

## reportagem



### Comportamento dos consumidores em análise Estaremos a escolher os planos de tarifários móveis certos?

Maria de Lurdes Martins, professora do Departamento de Economia da UMinho, desenvolve um projecto de investigação que visa estudar as escolhas dos consumidores em relação aos operadores de serviços de telecomunicações móveis. O trabalho realizado com parceria das faculdades de Economia da Universidade Nova de Lisboa e Universidade do Porto analisa, através da Economia Experimental, o processamento da incerteza na escolha por parte do consumidor.

06-01-2011 | Texto e fotos: Maria Betânia Ribeiro

A investigadora da UMinho considera que a escolha de um plano de tarifário é uma tarefa complexa e delicada. “É difícil escolher um plano no meio de uma variedade de planos que diferem entre si em vários aspectos como o número de SMS, as chamadas dentro e fora da rede, se tem internet ou não tem internet disponível e o preço por minuto de cada uma dessas categorias”. De acordo com Maria de Lurdes Martins, “as pessoas que estão a participar na experiência [trabalho de investigação] são confrontadas com uma escolha muito próxima da que se passa na realidade”. A aplicação do método experimental “permite controlar num ambiente de laboratório as diferentes variáveis, ou seja, podemos testar coisas que na realidade não existem”.

No caso português, segundo a professora, “todas as empresas de todas as operadoras de telemóveis oferecem um número elevado de tarifários”. A TMN e a Optimus oferecem, cada uma, um conjunto superior a 30 planos de tarifários e a Vodafone disponibiliza mais de 20 planos diferentes, considerando todas as combinações dos elementos em escolha. “É possível que os consumidores escolham sistematicamente um plano que não é aquele que leva ao menor custo, portanto, à facturação mais baixa; poderá haver aqui margem para as empresas se aproveitarem desse efeito e apresentarem sistematicamente planos complexos”, comenta.



A docente analisa há anos o serviço de telecomunicações (inter)nacionais, mediante parâmetros económicos

### "Numa decisão complexa, o cidadão opta pela saída mais simples"

Maria de Lurdes Martins explica que quando a decisão é complexa, o consumidor poderá optar pela escolha mais simples. “O que queremos ver é se, de facto, à medida que aumenta a complexidade, aqueles planos que são mais simples, isto é, sem grandes atributos para considerar, têm mais probabilidade de escolha, mesmo que isso implique gastar dinheiro a mais”. A pesquisa analisa, de forma mais abrangente, o processamento da incerteza por parte do consumidor. “No momento em que o consumidor tem de escolher o seu tarifário, ele não sabe exactamente quantos minutos vai gastar, nem se as chamadas que efectuar vão ser fora ou dentro da mesma rede. A factura só virá no final de um determinado período e o consumidor tem de se comprometer com o plano antes”, esclarece.

O estudo piloto conduzido pela equipa de investigação revela, numa primeira abordagem, 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 situação de emergência, reflecte Maria de Lurdes Martins. É também possível que exista por parte do consumidor uma preferência por uma menor flutuação dos pagamentos mês a mês, com as vantagens que isso tem em termos de planeamento das suas despesas”, afirma.

É importante salientar o papel da incerteza sobre o valor final da factura telefónica, que pode

levar o consumidor a optar por tarifas com carregamentos demasiado elevados e, no limite, pode levar à escolha de tarifas planas. Neste sentido, tarifários que ajudem a atenuar este efeito da incerteza, nomeadamente os que permitem a transferência de minutos não usados de um período de facturação para o outro, contribuem para uma melhoria do bem-estar do consumidor, reforça o estudo.



Maria de Lurdes Martins no seu gabinete na Escola de Economia e Gestão, no Campus de Gualtar, Braga

### **Observatório de Tarifários: ferramenta de defesa do consumidor**

Segundo a investigadora, tem havido alguma preocupação com esta temática do ponto de vista dos reguladores, tendo sido criado o “Observatório de Tarifários”, um instrumento que ajuda os consumidores nas suas escolhas. Desenvolvido pela Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM) em colaboração com as três operadoras móveis, o Observatório permite por exemplo inserir dados de consumo do período passado, baseados na factura, ou novos dados para o período de facturação seguinte.

“É uma forma de sabermos se na fase anterior tomamos a decisão correcta ou errada ou, então, de simularmos o nosso consumo mensal futuro”, explica. Maria de Lurdes Martins considera que iniciativas do tipo do “Observatório de Tarifários” contribuem para um ambiente de transparência na relação entre cliente e operador, apesar do reduzido interesse que os consumidores têm demonstrado por esta ferramenta - em 2008, registaram-se apenas 15.118 utilizações, segundo dados da ANACOM.