



O mercado Português na perspectiva do consumidor

Sumário Executivo

Nota Introdutória

A informação apresentada corresponde ao sumário de um estudo aprofundado do mercado Português, conduzido pela Ericsson ConsumerLab em 2008, dando uma perspectiva genérica e resumida sobre algumas das conclusões.

Os dados da apresentação não podem ser usados, no seu todo ou em parte, sem a autorização prévia da Ericsson.

Para mais informações, contacte por favor: ericsson.portugal@ericsson.com

Benchmarking

Definição da base de comparação

A Ericsson realiza anualmente estudos em sete países:
China, EUA, Reino Unido, Índia, Brasil, Japão e Suécia.

Além disso, alterna a realização do estudo em quatro países, de dois em dois anos:

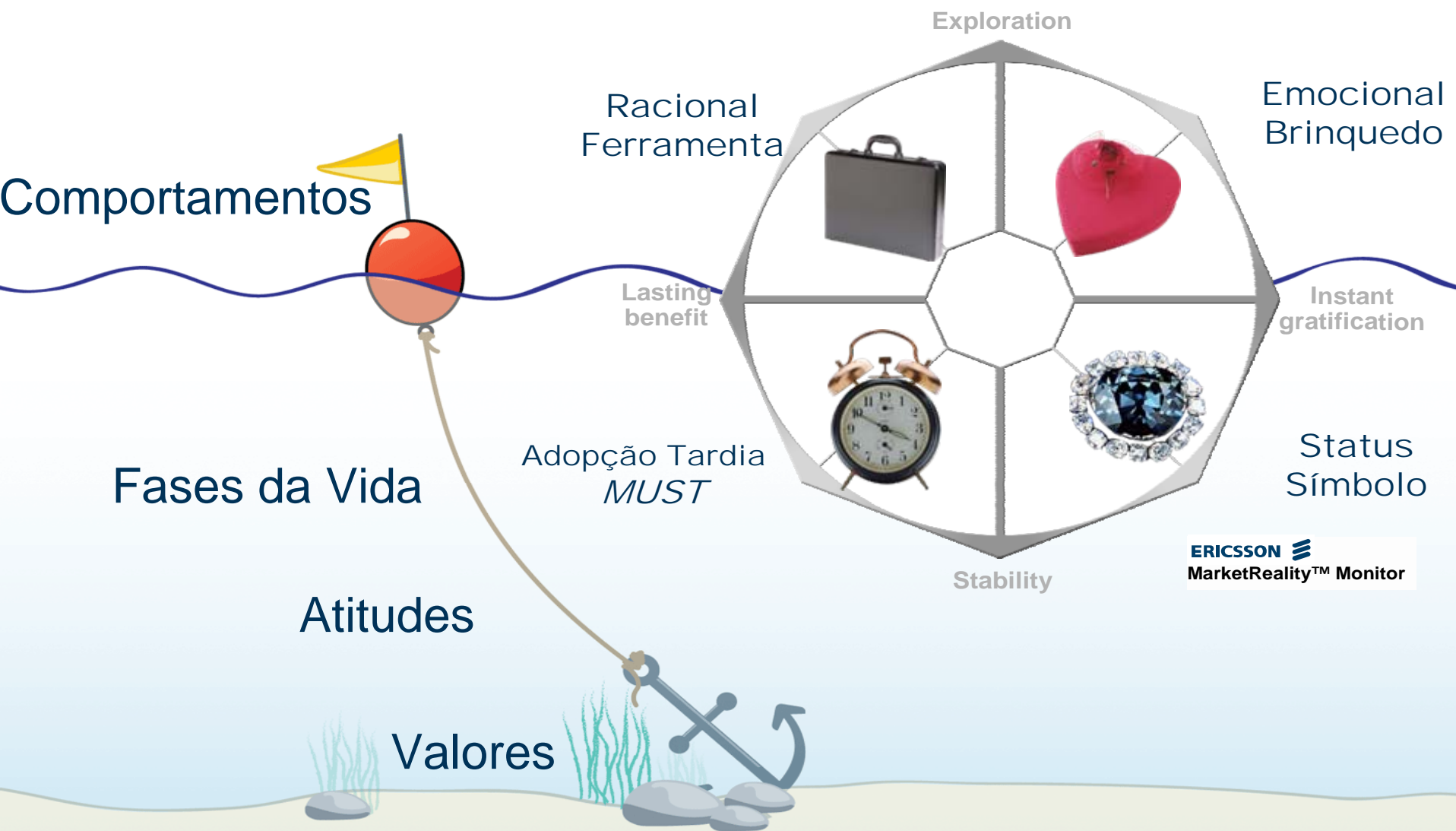
Anos Ímpares (com início em 2007) – Itália, Nigéria, Alemanha, Indonésia
Anos Pares (com início em 2008) - México, África do Sul, Espanha, Rússia

Metodologia do Estudo - 2008

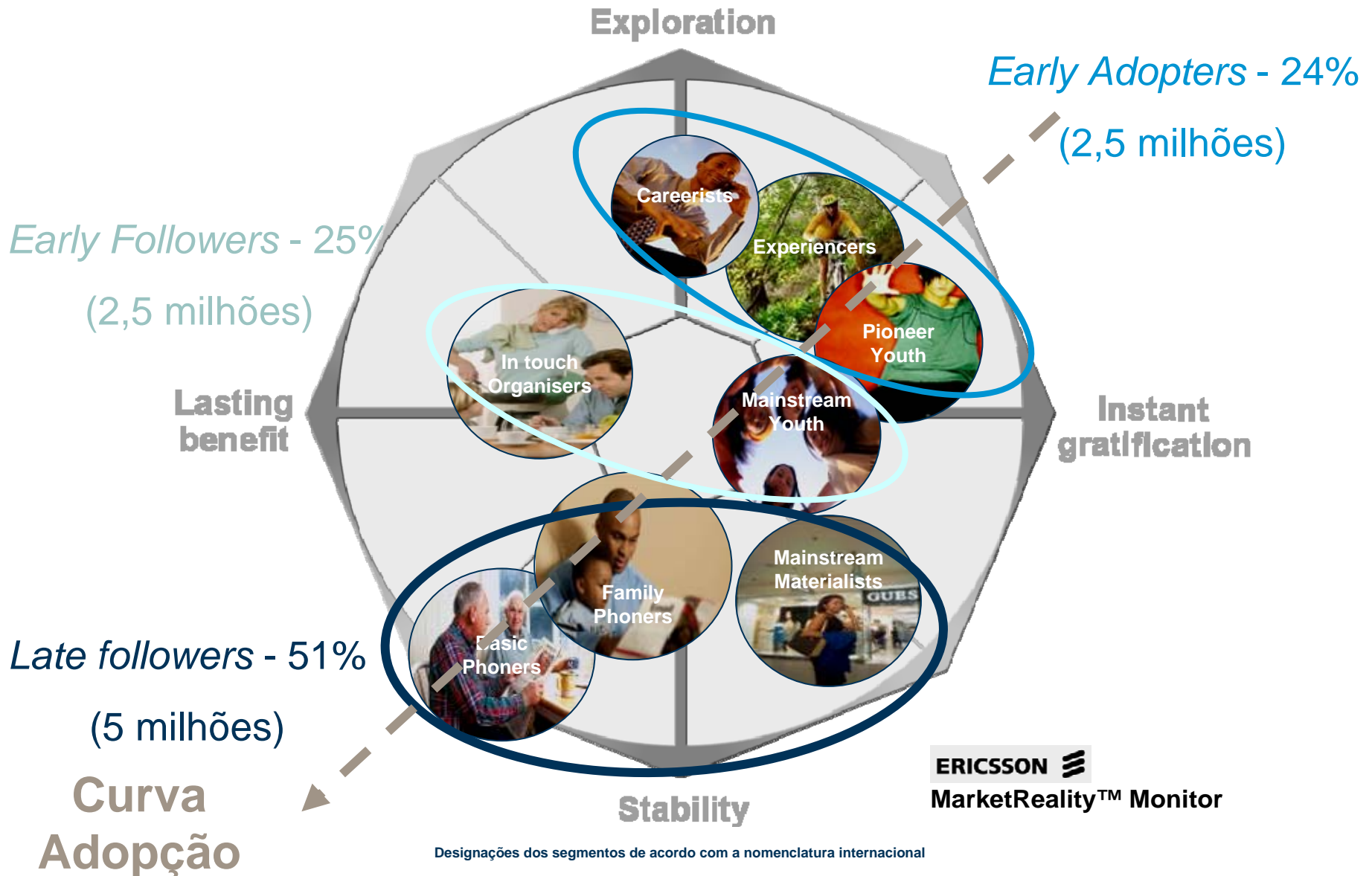
- Amostra nacional, excluindo as ilhas
 - Critérios de amostragem: género, idade, região
 - Faixas etárias: 15 aos 69 anos
- 1.500 entrevistas divididas em:
 - 50% cara a cara, ao domicílio
 - 50% online
- Datas de realização: 15 de Fevereiro a 3 de Março de 2008
- Classe social A-D
- Representativo de cerca de 7 milhões de portugueses
 - Pop. total 10,7 (fonte: cia.gov)
- A Ericsson realizou estudos em Portugal em 2001 e 2005.



Modelo Segmentação *MarketReality™* Monitor



Retrato dos Consumidores Portugueses



Aspectos mais significativos

- 2/3 dos Portugueses têm computador
 - Um valor elevado na comparação global
- Nota-se um decréscimo na utilização de telefonia fixa
 - Desde 2005 a utilização tende a estabilizar-se
 - A maioria dos utilizadores de telefonia fixa continuará a usá-la
- A penetração de terminais móveis é elevada no universo de países monitorizados
 - Mercado móvel atingiu um nível de maturidade
- Potencial de crescimento para serviços IPTV e TV por cabo/satélite
 - Penetração de TV por cabo/satélite relativamente baixa nos lares Portugueses
 - Elevada penetração de televisores e crescimento do número de PC/Laptops nos lares
 - Os Portugueses mostram um interesse elevado em serviços de *TV On Demand*, seguido por *Recorded TV* e Interactividade
- Portugal tem um índice muito elevado de utilização de Banda Larga Móvel
 - Portugal lidera a penetração de Banda Larga Móvel nos países monitorizados
 - Evolução significativa desde 2007
- Grande Potencial para subscrições “bundle”
 - 22% dos consumidores Portugueses têm acesso aos quatro serviços/tecnologias (internet, telefone movel, telefone fixo, televisão)
 - 33% têm telefone móvel, internet e telefone fixo em casa

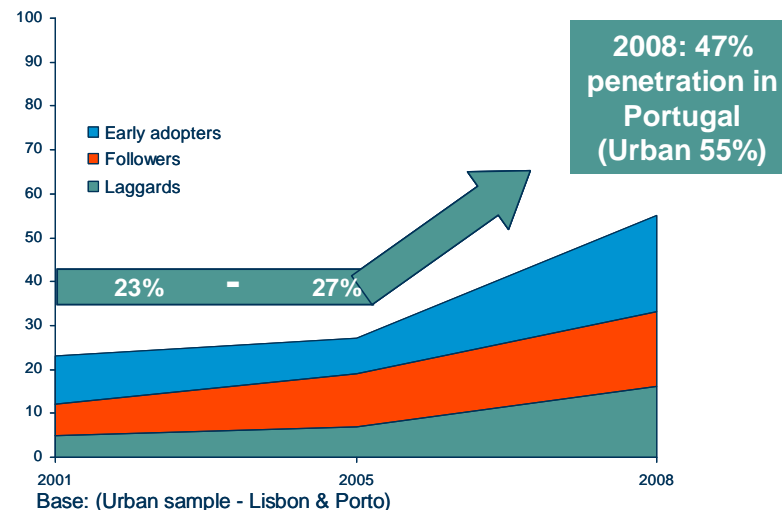


Grande crescimento na penetração de PCs nos lares Portugueses

PC e Internet Fixa

Sumário

- 2/3 dos Portugueses têm computador
 - Um valor elevado na comparação global
- O número de computadores portáteis em Portugal é elevado
- Aproximadamente metados dos lares Portugueses têm ligação Internet e o mercado continua em crescimento
 - Crescimento substancial entre 2005 e 2008
 - Portugal enquadra-se na média global
- A maioria dos clientes novos são novos clientes no mercado, ou seja o mercado encontra-se em crescimento



Source: Portugal country studies (Ericsson Consumerlab): 2001-2005-2008.

% Have in household	Global average	UK	Sweden	Italy	Portugal
A fixed phone line	69	82	90	76	54
A DVD player/recorder	64	86	93	77	69
Cable/satellite TV	57	61	75	30	52
A desktop computer/PC	51	66	86	60	51
Internet connection	48	68	95	53	47
A digital camera	41	66	79	59	47
A portable digital music/media player /MP3	36	53	73	42	42
A laptop/portable computer	24	33	45	30	34
Flat panel TV	21	32	26	21	20
A web camera connected to the Internet	14	24	42	18	25

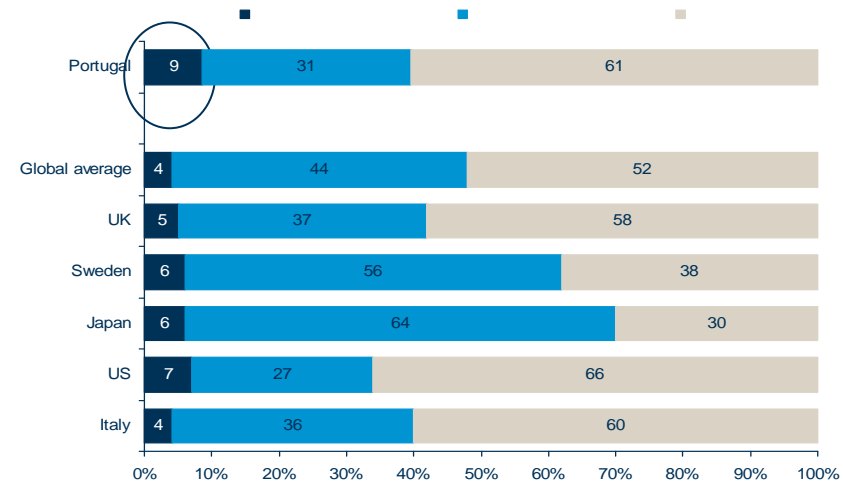
Portugal é líder na Banda Larga Móvel

Banda Larga Móvel

Sumário

- Portugal tem índice de utilização muito elevada de Banda Larga Móvel
 - Assume posição de liderança nos mercados monitorizados
 - Evolução significativa desde 2007
 - Banda Larga Móvel encontrou o seu espaço em Portugal

- Índice de utilização e interesse na Banda Larga Móvel nos segmentos *Careerists* e *Pioneer Youth*
 - Subscritores jovens
 - Estudantes
 - Possuem computador fixo e portátil

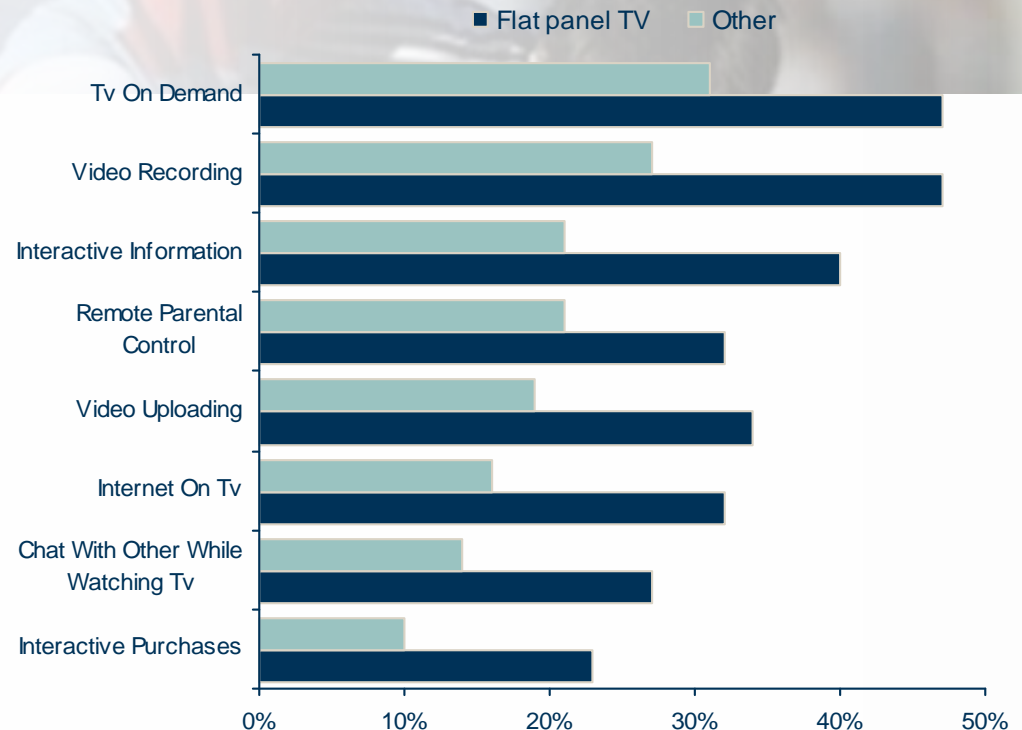


Source: Global Infocom study 2007 & Portugal country study 2008

***IPTV, TV por satélite e TV por cabo
ainda com muito potencial***

Serviços de TV - Sumário

- Potencial de crescimento para serviços IPTV e TV por cabo/satélite
 - Elevada penetração de televisores (94%)
 - Crescimento do número de PC/Laptops nos lares (2/3 têm PC)
 - Penetração de TV por cabo/satélite relativamente baixa nos lares Portugueses
- Os Portugueses mostram um interesse elevado em serviços de *TV On Demand* e *Recorded TV*
 - *TV On Demand* e Interactividade com potencial de massa
 - *Recorded TV* serviço de nicho com potencial de massa
- TV no móvel com potencial de crescimento
 - Promoção é aconselhável para responder às necessidades dos mais cépticos



MarketReality™ Simulation Workshop



Prepared by Ericsson ConsumerLab

ERICSSON



TAKING YOU FORWARD