


[homepage](#)
[voltar ←](#)

recortes imprensa

[universidade do minho](#)
[ensino superior](#)
[outras universidades](#)
[pesquisa](#)

eventos

[conferências, encontros](#)
[cultura e lazer](#)
[cerimónias solenes](#)
[prémios](#)
[outros](#)
[externos](#)
[pesquisa](#)

provas académicas

[agregação](#)
[doutoramento](#)
[pesquisa](#)

serviços on-line

[intranet](#)
[estágios curriculares](#)
[lembranças institucionais](#)
[portal académico](#)
[ação social](#)

informação

[boletim UMinho](#)
[RUM on-line](#)
[UM-Dicas](#)

visitantes

[visitas escolas](#)
[como chegar à UM](#)

UMinho conclui que escolha do melhor tarifário móvel é dificultada pela incerteza nos gastos

quinta-feira, 29-12-2011

Universia.pt

UMinho conclui que escolha do melhor tarifário móvel é dificultada pela incerteza nos gastos

A investigação, que tem parceria das universidades do Porto e Nova de Lisboa, visa estudar as escolhas dos consumidores em relação aos tarifários oferecidos pelas operadoras de serviços de telecomunicações móveis. A docente da Escola de Economia e Gestão da UMinho defende tarifários que ajudem a atenuar este efeito da incerteza, nomeadamente os que permitem a transferência de minutos não usados de um período de faturação para o outro.

O trabalho analisa, através da Economia Experimental, o processamento da incerteza na escolha do consumidor, como o facto de não saber quantos minutos vai gastar e as chamadas a efetuar dentro ou fora da mesma rede. O método permite controlar num ambiente de laboratório as diferentes variáveis do problema, criando espaço para o estudo de planos de preços que não são atualmente praticados por qualquer operadora e testar o seu impacto sobre a escolha do cidadão.

Lurdes Martins refere que a escolha de um tarifário móvel é uma tarefa "delicada" e "difícil face à variedade de planos que diferem em múltiplos aspetos". Por exemplo, o volume de mensagens escritas (SMS), as chamadas dentro e fora da rede, o acesso à internet ou o preço por minuto. No caso português, "todas as operadoras oferecem um número elevado de tarifários", realça a professora, pelo que é possível os consumidores escolherem sistematicamente um plano que não é aquele que leva ao menor custo.

"Poderá haver aqui margem para as empresas se aproveitarem desse efeito e apresentarem sistematicamente planos complexos", acrescenta. Perante uma decisão complexa, o cliente poderá optar pela escolha mais simples. "Pretendese verificar se, de facto, os planos mais simples têm mais probabilidade de escolha, mesmo que isso implique gastar dinheiro a mais", salienta Lurdes Martins.

O estudo piloto revela que alguns consumidores preferem tarifas planas: "Pagam uma determinada quantia por um conjunto de minutos incluídos e não pensam mais no assunto". Para além disso, tendem a optar por carregamentos mais caros do que o necessário no pressuposto que utilizarão mais minutos ou mensagens do que os observados depois. "De facto, podiam ter poupado se escolhessem um tarifário com menos minutos (ou mensagens) incluídos, mas sobrestimam por exemplo a possibilidade de ocorrer uma emergência", conclui a professora da UMinho.

«o texto constante desta página foi gerado automaticamente por OCR (Optical Character Recogniser), pelo que é passível de conter gralhas ou erros ortográficos resultantes dessa conversão.»

[voltar ←](#)