

## TELECOMUNICAÇÕES

# Efeito de rede influencia 4,2 milhões de clientes móveis

35% dos clientes muda ou fica numa rede pelos contactos

# 12%

Filipe Paiva Cardoso

filipecardoso@mediainf.pt

Quase 20% dos portugueses com telemóvel já mudou de operador, sendo que sensivelmente metade destes aponta como principal razão para a mudança o facto de a maioria das pessoas com quem contacta ser do operador para que vai mudar – o chamado “efeito de rede” –, conclui um inquérito da Markttest realizado a pedido da Anacom.

O “efeito de rede” favorece o operador com mais quota no mercado – que em Portugal é a TMN – e, considerando que existem 12,2 milhões de clientes móveis em Portugal, os pouco menos de 10% que já mudaram de operador graças ao

“efeito de rede” traduzem-se sensivelmente em 1,2 milhões de clientes.

Mas este efeito tem ainda uma segunda esfera de influência. Segundo contas do JdN, a partir dos dados da Markttest, conclui-se que quase três milhões de clientes móveis nunca mudou de operador por que a maioria dos seus contactos está na sua rede. No total, o “efeito de rede” acaba por influenciar a escolha de 4,2 milhões de clientes em Portugal, ou seja, 35% do mercado.

Outras razões apontadas para a mudança de operador móvel pelos inquiridos da Markttest prenderam-se com os preços, qualidade do serviço ou uma oferta de telemóvel com cartão de outra rede.

Perto de 64% dos inquiridos re-

velou ainda que nunca mudou de operador móvel por estar satisfeita com o actual, ou seja, mais de 7,8 milhões de clientes. O inquérito pedido pelo regulador das comunicações, ainda aponta que existe uma “fatia” de 12,3% da população portuguesa sem telemóvel, isto apesar da taxa de penetração móvel em Portugal ascender aos 115,7%. Em termos de terceira geração, o inquérito da Markttest concluiu que 22% – 2,7 milhões – dos utilizadores de telemóvel têm já um aparelho 3G.

#### Assinatura mensal afasta 8% de lares da rede fixa

O levantamento da Markttest também analisou o mercado fixo. As conclusões apresentadas apontam

que 59,2% dos lares nacionais dispunham de telefone fixo em Dezembro último, e que os 40,8% que não tinham rede fixa apontam como principal justificação o facto de terem telemóvel – 30,8% do total que não tem rede fixa – assim como a existência de uma assinatura mensal, razão considerada suficiente por 7,9% dos lares para não ter fixo.

Até Dezembro último, mais de 40% dos clientes do fixo já tinha mudado pelo menos uma vez de operador, aponta a Markttest, sendo que a principal razão para a mudança de operador são os preços, enquanto que o facto de “o novo operador não cobra[r] assinatura” é a segunda principal motivação de mudança – para 19% dos inquiridos.

## Rede4, Yorn e Uzo com 1,3% de quota

**Os operadores móveis “alternativos” lançados em meados de 2005 continuam longe dos objectivos a que se propuseram. Segundo o inquérito às comunicações electrónicas realizado pela Markttest para a Anacom, no final do ano passado o total de clientes da Rede4, Uzo e Yorn atingia 1,3% de quota de mercado, quando o objectivo destas é os 35%. Segundo os dados divulgados, em Dezembro de 2006, a Uzo, da TMN, detinha 0,8% do mercado, a Rede4, da Optimus, 0,3% e a Yorn, da Vodafone, apenas 0,2%. Considerando que existem em Portugal 12,2 milhões de telemóveis, estes valores apontam que a Uzo contava no final do ano com 97,8 mil clientes, a Rede4 mais de 36,5 mil e a Yorn pouco menos de 25 mil clientes. O lançamento destes operadores foi a resposta das operadoras ao crescente interesse por operadores virtuais, tendo os três operadores licenciados em Portugal optado por lançar marcas “low-cost”. Na Vodafone a aposta foi no “Vodafone Directo!”, ainda que no inquérito da Markttest a Yorn tenha sido a única referenciada. O lançamento destas operadoras custou 11,5 milhões de euros às três empresas. FPC**

**ege**  
...  
Escola de gestão empresarial  
Atlantic Business School

## CURSO DE GESTÃO GLOBAL Mini MBA



Programa intensivo e de curta duração, proporcionando uma visão global da empresa. Enfoque no desenvolvimento de competências transversais, essenciais para uma eficaz gestão integrada de projectos empresariais, decisivo factor de competitividade das organizações.

Início a 13 de Abril

Duração: 75 horas

#### Funcionamento:

O curso funciona de três em três semanas, no seguinte horário: Quinta-feira das 18h30 às 21h30; Sexta-feira das 9h00 às 13h00 e das 14h30 às 18h30; Sábado das 9h00 às 13h00.

## FORMAÇÃO AVANÇADA PARA EXECUTIVOS 1º SEMESTRE 2007

### outros programas

#### AVALIAÇÃO DE PROJECTOS E EMPRESAS

Duração: 36 horas  
Início a 11 de Abril

#### COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE\*

Duração: 15 horas  
Início a 8 de Junho

#### CONTABILIDADE E ANÁLISE DE RELATÓRIOS E CONTAS

Duração: 54 horas  
Início a 2 de Maio

#### CONTROLO DE GESTÃO

Duração: 21 horas  
Início a 21 de Maio

#### e-BUSINESS

Duração: 15 horas  
Início a 6 de Julho

#### FINANÇAS INTERNACIONAIS\*

Duração: 15 horas  
Início a 13 de Abril

#### FISCALIDADE EMPRESARIAL

Duração: 84 horas  
Início a 3 de Maio

#### FUSÕES, AQUISIÇÕES E REESTRUTURAÇÃO EMPRESARIAL\*

Duração: 15 horas  
Início a 22 de Junho

#### GESTÃO DOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO\*

Duração: 30 horas  
Início a 13 de Abril

#### GESTÃO DE TESOURARIA

Duração: 30 horas  
Início a 13 de Junho

#### NEGOCIAÇÃO\*

Duração: 15 horas  
Início a 15 de Junho

#### NORMAS INTERNACIONAIS DE CONTABILIDADE

Duração: 54 horas  
Início a 11 de Junho

\* Programas em parceria com:

**ESADE**  
Business School