

INQUÉRITO AO CONSUMO DAS COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS PELAS EMPRESAS PORTUGUESAS

MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS – DEZEMBRO DE 2007

ÍNDICE

I. Penetração dos serviços de comunicações electrónicas	1
II. Qualidade, Reclamações, Diversidade e Mudança de operador.....	2
III. Principais problemas identificados pelos utilizadores empresariais	3
IV. Perfil das empresas que utilizam comunicações electrónicas.....	4
V. Outros resultados.....	5
1. Serviço telefónico móvel	5
2. Serviço telefónico fixo.....	8
3. Serviço de Internet	12
VI. Notas metodológicas.....	16

AGOSTO de 2008

I. Penetração dos serviços de comunicações electrónicas

De acordo com o Inquérito ao Consumo das Comunicações Electrónicas pelas Empresas Portuguesas de Dezembro de 2007, 95,8 por cento das micro, pequenas e médias empresas¹ dispunham do **serviço telefónico fixo** e 71,5 por cento do **serviço telefónico móvel**. O **serviço de Internet** é utilizado por cerca de 2/3 destas empresas.

Incidências bastante mais reduzidas observaram-se para o serviço de televisão pago (4,5 por cento) e para o serviço de transmissão de dados (1 por cento).

A **utilização simultânea dos três principais serviços** do mercado empresarial (Telefone fixo, Telemóvel e Internet) abrangia metade das empresas em análise.

Evidenciou-se uma maior tendência para **conjugar o telefone fixo com o telemóvel** (14,6 por cento) do que com a Internet (8,7 por cento).

Ainda assim, em Dezembro de 2007, 18 por cento das empresas em análise recorriam **apenas ao serviço telefónico fixo**.

As **ofertas *multiple play*** eram utilizadas por cerca de 16,9 por cento dos clientes empresariais, salientando-se a **predominância do pacote *double play* constituído pelo serviço telefónico fixo e Internet** (utilizado por 81,3 por cento das empresas com serviços em pacote).

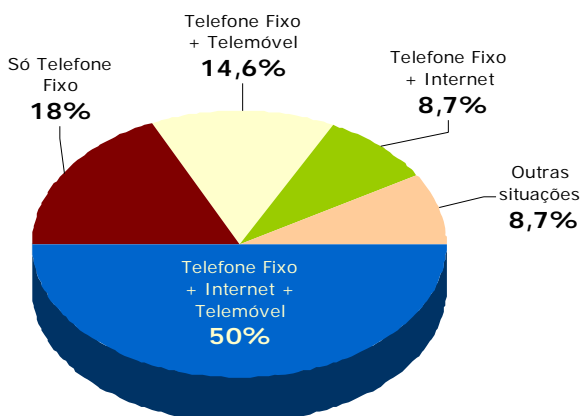
Quadro 1. Posse de serviços de comunicações electrónicas (%)

Telefone fixo / Comunicações de Voz Fixas	95,8
Telemóvel	71,5
Internet	63,5
Serviço de televisão pago	4,5
Serviço de Transmissão de Dados	1,0
Não tem telecomunicações ⁽¹⁾	1,0
Circuito alugado	0,3
Outro	0,1

⁽¹⁾ Não tem telecomunicações em nome da empresa (utiliza telecomunicações pessoais ou de outra empresa)

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Gráfico 1. Conjugação dos serviços de comunicações electrónicas



Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

¹ Empresas com menos de 250 empregados, com sede em Portugal e com actividade económica em apenas algumas das secções/grupos da Classificação das Actividades Económicas (CAE Rev. 2.1) que se encontram explicitadas na secção VI (Notas metodológicas).

II. Qualidade, Reclamações, Diversidade e Mudança de operador

Quadro 2. Comparação entre os serviços de comunicações electrónicas

	TAXAS						AVALIAÇÃO					
	Pene- tração		Recla- mações		Mudança de operador		Qualidade global do serviço		Evolução da diversidade		Evolução da qualidade	
	%		%		%		(1)		(3)		(3)	
Serviço telefónico móvel	71,5	2º	25,4	1º	16,6	1º	3,06 ⁽²⁾	1º	3,97	2º	3,75	2º
Serviço telefónico fixo	95,8	1º	36,8	3º	37,3	3º	2,12	3º	3,89	3º	3,51	3º
Serviço de Internet	63,5	3º	31,6	2º	29,0	2º	2,89	2º	4,05	1º	3,82	1º

⁽¹⁾ Valor médio de acordo com a escala: 1. Muito má; ...; 4. Muito boa

⁽²⁾ A questão refere-se à satisfação face ao serviço prestado, estando originalmente categorizada numa escala de 1 a 5. Por questões de comparação com os restantes serviços procedeu-se à estimação do respectivo valor para a escala expressa em (1).

⁽³⁾ Valor médio de acordo com a escala: 1. Piorou muito; ...; 5. Melhorou muito

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

As taxas de reclamações e mudanças de operador estimadas encontram-se directamente relacionadas com a qualidade global do serviço avaliada pelos utilizadores dos respectivos serviços:

- O **serviço telefónico móvel** foi o que apresentou menores taxas de reclamações (25,4 por cento) e mudança de operador (16,6 por cento) e, conseqüentemente, uma avaliação da qualidade do serviço superior (3,06);
- O **serviço de Internet** surge em segundo lugar, quer nas taxas de reclamações (31,6 por cento) e mudança de operador (29 por cento), quer na avaliação da qualidade global do serviço (2,89);
- O **serviço telefónico fixo**, é muito utilizado pelas empresas com menos de 250 empregados. Apresenta as piores taxas de reclamações (36,8 por cento) e mudança de operador (37,3 por cento), bem como a pior avaliação da qualidade global do serviço (2,12).

Os consumidores empresariais dos serviços de comunicações electrónicas tendem a considerar que o **serviço de Internet** foi aquele que mais evoluiu nos últimos tempos no que respeita à **diversidade da oferta** e à **qualidade**.

III. Principais problemas identificados pelos utilizadores empresariais

Quadro 3. Principais problemas do mercado dos serviços de comunicações electrónicas em Portugal identificados pelos utilizadores empresariais

	Serviço telefónico móvel	Serviço telefónico fixo	Serviço de Internet
Preços demasiado elevados	44,0	45,8	41,5
Pouca informação / Informação confusa	15,5	14,2	13,6
Pouca qualidade	9,3	6,4	13,6
Pouca concorrência	7,7	12,4	6,8
Cobertura de Rede/ Problemas de infraestrutura	7,4	0,5	2,9
Serviços pouco adequados às necessidades das empresas	3,9	6,0	6,5
Pouca oferta	3,9	4,7	5,4
Serviços insuficientes	3,6	2,4	3,8
Demasiada oferta/ Excesso de informação/ Publicidade enganosa	1,4	1,1	0,5
Equipamentos de má qualidade	1,0	:	:
Falta de apoio ao cliente / Assistência ou Agentes Comerciais pouco qualificados	0,9	1,3	:
Exigência de assinaturas	:	7,3	:
Velocidade real insuficiente (relação velocidade-preço pouco favorável; velocidade reduzida; ...)	:	:	4,8
Insegurança	:	:	0,7
Monopólio/ Posição Dominante da PT no mercado	:	0,7	:
Outros problemas	3,1	2,2	4,0
Não identifica nenhum problema	4,9	4,9	4,3
NS/NR	21,5	19,6	23,2

Nota: Questão de escolha múltipla

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Os consumidores empresariais identificaram como **principais problemas do mercado dos serviços de comunicações electrónicas** os “preços demasiado elevados”, a “pouca informação ou informação difusa” e a “pouca qualidade”.

Destaca-se ainda a “pouca concorrência” nos serviços telefónicos fixo (12,4 por cento) e móvel (7,7 por cento), bem como a “exigência de assinatura” no serviço telefónico fixo (7,3 por cento) e a falta de cobertura no serviço telefónico móvel (7,4 por cento).

A percentagem de consumidores empresariais dos serviços de comunicações electrónicas que não identificam qualquer problema no mercado não atinge os 5 por cento em todos os serviços. Adicionalmente, cerca de 1 em cada 4 consumidores não consegue ter opinião sobre este assunto.

IV. Perfil das empresas que utilizam comunicações electrónicas

As empresas dos sectores “Actividades imobiliárias”, “Outros serviços⁽²⁾” e “Construção” destacam-se da média quer na posse do serviço telefónico móvel quer de Internet.

Os dados do presente inquérito permitem observar que cerca de 92 por cento das empresas do subsector da “Construção” utilizavam o serviço telefónico móvel e mais de 90 por cento das empresas de “Actividades imobiliárias” e “Outros serviços” recorriam ao serviço de Internet.

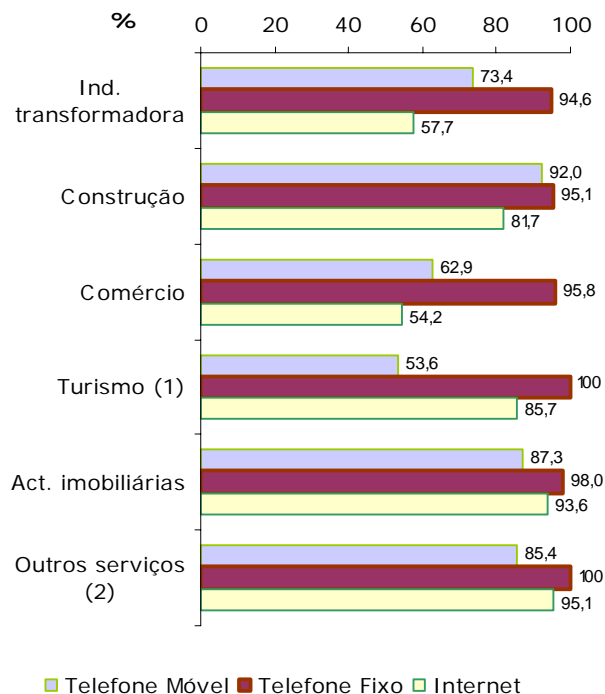
As **menores incidências** do serviço telefónico móvel ocorrem nos sectores “Turismo” e “Comércio”. No caso do serviço de Internet, são os sectores “Comércio” e “Indústria Transformadora” que apresentam a menor penetração.

O serviço telefónico fixo é fortemente utilizado na maioria dos sectores em análise.

Na medida em que o tecido empresarial português é dominado por microempresas (menos de 10 empregados), importa salientar que a dimensão da empresa influencia a posse de serviços de comunicações electrónicas, sendo especialmente visível no serviço telefónico móvel e na Internet.

De facto, **quanto maior a dimensão empresarial, maior a propensão para o consumo destes serviços.**

Gráfico 2. Posse de serviços de comunicações electrónicas por sector de actividade

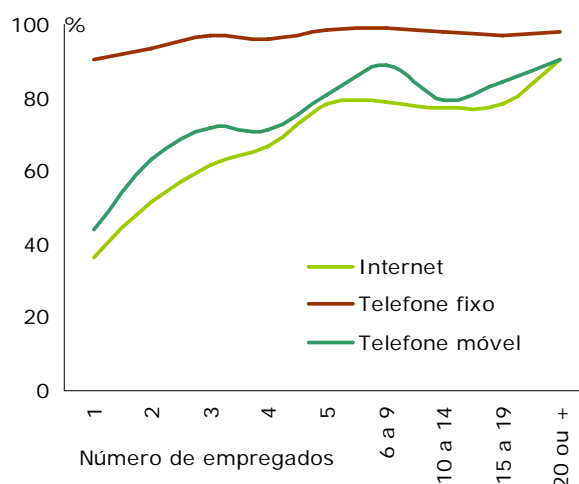


(1) Inclui somente estabelecimentos hoteleiros e parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração

(2) Inclui transportes, armazenagem e comunicações, actividades cinematográficas, vídeo, rádio e televisão.

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Gráfico 3. Posse de serviços de comunicações electrónicas por número de empregados na empresa

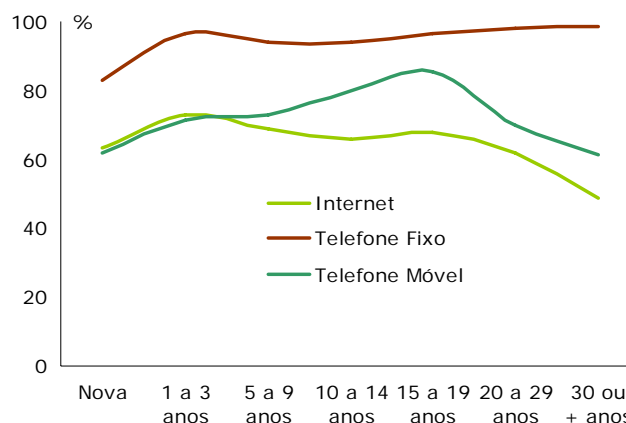


Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Os dados do inquérito permitem também evidenciar uma ligeira relação entre a posse de serviços de comunicações electrónicas e a idade das empresas. Nesta perspectiva, o serviço telefónico móvel apresenta um comportamento distinto do serviço de Internet.

Há uma **tendência crescente de utilização de telemóvel pelas empresas até aos 20 anos** de existência no mercado, prosseguida de uma tendência decrescente à medida que se tornam mais antigas.

Gráfico 4. Posse de serviços de comunicações electrónicas por idade da empresa



Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Já a utilização de Internet é maior por parte das empresas que se fixaram recentemente no mercado.

V. Outros resultados

1. Serviço telefónico móvel

1.1. Equipamento e Serviços

Em média, as **microempresas dispunham de um cartão activo por empregado**, enquanto que as empresas de pequena e média dimensão apenas disponibilizavam 4 cartões por cada 10 empregados.

A penetração de **telemóveis 3G e dos serviços específicos para empresas e profissionais nas pequenas e médias empresas** (respectivamente, 58,3 por cento e 91,9 por cento) é superior à registada no caso das microempresas.

Quadro 4. Número médio de cartões de telemóvel activos por empregado

Microempresa (menos de 10 empregados)	1,05
Pequena e média empresa (10 a 249 empregados)	0,41
Total	0,96

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Quadro 5. Incidência de telemóveis 3G e serviço móvel específico para empresas

	Micro-empresa	Pequena e média empresa	Total
% empresas com telemóvel 3G	50,8	58,3	51,9
% empresas com serviço móvel específico para empresas e profissionais	79,2	91,9	81,1

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

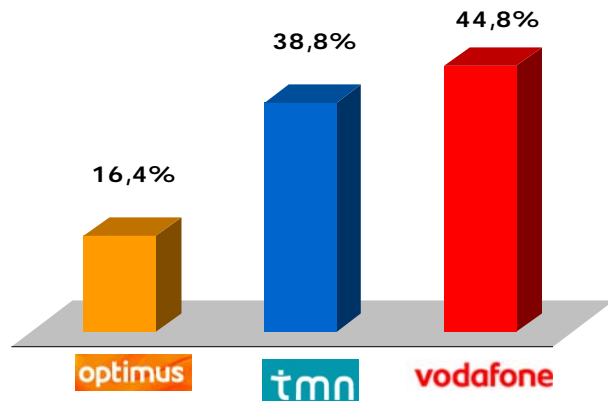
1.2. Operadores e Mudança de operadores

Cerca de 44,8 por cento das empresas em análise neste inquérito eram **clientes do operador de rede móvel Vodafone**. Cerca de 38,8 por cento eram clientes da TMN.

O motivo “preços mais baixos” foi apresentado como um dos mais determinantes para a **escolha do principal operador móvel**.

A “*confiança/fiabilidade*” foi o segundo motivo para a selecção de operador. Não se registam diferenças entre os operadores no que respeita a este critério.

Gráfico 5. Percentagem de utilizadores do serviço telefónico móvel por operador



Nota: Questão de resposta múltipla.

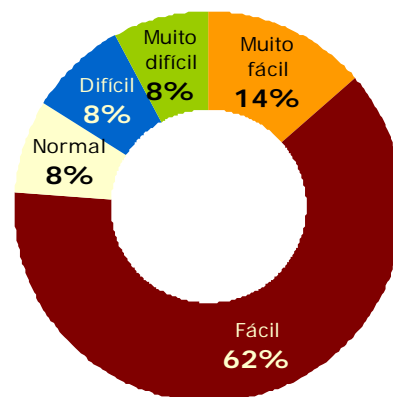
Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

A **taxa de mudança de operador de rede móvel** foi de 16,6 por cento em Dezembro de 2007, salientando-se uma diferença de 5 pontos percentuais (p.p.) entre as pequenas/médias empresas (20,8 por cento) e as microempresas (15,8 por cento). Ainda assim, 1,7 por cento das empresas clientes do serviço telefónico móvel referiram ter efectuado tentativas de mudança de operador sem sucesso.

O **operador mais atingido negativamente por estas mudanças foi a TMN**, seguindo-se a Optimus. Cerca de 48,5 por cento dos clientes do serviço móvel que mudaram de operador eram da TMN e 29,4 por cento da Optimus.

Três em cada quatro clientes que mudaram de operador móvel mencionaram que o **processo de mudança foi fácil** ou muito fácil.

Gráfico 6. Avaliação do processo de mudança de operador de rede móvel



Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Os dados deste inquérito permitem ainda estimar que o **serviço de portabilidade do número** foi utilizado por 10,2 por cento dos clientes do operador móvel. Cerca de 5,4 por cento dos clientes afirmou **desconhecer a existência deste serviço**.

1.3. Satisfação e Reclamações

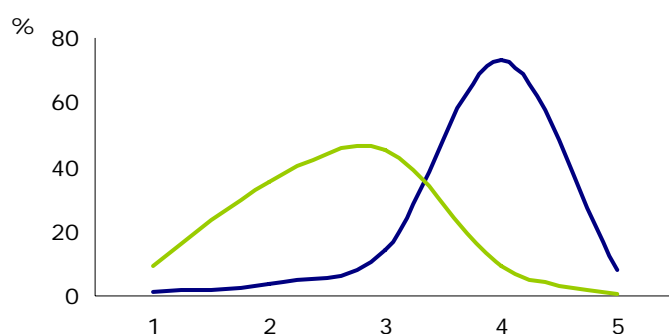
Os consumidores empresariais do serviço de rede móvel apresentaram uma **satisfação média face ao serviço prestado pelo operador** de 3,83⁽¹⁾.

O **nível dos preços**, é considerado tendencialmente elevado, resultando numa avaliação média de 2,56⁽²⁾. No entanto, o nível de preços não parece influenciar negativamente a satisfação com o serviço prestado.

A avaliação média da **evolução da diversidade da oferta dos operadores** de serviço móvel no último ano é ligeiramente superior à evolução da **qualidade dos serviços móveis** nos últimos anos (3,97 contra 3,75 numa escala de 1 (piorou muito) a 5 (melhorou muito)).

A **taxa de reclamações dos clientes empresariais** do serviço telefónico móvel era de 25,4 por cento, em Dezembro de 2007. As últimas reclamações efectuadas por estes clientes resultaram nomeadamente de problemas associados a “condições contratuais” (24,9 por cento), “erros de facturação” (24,2 por cento) e “problemas técnicos” (14,2 por cento).

Gráfico 7. Avaliação da satisfação dos consumidores empresariais face ao serviço e preço do serviço telefónico móvel (%)



— Nível de satisfação face ao serviço prestado (1)
— Classificação dos preços pagos pelo serviço móvel (2)

⁽¹⁾ Escala: 1. Muito insatisfeito; ...; 5. Muito satisfeito

⁽²⁾ Escala: 1. Muito caros; ...; 5. Muito baratos

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Quadro 6. Avaliação média da evolução da diversidade da oferta dos operadores e da qualidade dos serviços móveis⁽¹⁾

	Diversidade da oferta dos operadores no último ano	Qualidade dos serviços nos últimos anos
Optimus	3,92	3,67
TMN	3,94	3,68
Vodafone	4,01	3,83
Total	3,97	3,75

⁽¹⁾ Escala: 1. Piorou muito; ...; 5. Melhorou muito

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

2. Serviço telefónico fixo

2.1. Operadores e Mudança de operadores

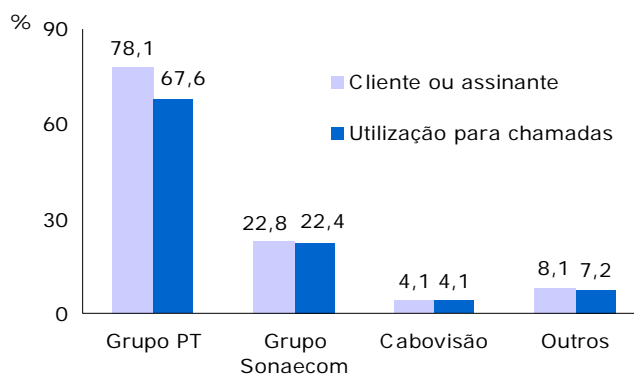
Das empresas que responderam ao Inquérito ao Consumo das Comunicações Electrónicas pelas Empresas Portuguesas e que possuíam o serviço telefónico fixo 78,1 por cento referiram ser **clientes do Grupo PT**, ainda que apenas 67,6 por cento utilizem este operador para **efectuar as chamadas**.

A **utilização de ofertas específicas para empresas ou profissionais** foi mais evidente nas pequenas e médias empresas do que nas microempresas.

Concretamente, observou-se que 69,3 por cento das pequenas e médias empresas clientes do telefone fixo utilizavam este tipo de serviço específico. Já nas microempresas a incidência era de 45,7 por cento.

Os motivos “era o único disponível na área” e “não surgiram operadores melhores” foram apresentados como os mais determinantes para a **escolha do Grupo PT enquanto principal operador fixo**.

Gráfico 8. Percentagem de utilizadores do serviço telefónico fixo em cada operador, diferenciação assinatura / utilização para chamadas



Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Quadro 7. Importância média⁽¹⁾ dos motivos de selecção do principal operador do serviço de rede fixa

	PT	Outro	Total
Não surgiram operadores melhores	1,6	1,7	1,7
Preços mais baixos	2,0	1,1	1,7
Fornecia todos os serviços que a empresa pretendia	1,8	1,5	1,7
Era o único disponível na área	1,5	2,1	1,7
É um operador de confiança e fiável	1,8	1,7	1,8
Oferece um bom serviço de apoio ao cliente	1,8	1,8	1,8
A marca do operador era conhecida	1,8	1,9	1,9
A empresa foi contactada pelo fornecedor	2,1	1,7	2,0
Oferecia a tecnologia e os serviços mais avançados	2,0	2,0	2,0
Conseguia fazer uma oferta de todos os serviços em pacote	2,2	1,7	2,0
Foi recomendado por uma fonte de confiança	2,1	2,0	2,1

⁽¹⁾ Escala: 1. Muito importante; ...; 5. Pouco importante

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Já a **escolha dos restantes operadores** resultou essencialmente dos “preços mais baixos” e de “[fornecerem] todos os serviços que a empresa pretendia”.

A **taxa de mudança de operador de telefone fixo** foi de 37,3 por cento no período em análise, verificando-se uma menor incidência nas empresas de maior dimensão (pequenas e médias), concretamente 32,7 por cento. Nas microempresas este indicador atingiu 37,9 por cento.

Embora o **Grupo PT seja o principal “operador anterior à mudança” (50 por cento)**, cerca de 34 por cento dos clientes que efectivaram a mudança tinham como operador anterior as empresas do Grupo Sonaecom.

O **principal motivo que levou à mudança de operador** relacionou-se com a insatisfação dos clientes face ao preço do serviço telefónico fixo (69,6 por cento).

A “insatisfação com a qualidade do serviço” justificou a mudança de operador em 11,5 por cento dos casos.

Salienta-se ainda que três em cada quatro clientes que mudaram de operador consideraram que o **processo de mudança era fácil** ou muito fácil.

Menos de 9 por cento das empresas em análise, clientes do serviço de rede fixa, referiram que **não conheciam o serviço de portabilidade do número**.

A **taxa de utilização desta facilidade**, entre as empresas que mudaram alguma vez de operador de rede fixa, foi superior a 90 por cento, evidenciando o elevado recurso a este serviço aquando de processos de mudança de operador.

Quadro 8. Principal motivo de mudança de operador de rede fixa (%)

Insatisfação com os preços	69,6
Insatisfação com a qualidade do serviço	11,5
Interesse em experimentar novos serviços/produtos	3,3
Serviços mais adaptados às necessidades específicas da empresa	2,3
Foi contactado	1,6
O operador anterior não oferecia um pacote com possibilidade de aceder à Internet	1,5
O novo operador não cobra assinatura	1,5
Outros	4,9
Ns / Nr	3,8
Total	100

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Quadro 9. Conhecimento e utilização do serviço de portabilidade do número

Taxa de desconhecimento do serviço de portabilidade do número	8,4%
---	------

(Base: Empresas clientes do serviço telefónico fixo)

Taxa de utilização do serviço de portabilidade do número	92,3%
--	-------

(Base: Empresas clientes do serviço telefónico fixo que mudaram de operador)

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

2.2. Satisfação e Reclamações

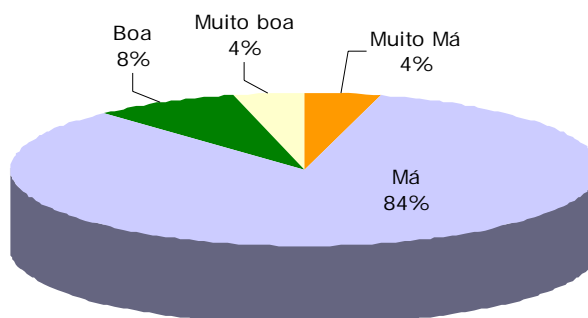
A percentagem de clientes empresariais do serviço telefónico fixo que avaliou a **qualidade global do serviço** como “má” ou “muito má” foi bastante elevada, concretamente 88 por cento.

A **avaliação concreta dos preços do serviço telefónico fixo** foi inferior à do serviço telefónico móvel. Em média, numa escala de 1 (Muito caros) a 5 (Muito baratos), os preços foram classificados em 2,38 (comparativamente a 2,56 no serviço telefónico móvel).

Os clientes do serviço telefónico fixo têm uma **apreciação mais favorável quanto à evolução da diversidade da oferta**, respectivamente, 3,89 e 3,51 em termos médios.

A **evolução da qualidade dos serviços foi considerada mais positiva pelos clientes da PT Comunicações**, enquanto que a avaliação da evolução da diversidade da oferta foi ligeiramente superior nos clientes dos outros operadores de rede fixa.

Gráfico 9. Avaliação da qualidade global do serviço telefónico fixo



Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Quadro 10. Avaliação média da evolução da diversidade da oferta dos operadores e da qualidade dos serviços móveis⁽¹⁾

	Diversidade da oferta dos operadores no último ano	Qualidade dos serviços nos últimos anos
Grupo PT	3,88	3,54
Outros operadores	3,91	3,45
Total	3,89	3,51

⁽¹⁾ Escala: 1. Piorou muito; ...; 5. Melhorou muito

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Em Dezembro de 2007, a **taxa de reclamações dos clientes empresariais** do serviço telefónico fixo foi de 36,8 por cento, superior em 11,4 p.p. à taxa do serviço móvel. Os **principais motivos que originaram as últimas reclamações** destes clientes foram, designadamente, a “má qualidade do serviço/não funcionava/avaria” (59,8 por cento) e, embora com menor incidência, os “erros de facturação” (14,3 por cento).

2.3. Serviços Utilizados

De acordo com os dados do presente inquérito, o **desconhecimento da ORLA** (Oferta de realugar da linha de assinante), **pré-selecção de operador e selecção chamada a chamada** rondavam os 30 a 40

por cento.

Cerca de 7 por cento dos **clientes empresariais do serviço telefónico fixo eram utilizadores da ORLA**, descendo para 2,2 por cento a taxa de utilização da pré-selecção de operador e para uma percentagem quase nula a percentagem de utilizadores da selecção chamada a chamada.

Complementarmente, evidenciou-se uma **taxa de abandono de utilização dos serviços chamada a chamada e pré-selecção** superior à taxa de utilização observada.

Quadro 11. Conhecimento e utilização dos serviços de selecção chamada a chamada, pré-selecção e ORLA da rede fixa (%)

	Seleccção chamada a chamada	Pré-selecção do operador	ORLA ⁽¹⁾
Taxa de desconhecimento	40,4	37,7	31,1
Taxa de utilização	0,5	2,2	7,0
Taxa de abandono de utilização	2,8	3,4	:

⁽¹⁾ Oferta de realuguer da linha de assinante

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

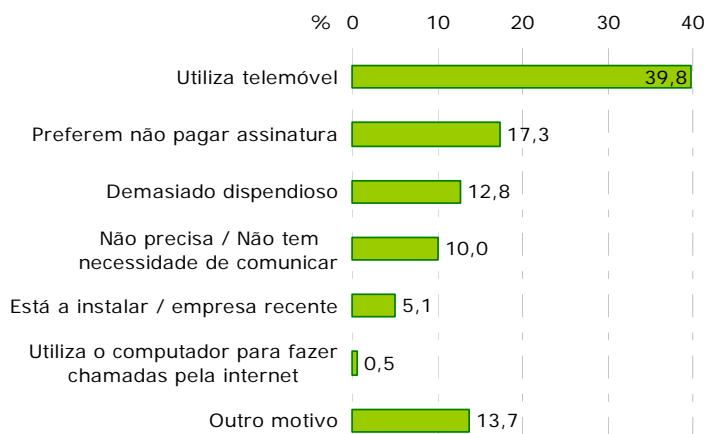
2.4. Barreiras à utilização do serviço telefónico fixo

Embora a não utilização de telefone de rede fixa seja reduzida na população empresarial em análise (4,2 por cento), o presente inquérito permitiu conhecer os principais motivos associados a essa situação.

A utilização de telemóvel foi tomada como a **principal barreira à posse de telefone fixo** (39,8 por cento).

Cerca de 30 por cento das empresas não aderentes apresentam o modelo de tarifação e o nível de preços como os principais motivos para não aderirem ao serviço.

Gráfico 10. Motivos para a empresa não aderir ao serviço telefónico fixo (%)



Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Note-se, porém, que 7,9 por cento das empresas inquiridas e que não possuíam telefone de rede fixa, mostraram interesse numa **futura aquisição do serviço num prazo de um ano**.

3. Serviço de Internet

3.1. Equipamento e Utilização

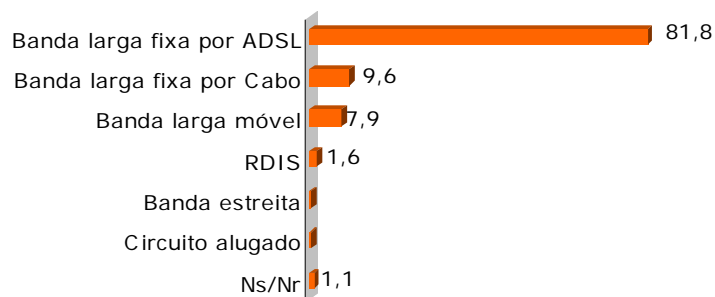
De acordo com o inquérito em análise, a esmagadora maioria das empresas com acesso ao **serviço de Internet utilizam banda larga**, concretamente ADSL (81,8 por cento), modem por cabo (9,6 por cento) e banda larga móvel (7,9 por cento).

A **proporção de empregados com acesso à Internet foi superior nas microempresas** por comparação às pequenas e médias empresas.

Observou-se que quase 50 por cento das microempresas que possuem o serviço de Internet disponibilizavam o seu acesso a todos os empregados. Situação semelhante apenas ocorre em 7,8 por cento das pequenas e médias empresas.

Acresce ainda que mais de 80 por cento das pequenas e médias empresas **não disponibilizavam o acesso à Internet** a mais de metade dos seus empregados.

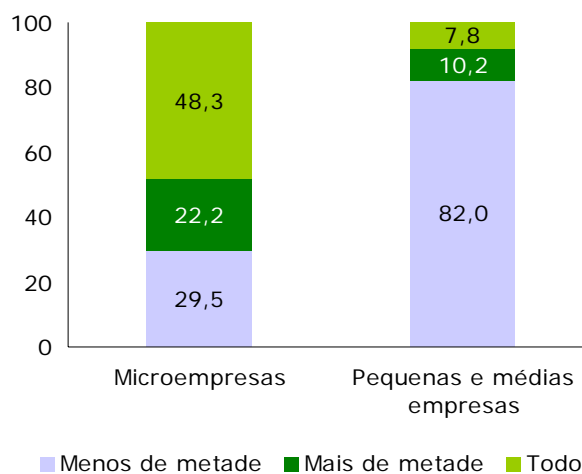
Gráfico 11. Tipos de ligação à Internet nas empresas (%)



Nota: Questão de escolha múltipla

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Gráfico 12. Proporção de empregados com acesso à Internet na empresa (%)



Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

3.2. Operadores e Mudança de operadores

De acordo com o inquérito em análise, cerca de 91,7 por cento das empresas com Internet são **clientes de operadores de Internet fixa** e 10,1 por cento **clientes de operadores de Internet móvel**. A utilização simultânea destes dois serviços é bastante reduzida. Não chega a 2 por cento a percentagem de empresas com acesso à Internet que são clientes de operadores de Internet fixa e móvel em simultâneo.

Entre os inquiridos que são clientes do serviço de Internet fixo, 64,6 por cento são clientes do Grupo PT, e 22,6 por cento são clientes do Grupo Sonaecom.

Dos clientes do serviço de Internet móvel, 52,2 por cento são clientes da Vodafone e 31,5 da Optimus.

Cerca de 54,5 por cento das empresas clientes do serviço de Internet **utilizavam um serviço específico para empresas ou profissionais**, embora esta incidência seja maior nas pequenas e médias empresas (64,8 por cento).

A **selecção de outros operadores não pertencentes ao Grupo PT** resultou, essencialmente, da existência de ofertas com preços mais baixos.

O facto do operador ser de confiança e fiável foi um dos **principais determinantes para a selecção de operadores de Internet móvel**.

O “[fornecimento] de todos os serviços que a empresa pretende” foi considerado também um dos principais motivos da selecção do operador.

Os dados do presente inquérito permitem ainda estimar que 29 por cento dos **clientes do serviço de Internet já mudaram de operador**. Esta incidência foi menor no grupo das pequenas e médias empresas (24 por cento) por comparação às microempresas (30 por cento).

Quadro 12. Percentagem de utilizadores do serviço de Internet fixo e móvel por operador

Serviço de Internet fixo	Grupo PT	64,6
	Grupo Sonaecom	22,6
	Cabovisão	6,1
	Grupo Zon	4,4
	Outros	3,9
Serviço de Internet móvel	Vodafone (3G)	52,2
	OPTIMUS (Kanguru - 3G)	31,5
	TMN (3G)	17,4
	Radiomóvel (Zapp)	0,7
Conjugação dos serviços de Internet fixa e Internet móvel		1,7

Nota: Questão de resposta múltipla.

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Quadro 13. Importância média⁽¹⁾ dos motivos de selecção do principal operador do serviço de Internet

	Internet fixa			Inter-net móvel
	PT	Sonae-com	Outros	
Fornecia todos os serviços que a empresa pretendia	1,5	1,3	1,4	1,4
Preços mais baixos	1,7	1,2	1,3	1,5
É um operador de confiança e fiável	1,6	1,7	1,7	1,4
A marca do operador era conhecida	1,6	1,8	1,8	1,9
Conseguia fazer uma oferta de todos os serviços em pacote	1,9	1,4	1,5	1,7
Oferece um bom serviço de apoio ao cliente	1,8	1,7	1,6	1,5
Não surgiram operadores melhores	1,7	1,8	1,6	1,7
Oferecia a tecnologia e os serviços mais avançados	1,8	1,7	1,8	1,7
A empresa foi contactada pelo fornecedor	2,0	1,7	1,8	1,9
Foi recomendado por uma fonte de confiança	2,0	2,0	1,9	1,7
Era o único disponível na área	2,0	2,2	2,1	2,0

⁽¹⁾ Escala: 1. Muito importante; ...; 5. Pouco importante

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

A maioria das mudanças ocorreu em operadores de Internet fixa.

O **processo de mudança** foi classificado como “fácil” ou “muito fácil” por 64,6 por cento dos clientes que mudaram de operador de Internet, valor inferior ao registado no caso dos restantes serviços de comunicações electrónicas em análise (serviços telefónicos fixo e móvel).

Quadro 14. Operador do serviço de Internet anterior à mudança (%)

OPERADORES DE INTERNET FIXA	97,4
Grupo PT	59,8
Grupo Sonaecom	23,3
Outros operadores Internet fixa	14,3
OPERADORES DE INTERNET MÓVEL	1,9
OUTROS	0,7
Total	100

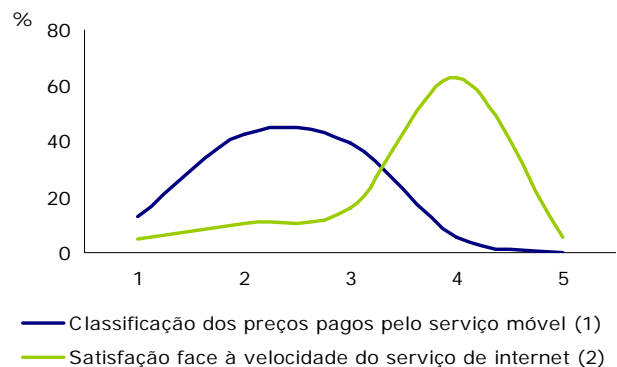
Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

3.3. Satisfação e Reclamações

A **qualidade global do serviço de Internet** foi avaliada em 2,89, em termos médios, numa escala de 1 (Muito má) a 4 (Muito boa).

Quanto à **velocidade e aos preços do serviço**, observou-se um nível médio de satisfação de 3,53 no caso da velocidade do serviço e de 2,38 no caso dos preços (ver escala no gráfico ao lado).

Gráfico 13. Avaliação da satisfação dos consumidores empresariais face à velocidade e preços do serviço de Internet (%)



(1) Escala: 1. Muito caros; ...; 5. Muito baratos

(2) Escala: 1. Muito insatisfeito; ...; 5. Muito satisfeito

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

Três em cada quatro clientes referiram que o serviço de Internet prestado igualou as **expectativas inicialmente criadas**. Cerca de 11,7 por cento dos clientes de Internet viram as suas expectativas superadas, enquanto que 11,3 por cento referiram que o serviço ficou aquém do esperado.

De acordo com os inquiridos, a **evolução da diversidade da oferta dos operadores de Internet** no último ano foi positiva.

Registou-se uma **maior propensão para se considerar que a qualidade dos serviços de Internet móvel evoluiu mais que a qualidade da Internet fixa.**

Os operadores de Internet fixa com menor percentagem de utilizadores apresentaram uma avaliação média ligeiramente superior aos operadores com mais utilizadores (Grupo PT e Grupo Sonaecom), quer na diversidade da oferta quer na qualidade.

Quadro 15. Avaliação média da evolução da diversidade da oferta dos operadores e da qualidade do serviço de Internet⁽¹⁾

	Diversidade da oferta dos operadores no último ano	Qualidade dos serviços nos últimos anos
Serviço de Internet fixa	4,05	3,82
Grupo PT	4,04	3,83
Grupo Sonaecom	3,95	3,73
Outros	4,21	3,92
Serviço de Internet móvel	4,07	3,93
Total	4,05	3,82

⁽¹⁾ Escala: 1. Piorou muito; ...; 5. Melhorou muito

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

A **taxa de reclamações dos clientes empresariais** do serviço de Internet foi de 31,6 por cento. À semelhança do que ocorreu no serviço telefónico fixo, a “**má qualidade do serviço/não funcionava/avaria**” foi o **principal motivo das reclamações efectuadas** (59,3 por cento). A “**lentidão no acesso à Internet**” foi o segundo motivo mais mencionado (17,6 por cento).

3.4. Barreiras à utilização do serviço de internet

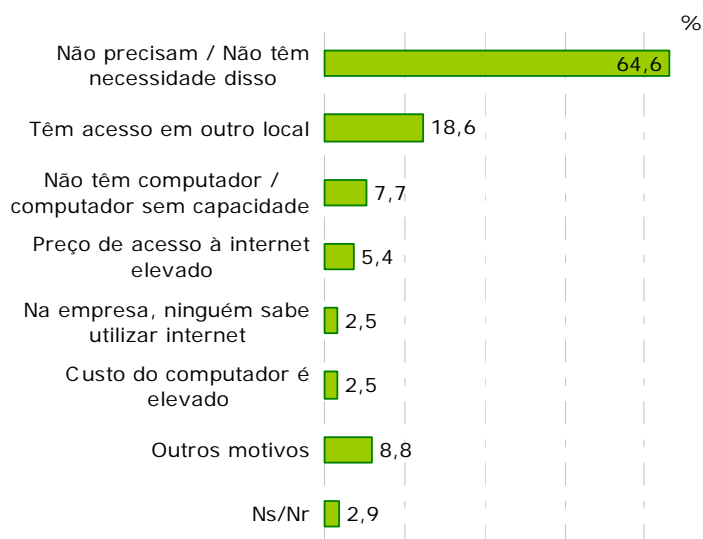
Das empresas que responderam ao presente inquérito, 36,5 por cento **não possuíam serviço de Internet** nas suas instalações.

A grande maioria destas empresas (64,6 por cento) referiram **não necessitar do serviço de Internet.**

18,6 por cento das empresas que não possuíam este serviço, mencionaram que tinham acesso à Internet em outro local, que não directamente nas instalações da empresa.

Salienta-se o facto de 19,6 por cento das empresas que não possuíam o serviço de Internet referirem que **pretendem adquiri-lo num futuro próximo.**

Gráfico 14. Motivos para a empresa não aderir ao serviço de Internet (%)



Nota: Questão de escolha múltipla

Fonte: Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas pelas empresas portuguesas, Dez. 2007

VI. Notas metodológicas

INQUÉRITO AO CONSUMO DAS COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS PELAS EMPRESAS PORTUGUESAS, DEZEMBRO 2007

O **universo** deste estudo refere-se às Micro, Pequenas e Médias Empresas (PME), com sede em Portugal, cuja actividade económica se enquadra numa das seguintes secções e grupos de códigos CAE (Rev. 2.1): Secção D (Indústrias Transformadoras), Secção F (Construção), Secção G (Comércio por grosso e a retalho, reparação de veículos automóveis, motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico), Grupo H 551 (Estabelecimentos hoteleiros), Grupo H 552 (Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração), Secção I (Transportes, armazenagem e comunicações), Secção K (Actividades imobiliárias, alugueres e serviços prestados às empresas), Grupo O 921 (Actividades cinematográficas e de vídeo) e Grupo O 922 (Actividades de rádio e de televisão).

O **plano de amostragem** compreende uma amostragem probabilística multi-etápica previamente estratificada. O território nacional foi dividido em estratos, de acordo com a região NUTII e a presença dos operadores de telecomunicações em cada região. Em cada estrato foi realizada uma amostragem bi-etápica. A primeira etapa de amostragem corresponde à selecção de freguesias (com probabilidades desiguais e proporcionais ao número de empresas que inclui, referentes à população-alvo) e a segunda etapa à selecção de empresas (através de amostragem aleatória estratificada por sector de actividade e dimensão da empresa). Foram realizadas **2403 entrevistas** garantindo-se uma margem de erro absoluta máxima de 2,0 (semiamplitude de um intervalo de confiança de 95% para uma proporção). As desagregações específicas dentro de cada serviço de comunicações electrónicas traduzem-se em erros superiores: serviço telefónico móvel (2,4), serviço telefónico fixo (2,0) e serviço de Internet (2,5).

O **trabalho de campo** foi realizado pela **empresa Qmetrics, S.A.** Efectuaram-se entrevistas face-a-face suportadas pelo sistema CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing) de 21 de Novembro a 21 de Dezembro de 2007 e de 3 a 15 de Janeiro de 2008.

A **estimação** recorreu a extrapoladores calculados pela Qmetrics, S.A. Os **extrapoladores** permitiram ajustar os resultados obtidos a totais conhecidos de variáveis auxiliares (NUTS II, sector de actividade e dimensão da empresa provenientes de dados físicos de Dez/2006 e dados económicos de Dez/2005 do Instituto Nacional de Estatística) com o objectivo de corrigir distorções observadas na amostra.