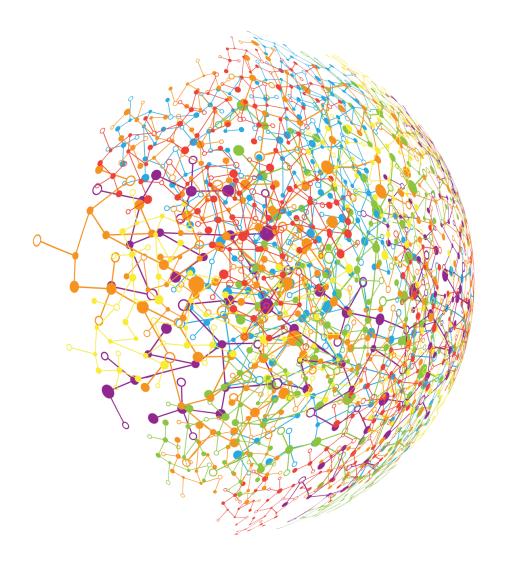
Deloitte.





Análise de preços das comunicações eletrónicas na Europa

Indice



Sumário executivo



O setor das comunicações eletrónicas em Portugal



Metodologia de análise



Benchmark internacional de preços 3P e 4P



00 Sumário executivo

- O setor das comunicações eletrónicas em Portugal
- Metodologia de análise
- Benchmark internacional de preços 3P e 4P



SUMÁRIO EXECUTIVO



Metodologia e resultados

O presente estudo tem por objetivo comparar o preço das ofertas predominantes de comunicações eletrónicas em Portugal com os preços das ofertas com as mesmas características em dez outros países da UE

Objetivos da análise e metodologia

O objetivo do estudo é comparar preços médios de serviços de comunicações eletrónicas com foco nas características dos produtos mais comercializados em Portugal. Desta forma, pretende-se responder à questão: qual o preço que um consumidor português teria de pagar para adquirir noutro país um serviço semelhante ao prestado em Portugal?

Este estudo tem por base a observação das ofertas predominantes dos serviços de comunicações eletrónicas em Portugal, para comparação com outros países. As ofertas predominantes são as ofertas mais consumidas no mercado português, de acordo com os dados da ANACOM, e são caracterizadas em termos de preços, plafonds, funcionalidades e serviços adicionais com base na informação publicada nas páginas oficiais dos operadores.

Estabelecida a base de comparação, posteriormente, analisaram-se as ofertas que o consumidor português teria de adquirir noutros países para poder usufruir de um serviço idêntico ao prestado em Portugal.

Selecionaram-se dez países – **Alemanha, Áustria, Bélgica, Espanha, Estónia, França, Hungria, Irlanda, Países Baixos e Reino Unido** – com base na semelhança com a realidade portuguesa em indicadores demográficos, socioeconómicos e dados de comunicações eletrónicas.

Principais resultados

Segundo dados publicados pela ANACOM, no último trimestre de 2018, o multiple play apresentou uma penetração de mercado de 93,7%, com os pacotes 3P (39,1%), e 4/5P (43,3%) a representarem a oferta predominante do mercado português.

Da análise realizada, considerando as ofertas médias de cada país, aplicando a PPC (paridade de poder de compra) e considerando o IVA, verifica-se que **Portugal apresenta, para as características identificadas, a segunda oferta com preço mais baixo dos dez países analisados** (38,60 € em pacotes 3P; 59,94 € em 4P).

Da análise efetuada, somente a França apresenta tarifas mais reduzidas $(31,52 \in 47,38 \in 77,785)$, respetivamente). Por outro lado, a Bélgica em pacotes 3P $(73,65 \in 77,785)$ e a Hungria em pacotes 4P $(100,34 \in 77,785)$, apresentam os valores mais elevados.



Sumário executivo

01) O setor das comunicações eletrónicas em Portugal

Metodologia de análise

Benchmark internacional de preços 3P e 4P



O SETOR DAS COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS EM PORTUGAL



Enquadramento nacional

O mercado nacional apresenta uma oferta predominante de *multiple play*, com especial incidência nos pacotes 3P e 4P

Segundo dados publicados pela ANACOM, **no último trimestre de 2018, o multiple play apresentou uma penetração de mercado de 93,7%** em Portugal, a qual se distribui entre 11,2% para 2P, 39,1% para 3P e 43,4% para 4/5P. Isto significa que num total de 3.881.518 subscritores de *multiple play*, os pacotes 3P foram responsáveis por 1.620.488 subscrições e os pacotes 4/5P por 1.796.807.

Relativamente aos serviços prestados, analisando dados do primeiro semestre de 2018², verifica-se que a utilização nacional de acessos a internet fixa, sem ser em formato *multiple play,* foi de 1,3%. No caso da TV por subscrição, este valor foi de 3,9%, sendo que para serviços de telefone fixo foi de 8,5%.

Com base em informação disponibilizada pelos operadores, chegou-se à conclusão da falta de expressividade dos pacotes 5P, pelo que foram excluídos da análise.

Pode-se concluir deste modo que os serviços multiple play de pacotes 3P e 4P representam a oferta predominante em Portugal.

Relativamente à distribuição de quota de receita de serviços prestados em pacote, verificam-se os seguintes dados, relativamente ao último trimestre de 2018, para os quatro principais operadores:

	Multiple Play	2P	3P	4/5 P
/I\€O	41,8 %	43,4 %	36,2 %	44,7 %
N	41,8 %	31,4 %	36,1 %	46,0 %
vodafone	12,9%	15,4%	22,4 %	7,5 %
nowo	3,4 %	9,0 %	5,3 %	1,8 %

Figura 1. Quotas de receita de serviços prestados em pacote no 4.º trimestre de 2018 dos quatro principais *players* do mercado português (%)

Fonte: ANACOM

MEO, NOS e Vodafone são responsáveis por uma cobertura do mercado relativamente a pacotes 3P de ~95% do mercado nacional, sendo que, no caso dos pacotes 4/5P, são responsáveis por cerca de 98% das subscrições em território nacional.

O SETOR DAS COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS EM PORTUGAL



Comparação com o mercado europeu

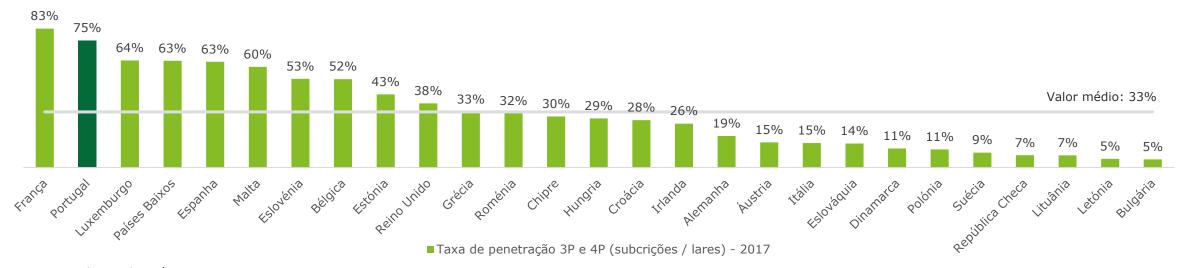
A taxa de penetração de oferta de 3P e 4P apresenta uma variação elevada nos vários mercados europeus: Portugal com 75% encontra-se entre as geografias com o valor mais elevado (subscrições/lares) entre os países europeus

Segundo dados recolhidos pela Comissão Europeia, em 2017, França lidera o ranking da União Europeia de penetração de pacotes 3P e 4P (83%), sendo a média dos países em análise de 33%. Bulgária e Letónia (5%) são as geografias com menor taxa de penetração.

Portugal, com uma taxa de penetração de 75%, encontra-se na segunda posição do ranking.

Luxemburgo (64%), Países Baixos (63%) e Espanha (63%) fecham o Top 5 das geografias com maior taxa de penetração destes serviços.

Saliente-se a elevada variação dos valores, com a maioria dos países a situarem-se abaixo da média (33%), e inclusivamente com 11 geografias com valores abaixo dos 20% de taxa de penetração.



Nota: valores indisponíveis para a Finlândia

Figura 2. Taxas de penetração 3P e 4P (subscrições/lares) (%) em 2017

Fonte: Comissão Europeia, Análise Deloite



Sumário executivo

01

O setor das comunicações eletrónicas em Portugal

02

Metodologia de análise



Benchmark internacional de preços 3P e 4P





Definição do método de comparação (1/3)

O método de comparação selecionado corresponde ao cumprimento dos objetivos propostos na elaboração deste relatório, focando a análise nas ofertas predominantes em Portugal

A seleção da metodologia de oferta predominante adveio do desafio colocado de realizar um benchmarking focado nas características de produto das ofertas das operadoras de comunicações eletrónicas em Portugal.

Desta forma, pretende-se responder à questão: qual o preço que um consumidor português teria de pagar para adquirir noutro país um serviço semelhante ao prestado em Portugal?

É uma visão diferente dos estudos tipicamente efetuados (com base em índices de preço ou cabazes de serviços), captando comparações que de outro modo não seriam evidentes. Na tabela abaixo, detalham-se as vantagens e desvantagens de cada metodologia identificada.

Portug	gal.	VANTAGENS	DESVANTAGENS	FOCO NA OFERTA DE UMA GEOGRAFIA ESPECÍFICA	COMPARAÇÃO DE SERVIÇOS EQUIVALENTES	COMPARAÇÃO ENTRE PERÍODOS	FOCO NA CRIAÇÃO DE INDICADORES ESTATÍSTICOS	ANÁLISE A DIFERENTES NÍVEIS DE CONSUMO
•	Oferta	 Caracterização detalhada da oferta em análise Exclusão de pacotes/serviços não representativos Comparação entre geografias, mantendo o foco numa determinada oferta 	 Limita a análise à oferta de uma só geografia, a qual pode não ser replicável noutros países Não considera escalões socioeconómicos Não permite avaliar a variação de preços numa ótica temporal, devido à mutação das características da oferta em análise 	✓	✓	×	×	×
ÄÄÄ		 Cálculo harmonizado a nível europeu Permite avaliar a variação de preços numa ótica temporal 	 Não capta as características da oferta predominante de uma determinada geografia Não retrata o efeito do aumento acelerado e consistente da penetração dos vários serviços Não retrata o efeito dos movimentos acelerados de alteração das tipologias de oferta Não permite comparar níveis de preços, mas sim a sua variação 	×	×	✓	✓	×
•	Análise de cabazes de serviços	 Caracterização de diversos households/perfis de utilização/ características do produto que permitem uma análise transversal entre diversas geografias e entre diversos perfis de consumo Comparação entre geografias, mantendo o foco em diversos perfis de utilização 	 Não permite isolar a oferta predominante de uma determinada geografia Não retrata o efeito dos movimentos acelerados de alteração das tipologias de oferta 	×	×	×	×	✓

Figura 3. Levantamento de vantagens e desvantagens metodológicas

Fonte: Análise Deloitte



Definição do método de comparação (2/3)

Para a seleção da metodologia de comparação com base nas ofertas predominantes em Portugal foram analisadas três abordagens distintas

De forma a definir qual a metodologia de comparação a utilizar no presente relatório, foram analisadas três abordagens:

Metodologia 1) Oferta predominante

A metodologia de análise de oferta predominante incide sobre a análise de oferta representativa de um determinado mercado, numa perspetiva de análise de características do produto. Pressupõe a **identificação das características de cada componente dos pacotes com maior penetração num determinado mercado** e da sua "réplica" noutras geografias, para posterior a comparação de preços.

Focando a análise em serviços/produtos específicos, com maior taxa de penetração na geografia em análise, esta metodologia permite excluir o impacto tarifário de outros serviços/produtos não representativos da realidade desse mercado.

Porém, a oferta predominante de um país pode não ser representativa da realidade de outro país âmbito de comparação. Adicionalmente, os ajustes necessários para identificar "réplicas" noutros países da oferta predominante portuguesa, podem exigir combinações que não existem enquanto oferta de outras operadoras (ex. uma operadora pode não oferecer voz fixa ilimitada, mas apenas a hipótese de cobrar o serviço por minuto).

Metodologia 2) Índices de preço

Esta metodologia de análise é utilizada pelo INE, bem como pelos restantes institutos de estatística dos vários países da União Europeia, sendo os resultados consolidados pela Comissão Europeia. Os índices de preço acompanham a variação dos preços de bens e serviços representativos das despesas das famílias numa determinada geografia.

O IPC (Índice de Preços no Consumidor), conforme reconhecido pelo INE, "não é um indicador de níveis de preços, mas sim um indicador de síntese sobre a variação dos preços no consumidor ao longo do tempo"³.

Para cálculo do *índice de preço*, no caso português, é utilizada informação proveniente das Contas Nacionais "que permite, de forma sistemática, incorporar as alterações de preços e de quantidades dos bens e serviços adquiridos pelas famílias", assim como informação mais desagregada da despesa, retirada do Inquérito às Despesas das Famílias dos Censos e de outras inquéritos disponíveis no INE, assim como dados administrativos³. O índice de preço aplica-se também ao setor das comunicações eletrónicas, com a designação "serviços de telefonia e telecópia".

A metodologia utilizada pelo INE é utilizada com *input* do índice divulgado pela Comissão Europeia: o IHPC (Índice Harmonizado de Preços no Consumidor). Trata-se do indicador de inflação utilizado para comparação entre os diferentes países da União Europeia. O mesmo acontece neste indicador para o valor do preço do setor das comunicações eletrónicas.



Definição do método de comparação (3/3)

Para a seleção da metodologia de comparação com base nas ofertas predominantes em Portugal foram analisadas três abordagens distintas

Metodologia 3) Análise de cabazes de serviços (stand-alone ou pacotes)

Comparativamente com a metodologia do índice de preço, em que os serviços de comunicações eletrónicas são agregados num único preço, a metodologia baseada nos cabazes de serviços distingue diversos perfis, de acordo com as características sociodemográficas e consumo de serviços.

Nestes casos, a construção de cabazes resulta da definição de perfis de utilização e/ou níveis de consumo por serviço, agregando sob diferentes combinações os serviços de televisão, internet fixa, voz fixa e cartão voz móvel+internet (ex. a Comissão Europeia, no estudo *Mobile Broadband Prices* 2017, efetua comparações entre preços para serviço de voz+internet móvel via a definição de cinco *baskets*, entre dados e chamadas disponíveis).

Por norma, a comparação é realizada através da oferta mais baixa que satisfaz as condições do cabaz, ou via média dos preços praticados por um número fixo de prestadores.

Esta metodologia é utilizada em estudos publicados tanto pela ANACOM (ex. Teligen⁴) como pela Comissão Europeia⁵ (ex. MBB prices EU, 2017) e em outros estudos analisados⁶.

Esta metodologia é útil para comparar os preços de acordo com a realidade de produtos mais adotados em cada país, mas não garante a comparabilidade de produtos equivalentes, em todas as suas *features*, uma vez que não pondera nem as especificidades de cada país, operador, oferta, nem (tipicamente) os custos adicionais inerentes a instalação, ativação e aluguer de *hardware*.



Definição de oferta predominante (1/2)

A seleção da oferta predominante compreende a identificação das características da oferta transversal à geografia em análise, neste caso Portugal

A realização de uma comparação internacional de ofertas iniciou-se com a identificação de uma base comparável, que permitiu distinguir o valor dos diferentes pacotes oferecidos.

No caso das comunicações eletrónicas, mais especificamente das comunicações eletrónicas em Portugal, as ofertas predominantes identificadas corresponderam aos pacotes 3P e 4P existentes no mercado. Assim, focando a análise nestas ofertas, selecionaram-se características qualitativas e quantitativas que permitem apresentar uma oferta predominante 3P e uma oferta predominante 4P.

A identificação, seleção e análise das ofertas predominantes portuguesas foi efetuada de acordo com a sua representatividade na base de clientes dos operadores nacionais.

Da análise das características dos pacotes disponibilizados pelos operadores nacionais, identificaram-se as seguintes características, que serviram de base ao desenvolvimento das ofertas:



Figura 4. Características a definir para oferta predominante

Fonte: Análise Deloitte

Pela identificação de tarifas que permitem o cumprimento mínimo destas ofertas predominantes, tanto em Portugal, como nas restantes geografias em análise, possibilitou-se a comparação pretendida com neste estudo.

À comparação realizada entre a oferta predominante portuguesa e a oferta equivalente nos países em análise, foram adicionadas combinações de IVA (com e sem) e Paridade do Poder de Compra - PPC (com e sem).



Definição de oferta predominante (2/2)

Com base nas características expostas, definiram-se os pacotes 3P e 4P, que servem como base para comparação no *benchmark* desenvolvido

A oferta 3P remete para três serviços: televisão, internet e voz fixa. Em Portugal, considerou-se que a oferta predominante deste pacote apresenta as seguintes características:

Número de canais	Disponibilização de box e router	Velocidade da internet fixa			
140 a 150 canais	Box HD (com gravação) e router incluídos	100 Mbps download			
Minutos incluídos na voz fixa - Nacional	Minutos incluídos na voz fixa - Internacional	Descontos de mensalidade de serviços			
Incluído redes fixas nacionais	(das 21h às 9h, com um limite de 1000 minutos)	ou equipamento Oferta de mensalidade ou			
Minutos/SMS e destinos incluídos na voz móvel	Plafonds de internet incluídos no cartão de voz móvel	equivalente proposto pela operadora, com contrato com período de fidelização			
n.a.	n.a.				
Oferta instalação/ativação de serviço	Oferta de serviço multi-screen	Período de fidelização			
Incluído serviço de instalação e ativação	Incluído acesso a <i>app</i>	24 meses			

Figura 5. Oferta predominante portuguesa - 3P

Fonte: Análise Deloitte

Relativamente à oferta 4P, considerou-se, além dos serviços expostos no pacote 3P, o serviço de voz+internet móvel. Desta forma, a oferta predominante deste pacote, no caso português, apresenta as seguintes características:.



Figura 6. Oferta predominante portuguesa – 4P

Fonte: Análise Deloitte

Note-se que, relativamente à velocidade da internet fixa, consideraramse ofertas com recurso a fibra ótica.



Seleção de países e operadores

A seleção das geografias a analisar considera indicadores demográficos e socioeconómicos e dados das comunicações eletrónicas relativos a cada país

Após selecionada a oferta predominante portuguesa, selecionaram-se os 10 países da União Europeia mais comparáveis a Portugal, neste âmbito.

Para tal, aplicaram-se sete indicadores (dois, eliminatórios por condições mínimas, cinco de análise da variação/ distância relativamente a Portugal).

Aplicaram-se de seguida três filtros:

- Filtro 1 Exclusão de países por não possuírem informação relativa a um dos indicadores selecionados na OECD e Comissão Europeia
- Filtro 2 Exclusão de países que possuem uma densidade populacional superior a 500 (indivíduos/Km²) e uma dimensão inferior a 30.000 Km²;
- Filtro 3 Seleção de países de acordo com o desvio apresentado em cinco indicadores, relativamente a Portugal. Estes indicadores encontram-se divididos em três grupos aos quais se atribuiu o mesmo peso: socioeconómicos, de nível de desenvolvimento do setor e de penetração da oferta.

Universo de 27 Países



0. Seleção de universo de países pertencentes à União Europeia

Filtro 1

24 Países

Excluídos Bulgária, Croácia e Finlândia

1. Exclusão de países, por não possuírem informação relativa a um dos indicadores selecionados na OECD e Comissão Europeia

Filtro 2

20 Países

Excluídos Chipre, Eslovénia, Luxemburgo e Malta

2. Exclusão de países com densidade populacional superior a 500 (indivíduos/Km²) ou dimensão inferior a 30.000 Km²

3. Seleção de países, pela aplicação da variação

relativa a Portugal em cinco indicadores:

Filtro 3

10 Países





Austria

Hungria





Baixos

Bélgica Espanha



Estónia

Unido

Indicadores socioeconómicos

Produto Interno Bruto das comunicações eletrónicas

(% PIB nacional) (peso 1)

Indicadores de desenvolvimento do setor

- Cobertura de 30 MBps (peso 0,5)
- Cobertura de banda larga ultra rápida (FTTH/B e Cable Docsis 3.0) (peso 0,5)

 Taxa de penetração 3P e 4P (subscrições / lares) (peso 1)

Indicadores de penetração da oferta Irlanda Reino

Figura 7. Quadro resumo da seleção de países e operadores

Fonte: Análise Deloitte



Seleção de operadores e ajustes utilizados (1/2)

As ofertas de cada geografia foram selecionadas de acordo com os pacotes disponibilizados pelos operadores mais representativos no país, sendo depois efetuados ajustes para as tornar comparáveis com a oferta predominante portuguesa

De forma a selecionar as ofertas comparáveis à oferta predominante portuguesa nos diferentes mercados em análise, definiu-se como indicador base para a seleção de operadores a receita gerada em 2018.

Com base na receita gerada, calculou-se a quota de mercado de cada operador no país, com o objetivo de analisar um mínimo de 80% da quota (exceção feita caso os operadores não apresentem os serviços que compõem os pacotes 3P e 4P).

Para cada operador, procedeu-se à análise dos seus pacotes, de forma a identificar a oferta que se ajusta à oferta predominante portuguesa.

Sobre as ofertas analisadas, efetuou-se uma média simples, a qual é utilizada para comparação entre países.

Ajustes utilizados na análise

Uma vez que as características da oferta predominante portuguesa nem sempre se encontram espelhadas nas restantes geografias, foi necessário proceder a ajustes, assumindo pressupostos, para o cálculo do preço final considerado para cada operador.

Número de canais: quando o operador apresenta um número muito limitado de canais face à realidade portuguesa foi efetuada uma tentativa de selecionar o menor ajuste possível em adição de canais face à sua realidade, não se considerando pacotes *premium* (ex. desporto e cinema).

Disponibilização de box e router: quando se verifica que a box/router não se encontra disponível no pacote em análise, adicionouse o valor de aluguer da mesma à oferta base.

Velocidade da internet fixa: quando se verifica que a velocidade de download do pacote em análise não é igual à portuguesa, adapta-se a mesma à oferta predominante nacional, através da comparação de preços entre os pacotes da própria operadora.

Minutos incluídos na voz fixa (Nacional): quando a oferta não apresenta uma opção de chamadas de voz fixa nacional ilimitadas, em primeiro lugar procurou-se a opção de contratação de um pack equivalente. Caso se verifique a inexistência destes pacotes, foi realizada um ajuste com base nos valores de outros *players* do mesmo mercado.

Nota: Em algumas ocasiões, os pacotes utilizados incluíam um dado número de minutos para a rede móvel nacional. Quando incluído no pacote que permite as chamadas para a rede fixa nacional, esta característica não foi ajustada.



Seleção de operadores e ajustes utilizados (2/2)

As ofertas de cada geografia foram selecionadas de acordo com os pacotes disponibilizados pelos operadores mais representativos no país, sendo depois efetuados ajustes para as tornar comparáveis com a oferta predominante portuguesa

Minutos incluídos na voz fixa (Internacional): a tarifa internacional utilizada foi, em várias situações, a tarifa que representava as comunicações com Portugal, visto ser igual para maioria dos países da União Europeia. Caso sejam utilizados pacotes que permitam chamadas internacionais e estes incluam um horário sem constrangimentos, o valor foi reduzido a metade de forma a ajustar 24h para as 12h presentes na oferta predominante portuguesa.

Notas:

1) quando se verificou a inexistência de pacotes que permitam ligações internacionais ilimitadas através do serviço de telefone fixo, ocorreu uma multiplicação das tarifas praticadas pelo operador por 23 minutos;
2) os 23 minutos foram obtidos pela divisão do valor do plano internacional para a Europa e América do Norte, oferecido pela NOS e Vodafone, pelo valor da comunicação individual.

Minutos/sms incluídos na voz móvel: quando necessário, ajustou-se o valor dos minutos permitidos através da comparação com pacotes da própria operadora.

Notas: No caso Espanhol, dadas as características do mercado, apenas foram consideradas as chamadas ilimitadas e não o número de SMS nos ajustes realizados.

Plafonds de internet incluídos no cartão de voz móvel: quando se verificou que o plafond de internet não era igual ao da oferta predominante portuguesa, ajustou-se o mesmo através da comparação entre pacotes da própria operadora.

Oferta de instalação/ativação de serviço: quando o operador não incluiu a instalação/ativação do serviço, adicionou-se este valor, disperso por 24 meses.

Oferta de serviço *multi-screen*: incluído o serviço *multi-screen*.

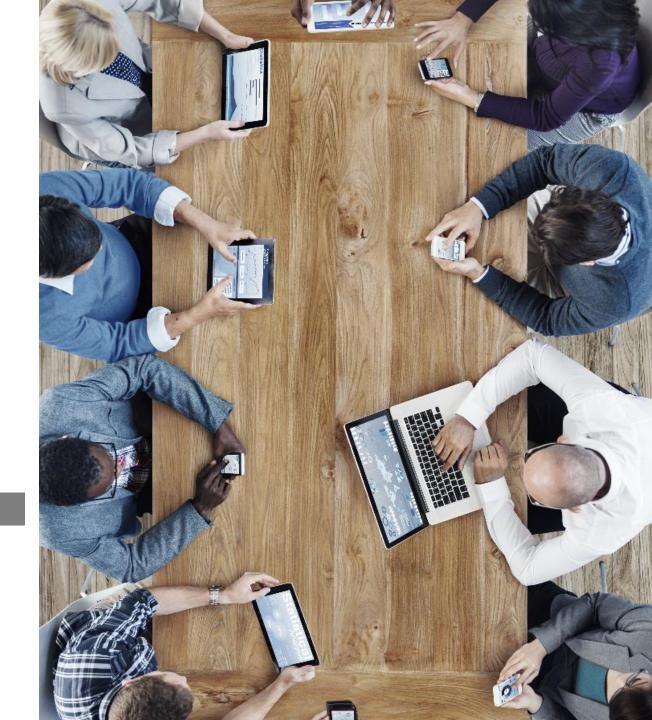
Período de fidelização: os ajustes efetuados foram dispersos, quando necessário, por 24 meses, uma vez que este é o período de fidelização verificado nas ofertas predominantes em Portugal.



O setor das comunicações eletrónicas em Portugal

Metodologia de análise

Benchmark internacional de preços 3P e 4P





Comparação geográfica de pacotes triple-play

Entre os operadores analisados, conclui-se que é em França que são praticados os preços mais baixos. Portugal surge na segunda posição, com uma tarifa média de 38,60 €

Portugal, com uma tarifa média de 38,60€, surge como a segunda geografia com valores mais baixos. Com este valor médio, Portugal encontra-se 33,5% abaixo da média de valores recolhidos no estudo para 3P.

O valor mínimo verificado na amostra foi o de França, com 31,52 €, tendo a Bélgica apresentado o valor máximo de 73,65 € (seguida do Reino Unido, com 68,98 €, e Países Baixos, com 68,96 €).

Esta análise inclui IVA e aplicação das PPC.

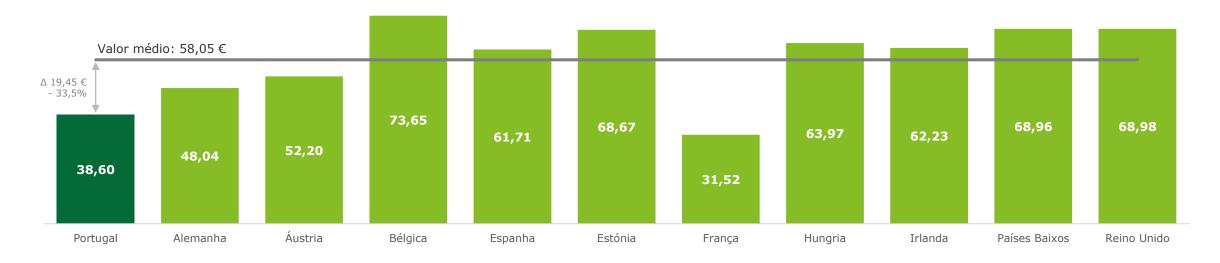


Figura 8. Valor médio (€) dos Pacote 3P (mensal), com aplicação das PPC e IVA ^{7 8}



Comparação geográfica de pacotes *triple-play*: dispersão de preços

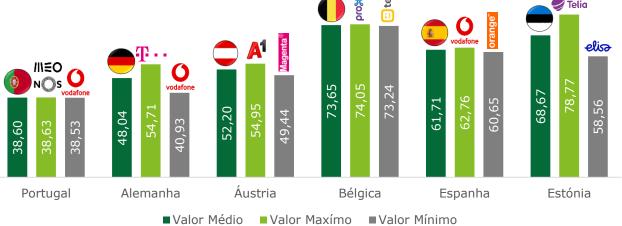
Analisando os pacotes dos diversos operadores, verifica-se que em países como a Estónia e o Reino Unido, a diferença do preço dos pacotes 3P entre operadores pode chegar aos 20 €

Num total de 28 operadores analisados, a francesa Bouygues Telecom foi a operadora com o pacote 3P com preço mais baixo $(27,73 \in)$. Em contrapartida, a BT, no Reino Unido foi a operadora com pacote com valor mais alto $(92,76 \in)$.

Em Portugal, o valor máximo verificado de 38,63 € (MEO e NOS) tem uma diferença de 0,10 € para o valor mínimo (Vodafone) analisado. A estabilidade dos preços entre operadores do mesmo país não é transversal aos restantes países da análise, com exceção da Bélgica (0,81 €).

Alemanha (13,77 €), Irlanda (19,21 €) apresentam uma diferença entre o valor máximo e mínimo superior a 10 €, sendo que, tanto no caso da Estónia (20,21 €) e do Reino Unido (37,20 €), a diferença supera os 20 €.

Esta análise inclui IVA e aplicação das PPC.



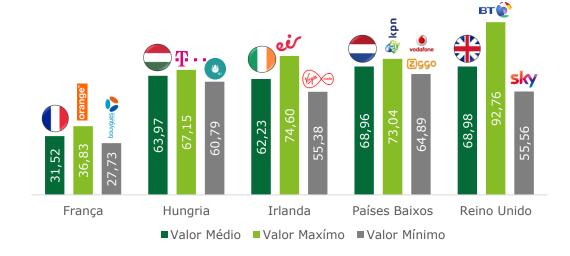


Figura 9. Valor médio, máximo e mínimo (€) dos Pacote 3P (mensal) por país, com aplicação das PPC e IVA 78



Comparação geográfica de pacotes *triple-play*: impacto do IVA e das PPC

Considerando o impacto da aplicação (ou não) do IVA e das PPC, as conclusões mantêm-se: Portugal continua a ser umas das geografias com preços mais baixos

Mantendo os ajustes pelas PPC, ao retirar-se o valor de IVA, verifica-se que a França se mantem como a geografia com o valor mais baixo (26,27 €). Seguem-se Portugal e Alemanha como os países com preços mais reduzidos (31,38 € e 40,37 €, respetivamente). Por outro lado, a Bélgica mantem-se como o país com um preço mais elevado (60,87 €).

Caso não se aplique as PPC ao valor base das ofertas, verifica-se que Portugal passa a ser a geografia com o preço mais baixo (33,50 €), por troca com a França que surge como a segunda geografia com preço mais reduzido (34,77 €). Hungria é o terceiro país com o preço mais baixo (39,92 €). Numa outra perspetiva, a Bélgica e o Reino Unido (81,82 € e 80,36 €, respetivamente) mantêm-se como os países com preços mais elevados.

No caso da não aplicação das PPC nem do IVA (i.e. retirando o IVA do último cenário), as posições relativamente ao cenário anterior mantêm-se. O impacto do imposto é, em termos médios, de 10,27 €.

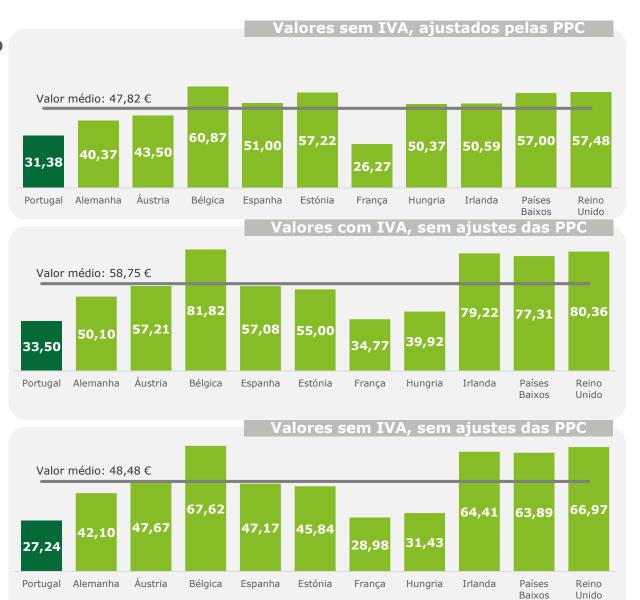


Figura 10. Valor médio (€) dos Pacotes 3P (mensais), analisados face ao impacto do IVA e das PPC ⁷⁸



Análises aos ajustes realizados aos pacotes triple-play

As ofertas 3P foram ajustadas de forma a tornaremse comparáveis à oferta predominante portuguesa. Espanha e Alemanha foram os países que necessitaram, em média, de mais ajustes

De forma a equivaler as ofertas internacionais 3P à oferta predominante 3P portuguesa, foram necessários realizar ajustes a algumas características dos pacotes (caso a caso).

Naturalmente, os ajustes tiverem impacto no preço das ofertas, os quais se encontram representados na Figura 11.

De entre os ajustes efetuados, em média, Espanha (+19,27 €) foi o país que sofreu um maior impacto no valor das ofertas. Este valor reflete sobretudo a necessidade de adição de pacotes televisivos à oferta existente e de pacotes para a voz fixa.

Nota: ajustes realizados na análise detalhados em anexo



Valor Pacote 3P ajustado



Análises aos ajustes realizados aos pacotes triple-play

Na análise realizada, foram considerados dois tipos de ajustes: ajustes de add-ons e ajustes realizados com base em estimativas.

Relativamente a ajustes de *add-ons*, consideram-se os complementos disponibilizados pelos operadores, os quais permitem pela sua aplicação nos pacotes base, igualar uma característica da oferta predominante.

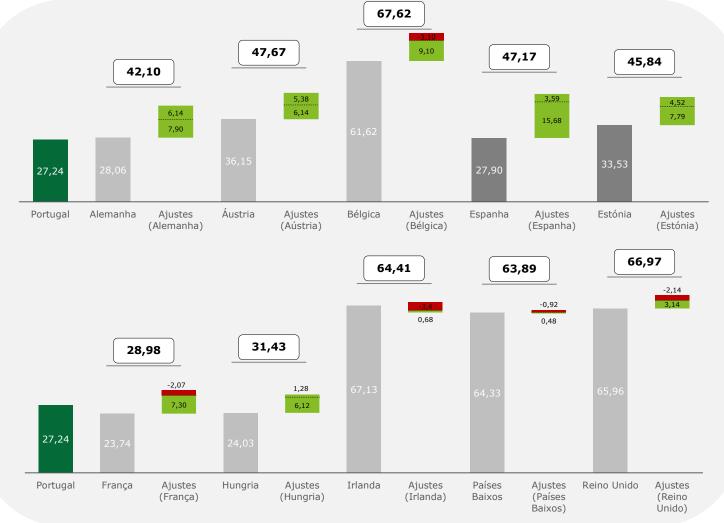
Quando tal não é possível, realizaram-se ajustas com base em estimativas, i.e., utilizaram-se pressupostos do mercado local para assemelhar a oferta dos operadores à oferta predominante portuguesa.

Note-se que ao fazer este movimento, a oferta que se obtém tanto pode ser inferior como superior. Exemplo – quando a oferta base identificada tinha mais produto (ex. mais de 100 Mbps de velocidade de internet fixa) o ajuste realizado foi negativo.

Nota: ajustes realizados na análise detalhados em anexo



(1) Na representação dos ajustes a componente em cima representa as Estimativas e componente em baixo representa os Add-ons



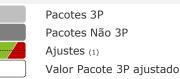


Figura 11. Ajustes (€) realizados à oferta 3P por geografia, sem IVA e sem ajustes das PPC ^{7 8} Fonte: Sites dos Operadores: Análise Deloitte

APRITEL | Análise de precos das comunicações eletrónicas na Europa



Análise de sensibilidade aos ajustes realizados aos pacotes triple-play: aplicação apenas de ajustes de add-ons

Considerando apenas ajustes de *add-ons*, o valor médio da amostra, para 3P, é de 46,73 €, apresentando Portugal o valor mais baixo (27,24 €) e 42% inferior à média

Este quadro apresenta uma análise de sensibilidade à aplicação dos ajustes, tendo sido recalculado o valor das ofertas das várias geografias apenas com os ajustes de *add-ons* para se relevar o impacto das estimativas.

Portugal, nesta simulação apresenta, em média, o preço mais baixo para pacotes 3P (27,24 €). Bélgica, em contrapartida, apresenta o valor mais elevado (70,72 €).

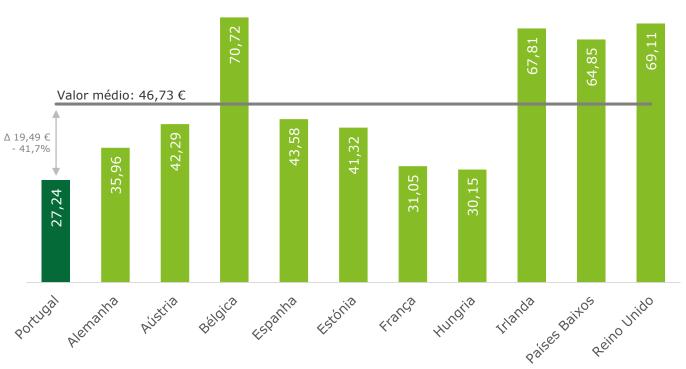


Figura 12. Valor médio (€) dos Pacote 3P (mensal), sem IVA, sem aplicação das PPC, apenas com ajustes de *add-ons* ⁷



Comparação geográfica de pacotes quadruple-play

Considerando as características da oferta predominante 4P portuguesa, entre os países analisados, conclui-se que Portugal surge novamente na segunda posição, com uma tarifa média de 59,94 €

Portugal, com uma tarifa média de 59,94 €, surge como a segunda geografia com valores mais baixos. Com este valor médio, Portugal encontra-se 20,1% abaixo da média de valores recolhidos no estudo para 3P.

O valor mínimo verificado na amostra foi o de França, com 47,38 €, tendo a Hungria apresentado o valor máximo de 100,34 € (seguida dos Países Baixos, com 87,78 €, e Bélgica, com 82,34 €).

Com o valor médio de 75,00 €, Portugal encontra-se então 20% abaixo da média de valores recolhidos no estudo para 4P.

Esta análise inclui IVA e aplicação das PPC.

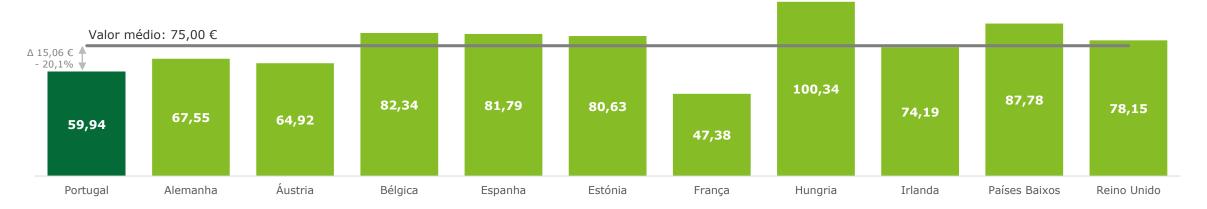


Figura 13. Valor médio (€) dos Pacote 4P (mensal), com aplicação das PPC 8 e IVA



Comparação geográfica de pacotes *quadruple-play*: dispersão de preços

Entre os pacotes 4P analisados, verifica-se existem 3 países, além de Portugal, com uma variação de preços entre os operadores inferior a 10%.

De entre os operadores analisados, a francesa Númerique – SFR foi a que apresentou um pacote 4P com preço mais baixo (43,32 €), com a BT, no Reino Unido, a apresentar o valor mais elevado (101,39 €).

Relativamente a Portugal, as ofertas apresentam preços semelhantes, com uma diferença de preços de 1,20 €.

A maior estabilidade de preços entre os operadores do mesmo país verificou-se, igualmente, na Hungria $(0.81 \ \ \)$ e Áustria $(1.78 \ \ \ \)$.

Em contrapartida, geografias como Espanha (17,39 €), Irlanda (21,00 €), Estónia (21,25 €), Alemanha (39,11 €) e Reino Unido (40,08 €) apresentam diferenças entre os valores máximos e mínimos que superam os 15 €. Note-se, neste capítulo, que estas diferenças também se devem à necessidade de ajustar a oferta internacional à oferta predominante portuguesa (como detalhado mais a frente, existem países que não apresentam oferta 4P).

Esta análise inclui IVA e aplicação das PPC.

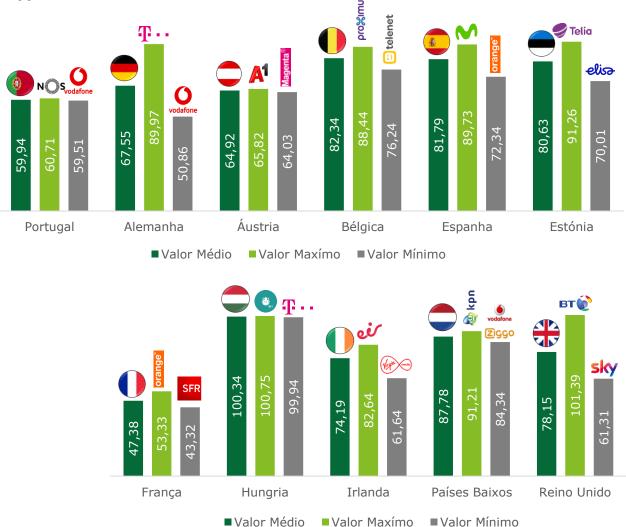


Figura 14. Valor médio, máximo e mínimo (€) dos Pacote 4P (mensal) por país, com aplicação das PPC e IVA 8



Comparação geográfica de pacotes *quadruple-play*: impacto do IVA e das PPC

Considerando o impacto da aplicação (ou não) do IVA e das PPC, Portugal continua a ser umas das geografias com preços mais baixos

Mantendo-se o ajuste pelas PPC, ao retirar-se o valor do IVA, as conclusões mantêm-se: França é a geografia com o valor mais baixo (39,49 €). Seguem-se Portugal e Áustria como países com preços mais reduzidos (48,73 € e 54,10 €, respetivamente). Por outro lado, a Hungria mantem-se como o país com um preço mais elevado (79,01 €), com os Países Baixos a surgirem de seguida (72,54 €).

Caso não se aplique as PPC ao valor base das ofertas, mas mantendo o valor do IVA, verifica-se que Portugal passa a ser a geografia com o preço mais baixo (52,03 €). França (52,26 €) e Hungria (62,61 €) completam o Top 3 de países com preços mais reduzidos. Numa outra perspetiva, os Países Baixos (98,40 €) e Irlanda (94,45 €) apresentam os preços mais elevados.

No caso da não aplicação das PPC nem do IVA (i.e. retirando o IVA do último cenário), as posições relativamente ao cenário anterior mantêm-se. O impacto do imposto é, em termos médios, de 13,14 €.



Figura 15. Valor médio (€) dos Pacotes 4P (mensais), analisados face ao impacto do IVA e das PPC ⁸



Análise aos ajustes realizados a pacotes quadruple-play

As ofertas 4P foram ajustadas de forma a tornaremse comparáveis à oferta predominante portuguesa. Estónia e Espanha foram os países que necessitaram, em média, de mais ajustes

De forma a equivaler as ofertas internacionais 4P à oferta predominante 4P portuguesa, foram necessários realizar ajustes a algumas características dos pacotes (caso a caso).

Naturalmente, os ajustes tiveram impacto no preço das ofertas, os quais se encontram representados na *Figura* 16.

Nota: ajustes realizados na análise detalhados em anexo

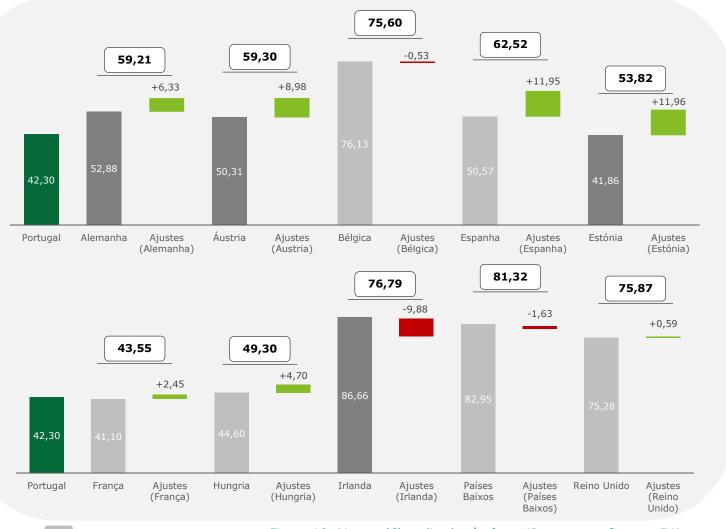


Figura 16. Ajustes (€) realizados à oferta 4P por geografia, sem IVA e sem ajustes das PPC ⁸ Fonte: Sites dos Operadores; Análise Deloitte



Análise aos ajustes realizados a pacotes quadruple-play

Na análise realizada, foram considerados dois tipos de ajustes: ajustes de add-ons e ajustes realizados com base em estimativas.

Relativamente a ajustes de *add-ons*, consideram-se os complementos disponibilizados pelos operadores, os quais permitem pela sua aplicação nos pacotes base, igualar uma característica da oferta predominante.

Quando tal não é possível, realizaram-se ajustas com base em estimativas, i.e., utilizaram-se pressupostos do mercado local para assemelhar a oferta dos operadores à oferta predominante portuguesa.

Note-se que ao fazer este movimento, a oferta que se obtém tanto pode ser inferior como superior. Exemplo – quando a oferta base identificada tinha mais produto (ex. mais de 1 GB de *plafond* de internet móvel) o ajuste realizado foi negativo.

Nota: ajustes realizados na análise detalhados em anexo



(1) Na representação dos ajustes a componente em cima representa as Estimativas e componente em baixo representa os *Add-ons*



Ajustes (1)

Valor Pacote 4P ajustado



Análise de sensibilidade aos ajustes realizados aos pacotes quadruple-play: aplicação apenas de ajustes de add-ons

Considerando apenas ajustes de *add-ons*, o valor médio da amostra, para 4P, é de 63,95 €, apresentando Portugal o valor mais baixo (42,30 €) e 34% inferior à média

Este quadro apresenta uma análise de sensibilidade à aplicação dos ajustes, tendo sido recalculado o valor das ofertas das várias geografias apenas com os ajustes de *add-ons* para se relevar o impacto das estimativas.

Portugal, nesta simulação apresenta, em média, o preço mais baixo para pacotes 4P (42,30 \in). Irlanda, em contrapartida, apresenta o valor mais elevado (87,34 \in).



Figura 17. Valor médio (\in) dos Pacote 4P (mensal), sem IVA, sem aplicação das PPC, apenas com ajustes de add-ons



Da análise realizada, conclui-se:

Portugal tem dos preços mais reduzidos da análise efetuada.

De entre uma seleção de dez países da União Europeia, verifica-se que, considerando a oferta predominante portuguesa e ajustando a análise à paridade do poder de compra de cada país, Portugal é consistentemente o segundo país com preços mais reduzidos (pacotes 3P e 4P). França, o único país com uma taxa de penetração de 3P e 4P superior a Portugal, apresenta-se como o país analisado com os preços mais reduzidos.

A elevada necessidade de aplicação de ajustes reflete a existência de diferentes realidades nas características das ofertas entre geografias analisadas.

As características das ofertas predominantes no mercado português nem sempre se reproduzem nos restantes países em análise, sendo necessário realizar ajustes para tornar as ofertas equiparáveis.

Portugal difere das restantes geografias sobretudo ao nível da velocidade de internet fixa, dos minutos incluídos na voz fixa e móvel, dos *plafonds* de internet incluídos no cartão de voz móvel e da oferta dos serviços de instalação.



- 1. ANACOM (2018), Pacotes de serviços de comunicação eletrónicos
- 2. ANACOM (2018), https://www.anacom-consumidor.pt/estatisticas-indicadores-servicos
- 3. Meta-informação retirada do INE
- 4. ANACOM (2018), https://www.anacom.pt/render.jsp?categoryId=349313
- 5. Comissão Europeia (2018), https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/mobile-broadband-prices-europe-2017 e
 https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/broadband-internet-access-cost-biac-study
- 6. Ofcom (2018), https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/multi-sector-research/general-communications/pricing e Nordicity (2017), https://www.ic.gc.ca/eic/site/693.nsf/eng/00163.html
- 7. No caso espanhol, não se considerou a Movistar uma vez que este operador não permite a adição de pacotes televisivos comparáveis em pacotes 3P (a oferta 3P tem o serviço de televisão baseado em TDT)
- 8. Dada a ausência de comparabilidade entre os operadores austríacos e a oferta predominante portuguesa para voz fixa (chamadas nacionais), realiza-se um ajuste com base no perfil de consumo português e não numa perspetiva de produto

Deloitte.

"Deloitte" refere-se a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada de responsabilidade limitada do Reino Unido (DTTL), ou a uma ou mais entidades da sua rede de firmas membro e respetivas entidades relacionadas. A DTTL e cada uma das firmas membro da sua rede são entidades legais separadas e independentes. Aceda a www.deloitte.com/pt/about para saber mais sobre a nossa rede global de firmas membro.

A Deloitte presta serviços de auditoria, consultoria, financial advisory, risk advisory, consultoria fiscal e serviços relacionados a clientes nos mais diversos setores de atividade. Quatro em cada cinco empresas da Fortune Global 500® recorrem aos serviços da Deloitte, através da sua rede global de firmas membro presente em mais de 150 países, combinando competências de elevado nível, conhecimento e serviços de elevada qualidade para responder aos mais complexos desafios de negócio dos seus clientes. Para saber como os aproximadamente 245.000 profissionais criam um impacto positivo, siga a nossa página no <u>Facebook</u>, <u>LinkedIn</u> ou <u>Twitter</u>.