

A photograph of a woman and a young child smiling. The child is holding a sign that says 'Prize Collector'. The text is overlaid on the image.

Comportamento e Atitudes do Consumidor Português de Telecomunicações Móveis

Maio.2003

Marktest

No início da década de 90 o ICP faz atribuição das duas primeiras licenças para a prestação do Serviço de Telecomunicações Móvel, em Portugal.

São atribuídos os prefixos de acesso para a tecnologia digital – GSM:

0936 - TMN

0931 - Telecel

Atenta aos ventos de mudança, a Marktest procurou desde logo acompanhar as alterações que se começavam a desenhar no mercado das Telecomunicações e em 1992 a Marktest começa a desenvolver o embrião do Barómetro Telecomunicações.

Em 1998, com carácter regular e contínuo o Barómetro Telecomunicações possibilita ao mercado analisar evolutivamente , mês a mês, o conhecimento, as opiniões, as atitudes e motivações dos consumidores face ao mercado das telecomunicações.

Universo – Indivíduos 15/64 anos residentes em Portugal Continental e Ilhas.

Amostra – 12 000 entrevistas/ano, recolhidas de forma contínua

Recolha da Informação – CATI System

Output – Resultados mensais tendo por base de análise o trimestre móvel

Como tem evoluído a posse e utilização das comunicações móveis em Portugal ?

Como tem evoluído o perfil do utilizador português de comunicações móveis ?

Como reage o utilizador português de comunicações móveis face ao aparecimento de novos serviços e novas tecnologias?

O que leva o consumidor português de comunicações móveis a escolher o operador ?

O que leva o consumidor português de comunicações móveis a mudar de operador ?

Qual a intenção de desistência da rede fixa em detrimento da móvel no lar do consumidor português?

Nos últimos 4 anos o universo de possuidores e utilizadores de comunicações móveis em Portugal duplicou.

Em Março de 2003 os utilizadores de telemóveis, junto do universo em estudo (15/64 anos – 7.006.000 Ind) totalizam 5.451.000 Indivíduos.

Penetração de Comunicações Móveis



Penetração de Comunicações Móveis



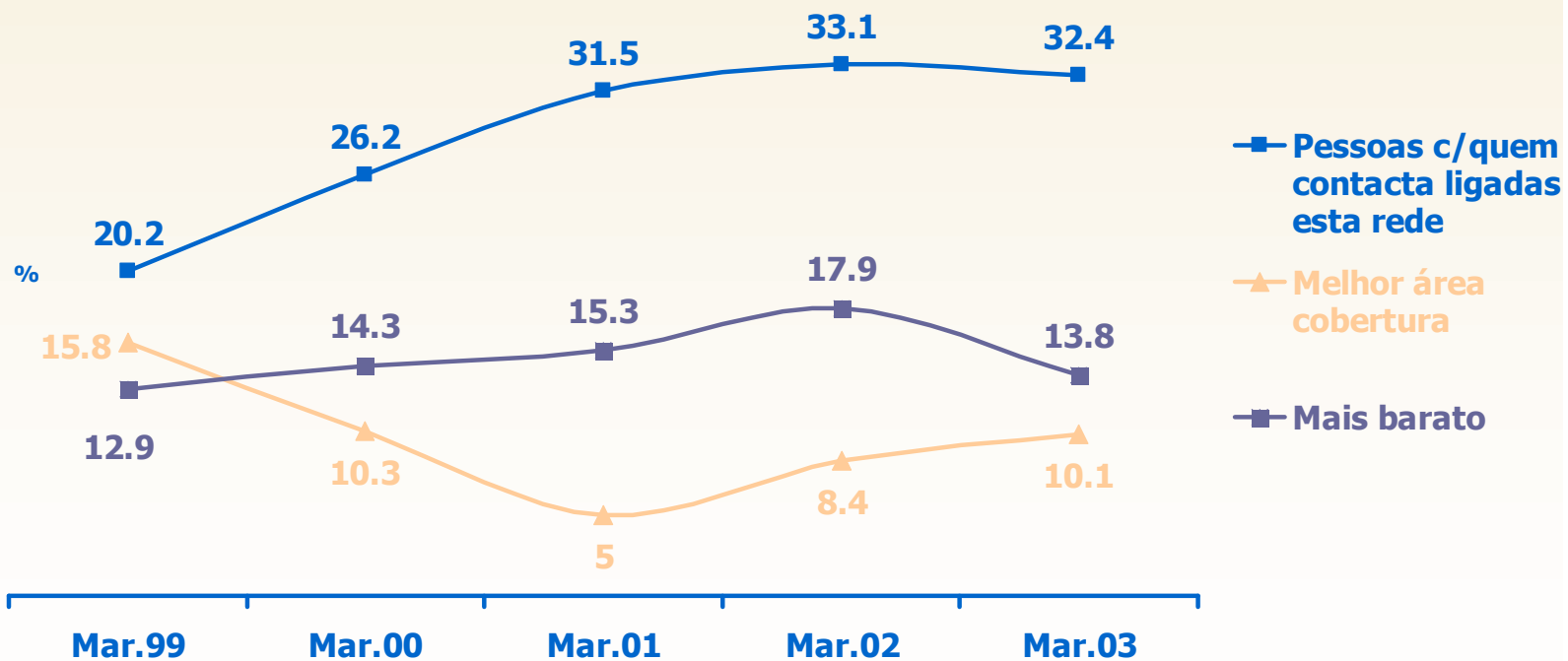
Com uma taxa de penetração próxima dos 80%, as variáveis:

- **estar ligado ao mesmo operador que outros com quem habitualmente contacta,**
- **preço**
- **área de cobertura**



Condicionantes da escolha do operador móvel

Principais razões de escolha do operador móvel

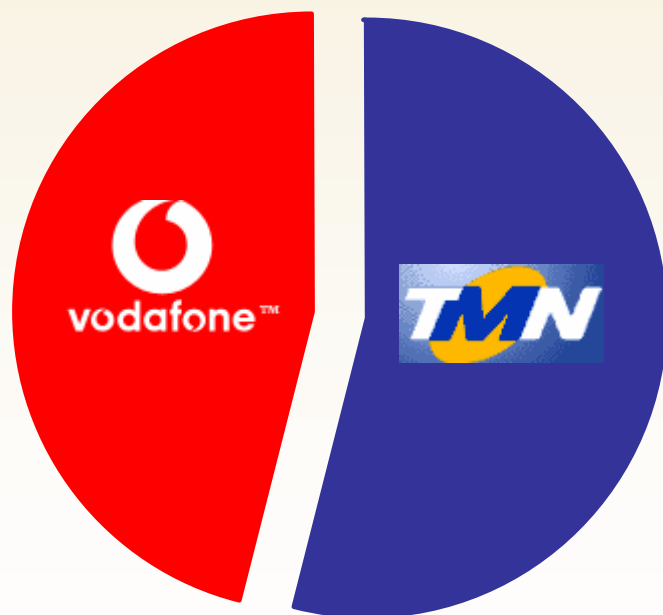


A entrada no mercado português do 3º operador de comunicações móveis, em 1999, veio trazer alguma agitação junto do sector, facto que foi sentido na partilha do mercado :

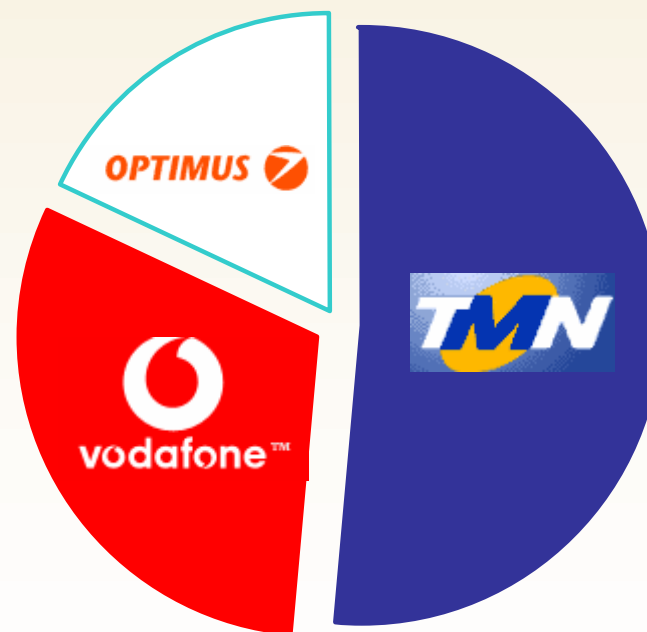
- Novos planos tarifários**
- Novos preços**
- Novos conceitos**
- Novos produtos**
- Nova oferta**

Quota de Mercado Operadores Comunicações Móveis

Jun.98



Mar.03



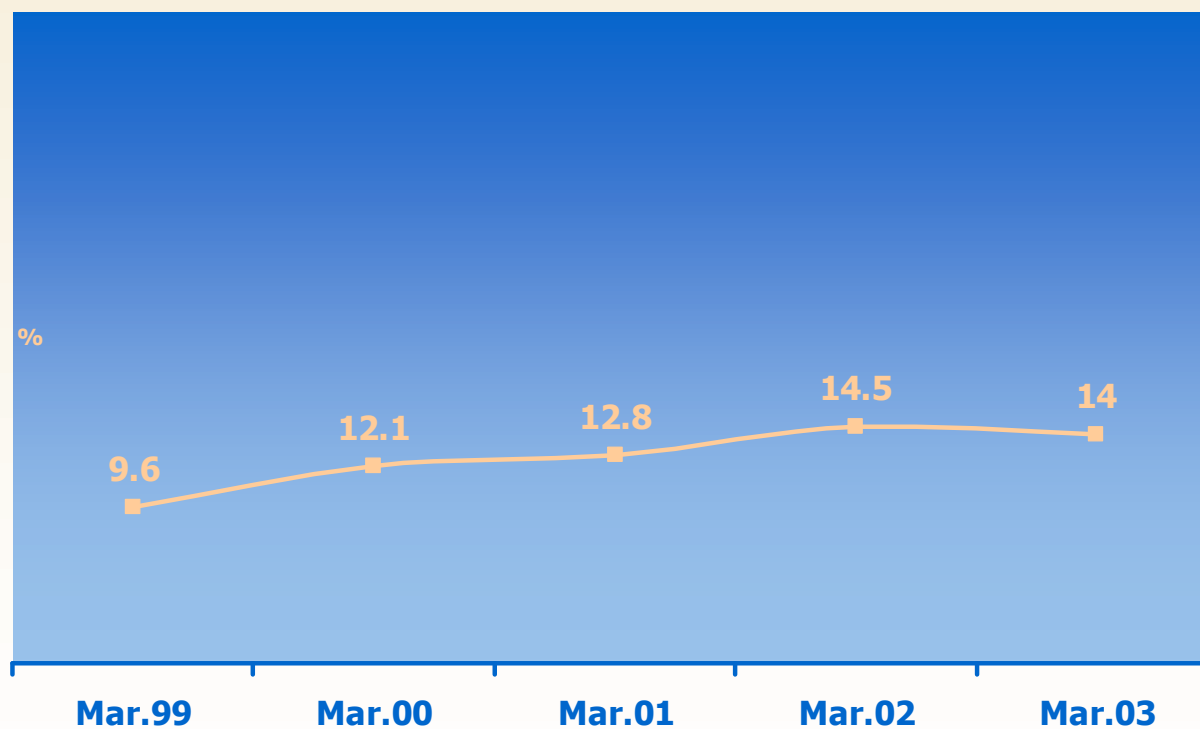
E apesar de haver resistência à mudança, o consumidor de comunicações móveis português não deixa de ser crítico e tomar decisões :

- o factor preço,**
- e estar ligado ao mesmo operador das pessoas com quem habitualmente contacta**

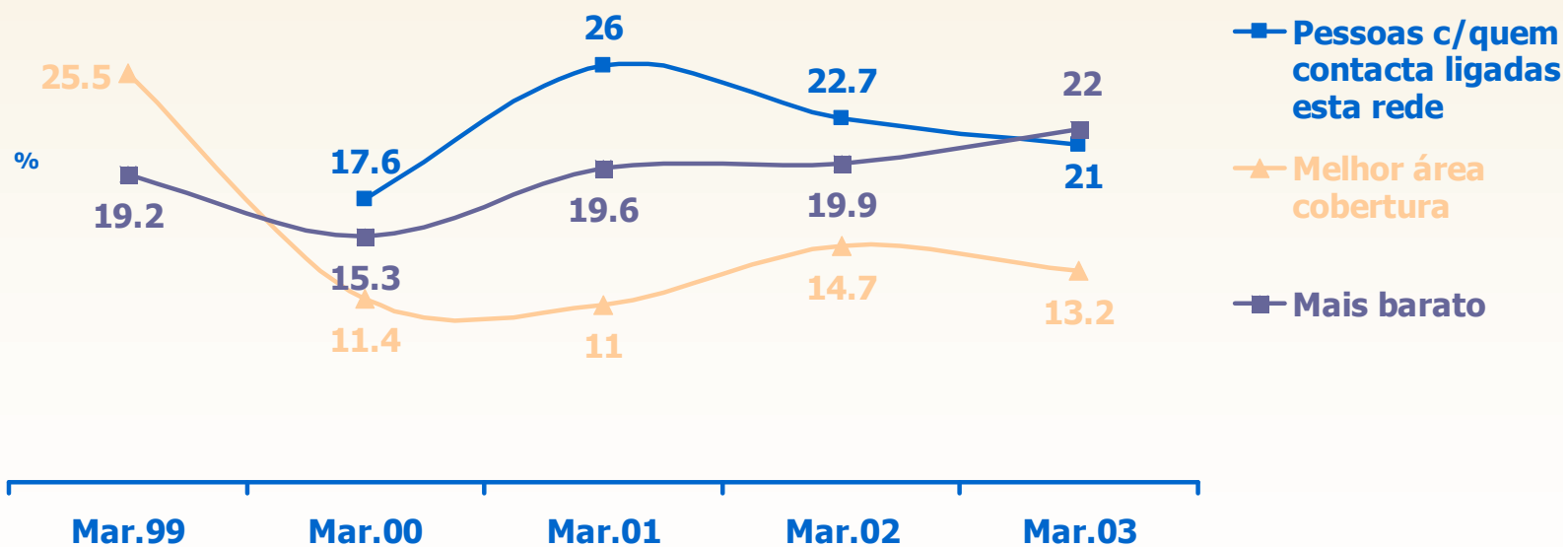


são os principais motivos subjacentes à mudança de operador móvel

Já alguma vez mudou de operador ?



Principais razões de mudança de operador móvel

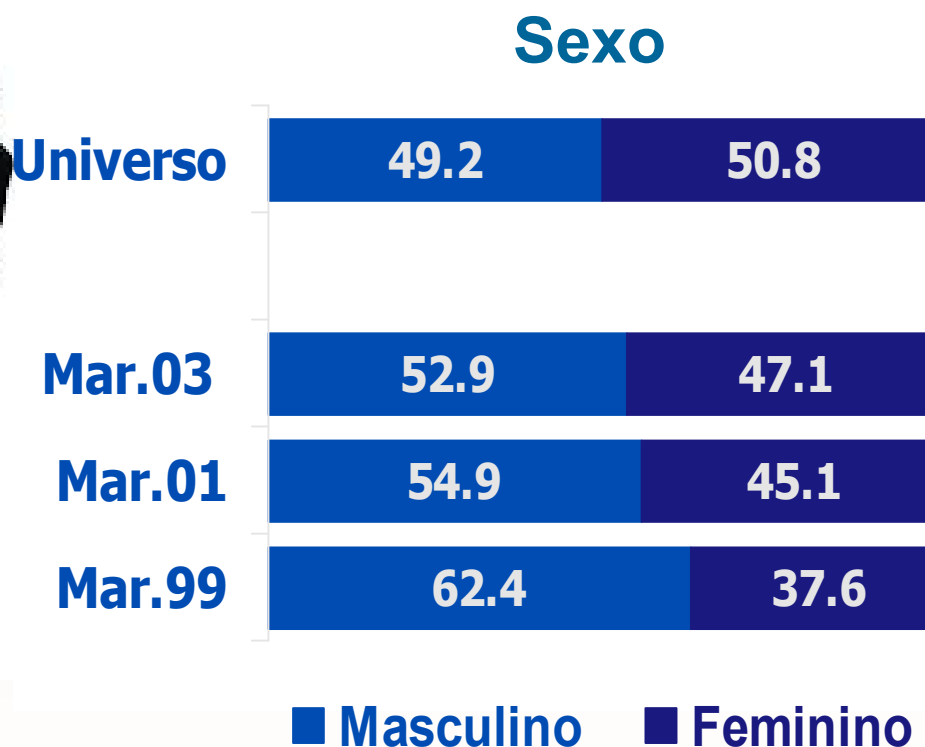


Em Março de 99 o perfil do utilizador de comunicações móveis caracterizava-se assim :

- **63% ind. sexo masculino**
- **50% ind. com idades entre 25/44 anos**
- **62% ind.de A/B/C1**
- **40% residentes na Gr.Lisboa/Gr.Porto**

Tendencialmente o perfil do utilizador de comunicações móveis tem-se vindo a aproximar do perfil do universo em estudo .

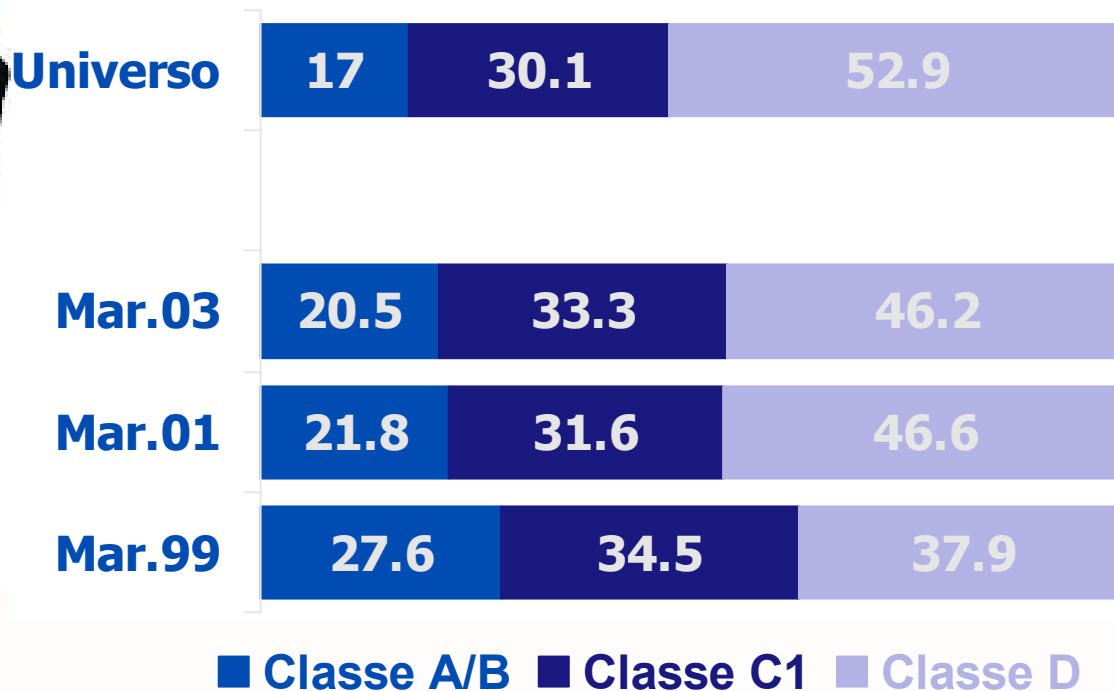
Evolução do Perfil do Utilizador de Comunicações Móveis



Evolução do Perfil do Utilizador de Comunicações Móveis



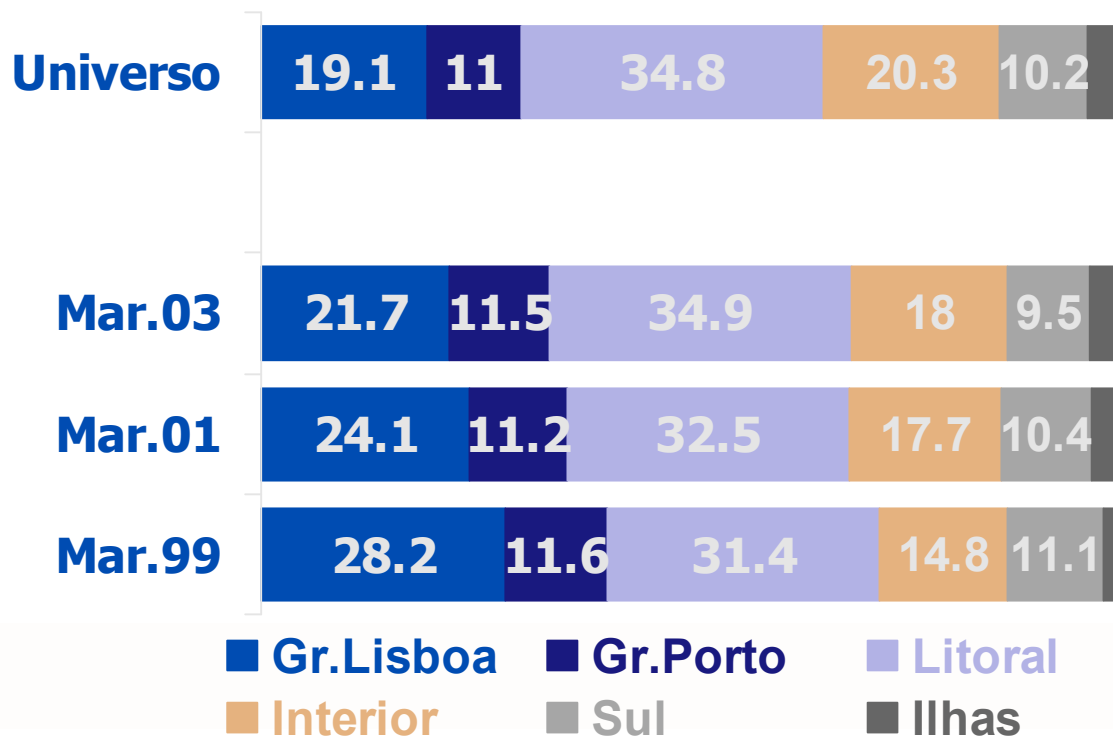
Classe Social



Evolução do Perfil do Utilizador de Comunicações Móveis



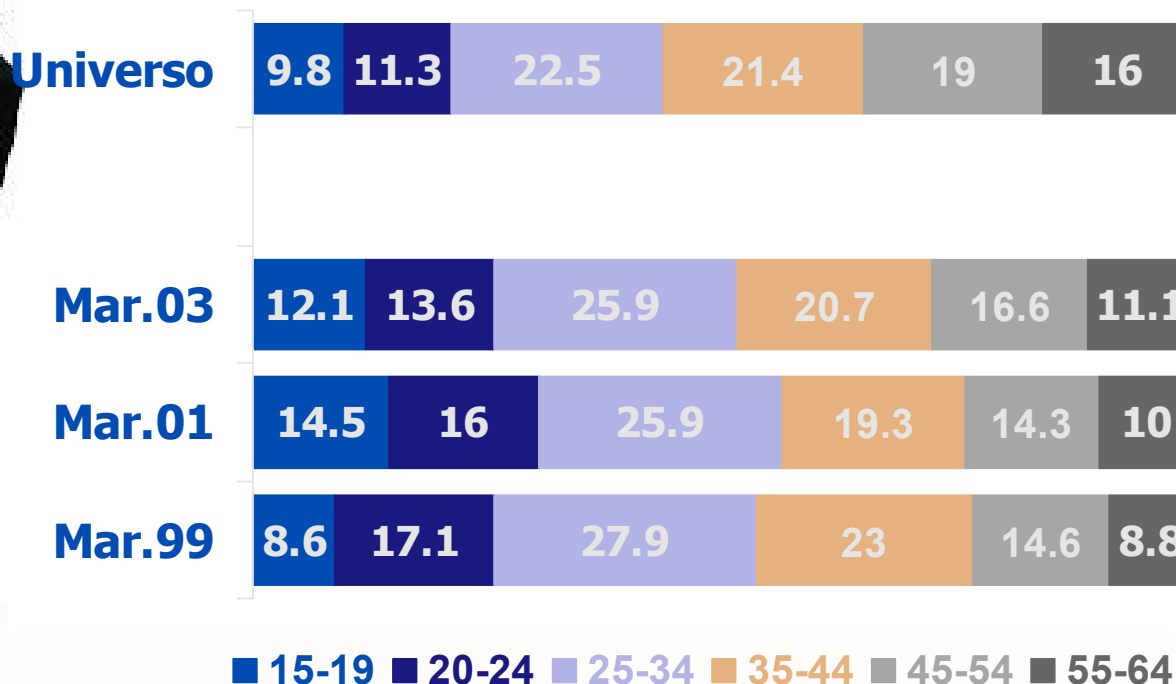
Regiões Marktest



Evolução do Perfil do Utilizador de Comunicações Móveis



Escalões Etários



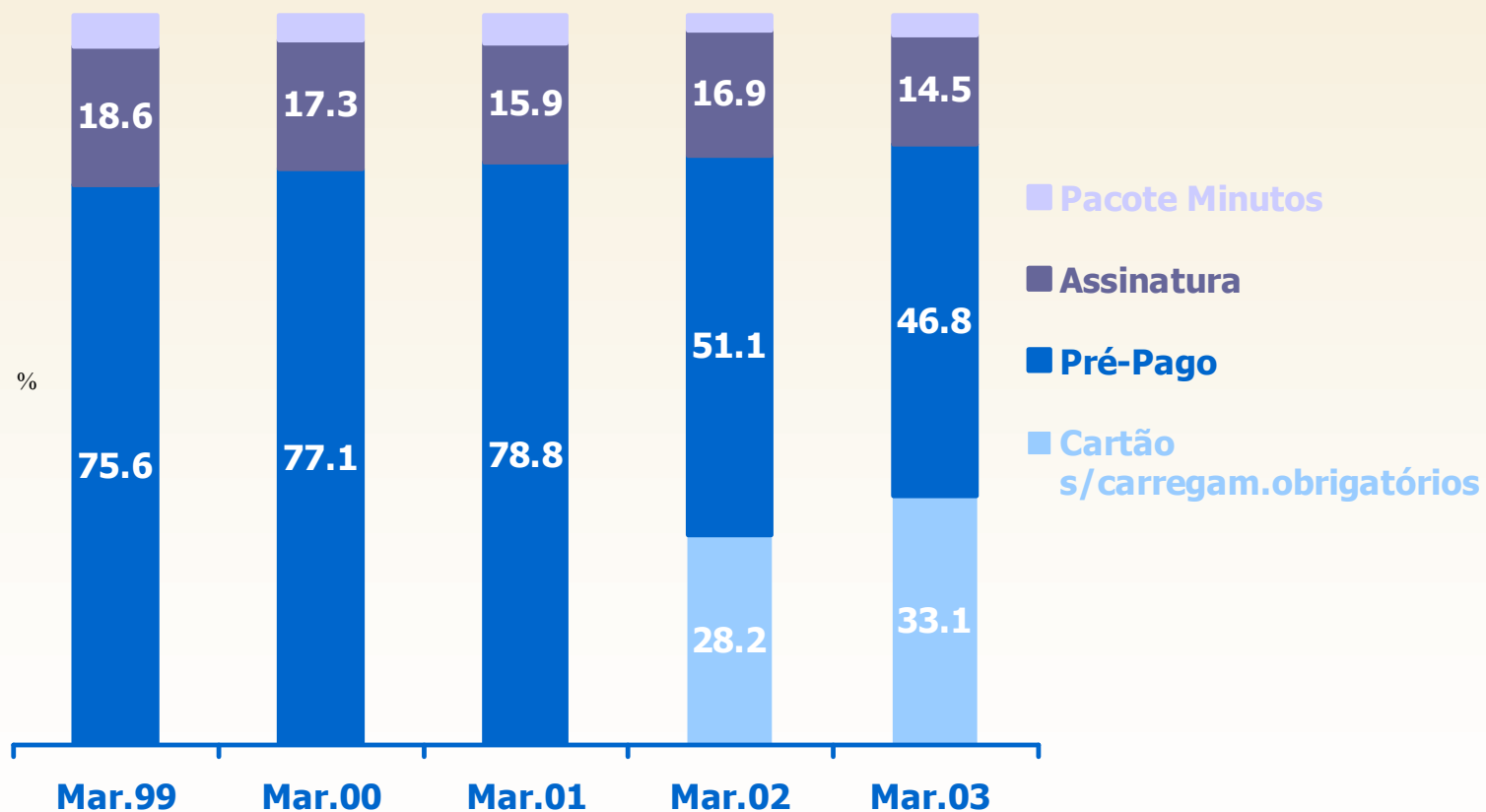
A elevada adesão às comunicações móveis pelo consumidor português deve-se em grande parte:

- **banalização no uso de telemóvel**
- **acessibilidade (compra de packages a baixo custo)**
- **surgimento cartões recarregáveis sem carregamentos obrigatórios**

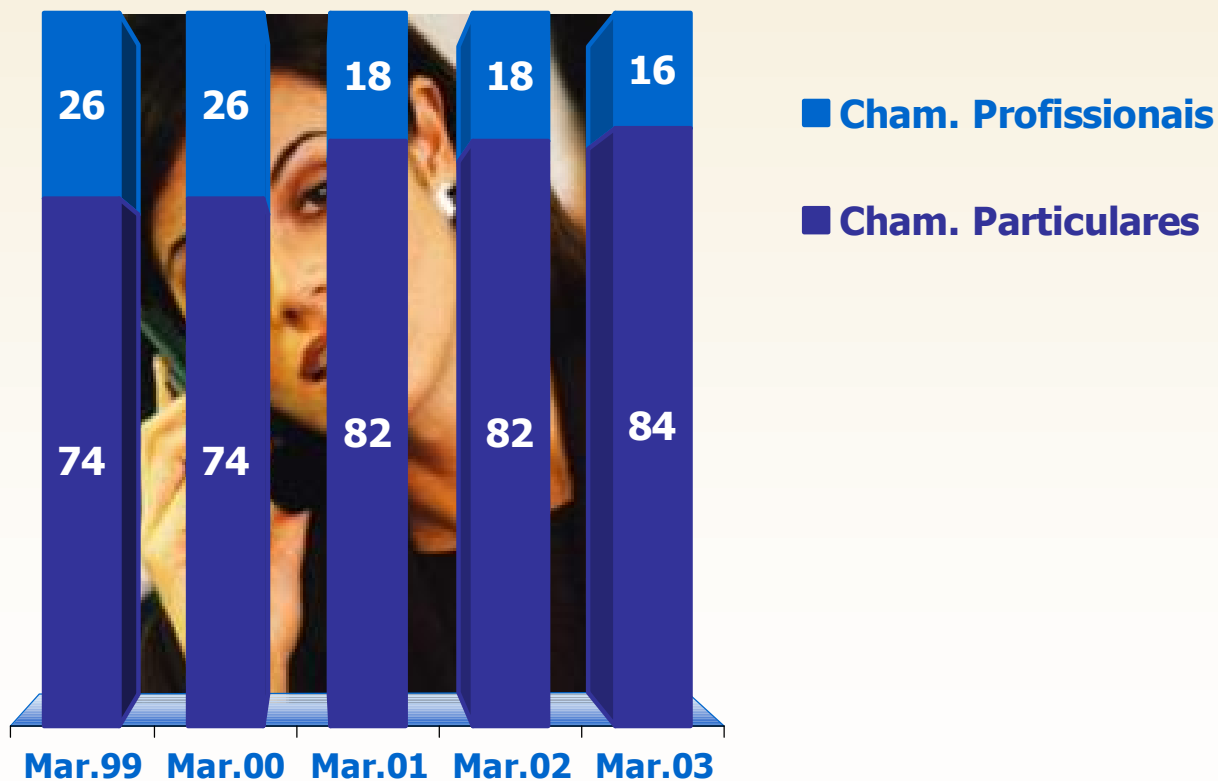


conduziu a alterações na forma de utilização das comunicações móveis

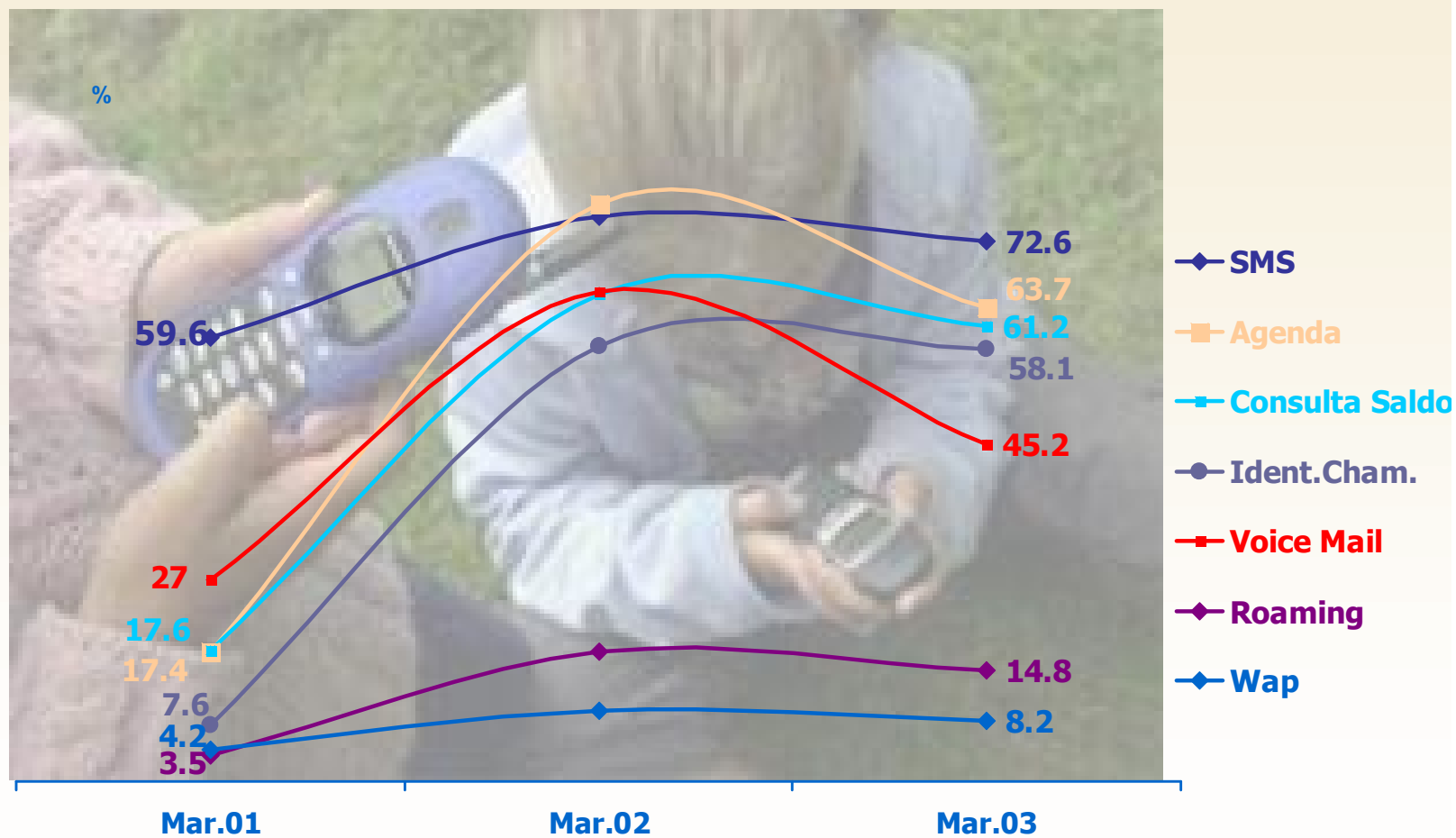
Evolução do Tipo de Contrato



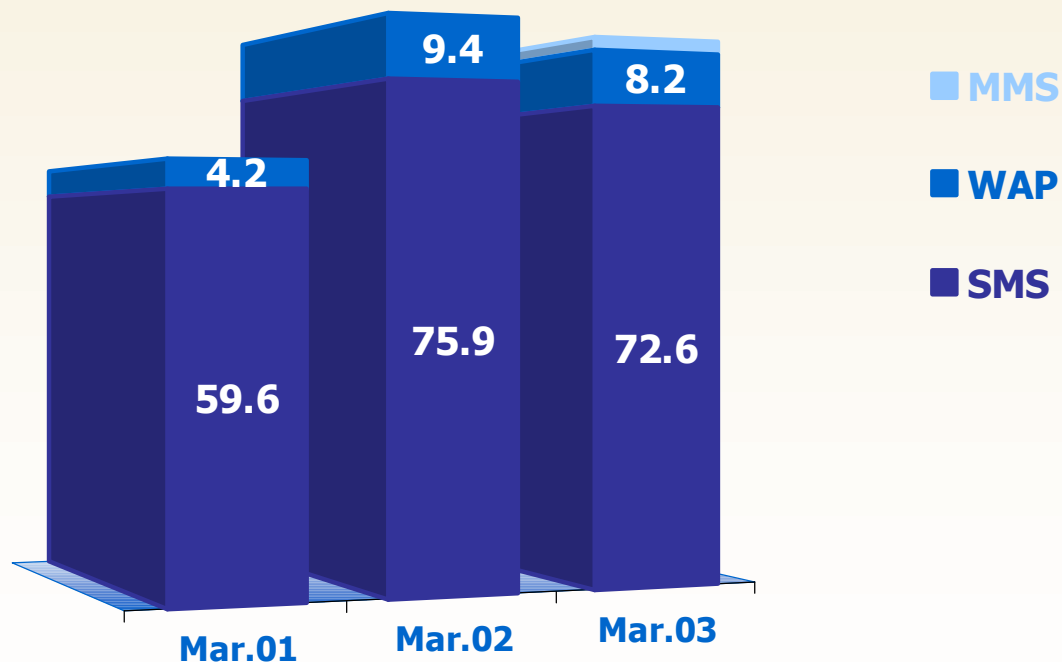
Realização de chamadas Particulares *versus* Profissionais



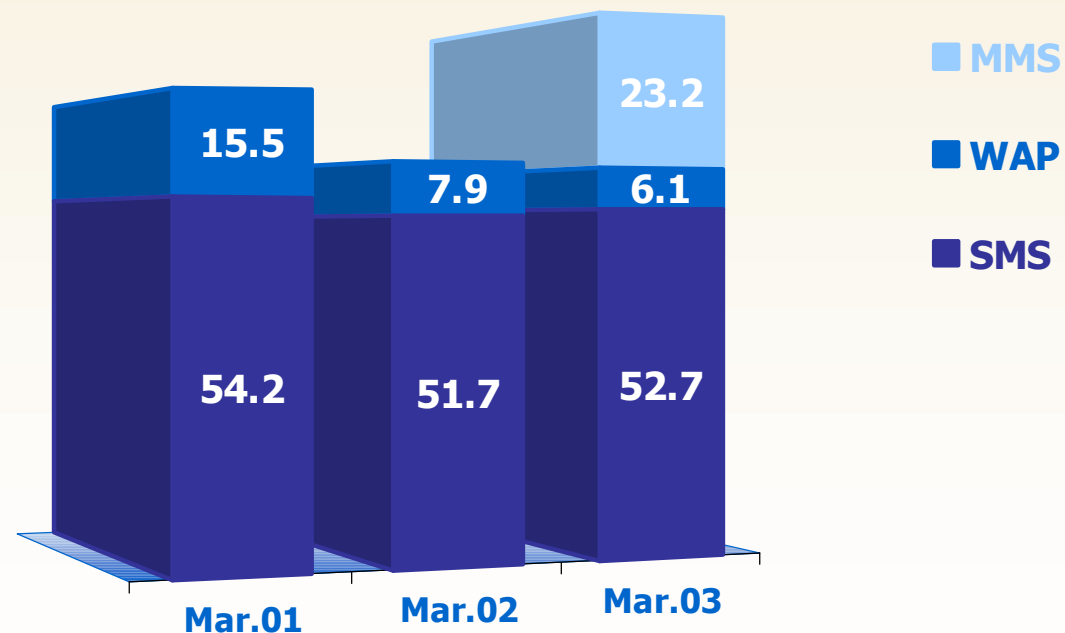
Evolução do Hábito de Utilização (principais serviços que costumam utilizar)



Evolução da Utilização de SMS, WAP e MMS

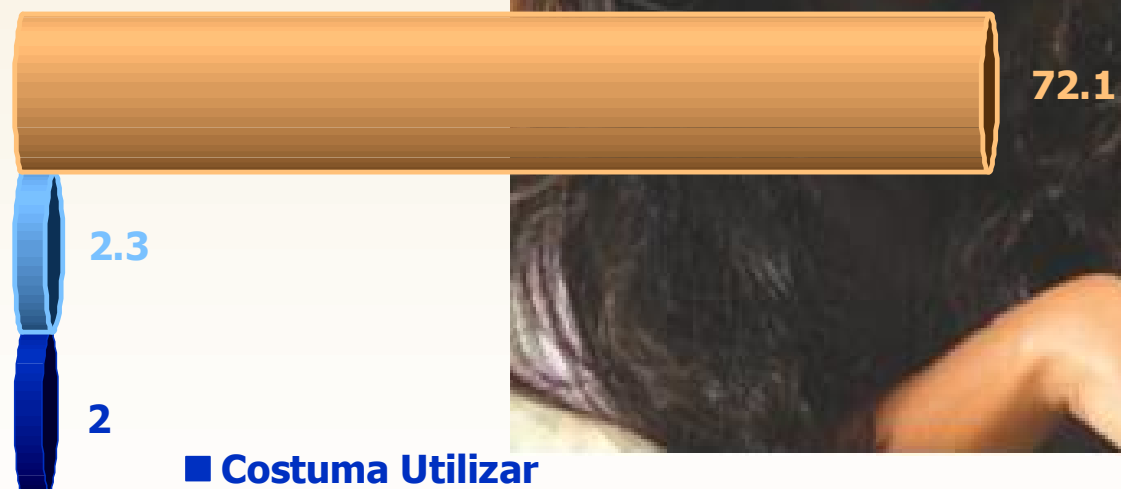


Evolução da utilização diária* de SMS, WAP e MMS



Fonte : Barómetro Telecomunicações / Markttest
•Utilização Diária – Utiliza Todos/Quase todos os dias
(Univ-Ind.possuidores telemóvel ,15/64 anos residentes em Portugal)

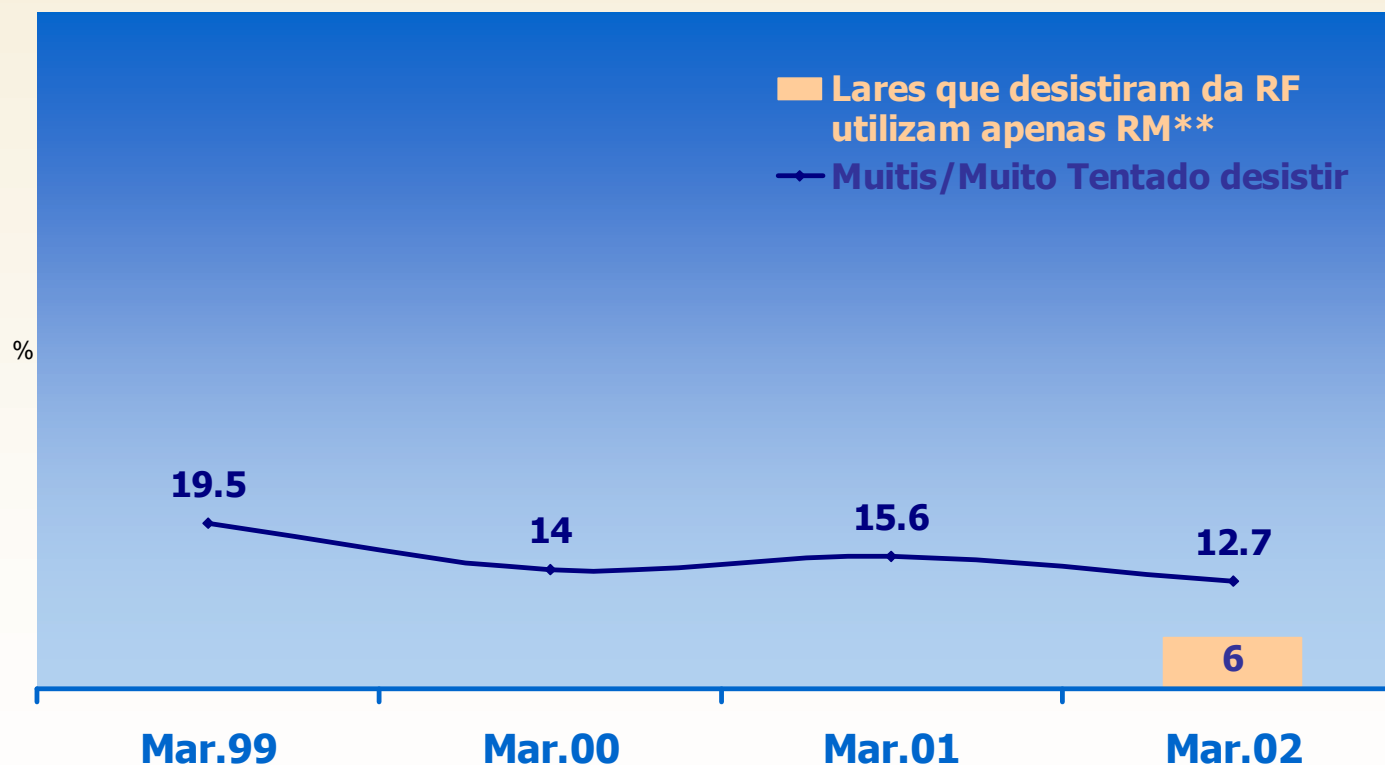
Conhecimento e Utilização de MMS



- Costuma Utilizar
- Posse Terminal MMS
- Conhecimento Serv. MMS



Intenção de desistência da rede fixa em favor da rede móvel *versus* Lares que desistiram da Fixa e usam apenas móvel



Fonte : Barómetro Telecomunicações / Marktest

** Fonte : Estudo Base Painel de Lares Marktest (2º Trim.2002 – Univ.-Lares de Portugal Continental)