euros de ativação/installação por um contrato com este período de fidelização;
- No caso de um contrato com 6 meses de fidelização, os valores que consumidores estão dispostos a pagar são +8 euros/mês e +37 euros de ativação/installação (7 por cento dos consumidores) ou + 7 euros/mês (8 por cento dos consumidores) ou +38 euros de ativação/installação (7 por cento dos consumidores);

³ Removeu-se um *outlier* [recorreu-se à análise interquartil e ao método proposto por Hoaglin, Iglewicz, and Tukey (1986) para determinação do número de *outliers*].

- Os contratos sem fidelização são avaliados em +10 euros/mês e +35 de ativação/installação por 12 por cento dos consumidores, em +9 euros/mês por 8 por cento dos consumidores e em + 44 euros de ativação/installação por 10 por cento dos consumidores.

Gráfico 3 – Disposição dos consumidores para pagar mais mensalidade ou custos de ativação/installação pela redução ou eliminação do período de fidelização e respetiva valorização



Unidades: %, euros

Fonte: ANACOM, Inquérito sobre períodos de fidelização, outubro de 2016

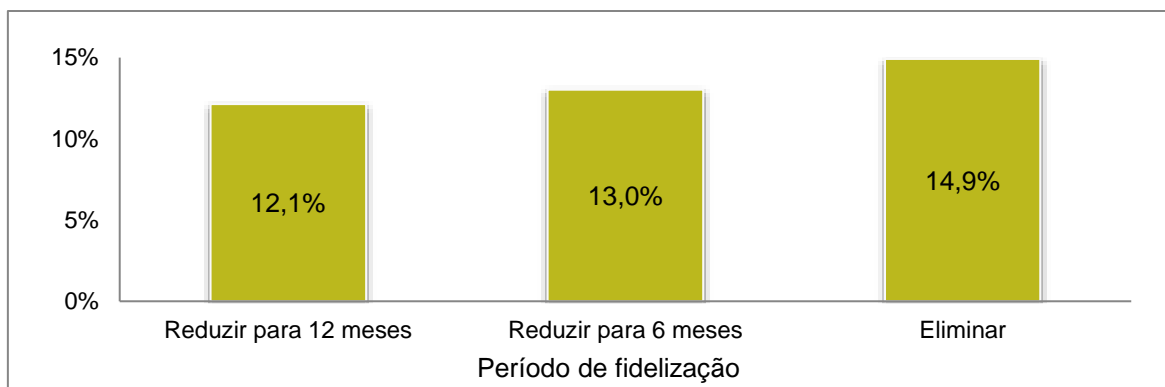
Base: Indivíduos de 18 ou mais anos, residentes em Portugal continental, com serviços em pacote com período de fidelização (por bloco: em situação de redução ou eliminação do período de fidelização); Os valores monetários referidos reportam-se somente aos inquiridos que manifestaram disposição em pagar mais pela redução /eliminação do período de fidelização.

Nota 1: O coeficiente de variação dos valores médios monetários estimados variam entre 10 e 24 por cento consoante a desagregação.

Nota 2: Significado da sinalética das estimativas: (#) Estimativa não fiável; (*) Estimativa aceitável; (sem sinalética) Estimativa fiável.

Por outro lado, considerando apenas os valores das medianas dos acréscimos da mensalidade pela redução ou eliminação da fidelização, verifica-se que estes representam entre 12 a 15 por cento da assinatura mensal atualmente paga pelos consumidores.

Gráfico 4 – Percentagem em que o consumidor mediano está disposto a aumentar a sua assinatura mensal pela redução/eliminação do período de fidelização.



Unidade: %

Fonte: ANACOM, Inquérito sobre períodos de fidelização, outubro de 2016

Base: Indivíduos de 18 ou mais anos, residentes em Portugal continental, com serviços em pacote com período de fidelização (por coluna: em situação de redução ou eliminação do período de fidelização)

Anexo I – Notas metodológicas

O universo deste inquérito é constituído pelos indivíduos com 18 ou mais anos residentes em Portugal Continental que subscreveram um pacote de serviços de comunicações eletrónicas.

A dimensão da amostra foi de 602 entrevistas e a margem de erro absoluta máxima dos resultados de primeiro nível para uma amostra aleatória desta dimensão é de 4 pontos percentuais.

A amostra foi selecionada através do método das quotas por região, sexo e idade. As entrevistas foram realizadas telefonicamente com recurso ao sistema CATI (números fixos e móveis) e o trabalho de campo foi realizado pela empresa GfK Metris entre os dias 22 e 26 de outubro de 2016.

Sintetiza-se no quadro seguinte a estrutura geográfica e demográfica do inquérito.

Tabela 1 – Estrutura demográfica e geográfica dos inquiridos e penetração de serviços em pacote

Escalão etário	%	Região	%	Género	%
18 a 24 anos	9,0	Norte Litoral	19,4	Masculino	46,8
25 a 34 anos	16,4	Grande Porto	13,1	Feminino	53,2
35 a 44 anos	18,1	Interior	14,1		
45 a 54 anos	17,4	Centro Litoral	16,1		
55 a 64 anos	15,3	Grande Lisboa	27,7		
Mais de 65 anos	23,8	Alentejo	4,8		
		Algarve	4,7		
Percentagem de indivíduos com 18 ou mais anos com serviços em pacote no seu lar					81,0

Fonte: ANACOM, Inquérito sobre períodos de fidelização, outubro de 2016

Recorre-se ao coeficiente de variação enquanto indicador de avaliação do erro de amostragem, tendo por base a variância do estimador «proporção» de uma amostragem aleatória simples. Considera-se a seguinte classificação: estimativa fiável quando o coeficiente de variação é inferior a 10 por cento; estimativa aceitável quando o coeficiente de variação é superior ou igual a 10 por cento e inferior a 25 por cento; estimativa não fiável quando o coeficiente de variação é superior ou igual a 25 por cento. A precisão das estimativas não depende somente da dimensão amostral, sendo também influenciada pelo valor da própria estimativa (ex.: para uma dimensão amostral fixa, a fiabilidade medida pelo coeficiente de variação é tanto menor quanto menor for o valor da estimativa).

Anexo II – Questionário

Q0 O seu agregado familiar possui serviços de telecomunicações integrados num pacote de serviços, em que se paga tudo numa única fatura?

- Sim
- Não -> FIM
- Ns/Nr -> FIM

Q1 E, aproximadamente, no total, quanto pagam por mês por esse pacote? _____ €

Q2 O contrato que celebrou com o prestador de serviços tinha algum período de fidelização associado?

- Sim
- Não -> FIM
- Ns/Nr -> FIM

Q3 Esse período de fidelização foi de quanto tempo? No caso de terem sido feitas alterações ao contrato que se traduziram na imposição de um novo período de fidelização deverá considerar a situação mais recente.

- 24 meses (2 anos)
- 12 meses (1 ano)
- 6 meses
- Ns/Nr

Q4 Pensando no momento em que celebrou ou alterou o seu contrato, quanto teria estado disposto a pagar a mais todos os meses, face ao valor que paga atualmente, se isso permitisse...

Q4_1 [Se Q3=24] ... ter um período de fidelização de 12 meses (1 ano)? _____ €

Q4_2 [Se Q3={24,12}]... ter um período de fidelização de 6 meses? _____ €

Q4_3 [Se Q3={24,12,6,Ns/Nr}] ... não ter um período de fidelização? _____ €

Q5 E, no momento em que celebrou o seu contrato, quanto teria estado disposto a pagar de custos de ativação e instalação se isso o permitisse...

Q5_1 [Se Q3=24] ... ter um período de fidelização de 12 meses (1 ano)? _____ €

Q5_2 [Se Q3={24,12}] ... ter um período de fidelização de 6 meses? _____ €

Q5_3 [Se Q3={24,12,6,Ns/Nr}] ... não ter um período de fidelização? _____ €

Anexo III – Principais resultados

Tabela 2 – Disposição dos consumidores para pagar mais assinatura mensal ou custos de ativação/instalação pela redução ou eliminação do período de fidelização

	Período de fidelização					
	Reduzir para 12 meses		Reduzir para 6 meses		Eliminar	
	Assinatura mensal	Ativação/instalação	Assinatura mensal	Ativação/instalação	Assinatura mensal	Ativação/instalação
Está disposto a pagar mais	10*	13*	15*	14*	20*	22*
Ativação/instalação+ assinatura mensal	5*		7*		12*	
Apenas assinatura mensal	5*	:	8*	:	8*	:
Apenas ativação/instalação	:	8*	:	7*	:	10*
Não está disposto a pagar mais (assinatura mensal, custos de ativação ou em ter uma oferta nestas condições)	79		75		66	
Ns/Nr	3		3		4	

Unidade: %

Fonte: ANACOM, Inquérito sobre períodos de fidelização, outubro de 2016

Base: Indivíduos de 18 ou mais anos, residentes em Portugal continental, com serviços em pacote com período de fidelização (por coluna: em situação de redução ou eliminação do período de fidelização)

Nota: Significado da sinalética das estimativas: (#) Estimativa não fiável; (*) Estimativa aceitável; (sem sinalética) Estimativa fiável.

Tabela 3 – Acréscimo na assinatura mensal ou custos de ativação/instalação por redução na duração do período de fidelização

	Período de fidelização					
	Reduzir para 12 meses		Reduzir para 6 meses		Eliminar	
	Assinatura mensal	Ativação/instalação	Assinatura mensal	Ativação/instalação	Assinatura mensal	Ativação/instalação
Está disposto a pagar mais	10%*	13%*	15%*	14%*	20%*	22%*
Quanto mais?						
Média	5,12 €	34,47 €	7,41 €	37,86 €	9,45 €	39,07 €
Mínimo	1,00 €	1,00 €	1,00 €	2,00 €	1,00 €	1,00 €
Máximo	20,00 €	100,00 €	32,00 €	100,00 €	41,00 €	150,00 €
Desvio padrão	4,40 €	24,20 €	6,10 €	28,00 €	8,30 €	32,90 €
Coefficiente de variação	15%	10%	11%	10%	9%	9%

Unidades: euros (com IVA), %

Fonte: ANACOM, Inquérito sobre períodos de fidelização, outubro de 2016

Base: Indivíduos de 18 ou mais anos, residentes em Portugal continental, com serviços em pacote, que estão dispostos a pagar mais pela assinatura mensal ou ativação/instalação na situação de redução ou eliminação do período de fidelização

Nota: Significado da sinalética das estimativas: (#) Estimativa não fiável; (*) Estimativa aceitável; (sem sinalética) Estimativa fiável.

Tabela 4 – Acréscimo na assinatura mensal e/ou custos de ativação/instalação por redução na duração do período de fidelização

	Período de fidelização					
	Reduzir para 12 meses		Reduzir para 6 meses		Eliminar	
	Assinatura mensal	Ativação/instalação	Assinatura mensal	Ativação/instalação	Assinatura mensal	Ativação/instalação
Está disposto a pagar mais: Assinatura mensal + ativação/instalação	5%*		7%*		12%*	
Quanto mais?						
Média	5,06 €	30,00 €	7,50 €	37,30 €	10,02 €	34,85 €
Mínimo	1,00 €	2,00 €	2,00 €	2,00 €	1,00 €	1,00 €
Máximo	10,00 €	60,00 €	20,00 €	100,00 €	30,00 €	125,00 €
Desvio padrão	3,31 €	18,52 €	4,77 €	27,52 €	7,50 €	31,16 €
Coeficiente de variação	16%	15%	12%	14%	10%	12%
Está disposto a pagar mais: Apenas assinatura mensal	5%*	:	8%*	:	8%*	:
Quanto mais?						
Média	5,18 €	:	7,34 €	:	8,55 €	:
Mínimo	1,00 €	:	1,00 €	:	1,00 €	:
Máximo	20,00 €	:	32,00 €	:	41,00 €	:
Desvio padrão	5,32 €	:	7,07 €	:	9,49 €	:
Coeficiente de variação	24%	:	17%	:	19%	:
Está disposto a pagar mais: Apenas ativação/instalação	:	8%*	:	7%*	:	10%*
Quanto mais?						
Média	:	37,18 €	:	38,38 €	:	44,19 €
Mínimo	:	1,00 €	:	3,00 €	:	5,00 €
Máximo	:	100,00 €	:	100,00 €	:	150,00 €
Desvio padrão	:	26,99 €	:	28,83 €	:	34,61 €
Coeficiente de variação	:	14%	:	14%	:	12%

Unidades: euros (com IVA), %

Fonte: ANACOM, Inquérito sobre períodos de fidelização, outubro de 2016

Base: Indivíduos de 18 ou mais anos, residentes em Portugal continental, com serviços em pacote, que estão dispostos a pagar mais pela assinatura mensal + ativação/instalação ou apenas assinatura mensal ou apenas ativação/instalação na situação de redução ou eliminação do período de fidelização

Nota: Significado da sinalética das estimativas: (#) Estimativa não fiável; (*) Estimativa aceitável; (sem sinalética) Estimativa fiável.

Tabela 5 – Distribuição dos consumidores pelo acréscimo percentual na assinatura mensal por redução na duração do período de fidelização

Acréscimo na assinatura mensal	Período de fidelização		
	Reduzir para 12 meses	Reduzir para 6 meses	Eliminar
< 10%	47*	41*	35*
[10%; 25%[38*	36*	31*
[25%; 50%[15#	17#	22*
>=50%	0#	5#	12#
Total	100	100	100
Mediana	12,1%	13,0%	14,9%

Unidades: %

Fonte: ANACOM, Inquérito sobre períodos de fidelização, outubro de 2016

Base: Indivíduos de 18 ou mais anos, residentes em Portugal continental, com serviços em pacote, que estão dispostos a pagar mais pela assinatura mensal na situação de redução ou eliminação do período de fidelização

Nota: Significado da sinalética das estimativas: (#) Estimativa não fiável; (*) Estimativa aceitável; (sem sinalética) Estimativa fiável.