

Inquérito ao consumo dos serviços de comunicações electrónicas

População residencial – Dezembro de 2009

ÍNDICE

1	INTRODUÇÃO	1
2	ACESSO AOS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS	2
3	PERFIL DO CONSUMIDOR	5
4	ESCOLHA DE PRESTADOR E MUDANÇA DE PRESTADOR	8
5	SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR	11
6	NOTAS METODOLÓGICAS	12

1 INTRODUÇÃO

O ICP-ANACOM tem vindo a promover anualmente um inquérito ao consumo das comunicações electrónicas em Portugal, com o objectivo de complementar a informação estatística regularmente recolhida.

Apresentam-se de seguida uma síntese dos principais resultados do mais recente inquérito cujo trabalho de campo ocorreu em Dezembro de 2009¹.

¹ Todas as afirmações sobre o comportamento dos utilizadores constantes do presente relatório resultam das respostas específicas dos participantes no inquérito, existindo a possibilidade destes resultados serem influenciados por erros de resposta não amostrais.

2 ACESSO AOS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS

Perspectiva integrada de acesso aos serviços

De acordo com as respostas ao Inquérito ao consumo das comunicações electrónicas promovido pelo ICP-ANACOM e realizado em Dezembro de 2009, cerca de 24,4 por cento dos indivíduos com 15 ou mais anos **subscreviam quatro ou mais serviços de comunicações electrónicas**² (serviços telefónicos fixo e móvel, serviço de acesso à Internet fixa e móvel e serviço de TV por subscrição).

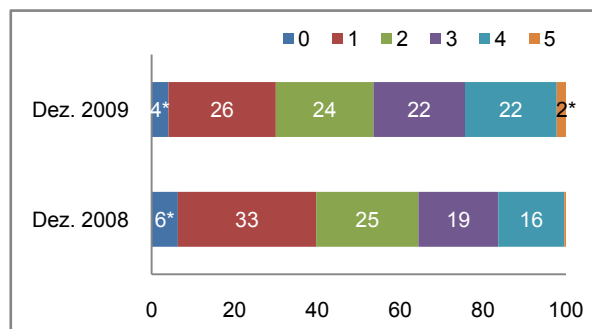
Por comparação com o ano anterior, observa-se uma tendência crescente para a aquisição de mais serviços em simultâneo.

A **conjugação dos serviços** telefónico fixo e móvel, banda larga fixa e TV por subscrição passou a ser **no final de 2009 a mais frequente** (19,8 por cento).

A **utilização exclusiva do serviço telefónico móvel** apresenta, igualmente, um peso significativo (18,8 por cento).

A percentagem de indivíduos com 15 ou mais anos **que indica não subscrever qualquer serviço de comunicações electrónicas** era de 4 por cento, em Dezembro de 2009 (menos dois pontos percentuais que no ano anterior).

Gráfico 1 - Número de serviços de comunicações electrónicas que os indivíduos dispõem



Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2008 e 2009

Unidade: %.

Base - Indivíduos com 15 ou mais anos

Notas:

Nos casos do acesso ao serviço telefónico móvel e Internet móvel considera-se o indivíduo enquanto unidade de análise.

Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Quadro 1 - Acesso aos serviços de comunicações electrónicas – perspectiva integrada

	2008	2009
M + F + BLF + TV	13,1	19,8
M	20,4	18,8
M + F	10,0	9,0*
M + F + TV	8,0*	8,0*
M + TV	7,0*	7,2*
F	12,6	6,5*
M + BLF + TV	4,0*	5,8*
M + BLM	2,8*	3,1*
M + F + BLF	2,5*	3,0*
M + BLM + TV	1,1#	2,6*
F + TV	3,1*	2,3*
Outras conjugações	6,3*	9,8*
Nenhum	6,3*	4,0*

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Base - Indivíduos com 15 ou mais anos

Notas:

- M – Serviço telefónico móvel; F – Serviço telefónico fixo; BLF – banda larga fixa; BLM – banda larga móvel; BEF – banda estreita fixa; BEM – banda estreita móvel; TV – Serviço de TV por subscrição.

- As "outras conjugações" referem-se essencialmente à conjugação do serviço de acesso à Internet (BLM, BEM, BLF, BEF) com os restantes serviços de comunicações electrónicas (M, F, TV).

- Nos casos do serviço telefónico móvel (M) e Internet móvel (BLM, BEM) considera-se o indivíduo enquanto unidade de análise. Neste sentido, o acesso aos restantes serviços (F, BLF, BEF, TV) deve ser interpretado como a possibilidade de o indivíduo aceder aos respectivos serviços quando disponíveis no seu agregado familiar.

Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

² Não necessariamente adquiridos em pacote.

Ofertas *multiple play*

De acordo com a informação recolhida, a penetração das **ofertas *multiple play*** atingiu, em Dezembro de 2009, 33,8 por cento dos agregados familiares, mais 10 pontos percentuais que no ano anterior.

O acréscimo na penetração destas ofertas ocorreu em simultâneo com a alteração do peso relativo das várias modalidades. De referir que a **oferta *triple play*** passou a representar mais de metade deste tipo de ofertas (53,1 por cento).

Acesso ao serviço telefónico

A maioria dos indivíduos inquiridos dispõe dos dois tipos de serviço telefónico (móvel e fixo – M+F). Cerca de 40 por cento dos indivíduos com 15 ou mais anos dispõe somente do serviço telefónico móvel.

A taxa de não adesão ao serviço telefónico móvel é de 15 por cento. Destes, 20 por cento ponderam a hipótese de vir a subscrever o serviço.

Ao nível do **serviço telefónico fixo**, observa-se que **45 por cento dos lares portugueses não dispõe deste serviço**. Entre estes lares, quase metade já foi cliente deste tipo de acesso ao serviço telefónico. e apenas 7 por cento não inviabiliza totalmente a hipótese de vir a ser um futuro cliente do serviço.

Quadro 2 - Ofertas *multiple play*

	2008	2009
Taxa de utilização Base – Agregados familiares (não inclui as não respostas)	23,7	33,8
Distribuição pelo tipo de serviços incluídos no pacote Base – Agregados familiares com serviços em pacote (não inclui as não respostas)		
<i>Triple play</i> (I+F+TV)	35,3*	53,1*
<i>Double play</i> (I+F)	15,7	10,2*
<i>Double play</i> (I+TV)	27,0*	18,6
<i>Double play</i> (F+TV)	21,9*	18,1*
Total	100	100

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2008 e 2009

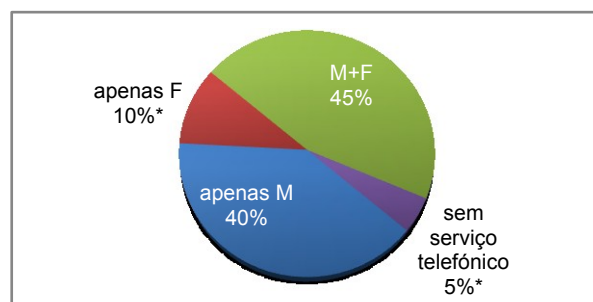
Unidade: %.

Notas:

F – Serviço telefónico fixo; I – serviço de acesso à Internet (fixa ou móvel); TV – Serviço de TV por subscrição.

Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Gráfico 2 - Acesso ao serviço telefónico



Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Base: Indivíduos com 15 ou mais anos

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Gráfico 3 - Não adesão ao serviço telefónico, antigos e futuros clientes



Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Base - Móvel: Indivíduos com 15 ou mais anos (taxa de não adesão); Indivíduos com 15 ou mais anos sem o serviço telefónico móvel (antigos e futuros clientes); Fixo: Agregados familiares (taxa de não adesão); Agregados familiares sem o serviço telefónico fixo (antigos e futuros clientes);

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

A possibilidade de seleccionar o operador em cada chamada efectuada (**selecção chamada-a-chamada**) ou seleccionar previamente um operador para todas as chamadas (**pré-selecção de operador**) é muito pouco utilizada entre os clientes do serviço telefónico fixo.

O “**desconhecimento destes serviços**” é o motivo mais referido pelos não utilizadores, seguindo-se o facto de o cliente “**preferir manter todos os serviços no actual operador**”.

Quadro 3 - Utilização de serviços de selecção de operador da rede fixa e motivos de não utilização

	Selecção chamada-a-chamada	Pré-selecção de operador
Por desconhecimento do serviço	45,7	47,2
Por preferir manter todos os serviços no operador actual	14,1*	15,0*
Por falta de informação sobre como proceder	7,5*	6,6*
Pela complexidade dos procedimentos	4,0*	4,4*
Pelos custos elevados	3,6#	4,5*
Por outro motivo	7,6*	7,8*
Ns/Nr	17,5	14,6
Total	100	100

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Base – Agregados familiares com o serviço telefónico fixo e que não utilizaram o respectivo serviço de selecção de operador

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Acesso à Internet

De acordo com os inquiridos, 46,3 por cento dos agregados familiares dispõem de **acesso à Internet** (fixa ou móvel), na sua grande **maioria em banda larga**.

O **acesso à Internet fixa** tem uma penetração de 33,6 por cento entre os agregados familiares inquiridos e o **acesso à Internet móvel** uma penetração de 17,9 por cento.

A possibilidade de **acesso simultâneo aos dois tipos de Internet** (móvel + fixa) verifica-se em 11,3 por cento dos agregados familiares que dispõem de Internet. Face ao total dos agregados familiares portugueses corresponde a 5,2 por cento.

A “**adesão ao programa e-iniciativas**” é o principal motivo para os indivíduos com 15 ou mais anos acederem à Internet móvel, seguindo-se a “**necessidade de utilizar Internet em qualquer lugar**”.

Quadro 4 - Principal motivo para ter Internet por acesso móvel

	%
Aderiu ao programa e-iniciativas	31,0 *
Precisa de utilizar Internet em qualquer lugar	27,2 *
Gosta de utilizar Internet em qualquer lugar	22,9 *
Outro motivo	10,2 #
Nenhuma razão em especial	8,2 #
Ns/Nr	0,5
Total	100

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Base - Indivíduos com 15 ou mais anos com acesso à Internet móvel

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

A taxa de não adesão ao serviço de acesso à Internet é de 53,7 por cento dos agregados familiares inquiridos.

As principais barreiras de adesão a este serviço são: “Não precisam / não têm interesse nisso” e “Não têm computador ou sem capacidade”.

Quadro 5 - Motivos de não utilização do serviço de acesso à Internet

	2008	2009
Não precisam / Não têm interesse nisso	33,5	32,3
Ninguém sabe utilizar Internet no agregado	21,3	16,3*
Não têm computador ou sem capacidade	16,9	22,1
O preço de acesso é elevado	10,0*	11,3*
O custo do computador é elevado	9,6*	7,0*
Têm acesso em outro local	5,0*	5,1*
Outros motivos	2,0#	4,8*
Ns / Nr	1,7	1,1
Total	100	100

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2008 e 2009

Unidade: %.

Base – Agregados familiares sem o serviço de acesso à Internet

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Acesso ao serviço de TV por subscrição

Entre os agregados familiares inquiridos, **51,9 por cento referiram ser clientes do serviço de TV por subscrição**.

Cerca de 12,6 por cento dos agregados familiares que não dispõem deste serviço ponderam vir a aderir ao mesmo (mais 3 pontos percentuais que o registado no final de Dezembro de 2008).

A principal barreira de adesão ao serviço de TV por subscrição continua a ser o “preço elevado”. O motivo “não precisam” apresenta igualmente um peso significativo.

Quadro 6 - Motivos para não utilizar o serviço de TV por subscrição

	2008	2009
O preço de acesso é elevado	38,2	36,3
Não precisam \ Não têm interesse	28,0	29,9
Canais não pagos suficientes	20,8	15,4*
Não têm hábito de ver muita TV	7,0*	8,3*
Outros motivos	5,0*	8,4*
Ns\Nr	1,1	1,5
Total	100	100

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2008 e 2009

Unidade: %.

Base – Agregados familiares sem o serviço de TV por subscrição

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

3 PERFIL DO CONSUMIDOR³

Apresenta-se de seguida o perfil do consumidor de serviços de comunicações electrónicas de acordo com a região, a estrutura familiar, a classe social, o escalão etário, o nível de escolaridade e a condição perante o trabalho. Apenas são mencionados no texto as diferenças estatisticamente significativas.

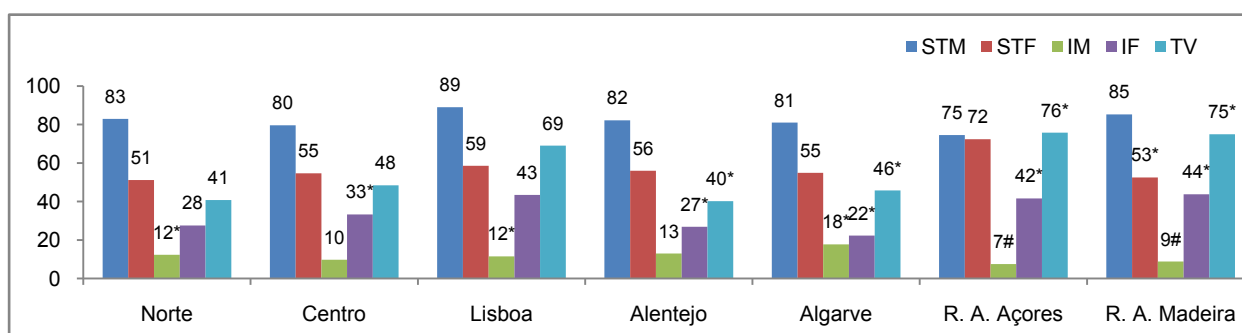
³ Dada a natureza dos serviços de comunicações electrónicas, o serviço telefónico móvel e serviço de Internet móvel têm por unidade de análise o “indivíduo com 15 ou mais anos” e os restantes serviços o “agregado familiar”.

Região

A utilização dos serviços de comunicações electrónicas varia consoante a região onde o agregado familiar se insere. Segundo os dados do inquérito, o **consumo do serviço telefónico móvel (STM)** é mais evidente na região de Lisboa (taxa de penetração de quase 90 por cento).

A taxa de penetração do **serviço telefónico fixo (STF)** é superior na R.A. Açores e região de Lisboa (respectivamente, 72 e 59 por cento de penetração). A região do Norte regista a menor taxa de penetração deste serviço.

Gráfico 4 - Posse de serviços de comunicações electrónicas por região NUTS II



Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

A taxa de penetração do **serviço de acesso à Internet móvel (IM)** atinge quase os 20 por cento na região do Algarve.

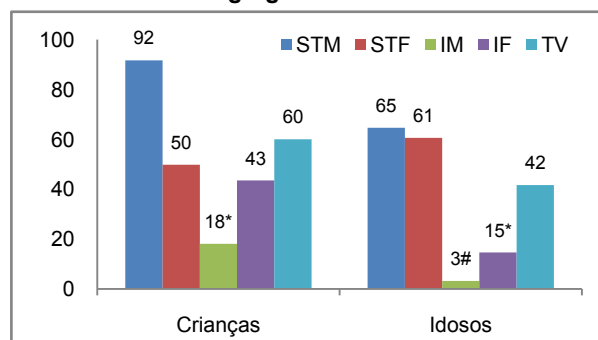
Ao nível da **Internet fixa (IF)** e **serviço de TV por subscrição (TV)** a maior incidência é observada entre os lares da região de Lisboa e regiões autónomas. As menores taxas de penetração destes serviços registam-se nas regiões do Algarve e Norte.

Estrutura familiar e classe social

Este inquérito evidencia que a presença de crianças no agregado familiar influencia um maior consumo do serviço telefónico móvel, do serviço de acesso à Internet móvel e fixa e do serviço de TV por subscrição.

A presença de idosos no agregado familiar tende a reflectir-se num maior consumo do serviço telefónico fixo.

Gráfico 5 - Posse de serviços de comunicações electrónicas pela presença de crianças ou idosos no agregado familiar



Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

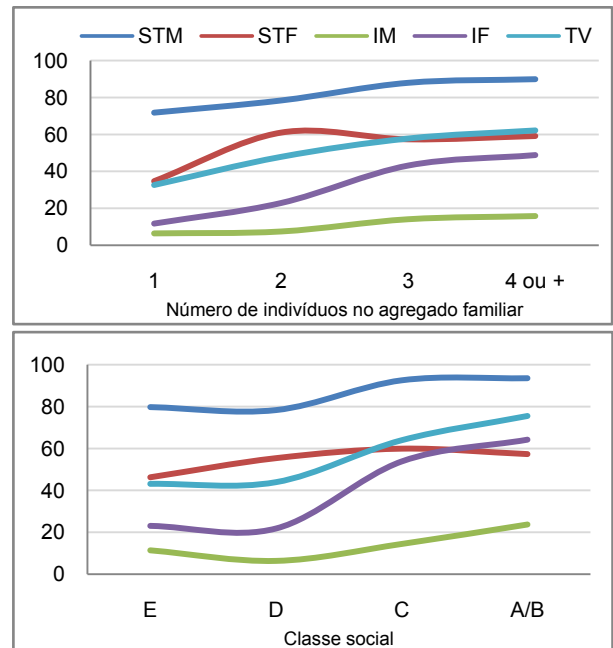
Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

A **dimensão do agregado familiar** e a respectiva **classe social** são factores que também influenciam a utilização dos serviços de comunicações electrónicas.

A **taxa de penetração** dos vários serviços tende a ser **maior à medida que a dimensão do agregado familiar aumenta**, à excepção do serviço telefónico fixo, que regista as maiores taxas de penetração entre os lares com 2 indivíduos.

Por outro lado, quanto **mais elevada a classe social**, maior é o consumo dos diversos serviços de comunicações electrónicas. Este efeito é mais evidente no acesso fixo à Internet.

Gráfico 6 - Posse de serviços de comunicações electrónicas por dimensão familiar e classe social



Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009 Unidade: %.

Notas:

A classe social é determinada de acordo com o nível de escolaridade e profissão do indivíduo com maior rendimento no agregado familiar. A classe social A é a mais elevada e a classe social E a mais baixa.

Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Escalão etário, nível de escolaridade e condição perante o trabalho

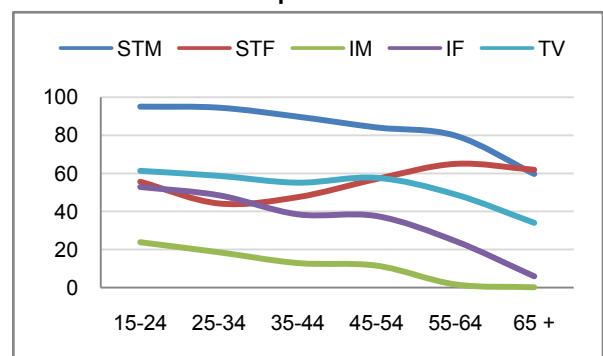
A **idade**, o **nível de escolaridade** e a **condição perante o trabalho** afectam o tipo de consumo de serviços de comunicações electrónicas.

A **taxa de penetração de cada um dos serviços tende a diminuir à medida que aumenta a idade** dos indivíduos respondentes, registando-se uma quebra maior a partir dos 55 anos.

Salienta-se um comportamento distinto somente no **serviço telefónico fixo**, onde as maiores taxas de penetração se referem à dos indivíduos com 55 ou mais anos.

A **taxa de penetração do serviço telefónico móvel equipara-se à do fixo** na população com 65 ou mais anos.

Gráfico 7 - Posse de serviços de comunicações electrónicas por escalão etário



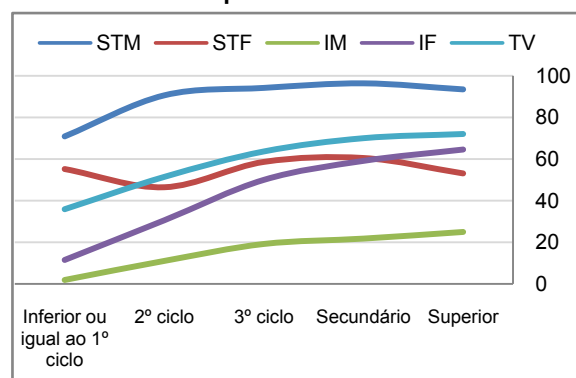
Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009 Unidade: %.

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Em relação ao nível de escolaridade do indivíduo respondente observam-se **taxas de penetração mais baixas para níveis de escolaridade mais baixos** (até 2º ciclo), exceptuando-se o serviço telefónico fixo.

Salienta-se a **tendência de maior convergência das taxas de penetração do serviço de acesso à Internet fixa e TV por subscrição para os níveis de escolaridade mais elevados e idades mais jovens.**

Gráfico 8 - Posse de serviços de comunicações electrónicas por nível de escolaridade

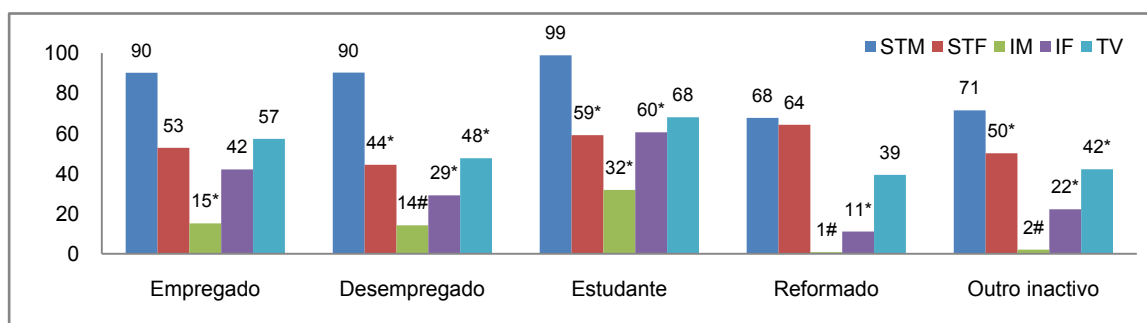


Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Gráfico 9 - Posse de serviços de comunicações electrónicas por condição perante o trabalho



Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Os “**estudantes**” são os que **registam maiores taxas de penetração em todos os serviços** à excepção do **serviço telefónico fixo**, que tende a ser **mais expressivo junto da população “reformada”**.

4 ESCOLHA DE PRESTADOR E MUDANÇA DE PRESTADOR

Serviço telefónico fixo e móvel

A **selecção do prestador móvel é sobretudo influenciada pelo facto de “as pessoas com quem [o respondente] contacta mais [serem] dessa rede”**. Esta justificação é dada por 38,6 por cento dos clientes do serviço telefónico móvel. Este facto continua a ser mais evidente nos dois principais operadores do mercado (TMN e Vodafone).

A escolha do Grupo PT enquanto operador do serviço telefónico fixo está associada nomeadamente a três principais motivos: “**pelo serviço estar integrado em pacote**”, “**ser o único na zona de residência**” ou **desconhecimento de outros operadores**.

A escolha de prestadores do Grupo Sonaecom está associada nomeadamente a questões tarifárias: “preços baixos” e “não ter assinatura”.

A selecção da Cabovisão e dos prestadores do Grupo Zon está fortemente associada ao facto do serviço telefónico fixo estar integrado em ofertas *multiple play*.

Quadro 7 - Principal motivo de escolha do prestador do serviço telefónico fixo

	Grupo PT	Grupo Sonaecom	Cabovisão	Grupo Zon	Total
Por ter este serviço integrado em pacote	18,3 *	8,7 #	44,0 *	56,3	27,7
Preços mais baixos	13,8 *	40,2 *	20,8 #	14,5 *	18,7
Único que existia na zona de residência	15,7 *	:	9,2 #	2,4 #	9,7 *
Qualidade do serviço	12,6 *	2,2 #	3,1 #	7,0 #	9,1 *
Não conhecia outro	15,6 *	:	2,2 #	0,2 #	8,7 *
Nenhuma razão especial	9,4 *	5,3 #	2,1 #	3,1 #	6,7 *
Não tem assinatura	1,7 #	30,4 *	11,8 #	3,4 #	6,5 *
Foi oferta / escolha de outra pessoa	4,6 #	6,5 #	1,0 #	5,1 #	4,8 *
Por já ser cliente do operador através de outros serviços	3,3 #	3,4 #	1,6 #	5,5 #	3,7 *
Outra. Qual?	1,3 #	0,6 #	0,4 #	1,1 #	1,2 #
Ns/Nr	3,6	2,7	3,8	1,4	3,1
Total	100	100	100	100	100

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009
Unidade: %. Electrónicas,

Base – Agregados familiares com serviço telefónico fixo de acordo com o respectivo operador utilizado mais frequentemente para fazer chamadas

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Serviço de acesso à Internet

Quase metade dos agregados familiares com Internet fixa referiu ter seleccionado o respectivo operador por este oferecer o serviço integrado em ofertas em pacote. O factor “preço mais baixos” é o segundo motivo mais importante na selecção de prestador.

Os principais motivos de escolha do operador de banda larga móvel são os “preços mais baixos” e pelo facto de “já ser cliente do operador”.

Quadro 8 - Principal motivo de selecção do operador do serviço de acesso à Internet

	Internet fixa	Internet móvel
Por ter este serviço integrado em pacote	45,6	2,4#
Preços mais baixos	21,0 *	23,9 *
Por já ser cliente do operador	9,1 *	18,6 *
Pelo equipamento que disponibiliza	:	11,4 #
Foi sugestão de um amigo/conhecido	:	8,3 #
Pela melhor qualidade de serviço	:	8,3 #
Por ter aderido ao programa e-iniciativas	:	6,7 #
Maior velocidade	5,7 *	4,6 #
Único que existia na zona residencial	4,2 #	:
Foi oferta / escolha de outra pessoa	3,9 #	4,9 #
Outro motivo	5,4 #	5,2 #
Nenhuma razão em especial	3,3 #	4,6 #
Ns/Nr	1,9	1,1
Total	100	100

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009
Unidade: %.

Base – Internet fixa: Agregados familiares com o serviço de acesso à Internet fixa de acordo com o operador utilizado mais frequentemente; Internet móvel: Indivíduos com 15 ou mais anos com acesso ao serviço de acesso à Internet móvel de acordo com o operador utilizado mais frequentemente.

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Serviço de TV por subscrição

A selecção do operador que distribui o serviço de TV por subscrição prende-se nomeadamente com o facto de esse **serviço estar integrado em ofertas multiple-play**.

Quadro 9 - Principal motivo de selecção do operador do serviço de TV por subscrição

	Grupo Zon	Grupo PT	Cabo-visão	Total
Por ter este serviço integrado em pacote	24,2 *	42,5 *	35,6 *	30,7
Preços mais baixos	19,8 *	13,8 *	19,4 #	18,4 *
Único que existia na zona de residência	13,6 *	6,8 #	22,9 #	12,2 *
Melhores canais	12,8 *	11,8 #	6,2 #	11,6 *
Foi contactado por ele	6,5 *	3,1 #	0,5 #	4,9 *
Não conhecia outro	6,3 *	0,3 #	1,8 #	4,2 *
Por já ser cliente do operador através de outros serviços	3,0 #	6,0 #	4,0 #	3,9 *
Foi oferta / escolha de outra pessoa	3,6 #	4,7 #	4,8 #	3,9 *
Nenhuma razão em especial	4,1 #	7,5 #	3,7 #	4,9 *
Outro motivo	3,2 #	2,0 #	:	2,7 #
Ns/Nr	2,8	1,4	1,2	2,7
Total	100	100	100	100

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Base – Agregados familiares com acesso ao serviço de TV por subscrição de acordo com o respectivo operador

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Mudança de prestador

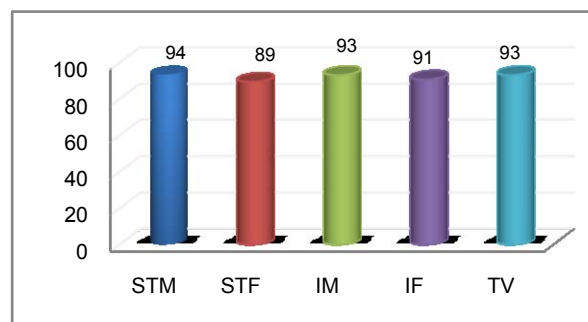
De acordo com os dados do inquérito em análise, a grande maioria dos clientes dos vários serviços de comunicações electrónicas tende a **“não mudar de operador e a nem sequer pensar nesse assunto”**.

Os **clientes do serviço telefónico fixo são os que evidenciam maior propensão à mudança**: 5,9 por cento refere ter mudado de operador em 2009.

Entre os **clientes do serviço telefónico fixo que mudaram efectivamente de operador em 2009**, cerca de metade refere a **“insatisfação com os preços”** como motivo determinante para a mudança de operador.

Os inquiridos que mudaram de operador no **serviço de TV por subscrição** foram os que **avaliaram mais positivamente o processo de mudança**.

Gráfico 10 - Taxa de fidelidade do cliente



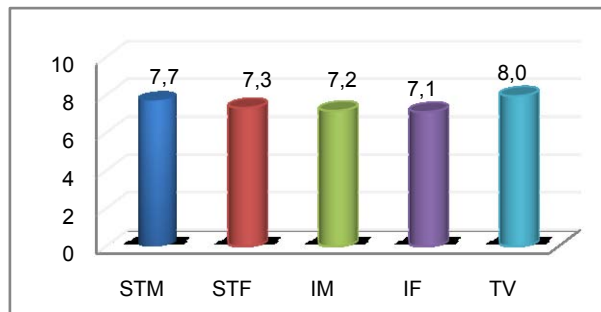
Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Base – STM e IM: Indivíduos com 15 ou mais anos clientes do serviço; STF, IF e TV: Agregados familiares clientes do serviço

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Gráfico 11 - Avaliação média do processo de mudança



Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: Escala 1-10

Base – STM e IM: Indivíduos com 15 ou mais anos clientes do serviço que mudaram de operador em 2009; STF, IF e TV: Agregados familiares clientes do serviço que mudaram de operador em 2009

Nota: Escala de avaliação utilizada: 1 (muito difícil), ..., 10 (muito fácil).

Portabilidade do número

Associada à mudança de prestador de serviço telefónico, encontra-se a **portabilidade do número**.

Entre os clientes que mudaram de prestador em 2009, foram aqueles que **mudaram de operador fixo que registaram uma maior taxa de utilização do serviço de portabilidade** (70,9 por cento na rede fixa contra 48,2 por cento na rede móvel).

5 SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR

Os utilizadores do **serviço telefónico móvel** apresentam o nível de satisfação médio mais elevado entre os vários serviços [7,7 numa escala de 1 (muito insatisfeito) a 10 (muito satisfeito)].

O serviço de **acesso à Internet tende a ter os menores níveis de satisfação**.

Em termos de **velocidade**, os clientes do serviço de acesso à **Internet móvel também tendem a estar menos satisfeitos** (6,8 em termos médios, face a 7,3 entre os clientes de Internet fixa).

Quadro 10 - Conhecimento e utilização do serviço de portabilidade do número no serviço telefónico

Conhecimento	Móvel	Fixo
<i>Base - clientes do serviço</i>		
Conhece	51,4	58,7
Não conhece	48,6	41,3
Total	100	100
Utilização	Móvel	Fixo
<i>Base - clientes que mudaram de operador em 2009</i>		
Utilizaram	48,2*	70,9*
Não utilizaram	47,6*	27,7#
Ns/Nr	4,2	1,4
Total	100	100

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Nota: Estimativa: não fiável (#); aceitável (*); fiável ()

Quadro 11 - Nível médio de satisfação global com o serviço prestado pelos operadores de cada serviço

	STM	STF	IM	IF	TV
2008	7,3	7,1	7,0	7,2	7,2
2009	7,7	7,4	7,2	7,3	7,5

Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2008 e 2009

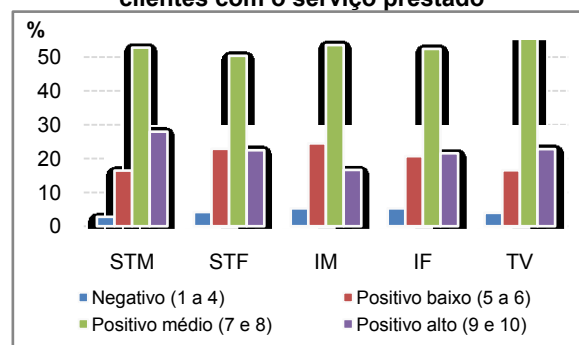
Base – STM e IM: Indivíduos com 15 ou mais anos clientes do serviço; STF, IF e TV: Agregados familiares clientes do serviço

Notas:

Escala de avaliação utilizada: 1 (muito insatisfeito), ..., 10 (muito satisfeito);

Em 2008 apenas se dispõe da informação para o serviço de acesso à Internet, independentemente do tipo de acesso (fixo ou móvel)

Gráfico 12 - Distribuição da satisfação dos clientes com o serviço prestado



Fonte: Inquérito ao Consumo de Comunicações Electrónicas, Dezembro 2009

Unidade: %.

Base – STM e IM: Indivíduos com 15 ou mais anos clientes do serviço; STF, IF e TV: Agregados familiares clientes do serviço

Nota: Escala de avaliação originalmente utilizada: 1 (muito insatisfeito), ..., 10 (muito satisfeito)

6 NOTAS METODOLÓGICAS

O universo definido para o **INQUÉRITO AO CONSUMO DOS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS** foi o dos indivíduos com 15 ou mais anos, residentes em Portugal Continental ou nas Regiões Autónomas da Madeira ou dos Açores. Para a selecção dos entrevistados recorreu-se ao método de quotas de região NUTS II, sexo, idade, instrução e ocupação, sendo que os agregados familiares foram previamente seleccionados por região NUTS II e dimensão familiar.

No quadro seguinte descrevem-se algumas das principais características dos inquéritos que deram origem a este relatório:

Empresa associada	Método de recolha	Recolha de informação	Dimensão amostral	Margem de erro máxima ⁽¹⁾	Serviços
Dez. 2008 TNS-Euroteste	Presencial (CAPI)	5.Nov.2008 a 29.Dez.2008	3600 Entrevistas: 2040 Continente; 780 R.A. Açores; 780 R.A. Madeira	1,63 (Portugal) 2,17 (Continente) 3,50 (R.Autónomas)	M; F; I; TV
Dez. 2009 GfK Metris	Presencial (CAPI)	6.Nov.2009 a 20.Dez.2009	3106 Entrevistas	1,76 (Portugal) Erros amostrais máximos não superiores a 5,5 pontos percentuais para as regiões mais pequenas - Alentejo, Algarve, R.A. Açores e R.A. Madeira e não superiores a 4,5 para as restantes	M; F; IF; IM; TV

⁽¹⁾ Margem de erro absoluta ou precisão absoluta (semiamplitude de um intervalo de confiança a 95% para uma proporção). As desagregações específicas dentro de cada serviço de comunicações electrónicas traduzem-se naturalmente em erros superiores. No caso concreto do inquérito de Dezembro de 2009, as estimativas relativas ao serviço telefónico móvel apresentam uma margem de erro máxima de 2,0, o serviço telefónico fixo de 2,4, o serviço de acesso à Internet fixa de 3,1, o serviço de acesso à Internet móvel de 5,2 e o serviço de TV por subscrição de 2,5.

Os resultados foram reequilibrados para o universo de indivíduos e agregados familiares mediante a utilização de ponderadores. O ponderador dos indivíduos foi construído de forma a garantir a estrutura sociodemográfica da população portuguesa com 15 ou mais anos residente em alojamentos privados em Portugal e o ponderador do agregado familiar foi construído de forma a garantir a estrutura sociodemográfica da totalidade dos lares portugueses. Este processo baseou-se nos Censos de 2001 do INE. Os resultados relativos ao serviço telefónico móvel e Internet móvel resultam da aplicação do ponderador de indivíduos. A maioria dos resultados relativos aos serviços telefónico fixo, acesso à Internet fixa e TV por subscrição resultam da utilização do ponderador do agregado familiar, exceptuam-se os casos de opinião directa ou experiência vivenciada pelo indivíduo que responde ao questionário (neste caso recorreu-se ao ponderador do indivíduo).

A fiabilidade das estatísticas apresentadas é avaliada através do seu coeficiente de variação, tendo por base a variância do estimador "proporção" numa amostragem aleatória simples e admitindo um nível de significância de 95 por cento. Para facilitar a interpretação, os quadros e gráficos apresentam a seguinte sinalética: (#) significa uma estimativa não fiável, i.e, apresenta um coeficiente de variação superior ou igual a 25 por cento; (*) significa uma estimativa aceitável, na medida em que o coeficiente de variação é superior ou igual a 10 por cento e inferior a 25 por cento; (sem sinalética) refere-se a uma estimativa fiável, i.e, apresenta um coeficiente de variação inferior a 10 por cento.